



GAZİ ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ

15. Ulusal Turizm Kongresi

Engelsiz Turizm



13-16 Kasım 2014
Ankara

DESTEKLEYENLER



T. C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI



TÜRKİYE BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK ARAŞTIRMA KURUMU
(TÜBİTAK)



15. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

BİLDİRİLER KİTABI

13-16 Kasım 2014, ANKARA

Ankara, 2014

Editör

Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Ahmet TAYFUN

Yayına Hazırlayanlar

Yrd. Doç. Dr. Mustafa AKSOY

Yrd. Doç. Dr. Ece KONAKLIOĞLU

Arş. Gör. Dr. M. Murat KIZANLIKLI

Arş. Gör. Ahmet UŞAKLI

Arş. Gör. Emin ARSLAN

Arş. Gör. Alper IŞIN

Arş. Gör. Özgür YAYLA

Arş. Gör. Cemal Ersin SİLİK

Arş. Gör. Fulden Nuray GÜRAL

Bu kitap, 15. Ulusal Turizm Kongresi kapsamında yayınlanmıştır. Bu kitapta yer alan bildiriler, yazar(lar)ın kendi düşüncelerini yansıtmaktadır.

ÖNSÖZ

İnsanlığın doğuşu ve seyahat etme eylemlerinin başlaması ile birlikte ortaya çıktığı söylenebilecek turizm; özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra dünya genelinde hızla gelişen bir sektör haline gelmiş; gelir, istihdam gibi konulara sağladığı katkılar ile de çoğu ülkenin özellikle sosyal, ekonomik ve kültürel hareketliliğinde pozitif bir rol üstlenmiştir.

Turizm sektörünün sadece son 10 yıllık istatistiklerine bakıldığında dahi, sektörün büyüme hızını ve önemini anlamak mümkündür. Öyle ki; Dünya Turizm Örgütü verilerine göre; 2004 yılında dünya genelinde yaklaşık 700 milyon kişi uluslararası turizm hareketliliğine katılırken; 2013 yılında bu sayı 1 milyarı aşmıştır. Yine 2004 yılında yaklaşık 500 milyar dolar olan turizm gelirleri; 2013 yılında 1 trilyon doların üzerine çıkmıştır. İstikrarlı bir şekilde büyüme ve gelişme gösteren turizm sektörü; ülkelere sağladığı döviz girdisi ile birlikte hem ödemeler dengesi açığının kapanmasında hem de çalışma sahalarının genişlemesinde etkili olmuş ve iş gören ihtiyacını arttırarak da yeni istihdam imkânları oluşturmuştur.

Ancak turizm sektörünü diğer sektörlerden ayıran en önemli özelliklerinden birisi olan ikame edilebilirliği; şu anki gelirlerden tatmin edici bir pay alan tarafların, gelecekte sektörün neresinde olacakları konusunu cevapsız bırakmaktadır. Zamanın şartlarına bağlı olarak şekillenen tüketici davranışları, beklentileri ve sektör paydaşlarının eğilimleri artık, pek çok sektör gibi turizm sektörünü de “birey” odaklı olmaya ve sektörün bileşenlerini tek tek ele almaya mecbur kılmıştır.

Geleceğe dönük olarak tarafların ve belki de bu taraflar içerisinde Türkiye’nin de yaşayabileceği sektörle ilgili başarısızlıkları azaltmak için; uzun vadeli planların yapılması ve sektörün önündeki gerek mevcut, gerekse potansiyel engellerin saptanarak irdelenmesi oldukça önemli görülmektedir. Turizmin geleceği planlanırken ele alınması gereken konulardan birisi ise şüphesiz ki; sayısı 1 milyar kişiyi aşan engelli bireylerin eğilimleri ve turizm faaliyetlerine katılmalarını engelleyen ya da zorlaştıran durumların belirlenmesidir.

Engellilerin seyahat edebilmesi konusu, pek çok ülkede yasalar ile belirlenmiş bir haktır. Fiziksel ve ya zihinsel açıdan sağlıklı diğer bireylerden yasal hakları çerçevesinde herhangi bir farkı bulunmayan engelli kesimin, ne yazık ki günlük yaşamda ihtiyaç ve beklentilerini karşılama konusunda zorluk yaşadıkları bir gerçektir. Bu durum özetle; hukuki açıdan desteklenen ancak reel boyutta

sınırlanan “engelli yaşam alanı” anlamını taşıırken; ilgili bireylerin maddi olanaklarını diledikleri gibi kullanabilmelerinin de önüne geçmektedir. Turizm sektöründe de, nicel anlamda oldukça ciddi bir büyüklüğe sahip olan bu tüketici grubunun üzerine dikkat çekilmesi; satın alma gücü yüksek yeni bir grubun daha turizm faaliyetlerine katılımına olanak sağlayacaktır.

Bu çerçevede; bu sene ev sahipliğini yaptığımız 15. Ulusal Turizm Kongresi’nin ana teması “engelsiz turizm” olarak belirlenmiştir. Ancak kongre çerçevesinde engeller konusu yalnızca bireye özgü fiziksel ve zihinsel yetersizlikler sınırlamasından çıkarılmış, turizm hareketliliğinin geleceğini tehdit etmesi muhtemel pek çok başlık da araştırma konuları grubuna dâhil edilmiştir.

Turizm sektörü açısından oldukça önem arz eden engeller konusunun, Türkiye’deki en önemli ve en kapsamlı turizm kongresi olan Ulusal Turizm Kongresi’nde ve de Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde ele alınıyor olması bizler için bir onur kaynağıdır. Kongreye ve kongre ana temasına gösterilen yoğun ilgi ise ayrı bir mutluluk nedeni olmuştur.

Bu vesile ile siz değerli katılımcılarımıza ve bu güzel organizasyonun hayata geçirilmesinde katkılarını esirgemeyenlere, şahsım ve Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi çalışanları adına teşekkür ederim.

Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

Gazi Üniversitesi

Turizm Fakültesi Dekanı

SUNUŞ

Önceleri temellerini iktisadi kaynak temininin devamlılığı üzerine atan ve bu amaç için hedef kitlelerini tanımadan genelleyen, beklentileri birbirinden çok farklı tüketici gruplarını aynı ürün etrafında toplamaya çalışan turizm stratejileri günümüzde; “ürüne özel müşteri anlayışından çıkmış, müşteriye özel ürün” yaklaşımını benimsemeye başlamıştır.

Ancak kişilerin tatil anlayışlarını genel anlamda yaş, cinsiyet, milliyet, eğitim, gelir düzeyleri ve din gibi demografik özellikleri doğrultusunda irdeleyen çalışmaların çoğunda bugün hala; “engeller ve engelli bireyler” konuları, söz konusu bu politikaların dışında bırakılmaktadır. Oysa Birleşmiş Milletler Raporu ve Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre; 7 milyarı aşan dünya nüfusunun % 15’inin farklı boyutlarda çeşitli engellere sahip olduğu tahmin edilmektedir. Bir başka ifade ile dünya genelinde yaşayan engelli bireylerin sayısı nerdeyse 1 milyarı aşmış durumdadır ve farklı açılardan engellere sahip nüfusun bu yoğunluğu; 1997 yılında gerçekleştirilen bir Dünya Engelliler Günü etkinliğinde dönemin Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan’ın kullandığı **“Engelliler Dünyanın En Yoğun Azınlığıdır”** tanımlamasını destekler niteliktedir. Yine Birleşmiş Milletler Nüfus Sayım Raporu ve Avrupa Birliği Merkez Bankası verilerine göre ise; engelli bireylerin ailesi ile arkadaşlarının sayısı yaklaşık 1.9 milyardır. Engelliler ile yakınlarının toplam nüfus içerisindeki oranı dikkate alındığında, ilgili grubun iktisadi pek çok alan gibi turizm sektörü için de önemli bir potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür. Diğer taraftan; Dünya Bankası verileri, dünya genelinde ekonomik anlamda zayıf olan nüfusun % 20’sinde fiziksel ya da zihinsel bir takım engellerin bulunduğu dikkat çekmektedir. Bu durum; engelli bireylere yönelik turizm politikalarının, “ekonomik anlamda zayıf olan kitlelerin bir takım özel önlemler ve kolaylaştırıcılar yolu ile turizm etkinliklerine katılmalarını” ifade eden *sosyal turizm* kavramı çerçevesinde şekillendirilebileceğini göstermektedir.

Uluslararası Çalışma Örgütü tahminlerine göre; dünya genelinde çalışan engelli birey sayısı 386 milyondur ve yakınlarının iş yaşamındaki varlıkları da düşünüldüğünde bu kişilerin iktisadi anlamda ciddi bir alım gücüne sahip oldukları söylenebilir. Nitekim TÜRSAB verilerinden elde edilen engelli nüfusun yaklaşık % 70’inin seyahat ettiği bilgisi, turistik satın alma eğilimleri açısından bu düşünceyi destekler niteliktedir. Yine; Birleşmiş Milletler Gelişim Programı Raporu’na göre; engelli nüfusun % 80’inin gelişmekte olan ülkelerde yaşıyor

olması, ilgili grubun ekonomik yapısı bakımından çoğu ülke vatandaşına göre avantaj sahibi bir müşteri grubu olduğunun göstergesidir. Bazı raporlarda hareket etmekte zorlanan hamile bayanlar ile 65 yaş üstü kişilerin de engelli bireyler arasına dâhil edilmesi ise; *engelliler* sınıflamasının hacmini genişletmekte ve genel anlamda ekonomik özgürlüğünü kazandığı söylenebilecek yeni başka grupları da ilgili hedef kitle kapsamına almaktadır.

Engelli bireyler dünya genelinde nicel yapısı bakımından ciddi bir önem arz etmesine rağmen; ne yazık ki hala iş yaşamı, sosyal ve kültürel aktivitelere katılım, toplu taşıma sisteminin kullanımı ve hatta alışveriş gibi pek çok gerekliliğin yerine getirilmesinde diğer insanlardan farklı hareket etmek zorunda kalmaktadırlar. Engelli bireylerin normal hayata adaptasyonlarını sağlamak ve özel anlamda turizm faaliyetlerine katılımlarını kolaylaştırmak ise “*erişilebilir turizm*” yaklaşımı çerçevesinde karmaşık, dinamik ve çok yönlü bir çalışmayı gerektirmektedir.

Erişilebilir turizm konusu; turizm faaliyetlerine katılmadan önce, katılım esnasında ve katılım sonrasında bireyin hedefe kolayca ulaşmasının önüne geçecek her durumun ortadan kaldırılmasını ifade etmektedir. Ancak bu çerçevede turizm hareketliliğinin önünde; bireye özgü fiziksel ya da zihinsel engellerin yanı sıra, destinasyona özel bir takım engellerin de söz konusu olabileceğini düşünmek yanlış olmayacaktır.

Bu nedenledir ki, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak bu sene ev sahipliği yapmaktan gurur duyduğumuz 15. Ulusal Turizm Kongresi’nin ana teması “Engelsiz Turizm” olarak belirlenmiştir. Sektörde hali hazırda yaşanan ve gelecekte de yaşanabilecek “*fiziksel, hukuksal, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik, stratejik, yönetsel, örgütsel engeller ile turizm eğitimi, istihdam, turizm pazarlaması ve destinasyon yönetimi ile ilgili engeller*” ise kongre ana teması altında gruplandırılan çalışma alanları olmuştur.

Kongreye toplamda **134bildiri** ulaşmış, her bildiri öncelikle Kongre Yürütme Kurulu tarafından kongre ana temasına ve konu başlıklarına uygunluğu açısından incelenmiş ve uygun görülen bildiriler hakem değerlendirme süreci için uzmanlık alanlarına göre seçilen Kongre Bilim Kurulu üyelerine gönderilmiştir. Bilim Kurulu üyeleri değerlendirmeleri sonucunda ise toplamda **112bildiri** kabul edilmiştir. Bu vesile ile; bildirisi kabul edilen ve edilmeyen tüm yazarlara, 15. Ulusal Turizm Kongresi’ne göstermiş oldukları ilgiden dolayı teşekkür ederiz.

Kongre süresince desteklerini esirgemeyen T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Ömer ÇELİK’e, Ankara Valisi Sayın Mehmet KILIÇLAR’a, Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Prof. Dr. Sayın Ahmet Haluk DURSUN’a, Gazi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Sayın Süleyman BÜYÜKBERBER’e, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Sayın Kurban ÜNLÜÖNEN’e, Kongre Danışma Kurulu, Kongre Bilim Kurulu ve Yürütme Kurulu üyelerine teşekkürü bir borç biliriz.

Turizmde bilimsel girişimciliğin önünü açan ve akademik araştırmaların doğrudan paylaşımına olanak veren turizm kongrelerinin devam etmesi dileğiyle.

Kongre Yürütme Kurulu Adına,

Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR

15. Ulusal Turizm Kongresi

Yürütme Kurulu Başkanı

ULUSAL TURİZM KONGRELERİ TARİHÇESİ (1990-2014)

1. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	16-18 Kasım 1990
Düzenleyen Kurum	Dokuz Eylül Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Hasan Zafer DOĞAN
Yer	Onur Oteli, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	32
Kongre Kitabı	Yayınlandı

2. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	21-23 Kasım 1991
Düzenleyen Kurum	Dokuz Eylül Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Hasan Zafer DOĞAN
Yer	Adakule Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	35
Kongre Kitabı	Yayınlandı

3. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	25-27 Kasım 1992
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Hasan Zafer DOĞAN
Yer	Korumar Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	20
Kongre Kitabı	Yayınlandı

4. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	26-28 Kasım 1993
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Mustafa SAĞCAN
Yer	EphesusPrincess Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	29
Kongre Kitabı	Yayınlandı

5. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	08-10 Kasım 1994
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Mustafa SAĞCAN
Yer	Pine Bay Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	12
Kongre Kitabı	Yayınlandı

6. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	18-20 Kasım 1995
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Ahmet ULU
Yer	Onur Oteli, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	30
Kongre Kitabı	Yayınlandı

7. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	29 Kasım- 03 Aralık 1996
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Ahmet ULU
Yer	TurtelAdakule Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	28
Kongre Kitabı	Yayınlandı

8. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	12-14 Aralık 1997
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Ahmet ULU
Yer	Tusan Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	23
Kongre Kitabı	Yayınlandı

9. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	06-09 Kasım 1998
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Ahmet ULU
Yer	Pine Bay Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	12
Kongre Kitabı	Yayınlandı

10. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	21-24 Ekim 2009
Düzenleyen Kurum	Mersin Üniversitesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI
Yer	Çiftlik Köyü Kampüsü, Mersin
Sunulan Bildiri Sayısı	119
Kongre Kitabı	Yayınlandı

11. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	02-05 Aralık 2010
Düzenleyen Kurum	Adnan Menderes Üniversitesi
Dönem Başkanı	Yrd. Doç. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU
Yer	Korumar Otel, Kuşadası, Aydın
Sunulan Bildiri Sayısı	72
Kongre Kitabı	Yayınlandı

12. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	30 Kasım- 4 Aralık 2011
Düzenleyen Kurum	Düzce Üniversitesi
Dönem Başkanı	Yrd. Doç. Dr. Mehmet Akif ÖNCÜ
Yer	Akçakoca Otel, Akçakoca, Düzce
Sunulan Bildiri Sayısı	67
Kongre Kitabı	Yayınlandı

13. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	06-09 Aralık 2012
Düzenleyen Kurum	Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Dönem Başkanı	Yrd. Doç. Dr. Tahir ALBAYRAK
Yer	Miracle Otel, Antalya
Sunulan Bildiri Sayısı	80
Kongre Kitabı	Yayınlandı

14. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	05-08 Aralık 2013
Düzenleyen Kurum	Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Dönem Başkanı	Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA
Yer	Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Sunulan Bildiri Sayısı	81
Kongre Kitabı	Yayınlandı

15. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Tarih	13-16 Kasım 2014
Düzenleyen Kurum	Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi
Dönem Başkanı	Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR
Yer	Barceló Ankara Altınel Hotel, Ankara
Sunulan Bildiri Sayısı	112
Kongre Kitabı	Yayınlandı

15. ULUSAL TURİZM KONGRESİ KURULLARI

ONUR KURULU

Unvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Ömer ÇELİK	Kültür ve Turizm Bakanı
Mehmet KILIÇLAR	Ankara Valisi
Prof. Dr. Süleyman BÜYÜKBERBER	Gazi Üniversitesi Rektörü

DANIŞMA KURULU*

Unvanı, Adı ve Soyadı		Kurumu
Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ	Danışma Kurulu Dönem Bşk.	Okan
Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK	Üye	Anadolu Üniv.
Prof. Dr. Orhan BATMAN	Üye	Sakarya Üniv.
Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI	Üye	Mersin Üniv.
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU	Üye	Balıkesir Üniv.
Prof. Dr. Azize HASSAN	Üye	Gazi Üniv.
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ	Üye	Yaşar Üniv.
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER	Üye	İstanbul Üniv.
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN	Üye	İstanbul Ticaret Üniv.
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Üye	Erciyes Üniv.
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN	Üye	İstanbul Medeniyet Üniv.
Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU	Üye	Adnan Menderes Üniv.
Prof. Dr. Alp TİMUR	Üye	Dokuz Eylül Üniv.
Prof. Dr. Turgut VAR	Üye	İzmir Ekonomi Üniv.
Prof. Dr. Atilla YÜKSEL	Üye	Adnan Menderes Üniv. (STAD)
Doç. Dr. İzzet KILINÇ	Üye	Düzce Üniv. (SOİD)

*Alfabetik Olarak Soyada Göre Düzenlenmiştir.

BİLİM KURULU*

Unvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Doç. Dr. Fatma Nur İPLİK	Adana Bilim ve Teknoloji Üniv.
Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU	Adnan Menderes Üniv.
Prof. Dr. Atila YÜKSEL	Adnan Menderes Üniv.
Doç. Dr. Şenol ÇAVUŞ	Adnan Menderes Üniv.
Doç. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU	Adnan Menderes Üniv.
Doç. Dr. Abdullah TANRISEVDİ	Adnan Menderes Üniv.
Doç. Dr. Fisun YÜKSEL	Adnan Menderes Üniv.
Prof. Dr. Şuayip ÖZDEMİR	Afyon Kocatepe Üniv.
Prof. Dr. A. Akın AKSU	Akdeniz Üniv.
Prof. Dr. Nilüfer TETİK	Akdeniz Üniv.
Doç. Dr. Beykan ÇİZEL	Akdeniz Üniv.
Doç. Dr. V. Rüya EHTİYAR	Akdeniz Üniv.
Doç. Dr. Bahattin ÖZDEMİR	Akdeniz Üniv.
Prof. Dr. Z. Sevgin AKIŞ RONEY	Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniv.
Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK	Anadolu Üniv.
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN	Anadolu Üniv.
Prof. Dr. Nazmi KOZAK	Anadolu Üniv.
Doç. Dr. Dündar DENİZER	Anadolu Üniv.
Doç. Dr. Oktay EMİR	Anadolu Üniv.
Doç. Dr. Medet YOLAL	Anadolu Üniv.
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniv.
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU	Balıkesir Üniv.
Doç. Dr. Düriye BOZOK	Balıkesir Üniv.
Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY	Balıkesir Üniv.
Doç. Dr. M. Oğuzhan İLBAN	Balıkesir Üniv.
Prof. Dr. Doğan Yaşar AYHAN	Başkent Üniv.
Prof. Dr. Doğan TUNCER	Başkent Üniv.
Prof. Dr. Özcan YAĞCI	Başkent Üniv.
Prof. Dr. Faruk ANDAÇ	Çağ Üniv.
Prof. Dr. Mustafa KOYUNCU	Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.
Doç. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT	Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.
Prof. Dr. Mahir NAKİP	Çankaya Üniv.

BİLİM KURULU* (devam)

Prof. Dr. Mustafa TEPECİ	Celal Bayar Üniv.
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ	Central Florida Üniv.
Doç. Dr. Mehmet Cihan YAVUZ	Çukurova Üniv.
Prof. Dr. Metin KOZAK	Dokuz Eylül Üniv.
Prof. Dr. Saime ORAL	Dokuz Eylül Üniv.
Prof. Dr. Alp TİMUR	Dokuz Eylül Üniv.
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ	Dokuz Eylül Üniv.
Prof. Dr. Öcal USTA	Dokuz Eylül Üniv.
Doç. Dr. Ebru GÜNLÜ	Dokuz Eylül Üniv.
Doç. Dr. İzzet KILINÇ	Düzce Üniv.
Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY	Ege Üniv.
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Erciyes Üniv.
Doç. Dr. Kenan GÜLLÜ	Erciyes Üniv.
Doç. Dr. Ömer ŞANLIOĞLU	Erciyes Üniv.
Doç. Dr. Mehmet KAŞLI	Eskişehir Osman Gazi Üniv.
Doç. Dr. Yaşar SARI	Eskişehir Osman Gazi Üniv.
Prof. Dr. Azize HASSAN	Gazi Üniv.
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK	Gazi Üniv.
Prof. Dr. Cevat TOSUN	Gazi Üniv.
Prof. Dr. Muharrem TUNA	Gazi Üniv.
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN	Gazi Üniv.
Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTAS	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Yasin BOYLU	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Bilgehan GÜLCAN	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Selma MEYDAN UYGUR	Gazi Üniv.
Doç. Dr. R. Pars ŞAHBAZ	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Serdar TARAKÇIOĞLU	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Ahmet TAYFUN	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Akyay UYGUR	Gazi Üniv.
Doç. Dr. Ali YAYLI	Gazi Üniv.

BİLİM KURULU* (devam)

Doç. Dr. İrfan YAZICIOĞLU	Gazi Üniv.
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	İstanbul Arel Üniv.
Prof. Dr. Seyfettin ERDOĞAN	İstanbul Medeniyet Üniv.
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN	İstanbul Medeniyet Üniv.
Doç. Dr. Metin TEBERLER	İstanbul Teknik Üniv.
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN	İstanbul Ticaret Üniv.
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER	İstanbul Üniv.
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER	İstanbul Üniv.
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK	İstanbul Üniv.
Prof. Dr. Turgut VAR	İzmir Ekonomi Üniv.
Prof. Dr. Cengiz DEMİR	İzmir Katip Çelebi Üniv.
Doç. Dr. İlhan BÖLÜKOĞLU	İzmir Katip Çelebi Üniv.
Doç. Dr. Zafer ÖTER	İzmir Katip Çelebi Üniv.
Prof. Dr. Ömer TORLAK	Karatay Üniv.
Prof. Dr. Kemal BİRDİR	Mersin Üniv.
Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI	Mersin Üniv.
Prof. Dr. Bahar TANER	Mersin Üniv.
Doç. Dr. Göknıl Nur SEVER	Mersin Üniv.
Doç. Dr. Kamil UNUR	Mersin Üniv.
Prof. Dr. Ercan BALDEMİR	Muğla Sıtkı Koçman Üniv.
Doç. Dr. Umut AVCI	Muğla Sıtkı Koçman Üniv.
Doç. Dr. Burhan KILIÇ	Muğla Sıtkı Koçman Üniv.
Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniv.
Doç. Dr. Halil DEMİRER	Mustafa Kemal Üniv.
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU	Nevada LasVegasÜniv.
Prof. Dr. Zeynep ASLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv.
Doç. Dr. İbrahim YILMAZ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv.
Doç. Dr. Asım SALDAMLI	Nişantaşı Üniv.
Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ	Okan Üniv.
Prof. Dr. Levent ALTINAY	Oxford BrookesÜniv.
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ	Oxford BrookesÜniv.
Prof. Dr. Orhan BATMAN	Sakarya Üniv.
Prof. Dr. Muhsin HALİS	Sakarya Üniv.

BİLİM KURULU* (devam)

Prof. Dr. Mehmet SARIİŞİK	Sakarya Üniv.
Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY	Sakarya Üniv.
Doç. Dr. Mahmut DEMİR	Süleyman Demirel Üniv.
Prof. Dr. Teoman DUMAN	Uluslararası Antalya Üniv.
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL	Virginia Polytechnic Üniv.
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY	Washington State Üniv.
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ	Yaşar Üniv.
Prof. Dr. İge PIRNAR	Yaşar Üniv.
Doç. Dr. Gökçe ÖZDEMİR	Yaşar Üniv.

*** Alfabetik Olarak Önce Çalışılan Kuruma, Daha Sonra Unvana ve Soyada Göre Düzenlenmiştir.**

KONGRE YÜRÜTME KURULU

Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR, Başkan

Doç. Dr. Ahmet TAYFUN, Başkan Yardımcısı

Yrd. Doç. Dr. Mustafa AKSOY, Üye

Yrd. Doç. Dr. Ece KONAKLIOĞLU, Üye

Arş. Gör. Dr. M. Murat KIZANLIKLI, Üye

Arş. Gör. Ahmet UŞAKLI, Üye

Arş. Gör. Emin ARSLAN, Üye

Arş. Gör. Alper IŞIN, Üye

Arş. Gör. Özgür YAYLA, Üye

Arş. Gör. Cemal Ersin SİLİK, Üye

Arş. Gör. Fulden Nuray GÜRAL, Üye

İÇİNDEKİLER

	ÖNSÖZLER	Sayfa
1	Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Sayın Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN'in Önsözü	vii
2	Sunuş 15.Ulusal Turizm Kongresi Yürütme Kurulu Başkanı Sayın Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR	ix

	BİLDİRİLER	Sayfa
1	Avrupalı Seçkin Destinasyonlar (EDEN) Kapsamında Engelsiz Şehirler ve Turizm: “Ulusal Yazılı Medyada Engelsizlik Üzerine Bir Tarama” Engin ASLAN, Doç. Dr. Gül GÜNEŞ	1-15
2	Alanya'nın Engelli Turizmine İlişkin Durumunun Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma Doç. Dr. Düriye BOZOK, Çisem KAYA, Övgü AÇIKSÖZLÜ	16-31
3	Akçakoca'nın Engelli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Yrd. Doç. Dr. Muammer MESCI, Öğr. Gör. Emrah ÖZTÜRK, Yrd. Doç. Dr. Zeynep MESCI	32-42
4	Gaziantep'in Engelli Turizmine İlişkin Durumunun Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Öğr. Gör. Halil İbrahim KARAKAN, Öğr. Gör. Okan ÇOLAK, Öğr. Gör. Neslihan KAN	43-61
5	Fiziksel Engelli Bireylerin Restoranlarda Karşılaştıkları Ergonomik Sorunlar Yrd. Doç. Dr. Aslı ALBAYRAK	62-77
6	Engellilerin Tatil Alışkanlıkları ve Seyahat Engelleri Okt. Dr. Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK, Arş. Gör. Sadık SERÇEK	78-91
7	Engellilerin Turizm Hizmetlerine Erişilebilirlikleri Yrd. Doç. Dr. Ebru Z. BOYACIOĞLU, Doç. Dr. Selda ÇAĞLAR	92-108
8	Engelli Tüketicilerin Konaklama İşletmelerine İlişkin Etik Tutum ve Beklentilerinin Belirlenmesi Doç. Dr. M. Oğuzhan İLBAN, Doç. Dr. M. Emin AKKILIÇ, İlbey VAROL, Emin GÜLEÇ	109-123
9	Hangi Turizm? Engelsiz, Ulaşılabilir, Erişilebilir? İsimlendirme Sorununa Bir Çözüm Önerisi Öğr. Gör. Hanım Kader ŞANLIOZ ÖZGEN	124-132
10	Turizmin Disipliner Gelişiminde İntihal Engeli: Turizm Alanındaki Lisansüstü Tezlerde (2012-2014) Yapılan Atıflar Üzerine Bir Araştırma Arş. Gör. Sertaç SERT	133-144

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
11	Turizm Alan Yazınında Engelliler İle İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili (2000-2013) Arş. Gör. Gülhan CEVİZKAYA, Arş. Gör. Selin İLSAY, Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	145-151
12	Müzelerin Sessiz ve Karanlık Dünyası: "Herkes İçin Müzeler" Mümkün Mü? Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT, Arş. Gör. Burçin KIRLAR, Öğr. Gör. Ceyda LALE	152-169
13	Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitiminin İlgili Mevzuat Çerçevesinde Kavramsal Analizi Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Arş. Gör. Özge GÜDÜ DEMİRBULAT	170-185
14	Lisans ve Ön Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Okullardaki Müfredatların Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliğine Uygunluğunun İncelenmesi Yrd. Doç. Dr. Ömer Zafer GÜVEN, Öğr. Gör. Uğur CEYLAN	186-195
15	Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi Veren Eğitim Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma Yrd. Doç. Dr. Nazım ÇOKIŞLER, Doç. Dr. Zafer ÖTER	196-209
16	Turizm Sektöründe Yabancı Dil Eğitim Engelleri ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma Yrd. Doç. Dr. Erkan AKGÖZ, Yrd. Doç. Dr. Aytuğ ARSLAN	210-225
17	Turizme Yerel Halkın Bakışı: Iğdır İli Örneği Öğr. Gör. Gülşen BAYAT, Yrd. Doç. Dr. Burcu ILGAZ YILDIRIM	226-240
18	Turizm Gelişiminin Eskişehir Odunpazarı Sakinlerinin Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkisi Doç. Dr. Yaşar SARI, Arş. Gör. Cansev ÖZDEMİR	241-253
19	Yerel Halk Gözüyle Turizm Sektörü ve Etkileri: Konya İli Beyşehir İlçesi Üzerine Bir İnceleme Müşerref KÜÇÜK	254-271
20	Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği Nazik ÇELİKKANAT, Yrd. Doç. Dr. Evren GÜÇER	272-289
21	Antalya ve Mersin Plajlarında Yapılan Düzenlemelerin Erişilebilirlik Kapsamında İncelenmesi Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Arş. Gör. Ali DALGIÇ, Arş. Gör. Anıl KALE	290-303
22	Mersin Otellerinde ve Kent Merkezinde Engelli Bireylere Yönelik Düzenlemeler Doç. Dr. Kamil UNUR, Öğr. Gör. Gülser YAVUZ, Okt. Hasan KÖŞKER	304-321
23	Erişilebilir Turizm Destinasyonları İçin Uygulanabilecek Düzenlemeler: Örnek Destinasyonlar Yrd. Doç. Dr. İlke BAŞARANGİL	322-337

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
24	Alışveriş Merkezlerinin Fiziksel Engeller Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği Doç. Dr. Işıl ÖZGEN, Arş. Gör. Burçin KIRLAR	338-356
25	Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Kavramsal Analizi Öğr. Gör. Emrah KESKİN, Öğr. Gör. Emrah ÖRGÜN	357-367
26	Sürdürülebilir Turizmin Turizm Talebi Üzerine Etkisi Nur ÇELİK, Prof. Dr. Ozan BAHAR	368-383
27	Otellerde Personelin Yeşil Bilinci: Bir Yeşillenen Otel Örneği Yrd. Doç. Dr. Nilüfer VATANSEVER TOYLAN, Arş. Gör. Meltem YALÇIN KAYIKÇI, Arş. Gör. Ayşegül KUTLUK	384-395
28	Yerel Halkın Ekoturizme Yönelik Algılarının Değerlendirilmesi: Harmancık Örneği Öğr. Gör. Gencay SAATCI, Öğr. Gör. Abdullah ÜLKÜ	396-410
29	Kariyer Engellerinin Mutluluk Üzerindeki Etkisinde Kariyer Motivasyonunun Rolü: Otel İşletmelerinde Kadın İşgörenler Üzerine Bir Uygulama Yrd. Doç. Dr. Pelin KANTEN, Yrd. Doç. Dr. Murat YEŞİLTAŞ, Yrd. Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ	411-430
30	İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Çalışan Yiyecek-İçecek Hizmetleri (F&B) Personelinin Kariyer Engelleri Yrd. Doç. Dr. Ümit SORMAZ, Yrd. Doç. Dr. Eda GÜNEŞ, Yrd. Doç. Dr. Yasin BİLİM	431-444
31	Kadın İşgörenlerde Algılanan Kariyer Engelleri ve Kariyer Sonlandırma Eğilimi İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma Yrd. Doç. Dr. Bayram ŞAHİN, Burçin SÖNMEZ, İbrahim Halil KAZOĞLU, Aslı Ceren SAYGI	445-461
32	Bağımsız Karar Verme (Otonomi) Düzeyine Göre Lisans Turizm Öğrencilerinin Sektör Algısı ve Profili Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI, Arş. Gör. Ferhat ŞEKER	462-478
33	Gastronomik Deneyimlerin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Eskişehir Örneği Doç. Dr. Mehmet KAŞLI, Arş. Gör. Barış DEMİRCİ, Öğr. Gör. Üzeyir KEMENT	479-491
34	Gastronomi Turizminde Beslenme Engelleri Kapsamında Vegan Beslenme Örneği Okt. Dr. Menekşe CÖMERT, Doç. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA	492-498
35	Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri Yrd. Doç. Dr. Hakan YILMAZ, Arş. Gör. Pınar ŞENEL	499-510
36	Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Öğr. Gör. Hande UYAR, Öğr. Gör. Gül ERKOL	511-524

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
37	Duygusal Emek Boyutları, Süreci ve Sonuçlarının Engelli Turizm Pazarında Değerlendirilmesi Öğr. Gör. Merve BAŞ, Doç. Dr. Burhan KILIÇ	525-542
38	Konaklama İşletmelerinde Birey Örgüt Uyumunun İş Tatmini Üzerindeki Etkisinde Yönetici Desteğinin Aracılık Rolü Yrd. Doç. Dr. Güney ÇETİN GÜRKAN, Doç. Dr. Şule AYDIN TÜKELTÜRK, Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	543-556
39	İşgören Yalnızlığının Bir Öncülü Olarak Örgütlerde Dışlanma: Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma Doç. Dr. Korhan KARACAOĞLU, Arş. Gör. Yurdanur YUMUK	557-572
40	Otel İşletmelerinde İşyeri Zorbalığının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkilerinin Belirlenmesi Yrd. Doç. Dr. Göksel Kemal GİRGİN, Yrd. Doç. Dr. Nuray TETİK	573-589
41	Belediyelerin Turizme Yönelik Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Değerlendirilmesi: Afyonkarahisar Örneği Doç. Dr. Elbeyi PELİT, Yusuf GÖKÇE	590-607
42	Engellilere Yönelik Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının Engelsiz Turizmdeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme Yrd. Doç. Dr. Serhat HARMAN	608-623
43	Yerel Yönetimlerin Turizmde Engellilere Yönelik Uygulamaları: Çanakkale İli Örneği Yrd. Doç. Dr. Ş. Okan MERCAN, Ayşe PAK, Meral ÜZÜLMEZ	624-637
44	Engelli Bireylerin ve Ailelerinin Sorunlarının Tespit Edilmemesinin Sosyal Turizm Projelerine Engel Teşkil Etmesi: Kırklareli İli Örneği Yrd. Doç. Dr. Kaplan UĞURLU, Arş. Gör. Hilmi AR	638-650
45	Yiyecek İçecek İşletmesi Tasarımının Tüketici Tercihleri Üzerindeki Etkisi Yrd. Doç. Dr. Aydan BEKAR, Arş. Gör. Filiz GÜMÜŞ DÖNMEZ, Çağrı SÜRÜCÜ	639-670
46	Parmakların Okuduğu Menü: Braille Alfabesi İle Bir Model Önerisi Öğr. Gör. Osman GÜLDEMİR, Öğr. Gör. Gencay SAATCI	671-682
47	Tüketicilerin Masa Servisi Yapan Restoranlarda Önem Verdiği Hususların Şikayet Davranışı Eğilimlerine Etkisi Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN, Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI, Arş. Gör. Ozan GÜLER	683-700

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
48	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları Yardımıyla Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörünün Likidite Durumunun Analizi Doç. Dr. Erdiñ KARADENİZ, Yrd. Doç. Dr. Levent KOŞAN, Arş. Gör. Selda KAHİLOĞULLARI, Banu ZENCİR	701-710
49	Otel Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Kongre Turizminin Önündeki Engeller: Kapadokya Bölgesinde Bir Araştırma Doç. Dr. İbrahim YILMAZ	711-720
50	Diyarbakır'ın Marka Kent Olması Önündeki Engeller ve Çözüm Önerileri Okt. Dr. Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK, Arş. Gör. Sadık SERÇEK	721-732
51	Güzelyurt (Gelveri) Turizminin Önündeki Engeller: Fikir Tepsisi Yöntemi Öğr. Gör. Fatih PEKTAŞ, Öğr. Gör. Mehmet CAN, Öğr. Gör. Yusuf ACAR, Arş. Gör. Bekir EŞİTTİ, Öğr. Gör. Neşe ÇULLU KAYGISIZ, Öğr. Gör. Şule ARDIÇ YETİŞ	733-743
52	Yavaş Şehir Kriterlerinde Engellilik (Betimsel Bir Araştırma) Nur Neşe ŞAHİN, Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY	744-753
53	Hüzün Turizmi ve Mabetleşme Süreci Kapsamında "Sarıkamış" Öğr. Gör. Dr. Şevket YIRIK, Arş. Gör. Faruk SEYİTOĞLU	754-765
54	Türkiye'nin Dağ Turizm Potansiyeli, Çeşitleri, Sorunlar ve Çözüm Önerileri Okt. Hasan KÖŞKER, Doç. Dr. Kamil UNUR	766-781
55	Manisa Mesir Macunu Festivali Ziyaretçilerinin Festivale Katılım Nedenleri ve Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi Arş. Gör. Z. Gökçe DÖNER, Prof. Dr. Mustafa TEPECİ	782-795
56	Müzikal Etkinliklerin Kısıtlanan Kültür Turizmini Geliştirmek İçin Kullanımı: Bodrum Örneği Cem YALÇIN, Doç. Dr. Zafer ÖTER, Yrd. Doç. Dr. Serkan ÇELİK	796-808
57	Destinasyon Markalaşmasında Mitolojik Logo ve Amblemin Önemi: Muğla Araştırması Yrd. Doç. Dr. Uysal YENİPİNAR, Öğr. Gör. Oya YILDIRIM	809-820
58	Turistik Destinasyon Seçiminin Demografik Özelliklere Göre Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma Arş. Gör. Ümit ŞENGEL, Arş. Gör. Salim İBİŞ, Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Prof. Dr. Orhan BATMAN	821-833
59	Engelsiz Turizm Açısından Destinasyon Yönetim Örgütünün Önemi Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK, Arş. Gör. Nihan KINALI, Öğr. Gör. Meltem ERDOĞAN	834-847

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
60	Turistik Bir Destinasyon Olarak Başkent Ankara'nın İmajı Yusuf DÜNDAR, Yrd. Doç. Dr. Evren GÜÇER	848-868
61	Konaklama İşletmelerinde Üst Düzey Yöneticilerin Engelsiz Turizme Bakış Açıları: Alanya Örneği Yrd. Doç. Dr. Boran TOKER, Yaşar Yiğit KAÇMAZ	869-887
62	Konaklama İşletmelerinin Engelliler İçin Olanakları ve Yöneticilerin Görüşleri: Kuşadası Örneği Yrd. Doç. Dr. Tuğrul AYYILDIZ, Yrd. Doç. Dr. Hakan ATAY, Yrd. Doç. Dr. Ahu YAZICI	888-902
63	Engelli Turizmi ve Belek'teki Otel Yöneticilerinin Engelli Turizmine Bakış Açıları Yrd. Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ, Yrd. Doç. Dr. Seda ŞAHİN, Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	903-918
64	Engelli Turizminin Sorunlarına Yönelik İstanbul'daki 4 ve 5 Yıldızlı Zincir Otel İşletmelerinde Bir Uygulama Arş. Gör. Begüm Dilara EMİROĞLU, Yrd. Doç. Dr. Şehnaz DEMİRKOL	919-937
65	İş Sağlığı ve Güvenliği Davranışı Üzerinde Etkili Olan Faktörler: 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Yiyecek-İçecek Departmanı İşgörenleri Üzerine Bir Uygulama Doç. Dr. Ali YAYLI, Arş. Gör. Ceren AVCI	938-951
66	Türkiye'de Faaliyet Gösteren Zincir Otel İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Bir İçerik Analizi Yrd. Doç. Dr. Sabri ÇELİK, Öğr. Gör. Mehmet CAN	952-968
67	Problem Çözümünde Kısıtlar Teorisi: Bir Otel İşletmesinde Uygulama Yrd. Doç. Dr. Levent KOŞAN, Öğr. Gör. Kemal ENES, Öğr. Gör. Çağlar ATAK KOŞAN, Öğr. Gör. Okan ÇOLAK	969-979
68	Turizm Araştırmaları İçin Yeni Bir Kavram: Pozitif Psikolojik Sermaye Yrd. Doç. Dr. Beril DÖNMEZ, Prof. Dr. Kemal BİRDİR	980-999
69	Dezavantajlı Bireylerin Turizmde İstihdamı: İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Algı, Görüş ve Deneyimlerinin İncelenmesi Öğr. Gör. Ülker ERDOĞAN ARACI, Prof. Dr. Nilüfer KOÇAK	1000-1013
70	Konaklama İşletmelerinde Engelli İstihdamı: Potansiyel Engelli İşgörenlere Yönelik Bir Uygulama Arş. Gör. Derya GÜNEY, Vedat GÖLLER	1014-1022
71	Konaklama İşletmelerinin İşletme ve İşgören Yapısı: Alanya Bölgesinde Bir Araştırma Yrd. Doç. Dr. Engin ÜNGÜREN, Yrd. Doç. Dr. Aydın ÇEVİRGİN	1023-1040

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
72	Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Belirlenmesine Yönelik Antalya Belek Bölgesinde Bir Araştırma Süleyman AKKAŞOĞLU, Ahmet KARATAŞ	1041-1055
73	Seyahat Acentesi Çalışanlarının İş-Aile ve Aile-İş Yaşamı Çatışmalarının İşten Ayrılma Niyetlerine ve Duygusal Tükenmişliklerine Etkisi Yrd. Doç. Dr. Övünç BARDAKOĞLU, Yrd. Doç. Dr. Yılmaz AKGÜNDÜZ, Öğr. Gör. Ceylan E. ALKAN	1056-1069
74	Otel İşletmelerinde Duygusal Zeka, İş Yaşam Dengesi ve İş Stresi İlişkisi: Alanya’da Bir Uygulama Seray GÜLERTEKİN GENÇ, Arş. Gör. Volkan GENÇ, Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ	1070-1084
75	Çalışanların Duygularını Yönetme Becerilerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: Sabiha Gökçen Havalimanı Çalışanları Üzerine Bir Uygulama Tülay GÜNEY, Yrd. Doç. Dr. Erkan TAŞKIRAN, Yrd. Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	1085-1100
76	Turizm İşletmelerinde Örgütsel Sessizliğin Bir Kriz Nedeni Olarak Değerlendirilmesi Yrd. Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ, Arş. Gör. Seher KONAK, Öğr. Gör. Dönüş ÇİÇEK	1101-1113
77	Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma Yrd. Doç. Dr. F. Özlem GÜZEL, Öğr. Gör. Dr. Ali TÜRKER, Arş. Gör. İlker ŞAHİN	1114-1131
78	Engelli Turistlerin Turlarda Karşılaştıkları Sorunlar: Turist Rehberleri Açısından Bir Değerlendirme Yrd. Doç. Dr. Uysal YENİPİNAR, Öğr. Gör. Seçkin ESER	1132-1143
79	Rehberlik Mesleğinde Bir Engel Olarak Cinsiyet Ayrımcılığı: Bayan Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Öğr. Gör. Gül ERKOL, Arş. Gör. Nuray EKER	1144-1159
80	Bir Uzmanlaşma (İhtisaslaşma) Modeli: Ulaşılabilir Turizm Tur Planlaması Örneği Gamze ÖZOĞUL, Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN	1160-1175
81	Engelliler ve Turizm: Engelli Bireylerin ve Seyahat Acentası Yöneticilerinin Algılamaları Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK, Arş. Gör. Arzu TURAN	1176-1191
82	Havayolu Taşımacılığında Hedef Pazar Olarak Engelli Turizmi Durum Analizi Öğr. Gör. Ertuğrul DÜZGÜN	1192-1202

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
83	Kişilerin Uluslararası Seyahat Engellerini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma Yrd. Doç. Dr. Bayram ŞAHİN, Burçin SÖNMEZ, Hülya KAHVECİ	1203-1219
84	Araç Kiralama İşletmeleri Yöneticilerinin Engelli Pazarına Bakış Açılarını Belirlemeye Dönük Bir Araştırma Arş. Gör. Bayram AKAY, Öğr. Gör. Abdullah USLU	1220-1231
85	Otel İşletmelerinin Büyüklüklerine Göre Stratejik Yönetim ve Araçlarını Uygulama Anlayışları Üzerine Bir Araştırma Murat ÖDEMİŞ, Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTaş	1232-1248
86	Kurumsallaşma Düzeyi ve İşletme Yapısı Arasındaki İlişki: Türkiye’deki Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma Dr. Erkan YAĞCI, Yrd. Doç. Dr. Aydın ÇEVİRGEN	1249-1264
87	İzmir Şehir Otelleri Çalışanlarında İş-Aile ve Aile-İş Çatışması Düzeylerinin ve Boyutlarının Belirlenmesi Dr. Tuğba PALA MORKOÇ, Prof. Dr. Mustafa TEPECİ	1265-1274
88	Konaklama İşletmelerinde Kontrol Odağı Üzerine Bir İnceleme Doç. Dr. Yasin BOYLU, Öğr. Gör. Günay EROL, Arş. Gör. Ebru ARSLANER	1275-1285
89	Kariyer Uyum Yetenekleri Turizm Sektörüne Bağlılığı Etkiler Mi? Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilere Yönelik Bir Uygulama Yrd. Doç. Dr. Murat YEŞİLTaş, Yrd. Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ, Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN, Arş. Gör. Mert GÜRLEK	1286-1300
90	Türkiye’de Örgün Turizm Eğitiminin Önündeki Engellerle Mücadelede TİYADER ve Turizm Meslekleri ve Turizm Konseyi Meslek Yasası Taslağı Prof. Dr. Ali ERBAŞ, Yrd. Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN, Öğr. Gör. Duran CANKÜL	1301-1315
91	Otel Yöneticileri Tarafından Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış İşgörenlerin Yeterliliklerinin Değerlendirilmesi Yrd. Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ, Zeynep TOPCU	1316-1327
92	Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Bir Kurumda Öğrencilerin Örgüt Kültürü Algısı Öğr. Gör. Dr. S. Banu YILDIZ	1328-1342
93	ENAT (European Network For Accessible Tourism-Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı) İle Türkiye’nin Erişilebilir Turizme Yönelik Otel İşletmelerini Kapsayan Düzenlemeleri ve Bu Düzenlemelerin Karşılaştırılması Yrd. Doç. Dr. Atınç OLCAY, Yrd. Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU, Özlem PARLAK	1343-1358

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
94	Engelli Turizmine İlişkin Yasal Düzenlemeler: Türkiye İle Avrupa Birliği Mevzuatlarının Karşılaştırılması Öğr. Gör. Bayram KANCA, Arş. Gör. Çağdaş ERTAŞ	1359-1372
95	Şarap Turizminin Önündeki Yasal Engeller: Bozcaada Şarap Turizmi Örneği Yrd. Doç. Dr. Turgay BUCAK, Arş. Gör. Serdar SÜNNETÇİOĞLU, Ayşe SÜNNETÇİOĞLU	1373-1385
96	Türkiye’de Turizm Sendikalarının Sorunlarının Analizi Pelin NASÖZ, Yrd. Doç. Dr. Şehnaz DEMİRKOL	1386-1398
97	Meslek Yüksekokullarında Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitime Bakış Açıları ve Turizm Eğitiminden Beklentileri Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Öğr. Gör. Aydın ÜNAL, Öğr. Gör. Neslihan KAN, Öğr. Gör. Gencay SAATCI	1399-1413
98	Turizm Alanında Doktora Eğitimi Alan Öğrencilerin Memnuniyetlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma Öğr. Gör. Serap ÖZDEMİR GÜZEL	1414-1421
99	Önlisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış Mezunların Mesleki Eğitime Yönelik Görüşleri: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği Yrd. Doç. Dr. Mustafa DOĞAN, Öğr. Gör. Dilek KEKEÇ MORKOÇ	1422-1435
100	Leonardo Da Vinci Programına Katılan Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma Dr. Murat ÖZEKİN	1436-1450
101	Otel İnternet Sitelerinde Engelli Bireylerin İhtiyaçlarına Yönelik Bilgilerin Varlığı Üzerine Bir Araştırma Arş. Gör. Orhan Can YILMAZDOĞAN, Yrd. Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN	1451-1464
102	Engelli Bireylerin Turizm Hizmetlerine Yönelik E- Şikâyetleri Arş. Gör. Hümeysra DOĞRU, Arş. Gör. Sonay KAYGALAK, Arş. Gör. Ceren MİRAL ÇAVDIRLI, Arş. Gör. Volkan BAHÇECİ	1465-1479
103	Gazete İnternet Sayfalarında Engelli Turizmi: İçerik Analizine Dayalı Bir Değerlendirme Öğr. Gör. Ali Turan BAYRAM, Öğr. Gör. Yusuf ORMANKIRAN, Öğr. Gör. Dr. Mustafa Cumhur AKBULUT	1480-1487
104	Türkiye’de Turizm Sektöründe Güvenceli Esneklik (Flexicurity) Uygulamasının Önündeki Engeller Arş. Gör. Demet TÜZÜNKAN	1488-1502
105	Türkiye’de Turizm Gelirinin Makro Ekonomik Belirleyicileri: Panel Veri Analizi Yrd. Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN	1503-1519

	BİLDİRİLER (devam)	Sayfa
106	Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörünün Banka Kredisi Kullanım Düzeyinin Analizi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları Üzerinde Bir Araştırma Doç. Dr. Erdiç KARADENİZ, Doç. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU, Arş. Gör. Mehmet BEYAZGÜL, Banu ZENCİR	1520-1531
107	Türkiye’de Engelli Turizm Pazarındaki Farklı Talep Özelliklerinin Analizi Öğr. Gör. Merve BAŞ, Yrd. Doç. Dr. Şevki ULAMA	1532-1547
108	Turizmin Gelişiminin Önündeki Terör Engeli: “Çözüm Süreci”nin Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde Turizm Sektörüne Etkisinin Değerlendirilmesi Arş. Gör. Çağdaş ERTAŞ, Öğr. Gör. Bayram KANCA	1548-1565
109	Türkiye’de Engelli Turizm Pazarının SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesine Yönelik Kavramsal Bir Çalışma Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Arş. Gör. Sıla KARACAOĞLU	1566-1576
110	Türk Wellness Felsefesinin Oluşturulması ve Şifahane Konseptinin Yeniden Değerlendirilmesi: II. Bayezid Darüşşifası Örneği Yrd. Doç. Dr. Mehmet Han ERGÜVEN	1577-1585
111	Medikal Turizm Pazarında Yaşanan Etik Problemler ve Bölge Pazarında Ortaya Çıkan Sorunlar (Akdeniz Bölgesi Örneği) Öğr. Gör. Dr. Şevket YİRİK, Arş. Gör. Remziye EKİCİ	1586-1599
112	Sağlık Turizmi Perspektifinde Uluslararası Hastaların Türkiye’yi Tercih Etme Ölçütlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma Doç. Dr. Asım SALDAMLI, Doç. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT, İlknur ÇEVİK	1600-1615

AVRUPALI SEÇKİN DESTİNASYONLAR (EDEN) KAPSAMINDA ENGELSİZ ŞEHİRLER VE TURİZM “ULUSAL YAZILI MEDYADA ENGELSİZLİK ÜZERİNE BİR TARAMA”

Engin ASLAN

*Gazi Üniversitesi, Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı
aslan.engin@gazi.edu.tr*

Gül GÜNEŞ

*Doç. Dr., Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi
gul.gunes@atilim.edu.tr*

ÖZET

Bu bildiride engellilik ve engelsiz yaşam kavramlarının turizm faaliyetleri ile olan ilişkisi incelenecektir. Engelli insanlar normal insanların yapabildiği bir çok faaliyeti gerçekleştirmekte zorlanmakta olup turizm faaliyetleri de bunların arasında yer almaktadır. Uluslararası kuruluşlar tarafından yapılan araştırmalarda, dünya nüfusunun önemli kısmının bir şekilde engellilik durumuyla yaşamak zorunda kaldığı belirtilmektedir. Hem engelliler hem de engelli yakınları için sorun teşkil eden bu durum, uluslararası kuruluşlar ve bu kuruluşlarda yer alan gelişmiş ülkelerin gündemlerinde yer almaktadır. Bu gündemler doğrultusunda ise engelliler için pozitif ayrımcılığa yer veren yasal düzenlemeler ve bölgesel proje uygulamaları yapılmaktadır. Bu yasal düzenlemelerden birisi de Birleşmiş Milletler “Engelli Hakları Sözleşmesi”dir. Türkiye sözleşmeye Mart 2007’de koyduğu imza ile taraf olmuş ve Aralık 2008’de yürürlüğe almıştır.

Bu doğrultuda; bildiri yöntemi “Engelli Hakları Sözleşmesi”nin Türkiye’de yürürlüğe girdiği tarihten bugüne kadar geçen sürede, engellilik ve engelsiz yaşam konularında yapılan çalışmaların ulusal medyada ki yansımalarının tespit edilmesine yönelik haber taraması şeklinde belirlenmiştir. Buna göre; Mart 2008 - Temmuz 2014 tarihleri arasında yapılan somut çalışmaların; % 2,1’i Çevre Düzenlemesi, % 4,1’i Turizm Merkezi Düzenlemesi ve % 11,9’u ise Ulaşım ve Erişilebilirliğe yönelik düzenlemelerdir. Geriye kalan % 81,90’lık bölüm ise Kültür, Sanat ve Sportif Etkinlik ve Engellilik Farkındalığını belirten mesajlar olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler:*Engelsiz Şehir, Engelsiz, Erişilebilir, Engelsiz Turizm*

GİRİŞ

Pehlivanoglu (2012), “engelli bireylerin sorunları insanlık tarihi kadar eskidir ve sadece engellileri değil yakın çevresini, ailesini ve toplumsal yapıyı ilgilendiren bir durumdur. Engellilerin fiziki, psikolojik, sosyal gelişmişliği de bir ülkenin gelişmişliği ile doğru orantılıdır”

Birleşmiş Milletler’e (BM) bağlı Dünya Sağlık Örgütü’nün (WHO) yapmış olduğu çalışmalarda (2010 yılı dünya nüfus tahminlerine dayanarak) dünya nüfusunun yaklaşık % 15’inin engellilikle yaşadığı belirtilmektedir. Çalışma sonucunda yayınlanan “Dünya Engellilik Raporu” (Dünya Bankası, 2011: 2-3-4) “İnsanları Engelleyen Faktörler Nelerdir?” bölümünde, Engellilerin Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (CRPD) ve Uluslararası İşlevsellik, Engellilik ve Sağlık Sınıflandırması (ICF) çevrenin

engelli insanların katılımını kısıtlayan veya kolaylaştıran rolüne dikkat çekilmekte ve engelleyici faktörler olarak şu başlıkları vermektedir:

- Yetersiz politikalar ve standartlar,
- Olumsuz tavırlar,
- Yeterli hizmet sağlanmaması,
- Hizmet iletimine yönelik sorunlar,
- Yetersiz finansman,
- Yetersiz erişilebilirlik,
- Danışma ve katılım yetersizliği,
- Veri ve bulgu yetersizliği (Dünya Bankası, 2012: 1-2-3).

Dünya Sağlık Örgütü'nün raporunda belirtilen ve engellilerin turizm başta olmak üzere diğer hareketliliklere katılımını kısıtlayan önemli faktörlerden birisi olan çevre, üzerinde düşünülmesi ve planlama yapılması gereken bir konudur. Bu nedenle bazı gelişmiş ülkeler engelli bireylerin turizme ve kent içi erişilebilirliğe kavuşması amacıyla düzenlemeler yapmışlardır. Bunların başında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Avrupa Birliği (AB) gelmektedir. ABD, 1990 yılında “Engelli Amerikalılar Yasası”nı; AB ise 2000 yılında “Temel Haklar Şartı”nı kabul ederek engellilere karşı pozitif ayrımcılık yapılmasını yasalarla düzenlemiştir.

Engelli haklarıyla ilgili en kapsamlı düzenlemeler ve projeler AB Komisyonu tarafından yapılmıştır. Bu projelerden birisi olan “Avrupa Yeşil Başkenti” (Green Capital) yarışmasıyla çevreye duyarlı AB başkentlerine ödül verilmektedir. Yarışma AB Komisyonunun “Çevre” başlığı altında ele almış olduğu “Avrupa Yeşil Başkenti Ödülü (EGCA)” projesi kapsamında düzenlenmiştir (Avrupa Komisyonu, 2010).

EGCA, 2010 yılından beri her yıl verilmekte olup; bu ödülü alan başkentler çevre dostu yaşam konusunda diğer şehirler için rol model teşkil etmektedir. Bu anlamda EGCA’nın sloganı “Zinde Hayatlar İçin: Yeşil Şehirler” olarak belirlenmiştir. Ödül yedi üyeli bir komisyon tarafından değerlendirilerek verilmekte olup; bu komisyona EGCA dışında altı ortak daha katılmaktadır. Bunlar; Avrupa Parlamentosu Çevre Komitesi, Bölgeler Komitesi, Avrupa Çevre Ajansı, Yerel Yönetim ve Sürdürülebilir Kentler Birliği, Avrupa Çevre Bürosu ve Belediye Başkanları Sözleşmesi’dir (Avrupa Komisyonu, 2010).

Ödül fikri 15 Mayıs 2006 tarihinde, Estonya Şehirleri Derneği ile birlikte onbeş Avrupa şehrinin girişimiyle Tallinn’de olgunlaşmış ve yarışma çerçevesi AB Komisyonuna sunulan ortak bir mutabakat metnine dönüşmüştür. Yarışmaya gerekçe olan politikanın arka planında günümüzde yaşanan çevre sorunlarının büyük oranda kentsel alanlardan kaynaklandığı belirtilmekte ve kentsel alanlardan kaynaklanan çevre sorunlarıyla mücadele konusunda yerel yönetimler ve yetkililer işaret edilmektedir. EGCA ise bu sorunları çözmek için bir politika aracı olarak; yerel ortamın iyileştirme çabalarını gerçekleştirmek, şehirlerde yaşam kalitesini ve ekonomik kalkınmayı sağlamak üzere kullanılmaktadır (Avrupa Komisyonu, 2014).

Buna göre; yarışmaya iki yüz bin kişiden fazla nüfusa sahip tüm Avrupa şehirleri Avrupa Yeşil Başkenti olmak üzere başvuru yapabilmekte olup; tüm AB üyesi, AB üyeliğine aday ülkeler ve Avrupa Ekonomik Alanı ülkelerinde bulunan şehirlere açıktır. Nüfusu iki yüz binden az olan ülkelerin en büyük şehirleri Yeşil Avrupa Başkenti adaylığına başvuru yapabilmektedir. Başvuruda bulunacak adaylarda çeşitli somut faaliyetlerde bulunmuş olması beklenmektedir. Bunlar;

- Yetkililerin, vatandaşlar ve özel kurumlarla, iş ve kentsel yaşam koşullarını geliştirmek üzere işbirliği içinde olması,
- Çözümlerin sürdürülebilir bir değişkenlik içerisinde uygulanması,
- Parkların genişletilmesi ve yeni park alanlarının oluşturulması,
- Atık yönetimine modern bir yaklaşım izlenmesi, gürültü kirliliğine yenilikçi çözümler ve sonuçları uzun vadede korumak adına kentsel yönetimde tümleşik bir yol izlenmesidir (Avrupa Komisyonu, 2010).

Bugüne kadar AB ülkelerinden 6 başkent EGCA (Avrupa Yeşil Başkent Ödülü) almaya hak kazanmıştır. Bunlar; 2010 yılı İsveç'ten Stockholm, 2011 yılı Almanya'dan Hamburg, 2012 yılı İspanya'dan Vitoria-Gasteiz, 2013 yılı Fransa'dan Nantes, 2014 yılı Danimarka'dan Copenhagen, 2015 ve 2016 yıllarında ise Birleşik Krallık'tan Bristol ve Slovenya'dan Ljubljna Avrupa Yeşil Başkenti ödülü almaya hak kazanmıştır (Avrupa Komisyonu, 2014).

AVRUPALI SEÇKİN DESTİNASYONLAR (EDEN)

Destinasyon kavramı üzerine çalışan araştırmacıların genel tanımına göre; destinasyonlar, turistler için bütünsel hizmetler (konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence vb.) üreten turizm ürünleri şeklinde tanımlanmaktadır. Turistlerin satın alma hareketini belirleyen önemli etken ise destinasyonun algılanış şekli, yani imajdır (Albayrak ve Özkul, 2013:16). Gallarza'ya göre destinasyon imajı, bölgeyi ziyaret edenlerin bölgeyle ilgili yerel unsurlar (halk, esnaf, diğer ziyaretçiler ve çalışanlar) hakkındaki algısı ve düşüncesidir. Buna göre; imaj algısı olumlu olan destinasyonlar diğerlerine göre avantajlı konumda olacak ve rekabet üstünlüğü elde edecektir. Bir destinasyonun imaj algısının olumlu olmasının koşulunun o destinasyonun iyi yönetilmesiyle mümkün olacağı belirtilmektedir.

EDEN, Avrupa Birliği çapında sürdürülebilir turizm gelişim modellerini teşvik eden bir yarışma projesi olan Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Ağı'nın kısa adıdır. 2007'de geliştirilen proje kapsamında her yıl bir tema belirlenmekte ve belirlenen tema çerçevesinde düşük turist yoğunluğuna sahip, bilinmeyen turizm alanları ortaya çıkartılarak mevcut bilgi ve iletişim ağına dahil edilmekte ve bu sayede tanıtılmaktadır. Amaç yerel ve bölgesel kalkınmanın hızlandırılması ve gelişim gösterme potansiyeli yüksek görülen destinasyonların belirlenmesidir (Avrupa Komisyonu, 2014).

Türkiye 2008'den itibaren EDEN organizasyonunda yer almakta olup; projenin Türkiye'deki uygulamasında Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkilidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). 2007-2013 yılları arasında altı kez düzenlenen EDEN proje

yarışmalarının ilki 2007 yılında gerçekleştirilmiştir. Yarışmaya AB üyesi 9 ülke ve 1 aday ülke katılmış olup Avrupalı 10 destinasyon “En İyi Yeni Avrupalı Kırsal Seçkin Destinasyon” unvanıyla ödüllendirilmiştir. Sonrasında ise Avrupa Komisyonu tarafından belirlenen diğer tema başlıkları ile (kırsal turizm, somut olmayan kültürel miras, korunan alanlar) yarışmalar sürdürülmüştür. Diğer tema başlıkları ise şunlardır;

Tablo 1: EDEN Yarışma Temaları ve Katılan Ülkelerin Sayıları

EDEN Yarışma Yılı	EDEN Yarışma Teması	Yarışan Destinasyon Sayısı
2013	Erişilebilir Turizm	19
2011	İyileştirilmiş Fiziksel Mekanlar	22
2010	Suya Bağlı Turizm	25
2009	Turizm ve Korunan Alanlar	22
2008	Yaşayan Hazine	20
2007	Kırsal Turizm	10
	Toplam	118

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2013).

Bu destinasyonlardan bazıları; Tirolar Oberland – Kaunertal (Avusturya - Erişilebilir Turizm 2013), Marche – en – Famenne (Belçika - İyileştirilmiş Fiziksel Mekanlar –2011), Silistra Region (Bulgaristan – Suya Bağlı Turizm - 2010), Nacionalni park Sjeverni Velebit (Hırvatistan – Turizm ve Korunan Alanlar - 2009), Agros (Güney Kıbrıs – Yaşayan Hazine - 2008), Florina (Yunanistan – Kırsal Turizm - 2007) (Avrupa Komisyonu, 2013).

Türkiye’de EDEN seçilen destinasyonlar başlığına geldiğimizde; 2008 yılından itibaren katılım sağlanan proje kapsamında 15 finalist destinasyon çalışmalara dahil edilmiş ve 2013 yılı dahil olmak üzere 5 ulusal destinasyon EDEN seçilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2: Türkiye’den EDEN Seçilen Destinasyonlar

EDEN Yarışma Yılı	EDEN Yarışma Teması	Türkiye EDEN Destinasyonları
2013	Erişilebilir Turizm	Sakarya - Taraklı
2011	İyileştirilmiş Fiziksel Mekanlar	Ankara - Hamamönü
2010	Suya Bağlı Turizm	Bitlis – Nemrut Krater Gölü
2009	Turizm ve Korunan Alanlar	Kars – Kuyucuk Gölü
2008	Yaşayan Hazine	Edirne - Kırkpınar

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2013).

Engellilik ve Turizm Yasal Düzenlemeleri

Dünya’daki gelişmiş ülkeler “Engelli ve Turizm” ilişkili yasal düzenlemelere gitmişlerdir. Bu düzenlemelerin amacı, engelli bireylerin turizm hizmetlerine katılımını ve kent içi

erişilebilirliğini sağlamaktır. AB tarafından kabul edilen Temel Haklar Şartı'nın 26'ncı maddesi engelli haklarını düzenlemektedir. Madde AB'nin engelli haklarını kabul ettiğini ve bu haklara saygılı olunacağını belirtmekte olup engelli haklarını “Sosyal Politika” kapsamında değerlendirilmektedir. İngiltere’de 1995’de kabul edilen Engelliler Ayrımcılıkla Mücadele Yasası (DDA) ise özellikle servis sağlayıcılar ve turizm sektörü tarafından engelli insanların durumuna politik ve ekonomik açıdan verilen önemin artmasını sağlamıştır. Yasa engelli insanlara yönelik çekim yerleri ve konaklama tesislerini de içererek ayrımcılık yapmak kanunen aykırı hale getirilmiştir (Tablo 3) (Sayın, 2012: 24).

Tablo 3: Dünya Ülkelerinde Engelli Yasaları

ÜLKE	YIL	YASAL DÜZENLEME
Arjantin	1981	Engelli Koruma Sistemi Yasası
Kanada	1982	Anayasa
Çin	1989	Ulusal Kamu Yol ve Binalarına Erişebilme Standartları Yasası
Çin	1990	Çin Engelliler Yasası
Avustralya	1992	Engelliler Ayrımcılıkla Mücadele Yasası
İtalya	1992	Engelli İnsanların Bakım, Hakları ve Sosyal Bütünleşmesi Yasası
Finlandiya	1999	Anayasa
İspanya	2000	Konsej Yönergesi
Çin	2001	Engellilerin Şehir Yol ve Binalara Erişebilmeleri İçin Dizayn Kurallarına İlişkin Yasa
Hollanda	2003	Dezavantajlı Gruplara veya Kronik Hastalara Eşit Muamele Yasası
İsveç	2003	Ayrımcılığı Engelleme Yasası
Çin	2004	Engelsiz Çevre İnşası ve Yönetimine İlişkin Yasa
Almanya	2006	Genel Eşit Muamele Yasası

Kaynak: Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi (APGEM) (2012).

Türkiye’de de engelliler ve turizm kapsamlı bazı düzenlemeler söz konusudur. Yasal anlamda yapılan ilk ve en önemli düzenleme BM Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme’nin imzalanmasıdır. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından 30 Mart 2007 tarihinde New York’ta imzalanan ve Türkiye’nin de taraf olduğu “Engelli Hakları Sözleşmesi” ile birlikte tüm dünyadaki engellilerin hakları dile getirilmiş ve bundan sonra “Engelsiz Turizm” düşüncesi giderek yaygınlaşmaya başlamıştır (Pehlivanoglu, 2012). Sözleşmenin 30 uncu maddesi, engelli bireylerin “Kültürel Yaşama, Dinlenme, Boş Zaman Aktiviteleri ve Spor Faaliyetlerine Katılımı”nı düzenleyerek, sözleşmeye taraf ülkeleri; engellilerin spor, eğlence yerleri ile turistik alanlara erişimini ve diğer bireylerle eşit koşullar altında katılımını sağlamayı amaçlayan tedbirler almaya yöneltmektedir (BM Engelli Hakları Sözleşmesi, 2007: 16).

BM Engelli Hakları Sözleşmesinin kabul edilmesi sonrasında, konuya ilgili sivil toplum örgütlerinden olan Dünya Engelliler Vakfı (WDF), 2012 yılında Dünya Engelliler Birliği (WDU) Projeleri kapsamında, 2012 Engelsiz Yaşam Proje Yılı bağlamında “Erişilebilir Şehir Yönetmeliğini (Accessible City Regulation)” kabul etmiş ve İstanbul Pilot Şehir uygulaması öncülüğünde BM’ye üye ülkelerde uygulamalarını gerçekleştirmeyi amaçlamıştır. Proje, engelli ve yaşlıların topluma tam, etkin ve eşit katılımını sağlamak için; açık alanlar, yarı açık alanlar, kapalı alanlar, kent mobilyaları, toplu taşıma sistemi, bilgilendirme, işaretleme ve hissedilebilir yüzeylerde teknik düzenlemeler yapılmasıyla ilgili başlıklar açılmış ve bu çalışmaların yürütülmesine başlanılmıştır (Dünya Engelliler Vakfı, 2012).

EDEN Kapsamında Engelsiz Turizm

Avrupa Komisyonu “Engelsiz Turizmi” iki başlık halinde değerlendirmektedir. Bunlardan birincisi bizzat bireylerin engelli olmalarından kaynaklanan erişilebilirlik problemleri, ikincisi ise destinasyonların ulaşılabilirliği ve bilinirliği açısından yaşanan problemlerdir. AB Komisyonu tarafından 2004’de hazırlanan Engelli Bireyler İçin Erişilebilir Turizm Hakkında Bilgi Geliştirme raporunda Engelsiz Turizmle ilgili şu başlıklara yer verilmiştir; erişilebilirlik nedir?, turizm sektöründe erişilebilirlik, hizmetlere erişim ve erişilebilir hizmet üretimi. Komisyon raporunda erişilebilirliğin yalnızca engellilik hali veya engellilerin durumuyla ilgili olmadığı belirtilmiş ve erişilebilirliğin özel düzenlemelere ihtiyaç duyulmaksızın bireylerin bağımsız olarak binalara girişlerinin, açık alanları kullanımlarının ve bilgiye ulaşmadaki kolaylıklar ile ilgili olduğuna dikkat çekilmiştir. Turizm sektörünün erişilebilirlik üzerine düşünmesinin gerekliliği sorgulanmış ve turistik tesislerin kalite, fiyat, hizmet ve konumlanma gibi konularda birbirleriyle rekabet ettiklerine dikkat çekilerek erişilebilir tesisler yapmak ve erişilebilir bilgi sağlayarak bu tesislere ulaşılmasını kolay kılmanın müşteriler için ek bir cazibe oluşturduğuna ve rekabet avantajı sağladığı konusunda tespit yapılmıştır (Avrupa Komisyonu, 2004).

AB’de yaşayan engelli bireyler seyahat ve turizm faaliyetleri için istekli olmasına rağmen, turistik tesislerle ilgili eksik bilgilendirme ve yaşadıkları olumsuz deneyimler nedeniyle AB ülkeleri genelinde erişim sağlayabilecekleri bir çok yere seyahat edememektedirler. Rapora göre; erişim önündeki gereksiz engellemeler, erişim ve erişilebilirlik konusu üzerinde düşünmek için başlangıç noktası olmalı ve turistik tesislere ve destinasyonlara erişimin önünde yaratılan şu engellere odaklanılmalıdır; zayıf fiziksel düzenlemeler, dar kapı ve merdivenler gibi mimari engeller, temel ekipman eksiklikleri ve hizmetlerin teslim edildiği yollar. Turistik tesislerin herkes için erişilebilir olması için bir çok tesiste ve yerde fiziksel değişiklikler yapılması gerekebilir. Bu değişiklikleri yapmak bazı kuruluşlar için kaynak sorunu yaratabileceğinden bunun teşvik edilmesi gerekmekte olduğundan bu konu bazı AB ülkelerinde yasalarla düzenlenmiştir. Teşvik sayesinde bu düzenlemeleri yapmaya finansal imkanı elverişli olmayan tesislerin de gerekli çalışmaları yapmasının önü açılacaktır. Bu hedeflere ulaşmak turizm sektörü için pazar artışını sağlayacaktır (Avrupa Komisyonu, 2004).

Erişim genellikle fiziksel erişim ve/veya bilgiye erişim olarak değerlendirilse de turistik tesislerde verilen hizmeti uygun, ayırmacı olmayan bir şekilde verememek te ciddi bir engeldir. Bunun sebebi ise iletişim bozukluğu, eksik veya kötü eğitilmiş personeldir. İyi ve erişilebilir hizmet üretebilmenin anahtarı engelli bireylerin de diğer müşteriler gibi onlardan farksız olduğunu anlamak ve saygılı şekilde davranmaktır (Avrupa Komisyonu, 2004).

2013 yılında Erişilebilir Turizm teması adı altında düzenlenen yarışma turizm faaliyetleri için erişilebilirliği engelli ve yaşlı turistlerin özel ihtiyaçlarının sınırlamalar olmadan genel bir hizmet anlayışıyla hayata geçirilmesini hedeflemiş ve ayrıca EDEN destinasyonlarına tüm ziyaretçilerin kolaylıkla ulaşabilmesi ve hizmet üretiminin yüksek kaliteli ve eğitilmiş personel tarafından yerine getirilmesini öngörmüştür. Bu doğrultuda belirlenen başlıklar şunlardır: Engelsiz destinasyon (altyapı ve tesisler), tüm ziyaretçiler için uygun araç ve vasıtalarla erişilebilirliğin sağlanması, hizmetlerin yüksek kaliteli ve eğitilmiş personel tarafından sunulması, turistik etkinliklere herkesin katılımını sağlaması, pazarlama ve rezervasyon sistemlerinin, web siteleri ve servislerinin tümünün erişilebilir olması (Avrupa Komisyonu, 2013).

Yarışma sonucunda AB ülkelerinden 19 destinasyon EDEN ilan edilmiştir. Bunlardan bazıları:

Avusturya – Kaunertal Valley: Avusturya’da bulunan ve 2.750 metre yükseklikte buzlarla kaplı olan bölge fiziksel engelli kişiler için tam erişilebilir şekilde düzenlenmiştir. Tekerlekli sandalye kullananlar, hareket engelli bireyler, küçük çocuklar için özel düzenlenmiş alanlar bulunmaktadır. Bölge kış sporlarının yapılabildiği bir bölge olup engelli araçları, Kaunertal buzulları üzerinde hareket edebilen asansörler sayesinde tam olarak erişilebilir durumdadır (Avrupa Komisyonu, 2013).

Belçika – Louvain-la- Neuve: Louvain-la-Neuve kenti tamamıyla erişilebilir yapma politikaları ve fikirleriyle inşa edilmiştir. Bütçeden her yıl şehrin erişilebilirliğini iyileştirmek için tahsisat yapılmaktadır. Bu kaynak, şehir merkezindeki kaldırımların yenilenmesi, binalar için engellilerin erişimini sağlayacak düzenlemelerin yapılması ve bazı binalar için erişim rampası inşası gibi engelsizlik çalışmalarında kullanılmaktadır. Şehirde tekerlekli sandalye kullanan engelliler için kapalı yollar oluşturulmuş ve ayrıca çocuklu ailelerin kullanabileceği seçimlik yürüyüş yolları oluşturulmuştur (Avrupa Komisyonu, 2013).

Türkiye- Taraklı: Taraklı, adını şimşir tarak yapımından almış olan ve Sakarya’ya bağlı olan bir ilçedir. Ses ve çevre kirliliğinden uzak konumuyla İtalya merkezli Cittaslow (Sakin Şehir) ağına dahil olan nadir destinasyonlar arasındadır. İlçe tarihi İpek Yolu üzerinde yer almaktadır. Bu yol üzerinde kalan tek ahşap han olan Hacı Atıf Han buaradadır. Osmanlı ahşap mimarisinin günümüze kadar gelen örnekleri ve bozulmamış tarihi dokusuyla, 16. Yüzyıldan kalan Yunus Paşa Camisi, doğal anıt kabul edilen 700 yıllık çınar ağacı, tahta kaşık ve Taraklı bezinden yapılmış dokumalarıyla kendine özgü bir

destinasyondur. İlçedeki tüm önemli noktalara erişim engelsizdir. İlçede bulunan tarihi konaklar butik otel şeklinde hizmet vermektedir. Burada bulunan konakların geçmişleri bir asırdan fazlaya dayanmaktadır. Taraklı'da yaşayan sakinler ve yerel girişimciler gençlerin, kadınların ve özürülülerin festival ve toplantılara katılımlarını teşvik etmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

YÖNTEM

Araştırmanın amacı; kongre konu başlıklarından olan “Engelsiz Şehirler ve Destinasyon Yönetimi” içeriği (Türkiye’de ve Dünya’da engelli turizmine yönelik yapılanmış şehir örnekleri ve bunların turistik destinasyon yönetimi açısından ele alınması.) doğrultusunda Türkiye’de yapılan çalışmaların (engellilere yönelik yasal düzenlemeler, fiziki kent düzenlemeleri, turizm merkezi düzenlemesi vb.) neler olduğunu belirlemek olup; yöntem olarak kavramsal çalışma (literatür taraması) ve uygulamalı çalışma (ulusal medyada engelsizlik haber taraması ve haberlerin analizi) kullanılmıştır.

Kavramsal çalışma için faydalanılan kaynaklar; Anadolu Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Dünya Engelliler Vakfı, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Avrupa Komisyonu, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İstatistik Kurumu, interpress medya takip merkezi, Dünya Bankası, Turkish Studies, İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından yayımlanan makale, kitap ve raporlardan oluşmaktadır.

Uygulamalı çalışmada ise; Türkiye’nin 30 Mart 2007’de imza koyduğu “BM Engelli Hakları Sözleşmesi”nin Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) tarafından Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşmenin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanunla 3/12/2008 tarihinde kabul edilerek 18/12/2008 tarih ve 27084 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girdiği tarihten itibaren engelsizlikle ilgili yapılan faaliyet ve çalışmaları tespit etmek üzere, ulusal yazılı medyaya yansıyan “engelsizlik” düzenlemelerine ilişkin faaliyetlerin ve “engellilerle” ilgili yapılan haberlerin internet üzerinden taranması ve bunlar arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak analiz edilmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Böylece çalışma yöntem olarak Niceliksel Tasarım Türlerinden olan “niceliksel içerik analizi tasarımı” üzerine kurgulanmıştır. İçerik analizi; iletişimin ifade edilmiş içeriğinin nesnel, sistemli ve niceliksel betimlemesini yapan araştırma tekniğidir (Borg’dan aktaran Erdoğan, 2012: 180). Buna göre “engelsizlik faaliyetleriyle” ilgili haberler iki kategoriye ayrılarak kodlanmıştır. Haberlerde yer alan engelsizlik faaliyetlerini (çevre düzenlemesi, ulaşım ve erişilebilirlik düzenlemesi, enformasyon ve iletişim düzenlemesi, kültür-sanat-egitim ve spor etkinliği, istihdam destekleri, turizm merkezi düzenlemesi, farkındalık mesajları, engelli kesime yönelik haberler), bu faaliyetlerin hangi kurum ve kuruluşlar (merkezi yönetim, yerel yönetim, üniversite, sivil toplum kuruluşu, özel sektör, ulusal yazılı medya) tarafından gerçekleştirildiğiyle ilişkilendirmiştir.

Çalışma yöntemine uygun olarak engelsizlik faaliyetleriyle ilgili haberler “interpress medya takip merkezi 1940” aracılığıyla “interWeb Online Medya Takip Sistemi” üzerinden taranmıştır. Tarama 18.12.2008 / 25.07.2014 tarih aralığındaki günlük ve ulusal düzeyde baskı yapan gazete ve dergiler ile bunların eklerini de içermiştir. Haber taraması “Engelli Genel” kategorisinde ve anahtar kelime olarak “engelsiz” girilerek gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni; “Engelli Genel” kategorisindeki “Engelsiz” anahtar kelimesi ile 18.12.2008 / 25.07.2014 tarih aralığında ulaşılan 630 haber olup; örneklem sayısı $\pm \% 1$ kabul edilebilir hata payı gözetilerek, $[n = (N \cdot t^2 \cdot p \cdot q) / d^2 \cdot (N-1) + t^2 \cdot p \cdot q]$ formülü ile $[(n/\text{örneklem} = ?) (N/\text{evren} = 630), (t/\text{güven aralığı katsayısı} = 2,58), (p/\text{olayın görülme sıklığı} = 0,125), (q/\text{olayın görülmemesi sıklığı} = 0,875)]$ yaklaşık 199 olarak belirlenmiştir (Sümbüloğlu, 2004). Örneklem olarak kullanılacak olan haberlerin seçiminde “Olasılıklı Örneklem Alma” yöntemlerinden olan “Sistemli Rastlantısal Örneklem” türü kullanılmıştır. Bu tür örneklem alma olasılıklı seçme süreçlerini kullanarak elde edilir. Olasılıklı örneklemde, nüfusu oluşturan her birime (gazeteye, izleyiciye, programa) eşit seçilme şansı verecek bir seçme süreci izlenmelidir (Erdoğan, 2012: 205). Bu doğrultuda; N(evren) sayısının, n (örneklem) sayısına bölünerek $[(N=630) / n(199) = 3,16]$ örneklem seçme aralığı belirlenmiş olup; araştırma için belirlenen evren sayısı (630 haber) 1’den 630’a kadar numaralandırılmış ve örneklem seçme aralığının 3 olmasından dolayı, 2 no’lu haberden başlamak üzere her 3’üncü haber örnekleme dahil edilmiştir. Örneklem seçiminde kullanılan yöntem ile, belirtilmiş olan tarih aralığındaki haberlerin her birisine eşit şans veren bir seçme süreci yaşanmıştır (Erdoğan, 2012: 207).

BULGULAR

Örneklemde yer alan 199 haberin taranması sonucu elde edilen verilerin analizi sonucunda; “BM Engelli Hakları Sözleşmesi”nin Türkiye’de yürürlüğe girmesi sonrasında yapılan düzenleme ve etkinliklerle ilgili ulusal yazılı medyaya yansıyan 194 haberden 8’i turizm merkezlerinde yapılan engelsizlik düzenlemeleri olup; yüzdelik dilim karşılığı % 4,1’dir. Bu düzenlemelerin 6’sı yerel yönetimler 2’si ise üniversiteler tarafından gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte haber içerikleri yapılan düzenlemelerin geniş ölçekli olmayıp rekreasyon alanı düzenlemesi şeklinde daha küçük ölçekli olduğunu aktarmaktadır. Direkt olarak “engelsiz turizm” ile bağlantı kurabileceğimiz başlıklardan olan çevre düzenlemesi sayısı 4 olup düzenlemelerin % 2,1’ ini oluşturmaktadır. Bu iki başlığın toplam yüzde dağılım içindeki karşılığı % 6,2 olarak değerlendirilmektedir.

Engelsiz yaşama dair yapılan düzenlemelerin 23’er tanesi ulaşım - erişilebilirlik ve enformasyon - iletişim düzenlemelerine yöneliktir. Her iki başlığın toplam dağılım içindeki payı eşit (% 11,9) olmak üzere toplamda ise % 23,8’dir. Yayınlanan haberler özellikle teknolojiye yaşanan gelişmelerin etkisiyle, engellilerin enformasyon ve iletişim sorunlarının çözümü üzerine olumlu çalışmalar yapıldığını aktarmaktadır. Bu çalışmaların en kapsamlılarını ise telekomünikasyon alanında faaliyet göstermekte olan (Turkcell, Avea, Vodafone vb.) büyük gruplar gerçekleştirmiştir. Bu iki alanda gerçekleşen 46 faaliyetin 16’sı üniversiteler, 14’ü yerel yönetimler, 8’i merkezi yönetim, 6’sı STK’lar ve

son olarak 2'si ise özel sektör temsilcilerine aittir. Üniversiteler araştırma - geliştirme ve sosyal sorumluluk kapsamında faaliyet geliştirirken özel sektör temsilcileri ise teknoloji geliştirme ve sosyal sorumluluk fonksiyonlarını yerine getirmişlerdir.

Araştırma sonuçları; kültür, sanat, eğitim ve sportif faaliyet ve etkinliklerin sayısının 50 olduğunu ve toplam dağılım içindeki yerinin tek başına % 25,8 olduğunu ve bu etkinliklerin 19'unun yerel yönetimler, 10'unun ise STK' lar tarafından gerçekleştirildiğini göstermiştir. Engellilerin istihdamı söz konusu olduğunda ise toplam faaliyet sayısının 5 olduğu ve % 2,6'lık dilime karşılık geldiği görülmektedir. Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi şartını bireylerin ekonomik imkan artışlarıyla ilişkilendirecek olursak, bu alandaki faaliyetlerin sayısının düşük kaldığı görülmektedir. Yapılan haber içerik taramalarında 66 adet haberin çeşitli medya grupları ve bunların temsilcileri olan muhabir ve yazarların engellilere yönelik yapılan faaliyet ve düzenlemelerin eleştirisi veya yapılmayan ama yapılması gerekenlerin ne olduğu niteliğindeki yorumlardan ibaret olduğu ve toplam dağılım içinde % 34'e tekabül ettiği, 15 haberin (%7,7) engelli bireyler, engellilik durumu ve engelsiz yaşama dair farkındalık mesajı veren toplantı ve organizasyonlar olduğu görülmüştür (Tablo 4).

Araştırma sonuçlarını engelsizlik faaliyetlerini düzenleyen kurum ve kuruluşlar açısından değerlendirecek olursak; yerel yönetimlerin 49 faaliyet (%25,3) ile ilk sırada yer aldığını ve bu faaliyetlerin kültür, sanat, eğitim ve sportif etkinlikler ile ulaşım ve erişilebilirlik üzerinde yoğunlaştığı, sonrasında üniversitelerin 30 faaliyet (%15,5) geliştirdiği ve bunların yoğunlukla enformasyon ve iletişim, ulaşım ve erişilebilirlik ve kültür, sanat, eğitim ve sportif etkinlikler olduğu, merkezi yönetim tarafından gerçekleştirilen faaliyet sayısının 21 (%10,8) ve bunların kültür, sanat, eğitim ve sportif etkinliklere yönelik olduğu, STK'ların gerçekleştirdiği 19 faaliyetin (% 9,8) 10'unun kültür, sanat, eğitim ve sportif etkinliklere yönelik olduğu ve son olarak özel sektör temsilcilerinin toplamda 10 faaliyette bulunduğu (% 5,2), bu faaliyetlerin 6'sının kültür, sanat, eğitim ve sportif etkinlikler, 2'sinin ise enformasyon ve iletişime yönelik olduğu görülmektedir. 8 turizm merkezi düzenlemesinin 6'sı yerel yönetimler, 2'si ise üniversiteler tarafından; 4 çevre düzenlemesinin ise 3'ü yerel yönetimler, 1'i ise üniversite tarafından gerçekleştirilmiştir.

Geriye kalan 65 haberin (% 33,5) içeriği engelsiz yaşam faaliyeti gerçekleştirmeye yönelik icracı nitelikte olmayıp, engellilik hali ve engelsiz yaşamın tahsisine yönelik eleştiri ve yorumlardan oluşmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: Ulusal Medyada Yer Alan Engelsizlik Düzenlemeleri

Engelsizlik Faaliyeti	Faaliyet Kurumu						Toplam
	Merkezi Yönetim	Yerel Yönetim	Üniversite	STK	Özel Sektör	Medya	
Çevre Düzenlemesi	0	3	1	0	0	0	4
Ulaşım ve Erişilebilirlik Düzenlemeleri	3	11	6	3	0	0	23
Enformasyon ve İletişim Düzenlemeleri	5	3	10	3	2	0	23
Kültür, Sanat, Eğitim ve Spor Etkinlikleri	9	19	6	10	6	0	50
İstihdam Destekleri	0	1	4	0	0	0	5
Turizm Merkezi Düzenlemesi	0	6	2	0	0	0	8
Farkındalık Mesajları	4	5	1	3	2	0	15
Haber	0	1	0	0	0	65	66
Toplam	21	49	30	19	10	65	194

SONUÇ VE ÖNERİLER

Engellilik, hayatın her anında (hamilelik, hastalık, kaza vb.) kalıcı veya geçici olarak herkesin karşılaşabileceği bir durumdur. Bu durumla karşılaşıldığında yalnızca engelli bireyin kendisi değil, aynı zamanda ailesi, yakın çevresi ve daha genelde ise toplum etkilenebilmektedir. Bu nedenle gerek ülkemizde ve gerekse diğer ülkelerde, karar alıcıların ve baskı gruplarının (hükümetler, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, ulusal ve uluslararası kuruluşlar ve diğer ilgi grupları) hukuksal, fiziksel ve toplumsal düzenlemelerle engelliler için pozitif ayrımcılık yapması ve bu kesimin de aynen sağlıklı bireyler gibi her türlü aktiviteye katılımının önündeki engellerin kaldırılması için özen göstermesi bir görev olmaktan öte zorunluluktur.

Araştırma bulguları; Türkiye’de gerçekleştirilen engelsizlik ve turizm ilişkili düzenlemelerin yalnızca % 6,2’sinin direkt olarak engelsiz yaşamı ve turizm merkezlerindeki erişilebilirliği (turizm alanı rekreasyon faaliyeti ve çevre düzenlemesi) ilgilendirdiği görülmektedir. Bu düşük bir oran olmakla birlikte, veri içerikleri incelendiğinde yapılan düzenlemelerin oldukça küçük çaplı düzenlemeler olduğu; engelsizlik faaliyetlerini düzenleyen kurum ve kuruluş temsilcilerinin engelli bireyler ve engellilik durumlarına yaklaşımlarının moral ve motivasyon artırıcı etkinliklerden (Kültür, sanat, eğitim ve spor faaliyetlerinin oranı % 25,8) ibaret olduğu anlaşılmaktadır. Yine engelsizlikle ilgili yayınlanan haberlerin % 34’ünün yalnızca eleştiri, yorum ve tavsiyeden oluştuğunu da değerlendirdiğimizde, gerçek anlamda engellilerin erişimini sağlayacak fiziki düzenlemeleri hayata geçirebilmenin oldukça uzağında olduğumuz anlaşılmaktadır.

Engelsiz turizm düşüncesinin kentlerde ve turizm merkezlerinde karşılığını bulabilmesi için fiziki alan düzenlemelerine daha fazla önem verilmesi gerekli olduğu anlaşılmakta olup; bu anlayışla (erişilebilirlik) planlanan kentlerin engelliler için yaşam kalitesini yükseltici etki yapacağı düşünülmektedir. Bu anlayışın turistik destinasyonları planlayanlar tarafından da benimsenmesi ve uygulanması sonucunda o destinasyonlar hem sağlıklı hem de engelli bireyler tarafından tercih edilir hale gelebilecektir.

Konuyu yasal düzenlemeler açısından ele aldığımızda, engellilerin erişilebilirliğine yönelik yapılan düzenlemelerin 1980’li yıllarda başladığını görmekteyiz. Bu alanda düzenleme yapan ülkelere bazıları anayasal düzenlemelerle engelli erişilebilirliğini güvence altına alırken, bazıları ise ikincil mevzuatlarında özel düzenlemeler yapmışlardır. Engellilerin erişilebilirliğinin güvence altına alınmasıyla ilgili düzenleme yapan ülkelere dikkat edildiğinde, bunların ekonomik gelişmişlik, sosyal haklar, demokrasi uygulamaları ve insan hakları bakımından önder kabul edilen ülkeler olduğu değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme kişisel bir görüş olmakla birlikte, bu ülkeleri İnsani Gelişme Endeksi ile ele aldığımızda; Avustralya (2’inci), Amerika Birleşik Devletleri (3’üncü), Hollanda (4’üncü), Almanya (5’inci), İsveç (7’inci), Kanada (11’inci), Finlandiya (21’inci), ve İtalya (25’inci) gibi “Çok Yüksek İnsani Gelişme” sınıfında yer alan Kuzey Amerika veya Avrupa kıtası ülkeleri olduğu görülmektedir (Birleşmiş Milletler, 2013: 144).

Türkiye’de ise engellilerin erişilebilirliklerini güvence altına alan ilk ve en önemli düzenleme Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan ve Türkiye’nin de 30 Mart 2007 tarihinde imzalamış olduğu “Engelli Hakları Sözleşmesi”dir. Konuyla ilgili düzenlemelerin 1980’li yıllarda başladığını düşünecek olursak Türkiye’nin yaklaşık 30 yıllık bir gecikmeyle gündemi takip ettiği görülmektedir. Bu tespitten yola çıkarsak engelliler için yapılan turizm düzenlemelerinin niteliği ve gerek özel sektör temsilcileri (otel, motel, tatil köyü vb. konaklama işletmeleri) gerekse kamu kurum ve kuruluşlarının (Yerel yönetimler, ulaşım ile ilgili altyapı ve üstyapı çalışmalarını yürüten bakanlık ve genel müdürlükler, çevreyle ilgili düzenlemeleri yapan bakanlık ve genel müdürlükler) engellilerin turizm hareketliliklerine katılımına engel olan sorunlara bakış açıları ve bu alanda yapacakları düzenlemeler Türkiye’nin gelişmişlik seviyesinin yükselmesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Engelli hakları konusunda en detaylı çalışmaların ABD ve AB tarafından yapıldığı görülmektedir. ABD tarafından yapılan yasal düzenlemeler engellilerin “Serbest Bırakılma Bildirisi” olarak bilinmekte olup; ülkede yaşayan engellilerin istihdam, barınma ve ulaşım ile ilgili haklarını garanti altına almıştır. AB’de kabul edilen Temel Haklar Şartı ise engelli haklarını kabul ederek bu haklara karşı saygılı olunacağını deklare eden ve bunları “Sosyal Politika” olarak değerlendiren bir anlayışa sahiptir. Turizm faaliyetlerini sosyal politikaya dahil eden AB Komisyonu engelli turistlerin ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için elindeki mevcut olanakları listeleyen bir “Turizm Endüstrisi El Kitabı” hazırlamıştır.

EDEN projesi kapsamında düzenlenen yarışmaların teması her yıl değişiklik göstermekte olup 2013 yılı teması “Erişilebilir Turizm” olarak belirlenmiştir. AB’ye üye ve AB’ye aday üye ülkeler arasından yarışmaya katılan destinasyonlardan 19’u “Erişilebilir Turizm” temasında Avrupa’nın Seçkin Destinasyonu olarak ilan edilmiştir. Böylelikle yapmış olduğu yasal düzenlemeleri uygulamada da hayata geçirerek AB ülkelerinin engelsiz turizm konusundaki duyarlılığının altı çizilmiştir. Yarışmaya Türkiye’den yapılan 30 başvuru arasından Karaman, Seferihisar ve Taraklı finalist olmuş ve Taraklı Türkiye’yi temsilen “Avrupa’nın Seçkin Destinasyonu” ilan edilmiştir. Sakarya’ya bağlı olan ve adını şimşir tarak yapımından alan Taraklı ilçesi tarihi ipek yolu üzerinde yer alan ve Osmanlı topraklarına katılışıyla ilgili fethinin 1289-1293 yılların arasında olduğu ihtilafla rivayet edilen bu ilçe eski konaklara sahiptir. İlçenin “Erişilebilir Turizm” teması ile seçilmesi esasen Avrupa Komisyonunun engelsiz turizm kavramını iki başlık olarak ele almasıyla ilişkilidir. Avrupa Komisyonu bireylerin engelliliği dolayısıyla yaşanan erişilebilirliği ana sorunsal olarak ele alırken, destinasyonların tanınırlığıyla ilgili sorunlar nedeniyle yaşanan ulaşılama durumlarını da ilgili destinasyona erişilebilirlik sorunsalı olarak kabul etmektedir. Bu anlamda Taraklı ilçesini destinasyona olan erişilebilirlik sorunsalı olarak ele almak daha doğru olacaktır.

EDEN seçilen diğer ülkelerdeki örnekler incelendiğinde bireylerin engelliliklerinin giderilmesi açısından son derece başarılı örnekler olduğunu görmekteyiz. Bunlar; Avusturya’daki Kaunertal Valley bölgesi 2.750 metre yükseklikte olup 30 yıldan beri tekerlekli sandalye kullanıcıları için kış sporları alanında engelsiz tatil hizmeti sağlamaktadır. Bu bölge fiziksel engelliler için tam erişilebilir şekilde düzenlenmiştir. Engelli araçlarını buzullar üzerinde hareket edebilen asansörler sayesinde kayak pistlerine ulaşım konusunda tam erişim sağlanacak konumdadır. Belçika’da bulunan Lauvain-la-Neuve bölgesi ise engelli bireylerin bölgenin her noktasına tamamen erişebilmesine imkan verecek şekilde düzenlenmektedir. Burada yer alan binalara, engellilerin girişlerini mümkün kılacak şekilde erişim rampaları inşa edilmiştir. Şehirde tekerlekli sandalye kullanan engelli bireyler için kapalı yollar inşa edilerek her noktaya ulaşım sağlanılmasına çalışılmaktadır. İki örnek de iyi uygulamalar olarak Taraklı’da yapılacak erişilebilirlik çalışmalarına rehber olacak niteliktedir.

Sonuç olarak her insan hayatının bir döneminde yaşlılık hali, hamilelik durumu veya sakatlanma gibi nedenlerle geçici de olsa engellilik durumuyla karşılaşabilir. Bu engellilik durumu süreli yaşanabileceği gibi geçici süreler için de yaşanabilir. Bu yüzden Türkiye’nin de engelsiz planlama ve engelsiz turizm konularındaki çalışmalara gerekli önemi vermesi gerekmektedir. Türkiye’deki çalışmalar Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir. Fakat şehir planlamalarının yerel yönetimler eliyle gerçekleştirildiği düşünüldüğünde, ilgili Bakanlığın bu konudaki önemli paydaşların başında gelen Belediyeleri teşvik etmesi ve belki de projelerin koordinasyonunu yürütmesi faydalı olacaktır. Belediyeler bu alandaki bilgi ağlarını yakından takip etmeleri ve iyi uygulamaları kendilerine yol haritası olarak seçmeleri

gerekmektedir. Şehirlerin ve turizm merkezlerinin her kesimden insanlar için erişilebilir olması ancak bu şekilde mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akdeniz Üniversitesi (2012). Engelsiz Turizm Sempozyumu. [URL:http://apgem.akdeniz.edu.tr/v2/template/content/projeler/eaet/ciktilar/sem_engelli_kapali.pdf] (Erişim:01.06.2014).
- Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi (APGEM) (2012). Antalya’da Engelli Turizminin Gelişimi İçin Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma.[URL:http://apgem.akdeniz.edu.tr/v2/template/content/projeler/eaet/ciktilar/kitap_engelli_son_kapali.pdf] (Erişim: 28.06.2014).
- Albayrak,A., Özkul,E.(2013).Y Kuşağı Turistlerin Destinasyon İmaj Algıları Üzerine Bir Araştırma.Turkish Studies,8(6),15-31.
- Dünya Engelliler Vakfı (2012). Erişilebilir Şehir Yönetmeliği. [URL:<http://www.devturkiye.org/upload/files/ErisilebilirSehirYonetmeliğiKISASUNUM.pdf>] (Erişim:10.06.201).
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2013). [URL:http://www.eyh.gov.tr/upload/Node/8137/files/bm_engellihaklarisozlesmesi.pdf] (Erişim: 10.06.2014).
- European Commission (2013). Accessible Tourism. [URL:http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/destinations2013/index_en.htm] (Erişim: 02.07.2014).
- European Commission (2013). EDEN Discover Europe’s Hidden Treasures. [URL:http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/what-is_eden/index_en.htm]. DOI: 10.2769/88054 (Erişim: 19.06.2014).
- European Commission (2004). Improving Information on Accessible Tourism for DisabledPeople.[URL:http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/improving_information_on_accessibility/improving_accessibility_en.pdf] (Erişim:10.06.2014).
- European Commission (2010). Environment, European Green Capital, About the Award,Policy&Background.[URL:<http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/about-the-award/policy-guidance/index.html>] (Erişim: 24.07.2014).
- European Commission (2010). European Commission, Environment, European Green Capital, Publications, Award Publications, Measuring Urban Sustainability, Analysis of the European Green Capital Award 2010&2011 application round. [URL:http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/wpcontent/uploads/2013/02/egc_analysis2010-2011.pdf] (Erişim: 24.07.2014).
- European Commission, Environment, European Green Capital, Winning Cities. [URL:<http://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/winningcities/index.html>] (Erişim: 24.07.2014).

Erdoğan, İ.(2012). Pozitivist Metodoloji ve Ötesi: Araştırma Tasarımları, Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler. Ankara: Erk Yayınları.

interpress medya takip merkezi, Yazılımlar, Interweb
[URL:[http://beta.interpress.com/\(S\(1lhgcumbldoklsoy51x4b2\)\)/Default.aspx?ln=tr](http://beta.interpress.com/(S(1lhgcumbldoklsoy51x4b2))/Default.aspx?ln=tr)] (Erişim: 25.07.2014)

Karabıyık, N., Sümer İnci,B.(2012). Destinasyon Pazarlamasında Pazarlama Stratejisi ve Konumlandırma Çalışmalarına Kavramsal Yaklaşım. Istanbul Journal of Social Sciences. Summer (2). ISSN:2147-3390 DOI

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013). Avrupalı Seçkin Destinasyonlar. [URL: <http://www.edenturkiye.org/>] (Erişim: 19.06.2014).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013). Avrupalı Seçkin Destinasyonlar “Erişilebilir Turizm” 2013 Yılı Ulusal Destinasyon Belirleme Yarışması Başvuru Rehberi. [URL:<http://www.edenturkiye.org/docs/EDEN%202013Ba%C5%9Fvuru%20rehberi.pdf?0>] (Erişim: 02.07.2014).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2012). Avrupalı Seçkin Destinasyonlar. [URL:[http://www.edenturkiye.org/docs/Eden%20Kitapcik%20\(TR\)_opt.pdf](http://www.edenturkiye.org/docs/Eden%20Kitapcik%20(TR)_opt.pdf)] (Erişim: 19.06.2014).

Öztürk,Y.(2013). Destinasyon Yönetim Örgütleri. Aksöz,A(ed.), Destinasyon yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Öztürk,Y.(2013). Destinasyon Yönetim Örgütleri. Kozak, M(ed.), Destinasyon Odaklı Toplam Kalite Yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Öztürk,Y.(2013). Destinasyon Yönetim Örgütleri. Kozak, M(ed.), Destinasyon Yönetimi ve Kıyaslama. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Öztürk,Y.(2013). Destinasyon Yönetim Örgütleri. Yeşiltaş, M(ed.), Destinasyon Geliştirme ve Planlama. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Sümbüloğlu, V., Sümbüloğlu, K.(2004). Sağlık Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Hatipoğlu Basım ve Yayım.

Türkiye İstatistik Kurumu (2010). TÜİK, Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması, 2010 [URL:http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1017] (Erişim: 25.06.2014).

Türkiye İstatistik Kurumu (2011). TÜİK, Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması Haber Bülteni. [URL:<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6370>] (Erişim: 25.06.2014).

United Nations Development Programme (UNDP) (2013). Human Development Report2013.[URL:http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013_en_complete.pdf] (Erişim: 19.09.2014).

World Health Organization (2011). World Report on Disability. [URL:<http://siteresources.worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/455687-1328710754698/YoneticiOzeti.pdf>] (Erişim: 20.06.2014).

ALANYA’NIN ENGELLİ TURİZMİNE İLİŞKİN DURUMUNUN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA

Düriye BOZOK

*Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
duriye_bozok@yahoo.com*

Çisem KAYA

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
kayacisem@gmail.com*

Övgü AÇIKSÖZLÜ

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ovgu_aciksozlu@hotmail.com*

ÖZET

Engelsiz Turizmin, engellilerin topluma bağımsız olarak dâhil edilmesi stratejisi doğrultusunda, engelli bireylerin saygın ve eşit muamele ile özgürce tatil yaparak toplumsal yaşama katılma haklarına erişimlerinin sağlanması hedeflenmektedir. Bu hedef bağlamında dünyada ve Türkiye’de birçok proje geliştirilmekte ve uygulamaya konmaktadır. Bu projelerden birisi de, Alanya İlçesinde 2011 tarihinde tüm tarafların katılımı ile imzalanan Engelsiz Turizm Kenti Alanya Projesi’dir.

Bu çalışmanın amacı, turizm sektörü açısından oldukça önem taşıyan Alanya destinasyonunda engelli turizmine yönelik durum tespitini yapmaktır. Böylelikle bu konuda yapılan planlama çalışmalarının önemi vurgulanmış ve engellilerin Alanya içerisindeki seyahat imkânını artırmaya yönelik öneriler getirilmiştir. Çalışmada veri toplama tekniği olarak, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme ve gözlem teknikleri kullanılmıştır. Toplamda 17 kişiyle yüz yüze görüşme ve gözlem yapılmıştır. Ayrıca, görüşmelere ek olarak 6 adet çekim merkezinde yalnızca gözlem yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; Alanya ilçesinin, engelli turizmi için altyapı ve üstyapı düzenleme çalışmalarına sahip olduğu ancak yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca otel işletmelerinin de mimari düzenlemeler ve donanım açısından yetersiz olduğu görülmüştür. Ancak Alanya belediyesi tarafından oluşturulan Engelli Yaşam Merkezi, her alanda engelli bireylere yönelik hizmet verebilecek düzenlemeleri planlamaları ve uygulamaları gerçekleştirmektedir. Bu alanda hazırlanan çalışmalarda farklı sektörlerin işbirliğine büyük ölçüde önem verilmektedir. Bu bağlamda Alanya kentinin diğer kentler için de örnek olabileceği düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Engelli Turizmi, Alanya, Alanya’da Engelli Turizmi*

GİRİŞ

Engellilik kavramı; bireyin bir veya daha fazla ana yaşamsal aktivitesini büyük ölçüde sınırlayan fiziksel veya zihinsel bozukluğu, bu tarz bir bozukluğun kaydını veya bu tarz bozukluğu olduğu kabul edilenleri karşılamaktadır. İnsanlar doğuştan gelen bir bozukluk sebebiyle engelli olmasalar da her an doğal afetler, trafik ve iş kazaları, terör eylemleri gibi nedenler sonucunda engelli olabilirler.

Turizm endüstrisi, yapısı gereği birbirinden çok farklı değerlere ve görünüşlere sahip

insanlara ev sahipliği yapmaktadır. Dezavantajlı gruplardan biri olarak görülen engelli bireyler turizm endüstrisinin misafirlerinden sadece bir grubunu oluşturmaktadırlar. Turizm endüstrisi dezavantajlı gruplara yönelik ayrımcılıklara karşı durarak tamamen tarafsız şekilde her bireye eşit hakları sağlamalıdır.

Yaşayan her canlının olduğu gibi insanların ve dolayısıyla engelli bireylerinde gezmeye, eğlenmeye, dinlenmeye, farklı yerleri keşfetmeye, farklı kültürleri öğrenmeye hem hakkı hem de ihtiyacı vardır. Bu sebeple engelli bireylerin bu tip isteklerini karşılayabilmeleri amacıyla bir takım düzenlemelere ve yardımlara ihtiyaç duydukları bilinmektedir. Bu düzenlemeleri ve yardımları engelli bireylere sağlayabilecek olankimselertoplumun bütünü oluşturmaktadır.

Engelli turizmi, ancak gerekli düzenlemelerin yapılması sonucu gerçekleşebilecek bir turizm çeşididir. Gerekli düzenlemelerin maliyetleri yüksek olsa da, engelli bireylerin tek başına veya bir refakatçiyle seyahat edebilmeleri ve turizme sorunsuzca katılabilmeleri sağlamaktadır. Bununla beraber bir yandan engelli bireylerin gelişimini, özgüvenini arttırmakta ve diğer bireylere bağımlılığını azaltmakta, diğer yandan da engelli turizminin gelişmesine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır. Engelli seyahatinin artmasıyla turizm gelirlerinde hissedilir oranda yükselme meydana gelecektir. Böylece engelli turizmi, için yapılan düzenlemelere yönelik maliyetler, uzun dönemde kar sağlayıcı olacaktır. İfade edilen bu unsurlar, çalışmanın önemini açıkça ortaya koymaktadır.

Engellilerin turizme katılabilmesi için yapılacak düzenlemelerin mutlaka bir plan/planlama dâhilinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bunun için bölge içinde bulunan işletmelerin, derneklerin ve yerel yönetimlerin işbirliği yaptığı çalışmalar oluşturulmalıdır. Turistik bir bölgenin gelişim sürecinin planlama çalışmaları kapsamında gerçekleştirilmesi, o bölgenin gelişiminin ve bölgedeki turistik ürünlerin yapısının istenilen düzeyde olmasını sağlayacaktır.

Alanya, tarihi özellikleri ve doğal yapısı ile önemli bir turizm destinasyonu olarak değerlendirilebilir. Turizm faaliyetlerine katılma konusunda böyle bir turizm alanını ziyaret etmenin, diğer bireyler kadar engelli bireyler için de önemli olacağı düşünülebilir. Engelli bireyleri ziyarete teşvik edebilecek önemli bir unsur, ziyaret sürecinde hareketlerinin kısıtlanmaması veya en aza indirilebilmesi olacaktır. Bu noktada engelli bireylerin ilgili destinasyona ulaşılabilirliği de önemlidir. Dolayısıyla ulaştırma, alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi yönünde araştırmalar yapılmalıdır.

Bu çalışma ile engelli bireylerin turizme katılımı sürecinde, Alanya'nın çeşitli çekim merkezlerinde turistik düzenlemelerin yeterlilik durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler ışığında, engelli turizminin geliştirilebilmesi ve turistik çekim merkezlerine engelli bireylerin de yoğun katılımını sağlayıcı öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

ENGELLİĞİN TANIMI

Engelli ile ilgili uluslararası ve ulusal düzeyde, bireylerin sosyal ve fiziksel yetersizlikleriyle ilgili çok sayıda kavram ve tanımlama bulunmaktadır. Bu kavram ve

tanımlamaların bir kısmı konuya sosyal, bir kısmı da medikal açıdan bakmaktadır. Bu bağlamda, engelli kavramı aslında herkes tarafından bilinen bir kavram olarak görülmesine rağmen bu kavramın içeriğini net şekilde ifade etmek güçtür. Bunun sebebi, engelli kavramının hem ulusal hem de uluslararası çalışmalarda çok geniş ve sınırları belirlenemeyen bir kesimi ifade etmesidir(Dalbay, 2009, s.35).

Özür veya engel, bireyin yaşadığı sürece toplumda yaş, cinsiyet anlamında vesosyal, kültürel anlamda gerçekleştirilmesi gereken faaliyetleri, yetersizlik nedeniyle yerine getirememesi durumudur(Ulutaşdemir, 2007, s.120).Engellilik kavramına Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Birleşmiş Milletler (BM) ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) tarafından farklı bakış açıları ile yaklaşıldığı görülmekte ve özür veya engel kavramının Avrupa genelinde standart bir karşılığı bulunmamaktadır(OrganisationforEconomicCo-operationandDevelopment, 2008, s.16).

Engellilik doğuştan veya sonradan ortaya çıkan bir rahatsızlık, bir kaza ile bireyin kendi kendisine yapması gereken bedensel veya zihinsel faaliyetleri yerine getirmedeki yetersizlik veya kısıtlılığı ifade etmektedir. Bunların sonucunda da yürüme, görme, işitme, konuşma gibi faaliyetlerde çekilen zorlukların meydana gelmesidir. Aslında bedensel veya ruhsal bütünlüğü, geçici veya daimi olarak, doğuştan veya yaşlılık nedeniyle azalmış olan kişi “engelli”dir, yaşadığı toplumun gerekleriyle uyşamayan insan “engelli insan”dır (BÖİB ve TUİK, 2004).

Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi’ne göre engelli, diğer bireylerle eşit koşullar altında topluma tam ve etkin bir şekilde katılımlarının önünde engel teşkil eden uzun süreli fiziksel, zihinsel, düşünsel ya da algısal bozukluğu bulunan kişileri içermektedir(T.C. Resmi Gazete, 2009). Bunun yanında Dünya Sağlık Örgütü (WHO) engelli kavramını hastalık sonuçlarına dayanan, sağlık yönünden tanımlama yapmıştır. Buna göre, engellilik bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerinden belirli bir oranda, sürekli olarak fonksiyon ve görüntü kaybına neden olan organ yokluğu veya bozukluğu sonucu kişinin normal yaşam gereklerine uyamama durumu şeklinde ifade edilirken, bu kişiye de engelli denilmektedir(World HealthOrganization, 2014).

Dünya’nın en büyük azınlığı olarak nitelenen engelliler, turizm endüstrisi için en büyük özel pazar anlamına gelmektedir. Çağdaş toplum olmanın gereği ve temel bir insan hakkı olarak toplumda yaşayan her bireyin olduğu gibi engelli bireylerinde bütün hizmetlere ve olanaklara eşit ulaşması sağlanmalıdır. Bu kapsamda, seyahat etmek, dinlenmek, gezip görmek de bu haklardandır. Dünya genelinde yapılan araştırmalara göre, engellilere çeşitli yaşam kolaylıkları sağlanması amacıyla gerçekleştirilen yerel iyileştirme hizmetleri, büyük oranda engelli bireyi, topluma tekrar kazandırılabilir (Zengin ve Eryılmaz, 2013: 54-56).

ENGELLİ TURİZMİ

Turizm endüstrisi için önemli olan bu özel pazarın en önemli hedeflerinden birinin; engelli

turizminin gelişmesi olduğu düşünülmektedir. Bugün dünyada 1 milyardan fazla insan herhangi bir türlü engellilik ile yaşamakta ve bu insanların 200 milyonu hayatlarını devam ettirme konusunda kayda değer zorluklar yaşamaktadır. 15 yaş ve üstü kişiler arasında engellilik ile yaşamak durumunda olan kişi sayısını Dünya Sağlık Araştırması (World Health Survey) 785 milyon kişi olarak belirtirken bu toplam dünya nüfusunun %15,6'sını temsil etmekte, Küresel Hastalık Yüklü (Global Burden of Disease) ise bu rakamı 975 milyon kişi (%19.2) olarak tahmin etmektedir (World Health Organization, 2011).

Engellilere yönelik toplum tarafından olumlu yaklaşımlar olduğu gibi olumsuz yaklaşımlarında küçümsenmeyecek derecede var olduğu bilinmektedir. Örneğin engelli insanların da diğer sağlıklı insanlar gibi istihdam, seyahat, turizm, alış veriş, boş zaman uğraşları gibi yaşamın birçok kesitlerinde yer alabileceği düşüncesi çok az ilgi görmüştür. Bu nedenle de turizm altyapısını oluşturan ulaşım, konaklama ve diğer öğelerin engelli insanlar tarafından kullanımı oldukça zayıftır (Artar ve Karabacakoğlu, 2003, s. 7).

1981 yılının Birleşmiş Milletler tarafından ‘Uluslararası Özürlüler Yılı’ olarak ilân edilmesiyle, toplumun tümünün engelli hakları alanında örgütlenmeye yönlendirilmesi amaçlanmış, bu gruptaki insanlara yönelik davranışlarda önemli ölçüde anlayış değişikliği gözlenmiştir (Artar ve Karabacakoğlu, 2003, Arıcı, 2010). Bu gelişme sonrasında başta Birleşmiş Milletler (BM) olmak üzere birçok uluslararası kuruluşun özür lülükle ilgili politikalarında bir zenginleşme görülmüştür (Patır, 2012, s. 25). 21. Yüzyılın ilk uluslararası insan hakları belgesi olarak nitelendirilen Birleşmiş Milletler (BM) Engelli Haklarına İlişkin Sözleşme’nin 2006 yılında ilan edilmesi ve 2007 yılında imzalanması ile engelli bireylerin tüm insan hak ve temel özgürlüklerinden tam ve eşit yararlanmasını teşvik ve temin etmek amaçlanmıştır. Bunun yanında, doğuştan sahip oldukları onurlarına saygıyı güçlendirmenin amaçlandığı görülmektedir (T.C. Resmi Gazete, 2009).

Bir engelli bireyin yerel ya da küresel destinasyonlarda engelliliği ile beraber seyahat edebileceği yaygınlaşmaktadır. Engellilerin seyahat deneyimlerine yönelik çalışmalara bakıldığında, 1970 yılının sonlarından, 1980 ve 1990 yılının başına kadar uzanmakta olduğu görülmektedir (Allon, 2013, s. 481). Engellilere yönelik çalışmalar 1980’li yılların sonları ile 1990’lı yılların ortalarından itibaren özellikle yasal düzenlemelere paralel olarak hız kazanmıştır (Yaylı ve Öztürk, 2006, s.87).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) 1 Ekim 1999 tarihinde “Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi” ni kabul etmiştir. Bu ilkeler kapsamında, “Turizm faaliyeti insan haklarının, özellikle de çocuk, yaşlı, engelli, etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların bireysel haklarının gelişmesine katkı sağlamalıdır” ve turizme katılma hakkı çerçevesinde “dünyanın sahip olduğu değerler tüm insanlara açıktır, engellilerin turizm hareketine katılması kolaylaştırılmalı ve teşvik edilmelidir” maddeleri bulunmaktadır (World Tourism Organisation, 1999). 2005 yılında Birleşmiş Milletler, Dünya Turizm Örgütü Genel Konseyi tarafından “Herkes için Erişilebilir Turizm” konulu öneriler geliştirilmiş ve kurul tarafından 2013 yılında örgüt üyelerine duyurulmuştur (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 262).

Engellilerin Haklarına İlişkin 2007 de Birleşmiş Milletler Sözleşmesi çerçevesinde geliştirilen “Herkes İçin Erişilebilir Turizm” ise, engelli kişilerin fiziksel çevreye, diğer bireylerle eşit koşullar altında, erişim sağlamak için uygun çözümler sunulmasını kapsamaktadır. Engellilere yönelik dünya genelinde değişmekte olan eğilimlere paralel olarak Türkiye’de de sosyal devlet olma bağlamında bir takım yasal değişiklikler yapılmıştır.

1950’li yıllardan itibaren engelli bireylere yönelik çeşitli politikalar üretilmiştir. 1997 yılına gelindiğinde Başbakanlığa bağlı Özürlüler İdaresi Başkanlığı kurulmuştur (Burcu, 2006, s.75). 2000’li yıllarda özürllük konusunda mevcut yetersiz altyapı ve kurumsallaşmayı orta ve uzun vadede gidermek amacıyla, özürllülerin sosyal hakları “insan hakları” kapsamında değer bulmaya başlamıştır.

Nitekim 2005 yılında 5378 sayılı “Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yasa bugüne kadar edinilmeyen birçok hakka işaret etmesi ve bunların özürllü bireylere kazandırılması açısından önemlidir. Ayrıca 2005 yılında 1982 tarih 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasası uyarınca hazırlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmeliğin “Asli konaklama tesislerinin genel nitelikleri “ başlıklı 18. maddesinin “c” bendinde bedensel engelliler için düzenlemelere yer verilmiştir. Bu düzenlemeler, “Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin % 1’i oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme-içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel engellilerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılır” şeklinde ifade edilmiştir (T.C. Resmi Gazete, 2005).

Özürlüler Kanunu’na bağlı olarak Resmi Gazete’de yayınlanan Kamu Binaları, Kamuya Açık Alanlar ve Toplu Taşıma Araçlarının Özürlülerin Kullanımına Uygun Duruma Getirilmesi İle İlgili 2006/18 Sayılı Başbakanlık Genelgesi, kamu kurum ve kuruluşlarına ait mevcut resmî yapıların, tüm yol, kaldırım yaya geçidi, açık ve yeşil alanlar, spor alanları ve benzeri sosyal ve kültürel altyapı alanları ile gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılmış, umuma açık hizmet veren her türlü yapıların engellilerin erişilebilirliğe uygun duruma getirileceği belirtilmiştir. Büyükşehir belediyeleri ve belediyelerin, şehir içinde kendilerince sunulan veya denetimlerinde gerçekleştirilen toplu taşıma hizmetlerinin engellilerin kullanımına uygunluğunu sağlayacağı, bu uygulamaların gerçekleştirilmesi için 7 yıllık süre tanındığı ve bu sürenin 7.7.2005 tarihinde başladığı da belirtilmiştir (T.C. Resmi Gazete, 2006). Bununla beraber 80 ülke ile birlikte Türkiye’nin de taraf olduğu “Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme” 2008 tarihli ve 5825 sayılı Kanunla uygun bulunmuş ve Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Sözleşme, engelli kişilerin haklarına bütüncül bir koruma sağlanmıştır (Kolat, 2009, s.186). Bu sözleşmenin 18. maddesinde “Seyahat Özgürlüğü ve Uyruluk” başlığı altında “Taraflar devletler engellilerin diğer bireylerle eşit koşullar altında seyahat ve yerleşim yerini seçme

özgürlüğüne ve uyruklu haklarına sahip olduğunu kabul eder” denilmekte ve bu şekilde ayrımcılığın olmayacağı vurgulanmaktadır(T.C. Resmi Gazete, 2009).

Sektörel açıdan ise engellilerin seyahatini kolaylaştırmaya yönelik çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Bunlardan bir tanesi TÜRSAB bünyesinde bulunan “*Herkes İçin Engelsiz Turizm Komitesi*”dir. Bu komite 2008 yılında hazırladığı bir raporda İngiliz Üniversitesi Surrey tarafından yürütülen OSSATE (One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe – Avrupa’da Erişilebilir Turizm) adlı araştırmanın sonuçlarına yer verilmiş ve Avrupa’daki engelli nüfusun yaklaşık % 70’inin seyahat ettiği belirtilmiştir. Bu kişilerin genellikle refakatçi ile seyahat ettikleri düşünüldüğünde, Avrupa’da seyahat eden potansiyel rakamın 130 milyon kişi ve turizm harcamasının 80 milyar Euro’dan fazla olduğu söylenmektedir(Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 54-56).

Engelli turizmde turistik seyahatlerin kolaylaştırılması her sorumluluğun ve sürdürülebilirliğin bir parçasıdır. Bu nedenle erişilebilirlik sürdürülebilir turizm politikalarının temel unsurudur. Engelliler için ulaşılabilir turizm; engelli bireylere, diğer bireylerle eşit şekilde fiziksel çevre, ulaşım, bilgi ve iletişim ile halka açık ya da genel kullanıma uygun tesislere erişilebilirliği sağlamak adına uygun tedbirleri tanımlar (World Tourism Organization, 2011). Engelli bireylerin saygın ve eşit muamele ile özgürce tatil yaparak toplumsal yaşama katılma haklarına erişimlerinin sağlanması ancak yerli ve yabancı turistlerin tatillerini sorunsuzca geçirmelerine imkân sağlayacak ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik çalışmalarının doğru biçimde yapılması ile mümkün olacaktır. Diğer taraftan turizm sektörü açısından engelli turizmde girebilmenin başlıca şartı, engellilerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek tesis, çevre ve personele sahip olunmasıdır. Bu anlamda turizm işletmeleri, yerel yönetimler ve derneklerin koordineli bir şekilde yetki ve sorumlulukların kesin hatlarıyla belirlendiği bir işbirliği içinde olmaları gerekmektedir.

Engellilere yönelik yasal düzenlemelerin geliştirilmesi ve yavaş yavaş uygulanmaya başlaması, engelli bireylerin daha fazla hareket eder hale gelmesini sağlamıştır. Turizm sektöründe de bu hedef kitleye yönelik girişimlerin arttığı gözlemlenmektedir. Örneğin Marmaris İçmeler’de bulunan ACT AccessCentres Türkiye Panorama Park Oteli, 2007 yılından bu yana engelli bireylere yönelik faaliyet göstermektedir(Behramoğlu, 2007, s.40-42). Ancak engellilerin tamamen kendilerine yönelik tesisler haricinde, toplumun tüm bireyleriyle iç içe tatil yapmasını mümkün kılacak uygulamaların ilgili tüm taraflarca amaçlandığının bilinmesi, her yönüyle kazanımların artısını sağlayacaktır. Bu bağlamda, Türkiye’de de T.C. Aile ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından planlanan ve yürütülen çalışmalar bulunduğu gibi kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve üniversiteler tarafından hazırlanan, geliştirilen projeler bulunmaktadır. Hazırlanan bu projelerden bir tanesi Alanya’da hayata geçirilmiştir.

Alanya Belediyesi tarafından 2003 yılında başlatılan Engelsiz Turizm çalışmaları neticesinde 02.12.2011 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Aile ve Sosyal

Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Altid ve Alto'nun katılımı ile Engelsiz Turizm Kenti Alanya Protokolü'nü imzalamıştır. Daha sonra Türkiye'nin örnek engelsiz turizm destinasyonu olma yolunda önemli bir ilke imza atarak, Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen ve erişilebilirlik konusunda çalışmalar yürüten profesyonelleri bir araya getiren E.N.A.T.(European Network for Accessible Tourism)'a üye olmuş, böylece Alanya, Türkiye'de E.N.A.T. üyesi ilk şehir ünvanını kazanmıştır (Herkes İçin Turizm, 2013).E.N.A.T. “Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı” erişilebilir turizm uygulama çalışmalarında ve tanıtımlarda öncü olmayı hedefleyen, kar amacı gütmeyen bir dernektir(European Network for Accessible Tourism, 2014).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmayla engelsiz bir yaşamın ve engelsiz turizm anlayışının gelişmesine katkı sağlanmaya çalışılmaktadır. Bir bireyin tatili sırasında yararlandığı bütün faaliyetlerden engelli bireylerde faydalanabilmelidir. Engelli bireylerin her faaliyet gibi turizm faaliyetlerine katılımlarının daha kolay kılınabilmesi ve bu faaliyetlere katılım sürecinde rahat hareket edebilmeleri için de bazı düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bu anlamda yapılan çalışma doğrultusunda engelli bireylere yönelik faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin ve engelli bireylerin engelli turizmüne bakış açılarının ortaya konması ve Alanya'da yapılan çalışmaların anlamlı bir farkındalık oluşturup oluşturmadığının saptanması hedeflenmiştir.

Alanya'da Engelsiz Turizmin temelinde yer alan, engellilerin topluma bağımsız dâhil edilmesi stratejisi doğrultusunda engelli bireylerin saygın ve eşit muamele ile özgürce tatil yaparak toplumsal yaşama katılma haklarına erişimlerinin sağlanması hedeflenmiştir. Bu hedef, ancak yerli ve yabancı turistlerin tatillerini sorunsuzca geçirmelerine imkân sağlayacak ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik çalışmalarının doğru biçimde yapılması ile mümkün olacaktır. Bu nedenle çalışmada, Antalya ilinin Alanya ilçesindeki engelli bireylere yönelik durumun tespiti ve yapılması gereken düzenlemeler değerlendirilmektedir. Araştırmanın evrenini, Alanya'da yerli ve yabancı ziyaretçilerin talep ettikleri ve kullandıkları turistik destinasyonlardaki müze ve öğren yerleri ile söz konusu çekiciliklerin yöneticileri ve bölgede bulunan engelli bireyler oluşturmaktadır. Alanya'da bulunan turizm destinasyonlarında engelli bireylere yönelik gerçekleştirilen düzenlemelerin durumu araştırılarak, engelli turizminin gelişimine yönelik öneriler getirilmesi planlanmıştır. Önerilerde mevcut durum, diğer ülkelerdeki ve Türkiye'deki uygulamalar, yasal dayanaklar ve talep yapısı da dikkate alınmıştır.

Bu nedenle araştırma yöntemi nitel araştırma yöntemi olarak seçilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinin karmaşıklığını gidermek üzere Denzin ve Lincoln(1994) nitel araştırmayı şu şekilde tanımlamışlardır: “nitel araştırma (belirli bir nokta üzerinde) odaklanmada çok metotlu; araştırma problemine yorumlamacı yaklaşımı benimseyen bir yöntemdir.”(Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s. 303).Araştırmada nitel araştırma örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme yöntemleri arasında yer alan

maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi seçilmiştir. Bu örnekleme yönteminde amaç, görece olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır. Patton'a göre (1987), maksimum çeşitlilik gösteren küçük bir örneklem oluşturmanın en azından iki yararı bulunmaktadır. Bu yaralardan biri örnekleme dâhil her durumun kendine özgü boyutlarının ayrıntılı bir biçimde tanımlanmasıdır. Diğer bir yararı ise, büyük ölçüde farklı özellik gösteren durumlar arasında ortaya çıkabilecek ortak temalar ve bunların değerinin ortaya çıkarılmasıdır (Karahan ve Özüekren, 2009, s.73).

En fazla turist çeken yerlerden biri olma özelliği dikkate alınarak, Alanya ilindeki ziyaretçi yoğunluğu olan müze ve öğrenme yeri ile iki ve daha üstü yıldıza sahip otel işletmeleri, işletme yöneticileri ve engelliler için kurulmuş dernekler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Çalışma alanı olarak belirlenen Alanya'da bulunan engelliler için yapılan tüm düzenlemeler, 2003 Yılında Alanya Belediyesi tarafından başlatılan 'Herkes İçin Alanya' projesiyle ele alınmıştır. Projenin amacı, toplumun çoğunluğunu oluşturan engelli, yaşlı, güçsüz, çocuk, hasta ve hamile bayanlar gibi hareket yeteneğinde kayıp yaşayan bireylerin hayatını kolaylaştıracak gerekli tedbirleri almak, eksikleri tespit etmek, tespit edilen eksiklikleri doğru biçimde projelendirerek, ulaşılabilirliklerini artırıp günlük yaşamlarını kolaylaştırmaktır. Alanya'da bulunan engelliler için yapılan tüm düzenlemelere bu amaçların gerçekleştirilebilmesi için kurulmuş olan Engelsiz Yaşam Merkezi ve Patika Engelsiz Yaşam Derneği'nden ulaşılmıştır. Turizme katılım sürecinde bireyin öncelikli olarak katıldığı faaliyetler ele alınarak, güzergâhtaki konaklama işletmeleri, parklar, sahiller ve çekim merkezleri değerlendirmeye alınmıştır. Bunlar; merkez ilçede faaliyet gösteren 2 yıldız ve üstü belgeye sahip olduğu tespit edilen 7 tane otel, Gökkuşluğu engelsiz oyun alanı, Repepağa oyun alanı, Alanya Kalesi, engelsiz halk plajı, cafeler, caddeler, ulaşım araçları, çalışmanın gerçekleştirildiği mahaller olmuş, Patika Engelsiz Yaşam Gönülleri Derneği ve Engelsiz Yaşam Merkezindeki yetkililerle ve Engelli bireylerle yüz yüze görüşme ve gözlem yapılmıştır.

Araştırmanın geçerliliği açısından görüşme formu, Zengin ve Eryılmaz (2013), Arıcı (2010), Uygun (2010) ve Yenişehirlioğlu (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmalara bağlı olarak ve konu hakkında deneyimli olduğu bilinen uzmanların ve akademisyenlerin görüşlerinden yararlanılarak araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Sorular, engellilere yönelik gerekli temel düzenlemeler esas alınarak geliştirilmiştir. Görüşme formu, engellilerin turizm faaliyetlerine katılım sürecinde sıklıkla kullanabileceği faaliyet alanlarına göre yapılandırılmış özellikte, turizme katılım esnasında birey için oldukça önem taşıyan konaklama işletmelerine ve gezilip görülebilecek çekim merkezlerine yönelik olarak toplam 9 sorudan oluşmaktadır. Bu soruların yer aldığı görüşmelere ilişkin elde edilen veriler, görüşme ve gözlemler esnasında kayıt altına alınmış ve görüşme sonrasında tasnif edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniğine tabi tutulmuştur. Betimsel analiz, verilerin sınıflandırılması, özetlenmesi ile sonuçlara ulaşılmasıdır (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 323). Araştırmanın güvenilirliği açısından

toplanan veriler betimsel bir yaklaşımla doğrudan sunulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak için, araştırma birden fazla kişiyle yapılmış ve gözlem yoluyla elde edilen bulguların yapılan görüşmelerde de teyit edilmesine dikkat edilmiştir. Bu çalışmada, bedensel, görme, işitme, dil ve konuşma ile zihinsel engelli bireylerin, turizme katılımlarını kolaylaştırmak üzere yapılması gereken düzenlemeler üzerinde durulmaktadır.

BULGULAR

Tablo 1: Maksimum Çeşitlilik Örneklemi İçin Demografik Bilgiler

Yaş		Eğitim Durumu	
18 - 25 yaş	2	İlköğretim	2
26 - 33 yaş	5	Lise	6
34 – 41 yaş	1	Üniversite	7
42 – 49 yaş	5	Yüksek Lisans	1
50 yaş ve Üzeri	4	Doktora	1

Alanya’da bulunan otel yetkilileri, Engelsiz Yaşam Merkezi yetkilileri ve engelli bireylerle yapılan görüşme sonucunda; çalışma alanına alınan otellerin engelliler için düzenlenmiş odalarının bulunmadığı veya bulunan oda sayısının ve gerekli donanımlarının yetersiz kaldığı görülmüştür. Bununla beraber yoğun sezon içinde bu oda tiplerinin engelli olmayan misafirlere de verildiği tespit edilmiştir.

Görüşmeler esnasında, engelli bireylerin otellere çoğunlukla bir grubun içinde ve bir refakatçiyle (anne, baba veya yardımcı) geldiği tespit edilmiştir. Oda ve oda içi mobilyaların gerekli standartlara uygun olmaması veya yetersiz nitelikte olması engelli bireylerin hareketlerini kısıtlamakta ve zorlaştırabilmektedir. Engelli bireyler, bu nedenle otel konaklamasında bir yardımcı veya refakatçiye ihtiyaç duymaktadır. Fakat engelli bir grup Alanya’da bir otelde tatil yapmak istediği takdirde bunu karşılayabilecek tam donanımlı bir otel bulunmadığı belirtilebilir. Buna göre; araştırmadaki üç, dört ve beş yıldızlı otellerin büyük çoğunluğunun en az bir kez engelli bireylere hizmet sunduğu görülmektedir.

Otel dışındaki diğer alanlara bakıldığında ise, engelli bireylerin en fazla kullanacağı alanlardan olan cadde ve sokakların engellilere göre düzenlendiği, banka ATM’lerinin engelli bireylerin kullanımına uygun şekilde yapıldığı ve kentin birçok noktasına asansörler, rampalar, görsel işaretler, ulaşılabilir telefonlar ve sesli uyarı sistemlerinin yerleştirildiği, yerel halkın bu konuda farkındalığının sağlanmış ve engelli bireyler için düzenlenmiş alanların diğer amaçlarla (engelliler için yapılmış kabartmalı yüzeye şekillerinin üzerine araba park etmek gibi) kullanılmadığı, Alanya esnafının da bu konuya duyarlı olduğu ve işletmelerin gerekli rampa yönlendirme ve engelli tuvaletleri bulundurulacak şekilde düzenlendiği gözlemlenmiştir. Bunların dışında engelli bireylerin başkasına ihtiyaç duymadan özgürce hareket edebileceği ulaşım altyapısına sahip olduğu

ve kente hizmet veren tüm toplu taşıma araçlarının engelli bireylerin kullanımına uygun olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca belediye tarafından oluşturulan bir komisyonun yetkili ve sorumlu kişileri, sosyal hizmetler proje koordinatörü, fizik rehabilitasyon uzmanı tarafından rutin bir şekilde denetimler yapılmaktadır.

Turistik bir destinasyona gelen ziyaretçiler için çekim unsurlarından olan tarihi özelliklere sahip ören yerleri ve müzeler gibi mekanlar, engelli bireyler için de ziyaret etmek isteyecekleri mekanlar olmaktadır. Ziyaret merkezlerinde engelli bireylere yönelik düzenlemelerin bulunmaması, engelli ziyaretçilerin hareketlerini kısıtlayacak ve bu tür faaliyetlere katılımlarını zorlaştıracaktır. Engelli bireylerin, müze ve ören yerlerindeki hareketlerini kolaylaştırmak üzere rampa ve asansör uygulamalarının bulundurulması gerekmektedir. Bu açıdan, Alanya Kalesi'nin restorasyon çalışmaları içinde tarihi dokuya zarar vermeden engelli bireylerin özgürce gezebileceği şekilde restore edilmesi amaçlanmıştır. Alanya'daki ziyaret merkezlerinde bu tür uygulamaların yeterli bulunmadığı ancak bununla ilgili projelerin olduğu engelsiz yaşam merkezi yetkililerinden öğrenilmiştir.

Kültürel ve tarihi alanlarla ilgili bilgilendirme panoları görme engelliler için Braille alfabesiyle yazılmış olduğu, plajda engellilere özel şezlonglar, tuvaletler, duş yerleri ve yüzebilen plaj sandalyelerinin bulunduğu görülmektedir. Engelliler için düzenlenmiş park alanlarının mevcut olduğu ve bu park alanlarında engellilerin de kullanabileceği spor aletlerinin, engelli oyun alanlarının bulunduğu gözlenmiştir.

2003 Yılında Alanya Belediyesi tarafından başlatılan 'Herkes İçin Alanya' projesi kapsamında çeşitli aktiviteler oluşturulduğu görülmektedir. Engelli bireylerin yüzerek spor yapmaları amacıyla Olimpik Yüzme Havuzuna engelli havuz asansörü takılarak başlatılan "Her Kulaç, Bir Hayat" aktivitesi başlatılmıştır. Böylece Alanya Belediyesi olimpik yüzme havuzunun duş alanları, tuvaletleri engelli bireyler için revize edilmiş, özel bir soyunma odası tasarlanmış ve engelli bireylerin havuzdan duş alanına geçerken kullanabilecekleri ıslak mekân tekerlekli sandalye temin edilmesi sağlanmıştır. Ayrıca görevlendirilen yüzme eğitmeni tarafından yüzme bilmeyen engelli bireylere yüzme öğretildiği bilgisine ulaşılmıştır.

Diğer bir aktivite ise proje kapsamında Alanya Belediyesi ve Alanya Yelken Kulübü işbirliği ile gerçekleştirilmiş 'Hayata Yelken Aç' aktivitesidir. Bedensel engelliler yelken takımında gerçekleştirilen eğitimler ve antrenmanlar sayesinde engelli bireylerin ulusal, uluslararası yarışmalara katılmaları planlanmaktadır. Yarışmalarda tecrübe kazanan engelli sporcuların 2016'da Brezilya'nın Rio De Jenario kentinde düzenlenecek olan olimpiyatlarda bedensel engelli yelken branşında milli takım bünyesinde katılımlarının planladığı ve böylesi bir yarışmanın Alanya içinde de gerçekleştirilerek engelli sporcular sayesinde bölge turizmine katkı sağlanmasının amaçlandığı bilgisine ulaşılmıştır.

Alternatif turizmin geliştirilmesine destek olan 'Tarihin Sesi Ol' aktivitesiyle, sesli ve görüntülü rehber sistemi oluşturulmuştur. Böylece Ziyaretçiler, Audiotur duraklarının,

numaralarını cihazlarına tuşlayarak bulundukları alan ile ilgili görsel bilgileri izleyip, işitsel bilgileri dinleyebilmektedir. Söz konusu rehber sisteminin İngilizce, Almanca, Rusça ve Türkçe olarak düzenlenmiş olduğu görülmüştür.

Gazipaşa havalimanı engelliler için erişilebilir hale getirilmiş ve otopark alanında engelliler için özel park alanları, kullanıma uygun tuvaletler iç ve dış hatlar terminallerinde tekerlekli sandalye servisinin bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu düzenleme sonucunda, tatilini Alanya’da geçirmek isteyen engelli birey ve yakınları için ulaşım kolaylığı sağlandığı belirtilebilir.

SONUÇ

Engeli olsun ya da olmasın tüm bireyleri kapsayan, daha kaliteli yaşam şeklini öngören uygulamalar, bireylerin yaşamını eşit koşullarda sürdürülebilmelerini sağlayacaktır. Toplumda her bireyin eşit koşulları paylaşması, toplumun genel barış ve refahı açısından da önem taşımaktadır. Bu nedenle, toplum içinde bir engeli bulunması sebebiyle yaşamında kısıtlamalarla karşılaşan engelli bireylere yönelik düzenlemelerin, öncelikli olarak gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır.

Bu araştırma da, engelli bireylerin turizme katılabilmeleri için gerekli düzenlemeleri ve bu düzenlemelerin uygulanma durumunu incelemek üzere gerçekleştirilmiştir. Alanya kentinde yapılan bu çalışma sonucunda, gözlem ve görüşme yapılan otellerin hepsinde engellilerin kullanımına uygun odaların yetersiz olduğu ve otellerde eğitimli personelin de bulunmadığı, ancak otel işletmelerinin genel alanlarında engellilere yönelik düzenlemelerin ve işaretlemelerin bulunduğu görülmüştür. Otellerdeki düzenlemelerin çoğunlukla bedensel engellilere yönelik olduğu gözlemlenmiştir. Oteller bulundukları dönemin şartlarına uygun mimari yapı ile inşa edildiği için engellilere yönelik yapılabilecek uygulamaları gerçekleştirmek işletmeler açısından zor olmaktadır. Bu nedenle işletmeler az sayıda engelliye ağırlamak için bütün oteli revize etmeyi reddetmektedir.

Alanya kentinde ise, genel olarak engelli gruplarının tamamının rahat hareket edebilmesine uygun düzenlemelerin yapıldığı görülmüştür. Bu durum yerel yönetimlerin ve halkın engelli bireylere karşı duyarlı olduğunun göstergesidir. Fakat Alanya’da turistik çekim merkezleri, engelli bireyler açısından birçok engelleyici ve kısıtlayıcı unsur barındırmaktadır. Engellilere yönelik işaretlemelerin, engelli park alanlarının ve işitme engelliler için audio sisteminin bulunmadığı ziyaret merkezlerinde, en önemli alanlardan olan engelli tuvaletleri de neredeyse hiç bulunmamaktadır. Engelli tuvaleti bulunan ziyaret merkezlerinde de, bu alanların kullanıma uygun olmadığı görülmüştür. Alanya’nın en önemli tarihi yerlerinden biri olan Alanya Kalesinde ise İngilizce, Almanca, Rusça ve Türkçe olarak düzenlenmiş sesli ve görüntülü rehber sistemi oluşturulmuş, burayı ziyarete gelen engelli bireylerin audiotur duraklarının, numaralarını cihazlarına tuşlayarak bulundukları alan ile ilgili görsel bilgileri izleyip, işitsel bilgileri dinleyebildikleri

görülmüştür. Diğer tarihi çekim merkezlerinde henüz bu uygulamaların olmadığı fakat projelerinin bulunduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Alanya Belediyesi tarafından, ‘Herkes İçin Alanya’ projesi ile gerçekleştirilen ‘Her Kulaç Bir Hayat’, ‘Hayata Yelken Aç’ ve ‘Tarihin Sesi Ol’ aktiviteleri engelli bireylere yönelik hizmetlerine örnek olabilecek niteliktedir. Daha önce hem engelli münferit turistlere, hem de engelli turist gruplarına hizmet sunulduğu belirtilen Engelli Yaşam Merkezinde, engelli bireylere yönelik neredeyse her düzenlemeye yer verildiği gözlemlenmiştir. Genellikle bedensel engellilere yönelik olduğu görülen düzenlemelerin yanı sıra, görme, konuşma, işitme ve zihinsel engelli bireylere yönelik düzenlemelerin de dikkate alındığı görülmektedir. Engelli bireylere yönelik işaretlemelerin, engellilerin kullanımına uygun telefonların ve banka ATM’lerinin, genel engelli tuvaletlerinin, otopark alanının ve engelli asansörlerinin olduğu görülen Engelli Yaşam Merkezinde, bireylerin ihtiyaç halinde başvurulabileceği görevlilerin de her zaman hazır bulunduğu belirtilmiştir.

Engelli turizmiyle ilgili Türkiye’de yapılabilecekler konusunda aşağıdaki gibi öneriler getirilebilir;

Her şeyden önce engellilerin haklarına yönelik yasal düzenlemelerde iyileştirmeler, günün gereklerine uygun olarak devam etmelidir. Turizm Tesisleri Yönetmeliği’nde kapasitesi 80 oda ve üzerindeki tesisler için kapasitenin % 1’i oranında odada engelli düzenlemeleri istenmektedir. Bu oranın yerine çağdaş toplumlardaki benzer uygulamalarda olduğu gibi her 100 odada en az 4 odanın engelliler için düzenlenmesi istenebilir ve sadece turizm işletme belgeli tesisler değil belediye belgeli tesisler de bu kapsama alınabilir. Engelli odaları, diğer misafirler tarafından da kullanılabileceği için, işletmenin oda sayısında azalma meydana getirmeyecektir. Ayrıca, engelli bireylere yönelik gerçekleştirilen düzenlemelerin yalnızca bedensel engellileri kapsamı yeterli olmayacaktır. Farklı istek ve ihtiyaçlara sahip olabileceği göz önünde bulundurularak, görme engelliler, konuşma engelliler, işitme engelliler ve zihinsel engellilere yönelik düzenlemelere de turizm yatırım ve işletmeleri nitelikleri yönetmeliğinde yer verilerek takip edilip uygulanmalıdır. Bu yönetmeliğe uymayan işletmelerin ödeyecekleri ceza miktarı artırılarak yaptırımı sağlanmalıdır.

Engellilerin yanında gelecek olan yakınları da göz ardı edilmemelidir, engelliler için turizm tesislerinde yapılacak olan düzenlemeler diğer müşterilerin kullanımı için engel teşkil etmemelidir. Onlarında tatillerini rahat geçirebileceği koşullar sağlanmalıdır. Engellilere özgü alanlar yaratmayı amaçlamak yerine tüm alanların herkes için olduğu kadar engelliler için de ulaşılabilir olması hedeflenmelidir. Özellikle engelli oda sayısı fazla olan tesislerde, engelli grupları geldiğinde veya yoğunluk yaşandığında geçici olarak kullanılabilecek, check-in ve check-out işlemlerini rahatlıkla yapabilecekleri ayrı bir banko oluşturulabilir.

Engelli bireyler sağlıklı insanlara göre daha hassas olmaktadır. Onlara karşı takınılacak yanlış bir tavır sadece bu kişileri üzmemekle kalmayacak tesisten memnuniyet derecelerini de

olumsuz yönde etkileyecektir. Bu nedenle otel personeli eğitim programlarına engelli konuklara nasıl davranmaları gerektiğiyle ilgili eğitim konuları eklenmelidir.

Türkiye’de gönüllü kuruluşlar olmak üzere sadece engellilere hizmet veren turizm tesisleri de bulunmaktadır. Bu durum aslında engelli bireyleri toplumsal hayattan soyutlamaktadır. Engellilere yönelik pozitif ayrımcılık yerine herkesle birlikte tatil yapabilme imkanı sağlanması için girişimciler desteklenmeli, bu turizm alanının kar sağlayıcı yanı göz ardı edilmemelidir.

Alanya Türkiye ve dünya turizmi için önemli turizm merkezlerinden biri olması nedeniyle doymuş bir pazara sahiptir. Dolayısıyla Alanya için engelli pazarı yeni bir pazar olarak değerlendirilmelidir. Teşvikler açısından ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm işletmelerini teşvik etmek amacıyla, engellilere iyi hizmet veren işletmelere “Engelsiz Turizm Tesisi” sertifikası verebilir. İşletmeler, sertifika ile kendilerini hem iç hem de dış pazarda tanıtarak engelli turizm pazarından kendilerinin ve dolayısıyla ülkenin payını artırabilirler. Tatil yapabilen engelli sayısının artırılması için engelli odası bulunan tesisler engellilere yönelik özel indirimler uygulayıp talep artışı sağlayabilirler. Özellikle düşük sezonlarda, doluluk oranlarının düşük olduğu dönemlerde bu oranlar daha da yüksek tutulabilir.

Başka bir açıdan, diğer bireylerin gezip gördüğü doğal güzellikleri ve tarihi yapıları ziyaret edebilmenin engelli bireylerin de hakkı olduğu unutulmamalıdır. Bu türlü bir sosyal yaklaşım, engelli bireylerin de diğer bireyler gibi bağımsızlaşmasına ve dolayısıyla da toplumla bütünleşmesine destek olacaktır.

Alanya kalesi için yapılan sesli ve görüntülü rehber sisteminin ve engelliler için yapılan diğer düzenlemelerin Alanya’nın diğer ziyaret merkezlerinde de uygulanmalı ve diğer kentlere örnek olmalıdır. Böylece engelli bireylerde diğer bireyler gibi turistik çekim merkezlerini ziyaret edebileceklerdir.

Engellilerin turizm faaliyetlerine katılımlarının artması için, sadece turistik tesislere ve ziyaret merkezlerine yapılacak iyileştirmelerin yeterli olmayacağı çok açıktır. Engellilerin seyahatini kolaylaştıracak ulaşım araç ve tesisleri ile genel altyapı unsurlarının da engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Yapılarda bulunan engelli bireylere yönelik düzenlemelerin, daha sonra değil de, yapı inşaat halindeyken gerçekleştirilmesi işletmeye daha az maliyet yükü getirecektir.

Alanya belediyesi tarafından gerçekleştirilen ‘Herkes İçin Alanya’ projesi kapsamında yapılan aktiviteler artırılıp çeşitlendirilmelidir. Bu aktivitelerle engelli bireylerin sosyal hayata daha fazla dahil olmaları ve bu aktivitelerin ulusal ve uluslararası ilgili kurumlarla işbirliği yapılarak geliştirilmesi desteklenebilir. Tur operatörleri ise, hazırlanan tanıtım çalışmalarında engelliler için yalnızca konaklama işletmeleri değil, aynı zamanda destinasyonlarda bulunan sağlık hizmetleri ve sağlık personeli konusunda, çevre düzenlemeleri, nitelikli personel ve transferler konusunda da yapılan yeni düzenlemelere

yer vermelidir. Engelli turizmi konusundaki en önemli sorun bilinçtir. Türkiye’de engellilik durumu; çaresizlik, acıma, eve hapsolme kavramlarını çağrıştırmaktadır. Bu bilinci değiştirmek için sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, bakanlıklar toplumu bilinçlendirme faaliyetlerine ağırlık vermelidirler.

Alanya tam anlamıyla engelli turizmine uygun bir destinasyondur denemez. Yapılan yeni düzenleme ve uygulamalara rağmen hala birçok eksiği ve zayıf yönleri bulunmaktadır. Yapılan bu çalışma ile engellilerin turizm faaliyetlerine katılımlarını kolaylaştırmak üzere konaklama işletmelerinde ve diğer merkezlerinde yapılabilecek düzenlemeler ve bunların mevcut durumu incelenmiştir. Zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik gibi kısıtlarla karşılaşılması nedeniyle yalnızca belirli bir bölgenin incelendiği bu çalışmada eksik kalan yönler, turizm faaliyetlerinin tamamını içeren daha geniş kapsamlı çalışmalarla giderilebilir. Gelecekte araştırmacıların araştırma kapsamlarını genişleterek, engellilere yönelik arzın yeterlilik durumunun ve engelli bireylerin görüş ve beklentilerinin tespit edilmesinin incelenmesine ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

- Allon, M. (2013). Disability tourism: Why do disabled people engaging in tourism activities? *European Journal of Social Sciences*, 39(3), 480-486.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arıcı, S. (2010). *Bedensel engellilerin turizm sektöründen beklentilerinin tespitine yönelik bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). *Türkiye’de engelliler turizminin geliştirilmesine yönelik konaklama tesislerindeki altyapı imkânlarının araştırılması, (Özürlülerin toplumsal gelişimine yönelik bir proje)*. Dünya Engelliler Vakfı [URL: www.devturkiye.org/upload/files/engelliturizmiraporu.doc] (Erişim 21 Haziran 2014).
- Behramoğlu, B. (2007). Herkese Engelsiz Tatil TÜRSAB. *Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Dergisi*, 280, 40-42.
- Burcu, E. (2006). Özürlülük kimliği ve etiketlenmenin kişisel ve sosyal söylemleri. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 23(2), 61-83.
- Dalbay, S.R. (2009). *Özürlü yakınlarının özürlülere yönelik sosyal politikalara ilişkin bilgi, beklenti ve memnuniyet dereceleri, (Isparta örneği)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Herkes İçin Turizm. (2011). *Engelsiz turizm kenti Alanya*. [URL: <http://tourismforall.org.tr/Sayfa-Wide/Hakk%C4%B1m%C4%B1zda/24>] (Erişim 10 Mayıs 2014).
- Herkes İçin Turizm. (2013). *Alanya, artık E.N.A.T. üyesi*. [URL: http://tourismforall.org.tr/Haberler-Duyurular/Alanya_Artık_E-N-A-T_%C3%9Cyesi/50] (Erişim 11 Haziran 2014).
- Karahan, E., Özüekren, A.Ş. (2009). Konut kariyerini etkileyen faktörler üzerine nitel bir araştırma yöntemi. *İTÜ Dergisi, mimarlık, planlama, tasarım*, 8(2/a), 69-76.

- Kolat, S. (2009). *Avrupa Birliği Sosyal Politikası çerçevesinde özürllülere yönelik ayrımcılıkla mücadele ve Türkiye'deki yansımaları* [URL:http://eydb.aile.gov.tr/upload/eydb.aile.gov.tr/mce/serkan_kolat_uzmanlik_tezi.pdf] (Erişim 24 Temmuz 2014).
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2008). *Herkes için ulaşılabilirliğin iyileştirilmesi: Örnek uygulama rehberi* (Çev. Murat ÖZNANECİ). [URL:<http://www.eyh.gov.tr/upload/Node/8110/files/HerkesIcinUlasabilirliğinIyileştirilmesi.pdf>] (Erişim 12 Temmuz 2014).
- Patır, Ç. (2012). *Özürllülük olgusunun tarihsel sürecinde 1980 sonrası söylem ve politikaların küreselleşme ortamında hayata geçirilebilirliği üzerine bir araştırma: Türkiye örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı (BÖİB), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2004). *Türkiye Özürllüler Araştırması 2002*, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara.
- T.C. Remi Gazete. (2005). *Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik*. [URL:<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621.htm>] (Erişim 10 Mayıs 2014).
- T.C. Resmi Gazete. (2006). *Kamu binaları, kamuya açık alanlar ve toplu taşıma araçlarının özürllülerin kullanımına uygun duruma getirilmesi*. [URL:<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/07/20060712.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/07/20060712.htm>] (Erişim 10 Mayıs 2014).
- T.C. Resmi Gazete. (2009). *Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme*. [URL:<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090714.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090714.htm>] (Erişim 10 Mayıs 2014).
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 261-263.
- Ulutaşdemir, N. (2007). Engelli çocukların eğitimi, *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(5), 120-130.
- Uygun, E. (2010). *Fiziksel engellilere sahip ailelerin tatil kararlarına fiziksel engelli fertlerin etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- World Tourism Organization. (1999). *Turizmde global etik ilkeler*. [URL:http://www.worldtourism.org/code_ethics/pdf/languages/Turkey.pdf] (Erişim 12 Temmuz 2014).
- World Tourism Organization (2011). *UNWTO and partner sto promote accessible tourism for all*. [URL:<http://www2.unwto.org/press-release/2011-09-23/unwto-and-partners-promote-accessible-tourism-all>] (Erişim 08 Temmuz 2014).
- World Health Organization (2011). *Dünya Engellilik Raporu (Yönetici Özeti)* [URL:<http://siteresources.worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/455687-1328710754698/YoneticiOzeti.pdf>] (Erişim 10 Mayıs 2014).

-
- World Health Organization (2014). *Disabilities*. [URL: <http://www.who.int/topics/disabilities/en/>], (Erişim 14 Haziran 2014).
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 87-97.
- Yenişehirlioğlu, E. (2013). *Engelli turistlerin konaklama işletmelerinde kabul görme düzeyine yönelik algılama ve sorunlar: Karşılaştırma nitel araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6(11), 52-74.

AKÇAKOCA'NIN ENGELLİ TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Muammer MESCI

*Yrd. Doç. Dr.,Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
muammermesci@duzce.edu.tr*

Emrah ÖZTÜRK

*Öğr. Gör.,Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
emrahozturk@duzce.edu.tr*

Zeynep MESCI

*Yrd. Doç. Dr.,Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
zeynepaslan@duzce.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Düzce'nin Akçakoca ilçesinin engelli turizm potansiyelini, 15 Haziran 2013-15 Haziran 2014 tarihleri arasında yapılan "Engelsiz Kent Akçakoca Projesi" ve yerel paydaşların görüşleri kapsamında değerlendirmektir. Araştırma amacını gerçekleştirmek ve kişisel bilgiler elde etmek için araştırmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Veriler nitel araştırma kapsamında doküman incelemesi tekniği ve yerel paydaşlarla yapılan görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizi ve betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, Akçakoca'da yapılan Engelsiz Kent Akçakoca Projesi kapsamındaki düzenlemelerle ve paydaşlardan alınan görüşler çerçevesinde, zengin bir turizm potansiyeline sahip olan Akçakoca'da, hem şehir içinde yaşayan hem de şehir dışından gelen engelli turistlerin engelsiz bir şekilde turizm faaliyetlerine katılabileceği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler:*Turizm, Engelli Turizmi, Akçakoca, Yerel Paydaşlar*

GİRİŞ

Turizm faaliyetleri günümüzde insanlar için vazgeçilmez bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu durum ülkeler için de ekonomik açıdan benzer önemi taşımaktadır. Bu kadar önemli bir faaliyetten beklentileri karşılamak için ülke, bölge ve yörelerin, tüm turist türlerine hitap edebilecek ve her türlü turistin ihtiyaçlarını karşılayacak altyapı, üstyapı ve diğer niteliklere sahip olması gerekmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Bankası Grubu tarafından hazırlanan Dünya Engellilik Raporu'na göre dünya genelinde dünya nüfusunun yüzde 15'ine karşılık gelen 1 milyardan fazla engelli insan bulunmaktadır (Dünya Sağlık Örgütü, 2011). Öte yandan Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2007 yılında açıklanan sonuçlara göre, ülkemiz nüfusunun % 12,29'u engellidir. Bu bilgiler çerçevesinde, ülkemizde yaklaşık 8,5 milyon engelli bireyin bulunduğu anlaşılmaktadır(Yılmaz ve Gökçe 2012). Dolayısıyla dünyada böyle büyük bir seyahat pazar dilimine sahip olan engellilerin de dinlenmek, eğlenmek ve gezip-görmek amacıyla seyahate katılmaları diğer normal insanlar gibi en doğal haklarıdır. Bu hakkın etkin kullanılabilmesinin ön koşulu turizm sektörünün bu konuda bilinçlenmiş olması ve altyapı olarak onlara hizmet sunmaya hazır olmasına

bağlıdır (Atak, 2008). Böylece bir bölgeye ya da yöreye turizm yatırımları yaparken, engelli insanların da varlığını ve onların da her türlü tatil, eğlenme, dinlenme, seyahat vb haklarının olduğu unutulmadan yapılmalıdır.

“Yollar, kaldırımlar, kamu binaları, parklar ve bahçeler, okullar, içinde yaşanılan konutlar, ulaşım araçları ve bunun gibi daha birçok fiziksel çevre unsuru, engellilerin topluma katılmasının önünde ciddi birer engel oluşturmaktadır. Böylece sahip olduğu engelli nedeniyle hareket yeteneği sınırlanmış insanların bu ve benzeri sebeplerle yaşadıkları sınırlama daha da pekişmektedir. Bu da hareket yeteneği sınırlanan bireyin toplumsal yaşamdan dışlanmasına neden olmaktadır. Oysa bütün bunlar, engellilerin topluma katılmasını, toplumla bütünleşmesini kolaylaştıracak bir biçimde tasarlanabilir ve geliştirilebilir” (Dünya Engelliler Vakfı, 2014).

Engelliler için engelsiz turizm olanakları sağlamada hükümetlerin sorumluluğu bulunmaktadır. Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin etkisini göstermesi ile birlikte, engelliler daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır. Ülkemizde yaşayan veya ülkemize gelen engelli insanların turizm hareketi içerisinde yaşam standartlarını iyileştirmek amacıyla 1991 yılından itibaren Turizm Bakanlığı tarafından çeşitli düzenlemeler yapılmıştır (Pehlivanoglu, 2012, s.8).

Paydaş kavramı ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında paydaşların değişik şekillerde sınıflandırıldığı görülmektedir. Örneğin; gönüllü, gönülsüz, resmi, resmi olmayan, iç paydaşlar, dış paydaşlar, birincil ve ikincil paydaşlar olarak bölümlendirmeler yapılmıştır. Fakat değişik biçimlerde pek çok sınıflandırmalar olmasına rağmen genel olarak aynı grupta sınıflandırılmaları yapılmıştır (Bati, 2006).

Yerel paydaşlar ise valilik ve kaymakamlıklara ek olarak, belediyeler, il özel idareleri, köylere hizmet götürme birlikleri başta olmak üzere diğer mahalli idare birlikleri ile köy muhtarlıkları gibi kurumları kapsamaktadır. Ayrıca sivil toplum kuruluşları (dernekler, vakıflar, kooperatifler, üretici birlikleri) da yerel paydaşlar içerisine alınabilir. Yerel paydaşlar, kırsal kalkınmanın mekânsal kapsamı itibarıyla en önemli uygulama mercileridir. Ulusal politikalarla uyumlu olarak kırsal kalkınma projelerinin katılımcı bir anlayışla hazırlanması ve uygulanmasında, yerelde eşgüdümün sağlanmasında, merkezdeki kurum ve kuruluşlarla ilişkilerin geliştirilmesinde yerel yönetimler önemli rolleri üstlenmektedirler (Mesci ve Çetin, 2012, s.120).

Akçakoca ilçesi deniz-kum-güneş üçlemesi dışındaki turizm türlerine hitap eden zengin turizm kaynaklarına sahiptir. Ayrıca Akçakoca belediyesi tarafından 15 Haziran 2013- 15 Haziran 2014 tarihleri arasında “Engelsiz Kent Akçakoca Projesi” geliştirilmiş ve bu proje kapsamında Akçakoca’daki engelli vatandaşlara yönelik, günlük yaşamı kolaylaştırıcı çalışmalar yapılmıştır. Bu kapsamda araştırma Akçakoca’nın engelsiz turizm potansiyelini, Engelsiz Kent Akçakoca Projesi ve yerel paydaşların görüşleri çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

ENGELLİ TURİZM

Engelli bireylerin sorunları insanlık tarihi kadar eskidir ve sadece engellileri değil yakın çevresini, ailesini ve toplumsal yapıyı ilgilendiren bir durumdur. Engellilerin fiziki, psikolojik, sosyal gelişmişliği de bir ülkenin gelişmişliği ve turizm olgusu ile doğru orantılıdır (Pehlivanoglu, 2012, s.7).

Engelli insanlar, birbirinden farklı türde engellere sahip bireylerin özellikle yaşadıkları mekânlarda, yaşadıkları mekânlardan kentsel mekânlara ulaşabilmede ve kentsel mekânları rahat bir şekilde kullanabilmede karşılaştığı pek çok sorun bulunmaktadır. Bu sorunlar, hem kentsel mekânın kullanımıyla ilgili fiziksel sorunları içermekte, hem de kent yaşamını ilgilendiren sosyal problemleri içine almaktadır. Bu problemler ise kişinin sosyalleşmesine engel olmaktadır. Birey ayrımcı uygulamalar sebebiyle çalışmaya hayatına dahi adım atamamaktadır. Engelli bireyler kent içi mekânlarda rahatlıkla hareket edemediği gibi kent içi ulaşım araçlarını da günlük hayatlarını sürdürebilecekleri biçimde kullanamamaktadır. Bireyler aynı zamanda kurumların ve kent içi birçok yapının engelli bireylere uygun yapılmaması nedenleriyle engelli olmanın getirdiği olumsuzlukları en üst düzeyde yaşamaktadır (Yılmaz ve Gökçe 2012, s.32). Bu bağlamda “rahatlama amacıyla seyahat etmek, iyi vakit geçirmek ve gezmek engelli olmayan kişilerin hakkı olduğu gibi engelli kişilerin de hakkıdır” (Öztürk ve diğ., 2008).

Engelli bireylerin turizm faaliyetine katılması olarak tanımlanan engelli turizmde esas amaç, engelli turistler için ulaşılabilir turizm imkanlarının ortaya konulması ve kaliteli vakit geçirmelerini sağlamaktır (Baş ve Kılıç, 2013). Diğer bir ifadeyle “engelli turizmi, tüm dünyadaki engelli sayısının fazlalığı ve bu kişilerin genellikle tek başlarına değil yanlarında refakatçi veya refakatçileriyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde turizm işletmeleri için çok değerli bir pazar anlamına gelmektedir” (Zengin ve Eryılmaz, 2013).

TÜRKİYE’DE ENGELLİLERE VE ENGELLİ TURİZME YÖNELİK YASAL DÜZENLEMELER

Engelli turistlerin turizm olanaklarından daha iyi yararlanabilmeleri için ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılayabilecek mevcut turizm olanakları hakkında bilgi sahibi olmalarında büyük yarar bulunmaktadır. Ülkemizde özellikle son yıllarda engellileri topluma kazandırmak, karşılaştıkları engelleri ortadan kaldırmak için bir takım yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerden en önemlileri *BM Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme*’nin imzalanıp onaylanması ve Türkiye’de ilk defa engellilere özel bir kanunun TBMM tarafından çıkarılmasıdır. Bu yasanın işlerlik kazanması tek başına yeterli olmayacaktır. Aynı zamanda Türk toplumunun engellilere yönelik bakış açısını değiştirmesi, bu konuda bilinçlenmesi engelli turizmi için gerekli altyapının oluşturulmasında etkili olacaktır (Çizel vd, 2012; Zengin ve Eryılmaz, 2013).

Yasal düzenlemeler;

- Birleşmiş Milletler Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme,
- Özürlüler Kanunu,
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik,
- Kamu Binaları, Kamuya Açık Alanlar ve Toplu Taşıma Araçlarının Özürlülerin Kullanımına Uygun Duruma Getirilmesi ile İlgili 2006/18 Sayılı Başbakanlık Genelgesi,
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Oteller İçin Sınıflandırma Formu’ nda Engelli Düzenlemeleri,

Diğer Yasal Düzenlemeler;

- Türk Standartları (TS) 9111 Özürlü İnsanların İkamet Edeceği Binaların Düzenlenmesi Kuralları,
- TS 12460 Şehir İçi Yollar-Raylı Taşıma Sistemleri- Bölüm 5: Özürlü ve Yaşlılar İçin Tesislerde Tasarım Kuralları,
- TS 12574 Şehir İçi Yollar-Raylı Taşıma Sistemleri- Bölüm 10: İstasyon İçi İşaret ve Grafik Tasarım Kuralları,
- TS 12575 Şehir İçi Yollar-Raylı Taşıma Sistemleri- Bölüm 14: İstasyon Platformu Oturma Elemanları,
- TS 12576 Şehir İçi Yollar-Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemenin Tasarım Kuralları yer almaktadır.

Yukarıdaki yasal düzenlemeler kapsamında Türkiye için “Engelli Turizmi” kavramı yeni ortaya çıkmaya başlayan bir olgudur. Engellilerin hakları olmasına rağmen sosyal yaşama yeterli ölçüde katılmamalarına paralel olarak turizm aktivitelerinden yararlanmaları da istenilen seviyede olmamıştır. Ancak son yıllarda engellilerin sosyal yaşama katılımlarını artıracak çalışmaların bir uzantısı olarak turizm alanında da bir takım gelişmeler görülmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Düzce’nin Akçakoca ilçesinin engelli turizm potansiyelini, 15 Haziran 2013- 15 Haziran 2014 tarihleri arasında yapılan “Engelsiz Kent Akçakoca Projesi” ve yerel paydaşların görüşleri kapsamında değerlendirmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Araştırmaya ilişkin veriler ise doküman analizi ve görüşme tekniği ile toplanmıştır. Doküman analizi tekniği ile engelsiz kent Akçakoca projesinin özeti incelenmiştir. Akçakoca’daki yerel paydaşlarla da görüşme yapılmıştır. 2 Sivil toplum kuruluşu, 1 turizm işletmesi, Akçakoca belediyesinden de 2 kişi olmak üzere toplam 5 kişi ile görüşme yapılmıştır. Görüşmeye katılan yerel paydaşlar, katılımcı 1, katılımcı 2 şeklinde 1’den 5’e kadar kodlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda Akçakoca’nın engelli turizm potansiyelini ortaya koymak amacıyla 7 açık uçlu soru sorulmuştur. Görüşmeler bu 7 boyut altında analiz edilmiştir.

BULGULAR

Araştırmanın bulguları hem Engelsiz Kent Akçakoca projesi çerçevesinde yapılan doküman incelemesi, hem de yerel paydaşlarla yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Veriler aşağıda iki kategori altında verilmiştir.

ENGELSİZ KENT AKÇAKOCA PROJESİNE İLİŞKİN BULGULAR

Akçakoca Batı Karadeniz bölümünün en batısında ve Düzce ilinin deniz kenarındaki tek ilçesidir. İlçe merkezi Sapak adı verilen Düzce-Ereğli yolunun Akçakoca'ya saptığı yerden en batıdaki Ceneviz Kalesine kadar 7 km uzunluğunda bir çarşıdan oluşmaktadır. (Altanlar, 2007). Ayrıca ilçe sınırları içinde 43 köy bulunmaktadır. Batı Karadeniz'in önemli turizm merkezlerinden biri olan Akçakoca; İstanbul, Ankara, Bursa, Kocaeli gibi şehirlere 2,5–3 saat uzaklıkta olup otoyolla çok kolay bir ulaşımına sahiptir. Akçakoca halkının genel ekonomik faaliyetleri ve ana geçim kaynakları tarım, tavukçuluk ve balıkçılıktır (Ömür, 2006). 2013 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçlarına göre 38,167 olan ilçe toplam nüfusunun 23,194'ü ilçe merkezinde, 14,973'ü ise köylerde yaşamaktadır (Akçakoca Kaymakamlığı, 2014). Akçakoca belediyesi 15 Haziran 2013- 15 Haziran 2014 tarihleri arasında,

- Engellilerin sosyal yaşam alanlarına ve kamu hizmetlerine erişimine katkı sağlamak,
- Sosyal alanlardan engellilerin de faydalanabilmesini sağlamak "erişilebilir turizm" olanakları sunmak. Belirlenen pilot bölgedeki kent mimarisini ve kamu binalarını engellilerin de yararlanabileceği şekilde düzenlemek,
- Engellilerle ilgili farkındalık yaratmak üzere ilçe halkında, kamu amirlerinde ve çalışanlarında, eğitimlerle farkındalık yaratmak ve bilinçlenmelerini sağlamak,

gibi çeşitli amaçları gerçekleştirmek için Engelsiz Kent Akçakoca projesini geliştirmiştir. Bu proje kapsamında yapılan düzenlemeler aşağıda sıralanmaktadır (Akçakoca Belediyesi, 2013):

- **Görme Engelli Yaya Yolu Yapımı:** 2190,63 metrekairelik alanın görme engelli yolu ile kaplanması görme engellilerin yardıma ihtiyaç duymadan ulaşılabilirliklerinin sağlanmıştır.
- **Hidrolik Asansör Montajı:** Merkez Cami'sine, Çınar caddesindeki engelli tuvaletine ve kumsala engellilerin ulaşımı için asansör montajı yapılmıştır.
- **Asansör Revizesi:** Hükümet konağı asansörünün engellilere uygun hale getirilmesi için revize edilmiştir.
- **Engelsiz Plaj:** Çuhallı plajına engellilerin erişebilirliği için ahşap kumsal düzeneği yapılmıştır.

- **Rampa ve Mevcut Kaldırımların Revizesi:** Engellilerin sosyal alanlara ve kamu binalarına yardıma ihtiyaç duymadan erişiminin sağlanması için rampalar ve kaldırımın üzerlerine görme engelliler için plastik kabartmalar yapılmıştır.
- **Trafik Kontrol Sistemi Yapılması:** Engellilerin sosyal alanlardan kamu binalarına güvenli erişimi için ses sinyalizasyonlu ve ışıklı yaya geçidi yapılmıştır.
- **Engelli WC Yapılması, Dizaynı ve Tesisatının Döşenmesi:** Çınar caddesine engelli tuvaleti yapılması ve Akçakoca merkez cami umumi tuvaletinin engellilere uygun hale getirilmiştir.
- **Engelli WC, Duş ve Soyunma Kabini:** Çuhali plajı bölgesine engellilerin kişisel ihtiyaçlarını giderebilmeleri için WC duş ve soyunma kabini yapılmıştır.
- **Kauçuk Zemin Kaplaması:** Liman bölgesi oyun parkına güvenli saha oluşturulması için 325 metrekare kauçuk zemin kaplanmıştır.
- **Engelsiz Oyun Grubu Yapımı:** Liman bölgesi oyun parkının engelsizlerinde faydalanabileceği engelsiz oyun grubu ile değiştirilmiştir.
- **Engelsiz Fitness Aletleri Montajı:** Engellilerin liman bölgesi oyun parkı bölgesinde spor yapmalarını sağlamak için fitness aletleri temini ve montajı yapılmıştır.
- **Eğitim Faaliyetleri:** Engelli aileleri, kamuoyu ve kamu amirlerinin 1'er günlük seminer ile farkındalık eğitimleri yapılmıştır.

GÖRÜŞMEYE İLİŞKİN BULGULAR

Akçakoca'daki yerel paydaşlardan 5'i ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular 7 kategori altında incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu boyutlar aşağıda sıralanmıştır:

Tablo 1. Akçakoca'da engelli turizm kapsamında yapılan fiziki mekân düzenlemeleri

Katılımcı 1	Akçakoca'da rampa, köprü, kabartmalı kaldırım gibi fiziki mekan düzenlemeleri yapılıyor ancak engelli vatandaşların kullanımına pek uygun değil.
Katılımcı 2	Daha önce Akçakoca'da engellilere yönelik bir çalışma olmadı ancak geçen yıl belediye bir proje yaptı. Alt yapı ve eğitim çalışmaları yapılmadığı için bence pek yeterli olmadı.
Katılımcı 3	Kamu, STK ve devlet kurumları engelli vatandaşların durumuna hassasiyet göstererek, onların yaşamlarını kolaylaştırmaya yönelik düzenlemeler yapmaktalar.
Katılımcı 4	Engelli turizm kapsamında doğrudan yapılan çalışma yok ancak Belediyemiz rampalarda, kaldırımlarda, köprülerde, duş ve WC lerde Engelsiz kent Akçakoca projesi kapsamında engellilere yönelik düzenlemeler yapmıştır.
Katılımcı 5	Fiziki mekan düzenlemeleri kapsamında Akçakoca belediyesi tarafından engelsiz kent Akçakoca projesi gerçekleştirildi. Bununla engellilere yönelik rampa, kaldırım, asansör, WC gibi düzenlemeler yapıldı.

Tablo 1'de görüldüğü gibi Akçakoca'da engelli turizm kapsamında yapılan düzenlemeler olarak Engelsiz Kent Akçakoca projesi gösterilmektedir.

Tablo 2.Akçakoca’da Turizm İşletmelerinin Engellilere Uyumlu

Katılımcı 1	Akçakoca’da restoranlar ve kafeler engelli vatandaşlara uyumlu değil, ancak otel işletmelerinin çoğu yaptıkları düzenlemelerle uyumlu hale gelmiştir.
Katılımcı 2	Akçakoca genel kullanım alanlarında engelli insanların yaşamlarını kolaylaştırmak için bir takım çalışmalar yapıldı ancak işletmeler engelli misafirlerin ihtiyaçlarını karşılayacak donanıma sahip değiller. Bu konuya yönelik yeni yeni çalışmalar yapılmaktadır.
Katılımcı 3	Turizm işletmeleri engelli vatandaşları düşünmeye çalışsa da çok önemsediklerini düşünmüyorum. Bu konuda bana göre tamamen engelli vatandaşlara yönelik hizmet veren turizm işletmeleri açılmalı, ancak bu yatırımlar maliyetli gelmektedir.
Katılımcı 4	Ulaşılabilir turizm destinasyonları için yaptığımız çalışmamızda Akçakoca’daki yıldızlı otellerin hepsinin engellilerin ulaşımına uygun konumda olduğu anlaşıldı. Bunların dışında kafelere ve plaja da şuan yapılan proje sayesinde engelliler tarafından erişim mümkün.
Katılımcı 5	Engelsiz kent Akçakoca projesi işletme sahiplerinde engellilere yönelik bir farkındalık oluşturdu. Bu da işletmeleri bazı düzenlemelerin yapılmasını sağladı.

Tablo 2’de genel olarak Akçakoca’daki turizm işletmelerinin engelli turistlere uyumlu olmadığı belirtilse de bir Katılımcı Akçakoca’daki turizm işletmelerinin uyumlu olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3. Mevcut Turizm Hizmetlerin Engellilerin Taleplerini Karşılatabilme Düzeyi

Katılımcı 1	Akçakoca’da engelliye yönelik turizm hizmetlerinde çok geriyiz. Engelliler restoranlara, kafelere, mağaraya, şelaleye, kaleye gidemiyorlar
Katılımcı 2	Engelli turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirilmiş projeler yok ancak kendi sektörümüzde ve işletmemizde kendi personelimiz ve imkanlarımızla engelli turistlerin gereksinimlerini karşılıyoruz.
Katılımcı 3	Belediye, kaymakamlık ve STK tarafından yapılan düzenleme ve çalışmalar kapsamında turizmde de bir takım çalışmaların yapıldığını görmekteyiz. Özellikle Engelsiz Kent Akçakoca projesi kapsamında engelli vatandaşların yaşamını kolaylaştırıcı düzenlemeler yapıldı.
Katılımcı 4	Turizm işletmeleri verdiği hizmetlerle engellilerin ihtiyaçlarını yüzde yüz karşılamamakta ancak Akçakoca’ya gelen engelli turistlerin ihtiyaçlarının çoğunluğunu karşılamakta ve Akçakoca’da tatil yapabilecek durumdalar.
Katılımcı 5	Akçakoca’daki turizm hizmetleri tam anlamıyla engelli vatandaşların gereksinimlerini karşılamayabilir ancak Akçakoca sahili ulaşılabilirlik açısından engelli vatandaşlara çok uygun, çünkü yolun hemen kenarında. Yapılan proje ile engelli vatandaşların kumsala rahatlıkla ulaşmasını sağlıyor.

Tablo 3'te katılımcılardan alınan görüşlerin çoğunda Akçakoca'daki mevcut turizm hizmetlerinin engellilerin taleplerini karşılayacak düzeyde olmadığı yönündedir.

Tablo 4. Akçakoca'da Tatil Ortamında Engellilerin Talepleri

Katılımcı 1	Yurt dışından gelen 24 engelli turistin Akçakoca'da rehber isteği oldu, ilçemizi gezmek istediler her yeri göremediler. Yurt içinden gelenler de aynı şekilde. Bunların dışında Cankurtaran ve refakatçi talepleri olmaktadır.
Katılımcı 2	Bölgede ziyaretçiler arasında çok fazla engelli ziyaretçimiz olmadı ve gelen engelli ziyaretçiler de otel içerisinde kendi ihtiyaçlarını karşılayacak imkanlara sahip olduğu için pek fazla bir talepte bulunulmadı.
Katılımcı 3	Engelli vatandaşlardan herhangi bir taleple karşılaşmadım.
Katılımcı 4	Engellilerin kendilerinden ve engelli derneğinden engelli arabalarıyla bir yerden bir yere ulaşım imkanı, bir yerde yemek yeme, lavabo ihtiyacını gidermek, camide ibadet ihtiyacını rahatlıkla yerine getirmek istiyorlar. Özellikle WC ihtiyacı konusunda sıkıntı çekiyorlar.
Katılımcı 5	Herhangi bir istekle karşılaşmadık ama normal vatandaşlar gibi her yere gidememekteler.

Tablo 4'te de görüldüğü gibi 2 Katılımcı engellilerden herhangi bir talep gelmediğini, 1 Katılımcı rehber, refakatçi ve cankurtaran talebi, 1 Katılımcı WC, ulaşım, yemek yeme ve ibadet ihtiyaçlarını rahat gidermeye yönelik talepleri olduğunu belirtirken 1 Katılımcı da engellilerin ihtiyaçlarını otel içerisinde giderdiklerini belirtmiştir.

Tablo 5. Akçakoca'da Engelli Turistlerin Karşılaştıkları Sorunlar Ve Çözüm Önerileri

Katılımcı 1	Rampalar dik, kaldırımlara araç park ediyor, banka ve kamu kuruluşlarında engelli vatandaşlar işlerini halledemiyor, anlaşıyor. Birleşmiş Milletler Engelli Kanunu ve ülkemizde 2005 yılında çıkan 5378 sayılı kanun bulunmakta ve engelliler ilgili olan bu kanun bütün kamu kuruluşlarına gönderilmektedir. Bu kanunlardaki kriterler uygulanmıyor, uygulansa bu problemlerde azalacaktır.
Katılımcı 2	Engelli vatandaşlar için yapılan kaldırımlara araçlar park ediyor, genel kullanım alanlarında yaşamı kolaylaştırıcı çalışmalar var ancak normal vatandaşlar bunlara pek uymuyor. Sivil toplum kuruluşları, engelli vatandaşlardan aldıkları talepler çerçevesinde projeler gerçekleştirmektedir.
Katılımcı 3	Genellikle engelli vatandaşların kendi başlarına hareket edemediklerini, bir yardımcı tarafından hareket ettiğini görmekteyim. Bence turistik bölgelerde sadece engellilere hizmet veren turizm işletmeleri açılmalıdır.
Katılımcı 4	Yalnız hareket etme konusunda, karşıdan karşıya geçememe, lavabo ihtiyacını giderememe gibi problemleri vardı. Yapılan bu proje sadece Akçakoca'nın pilot bölgesi olarak belirli bir bölgede gerçekleşti. Ancak Akçakoca'nın tamamında devlet ve bakanlık desteğiyle bu proje genişletilebilir. Ayrıca engelliler istek ve taleplerini kendileri bildirmeliler.
Katılımcı 5	Bizim hiçbir engeli olmayan insanlarımız başta olmak üzere herkesin eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi gerekmektedir. En büyük sorun eğitimsizlik ve bilinçsizlik. Akçakoca'daki bazı yaya geçişlerindeki ışıklar engellilere yönelik sesli ikazlı, ancak bilinçsiz vatandaşlar bunları kullanıyor. Eğitim ve empati ile bu sorunlar çözülebilir.

Tablo 5'te Katılımcılar genel olarak engellilerin karşılaştıkları problemleri, yapılan düzenlemelerin engellilere uygun olmadığı yönünde ve normal vatandaşların engelli hakları konusunda bilinçli olmadığı yönünde olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Engellilerin turizm hizmetlerinden yararlanmasında turizm işletmeleri, STK ve devletin görevleri

Katılımcı 1	Devlet kurumlarında çalışanlar engelli vatandaşları bilinçli şekilde karşılamalı ve yardım etmeli, STK'ı acımadan normal bir şekilde yardım etmeli, turizm işletmeleri de işletmeleri engellilere uygun hale getirmelidir
Katılımcı 2	STK'ı kendi ihtiyaçları ile ilgili konuları dile getirmeleri gerekir ve gerekli mercilere sunmalı. Sunulan merciler de bünyesine bağlı olan sektörler, işletme ve temsilciler tarafından bu kriterleri uygulamalarını sağlamalı
Katılımcı 3	Devletin ilgili organları, projeler yapılırken engellilerin durumlarını göz önünde bulundurarak yapmaktadırlar. STK ise bu konularda devleti destekleyici ve duyarlı davranışlar sergilemeli. Turizm işletmeleri ise kar maliyet analizini yaparak engellilere yönelik hizmet verecek işletme yatırımları yapmalıdır. Bu üç kurum bir arada hareket ederek Akçakoca'nın reklamını yapabilirler.
Katılımcı 4	STK'nın görevleri engelli vatandaşların istek ve ihtiyaçlarını belediyelere iletmeleri gerekmektedir. Belediye ve diğer devlet birimleri bir düzenleme yaparken engelli vatandaşların erişimine uygun olarak yapması gerekmektedir.
Katılımcı 5	Turizm tesisleri engellilere yönelik doğrudan bir düzenleme yapmıyor, fakat devletin uygulamaları ile yıldız alırken bile bir rampa gerektiği için devletin yaptırımları ile gerçekleştiriyorlar. Engelli ve ailelerini bir arada toplayıp onları denizlerle birleştirip turizm tesisleri yaparak bir kamp projesi gerçekleştirebiliriz.

Tablo 6'da katılımcıların görüşlerine göre Sivil Toplum Kuruluşları engellilerle ilgili talepleri devletin ilgili kurumlarına iletmeleri gerektiği, devletin de engellilerle ilgili düzenleme yaparken, yapılan düzenlemelerin engellilere uygun olarak yapması gerektiğini belirtmektedir. Turizm işletmecileri ise kar-maliyet analizi kapsamında sadece engelli insanlara hizmet veren tesisler açması gerektiği belirtilmiştir.

Tablo 7. Akçakoca'nın engelli turizm potansiyeli

Katılımcı 1	Akçakoca engelli turistler açısından en uygun potansiyele sahip şehirdir. Engelsiz kent Akçakoca projesi ile potansiyeli daha da artırdı.
Katılımcı 2	Bölgeye ne kadar engelli gelip ziyaret ettiğine yönelik yapılmış henüz bir çalışma bulunmamaktadır. Ancak kendi imkânlarımız çerçevesinde gördüğüm kadarıyla pek bir potansiyeli yok. Her ne olursa olsun buraya engelli turist gelmeyeceği anlamına gelmez. Talebi oluşturmak için de bu gibi projelerle engelli turizm altyapısının oluşması gerekmektedir.
Katılımcı 3	Akçakoca'nın engelli turizm potansiyeli yeterli değil, çünkü kamu kurumları bazı düzenlemeler gerçekleştiriyor ama turizm işletmeleri de engellilere yönelik yatırımlar yapmalı.
Katılımcı 4	Akçakoca'nın engelsiz turizm potansiyeli var, ancak bu potansiyelden hamile ve yaşlılar da yararlanmalı. Şu haliyle yapılan projenin de sayesinde mevcut

	potansiyelin olduğunu söyleyebiliriz. Engelli vatandaşlar gelip burada tatilini yapabilir.
Katılımcı 5	Akçakoca'nın engelli turizm potansiyelinin olması gerekenden fazla olduğunu düşünüyorum. Çünkü Akçakoca'da sahile ulaşım ege ve Akdeniz'e göre daha kolay ve yakın. Ayrıca Akçakoca'da turizm tesislerinin çoğu deniz kenarında olduğu için engelli turizmne elverişli

Tablo 7'de ise 3 Katılımcı Akçakoca'nın engelli turizm potansiyeline sahip olduğunu belirtirken, 2 Katılımcı engelli turizm potansiyelinin yeterli olmadığını ifade etmiştir.

SONUÇ

Akçakoca ilçesi, deniz-kum-güneş dışında, doğaya dayalı turizm, kültür turizmi, macera turizmi, spor turizmi gibi alternatif turizm türlerinin çoğunun gerçekleşmesine imkan veren bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu turizm türlerini gerçekleştirmek amacıyla Akçakoca'ya özellikle yaz aylarında yoğunlukla Ankara ve İstanbul illerinden yerli turistler gelmektedir. Akçakoca'ya gelen bu turistler içerisinde engelli turistler olduğu gibi ilçede de yaşayan ve turizm faaliyetlerine katılmak isteyen engelli insanlar bulunmaktadır.

Kıyı turizmi için Akçakoca'ya gelen engelli turistlerin plaja ulaşabilmeleri için ahşap kumsal düzeneği yapılmıştır. Böylece engelli turistler kendi başlarına rahatlıkla denize kadar ulaşabilme imkanına kavuşmuştur. Bunun dışında Akçakoca'daki parklara, spor salonlarına, kıyı bandına yapılan engellilere yönelik düzeneklerle Akçakoca engelli turistler için hemen hemen tüm engelleri ortadan kaldırarak engelsiz bir tatil yörenesi haline gelmiştir. Ayrıca ilçe genelinde Akçakoca Belediyesi tarafından gerçekleştirilen engelsiz kent Akçakoca projesi ile Akçakoca'da engelli vatandaşların yaşadığı sıkıntıların farkına varıldığı anlaşılmıştır.

Yerel paydaşlarla yapılan görüşmeler kapsamında ulaşılan en önemli sonuç ise Akçakoca'nın engelli turizm potansiyeline sahip olduğu anlayışıdır. Akçakoca'nın bu potansiyelin olmasında da en önemli etkenler Engelsiz Kent Akçakoca Projesi, Akçakoca'nın denize yakınlığı ve konaklama işletmelerinin sahilde oluşudur. Öte yandan engelli vatandaşlara yönelik yapılan fiziksel düzenlemeler yapılmasına rağmen engelli vatandaşların yapılan bu düzenlemelerden yeterince yararlanamadığı ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni ise hem yapılan düzenlemelerin engellilere pek uygun olmaması, hem de insanların engelli vatandaşların haklarına saygı göstermemesidir.

Akçakoca'nın engelli turizm potansiyelinin artırılması için hem yurt içi hem de yurt dışından engelli turistleri çekerek engelli turizm merkezi haline getirilebilir. Bunun için Akçakoca'nın yapılan proje ile engelli insanların engelsiz şekilde yaşayabileceği bir ilçe olduğu tanıtımı yapılarak farkındalığı sağlanmalıdır.

Bundan sonra Akçakoca'da yapılacak engelsiz turizm konusuna yönelik çalışmalarda, yerel paydaşlar, engelli turistler, turizm işletmeleri ve yerel halk uygulama alanı olarak seçilebilir ve nicel araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akçakoca Belediyesi, (2013), *Engelsiz Kent Akçakoca Projesi Özeti*, Akçakoca Belediye Başkanlığı.
- Akçakoca Kaymakamlığı (2014), *Nüfus Durumu*, http://www.akcakoca.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=277&Itemid=77 5 (Erişim Tarihi, 05.08.2014).
- Altanlar, A. (2007), *Akçakoca Alternatif Turizm Olanaklarının Araştırılması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Atak, V. (2008), *Marmaris'teki Otel İşletmelerinin Bedensel Engelli Turizmine Bakışı*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Baş, M. ve Kılıç, B. (2013), Otel İşletmelerinde Engellilere Yönelik Hizmet Algısı ve Memnuniyet İlişkisi, *Uluslararası Özürlüler Kongresi*, (20-21 Aralık), İstanbul: Harbiye Askeri Müzesi ve Kültür sitesi.
- Batı, G. B. (2006), *Paydaş Teorisi ve Bankalarda Paydaş Analizi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Çizel, B., Sönmez, N ve Akıncı, Z., (2012), *Antalya'da Engelli Turizminin Gelişimi için Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma*, Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Antalya.
- Dünya Engelliler Vakfı, (2014), *Engelsiz Şehir Tasarım Raporu*, <http://www.devturkiye.org/Projeler/Engelsiz-Sehir-Planlamasi/Engelsiz-Sehir-Tasarim-Raporu/> (Erişim Tarihi: 09.08.2014).
- Dünya Sağlık Örgütü, (2011), *Dünya Engellilik Raporu Yönetici Özeti*, Dünya Sağlık Örgütü.
- Mesci, M. ve Çetin, Ö. (2011), Sürdürülebilir Turizmde Yerel Paydaşların Rolü: Akçakoca Örneği, *X. Geleneksel Turizm Paneli*, 15 Nisan 2011, Sakarya.
- Ömür, B. (2006), *Rekreasyon Yönetiminde Rekreasyon Programının Yönetsel Süreçlerinin Değerlendirilmesi: Düzce-Akçakoca Festival Program Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008), Is the Turkish Tourism Industry Ready For a Disabled Customer's Market? The Views of Hotel and Travel Agency Managers, *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Pehlivanoğlu, B. (2012), Turizm Yapılarında Engellilere Yönelik İç Mekân Tasarım Kriterleri, *Engelsiz Turizm Sempozyumu*, 27 Temmuz 2012, Antalya.
- Yılmaz T. ve Gökçe D. (2012), Kentsel Açık ve Yeşil Alanların Engelli Bireylerin Sosyal Yaşamı Açısından Önemi, *Engelsiz Turizm Sempozyumu*, 27 Temmuz 2012, Antalya.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013), Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi, *International Journal Of Economic And Administrative Studies*, 6(11), 51-74.

GAZİANTEP’İN ENGELLİ TURİZMİNE İLİŞKİN DURUMUNUN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Kemal BİRDİR

*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kemalbirdir@mersin.edu.tr*

Halil İbrahim KARAKAN

*Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik M.Y.O.
karakan@gantep.edu.tr*

Okan ÇOLAK

*Öğr. Gör., Harran Üniversitesi, Birecik M.Y.O.
okancolak@harran.edu.tr*

Neslihan KAN

*Öğr. Gör., Harran Üniversitesi, Birecik M.Y.O.
neslihankan@harran.edu.tr*

ÖZET

Dünyada özel bir pazar olarak kabul edilen ve ülkemizde nüfusu %13’ü bulan engelli bireylerin diğer turistlere benzer nitelikte ve kalitede hizmet alabilmeleri için gerekli düzenlemelerin yapılarak, bu bireylerin turizme katılması teşvik edilmeli ve desteklenmelidir. Engelli bireyleri seyahat eğiliminin ve talebinin artması turizm endüstrisinin global ölçekte büyümesine önemli katkılar sağlayacaktır. Çalışmanın amacı Gaziantep İli’nde faaliyet gösteren tarihi ve turistik çekim yerlerinin engelli turizm açısından alt ve üst yapı uygunluğunu tespit etmek ve mevcut durumun iyileştirilmesi için öneriler de bulunmaktır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nicel yaklaşımlardan anket tekniği ve nitel yaklaşımlardan yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Toplam 86 adet kamu ve özel kurum yetkilisiyle yüz yüze görüşme ve anket yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, Gaziantep İli’nin engelli turizmi açısından yeterli altyapı ve üstyapıya sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Engelli, Engellilik, Engelli Turizmi.*

GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından yayınlanan en son Dünya Engelli Raporu’na göre Dünya üzerinde yaşayan engelli sayısı 720 milyon civarındadır (WHO, 2011). Ülkemizde ise nüfusun 12,29’luk bir kesimi, diğer bir deyişle, yaklaşık 8,5 milyon engelli vatandaşımız bulunmaktadır (MÜSİAD, 2011). Dünyanın en büyük azınlığı olarak kabul edilen engelliler turizm endüstrisi için de “özel bir pazar” anlamına gelmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013).

Turizm faaliyetlerine katılmak fiziksel engeli olan ve olmayan tüm insanlar için gerekli bir aktivite olmakla birlikte (Yaylı ve Öztürk, 2006), bu bireyler de diğerleri gibi turizmde aynı istek ve ihtiyaçlara sahip olmasına rağmen (Yau, McKercher ve Packer, 2004) koşullar tüm insanlar için ne yazık ki aynı değildir. Engelli olan bireyler turizm faaliyetlerine katıldığında engeli olmayan bireylere kıyasla, sosyal ve pratik olarak değişik türde güçlüğüne üstesinden gelmek zorundadırlar (Germ ve Schleien, 1997). Bu güçlüklerin

en başında ekonomik problemler gelmektedir. Engelli bireyin seyahate katılma maliyeti normal bireye oranla yüzde 30-200 arasında fazlalık göstermektedir (Avcıkurt, 2009). Kişilerin fiziksel olarak hareket edememeleri, uygun konaklama işletmeleri bulamamaları, gidecekleri yer veya bölgelere ulaşımında yaşanan teknolojik yetersizlikler ve karşılaşılan diğer güçlükler olarak sıralanabilir (Darcy, 1998). Tüm bu güçlükler düşünüldüğünde, engelli bireylerin de turizme katılımının teşvik edilmesi ve bu bireyler için gerekli kolaylıkların sağlanması gerektiği görülmektedir (Toskay, 1989). Engelli turizminin, ancak gerekli bu kolaylıkların sağlanması sonucu gerçekleşebilecek bir turizm çeşidi olduğu açıktır. Engellilere yönelik yapılan/yapılacak düzenlemelerin maliyeti biraz yüksek olabilmektedir. Ancak, engelli bireylerin tek başına veya bir refakatçiyle seyahat edebilmeleri ve turizme sorunsuzca katılabilmeleri, bir yandan engelli bireylerin gelişimini, özgüvenini arttırmakta ve diğer bireylere bağımlılığını azaltmakta ve engelli turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Engelli seyahatinin artmasıyla turizmden elde edilen kazançlar artacak ve bu turizm çeşidi için yapılan yatırımların maliyeti uzun dönemde döndürülebilir olacaktır (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012).

Literatürde engelli kavramı ile birlikte kullanılan ya da benzer anlamda kullanılan kavramlar bulunduğu görülmektedir (Kula, 2005). Özürlülük veya sakatlık kavramlarıyla da ifade edilen engellilik, yeni düzenlemelerin de gerçekleşmesi sonucu daha kapsamlı bir şekilde tanımlanmıştır (Seyyar, 2006). Birleşmiş Milletler engelliliği “normal bir kişinin kişisel ya da sosyal yaşantısında kendi kendisine yapması gereken işleri, bedensel veya ruhsal yeteneklerindeki kalıtsal ya da sonradan olma herhangi bir noksanlık sonucu yapamaması” olarak ifade etmektedir (DEV, 2010). Dünya Sağlık Örgütü’nün (WHO) tıbbi açıdan yapmış olduğu engellilik tanımı ise şu şekildedir: “sağlık yalnız hastalık ve engelliliğin olmaması değil, aynı zamanda bedensel, ruhsal ve toplumsal yönden tam bir sağlıklı olma durumudur. Engellilik ise bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerinden belirli bir oranda, sürekli olarak fonksiyon ve görüntü kaybına neden olan organ yokluğu veya bozukluğu sonucu kişinin normal yaşam gereklerine uyamama durumu” şeklindedir (WHO, 2011).

Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılabilmesi yönünde yapılan çalışmalar, son yıllarda Türkiye’de de önem kazanmaya başlamıştır (Şahin, 2012). Turizm endüstrisinin ürünleri çoğunlukla engelsiz bireyler için tasarlanmış olduğundan dolayı (Yau ve diğerleri, 2004), Türkiye’de engellilerin rahatça tatil yapabilmeleri ve bu süreçte karşılaşmaları muhtemel güçlükleri ortadan kaldırabilmek için birçok yasal düzenlemeye gidilmiştir.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nda 13/12/2006 tarihli olarak kabul edilen, Türkiye ile birlikte aynı anda 80 ülke tarafından imzalanan ve 3/12/2008 tarih ve 5825 sayılı kanunla onaylanması uygun bulunan Birleşmiş Milletler Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşmenin 18. maddesinde “Seyahat Özgürlüğü ve Uyraklık” başlığı altında “taraf devletler engellilerin diğer bireylerle eşit koşullar altında seyahat ve yerleşim yerini seçme özgürlüğüne ve uyraklık hakkına sahip olduğunu kabul ettiği” belirtilmektedir (BM Engelli Hakları Sözleşmesi, 2008). Bu sözleşme taraf olan devletlere, engellilere karşı

ayrımcılığı ortadan kaldırmak ve onların yaşam standartlarını yükseltmek gibi yükümlülükler getirmiştir. Böylelikle sözleşmeye taraf olan tüm ülkeler, başta gelişmiş ülkeler olmak üzere turizm anlayışlarını yeniden engelsiz turizm çerçevesinde konumlamaya başlamışlardır.

1982 yılında 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasası uyarınca hazırlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik 21/06/2005 tarihli olarak Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Değişik: 05/03/2011 tarih, 27865 sayılı Yönetmeliğinde “Asli konaklama tesislerinin genel nitelikleri “ başlıklı 18. maddesinin “c” bendinde bedensel engelliler için düzenlemelere yer verilmiştir. Yönetmelikte toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az 1 oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin % 1’i oranında odada bedensel engellilerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılması zorunluluğu getirilmiştir (Kültür Ve Turizm Bakanlığı, 2005). Sonrasında yönetmeliğin uygulanmasına dair yayınlanan tebliğin 20.maddesinde bedensel engelliler düzenlemelerine ilişkin genel esaslar detaylandırılmıştır.

Özürlüler Kanunu’na bağlı olarak 12 Temmuz 2006 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanan “Kamu Binaları, Kamuya Açık Alanlar ve Toplu Taşıma Araçlarının Özürlülerin Kullanımına Uygun Duruma Getirilmesi ile ilgili 2006/18 Sayılı Başbakanlık Genelgesi” kamu kurum ve kuruluşlarına ait mevcut resmî yapıların, mevcut tüm yol, kaldırım, yaya geçidi, açık ve yeşil alanlar, spor alanları ve benzeri sosyal ve kültürel altyapı alanları ile gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılmış, umuma açık hizmet veren her türlü yapıların engellilerin erişebilirliğine uygun duruma getirileceği; büyükşehir belediyeleri ve belediyelerin, şehir içinde kendilerince sunulan veya denetimlerinde gerçekleştirilen toplu taşıma hizmetlerinin engellilerin kullanımına uygunluğunu sağlayacağı, bu uygulamaların gerçekleştirilmesi için 7 yıllık süre tanındığı ve bu sürenin 7/7/2005 tarihinde başladığı belirtilmiştir (Resmi Gazete, 2006, s. 1).

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Araştırmanın amacı, Gaziantep İli’nde faaliyet gösteren müze, kilise, han, kale, antik kent gibi tarihi turistik çekim yerlerinin; bedesten, çarşı, pazar gibi tarihi ve turistik alışveriş yerlerinin; park, bahçe, gölet, kaplıca, mesire alanı gibi turistik dinlence yerlerinin; kafeterya ve restoran gibi turistik mekanlar ile bilim, kültür, eğlence merkezlerinin engelli turizm açısından alt ve üst yapı uygunluğunu tespit etmek ve mevcut durumun iyileştirilmesi için öneriler de bulunmaktadır. Araştırmanın Gaziantep İli’nin engelli turizm açısından mevcut durumunun ilk defa araştırılması ve tüm paydaşların araştırmaya dahil edilmesi yönüyle, önemli bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın genel amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- Turistik çekim yerlerini yıllık ne kadar engelli turist ziyaret etmektedir?
- Gaziantep ilinde kurum ve kuruluşların engelli bireylere yönelik yaptıkları düzenlemeler ne düzeydedir?

- Kurum türleri ile kurumları ziyaret eden turist sayısı arasında ilişki var mıdır?
- Kurum türlerine göre kurumları ziyaret eden turist sayısı farklılaşmakta mıdır?
- Kurum yöneticilerinin engelli turizmine ilişkin eğilim ve beklentileri ne durumdadır?

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Gaziantep İli'nde engelli turizminin geliştirilmesi için, ilin alt yapı ve üst yapı açısından uygunluğunu araştırarak öneriler getirmeyi amaçlayan bu çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nicel yaklaşımlardan anket tekniği ve nitel yaklaşımlardan yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

Hazırlanan anket formu, kendi içinde dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde kurum yöneticilerinin demografik bilgilerine ilişkin 8 kapalı uçlu soru, ikinci bölümde engelli ziyaretçi sayısını ölçmeye yönelik 1 kapalı uçlu soru yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise kurumların engelli turizm açısından mevcut durumlarını belirlemeye yönelik 8 soru bulunmaktadır. Son bölümde yöneticilerin engelli turizmi açısından eğilim ve beklentilerini ölçmeye yönelik 27 soru olmak üzere anket toplam 44 sorudan oluşmaktadır. Kurumların mevcut durumlarını ölçmeye yönelik sorulan 8 soruluk ölçek, Eryılmaz (2010) tarafından yayımlanmış olan eserden faydalanılarak oluşturulmuştur. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik değeri 0,684 olarak bulunmuştur. Alfa katsayına bağlı olarak ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2006). Kurum yöneticilerinin engelli turizmi açısından eğilim ve beklentilerini ölçmeye yönelik 27 soruluk ölçek ise Çizel, Sönmez ve Akıncı'nın (2012) yayımlanmış oldukları eserden faydalanılarak oluşturulmuştur. Ölçekte yer alan ifadeler "1: Kesinlikle Katılmıyorum", "5: Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 5'li Likert tipi ölçekle ölçümlenecektir. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik değeri 0,879 olarak bulunmuştur. Alfa katsayına bağlı olarak ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2006).

Görüşme formu, açık uçlu 6 sorudan oluşmaktadır. Araştırmanın geçerliliği açısından görüşme soruları Çizel, Sönmez ve Akıncı (2012) tarafından yayınlanmış olan eserden faydalanılarak oluşturulmuştur. Görüşmeler katılımcılarla önceden belirlenen gün ve saatlerde görevli oldukları kurumlarda kendi belirledikleri mekanlardayüz yüze görüşmeye veya telefonla görüşmeye dayalı ve birebir olarak yürütülmüştür. Görüşme sırasında katılımcının izni doğrultusunda ses kaydı yapılmıştır.

Araştırmanın evrenini Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca ilan olunan, Turizm İşletmesi Belgeli Turizm Tesisleri'ne ilişkin güncel veriler doğrultusunda, Gaziantep İlinde faaliyet gösteren kafe ve restoranlar; Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Gaziantep Valiliği sitelerinde yer alan tüm kamu ve özel müze, kilise, han, kale, antik kent gibi tarihi ve turistik çekim yerleri; bedesten, çarşı, pazar gibi tarihi ve turistik alışveriş yerleri; park, bahçe, gölet, kaplıca, mesire alanı gibi turistik dinlenme yerleri ve bilim, kültür ve eğlence merkezlerinin yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmada zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik

sebeplerinden dolayı evrenin tamamına ulaşmak yerine amaçlı örnekleme yoluna gidilmiştir.

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Anket Sonuçları

Araştırmada, Gaziantep İli'nde faaliyet gösteren 22 adet turizm işletme belgeli ile belediye işletme belgeli kafe ve restoran, 18 adet kamu ve özel müze, 2 adet kilise, 14 adet han, 2 adet kale, 6 adet antik kent, 8 adet park, bahçe, gölet, kaplıca vb. dinlenme yeri, 4 adet bedesten, çarşı, pazar vb. alışveriş mekanı, 3 adet bilim, kültür ve eğlence merkezi ve 7 adet il kültür müdürlüğü, belediye engelli birimi, anıtlar müdürlüğü. vb. olmak üzere toplam 86 kamu ve özel kurum yetkilisiyle anket yapılmıştır. Turistik çekim yerlerine ve işletmelere ilişkin bilgilere Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü ve Gaziantep Valiliği internet sitelerinden yararlanılarak ulaşılmıştır. Çalışma süresince bu çekim yerleri ve işletmelerin tamamına ulaşılmış, ayrıca bu sitelerde yer almayan diğer turistik çekim yeri ve işletmelerde çalışmaya dahil edilmiştir. Geri dönüşü sağlanan anketlerin yapılan ön incelemesinde sorun teşkil edecek veri bulunmadığından tamamı değerlendirilmeye alınmıştır. Katılımcı kurum ve yöneticilere ilişkin demografik bulgular Tablo.1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcı Kurum ve Yöneticilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistiği

		N	%
Kurum Türü	Kafeterya & Restoran	22	25,6
	Müze ve Kilise	20	23,3
	Han, Kale ve Antik kent	22	25,6
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	8	9,3
	Bedesten,Pazar ve Çarşı	4	4,7
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	3	3,5
	Diğer İdari Birimler	7	8,1
Kurumun Faaliyet Süresi	1-5 Yıl	25	29,1
	6-10 Yıl	23	26,7
	11-15 Yıl	7	10,3
	16-20 Yıl	5	5,8
	21 Yıl ve üzeri	8	9,3
Cinsiyet	Bay	70	81,4
	Bayan	16	18,6
Yaş	20-29 Arası	6	7,0
	30-39 Arası	33	38,4
	40-49 Arası	31	36,0
	50 ve üzeri	16	18,6
Eğitim Durumu	Lise ve altı	35	40,7
	Önlisans	12	14,0
	Lisans	24	27,9
	Lisansüstü	15	17,4
Eğitim Alınan Alan	Turizmle İlgili	13	15,1
	Diğer	73	84,9

Kurumdaki Hizmet Yılı	1-5 Yıl	48	55,8
	6-10 Yıl	22	25,6
	11-15 Yıl	8	9,3
	16-20 Yıl	5	5,8
	21 Yıl ve üzeri	3	3,5

Katılımcı kamu ve özel kurumlara ilişkin betimleyici bulgulara bakıldığında; %48,9'unun müze, kilise, han, kale, antik kent gibi tarihi ve turistik çekim yeri, %25,6'sının ise kafeterya ve restoran olduğu görülmektedir. Kurumların faaliyet sürelerine bakıldığında ise %55,8'inin faaliyet süresi 10 yıldan azdır. Katılımcı kurumların çoğunluğunun faaliyet sürelerinin 10 yıldan az olmasının nedeni olarak bir çok tarihi mekanın özellikle hanların özel işletmelere kiralanması ileri sürülebilir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular incelendiğinde; kurum yöneticilerinin %81,4'ünün erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların, %74,4'ü 30-49 yaş arasında, %18,6'sı 50-üzeri yaş arasında yer alırken; %7'si 29 yaşından küçüktür. Anket verilerine göre katılımcıların %59,3'ünün üniversite mezunu olmasına karşın, turizm eğitimi alanların yalnızca %15,1'lik düşük düzeyde kalması dikkat çekicidir. Katılımcıların kurumdaki hizmet yıllarına bakıldığında %55,8'inin 1-5 yıl süre ile çalıştığı görülmektedir.

Tablo 2'de tesis olanaklarına ilişkin yönetici görüşlerinin kurum türlerine göre farklılık gösterip göstermediği ki kare testi yapılarak araştırılmıştır. Tabloda önermelerin her birine ait ki kare değeri, serbestlik derecesi ve anlamlılık düzeyi de belirtilmiştir. Araştırmadaki önermeler ki kare anlamlılık değerleri, frekans ve yüzdeler dikkate alınarak aşağıdaki değerlendirmeler yapılmıştır. Ki kare analizi sonuçlarına göre; kurum türleri ile kurumdaki engelli rampasının, sesli yönlendirme levhasının, engelli otopark yerinin, genel mahallerde engelli tuvaletinin bulunması ve asansörlerinin tekerlekli sandalye kullanıma uygunluğu arasında ilişki olduğu bulunmuştur.

Tablo 2. Tesis Olanaklarına İlişkin Yönetici Görüşlerinin Kurum Türlerine Göre Ki-Kare Sonuçları

Ankette yer alan önermeler	Kurum Türü	Evet		Hayır		İhtiyaç Yok		Kikare Analizi Sonuçları		
		N	%	N	%	N	%	χ^2	(df)	p
Kurumumuzda uygun eğitimde engelli rampası bulunmaktadır.	Kafeterya & Restoran	13	59,1	7	31,8	2	9,1	33,020	12	,001
	Müze ve Kilise	8	40	12	60	0	0			
	Han, Kale ve Antik kent	2	9,1	19	86,4	1	4,5			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	7	87,5	0	0	1	12,5			
	Bedesten, Pazar ve Çarşı	1	25	2	50	1	25			
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	2	66,7	1	33,3	0	0			
	Diğer İdari	6	85,7	1	14,3	0	0			

	Birimler									
	Toplam	39	45,3	42	48,8	5	5,8			
mumuzda yazılı yönlendirme levhaları bulunmaktadır	Kafeterya & Restoran	18	81,8	3	13,6	1	4,5	16,809	12	,157
	Müze ve Kilise	15	75	5	25	0	0			
	Han, Kale ve Antik kent	17	77,3	5	22,7	0	0			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	8	100	0	0	0	0			
	Bedesten,Paz ar ve Çarşı	2	50	1	25	1	25			
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	3	100	0	0	0	0			
	Diğer İdari Birimler	7	100	0	0	0	0			
	Toplam	70	81,4	14	16,3	2	2,3			
mumuzda kabartmalı yönlendirme levhaları bulunmaktadır	Kafeterya & Restoran	2	9,1	20	90,9	0	0	7,853	6	,249
	Müze ve Kilise	1	5	19	95	0	0			
	Han, Kale ve Antik kent	0	0	22	100	0	0			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	1	12,5	7	87,5	0	0			
	Bedesten,Paz ar ve Çarşı	0	0	4	100	0	0			
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	0	0	3	100	0	0			
	Diğer İdari Birimler	2	28,6	5	71,4	0	0			
	Toplam	6	7	80	93	0	0			
Kurumumuzda sesli yönlendirme bulunmaktadır	Kafeterya & Restoran	0	0	22	100	0	0	14,749	6	,022
	Müze ve Kilise	0	0	20	100	0	0			
	Han, Kale ve Antik kent	0	0	22	100	0	0			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	1	12,5	7	87,5	0	0			
	Bedesten,Paz ar ve Çarşı	0	0	4	100	0	0			
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	1	33,3	2	66,6	0	0			
	Diğer İdari Birimler	1	14,3	6	85,7	0	0			
	Toplam	3	3,5	83	96,5	0	0			
rumumuzda engelli ile ilgilenebilecek eğitilmiş	Kafeterya & Restoran	9	40,9	12	54,5	1	4,5	14,109	12	,294
	Müze ve Kilise	5	25	15	75	0	0			

personel bulunmaktadır	Han, Kale ve Antik kent	2	9,1	20	90,9	0	0			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	3	37,5	5	62,5	0	0			
	Bedesten,Pazar ve Çarşı	0	0	4	100	0	0			
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	2	66,7	1	33,3	0	0			
	Diğer İdari Birimler	3	42,9	4	57,1	0	0			
	Toplam	24	27,9	61	70,9	1	1,2			
Otoparkımızda engelli park yeri mevcuttur.	Kafeterya & Restoran	11	50	10	45,5	1	4,5	42,314	12	,000
	Müze ve Kilise	1	5	18	90	1	5			
	Han, Kale ve Antik kent	1	4,5	21	95,5	0	0			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	6	75	1	12,5	1	12,5			
	Bedesten,Pazar ve Çarşı	0	0	4	100	0	0			
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	2	66,7	1	33,3	0	0			
	Diğer İdari Birimler	3	42,9	2	28,6	2	28,6			
	Toplam	24	27,9	57	66,3	5	5,8			
Genel mahallerdeki tuvalet ve banyolar engellilerin kullanımına tamamen uygundur	Kafeterya & Restoran	13	59,1	9	40,9	0	0	53,368	12	,000
	Müze ve Kilise	4	20	16	80	0	0			
	Han, Kale ve Antik kent	1	4,5	21	95,5	0	0			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	7	87,5	1	12,5	0	0			
	Bedesten,Pazar ve Çarşı	0	0	4	100	0	0			
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	1	33,3	2	66,7	0	0			
	Diğer İdari Birimler	3	42,9	2	28,6	2	28,6			
	Toplam	29	33,7	55	64	2	2,3			
Asansörler tekerlekli sandalye kullanımına uygundur.	Kafeterya & Restoran	2	91,9	5	22,7	15	68,2	31,522	12	,002
	Müze ve Kilise	1	5	11	55	8	40			
	Han, Kale ve Antik kent	0	0	7	31,8	15	68,2			
	Park, Bahçe, Gölet ve Mesire Alanı	0	0	1	12,5	7	87,5			
	Bedesten,Pazar	0	0	0	0	4	100			

	ar ve Çarşı									
	Bilim, Kültür ve Eğlence Merkezi	2	66,7	0	0	1	33,3			
	Diğer İdari Birimler	2	28,6	1	14,3	4	57,1			
	Toplam	7	8,1	25	29,1	54	62,8			

Araştırmaya katılan tesis yöneticilerinin %45,3'ü kurumlarında uygun eğitimde engelli rampası olduğunu belirtirken %48,8'i olmadığını, %5,8'i ise ihtiyaç olmadığını belirtmişlerdir. Gelen ziyaretçileri çeken unsurlardan birisi de tarihi özelliklere sahip ören yerleri ve müzeler gibi ziyaret merkezleridir. Engelli bireyler de diğer bireyler gibi, ziyaret ettikleri destinasyonun çekim merkezlerini ziyaret etmek istemektedirler. Ziyaret merkezlerinde engelli bireylere yönelik düzenlemelerin bulunmaması, engelli ziyaretçilerin hareketlerini kısıtlamakta ve bu tür faaliyetlere katılımlarını zorlaştırmaktadır. Engelli bireylerin, müze, ören yeri, çarşı, mesire alanı, bedesten vb. yerlerde hareketlerini kolaylaştırmak üzere uygun eğitimde rampa uygulamalarının bulundurulması gerekmektedir. Bu önermede dikkat çeken engelliler için önemli turistik çekim yeri olan müze ve kiliselerin %60'ında, han, kale ve antik kentin %86,4'ünde uygun eğitimde engelli rampanın bulunmamasıdır.

Yöneticilerin %81,4'ü kurumlarında engelliler için yazılı yönlendirme levhalarının olduğunu belirtmişlerdir. Engellilerin hareket kolaylığı açısından yazılı yönlendirme levhalarının bulundurulması gerekmektedir. Kurum türlerine göre yazılı yönlendirme levhaları değerlendirdiğinde kurumların büyük çoğunluğunda olduğu görülmektedir. Öte yandan, yöneticilerin %93'ü kurumlarında kabartmalı yönlendirme levhaları bulunmadığını ifade etmişlerdir. Engelli bireylere yönelik yapılan düzenlemeler çoğunlukla bedensel engellilere yönelik olarak yapılmaktadır. Ancak, farklı engelle sahip bireylerin de farklı gereksinimleri olacağı düşünülmelidir. Bu sonuca göre tesislerde bedensel engelliler dışındaki diğer engelli grupların göz ardı edildiği, onlara yönelik düzenlemelerin yapılmadığı söylenebilir. Tesis yöneticilerinin kurumlarında engelliler için sesli yönlendirme levhaların bulunmasına ilişkin verdiği cevaplar incelendiğinde ise kurumların %96,5'inde sesli yönlendirme levhalarının olmadığı belirlenmiştir.

Tesis yöneticilerinin %70,9'luk oranla büyük bir çoğunluğunun engellilere hizmet verme konusunda personel sıkıntısı çektikleri de görülmektedir. Bedesten, pazar ve çarşıların hiçbirinde, han, kale ve antik kentlerin %90,9'unda, müze ve kiliselerin ise %75'inde engelliler için eğitimli personel olmadığı saptanmıştır. Engelliler için yazılı yönlendirmelerin olmayışı yanında engelliler için yönlendirici eğitimli personelin bulunmayışı, bu kurumları ziyaret eden engelli turistlerin sorun yaşayacağını açık bir göstergesidir.

Turistik çekim yerlerini ziyaret eden engelli turistlerin grup halinde seyahat etmelerinin yanında bireysel olarak da seyahat etmeleri nedeniyle, engelli bireylerin araçlarını park edebilecekleri ve park sonrasında çekim merkezlerine girişte karşılaşılabilecek zorlukların

en aza indirebilecekleri bazı kolaylıklara ihtiyaçları vardır. Bunlardan en önemlisi engelli park alanlarının bulunmasıdır. Ancak, araştırmaya katılan kurumların %66,3'lük oranla büyük çoğunluğunun engelli otoparkının olmadığı tablodan anlaşılmaktadır. Bu oran müze ve kiliselerde %90, han, kale ve antik kentlerde %95,5'e çıkmaktadır. Müze, kilise, han, kale vb. ana turistik çekim yerlerinin neredeyse tamamında engelli bireylere yönelik standartlara uygun şekilde ayrılmış park alanının olmayışı, engelli bireylerin Gaziantep İli'ndeki çekim merkezlerini ziyaretlerini zorlaştıracaktır.

Engelli bireylerin turistik çekim yerlerini ziyaretleri sırasında ihtiyaç duyacakları en önemli alanlardan biri de engelli tuvaletinin bulunmasıdır. Tekerlekli sandalye kullanan bedensel engelli bireyler başta olmak üzere, farklı engelleri bulunan bireylerin ziyaretleri esnasında kullanabileceği standartlara sahip engelli tuvaletlerinin çekim merkezlerinde bulunması bu açıdan önem taşır. Araştırmaya katılan kamu ve özel kurum yöneticilerin %64'ü "Genel mahallerdeki tuvalet ve lavaboların engellilerin kullanımına tamamen uygundur" önermesine katılmadığı görülmektedir. Bu oran han, kale ve antik kentlerde %95,5, müze ve kiliselerde %80'dir. Engelliler için genel mahallerdeki tuvalet ve lavabolarda bu düzenlemelerin önemsenmediği söylenebilir.

Engelli bireylerin, müze ve ören yerlerindeki hareketlerini kolaylaştırmak üzere asansör uygulamalarının bulundurulması gerekmektedir. Araştırmaya katılan kurum yöneticilerinin %29,1'i "Asansörler tekerlekli sandalye kullanımına uygundur" önermesine hayır cevabını, %62,8'i ise ihtiyaç yok cevabını vermişlerdir. Burada dikkati çeken katılımcıların büyük çoğunluğunun "ihtiyaç yok cevabını" vermesidir. Bunun nedeni olarak araştırmaya katılan kurumların tek katlı olması ve tarihi mekanların mimari dokuyu bozmak istememeleri gösterilebilir.

Tablo 3'de kurum türleri ile kurumu bir yıl içinde ziyaret eden engelli ziyaretçi sayıları arasındaki ilişkiyi tespit etmek üzere yapılan ki kare analizinin sonuçları gösterilmiştir. Ayrıca kurumu ziyaret eden engelli turist sayısının kurum türüne göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek üzere Tek Yönlü Anova analizi yapılmıştır. Ki kare analizi sonucuna göre, kurum türleriyle kurumu bir yılda ziyaret eden ziyaretçi sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Anova analizi sonucuna göre ise kurumu bir yılda ziyaret eden engelli turist sayısının kurum türüne göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Kurum Türlerine Göre Yıllık Engelli Ziyaretçi Sayılarının Karşılaştırması

Kurum Türü	Kurumu muza engelli turist gelmez		1-50 Kişi Arası		51-100 Kişi Arası		101 ve üzeri		Kikare Sonuçları			ANOVA Sonuçları		
	N	%	N	%	N	%	N	%	χ^2	df	p	Std. Sp	F	p
Kafe.& Restoran	3	14	12	55	2	9	3	14	45,901	24	,005	1,1852	2,860	,014
Müze ve Kilise	3	15	11	55	0	0	2	10				1,4244		
Han, Kale ve	11	50	8	36	2	9	1	5				,8357		

[illegible]

Çalışmaya katılan kurum yöneticilerin %24'ü kurumlarına engelli turist gelmediğini, %41'i 1-50 kişi arası engelli turist geldiğini, %8'i 51-100 kişi arası turist geldiğini, %17'si 101 ve üzeri turist geldiğini, %9'u ise ne kadar engelli turist geldiğini bilmediklerini ifade etmişlerdir. Genel olarak bakıldığında %66'lık oranla kurumların büyük çoğunluğuna engelli turist geldiği görülmektedir. Engelli turist sayılarını kurum türüne göre sıraladığımızda; park, bahçe, gölet, kaplıca vb. dinlenme yerlerinin tamamına, turistik kafe ve restoranların %78'ine, müze ve kiliselerin %65'ine, han, kale ve antik kentlerin %50'sine, bedesten, pazar ve çarşıların %50'sine, bilim, kültür ve eğlence merkezlerin %33'üne engelli turist geldiği saptanmıştır. Bulgular irdelendiğinde, tesis olanaklarına bağlı olarak kafeterya ve restoranların engelli turistlere yönelik yaptığı düzenlemelerin karşılığını aldıkları ve diğer kurumlara nazaran daha çok engelli turist çektikleri ileri sürülebilir. Ancak, müze, kilise, han, kale, antik kent gibi çekim merkezlerinin engelli turistler tarafından daha düşük sayıda tercih edildikleri görülmektedir. Bunun nedeni olarak engelli turistlere yönelik tedbirlerin yetersiz oluşu gösterilebilir.

Tablo.4’de kurum yöneticilerinin engelli turizmi ile ilgili eğilim ve beklentilerini konu alan önermelere verdikleri cevapların ortalamaları yer almaktadır. Bu tablodaki en dikkat çekici sonuç kurumların engelli turistlere yönelik olarak tesis olanaklarının yetersizliğine paralel olarak yörenin alt yapı (%100’ü; önerme 3) ve üst yapısının (%98,8’i; önerme 4) uluslararası engelli standartlarına uygun hale getirilmesi gerektiğini belirtmeleridir.

Tablo 4.Kurum Yöneticilerinin Engelli Turizmi İle İlgili Eğilim Ve Beklentileri

Engelli Turizminden Beklentileriyle İlgili Yönetici Görüşlerine İlişkin İfadeler	1-3 (Kesinlikle Katılmıyorum-Kararsızım)		4-5 (Katılıyorum-Kesinlikle Katılıyorum)		Ort. Değ.	Std. Sp.
	N	%	N	%		
1-Gaziantep yöresine gelecek engelliler ile diğer turistler turistik ürün ve hizmetleri bir arada almalıdırlar.	2	2,3	84	97,7	4,7412	,53474
2-Yörede engelliler için özel turistik ürün ve hizmetler hazırlanmalıdır.	3	3,5	83	96,5	4,6977	,61491

3-Yörenin altyapısının uluslararası engelli standartlarına göre uygun hale getirilmesi gerekir.	0	0	86	100	4,7791	,41731
4-Yöredeki turistik üstyapı tesisleri uluslararası engelli standartlarına göre uygun hale getirilmelidir.	1	1,2	85	98,8	4,5814	,51939
5-Engelliler, Gaziantep yöresinde engel türüne göre tasarlanmış bir hizmet zinciri içerisinde turizm ürün ve hizmetlerinden yararlanmalıdırlar.	1	1,2	85	98,8	4,6744	,54106
6-Yörede engellilerin turizm faaliyetlerine katılımını sağlayacak düzenlemelerin planlanması ve uygulanmasında bütüncül ve katılımcı bir yönetim yapısının oluşturulması gerekir.	1	1,2	85	98,8	4,6744	,49567
7-Farklı engelli (işitsel, fiziksel, görsel) grupların turizmden beklentilerin belirlenmesi gerekmektedir.	0	0	86	100	4,7442	,43888
8-Engellilere yönelik ürün ve hizmet geliştirme sürecine engellilerinde katılımı gereklidir.	1	1,2	85	98,8	4,6047	,51516
9-Engellilerin turizm faaliyetlerine katılmasını sağlayacak devlet desteği ile sürdürülebilir bir finansal teşvik sisteminin yasal mevzuatının oluşturulması gereklidir.	2	2,3	84	97,7	4,7209	,50062
10-Uluslararası ve ulusal engelli turizm talebi analiz edilmelidir.	3	3,5	83	96,5	4,6279	,55405
11-Devlet tarafından engelli turizminin geliştirilmesi için yöredeki turizm işletmelerine yönelik aktif ve pasif (KDV muafiyeti, uzun vadeli düşük faizli krediler sunulması gibi) teşvikler sağlanmalıdır	6	7	80	93	4,5930	,62078
12-Engellilerin turizmden daha fazla yararlanmalarını sağlayacak çeşitli sosyal turizm projeleri geliştirilmelidir	1	1,2	85	98,8	4,6744	,49567
13-Engellilerin taleplerine yönelik özel ve yöreye özgü kültürel değerlerle zenginleştirilmiş ürün ve hizmetler geliştirilmelidir.	3	3,5	83	96,5	4,6279	,59501
14-Engelli turizmine uygun hizmet veren işletmeler kültür ve turizm bakanlığı tarafından belgelendirilmelidir.	3	3,5	83	96,5	4,6941	,53189
15-Turizm eğitimine hizmet eden her düzeydeki eğitim kurumlarının müfredatlarına engelli turizmi ile ilgili dersler kurulmalıdır.	9	10,5	77	89,5	4,6047	,67352
16-Yöredeki turizm kurumların çalışanlarına, engelli turistlere sağlanması gereken hizmet standartları konusunda eğitimler verilmelidir.	1	1,2	85	98,8	4,6279	,50982
17-Gaziantep yöresinin engelli turizmi için yapacağı hazırlıklara ulusal ve uluslararası tüm paydaşları katılmalıdır.	5	5,8	81	94,2	4,5814	,67676

18-Engellilerin Gaziantep yöresindeki turizm işletmelerine ulaşımını sağlayacak özel ulaşım ve konaklama imkânları planlanmalıdır.	4	4,7	82	95,3	4,6047	61,890
19-Engelliler için özel hazırlanacak turizm hizmetleri yüksek maliyet yaratmaz.	43	50	43	50	2,7209	1,21414
20-Engelli STK'lar yörenin engelli turizmi için geliştirilmesinde karar alma ve denetleme aşamalarında aktif rol almalıdır.	7	8,1	79	91,9	4,5233	,68129
21-Engelli dostu turizm işletmelerini özendirecek yasal düzenlemeler yapılmalıdır.	2	2,3	84	97,7	4,7093	,55021
22-Engelli turizminin gelişimi için kamu ve özel sektör işbirliğinin sağlanması önemlidir.	3	3,5	83	96,5	4,6512	,54810
23-Turizm işletmelerinde engelli turizmi için istihdam edilecek eleman ihtiyacını giderecek eğitimler verilmelidir.	1	1,2	85	98,8	4,6860	,53713
24-Gaziantep yöresinin kısa sürede engelsiz turizm için düzenlenmesi maliyet ve yönetim altyapısı gereği zordur.	47	54,7	39	45,3	2,8837	1,34093
25-Gaziantep yöresinde mevcut turistik ürün ve hizmet altyapısı düşünüldüğünde, fayda maliyet analizi yapıldığında engelli turizmi Gaziantep için karlı bir yatırım değildir.	67	77,9	19	22,1	3,5930	1,21149
26-Genel olarak işletmemin engellilere hizmet vermesini isterim.	3	3,5	83	96,5	4,6860	,67321
27-Genel olarak engellilerin turizm faaliyetlerine katılması işletmemin performansını artırır.	13	15,1	73	84,9	4,2791	,96590

Not: 19, 24 ve 25 numaralı maddelere ters kodlama yapılmıştır.

Engelli turizminin gelişmesi açısından diğer bir önemli konuda yöneticilerin bu konuda istekli olmalarıdır. Tabloda da görüleceği üzere yöneticiler, işletmelerinin engelli turistlere hizmet vermesini istemekte (%96,5'i; önerme 26) ve engellilerin turizm faaliyetlerine katılmasıyla işletme performansının artacağına (%84,9'u; önerme 27) inanmaktadırlar. Ayrıca, engelli turizminin Gaziantep İli için iyi bir yatırım olduğunu (%77,9'u; önerme 25), ancak maliyet ve yönetim alt yapısı gereği Gaziantep'in kısa sürede engelsiz turizmi için düzenlenmesinin zor olduğunu (%54,7'si; önerme 24) ifade etmektedirler.

Gaziantep İli'nde engelli turizminin gelişmesi için öncelikle iyi bir planlamanın yapılması gereklidir. Buna ilişkin olarak öncelikle mevcut durumun belirlenmesi için talep analizinin yapılması ilk adımdır. Buna ilişkin olarak yöneticiler, farklı engelli (işitsel, fiziksel, görse) grupların belirlenmesi (%100'ü; önerme 7) ve ulusal ve uluslararası düzeyde engelli turizm talebinin analiz edilmesi gerekliliğini (%96,5'i; önerme 10) ifade etmektedirler. Ayrıca, Gaziantep İli'nde turizm faaliyetlerine katılımını sağlayacak düzenlemelerin planlanması ve uygulanmasında bütüncül ve katılımcı bir yönetim yapısının oluşturulması gerektiği (98,8'i; önerme 6) görüşündedirler. Bu doğrultuda, yöneticiler Gaziantep İli'nde engelli turizmi için yapılacak hazırlıklara ulusal ve uluslararası tüm paydaşların katılması gerekliliği (94,2'si; önerme 17), özellikle engelli turizminin gelişimi açısından kamu ve

özel sektör işbirliğinin sağlanmasının önemi (%96,5'i; önerme 22) ve yörenin engelli turizmi için geliştirilmesinde karar alma ve denetleme aşamalarına STK'ların aktif rol alması gerekliliğini (%91,9'u; önerme 20) vurgulamaktadırlar.

Engelli turizmde engellilerle ilgili düzenlemeler yapılırken farklı (görme, bedensel, işitsel) engel durumlarının dikkate alınması gerekir. Yöneticiler, engellilere yönelik ürün ve hizmet geliştirme sürecine engellilerinde katılması gerektiğini (98,8'i; önerme 8) düşünmektedirler. Böylece, daha etkin ürün geliştirme işlemi gerçekleştirilmiş olur. Ayrıca, yöneticiler Gaziantep İli'nde engelliler için özel turistik ürün ve hizmetler hazırlanması gerektiğini (%96,5'i; önerme 2), bu ürün ve hizmetlerin yöreye özgü kültürel değerlerle zenginleştirilmesi gerektiğini (%96,5'i; önerme 13) düşünmekte ve bunun yüksek maliyet yaratmayacağını (%50'si; önerme 19) ifade etmektedirler. Bunlara ilaveten, yöneticiler engelli turistler ile engelli olmayan turistlerin turistik ürün ve hizmetleri bir arada alması gerekliliğini (%97,7'si; önerme 1), ulaşım açısından da özel ulaşım ve konaklama imkanlarının planlanması gerekliliğini (%95,3'ü; önerme 18) vurgulamaktadırlar.

Gaziantep İli'ndeki engelli turizmi ile ilgili diğer bir sorunda engelli turistler ile ilgilenecek eğitilmiş personel bulunmamasıdır. Bunun için yöneticiler, yöredeki kurum çalışanlarına engelli turistlere sağlanması gereken hizmet standartları ve diğer konularda eğitim verilebileceği (%98,8'i; önerme 23) ve turizm eğitimine hizmet eden her düzeydeki eğitim kurumlarının müfredatlarına engelli turizmi ile ilgili dersler konulabileceğini (%89,5'i; önerme 15) belirtmektedirler.

Engelli turizminin gelişmesi açısından teşviklerin büyük katkısı olmaktadır. Yöneticiler, Devlet tarafından engelli turizminin geliştirilmesi için yöredeki turizm işletmelerine yönelik aktif ve pasif (KDV muafiyeti, uzun vadeli düşük faizli krediler sunulması gibi) teşvikler sağlanması (%93'ü; önerme 11) ve engellilerin turizm faaliyetlerine katılımını sağlayacak devlet desteği ile sürdürülebilir bir finansal teşvik sisteminin yasal mevzuatının oluşturulması gerektiğini (%97,7'si; önerme 9) düşünmektedirler.

Engelli turizminin gelişiminde sertifikasyon ve projelerinde katkısı yadsınamaz. Yöneticiler, engelli dostu turizm işletmelerini özendirecek yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini (%97,7; önerme 21) ve engelli turizmine uygun hizmet veren işletmelerin kültür ve turizm bakanlığı tarafından belgelendirilmesi gerektiğini (%96,5'i; önerme 14) düşünmektedirler. Diğer yandan, engellilerin turizmden daha fazla yararlanmalarını sağlayacak çeşitli sosyal turizm projelerinin de geliştirilebileceğini (%98,8'i; önerme 12) ifade etmektedirler.

Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Görüşme Sonuçları

Araştırmada ankete dahil edilen 86 kişilik örneklemin tamamıyla yarı-yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde *betimsel analiz tekniği* kullanılmıştır. Bunun için öncelikle yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası ses kayıtları

yazıya dökülerek bilgisayar ortamına aktarılmıştır. *Engellilerin tatil olanakları, tatil tercihleri, tatil organizasyonu ve tatilin gerçekleştirme sürecindeki gereksinim ve talepleri, taleplerin gerçekleşme düzeyi, sorunlar, ilgililere düşen görevler ve öneriler* olmak üzere **6 ana tema çerçevesinde** sorulan sorulara verilen cevaplar her bir sorunun altına gelecek şekilde gruplanmıştır. Yapılan görüşmelerde **6 ana tema çerçevesinde** sorulan sorulara ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

Görme/işitme/bedensel engellilerin “tatil yapma olanaklarına” ilişkin katılımcı görüşleri

Engelli turizmi açısından Gaziantep ilinin diğer illere nazaran daha iyi durumda olsa da özellikle tarihi mekanlarda altyapı ve üst yapısının yeterli olmadığı belirtilmiştir. Bunun nedeni olarak bu mekanların tarihi dokusunu bozmadan engelli turistlere uygun hale getirmenin zor ve maliyetli bir iş olduğu; buna karşın yeni yapılan modern yapılarda engelli turistleri düşünerek plan ve proje yapıldığı ifade edilmiştir. Diğer yandan kaldırım ve çarşıların darlığı dolayısıyla engelli turistlerin yürümesinin mümkün olmadığı ifade edilmiştir. Bunun nedeni olarak çok fazla tarihi taş yapı bulunması ve müdahale etmenin yasak olması gösterilmiştir. Engelli turistlerin tatil yapma olanağının psikolojik ve maddi boyutunun da olduğu da belirtilmiştir. Psikolojik boyutta rahatsız edici gözlerle sürekli izlenmeleri; maddi boyutta refakatçi nedeniyle daha maliyetli tatil imkanı bulmaları ifade edilmiştir. Farklı olarak, kaldırımlarda yürüme şeritleri ve rampaların mevcut olduğu, otobüslerin engelliler için özel dizayn edildiği belirtilmiştir.

Engellilerin “tatil tercihlerine” ilişkin katılımcı görüşleri

Ulaşım, konaklama vb. koşulları engellilere göre düzenlendiği tüm yerlerin engelli turistleri için uygun olacağı ifade edilmiştir. Ancak, daha çok spor aktivitelerini yapabilecekleri, sağlıklı, huzurlu ve sakin kendi hallerinde tatil yapabilecekleri kamp, kaplıca vb. mekanların daha uygun olacağı ifade edilmiştir. Ayrıca, her engellinin turistik tatile çıkmadan önce engel durumuna göre araştırma yaptıktan sonra tatile çıktığı bu bağlamda yapılacak düzenlemelerde tüm engellilerin göz önünde tutulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Engellilerin “tatil organizasyonu, seyahat ve konaklama süreçlerindeki taleplerine” ilişkin görüşler

Engelli bireylerin tatil organizasyonu için bulundukları yerden tatil bitimine kadar bir zincir halkası şeklinde düşünülerek bu halkanın tamamı dikkate alınarak sorun yaşamayacakları, tüm turistik hizmetlerinden faydalanabilecekleri bir tatil talep ettikleri ifade edilmiştir. Bu bağlamda, en çok engelli bireylere yardımcı olabilecek eğitilmiş personelin olması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca, engelli rampaların bulunması, ulaşım araçlarının uyarlanması, görsel ve işitsel yönlendiriciler gibi önlemlerinde gerektiği ifade edilmiştir.

Engellilerin “tatil organizasyonu, seyahat ve konaklama süreçlerinde karşılaştıkları sorunlara” ilişkin görüşleri

Gaziantep’i ziyaret eden engelli turistlerin, ziyaret ettikleri turistik mekanlarda engelli turizmi için mimari açıdan yetersizlikler olduğu belirtilmiştir. Engelli rampalarının eksik olması, mevcut engelli rampalarının eğimlerinin standart ölçülerde olmaması, çok dik rampaların asansörlerle desteklenmemesi yanı sıra bu mekanlarda kabartmalı levhaların yok denecek kadar az olması gibi sorunlar bu yetersizliklere örnek olarak verilmiştir. Diğer yandan şehrin ulaşım imkanları ve kaldırımları gibi üst yapı imkanlarının engelli turizmüne uygun olarak dizayn edilmesine rağmen bu imkanların bilinçli bir şekilde kullanılmaması ve bu imkanların engelli olmayan bireyler tarafından işgal edilmesi olarak belirtilmiştir. Diğer bir sorun olarak; engelli bireyler üzerinde oluşan psikolojik baskı olduğu vurgulanmıştır. Engelli bireyler üzerindeki dikkatli bakışlar, engelli bireyin sosyalleşmesine dolayısıyla turizm faaliyetlerine katılmasına sekte vurduğu düşünülmektedir.

Engellilerin tatil yapabilmelerini sağlamak için “turizm araçlarına, engelli STK’na ve devlete düşen görevlere” yönelik görüşleri

Turizm araçları, engelli ve turizm STK’ları ve devlet gibi tüm paydaşlar koordineli bir şekilde çalışarak ve hatta engellileri de bu çalışmaya dahil ederek kısa ve uzun vadeli planlar yapmaları, engelli turizmiyle ilgili sorunlar tespit edilerek gerekli yasaların çıkarılması gerektiği ve bu çıkarılan yasalara uyulup uyulmadığının denetlenmesi gerektiği gibi görüşlerde bulunulmuştur. Bunun yanı sıra yukarıdaki paydaşların üniversiteyle ortak ar-ge ve bilimsel çalışmalar yapması gerektiği savunulmuştur. Devletin desteğiyle ve sponsorlar bulunarak, Türkiye’nin dört bir yerinden engelli turistler için turlar düzenlenmesi gerektiği belirtilmiştir.

Engellilerin turizm hizmetlerinden yararlandırılması önerileri

Engelli bireylere turizm faaliyetlerine katılma konusunda vergi muafiyeti gibi konularda pozitif ayrımcılık uygulayarak tatil yapma imkanları artırılabilceği belirtilmiştir. Bunun yanı sıra görme engelli turistler için özellikle tarih ve kültür turizmi adına daha kolay erişebilecekleri mekanlarda, diğer duyu organlarına hitap edebilecek çok boyutlu anlatım sistemleri kurulup o ambiyansın hissettirilebileceği belirtilmiştir. Ayrıca, turistik mekanlarda engelli turizmi ile ilgili eğitim görmüş ve empati kurabilen personeller çalıştırılarak engelli bireylerin turizm hizmetlerinden yararlandırılması sağlanabileceği ve son olarak engelliler için yapılan tüm imkanların, engelli bireylere tanıtımı yapılarak haberdar olmaları sağlanması gerektiği belirtilmiştir.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Engelli turistlerin tarihi ve turistik çekim yerlerini ziyaretlerini belirleyici en önemli etkenlerden birisi bu çekim yerlerinin engelli bireyler için uygun olup olmamasıdır. Gaziantep İli’ndeki kurumların mevcut durumları incelendiğinde engelliler için gerekli

olan tedbirlerin birçoğunun alınmadığı görülmektedir. Örneğin; engelliler için önemli turistik çekim yerleri olan müze ve kiliselerin %60'ında, han, kale ve antik kentlerin %86,4'ünde uygun eğimde engelli rampası yoktur. Yapılan görüşmelerde müze, kilise, han, kale ve antik kentlerin mimari dokusunu bozmadan engelli bireylere yönelik düzenlemelerin zor olduğu ve yapılamadığı vurgulansa da bu tedbirlerin alınması gerekmektedir. Engellilerle ilgili yapılacak düzenlemelerde görme, bedensel, işitsel gibi farklı engellilik durumlarının dikkate alınması gerekir. Ancak, araştırmaya katılan kamu kurumlarının neredeyse tamamında sesli ve kabartmalı yönlendirme levhasının olmadığı tespit edilmiştir. Bu noktada araştırmaya konu olan kurumları modern mimariler ve tarihi mimariler olarak ikiye ayırmak faydalı olacaktır. Hanlar, bedestenler, bazı kafeterya ve restoranlar, kale, antik kentler, pazarlar ve çarşılar “*tarihi turistik mekanları*” oluştururken, bunun dışında kalan tesisler “*modern turistik mekanları*” oluşturmaktadır. Tarihi mimari eserlere engelliler için tesisler yapmak tesisin tarihi dokusunu korumak adına zor olmakta hem de modern tesislere göre çok daha büyük bir maliyet gerektirmektedir. Bununla beraber bu eserlerde de engelli bireylere yönelik iyileştirmeler yapılabilmesi için tüm olanakların kullanılması gerekmektedir.

Diğer yandan, engelli bireylere yardımcı olacak eğitimli personelin olmayışı bu kişilerin ziyaretlerinde yaşayacağı sıkıntıları açıkça ortaya koymaktadır. Engelli bireylerin ziyaretlerini rahat yapabilmeleri için engelli otoparkı, engelli asansörü ve engelli tuvaleti gibi düzenlemeler gerekmektedir. Araştırmaya katılan kurumların %66,3'lük oranla büyük çoğunluğunun engelli otoparkı bulunmamaktadır. Bu oran müze ve kiliselerde %90, han, kale ve antik kentlerde %95,5'e çıkmaktadır. Ayrıca, kurumların %64'ü genel mahallerdeki tuvalet ve lavaboların engelliler için uygun olmadığını belirtmişlerdir.

Kurum türlerine göre ziyaretçi sayıları arasında ilişki bulunmuştur. Ayrıca, kurum türlerine göre ziyaretçi sayılarının farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu farkın kurumların engelli turizmi açısından mevcut durumdaki tedbirlerinden kaynaklanabileceği ileri sürülebilir. Bu bağlamda, Gaziantep'teki mevcut engelli turizm pazarının geliştirebilmesi ve kurumların engelli turizm payını arttırabilmeleri için engelli bireyler için tedbirlerini arttırması önerilebilir. Bu kurumların engelli turizm pazar payını arttırabilmeleri için öncelikle iyi bir planlama yapılması, ulusal ve uluslararası düzeyde farklı engelli gruplarının belirlenerek talep analizi yapılması ve planlanmanın her aşamasında tüm paydaşların katılımı ve işbirliğini sağlayarak bütüncül ve katılımcı bir yönetim anlayışı oluşturulmalıdır. Ayrıca, bu sürece engelli turistlerin de dahil edilmesi daha etkin karar alınmasını sağlayacaktır. Böylece, engelliler için daha uygun ürünler geliştirilebilir. Engelli bireylere destek için yöredeki kurum çalışanlarına engelli turistlere sağlanması gereken hizmet standartları ve diğer konularda eğitim verilebilir ve turizm eğitimi veren her düzeydeki eğitim kurumlarının müfredatlarına engelli turizmi ile ilgili dersler konulabilir. Engelli turizmin gelişmesi için teşviklerin sunulması, uzun vadeli düşük faizli krediler gibi desteklerin verilmesi önemli faydalar sağlayabilir. Engelli turizminin gelişmesi için sosyal projeler

geliştirilebileceği gibi standardı yerine getiren işletmelerin kültür ve turizm bakanlığınca belgelendirilmeside önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi, genel ve yapısal yaklaşım*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çizel, B., Sönmez, N. ve Akıncı, Z. (2012). Antalya’da engelli turizminin gelişimi için arz ve talep üzerine bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme Merkezi Projesi*, 1-86.
- Darcy S. (1998). *Anxiety to access: tourism patterns and experiences of disabled new south wales people with a physical disability tourism*. Sydney: New South Wales.
- Dünya Engelliler Vakfı (2010). *Engelsiz şehir planlaması bilgilendirme raporu*, İstanbul.[URL:<http://www.devturkiye.org/Projeler/Engelsiz-Sehir-Planlamasi/> Engelsiz-Sehir-Tasarim-Raporu] (Erişim 29 Haziran 2014).
- Eryılmaz, B. (2010). *Turizmde Engelli Pazarının Değerlendirilmesi ve Bodrum Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Germ, P. A. ve Schleien, S. J. (1997). Inclusive community leisure services: responsibilities of key players. *Therapeutic Recreation Journal*, 31, 22–37.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım
- Kula, M.N. (2005). *Bedensel engellilik ve dini başa çıkma*, İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). *Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik*, 2005. [URL:<http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>]. (Erişim 30 Haziran 2014).
- Müsiad (2011). *Türkiye de engelli gerçeği*. İstanbul: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Yayınları.
- Resmi Gazete (2006). *Kamu binaları, kamuya açık alanlar ve toplu taşıma araçlarının özürülülerin kullanımına uygun hale getirilmesi ile ilgili genelge*, 12 Temmuz 2006.
- Seyyar, A. (2006). *Özürülülere adanmış sosyal politika yazıları*, Adapazarı: Büyükşehir Belediyesi Yayını.
- Şahin, H. (2012). *Engelli bireylerin konaklama tesislerinden memnuniyet durumlarının incelenmesi*, (Doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Toskay, T. (1989). *Turizm olayına genel yaklaşım*, İstanbul: Der Yayınları.
- TBMM Arşivi (2014). *BM Engelli hakları sözleşmesi*, 2008.[URL:http://www.ozida.gov.tr/ulasilabilirlik/Belgeler/2_MEVZUATSTANDART/ULUSLARARASI_SOZLESM/E/BM_ENGELLIHAKLARISOZLESMEI.pdf] (Erişim 29 Haziran 2014).

-
- Tozlu, E., Mercan, Ş.O. ve Atay, L. (2012). Çanakkale'nin engelli turizmine ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (1), 1-16.
- World Health Organization (2014). *World report on disability*, 2011. [URL: www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf]. (Erişim 26 Haziran 2014).
- Yau, M.K., Mc Kercher, B. ve Packer, T.L. (2004). Traveling with a disability: morethan an Access issue. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 946-960.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 87-97.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6 (11), 51-73.

FİZİKSEL ENGELLİ BİREYLERİN RESTORANLARDA KARŞILAŞTIKLARI ERGONOMİK SORUNLAR

Aslı ALBAYRAK

*Yrd. Doç. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi
aslialbayrak@arel.edu.tr*

ÖZET

Sayıları her geçen gün artan fiziksel engelli bireyler turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerde, özellikle de restoranlarda önemli sorunlar yaşamaktadırlar. Ancak fiziksel engelli bireyler de her insan gibi ve her insan kadar restoranlardan faydalanma hakkına sahiptir. Bu nedenle bu çalışma, turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerden biri olan restoranlarda fiziksel engelli bireylerin ergonomik açıdan karşılaştıkları sorunları ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Alan araştırmasıyla Ocak-Haziran 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilen çalışmada veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışma sonucunda, fiziksel engelli bireylerin restoranlarda işletmenin fiziki yapısıyla, işletmeye gelen diğer insanlarla ve işletme çalışanlarıyla ilgili çeşitli sorunlar yaşadıkları, bu sorunlarla fiziksel engelli bireylerin yaş, kullandıkları araç ve restorana gitme sıklığı açısından fark olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Fiziksel engelliler, restoranlar, engelli sorunları*

GİRİŞ

Günümüzde pek çok kişi kaza, hastalık, doğuştan gelen kısıtlar gibi çeşitli nedenlerle normal insanlar gibi hayatlarına devam edememekte ve bu grup engelli olarak isimlendirilmektedir. Engelli bireyler fiziksel ve zihinsel sorunlar, görememe, duyamama gibi çeşitli nedenlerden dolayı farklı özellikler göstermekte ve bu nedenle mal ve hizmetlere diğer insanlar kadar ulaşamamaktadırlar. Bu durum onların yaşam alanlarını da kısıtlamaktadır.

Engellilerle ilgili çeşitli tanımlar yapılmaktadır: Dünya Sağlık Örgütü'ne(1980, s. 29) göre engelli, yetersizlik veya özrürlülük sonucunda, kişide meydana gelen ve o kişinin yaş, cinsiyet, sosyal ve kültürel durumuna göre normal sayılabilecek faaliyetlerde bulunma yeteneğini önleyen ve sınırlayan dezavantajlı bir durum olan kişilerdir. Birleşmiş Milletler (BM) ise engelliği, normal bir kişinin kendi kendisine yapması gereken işleri, bedensel veya ruhsal yeteneklerindeki kalıtsal ya da sonradan olma herhangi bir noksanlık sonucu yapamaması olarak tanımlamaktadır (DEV, 2010). Başka bir tanımdaysa engellilik; kişinin doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal yeteneklerin çeşitli derecelerde kaybedilmesi sonucu toplumsal yaşama uyum sağlanması ve günlük gereksinimlerin giderilmesinde güçlüklerle karşılaşması; korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık, destek hizmetleri ile yapılarda ve açık alanlarda özel fiziki düzenlemelere ihtiyaç duyulması durumudur (Okan ve Okan, 2006, s.15). Engellilik, kişinin çeşitli sebeplerle yaşamdan uzaklaşmasına neden olan ve yaşam kalitesini düşüren, kişinin diğer insanlar gibi yaşayamamasına neden olan bir durumdur.

Engelliler, engel durumlarına göre zihinsel engelliler, görme engelliler, ortopedik (fiziksel) engelliler, işitme ve konuşma engelliler ve süregelen hastalıkları olanlar olmak üzere altı grupta incelenmektedir. Her bir engellilik durumunun oluşum nedenleri ve kişiye yarattıkları kısıtlılıklar da farklıdır. Bu kısıtlar onların tüm yaşantısını etkilemekte, sosyal hayatlarında, iş yaşamında, toplumla bütünleşmelerinde sorun yaşamalarına neden olmaktadır. Çoğu zaman engelliler kendilerine uygun fiziksel yapı unsurlarına ulaşamamakta, toplum içerisinde yaşadıkları ötekileştirme tavrı ve kendi kendilerine iş göremez halleri nedeniyle toplumsal faaliyetlerden uzak durmaktadırlar. Oysaki engelliler toplumun önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü 2012 yılı verilerine göre dünyada 720 milyondan fazla (MÜSİAD, 2011, s.9), Türkiye’de ise 8.5 milyon (TUİK, 2010)engelli birey bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle dünya genelinde her 9 kişiden biri, Türkiye genelinde ise her 12 kişiden biri engellidir.

Nüfusun önemli bir bölümünü oluşturan engelli grubuna turistik faaliyetler açısından bakıldığında bu grup diğer insanlar gibi turistik işletmelerden yararlanma hakkına sahiptirler. Diğer bir ifadeyle, söz konusu grup turizm faaliyetlerine katılarak gezme, görme, arkadaş ve aileyle birlikte farklı bir deneyim yaşama, dinlenme, arzu ettiği yerde yemek yeme, istediği ulaşım araçlarını rahatlıkla kullanabilme hakkı açısından diğer insanlardan farklılık göstermemektedirler. Ancak turistik işletmeler içerisinde pek çok işletmenin fiziki yapısının engelli bireyler için uygun olmadığı görülmektedir. Nitekim daha önceden yapılan bazı çalışmalarda (Lazarus ve Kaufman, 1988; Murray ve Sproats, 1990; Erdoğan, 1994; Turco ve Stumbo, 1998; McKercher, Packer, Yauand Lam, 2003; Aktar ve Karabacakoglu, 2003; Tantawy, Kim andPyo, 2004) pek çok turistik işletmenin tuvalet ve banyolarının, girişlerinin, aydınlatmasının, yemek ve dinlenme alanlarınınengelliler için uygun olmadığı belirtilmiştir. Bununla birlikte gerek turistik işletmelerde çalışanların gerekse diğer müşterilerin tavırları, hareketleri ve engellileri algılama biçimleri engelli bireyleri bu işletmelerden uzak tutmaktadır.

Turizm endüstrisi içinde engelli bireylerin uzak durdukları işletmelerden biri de restoranlardır. Restorana giriş ve çıkışlarında yaşanabilecek sorunlar, fiziksel engellilere uygun yemek yeme alanlarının olmaması, yemek yerken çekilen güçlük ve toplumsal ötekileştirme engellileri bu işletmelerden uzak tutmaktadır. Restoranlar engellilerin seyahate çıkmadan da sosyalleşme, diğerleriyle birlikte olma gibi ihtiyaçlarını karşılayabildikleri işletmeler olmasına rağmen engelli bireyler restoranlarda da çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunların başında fiziki yapı düzenlemesinin fiziksel engelli bireylere uygun şekilde tasarlanmaması gelmektedir. Diğer taraftan fiziksel engelli bireyin diğer insanlar tarafından kabullenilmemesi ve zaman zaman çalışanların davranışları nedeniyle yaşanan tatminsizlik engelli bireylerin restoranlardan uzaklaşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla engelli bireylerin restoranlarda yaşadıkları sorunların bulundukları çevreyle en üst düzeyde uyumunu sağlamayı amaçlayan ergonomi bilimi kapsamında değerlendirilmesi, engelli bireylerin restoranlarda yaşadıkları sorunlara ve bu sorunların çözümüne ışık tutabilmesi açısından önemlidir. Diğer taraftan alan yazında, turizm

endüstriyi kapsamında engelli bireylerle ilgili çeşitli çalışmalar (Murray ve Sproat, 1990; Turco ve Stumbo, 1998; Düğger ve Kayıhan, 2001; Burnett ve Baker, 2001; Artar ve Karabacakoglu, 2003; Tantawy ve diğerleri., 2004; Yau,McKercherandPacker2004; Daniels,RodgersandWiggins, 2005; Özerkman, 2005; Yaylı ve Öztürk, 2006; Burcu, 2006; Gökmen, 2007, Kolat, 2007; Murat, 2009; Darcy, 2010; Aslan ve Şeker, 2011) yapılmış olmakla birlikte fiziksel engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları ergonomik sorunlara ilişkin yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ülkemizde ve Dünya genelinde engellilerin sayısının her geçen gün arttığı ve insanların engelleriyle yaşantılarına devam etmek zorunda oldukları göz önünde bulundurulduğunda çalışma alan yazına sağlayabileceği katkı açısından da önemlidir.

Bu çalışma, turizm endüstriyi içerisinde yer alan işletmelerden biri olan restoranlarda fiziksel engelli bireylerin ergonomik açıdan karşılaştıkları sorunları ortaya koymak ve elde edilen verilerden hareketle restoran yöneticilerine, çalışanlarına ve diğer müşterilere öneride bulunma amacıyla yapılmıştır.

Fiziksel Engellilerin Restoranlarda Yaşadıkları Ergonomik Sorunlar

Türk Standartları Enstitüsü (1991, s.1) fiziksel engellileri, normal insan hareketliliğine sahip olmayan ve hareket organlarında eksiklik ve özürlü bulunduğundan yardımcı cihaz ve araçlarla hareket edebilen kişiler olarak tanımlanmaktadır. Kobal(2005, s.326) ise fiziksel engeli; sinir sisteminin zedelenmesi, hastalıklar, kazalar ve genetik problemler nedeniyle kas, iskelet ve eklemlerin işlevlerini yerine getirememesi nedenleriyle oluşan hareket ile ilgili yetersizlikler olarak tanımlanmaktadır. Fiziksel engelliler, yürüyebilen engelliler ve tekerlekli sandalyeye bağlı hareket edebilen engelliler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yürüyebilen engelliler grubunda yardıma ihtiyaç duymadan yürüyebilenler, herhangi bir dayanak veya bastonla yürüyebilenler ve koltuk değneğiyle yürüyebilenler yer alırken tekerlekli sandalye kullanan engelliler ise yürüyemediği için tekerlekli sandalyeyle hareket edebilen kişilerdir. Fiziksel engellilik, kişinin aktivitelerini gerçekleştirebilmesini, çalışabilmesini ve fiziksel engellemelerden dolayı çevresine uyum sağlayabilmesini zorlaştıran engellilik grubunu oluşturmaktadır (Artar ve Karabacakoglu 2003, s. 13). Normal insan hareketliliğine sahip olmayan ve hareket organlarında eksiklik bulunması nedeniyle yardımcı cihaz ve araçlarla hareket edebilen fiziksel engelli bireyler pek çok ergonomik sorunla karşılaşmaktadır.

En basit tanımıyla fiziksel çevrenin insana uyumlaştırılması olan ergonomi bilimi, insanın fiziksel ve psikolojik özelliklerini inceleyerek insanın makine ve çevre ile olan uyumunu doğal ve teknik yollarla araştırma ve geliştirme faaliyetleridir. Ergonomi, insanların kullandıkları mobilyaların, eşyaların, ekipmanların ve sosyal çevrenin insanların beklentilerine, ölçülerine, yeterliliklerine ve kısıtlılıklarına uygun hale getirilmesine çalışmaktadır. Ergonomi esas olarak, insan kullanımına yönelik tasarım, çalışma ve yaşam koşullarının optimal hale getirilmesini amaçlayan uygulamalar bütünüdür. Günümüzde ise ergonomi, kişinin yalnızca kullandığı alet ve araçlar gibi fiziksel ortamını göz önünde

bulundurmamakta, aynı zamanda düşünce yapısı, duyguları, diğerleriyle olan ilişkileri, problemlerle uğraşma kabiliyeti gibi tüm psikolojik ve sosyolojik çevresi ile kısacası tüm insanla ilgilenmekte (Altıparmak, 2006) ve çeşitli çevre koşullarında insanların çevresiyle arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Diğer taraftan ergonomik düzenlemeler insanların çeşitli alanlarda yaşadıkları engeli ve sorunları en aza indirmeyi, insanların yaşam kalitelerini yükseltmeyi, tehlikeli durumları ortadan kaldırmayı, insanların performansının, güvenin, mutluluğunun ve doyumunun artmasını hedeflemektedir (Çağatay, 1997, s. 9-11).

İnsanların bulundukları ortamdan doyum sağlamaları ve mutlu olmaları için her türlü çevrenin düzenlenmesi işiyle uğraşan ergonomi fiziksel engelli insanlar açısından da son derece önemlidir. Nitekim fiziksel engelli bireyler vücut yapılarında var olan bir ya da birden fazla anomali nedeniyle kendi başına hareket edemeyen diğer kişilerden ve/veya yardımcı araçlardan destek alan kişilerdir. Dolayısıyla engelsiz insanlar için ergonomik olarak tasarlanmış mekansal alanlar fiziksel engelliler için uygun değildir. Fiziksel engelli bireylerin engeli olmayan bireylerin kullandıkları araç, gereç ve ekipmanlar ile mekansal alanları engelsizler gibi rahatlıkla kullanmaları mümkün olmamaktadır.

Restoranlarda ergonomi, restoran çevresinin fiziksel engellilere uygun hale getirilmesi, yemek yeme sürecinde engellilerin bedensel, duygusal ve mental olarak rahat etmelerinin sağlanması, restoran tasarımının, işletmede kullanılan araç ve gerecin engellilere uygun ve onların yaşam kalitelerini arttıracak şekilde tasarlanması, engellilerin güven ve sağlıklarının korunması ile sosyal ve toplumsal sorunlarının azaltılmasını hedeflemektedir. Fiziksel engellilerin restoranlarda karşılaştıkları sorunlar fiziksel sorunlar ve sosyal sorunlar olarak iki grupta incelenebilmektedir:

Fiziki Yapı Sorunları: Bu grupta yer alan sorunların engellilerin restoranlarda karşılaştıkları mimari tasarıma ilişkin unsurlardır.

Otopark Alanları: Fiziksel engelli bireyler özel araçlarla seyahatleri sırasında özellikle araçlarını park etme ve park alanından restorana geçiş yolunda önemli sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Çeşitli yardımcı araçlarla seyahat eden bireylere ayrılmış park alanlarının bedensel engelli olmayan bireylerin araçları için ayrılan alandan ortalama 1-1.5 metrekare daha geniş olması gerekmektedir. Bu sayede engelli bireyler araçtan indikten sonra rahatlıkla yardımcı araçlarıyla birlikte hareket edebilmektedir. Bununla birlikte diğer kişilerin bu alanları kullanmasını engellemek ve fiziksel engelli bireylere kendileri için ayrılan yerlerin belirtilmesi için bu alanların işaretlenmesi gerekmektedir. Park yerinin restoran girişine yakın olarak planlanması, restorana ulaşımı kolaylaştıracaktır. Bedensel engelli bireyin aracına ulaşmasını veya aracından uzaklaşmasını engelleyecek herhangi bir donanım ve fiziksel bariyere de yer verilmemelidir (Aköz, 2001). Türkiye Otopark Yönetmeliği'ne göre de umumi bina ve bölge otoparkları ile genel otoparkların giriş-çıkış ve asansörlerine en yakın yerlerinde birden az olmamak şartıyla, her 20 park yerinden birinin engelli işareti konularak engelliler için ayrılması zorunludur (Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, 1993).

Girişler: Birçok restoranın girişi merdivenler ve ışıklandırma açısından engelli bireyler için uygun değildir. Bazı restoranların yüksek girişi nedeniyle kullanılan merdivenler ve eşikler fiziksel engellilerin işletmeye girişini zorlaştırmaktadır. Bu durumda, yürüme güçlüğü çeken engelliler için merdiven yanlarına tırabzan konulması yardımcı olabilmekle birlikte tekerlekli sandalye kullananlar için de rampa yapılması ve bu rampaların çok dik olmaması gerekmektedir. Diğer taraftan engellilerin merdiven, tırabzan ve rampaları etkin olarak kullanabilmeleri için girişin iyi aydınlatılması ve kaygan olmayan zemin malzemesi kullanılması önemlidir(TMMOB, 2007).

Giriş Kapıları: Restoranlarda restoran girişinde yer alan kapıların fiziksel engellilerin özelliklerine uygun olarak tasarlanması engellilerin hayatlarını kolaylaştıracak önemli bir unsurdur. Hareket kısıtı olan fiziksel engelliler için restoran girişine itilerek açılan kapılar yerine otomatik olarak açılan kapılar yerleştirilmesi, diğer taraftan kapı genişliğinin tekerlekli sandalye ve koltuklu değneklerle girilebilecek genişlikte olması restorana girişi kolaylaştırmaktadır.

Masalar Arası Geçiş Alanları ve Koridorlar: Restoranlarda masalar arası geçiş alanları ve koridorlar engelli kişilerin özelliklerine göre planlamalıdır. Aksi takdirde engellilerin restoran içerisinde hareket etmeleri ve dolayısıyla kaliteli bir yemek yeme deneyimi yaşamaları imkânsız hale gelmektedir. Restoranlarda masalar arası mesafeler, koridorlar ve geçiş yerleri iki tekerlekli sandalyenin karşılıklı geçişine (152.5 cm) uygun olmalı ve geçiş alanlarında engellilerin takılmasına neden olacak süsleme, eşik gibi engelleyici unsurlara yer verilmemelidir (Davies ve Beasley, 1994, s. 61).

Merdivenler: Merdivenler engelliler için tesislerdeki sorunların en önemlilerinden biridir. Yürüyen merdivenler ise engellilerin hareketlerini kısıtlamaktadır. Yürüyen merdivenlerin tekerlekli sandalye kullananlar tarafından sandalyenin boyutları ve merdivenin hareketliliği nedeniyle kullanılabilmesi mümkün değilken hareket güçlüğü çeken engellilerin de hareketli merdivenleri denge sorunları nedeniyle kullanabilmeleri mümkün değildir. Bu nedenle restoran işletmeleri mutlaka merdiven kullanmak zorundaysalar merdiven yanına kaymayacak malzemeden yapılmış rampalar ve rampalar yanına tutunma barları yapmaları gerekmektedir (Aydeniz ve Şendur, 2003; TMMOB, 2007).

Tuvaletler: Engelliler bir yandan bulundukları yerden tuvaletlere ulaşmada diğer taraftan da tuvaletlerde bulunan klozet ve lavaboları kullanmada sorun yaşayabilmektedir. Öncelikle engellilerin tek başlarına tekerlekli sandalyeleriyle manevra yapabilmeleri için yeterli alana, tekerlekli sandalyeleriyle rahatlıkla tuvalete ulaşabilmeleri için masalar arası uygun genişlik ve koridorlara ihtiyaç duymaktadırlar. Engelli bireyin tuvalete rahatça girebilmesi için sandalyenin geçebileceği genişlikte kapı genişliği (81.5 cm.), engelinin rahatlıkla yanaşabilmeleri için tuvalet içi, klozet önü, lavabo önü gibi yerlerde yeterli alan, bireyin lavabo ve tuvaleti rahatlıkla kullanabilmesi içi tutunma barları olması gerekmektedir. Diğer taraftan tekerlekli sandalye kullananlar tuvalet ihtiyaçları için ayağa kalkamayıp tekerlekli sandalye üzerinden kendilerini çekerek tuvalete almaktadırlar. Bu

nedenle klozetin oturma yerlerinin yüksekliği 50 cm'den fazla olmamalıdır. Tekerlekli sandalye kullanan engellilerin lavaboları kullanabilmeleri için lavabo yüksekliğinin 86 cm olması ve lavabonun altına sandalyenin rahatlıkla yerleşebilmesi için 20.5 cm alan olması gerekmektedir(TSE, 1991,s. 9-10; Altınok ve Kars, 2010).

Sosyal Sorunlar: Sosyal sorunlar engelli bireylerin yaşadıkları sosyal, toplumsal ve psikolojik sorunları kapsamaktadır.

Turizm faaliyetlerine katılmak, engelsiz insanların olduğu kadar engelli insanların da hakkıdır ve tüm bireyler için gerekli olan faaliyetlerdir. Diğer taraftan fiziksel engelli bireyler yaşantımız içerisinde bir gerçektir, her birey de engelli adaydır ve her engelsiz insan gibi yaşama hakkı vardır. Fiziksel engelli bireyler için mimari engelleri aşmak çoğu zaman kolayken fiziksel engelleri nedeniyle yaratılan toplumsal dışlama ve rahatsızlık fiziki yapı sorunları kadar problem olmakta ve engellilerin neredeyse hayatının her alanında önemli problemlerle karşı karşıya kalmalarına neden olmaktadır. Toplum engelli bireye genelde koruma duygusuyla yönelerek onları zavallı ve güçsüz olarak kabul etmektedir (Meşhur, 2004, s. 177).Bu durum engelli bireylerin kendilerini yetersiz hissetmelerinden dolayı içine kapanmalarına neden olmaktadır.

Engelliler, toplum içerisinde ilk olarak engelleriyle dikkat çekmekte ve toplum onları farklı olarak algılamaktadır. Bu durum onların psikolojilerini etkilemektedir. Engelli bir insan psikolojisi incelendiğinde, bu kişilerin yardımı kolay kabullenmedikleri görülmektedir. Fiziksel engelli birisine verilebilecek en büyük zarar, onun güvenini yitirmesini sağlayacak yardımlar olduğu göz ardı edilmemelidir (TSK, 2005). Dolayısıyla söz konusu grubun yaşantılarını kolaylaştırmak, yardım almadan hareket edebilmelerini sağlamak ve psikolojilerinin olumlu yönde iyileştirilmesini sağlamak için öncelikle fiziki yapının engellilere tam olarak uygun şekilde tasarlanması gerekmektedir.

Günümüzde engellilere yönelik ayrımcılık engellilerin toplum içinde dışlanmalarına neden olmaktadır (Ergün, 2005, s.380). Bu dışlama zamanla toplum ile engelli arasına önemli bir set çekmekte ve işletmelerin de engellilerin haklarını gözetmeksizin faaliyetlerine devam etmelerine neden olmaktadır. Her ne kadar engelliler için çıkarılan yasa ve düzenlemelerde (İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, Birleşmiş Milletler (BM) Özürlü Hakları Standartları, BM Engelliler Haklarına İlişkin Sözleşme, Özürlüler Kanunu) engellilerin engelsizler kadar yaşam hakları olduğu ifade edilse de çoğu zaman engellilerin engelsiz insanlar gibi turistik işletmelerden faydalanamadıkları görülmektedir. Genel olarak engelliler ve toplumun diğer kesimleri arasındaki sosyal ilişkileri inceleyen araştırmalar, engelsizlerin engellilerle ilişkiye girmekten uzak durduklarını ifade etmektedir (Tufan, 2004, s. 142) Bu durumda engellilerin kendilerini sosyal ilişkilerden ve toplumsal faaliyetlerden uzak tutmaları kaçınılmaz olmaktadır. Ancak insanlar arası ilişkiler sosyal gruplar içinde gerçekleşmektedir. Engelli bireylerin çeşitli sebeplerle yaşamın en temel alanlarını, diğer bireylerle yeterince paylaşamamaları ciddi bir problemdir. Engellilerin sosyalleşmesinin önündeki engelleri kaldırmak ise toplum için büyük önem taşımaktadır

(Gür, 2001, s. 13). Sosyal açıdan yaşanan bu tutum farklılıkları engelli bireyin kendine olan güven ve saygısını azaltırken, engelli bireyin toplumla bütünleşmesini ve yaşama katılmasını, bağımsız kararlar almasını, yaşama dair umut ve beklentilerini gerçekleştirmesini de engellemektedir(Burcu, 2004, s. 27).

Fiziksel engellilerin diğer insanlara kıyasla sadece bir ya da birden fazla fizyolojik eksikliği ya da bozukluğu söz konusudur. Ancak o insanlar da engelsiz olan diğer insanlar gibi hayatını devam ettirmeye çalışan, yemek yiyen, uyuyan, hisleri, duyguları olan, dinlenme, eğlenme gibi ihtiyaçlara sahip olan ve engelsiz insanlar gibi kabul görmeye ihtiyacı olan kişilerdir. Toplum içerisinde yer alan bireylerin bu durumu çoğu zaman göz ardı etmesi, onlarla nasıl iletişime geçeceklerini ve nasıl bir arada yaşayabileceklerini bilmemeleri engelli bireyleri yalnızlığa itmekte, onların da kendilerini toplum dışında tutmaya çalışmalarına neden olmaktadır.

Ülkemizde engellilere yönelik, karmaşık görünümdeki yasal düzenlemeler, birçok açıdan yetersiz kalmaktadır. Yasal düzenlemelerin uygulamaya olması gerektiği gibi aktarılamaması engelli bireye toplumsal ilişki sürecinde bazı olumsuzluklar getirmektedir. İşsiz olan, üretken kılınamayan, başkalarına bağımlı olmadan yaşayabilecek kapasiteye ulaşamayan engellilerin toplum içindeki gücü de zayıf olmaktadır. Engellinin yaşadığı sorunlar nedeniyle topluma bağlı yaşaması, toplumsal ilişkilerde eşit olma şanslarını elde etmesini engellemektedir. İhtiyaçlarını yeterince karşılayamayan engelli, toplumsal ilişkilere zaman ayıramayacağı gibi kendisini toplumun bir parçası olarak da hissedememektedir (İkizoğlu, 2005, s.52-53).

YÖNTEM

Turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerden biri olan restoranlarda fiziksel engelli bireylerin ergonomik açıdan karşılaştıkları sorunları ortaya koymak ve elde edilen verilerden hareketle restoran yöneticilerine, çalışanlarına ve diğer müşterilere öneride bulunmak amacıyla yapılan bu çalışma alan araştırmasıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma İstanbul ilinde bulunan ve sosyal sorumluluk çerçevesinde engellilerin özelliklerine uygun olarak tasarlanmış bir alışveriş merkezinin yiyecek içecek bölümünde, restoranlara gelen fiziksel engelli bireylerle gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kendilerine uygun olarak tasarlanmış bir alışveriş merkezinde yemek yiyen fiziksel engelli bireylere ulaşılarak onlardan genel olarak yemek deneyimleriyle ilgili değerlendirme yapmalarını istemenin çalışma için uygun veriler sağlayacağı varsayılmıştır. Çalışma İstanbul ilinde yapılmış ve bu ildeki fiziki engellilerin sayısı 177.818'dir (Özveri, 2013).Daha sonra örneklemin belirlenebilmesi için örneklem büyüklüğü belli evrenler için kabul edilebilir örnek büyüklükleri tablosundan (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2004, s. 125) yararlanarak örneklem büyüklüğü 383 olarak belirlenmiş ve örnekleme alınacak bireyler kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde engelli bireylerin yaş, cinsiyet, öğrenim durumları gibi tanımlayıcı özellikler ile engelli bireylerin restorana

gitme sıklıkları, restorana gitme amaçları ve restoranlara birlikte gittikleri kişileri belirlemek amacıyla sorulan sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise engelli bireylerin restoranlarda yaşadıkları sorunları belirlemeye yönelik 23 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin oluşturulmasında Çakır (2002), Burcu (2004), Ergün (2005), Darcy (2008) tarafından daha önce yapılmış olan çalışmalardan yararlanılmıştır. Katılımcıların bu bölümde yer alan soruları 1=kesinlikle katılıyorum, 5=kesinlikle katılmıyorum şeklinde beş aralıklı ölçekle değerlendirmeleri istenmiştir. Anket formunun hazırlanmasının ardından anketteki aksayan ve eksik olan kısımlar ile anketin ikinci bölümde yer alan ifadelerin tam olarak anlaşılıp anlaşılmadığının ve anketin güvenilirliğinin tespiti için çalışma kapsamına alınan alışveriş merkezinde 12 fiziksel engelli bireyle pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma sonuçları değerlendirildiğinde anket formunun genel güvenilirlik testi sonucunda Cronbach Alpha değeri, 730 olarak saptanmıştır. Bu sonuç anket formunun genel iç uyumunun kabul edilebilir düzeyin üzerinde olduğunu göstermiştir (Nunnally, 1978). Bu nedenle anket formları çoğaltılarak çalışmanın uygulama aşamasına geçilmiştir. Veriler Ocak-Haziran 2014 tarihleri arasında restoran yöneticilerinin izniyle engelli bireylere araştırmacı ve yardımcı anketörler tarafından uygulanmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında geçen süre içerisinde sadece 87 fiziksel engelli bireye ulaşılabılmış ve örnekleme 87 kişi alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS 17.0 (Statistical Package for the Social Sciences) paket programıyla değerlendirilmiştir.

Çalışmaya katılan engelli bireylerden elde edilen verilere ilişkin öncelikle güvenilirlik testi yapılmış ve test sonucunda Cronbach Alpha değeri, 744 olarak saptanmıştır. Bu sonuç çalışma sonucunda elde edilen verilerin iç uyumunun kabul edilebilir düzeyin üzerinde olduğunu göstermiştir. Çalışma kapsamına alınan fiziksel engelli bireylerin özellikleri ve restorana gitme davranışlarına ilişkin tanımlayıcı sorularla ilgili verilerin analizinde yüzde ve frekans dağılımlarından yararlanılmıştır. İkinci kısımda ise engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları sorunların belirlenebilmesi için faktör analizi kullanılmıştır. Daha sonra elde edilen faktörlerin fiziksel engelli bireylerin çeşitli özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için veriler normal dağılım göstermediğinden Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H analizlerinden yararlanılmıştır. Değerlendirilen tüm veriler %95 güven aralığında incelenmiştir.

BULGULAR

Çalışma sonucunda engelli bireylerin demografik özellikleri ile restorana gitme davranışlarına ilişkin verilerin analizinde yüzde ve frekans dağılımlarından yararlanılmıştır. Buna göre çalışma kapsamına alınan katılımcıların % 41,4'ü 31-40 yaş arasındayken 21-30 yaş arasında olanların oranı %38,6, 41-50 yaş arasındakilerin oranı %10,3, 20 yaş ve daha küçük olanların oranı % 5.1 ve 51 yaş ve daha büyük olanların oranı ise %4.6'dır. Katılımcıların yaş ortalaması ise 35,3'tür. Çalışma kapsamına alınan engelli bireylerin önemli bir kısmı (%70,1) erkek ve %29,9'u kadındır. Katılımcılar öğrenim durumları açısından incelendiğinde yarıdan fazlasının (%52,9) ortaöğrenim

mezunu olduğu, %39.1'inin ilköğretim mezunu olduğu, %8.0'nın üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir.

Fiziksel engelli bireyler kullandıkları yardımcı araçlar açısından incelendiğinde tekerlekli sandalye kullananlarla yürüme güçlüğü çekenlerin oranlarının birbirine çok yakın olduğu; tekerlekli sandalye kullananların oranının %39.1 iken yürüme güçlüğü çekenlerin oranının %34.5 olduğu bulunmuştur. Diğer taraftan koltuk değneği kullananların oranı %20.7, yürüteç kullananların oranı ise %5.7 olduğu saptanmıştır. Çalışma kapsamına alınan bireylerin %43.2'si ayda bir kere ya da daha az restorana gittiklerini belirtirlerken üçte biri (%33.3) ayda 2-3 kez, %18.4'ü ayda 4-5 kez ve %4.6'sı ayda 6 kereden fazla restorana gittiklerini belirtmişlerdir. Engelli bireylere restorana gitme nedenleri sorulduğunda ise sırasıyla değişiklik, yemek yeme, aile ve arkadaşlarla birlikte olma ve sosyalleşme nedeniyle gittiklerini belirtmişlerdir. Çalışma kapsamına alınan engelli bireylerin yarısından fazlası (%58.6) restoranlara en fazla aileleri ile birlikte gittiklerini belirtirlerken %44.8'i arkadaşlarıyla ve %9.2'si yalnız gittiklerini belirtmişlerdir.

Tanımlayıcı verilerin analizinden sonra engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları sorunlarla ilgili ölçeğin analizi için temel bileşenler faktör analizi kullanılmıştır. Toplam 23 ifadeden oluşan ölçeğin analiz sonuçlarına göre araştırmada kullanılan ifadelerin faktör analizinin yapılabilmesi için uygun olma koşulunu sağladığı görülmüştür (KMO= 0,79). Bu değer değişkenin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2008, s. 80).

Tablo 1: Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Grupları	Faktör Yükleri			A.O.	S.S.
	1	2	3		
<i>Faktör 1: Fiziki Yapı Sorunları</i>					
Tuvaletin yan taraflarında tutunma barlarının olmaması	.893			2.23	1.16
Masalar arası alanın yardımcı araçların rahat hareket etmesini sağlayacak şekilde yerleştirilmemiş olması	.879			2.14	1.09
Sandalyelerin tutunma yerlerinin bulunmaması	.887			1.95	0.99
Masaların yardımcı araçlarla oturabilecek yükseklikte yapılmış olmaması	.872			1.89	0.87
Tuvalet kapısının kolay açılır hafif malzemeden yapılmamış olması	.863			2.08	1.03
Tuvalet kapısının bireylerin yardımcı araçlarla kolayca girilebilir genişlikte olmaması	.859			2.11	1.08
Bağımsız erişim sunan girişinin olmaması	.829			2.02	0.99
Restoran kapısının zor açılması	.821			1,94	0.89
Giriş kapısının yardımcı araçlarla rahatlıkla girmeye elverişli büyüklükte olmaması	.810			1,83	0.75
Engelliler için park alanının olmaması	.778			1,89	0.88
Restoran aydınlatmasının yetersiz olması	.769			2,15	1.09
Engelli alanlarını ve özelliklerini gösteren açık ve net yön levhalarının olmaması	.741			1,27	1.18

Restoran girişinin kaymayan malzemeden yapılmamış olması	.734	1.88	0.76
Lavabonun uygun yükseklikte olmaması	.685	1.71	0.67
Faktör 2: Sosyal Sorunlar			
İnsanların bakışlarından rahatsız oluyorum.	.775	2,38	1.08
Yemek yerken bana yardım edilmesinden utanıyorum.	.756	1.95	0.96
İnsanların engelimi doğal karşılamadıklarını düşünüyorum.	.751	2,37	1.03
Tanımadığım insanlarla birlikte olmak istemiyorum.	.733	2,10	1.19
İnsanlarla iletişim kurmada zorluk yaşıyorum.	.647	2.28	1.22
Engelsiz insanların içinde yemek yerken rahatsız oluyorum	.620	2.43	1.34
Faktör 3: Sunulan Hizmetler			
Çalışanların anlayışsız davranışları	.724	2.18	1.01
Çalışanların yardımcı olmaması	.691	1.86	0.86
Kişisel ihtiyaç ve isteklerin karşılanmaması	.623	1.71	0.73
Açıklanan Varyans	31.97	20.04	7.55
Güvenilirlik Katsayısı	.825	.723	.686
Açıklanan Toplam Varyans	59.5		
KMO	0.79		
Bartlett	.000 (p<.05)		

Faktör analizi sonucunda faktör yükleri 0,50'den ve özdeğerleri 1'den büyük olan engelli bireylerin restoranlarda yaşadıkları sorunlara ilişkin üç faktör elde edilmiştir. Bu faktör grupları "Fiziki Yapı Sorunları, Sosyal Sorunlar ve Hizmetlere İlişkin Sorunlar" olarak isimlendirilmiştir (Tablo 1). Elde edilen üç faktörlü yapı toplam varyansın %59,5'ini açıklamaktadır. Fiziksel Yapı Sorunları faktörü toplam varyansın %31.97'sini, Sosyal Sorunlar faktörü %20.04'ünü ve Hizmetlere İlişkin Sorunlar faktörü %7.55'ini açıklamaktadır. Bu sonuçlardan hareketle engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları en önemli sorunun Fiziki Yapı Sorunları, ikinci dereceden önemli sorunların Sosyal Sorunlar ve üçüncü dereceden önemli sorunun Hizmetlere İlişkin Sorunlar olduğu saptanmıştır.

Engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları en önemli sorun grubu olan Fiziki Yapı Sorunları faktöründe en yüksek faktör yüklerini tuvalet yanlarında tutunma barlarının olmaması faktörü alırken bunu masalar arası alanın yardımcı araçların rahat hareket etmesini sağlayacak şekilde yerleştirilmemiş olması, sandalyelerin tutunma yerlerinin olmaması, masaların yardımcı araçlarla rahatlıkla oturabilecek yükseklikte olmaması, tuvalet kapısının kolay açılır hafif malzemeden yapılmamış olması, tuvalet kapısının bireylerin yardımcı araçlarla kolayca girilebilir genişlikte olmaması almıştır.

Restoranlarda engelli bireylerin yaşadıkları ikinci dereceden önemli olan sorun grubu ise Sosyal Sorunlar faktörüdür. Bu faktöre ilişkin engelli bireylerin yaşadıkları en önemli sorun engelli bireylerin diğer insanların bakışlarından rahatsız olmasıyken bunu sosyal sorunlar yemek yerken kendilerine yardım edilmesinden utanmaları, insanların engellerini doğal karşılamamaları, tanımadıkları insanlarla birlikte olmak istememeleri, insanlarla

iletişim kurmada zorluk çekmeleri ve engelsiz insanlar içinde yemek yerken rahatsız olmaları takip etmektedir.

Engelli bireylerin restoranlarda yaşadıkları üçüncü dereceden önemli olan faktör ise Hizmetlerle İlgili Sorunlar faktörüdür. Engellilerin hizmetlerle ilgili yaşadıkları en önemli sorun çalışanların anlayışsız davranmalarıdırken bunu çalışanların kendilerine yardımcı olmamaları, kişisel istek ve ihtiyaçlarını karşılamamaları takip etmektedir.

Tablo 2: Engellilerin Restoranlarda Karşılaştıkları Sorunların Demografik Değişkenlere Göre Anlamlılık Testi

			FizikiYapıSo runları	Sosyal Sorunlar	Hizmetlere İlişkin Sorunlar
Kruskal Wallis H Testi	Yaş	Ki-kare	.843	3.153	.766
		Pearson	.551	.035*	.624
	ÖğrenimDur umu	Ki-kare	4.361	3.287	2.235
		Pearson	.329	.243	.083
	KullanılanAr aç	Ki-kare	3.515	5.038	2.493
		Pearson	.039*	.454	.224
	RestoranaGit meSıklığı	Ki-kare	4.520	1.115	.851
		Pearson	.518	.037*	.030*
Mann Whitney U Testi	Cinsiyet	Z	-.143	-.217	-1.201
		P	.774	.819	.208

$p < .05$

Tablo 2’de fiziksel engelli bireylerin restoranlarda sorun yaşadıkları faktörlerle engellilerin yaş, öğrenim durumu, kullandıkları araç ve restorana gitme sıklıkları arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Yaş değişkeni için yapılan analizde sadece sosyal sorunlar faktörü için elde edilen anlamlılık değeri .05’ten küçüktür. Buradan hareketle farklı yaş grubundaki bireylerin restoranlarda sosyal sorunlar yaşadıkları, restoranlarda yemek yeme deneyimleri sırasında diğer insanların tavır ve davranışlarından rahatsız oldukları ve engellerinden dolayı çekindikleri söylenebilir. Çalışmaya katılan engelli bireylerin yarıya yakınının (%42,5) 30 yaş altında olduğu bulunmuştu. Bu nedenle yaş değişkeni ile restoranlarda karşılaşılan sorunlar arasındaki fark 30 yaş altındaki genç bireylerden kaynaklanıyor olabilir. Öğrenim düzeyi ve cinsiyet değişkenleri için yapılan analizde ise üç faktör için de elde edilen anlamlılık değerlerinin .05’ten büyük olduğu saptanmıştır. Bu durum farklı öğrenim düzeyindeki engelli bireyler ile kadın ve erkek engelli bireylerin restoranlarda yaşadıkları sorunlar arasında fark olmadığını, diğer bir ifadeyle farklı öğrenim düzeyine sahip olan kadın ve erkek engellilerin restoranlarda benzer ergonomik sorunlarla karşılaştıkları söylenebilir. Engelli bireylerin kullandıkları araçla restoranlarda karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde engellilerin kullandıkları araçlarla restoranlarda karşılaştıkları sorunlar arasında fark olduğu görülmüştür. Kullanılan araç ile fiziki sorunlar arasındaki farkın anlamlılığı tekerlekli sandalye kullanan, yürüme güçlüğü olan ve koltuk değneği kullanan engelli bireylerin fiziksel yapıya ilişkin sorunlarının farklı olmasından

kaynaklanıyor olabilir. Diğer taraftan engelli bireylerin restorana gitme sıklıklarıyla restoranlarda karşılaştıkları sosyal ve hizmetlerle ilgili sorunlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

SONUÇVE ÖNERİLER

Her insan gibi tüm yaşam haklarına sahip olan engelliler turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerden de istedikleri gibi yararlanma hakkına sahiptir. Ancak engelli bireyler turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerde fiziksel mimari yapının kendilerine uygun olmaması, diğer insanlar tarafından kabul görmeme ve almak istedikleri hizmete engelleri nedeniyle ulaşamamaları gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Dolayısıyla engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve bu sorunların çözümü için çalışılması önem taşımaktadır.

Turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerden biri olan restoranlarda fiziksel engelli bireylerin ergonomik açıdan karşılaştıkları sorunları ortaya koymak ve elde edilen verilerden hareketle restoran yöneticilerine, çalışanlarına ve diğer müşterilere öneride bulunma amacıyla yapılan bu çalışmada katılımcıların önemli bir kısmının erkek, yaş ortalamalarının 35,3 ve yarıdan fazlasının ortaöğrenim mezunu olduğu saptanmıştır. Katılımcıların üçte birinden fazlası tekerlekli sandalye kullanırken yine üçte biri yürüme güçlüğü çekmekte; yarıya yakını restorana ayda bir kez gitmekte ve katılımcılar restoranlara en fazla değişiklik nedeniyle gitmektedir.

Çalışma sonucunda engelli bireylerin restoranlarda farklı ergonomik sorunlarla karşılaştıkları ve bu sorunların başında fiziki yapı sorunlarının geldiği görülmüştür. Diğer bir ifadeyle fiziksel engelli bireyler restoranlarda en fazla tuvalet ve restoran girişleri, masa düzenleri, ekipman boyutları, park alanları, aydınlatma gibi fiziki yapı sorunlarıyla karşılaşmaktadırlar. Nitekim daha önce yapılan bazı çalışmalarda da (Lazarus ve Kaufman, 1988; Murray ve Sproats, 1990; Erdoğan, 1994; Turco ve Stumbo, 1998; McKercher ve diğerleri, 2003; Aktar ve Karabacakoğlu, 2003; Tantawy ve diğerleri, 2004) engelli bireylerin turistik işletmelerde fiziki yapının engelliler için önemli bir sorun olduğunu belirtilmiştir. Fiziki yapı sorunları, engellilerin istedikleri gibi restoran işletmelerinden yararlanabilmeleri için en kolay şekilde çözülebilecek sorundur. Çünkü işletmeler alacakları küçük önlemlerle fiziki yapılarını değiştirebilirler. Bu nedenle restoranların engelli bireyler için girişleri loş olmayan ışıkla aydınlatmaları, dik olmayan rampalar ve tutunma barları yapmaları, özellikle tuvaletler, masalar, lavabolar gibi unsurların engelliler için uygun yükseklikte yapılması, kaymayan zemin malzemeler kullanılması özetle restorana ait tüm fiziki yapının engelli bireylere uygun şekilde planlanması önerilebilir.

Çalışma sonucunda engelli bireylere karşı tutum ve davranışlarını ifade eden sosyal sorunların engelli bireyler için restoranlardaki ikincil dereceden önemli sorunları olduğu bulunmuştur. Nitekim Karataş (2001), Çakır (2002), Ünügür (2003), Sherry (2004), Aytaç (2005), Baybora (2006), Subaşı (2008), TUİK (2010) de yaptıkları çalışmalarda engellilerin sosyal sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Engelli bireyler normalin

dışındaki durumları nedeniyle hassas bir yapıya sahiptir. Diğer taraftan toplum içerisinde farklı olarak algılanmak onları kendi içlerine kapatmakta ve toplumsal ve sosyal kurumlardan uzak tutmaktadır. Bu nedenle özellikle onlarla aynı ortamı paylaşan kişilerin, engellilerin de kendileriyle aynı haklara sahip olduklarını unutmamaları gerekmektedir.

Engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları diğer önemli sorun ise çalışanların davranışları ve özel durumlarına ilişkin sorunları ifade eden Hizmetlere İlişkin Sorunlardır. Engelli bireyler zaman zaman engelleri dolayısıyla özel isteklerde bulunabilmekte ve yemek yerken yardıma ihtiyaçları olabilmektedir. Dolayısıyla çalışanların sundukları hizmetler konusunda engelli bireylere yardımcı olmaları onların turistik işletmelerden faydalanmalarını kolaylaştıracaktır.

Çalışmada engelli bireylerin demografik özellikleri ve restoranlara ilişkin davranışlarıyla elde edilen üç faktör arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Engelli bireylerin restoranlarda en fazla karşılaştıkları fiziki yapı sorunları ile engelli bireylerin kullandıkları araçlar (tekerlekli sandalye, koltuk değneği, yürüteç, yürüme güçlüğü) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle tekerlekli sandalye, koltuk değneği, yürüteç gibi farklı araçlar kullanan engelli bireyler restoranların fiziki mimari yapı özellikleriyle ilgili farklı sorunlar yaşamaktadır. Dolayısıyla alanların düzenlenmesi sırasında farklı araçlar kullanan fiziksel engellilerin göz önünde bulundurularak işletme tasarımının yapılması gerekmektedir.

Fiziksel engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları ikinci en önemli sorun olan sosyal sorunlar faktörü ile engellilerin yaşı arasında fark olduğu saptanmıştır. Sosyal sorunlar toplumsal dışlama, diğer insanların tutum ve davranışlarından kaynaklanıyordu. Dolayısıyla engelsiz insanların diğer insanları anlayışla karşılamaları, onların yaşamın bir parçası olduğunu ve her bireyin birer engelli adayı olduğunu içselleştirerek toplumsal kurumlarda engellilerden uzak durmamaları, onları tavır ve bakışlarıyla rahatsız etmemeleri gerekmektedir.

Çalışma sonucunda elden sonuçlardan biri desosyal sorunlar faktörü ile engelli bireylerin restorana gitme sıklıkları arasında fark olmasıdır. Bu sonuç, sıklıkla restorana giden engellilerin daha fazla sayıdaki restorana değerlendirebilmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Restoranlara sıklıkla giden bireyler restoranların kendileri için uygun olmadığını belirtmiş olabilirler. Bu sonuçtan hareketle endüstri içerisinde yer alan tüm işletmelerin engellilerin kendilerinin misafiri olduklarını unutmamaları, ihtiyaç duydukları her konuda anlayışla yaklaşarak onlara yardımcı olmaları gerektiği söylenebilir.

Çalışma sonucunda elde edilen verilerden biri de engelli bireylerin yaş ve öğrenim durumları ile yaşadıkları sorunlar arasında fark olmamasıdır. Diğer bir ifadeyle ortopedik engelli bireylerin restoranlarda karşılaştıkları fiziksel yapı sorunları, sosyal sorunlar ve hizmetlere ilişkin sorunlar arasında fark yoktur.

Çalışmanın yöntem kısmında belirtildiği üzere bu çalışma sadece İstanbul ilinde sınırlı sayıda örnekleme ile gerçekleştirilmiştir ve bu durum çalışmaya ilişkin en önemli kısıttır. Dolayısıyla çalışma sonucunda elde edilen veriler geneli yansıtmamaktadır. Bu nedenle önümüzdeki zamanlarda daha geniş bir örnekleme daha fazla sayıda farklı tipteki restoranlarda benzer bir çalışma yapılabileceği gibi farklı özellikteki restoranlara gelen müşterilerin seçim kriterlerindeki farklılaşma da karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Aköz, E. (2001). *Özürlü kişilere uyarlanmış yapı*. (1. Basım). İstanbul: Ofd Omurilik Felçliler Derneği.
- Altınok, M. ve Kars, M. M. (2010). *Tekerlekli sandalye kullanan engellilere yönelik ıslak mekan düzenlemelerinde fonksiyonel yaklaşımlar*. Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 21, 107-122.
- Altıparmak, R. S. (2006). *Ülkemiz insan antropometrisine uygun mutfak mobilyası tasarımı için veri bankasının oluşturulması ve bir uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi) Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Zonguldak.
- Altunışık, R., Coşkun, R. R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (3. Baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Aytaç, S. (2005). *İstihdam ve koruma alanı yaratmak üzere özürllüler için sosyal yaşam*. Sosyal Siyaset Konferansları İstanbul: 49. Kitap.
- Aydeniz, A. ve Şendur, Ö. F. (2003). Ortopedik engelliler için mimari düzenlemeler. *Türkiye Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Dergisi*. 49(6), <http://www.Ftrdergisi.Com/Eng/Yazilar.Asp?Yaziid=402&Sayiid> (Erişim 10.07.2014).
- Baybora, D. (2006). Çalışma hayatında özürllülere karşı ayrımcılık. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 51, 230 -26.
- Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (1993). Otopark yönetmeliği. <http://www.Mevzuat.Adalet.Gov.Tr/Html/20365.html>. (Erişim 10.07.2014).
- Burcu, E. (2006). Özürllülük Kimliği ve Etiketlemenin Kişisel ve Sosyal Söylemleri. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 23 (2), 61-83.
- Burnett, J. and Baker, H. B. (2001). Assessing The Travel Related Behaviors of The Mobility Disabled Consumer. *Journal of Travel Research*, 40, 4-11.
- Çağatay, G. (1997). Ergonomiye giriş. Ankara: Sağlık Projesi Genel Koordinatörlüğü
- Çakır, Ö. (2002). Sosyal dışlanma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 83-104.
- Daniels, M. J., Rodgers, E. B. D., Wiggins, B. P. (2005). Travel Tales: An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations To Pleasure Travel As Experienced By Persons With Physical Disabilities. *Tourism Management*, 26, 919-930.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31, 816-826.
- Davies, T. D. and Beasley, K. A. (1994). Accessible design for hospitality. New York: Mcgraw-HillInc,
- DEV. Dünya Engelliler Vakfı. (2010). *Engelsiz şehir planlaması bilgilendirme raporu*. İstanbul.
- Düğer, T. ve Kayıhan, H. (2001). Tekerlekli sandalye kullanan kişiler için çevresel mimari engellerin incelenmesi. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 1(1), 8-15.

- Dünya Sağlık Örgütü. (1980). *International classification of impairments disabilities and handicaps*. Who: Genava.
- Erdoğan, A. (1994). Turizm çeşitlendirmesinde bir alternatif: özürllüler turizmi ve Türk turizmindeki durumu (yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Ergün, M. (2005). Ayrımcılık ve özürllüler. *Öz-Veri, T.C. Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı Hakemli-Süreli Yayın*, 2(1), 377-503.
- Gökmen, F. (2007). Türkiye’de özürllü haklarının gelişimi. *Öz-Veri Dergisi*, 4(2), 1085-1106.
- Gür, A. (2001). Özürllülerin sosyal yaşama uyum süreçlerinde sportif etkinliklerin rolü. Ankara: T.C. Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı.
- İkizoğlu, M. (2005). Özürllü, özürllü ailesi ve toplum ilişkisi. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 5(1): 47-60.
- Karataş, K. (2001). *Özürllülerin istihdamı ve çalışma yaşamında karşılaşılan sorunlar, görme özürllüler için rehabilitasyon deneyimleri, yeni rehabilitasyon politikaları ve meslek tanımları*. Ankara: Körler Federasyonu Yayını.
- Kobal, G. (2005). *Ortopedik yetersizlikten etkilenmiş olan ve sağlık yetersizliği olan çocuklar” özel gereksinimli çocuklar ve özel eğitime giriş*. Ayşegül Ataman (Editör). Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Kolat, S. (2007). Avrupa Birliği’nde özürllülere yönelik ayrımcılıkla mücadele. *Özveri Dergisi*. 4(2):18-19.
- Lazarus, B. And Kaufman, J.E. (1988). *Handicapped guests and the hospitality curriculum. cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 29(2), 69-70.
- Meşhur, H. F. (2005). Engellilerin çalışma yaşamına katılma gereği ve uygulanan istihdam politikalarının değerlendirilmesi. *Öz-Veri, T.C. Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı Ankara: Hakemli-Süreli Yayın*, Mayıs, 2(1). <http://www.ozida.gov.tr/?menu=ozveri&sayfa=ov2/ov2ozcalyaskatilma>. (Erişim Tarihi: 15.06.2014).
- Murray, M., Sproats, J. (1990). The disabled traveler: tourism and disability in Australia. *The Journal of Tourism Studies*, 1, 9-14.
- Murat, S. (2009). Genel Olarak Özürllülere Yönelik Çalışmalar ve İsmek Örneği. İstanbul Üniversitesi Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 2009; 56:21-89.
- MÜSİAD (2011). Türkiye’de engelli gerçeği. Cep Kitapları. İstanbul: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği.
- Mckercher, B., Packer, T., Yau, M., and Lam, P. (2003). Travel agents: Facilitators or inhibitors of travel for people with disabilities. *Tourism Management*, 24, 465-474.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*, New York: Mcgraw- Hill.
- Okan, K. ve Okan, N. (2006). *Evimizdeki engelli çocuk*. Ankara: Fora.
- Özerkman, N. (2005). *Özürllülüğün sosyolojik doğası*. Ankara: Zihinsel ve Bedensel Engelli Çocukları ve Aileleri Araştırma Eğitim Dayanışma ve Yardımlaşma Derneği. Yayın No: 001.
- Özveri (2013). Ulusal engelliler veri tabanı. <http://sbu.saglik.gov.tr/sbozurlu>. (Erişim 6.01.2014)
- Sherry, M. (2004). Overlaps and contradictions between queer theory and disability studies. *Disability & Society*. 19 (7), 769-785.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2008). Sosyal Bilimlerde SPSS’le veri analizi. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Subaşıoğlu, F. (2008). Üniversitelerin Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümlerinin Engellilik Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma. *Bilgi Dünyası Dergisi*, 9 (2), 399-430.

- Tantawy, A., Kim, W.G. and Pyo, S. (2004). Evaluation of hotels to accommodate disabled visitors. *Journal of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 5(1), 91-101.
- Turco, D. and Stumbo, N. (1998). Tourism constraints for people with disabilities. *Parks & Recreation*, 33(9), 10-16.
- TSE (1991). TS 9111 *Özürlü insanların ikamet edeceği binaların düzenlenmesi*. Ankara: Türk Standartları Enstitüsü Matbaası.
- Türk Silahlı Kuvvetleri Rehabilitasyon ve Bakım ve Merkezi Vakfı. (2005). *Engellilerin kent yaşamına uyum süreçleri*. Ankara: Tepe Grubu.
- TMMOB Mimarlar Odası. (2007). Tasarım ve özgürlük: Engelli insanlar ve herkes için tasarım. Ankara: Matsa Yayınevi.
- Tufan, İ. (2004). Türkiye’de engellilik ve engelli olmak. Ankara: Türkiye Körler Federasyonu Yayını.
- TÜİK. (2010). *Özürlülerin Sorun ve Beklentilerinin Araştırılması*. www.turkstat.gov.tr%2FicerikGetir.do%253Fistab_id%253D244&ei=Xp7qU4mnB8WD4gSE_YGIBg&usg=AFQjCNGW9Fui9SSaQcg-3me480kKBNXg4Q&bvm=bv.72938740,d.bGE. (Erişim 6.01.2014).
- Ünügür, M. (2003). Özürlülerin ergonomik boyutları. *Mimarist Dergisi*, 2, 99-102. www.esisilebiliristanbul.org/BilgiBankasi/Documents. (Erişim 06.01.2014)
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(11): 87-97.
- Yau, M.K., B. McKercher, T.L. Packer, (2004). Travelling with a disability more than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.

ENGELLİLERİN TATİL ALIŞKANLIKLARI VE SEYAHAT ENGELLERİ

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK

*Okt. Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
gulserenozaltas@artuklu.edu.tr*

Sadık SERÇEK

*Arş.Gör.,Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
sadik.sercek@dicle.edu.tr*

ÖZET

Dünya nüfusunun yüzde 15'ini oluşturan ve en büyük azınlık olarak adlandırılan engellilerin sosyal yaşam içinde yer almasını sağlamak başta aileler olmak üzere tüm vatandaşların görevi olmalıdır. Bu kapsamda engellilerin seyahat etmelerini kolaylaştırabilmek, turizm içinde yer almalarını sağlamak, onların isteklerini belirlemek ve bunlara cevap verebilmek amacıyla yapılan çalışmada öncelikle engellilerin seyahat alışkanlıkları incelenmiş ve seyahat engelleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma tarama modelinde yapılmış olup, araştırmanın örneklemini Diyarbakır Engelli Birliği Federasyonu'na üye 89 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda katılımcıların büyük bölümünün erkeklerden oluştuğu; evlilerin daha fazla olduğu; engellilerin çoğunluğunun genç yaşlarda olduğu; engellilerin yaklaşık olarak yarısının hiç okula gitmedikleri belirlenmiştir. Aylık kişisel gelirleri ve hane gelirleri incelendiğinde düşük gelir grubunda yer aldıkları görülmektedir. Engellilerin tatil yapma alışkanlığına bakıldığında engellilerin yarısından fazlasının tatil yaptığı; tatil yapmayanların tatil yapmamalarının en önemli nedeni olarak gelir düşüklüğünü gösterdikleri; tatil yapanların ise karşılaştıkları en önemli sorunun turizm tesislerinin fiziksel şartlarının engelliler uygun olarak düzenlenmemiş olduğunu belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler:*Engelli Turizmi, Seyahat Engelleri, Seyahat Alışkanlıkları.*

GİRİŞ

Dünya nüfus yanı sıra, engelli sayısı da giderek artıyor. Dünya Sağlık Örgütü'nün 2011'de açıkladığı verilere göre, dünyada engelli olanların dünya nüfusunun yüzde 15'ini oluşturduğunu, dolayısıyla dünyada 1 milyar insandan fazla kişinin engelli olduğu belirtilmektedir.Türkiye'de ise Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından oluşturulan Ulusal Özürlüler Veri Tabanında kayıtlı ve Türkiye Cumhuriyeti sınırları dahilindeki hanelerde yaşayan ve sağlık raporunda en az %20 özür oranına sahip olduğu bildirilen 280.014 özürlü fert olduğu belirtilmektedir (TÜİK, 2002).

Ulusal Özürlüler Veri Tabanına kayıtlı özürlülerin % 29,2'si zihinsel özürlüler, % 25,6'sı süregelen hastalığı olan özürlüler, % 8,8'i ortopedik özürlüler, % 8,4'ü görme özürlüler, % 5,9'u işitme özürlüler, % 3,9'u ruhsal ve duygusal özürlüler, % 0,2'si dil ve konuşma özürlüler ve % 18'i birden fazla özüre sahip olanlardır (TÜİK, 2011).

Engellilerin yaşam kalitesini artırmaya yönelik adımlar onların sosyal dışlanma ile mücadelede önem kazanmaktadır. Ancak, engellilere “farklı” oldukları hissettirildiğinden çözüm üretilmesine engel olmaktadır. Bu nedenle hedef kitlenin ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu ihtiyaçları gidermeye yönelik sonuçlar üretilmesi hizmet sağlayıcı hizmet

sağlayıcılara çözüm üreten araştırma kuruluşlarının esas görevi olmalıdır (Çizel, Sönmez ve Akıncı, 2012, s.7).

Dünyanın bu en büyük azınlığı, turizm endüstrisi için de “özel bir pazar” anlamına gelmektedir. Engelliler için yasal düzenlemelerin bir çok ülkede hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin etkisini göstermeye başlamasıyla birlikte eskisine oranla daha fazla hareket etme becerileri artmış, çeşitli ekonomik ve sosyal olanaklara kavuşmuş böylece daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır (TÜRSAB, 2008).

Çağdaş toplum oluşturulmasında, engelli insanların, yaşamın tüm kesimlerine uyumlarının sağlanması çok önemli bir göstergedir. Bu insanların diğer insanlar gibi gezmeye, tatil yapmaya ve farklı yerler görmeye ihtiyaçları vardır. Ancak engellilerin sosyal yaşam içinde çok fazla yer almamaları nedeniyle, turizm altyapısını oluşturan ulaşım, konaklama ve diğer öğelerin engelli bireyler tarafından kullanımı oldukça zayıftır (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). Engelli bireyleri turizme yönlendirmeden önce onların sosyal yaşam içinde yer alabileceklerini benimsetmek gerekmektedir.

Fiziksel engellilerin seyahatlerini kısıtlayan en önemli unsurların başında ekonomik problemler yer almaktadır. Bunun dışında en önemli engeller bireylerin fiziksel olarak hareket edememeleri, kendilerine uygun konaklama işletmelerini bulamamaları ve ulaştırmada karşılaştıkları problemler gelmektedir. Tüm bu problemler seyahatin daha iyi geçmesine engel olmaktadır (Darcy, 1998).

Fiziksel engelliler daha fazla seyahat etmek istemelerine rağmen seyahatlerinden mutlu olamadıkları için bu ihtiyaçlarını ertelemektedirler. Engelliler seyahatlerinin mutlu geçmesi için onlara özgü ilave düzenlemelere ihtiyaç duymaktadırlar. Fiziksel engellilerin seyahat isteğinin karşılanmasında önceden planlama yapılması gerekir. Bunun da devlet ve hizmet sektörünün birlikte hazırlaması gerektiğidir. Devlet sosyal olmanın bir gereği olarak, bunu gerçekleştirmesi gerekir (Atak, 2008, s.1). Engellilere uygun fiziksel ortamların hazırlanabilmesi için yüksek maliyetlere ihtiyaç duyulduğundan işletmeler engelli bireylerin turizme katılmalarına çok önem vermemektedirler. Ancak devlet katkısı ile bu imkanlar sağlanmalıdır. Son yıllarda Kültür ve Turizm Bakanlığının belirlediği bazı kriterlerle turizm tesislerinin engellilere uygun hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

Engelli turizmi, tüm dünyadaki engelli sayısının fazlalığı ve bu kişilerin genellikle tek başlarına değil yanlarında refakatçi veya refakatçileriyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde turizm işletmeleri için çok değerli bir pazar anlamına gelmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013). İşletmelerde bu bilinci kazandırmak amacıyla devletin engellilerin seyahat etmelerini kolaylaştırıcı yasal düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir.

TÜRSAB Engelsiz Turizm Komitesince Türkiye’de tespit edilen bazı problemler şöyle sıralanabilir;

- Engellilerin kullanabileceği yeterli toplu ulaşım araçlarının olmaması,

- Kentin veya beldenin görülmeye değer yerlerinin, müze ve ören yerlerinin engellilere uygun şekilde dizayn edilmemesi (engellilerin kullanabileceği WC'lerin olmaması, rampaların uygun şekilde yapılmaması gibi), kaldırımların engellilerin kullanabileceği biçimde yapılmaması,

- Engellilere yönelik serbest park etme imkanları, uygun işaretlendirmelerin bulunmayışı,

- Engellilerin kullanımına uygun telefon kulübelerinin olmaması,

- Kendi arabasıyla ülkemize giriş yapan konuklarımızın sınır kapılarında işlemlerini kolayca yaptırabilecekleri mekansal düzenlemelerin bulunmayışı nedeniyle sıkıntı yaşamaları.

- Örneğin pasaport kontrollerinin yapıldığı binalara girişte birkaç basamaklı merdivenin bulunması gibi.

- Turistlere de hizmet veren hastane, sağlık ocağı, karakol gibi kamu binalarında engellilerin bu hizmetlerden faydalanmasına dönük donanımların yetersizliği, hatta ilk bina girişlerinde bile sorun yaşanıyor olması (bu arada düzenlemeler yapılırken engellilerin yalnızca yürüme değil, görme ve işitme gibi sorunlar yaşıyor olabilecekleri de unutulmamalıdır),

- Sorun yaşayan engellinin başvurabileceği özel merci ve mekânların bulunmaması gibi.

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'te 80 oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde toplam oda kapasitesinin ancak % 1'i oranında 5 engelli odası bulundurulması yükümlülüğü olduğundan, işletmeler bunu minimum düzeyde tutmakta, bu nedenle 300 odası olan konaklama merkezlerinde bile engelli odası 3'ü geçmemektedir. Bu nedenle mevcut olan engelli odası sayısı, grup halinde gelmek isteyen engelli ziyaretçileri ağırlamaya yetmediğinden, gerek yurtdışından, gerekse yurtiçinden gelen bu tip taleplere olumsuz yanıt verilmek zorunda kalınmaktadır.

- Halihazırda mevcut olan engelli odalarının bir bölümünün ise engellilerin ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde bulunmadığı tespit edilmiştir.

- Bahsi geçen yönetmelikte odalar yanında, tesislerin girişi, genel tuvaletler, yeme-içme ünitesi, mola noktası, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde de bedensel engellilerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılması gerektiği belirtilmişse de, işletmelerde ya bunlara hiç uyulmamakta, ya da yeterli düzeyde düzenleme yapılmamış bulunmaktadır (TÜRSAB, 2008).

Yaşlı ve engellileri birlikte düşününce, turizm sektörün arzuladığı hedeflere ulaşılabilmesine yardımcı olabilecek Avrupa nüfusunun % 30'luk bir kesiminden bahsedilmektedir. Türk turizmcilerin hedef olarak seçilecek engellilerin Türkiye'de tatil yapmalarını sağlayacak ortamlar sağlanırsa, sayısal hedefle birlikte, parasal hedeflere de daha fazla yaklaşımış olunacaktır (Tufan, 2014). Bu nedenle TÜRSAB tarafından belirlenen problemlerin çözülmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

TÜRSAB'ın belirlediği bu problemlerin çözümü için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın da engelli turizmne önem verdiği ve bu konuda yasal düzenlemelerle turizm tesislerinin engellilere uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Araştırmada engellilerin seyahat alışkanlıkları ve seyahat engellerini inceleyerek onların isteklerini dikkate almak ve

engelleri ortadan kaldırmak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amaçları şunlardır;

- Engellilerin seyahat alışkanlıkları nasıldır?
- Engellilerin seyahat engellerine ilişkin görüşleri nasıldır?
- Engellilerin cinsiyet değişkeni ile seyahat etmedeki engelleri arasında anlamlı fark var mıdır?
- Engellilerin tatil yapma durumları ile seyahat etmedeki engelleri arasında anlamlı fark var mıdır?
- Engellilerin engel durumları ile seyahat etmedeki engelleri arasında anlamlı fark var mıdır?

YÖNTEM

Araştırma, tarama modeli ile yapılacaktır. Tarama modelinde, araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içerisinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2009, s. 77).

TÜİK'in 2002 yılı verilerine göre engellilerin coğrafi bölgelere göre oransal dağılımı Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1: Engellilerin Coğrafi Bölgelere Göre Oransal Dağılımı

Bölge	Toplam	Erkek	Kadın
Marmara	13,13	11,66	14,59
Ege	11,86	10,69	13,00
Akdeniz	12,16	11,15	13,15
İç Anadolu	12,52	10,78	14,23
Karadeniz	12,98	11,62	14,32
Doğu Anadolu	11,80	11,29	12,30
Güneydoğu Anadolu	9,90	9,86	9,94

Kaynak: TÜİK (2002)

Buna göre engelli oranı en az olan bölge Güneydoğu Anadolu Bölgesidir. TÜİK'in 2011 yılı verilerine göre Diyarbakır geneli engelli sayısı Tablo 2' de verilmiştir.

Tablo 2: Diyarbakır İli Engelli Kişi Sayısı

	Toplam	Erkek	Kadın
Diyarbakır	120.000	56.000	65.000
Toplam	4.876.000	2.085.000	2.792.000

Kaynak: TÜİK (2011).

Araştırmanın evrenini Diyarbakır il genelindeki engelliler oluşturmaktadır. Bu kapsamda Diyarbakır Engelli Dernekleri Birliği Federasyonu'na üye 6 farklı engelli derneği üyesi 1620 kişiye ulaşılmaya çalışılmış. Ancak engellilerin sosyal hayat içinde çok fazla yer almadığından federasyon aracılığıyla 89 engelliye ulaşılmıştır.

Engellilerin turizm sektörüne ilişkin seyahat engellerini belirleyebilmek amacıyla örneklemiden elde edilecek verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Veri toplama aracında soru maddelerinin oluşturulması sürecinde Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin yürüttüğü Çizel, Sönmez ve Akıncı (2012) tarafından hazırlanan “Antalya’daEngelli Turizminin Gelişimi İçin Arz ve TalepÜzerine Bir Araştırma” adlı çalışmada kullanılan veri toplama aracından yararlanılmıştır.Araştırma ölçeği ilk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular, ikinci bölümünde ise engellilerin seyahat engellerine ilişkin maddeler yer almaktadır.

Güvenirlilik, aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki kararlılığı, aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçların alınması yani ölçmenin tesadüfi hatalardan arınık olması (Karasar, 2009, s. 148). Cronbach Alpha yöntemi, ölçekte yer alan tüm maddelerin homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini araştırmak için kullanılan bir yöntemdir. Ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır ve bir ölçekteki soruların varyansları toplamalarının genel varyansa oranlanması ile elde edilir. 0 ile 1 arasında değer alan bu katsayıya Cronbach Alpha katsayısı denir. Bu katsayıya bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2010, s. 405):

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenirliliği düşüktür,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Anket dört farklı boyuttan oluştuğundan güvenirlilik katsayıları ayrı hesaplanmıştır.

Tablo 3: Veri Toplama Aracında Yer Alan Boyutların Güvenirlilik Katsayıları

Boyutlar	Madde No	Cronbach Alpha Katsayısı
İçsel Engeller	1-7	.789
Etkileşimsel Engeller	8-16	.694
Çevresel Engeller	17-20	.754
Öğrenilmiş Çaresizlik	21-25	.778
Toplam		.797

Anketin dört temel boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0.694 ile 0.789arasında değişmiş ve ölçeğin bütünüünün Cronbach Alpha katsayısı ise 0.797 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar araştırmada kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Genel anlamda geçerlik, araştırma sonuçlarının doğruluğu ile ilgilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 254). Başka bir deyişle, ölçülmek istenen şeyin ölçülebilmiş olma derecesi, ölçülmek istenenin başka şeylerle karıştırılmadan ölçülmesidir. Bir ölçmenin geçerli olmasının ilk koşulu onun güvenilir olmasıdır. (Karasar, 2009, s. 151). Araştırmanın pilot uygulama sonuçlarına göre Cronbach Alpha güvenirlilik katsayısı güvenilir olduğunu gösterdiğinden geçerliğin ön koşulu sağlanmıştır.

Faktör analizi yapılmadan önce verilerin faktör analizine uygunluğu KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett testiyle test edilmiştir. 25 maddenin faktör analizi için KMO değeri 0.638 ve Bartlett testi sonucu $\chi^2 = 1047,077 (p \leq 0.05)$ olarak bulunmuştur. Veriler üzerinde faktör analizi yapılabilmesi için minimum KMO değerinin Büyüköztürk'e (2010) göre 0.60; Kalaycı'ya (2010) göre 0.5'in üzerinde olması gerekmektedir. Ancak, Başar (2009), faktör analizi ile içerik geçerliğinin belirlenemeyeceğini, çünkü bu tekniğin, ölçülmek istenen özelliklerle, veri toplama aracındaki özellikleri karşılaştırıp, bu aracın ölçülmek istenen özellikleri ölçtüğünü belirtmediğini, sadece verilenleri grupladığını, onu da deneklerin yanıtlarına bakarak yaptığını, anket sorularına bakarak ve onları araştırma amaçları ile karşılaştırarak yapmadığını belirtmektedir. Faktör analizinin, anket sorularını dikkate almadığını, grupladığının da onlar değil, deneklerin yanıtları olduğunu vurgulamaktadır. Bu tekniğin, ölçülmek istenen özelliklerle, araçtaki özelliklerin aynılığına bakmadığı için, içerik geçerliği hakkında hiçbir sonuç üretmediğini belirtmektedir. Bu nedenle de uzman kanısının yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

Görüşlerin aritmetik ortalamalarının yorumlanmasında ortalamaların aralığını belirlemek amacıyla 5 sütun, 4 aralık mantığından hareket edilmiştir. Bu aralıktaki değeri $4/5 = 0,8$ 'dir (Çelik ve Çevik, 2010, s. 157). Bu aralık kullanılarak; 1,00-1,79 arasındaki ortalama değerlerin "kesinlikle katılmıyorum"; 1,80-2,59 arasındaki bulunanların "katılmıyorum"; 2,60-3,39 arasındakilerin "orta düzeyde katılıyorum"; 3,40-4,19 arasındakilerin "katılıyorum" ve 4,20-5,00 arasında yer alanların ise "tamamen katılıyorum" şeklinde kabul edilmektedir. Verilerin normal dağılımın sağlanmadığı ve non-parametrik testlerden Mann-Whitney-U testi ile Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Ayrıca verilerin frekans ve yüzdeleri de hesaplanmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların özelliklerine ve seyahat engellerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 4: Engellilerin Kişisel Bilgilerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	n	%	Medeni	n	%
Kadın	23	25,8	Evli	58	65,2
Erkek	66	74,2	Bekar	31	34,8
Yaş	n	%	Eğitim	n	%
18-25	12	13,48	Okula gitmemiş	44	49,4
26-35	52	58,42	İlköğretim	31	34,8
36-45	14	15,73	Lise	13	14,6
46-55	4	4,49	Önlisans	-	-
56 ve +	7	7,86	Lisans	-	-
			Lisansüstü	1	1,1
Engel durumu	n	%	Kişisel gelir	n	%
Fiziksel	57	64,0	Gelir yok	10	11,2
Görme	19	21,3	500'den az	30	33,7
İşitme	13	14,6	501-1000	37	41,6
			1001-1500	9	10,1
			1500-+	3	3,4

Hane gelir	n	%	Tatil yapma	n	%
Gelir yok	9	10,1	Evet	52	58,4
500'den az	7	7,9	Hayır	37	41,6
501-1000	23	25,8			
1001-1500	39	43,8			
1500-+	11	12,4			

Araştırmaya Diyarbakır ilinden toplam 89 engellilikatılmıştır. Engellilerin cinsiyetleri incelendiğinde %74,2'sini erkek % 25,8'ini ise kadınların yer aldığı belirlenmiştir. Eğitim durumlarına bakıldığında engellilerin % 49,4'ü hiç okula gitmemiş, % 34,8'i ilkökul mezunu, lise ve dengi okulu bitirmiş olan engellilerin oranı %14,6, lisansüstü mezunu olanlar %1,1'dir. Eğitim durumları incelendiğinde engellilerin lise sonrasında eğitim imkanlarından istenilen düzeyde yararlanamadığını söylenebilir. Arıcı (2010) tarafından yapılan çalışmada engellilerin eğitim düzeyinin düşük olduğu, engellilerin çoğunluğunun ilköğretim mezunu olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuç yapılan araştırma ile paralellik göstermektedir.

Yaşlarına bakıldığında engellilerin %58,42'sinin 26-35 yaş grubunda yer aldığı belirlenmiştir. Engellilerin yaşları ilerledikçe sosyal hayat içinde yer almadıkları söylenebilir. Engellilerin medeni durumu incelendiğinde ise yarıdan fazlasının evli (% 65,2) olduğu göze çarpmaktadır. Aylık kişisel gelirleri incelendiğinde engellilerin çoğunluğunun (%41,6) 501-1000 TL arasında olduğunu belirtmişlerdir. Aylık hane gelirleri incelendiğinde ise % 43,8'inin hane gelirinin aylık 1001-1500 TL arasında olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre engellilerin gelir düzeylerinin yüksek olmadığı sonucuna varılmıştır. Erdugan (2010) tarafından yapılan çalışmada engellilerin yaklaşık yarısının aylık hane gelir miktarlarının (501-800) TL arasında olduğu, bu geliri de özürlü aylığı, bakım aylığı ve diğer yardımlar oluşturduğunu, kira giderlerinin bu hesaplamaadan düşülmediğini, aslında gelirlerin görünenden çok daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Engellilerin tatil yapma alışkanlıkları incelendiğinde %58,4'ünün tatil yaptığını belirtmişlerdir. Engellilerin tatil yapamamalarının en önemli nedenlerine ilişkin bulgular Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5: Engellilerin Tatil Yapmamalarının Nedenleri

Tatil yapamama nedeni	n	%
Gelir düşüklüğü	31	34,8
Zaman yetersizliği	3	3,4
Turistik ürün fiyatlarının yüksek olması	1	1,1
Turizm tesislerinde engellilere uygun düzenlemelerin olmaması	2	2,2
Ulaştırma araçlarının engellilere uygun düzenlemelerin olmaması	-	-

Tatil yapamayan engellilerin tatil yapamama nedenleri arasında en önemli unsur gelir düşüklüğü olduğu belirtilmiştir. Araştırmaya katılan engellilerin gelir durumları incelendiğinde de tatil yapacak kadar gelire sahip olmadıkları sonucuna varılabilir. Engellilerin tatil yapma sıklığı, süresi ve tatil organizasyonuna ilişkin bulgular Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6:Engellilerin Tatil Yapma Sıklığı, Süresi ve Tatil Organizasyonuna İlişkin Bulgular

Tatil yapma sıklığı	n	%	Tatil yapma süresi	n	%
Ayda bir	4	4,5	15 gün ve daha az	34	38,2
Resmi tatillerde	15	16,9	15- 30 gün	16	18,0
Bayramda	5	5,6	30-+	1	1,1
Yılda bir	28	31,5	Her yıl düzenli yapamıyorum	1	1,1
Tatil organizasyonu	n	%			
Kendim	39	43,8			
Seyahat acentesi	9	10,1			
Yakınlarının yardımıyla	4	4,5			

Engellilerin seyahat ve tatil organizasyonuile ilgili sorulan sorulara verdikleri cevaplar incelendiğinde engellilerin %31,5'inin yılda bir kez tatile çıkabildikleri belirlenmiştir. Tatil yapan engellilerin tatil yapma süresi genellikle 15 günden (%38,2) azdır. Engellilerin % 43,8'i tatil organizasyonu için hizmet almadığı tatil organizasyonunu kendilerinin yaptığı belirlenmiştir.Engellilerin tatillerinde karşılaştıkları en önemli soruna ilişkin bulgular Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7:Engellilerin Tatillerinde Karşılaştıkları Soruna İlişkin Bulgular

Tatilde karşılaşılan en önemli sorun	n	%
Turizm tesislerinin fiziksel şartlarının uygun olmaması	32	36,0
Ulaştırma araçlarının uygun şartlarda olmaması	13	14,6
İnsanların bana bakışı	3	3,4
İnsanların yoğun ilgisi	4	4,5

Araştırmaya katılan engelliler, tatillerinde karşılaştıkları en önemli sorunun turizm tesislerinin fiziksel şartlarının engelliler uygun olarak düzenlenmemiş olduğunu, ikinci sırada ise ulaştırma araçlarının uygun olmaması olarak belirtmişlerdir. Engellilerin içsel engellerine ilişkin bulgular Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 8: Engellilerin içsel engellerine ilişkin bulgular

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta DüzeydeKatılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Kendi kendime bir şey yapmaktan korkuyorum.	f %	61 68,5	13 14,6	9 10,1	5 5,6	1 1,1	1,56
Diğer insanlarla birlikte olmaktan korkuyorum.	f %	44 49,4	32 36,0	12 13,5	1 1,1	-	1,66

Turizm faaliyetlerine katılmak benim kabiliyetimin üzerinde koşullar gerektirir.	f %	34 38,2	32 36,0	20 22,5	2 2,2	1 1,1	1,92
Turizm faaliyetlerine katılırken başkalarını rahatsız ve huzursuz etmekten korkuyorum.	f %	30 33,7	31 34,8	20 22,5	7 7,9	1 1,1	2,07
Turist olarak herhangi bir şey yapmak için diğer insanlara ihtiyacım olması durumu beni rahatsız ediyor	f %	22 24,7	35 39,3	21 23,6	6 6,7	5 5,6	2,29
Turizm faaliyetlerine katılırken birçok düzenleme ve kural ile karşılaşacağım.	f %	23 25,8	32 36,0	24 27,0	6 6,7	4 4,5	2,28
Rahatsız ve huzursuz olarak seyahat etmemi önleyecek bilgi eksikliğim var.	f %	23 25,8	24 27,0	28 31,5	12 13,5	2 2,2	2,39
Toplam							2,02

İçsel engeller olarak yer alan grubun genel ortalaması 2,02'dir. Bu sonuç araştırmaya katılan engellilerin içsel engeller olarak belirtilen ifadelerle katılmadıklarını, aslında içsel engellerinin az olduğunu göstermektedir. Engellilerin etkileşimsel engellerine ilişkin bulgular Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9:Engellilerin etkileşimsel engellerine ilişkin bulgular

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanların bakışlarına maruz kalma düşüncesi beni rahatsız ediyor.	f %	21 23,6	26 29,2	32 36,0	5 5,6	5 5,6	2,40
Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanlar tarafından göz ardı edilmekten korkuyorum.	f %	18 20,2	23 25,8	34 38,2	8 9,0	6 6,7	2,56
Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanlar tarafından incitilmekten korkuyorum.	f %	19 21,3	19 21,3	38 42,7	8 9,0	5 5,6	2,56
Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanların ilgisine hedef olmaktan korkuyorum.	f %	14 15,7	30 33,7	33 37,1	8 9,0	4 4,5	2,52
Turizm faaliyetlerine katılırken aşırı korunma hissi beni rahatsız eder.	f %	15 16,9	35 39,3	28 31,5	8 9,0	3 3,4	2,42
Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanlar tarafından aşırı nazik davranışlar beni rahatsız eder.	f %	17 19,1	33 37,1	22 24,7	12 13,5	5 5,6	2,49
Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanların önyargılarını hissetmek beni rahatsız eder.	f %	13 14,6	34 38,2	30 33,7	5 5,6	7 7,9	2,53
Turizm faaliyetlerine katılırken iletişim engelleri yaşamaktan korkuyorum.	f %	16 18,0	37 41,6	24 27,0	10 11,2	2 2,2	2,38
Turizm faaliyetlerine katılırken diğer insanlarla uyum sağlayamam.	f %	14 15,7	27 30,3	31 34,8	6 6,7	11 12,4	2,69
Toplam							2,51

Etkileşimsel engellerin ortalaması ise 2,51 olarak bulunmuştur. Bu sonuç araştırmaya katılan engellilerin çevredeki insanlarla olan etkileşimleri konusunda engelleri olmadığını göstermektedir. Engellilerin çevresel engellerine ilişkin bulgular Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10:Engellilerin çevresel engellerine ilişkin bulguları

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta DüzeydeKatlıyorum	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum	
Turizm bölgelerindeki fiziksel koşullar yetersiz.	f %	13 14,6	25 28,1	35 39,3	11 12,4	5 5,6	2,66
Turizm bölgelerindeki engellilere yönelik düzenlemeler ve imkânlar yetersiz.	f %	13 14,6	25 28,1	34 38,2	13 14,6	6 6,7	2,73
Turizm bölgelerindeki çevresel koşullar uygun değil.	f %	17 19,1	25 28,1	34 38,2	10 11,2	3 3,4	2,51
Turizm bölgelerindeki engellilere yönelik ulaşım olanakları yetersiz.	f %	16 18,0	29 32,6	29 32,6	11 12,4	4 4,5	2,52
Toplam							2,60

Yine aynı şekilde çevresel engellerin ortalaması ise 2,60'tır. Bu sonuca göre engelliler çevresel engeller konusunda fiziksel koşulları, turizm bölgelerindeki engellilere yönelik düzenlemeleri orta düzeyde yeterli bulmaktadırlar. Tufan (2014) fiziksel çevrenin, trafiğin veya toplu taşımacılığın yaşlı ve engelli turistlere göre uyarlanmasının kendi vatandaşlarına da fayda sağlayacağı görüşünü belirtmektedir. Ayrıca yapılacak düzenlemelerle tüm çevrenin gözle görünür kalkınma sağlayacağı da vurgulanmaktadır. Engellilerin öğrenilmiş çaresizliklerine ilişkin bulgular Tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 11:Engellilerin Öğrenilmiş Çaresizliklerine İlişkin Bulgular

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta DüzeydeKatlıyorum	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum	
Turizme katılmak beni mutlu edecek bir şey değildir.	f %	11 12,4	36 40,4	33 37,1	5 5,6	4 4,5	2,49
Turist olmak bana zorluk yaşatır ve sadece acı verir.	f %	6 6,7	35 39,3	32 36,0	14 15,7	2 2,2	2,67
Turist olmak beni kasvetli bir ruh haline sokar.	f %	8 9,0	31 34,8	29 32,6	15 16,9	6 6,7	2,77
Turist olmak benim için uygun değil.	f %	10 11,2	29 32,6	27 30,3	16 18,0	7 7,9	2,78
Huzurlu ve rahat bir turizm ortamı benim için var olamaz.	f %	13 14,6	28 31,5	24 27,0	18 20,2	6 6,7	2,73
Toplam							2,69

Araştırmada engel olarak ifade edilen öğrenilmiş çaresizlik boyutunun ortalaması ise 2,69 olarak hesaplanmıştır. Engellilerin turizme katılarak mutlu olma düşünceleri, turizme katılmanın kendileri için uygun olmadığı düşüncesine ilişkin görüşlere orta düzeyde katıldıkları belirlenmiştir. Engellilerin cinsiyet değişkenine göre seyahat engellerine ilişkin Mann-Whitney U Analiz Sonuçları Tablo 12'de yer almaktadır.

Tablo 12: Engellilerin Cinsiyet Değişkenine Göre Seyahat Engellerine İlişkin Mann-Whitney U Analiz Sonuçları

Boyut	Cinsiyet	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
İçsel engeller	Kadın	23	32,09	738,00	462,00	,005
	Erkek	66	49,50	3267,00		
Etkileşimsel engeller	Kadın	23	35,61	819,00	543,00	,042
	Erkek	66	48,27	3186,00		
Çevresel engeller	Kadın	23	46,48	1069,00	725,00	,748
	Erkek	66	44,48	2936,00		
Öğrenilmiş çaresizlik	Kadın	23	34,52	794,00	518,00	,023
	Erkek	66	48,65	3211,00		

Mann-Whitney U testine ilişkin bulgulara bakıldığında engellilerin cinsiyet değişkenine göre içsel engeller, etkileşimsel engeller ve öğrenilmiş çaresizlik boyutlarına ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farkın bulunduğu saptanmıştır. Engellilerin cinsiyet değişkenine göre erkekler kadınlardan daha olumlu görüş bildirdiği belirlenmiştir. Çevresel engellere ilişkin görüşlerde ise engellilerin cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır. Engellilerin Tatil Yapma Durumuna Değişkenine Göre Seyahat Engellerine İlişkin Mann-Whitney U Analiz Sonuçları Tablo 13'te yer almaktadır.

Tablo 13: Engellilerin Tatil Yapma Durumuna Değişkenine Göre Seyahat Engellerine İlişkin Mann-Whitney U Analiz Sonuçları

Boyut	Tatil yapma durumu	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
İçsel engeller	Evet	52	45,86	2384,50	917,50	,710
	Hayır	37	43,80	1620,50		
Etkileşimsel engeller	Evet	52	48,38	2515,50	786,50	,142
	Hayır	37	40,26	1489,50		
Çevresel engeller	Evet	52	45,13	2347,00	955,00	,953
	Hayır	37	44,81	1658,00		
Öğrenilmiş çaresizlik	Evet	52	47,74	2482,50	819,50	,233
	Hayır	37	41,15	1522,50		

Mann-Whitney U testine ilişkin bulgulara bakıldığında engellilerin tatil yapma durumuna göre içsel engeller, etkileşimsel engeller, çevresel engeller ve öğrenilmiş çaresizlik boyutlarına ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı saptanmıştır. Engellilerin tatil yapma durumu göre tatil yapmayanların tüm boyutlarda daha olumsuz görüş bildirdiği belirlenmiştir. Engellilerin Engel Durumuna Göre Seyahat Engellerine İlişkin Görüşleri Tablo 14'te yer almaktadır.

Tablo 14:Engellilerin Engel Durumuna Göre Seyahat Engellerine İlişkin Görüşleri

Boyut	Engel durumu	n	Sıra Ortalaması	Sd	χ^2	p
İçsel engeller	Fiziksel	57	43,19	2	1,758	,415
	Görme	19	44,50			
	İşitsel	13	53,65			
Etkileşimsel engeller	Fiziksel	57	45,44	2	1,989	,370
	Görme	19	38,97			
	İşitsel	13	51,88			
Çevresel engeller	Fiziksel	57	44,60	2	5,639	,060
	Görme	19	36,84			
	İşitsel	13	58,69			
Öğrenilmiş çaresizlik	Fiziksel	57	45,45	2	0,114	,945
	Görme	19	43,24			
	İşitsel	13	45,62			

Tablo 14 incelendiğinde engel durumuna göre tüm boyutlarda engellilerin görüşleri arasında anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir [$p>0,05$]. Grupların Tablo 14'teki sıra ortalamaları dikkate alındığında içsel engeller boyutunda fiziksel engellilerin; etkileşimsel engeller, çevresel engeller ve öğrenilmiş çaresizlik boyutunda görme engellilerin görüşleri en olumsuz düzeydedir. Bu sonuçlara göre görme engellilerin seyahatlerinde daha fazla sorunla karşılaşacakları düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

SONUÇ

Araştırmaya katılan engellilerin demografik durumları incelendiğinde önemli bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan engellilerin büyük bölümünün erkeklerden oluştuğu; evlilerin daha fazla olduğu; engellilerin çoğunluğunun genç yaşlarda olduğu; engellilerin yaklaşık olarak yarısının hiç okula gitmedikleri belirlenmiştir. Aylık kişisel gelirleri ve hane gelirleri incelendiğinde düşük gelir grubunda yer aldıkları görülmektedir.

Engellilerin tatil yapma alışkanlığına bakıldığında engellilerin yarısından fazlasının tatil yaptığı; tatil yapmayanların tatil yapmamalarının en önemli nedeni olarak gelir düşüklüğünü gösterdikleri; tatil yapanların ise karşılaştıkları en önemli sorunun turizm tesislerinin fiziksel şartlarının engelliler uygun olarak düzenlenmemiş olduğunu, ikinci sırada ise ulaştırma araçlarının uygun olmaması olarak belirtmişlerdir. Tatil yapabilen engellilerin çoğunluğu yılda bir ve 15'günden az tatil yapma imkanına sahip oldukları ve tatil organizasyonunu kendileri yaptıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan engellilerin içsel engelleri incelendiğinde özellikle tatillerinde başkalarına ihtiyaç duymalarının kendilerini rahatsız ettiğini belirtmişlerdir. Ayrıca rahat seyahat etme konusunda bilgi eksikliklerinin olduğunu belirtmektedirler. Etkileşimsel engellerin turistik amaçlı seyahatleri önünde engel olmadığı belirtilmektedir. Engellilerin çevresel engeller konusunda fiziksel koşulları, turizm bölgelerindeki engellilere yönelik düzenlemeleri orta düzeyde yeterli bulmaktadırlar. Engellilerin seyahat engeli olarak kabul ettikleri boyut öğrenilmiş çaresizlik boyutudur.

Cinsiyet değişkenine göre içsel engeller, etkileşimsel engeller ve öğrenilmiş çaresizlik boyutlarında erkekler kadınlardan daha olumlu görüş bildirmişlerdir. Engellilerin tatil yapma durumuna göre içsel engeller, etkileşimsel engeller, çevresel engeller ve öğrenilmiş çaresizlik boyutlarında tatil yapma durumuna göretatil yapmayanların tüm boyutlarda daha olumsuz görüş bildirmişlerdir. İçsel engeller boyutunda fiziksel engellilerin; etkileşimsel engeller, çevresel engeller ve öğrenilmiş çaresizlik boyutunda görme engellilerin görüşleri en olumsuz düzeydedir. Bu sonuçlara göre görme engellilerin seyahatlerinde daha fazla sorunla karşılaşacakları düşüncesinde oldukları belirlenmiştir. Bu sonuçlar ışığında engellilerin seyahat engellerinin çözümüne ilişkin öneriler şunlardır;

- Seyahat acentelerinin, konaklama işletmelerinin, ulaşım sektörünün engellilere yönelik sunduğu hizmetler engellilere uygun hale getirilerekbu alanlarda çalışan personellerin de eğitilmesi gerekmektedir.
- Engellilerin seyahatlerinin kolaylaşabilmesi için engellilere uygun olarak düzenlenmiş ulaşırma araçlarının kullanılması gerekmektedir.
- Turistik tesislerin, engellilerin rahat hareket etmelerini sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.
- Engellilerin turizm hareketlerine katılımının sağlanması için yasal düzenlemelerle desteklenmesi gerekmektedir.
- Engelliler gelir düzeylerinin düşüklüğü nedeniyle tatile çıkmadıklarını belirttiklerinden özellikle aktif iş yaşamı içerisinde yer almalarını sağlayacak düzenlemeler yapılmalıdır.
- Ayrıca en önemli unsurlardan bir olan engellilerin kendilerini sosyal yaşam içinde bir birey olarak kabul etmeleri ve onların da tüm hizmetlerden yararlanabilecekleri anlayışını kazanabilmeleri için desteklenmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Arıcı, S. (2010). *Bedensel engellilerin turizm sektöründen beklentilerinin tespitine yönelik bir araştırma*(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). *Türkiye’de engelliler turizminin geliştirilmesine yönelik konaklama tesislerindeki altyapı imkanlarının araştırılması*, Dünya Engelliler Vakfı Engellilerin Toplumsal Gelişimin Yönelik Proje, Düzenleme Necdet Öztürk<http://www.devturkiye.org/Projeler/Engelsiz-Tatil-Koyu/Engelsiz-Turizm-Raporu/>
- Atak, V. (2008).*Marmaris’teki otel işletmelerinin bedensel engelli turizmine bakışı* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Başar, H. (2009). Faktör Analizinin Eğitim Anketlerinde Yanlış Kullanımı -İki Deneme. *IV. Ulusal Eğitim Yönetimi Kongresi*, Denizli.

- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi, 12.Baskı.
- Çelik, Ç.M. ve Çevik, N.M. (2010). İşsiz gençlerin bilgisayar öz-yeterlik algılarının çeşitli değişkenler açısından karşılaştırılması, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ss: 152-166.
- Çizel, B., Sönmez, N. ve Akıncı, Z. (2012). *Antalya’da engelli turizminin gelişimi için arz ve talep üzerine bir araştırma*, Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi, Ankara: Yiğitler.
- Darcy, S. (1998). Anxiety to access: tourism patterns and experiences of disabled newsouth wales people with a physical disability tourism Sydney: New South Wales.
- Erbil Erdugan, F. (2010). Türkiye’de özürlü yoksulluğu ve mücadele politikalarının değerlendirilmesi: Ankara-Keçiören örneği. *Ankara: Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı* Yayın No:10.
- Kalaycı, Ş. (2010). Fakör analizi, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (5.Baskı). Şeref Kalaycı (Ed). Ankara: Asil.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemi* (20. Baskı). Ankara: Nobel.
- Tufan, İ. (2014). Yaşlı ve Engelli Turizmi. www.itgevakif.com/pdfs/YasliTurizmi_itufan_sicher.pdf (Erişim Tarihi: 29.09.2014).
- TÜİK (2002). *Türkiye özürlüler araştırması*, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1017
- TÜİK (2011). Özürlülerin sorun ve beklentileri araştırması, *TÜİK Haber Bülteni*, 2010 Sayı :71, Ankara.
- TÜRSAB (2008). *Dünyada ve Türkiye’de engelsiz turizm pazarı*, TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (5.Baskı). Ankara: Seçkin.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi* Yıl: 6, Sayı: 11, ISSN 1307-9832.

ENGELLİLERİN TURİZM HİZMETLERİNE ERİŞİLEBİLİRLİKLERİ

Ebru Z.BOYACIOĞLU

*Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, İ.İ.B.F.
ezboyacioglu@trakya.edu.tr*

Selda ÇAĞLAR

*Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, İ.İ.B.F.
scaglar@trakya.edu.tr*

ÖZET

Doğal, ekonomik, sosyal ve kültürel çevreye ulaşabilme ve buralarda sunulan hizmetlerden yararlanabilme anlamına gelen erişilebilirlik, çoğu zaman hak ve özgürlüklerin tam olarak kullanılabilmesinin de zorunlu koşuludur.Çalışmada; engellilerin fiziksel, kültürel, sosyal, ekonomik ve doğal çevreye ve hizmetlere erişilebilirlikleri ile temel hak ve özgürlüklerini tam olarak kullanabilmeleri arasındaki ilişkiden hareketle, Türkiye'de engelli bireylerin seyahat (dolaşım) hürriyeti, kültürel ve sosyal yaşama katılma hakları ile turizm hizmetlerine erişilebilirliklerinin uluslararası insan hakları alanındaki ilke ve standartları ne ölçüde karşıladığı araştırılmıştır. Çalışmanın amacı, turizm işletmelerinde engellilerle ilgili yasal mevzuatın durumunun incelenerek, engellilerin yaşamın her alanına, özellikle turizm hizmetlerine diğer bireylerle eşit katılımlarının sağlanmasında alınması gereken yasal, politik, ekonomik ve toplumsal önlemlere dikkat çekmektir.

Anahtar Sözcükler: *Erişilebilirlik, engelli, turizm hizmetlerine erişim*

GİRİŞ

Fiziksel ve doğal çevre başta olmak üzere ekonomik, sosyal ve kültürel çevreye ulaşabilme ve buralarda sunulan hizmetlerden yararlanabilme anlamına gelen erişilebilirlik, hak ve özgürlüklerin tam olarak kullanılabilmesinin de zorunlu koşuludur. Bu nedenle, son dönemlerde devletler ve uluslararası örgütler, insan hakları alanındaki çalışmalarında erişilebilirlik olgusunu ön plana almakta, hak ve özgürlüklerin yerine getirilmesi bakımından temel ilke olarak kabul etmektedirler.

Engellilik insan olma halinin bir parçasıdır. 2006 yılında kabul edilen Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi'nin amacı, “tüm engelli insanların temel özgürlüklerden ve bütün insan haklarından tam ve eşit bir şekilde faydalanmasını teşvik etmek, sağlamak, korumak ve insan olmaktan ileri gelen haysiyetlerine yönelik saygıyı arttırmaktır”. Bu, dünya çapında engelliliğe yönelik anlayışta büyük bir değişimi ifade etmektedir(Dünya Engellilik Raporu, 2011, s.1)Dünya Sağlık Örgütü(WHO)2011 Dünya Engellilik Raporu'na göre; dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15'inin,yani bir milyardan fazla insanın bir tür engellilik ile yaşadığı yönündedir.

Erişilebilirlik, bir ortamın, hizmetin veya ürünün mümkün olduğunca daha fazla insana, özellikle engellilere ne derecede erişim imkanı verdiğini ifade eden bir kavramdır. Bu anlamda erişilebilirlik, engelli kişilerin bağımsız yaşayabilmeleri ve haklardan eşit şekilde yararlanarak topluma katılmaları için gerekli ön koşuldur. Engelli Hakları Sözleşme'sinin

3. Maddesi'nin dayandığı ilkelerden birinin erişilebilirlik olması son derece önemlidir (BM Engelli Hakları Sözleşmesi, 2014).

Engellilerin haklarını kullanabilecek fırsatlara erişebilmeleri ve hakların kullanımı bakımından toplumun diğer üyeleriyle eşitlenmeleri arasında yakın ilişki bulunmaktadır (Kaboğlu,2002). Çünkü engellilerin hak ve hizmetlere diğer bireylerle eşit olarak erişebilmesi için toplumsal, kamusal ve bireysel yaşam alanlarının devlet tarafından engelli bireylerin kullanımına uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Ancak söz konusu alanlar,çoğunlukla engelli kişiler için kullanılamaz niteliktedir. WHO tarafında yayınlanan Dünya Engellilik Raporunda inşa edilmiş çevrenin, ulaşım sistemlerinin, bilgi ve iletişimin genellikle engelli kişiler tarafında ulaşılamaz olduğu vurgulanmaktadır. Belirli bir ülkede engelliliğe ilişkin koşullar, sağlık sorunlarındaki eğilimler ile trafik kazaları, doğal afetler, çatışma, beslenme ve madde bağımlılığı gibi çevresel ve diğer faktörlerden etkilenmektedir. Bu gibi nedenlerden dolayı engellilerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Düşük ve orta gelirli ülkelerde, engelli olarak sürdürülen yaşamın %66.5'ini kronik hastalıkların oluşturduğu tahmin edilmektedir(WTO, Global Burden Of Disease, 2008)

Bu çalışmanın amacı; engellilerin fiziksel, kültürel, sosyal, ekonomik ve doğal çevreye ve hizmetlere erişilebilirlikleri açısından yapılan yasal ve kurumsal çalışmaların incelenerek, engellilerin yaşamın her alanına, özellikle turizm hizmetlerine diğer bireylerle eşit ve ayrımcılığa uğramadan katılımlarının sağlanmasında alınması gereken yasal, politik, ekonomik ve toplumsal önlemlere dikkat çekmektir

ULUSLARARASI HUKUK DÜZENİNDE ERİŞİLEBİLİRLİK

Ülkelerin hak veya hizmeti kullanıma ilişkin erişilebilirliği sağlama görevi bulunmaktadır. Bu nedenle gerek uluslararası örgütler, gerekse ülkeler erişilebilirlik konusundan önemli çalışmalar yapmaktadır. Birleşmiş Milletler (BM);insan hakları alanındaki evrensel çabaları, hukuki bağlayıcı çok sayıda sözleşmeye sahip olması ve son olarak Engelli Hakları Sözleşmesini kabul etmesi nedeni ile bu bölümde “Erişilebilirlik” adına yaptığı düzenlemeler açısından incelenecektir. BM'nin yanı sıra Türkiye'nin de Avrupa Konseyi'ne dahil olması ve Avrupa Birliği'ne aday ülke olması nedeni ile AB'nde erişilebilirlik konusundaki düzenlemeler de ele alınacaktır.

Birleşmiş Milletler Sisteminde Erişilebilirlik

Birleşmiş Milletler(BM) bünyesinde pekçok uluslararası sözleşme bulunmaktadır. “Erişilebilirlik” konusunu içeren sözleşmelerden bazıları; İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi(Madde 2, Madde 27)¹, Ekonomik Sosyal ve Kültürel Haklar Sözleşmesi

¹ Madde 2:Herkes, ırk, renk, cinsiyet, dil, din, siyasi veya diğer herhangi bir akide, milli veya içtimai menşe, servet, doğuş veya herhangi diğer bir fark gözetilmeksizin Beyannamede ilan olunan tekmil haklardan ve bütün hürriyetlerden istifade edebilme hakkına sahiptir.

(Madde 15)², Kişisel ve Siyasal Haklar Sözleşmesi(Madde 12)³, ve Engelli Hakları Sözleşmesi(Madde 9)⁴dir.BM tarafından kabul edilen sözleşmelerde “erişilebilirlik” daha çok eşitlik ve ayrımcılığa engel olma amacına yönelik bir anlam taşımaktadır.

Engelli Hakları Sözleşmesi, 30 Mart 2007’de imzaya açılmış, 3 Mayıs 2008 tarihinde yürürlüğe girmiştir.BM Engelli Hakları Sözleşmesi, Bakanlar Kurulu tarafından 27.5.2009 tarihinde onaylanarak Türkiye'deki hukukî sisteminin bir parçası haline gelmiştir. Böylece engellilerin hak ve hizmetlere erişiminde yaşadıkları sorunların çözümüne yönelik yasal ve idari çabaların hızlandırılmış, ulusaleyemplanlarına engellilerin mayabaşlanmasıdır. Engelli Hakları Sözleşmesi'nde erişilebilirlik özel olarak düzenlenmiştir. Sözleşme'nin erişilebilirlik başlığını taşıyan Madde 9; Taraf Devletler'e tüm bireyler için eşit düzeyde erişilebilirlik yükümlülüğünü getirmektedir(Güngör,Bolat,Cengiz,Aslan,2011, s.75).Erişilebilirliğin, Engelli Hakları Sözleşmesinin dayandığı prensiplerden biri olması tesadüf değildir. Tarihsel olarak, engelli kişilerin fiziksel çevreye ve toplu taşımaya erişiminin İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi (İHEB)13. madde ve Kişisel ve Siyasal Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme(KSHUS) 12. madde kapsamında garanti edilen seyahat özgürlüğünün ön koşulu olduğu savunulmuştur.Ayrıca bilgi ve iletişime erişim İHEB 19. Madde ve KSHUS 19. Madde paragraf 2 kapsamında garanti edilen düşünce ve ifade özgürlüğünün ön koşulu olarak değerlendirilmektedir. Ancak 2011 yayınlanan Dünya Engellilik Raporu'na göre inşa edilmiş çevrenin, ulaşım sistemlerinin bilgi ve iletişimin genellikle engellilerce ulaşılamaz olduğu vurgulanmaktadır.

Avrupa Birliği'nde Erişilebilirlik

Avrupa kıtasında insan haklarını ortak standartlara oturtmak, ortak bir kamu düzeni oluşturmak, iyi uygulamaları arttırmak amacıyla Avrupa Konseyi tarafından oluşturulan hukuk düzeni, AB'nin kurumsal çalışmalarını ve üye devletlere tutumunu da

Madde 13: Herkesin bir devletin toprakları üzerinde serbestçe dolaşma ve oturma hakkı vardır.

Madde 27: 1. Herkes, topluluğun kültürel faaliyetine serbestçe katılmak, güzel sanatları tatmak, ilim sahasındaki ilerleyişe iştirak etmek ve bundan faydalanmak hakkını haizdir.

² Madde 15: Kültürel yaşama katılma hakkı 1. Bu Sözleşmeye Taraf Devletler, herkese aşağıdaki hakları tanırlar:a) Kültürel yaşama katılmak; b) Bilimsel gelişmelerin nimetlerinden ve sonuçlarından yararlanmak; c) Kendisinin yaratıcısı olduğu bilimsel, edebi ve sanatsal ürünlerden kaynaklanan maddi ve manevi menfaatlerin korunmasından yararlanmak.

³ Madde 12: Seyahat özgürlüğü 1. Bir Devletin ülkesinde hukuka uygun olarak bulunan bir kimse, o ülke sınırları içinde seyahat etme özgürlüğüne ve yerleşeceği yeri seçme hakkına sahiptir.

⁴ Madde 9 Erişilebilirlik 1. Taraf Devletler engellilerin bağımsız yaşayabilmelerini ve yaşamın tüm alanlarına etkin katılımını sağlamak ve engellilerin diğer bireylerle eşit koşullarda fiziki çevreye, ulaşım, bilgi ve iletişim teknolojileri ve sistemleri dahil olacak şekilde bilgi ve iletişim olanaklarına, hem kırsal hem de kentsel alanlarda halka açık diğer tesislere ve hizmetlere erişimini sağlamak için uygun tedbirleri alacaklardır.

etkilemektedir. Bu bakımdan AB'yi tekil bir kurum olarak almak yerine, insan hakları ve ortak kamu düzeni açısından Avrupa Konseyi ile birlikte hareket eden, Avrupa Konseyi'nin bu konudaki ilke ve standartlarını benimseyen, kendi üye devletlerini aynı doğrultuda geliştirmeye çalışan bir kurum olarak düşünmek gerekir.

Ancak Avrupa Konseyi tarafından kabul edilen İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi başta olmak üzere temel insan hakları belgelerinde engellilerin haklara erişebilirliğine yönelik bir hüküm bulunmamaktadır. Engellilerin haklarını ve topluma tam katılımını teşvik etmek amacı ile “Avrupa’da engelli bireylerin yaşam kalitesinin yükseltilmesi” için Avrupa Konseyi Engelliler Eylem Planı 2006 – 2015 hazırlanmıştır. Bu Eylem Planı, Avrupa Konseyi’nin insan haklarına, ayrımcılıkla mücadele, fırsat eşitliğine ve engelli bireylerin Avrupa çapında engellilere yönelik politika oluşturulmasına katılımlarının sağlanmasını hedeflemektedir. Eylem Planı, birden çok alanda problem ve engellerle karşılaşan savunmasız engelli grupların durumlarına ışık tutan ve bütün temel alanları içeren geniş bir kapsama sahiptir(Çağlar,2012, s.549).

AB bu konuda daha yoğun çalışmalar içindedir. AB organlarından Başkanlar Komitesi ve Parlamenterler Kurulu’nun engellilerin haklarının ve topluma tam katılımlarının sağlanmasına ilişkin karar ve bildirimlerinde ‘erişilebilirlik’ önemli bir yer tutmaktadır(Çağlar,2012, s.549). AB ülkeleri 1990’lı yıllara kadar engelli hakları ile ilgili politikalarını çoğunlukla bağlayıcı nitelikte olmayan belgelerle dayandırmıştır. Küresel değişimlere paralel olarak, engellilerle ilgili politikalar AB politikalarının ana odaklarından biri haline gelmiştir. Amsterdam Antlaşmasının 13. maddesinin kabulüyle engelli haklarının Avrupa düzeyinde güçlenmesi hız kazanmıştır. Erişilebilirlik; ilk olarak 1996 Özürlülük Strateji Belgesinde yer almış, bunu AB İstihdam Stratejisi ve Eşit Fırsatlar Direktifi izlemiştir. Ardından, engellilerin piyasasına entegrasyonunu amaçlayan Avrupa Sosyal İçerme Stratejisi kabul edilmiştir. AB 2000 yılında “E-Erişilebilirlik”- Özürlü Bireylerin Bilgi Temelli Topluma Erişiminin Arttırılması” (4 Şubat 2000) tebliğini yayınlarak Avrupa İstihdam Stratejisini ve e-avrupa girişimini destekleyen bu tebliğde engellilerin bilgiye erişme konusunda Avrupa’daki diğer vatandaşlarla eşit haklara sahip olduğu belirtilmiş ve bilginin uygun formatlarda sağlanmaması engellilerin bilgiye erişimini engelleyen neden olarak görülmüştür. Engellilerin bilgi ve erişim haklarından tam olarak yararlanmalarını ve topluma entegrasyonlarını kolaylaştırmak için gerekli ve etkili tedbirlerin alınması ön görülmektedir(AB Özürlülükle İlgili Durum Raporu, 2011, s.6).

BM Engelli Hakları Sözleşme’nin AB düzleminde uygulanabilirliğini arttırmak için hazırlanan, 2010-2020 AB Engelliler Stratejisi de engellilerin ve ailelerinin, sosyal ve ekonomik hayatın her alanında diğerleriyle eşit oranda katılabilmelerini öngörmektedir. Bu bağlamda, engellilerin serbest seyahat hakkı, kültürel etkinlikler, boş zaman ve spor faaliyetlerine tam erişim haklarını kullanabilmeleri güvence altına alınmasını planlanmıştır. Komisyon, bu amaç aracılığıyla engellilerin birey, tüketici, öğrenci ve ekonomik ve sosyal aktörler olarak karşılaştıkları engelleri kaldırmaya çalışmaktadır.

TÜRKİYE’DE ENGELLİLERİN ERİŞİLEBİLİRLİKLERİ

Türkiye’de engellilere yönelik ilk kapsamlı araştırma 2002 yılında TÜİK tarafından yapılmıştır. Kapsamlı İkinci araştırma yine TÜİK tarafından 2010 yılında yapılmıştır, ancak 2002 de yapılan çalışmanın oransal olarak değişmediği gözlemlenmiştir. Türkiye’de özürlü olan nüfusun toplam nüfus içindeki oranı %12,29’dur. Veri Tabanında kayıtlı olan engellilere yönelik olarak, “Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması 2010” ülke genelinde ilk kez gerçekleştirilen bir çalışmadır. Bu araştırma ile engelli bireylerin günlük yaşam içindeki sorun ve beklentileri tespit edilerek, bu alandaki politikaların etkin bir biçimde oluşturulabilmesi hedeflenmektedir. Araştırma sonuçlarına göre; Ulusal Özürlüler Veri Tabanına kayıtlı özürlülerin % 29,2’si zihinsel , % 25,6’sı süregelen hastalığı olan, % 8,8’i ortopedik, % 8,4’ü görme, % 5,9’u işitme , % 3,9’u ruhsal ve duygusal, % 0,2’si dil ve konuşma ve % 18’i birden fazla özüre sahip olanlardır(TÜİK,2011). Türkiye’de yaklaşık dokuz milyon engelli bulunmaktadır.

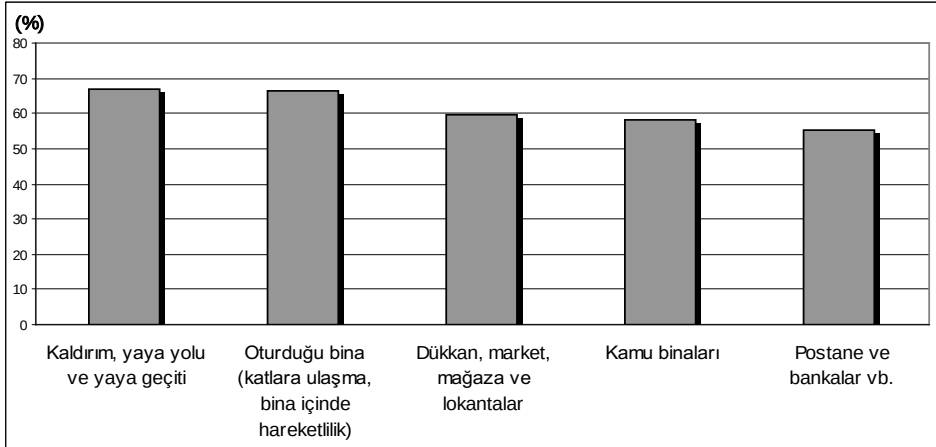
Tablo 1: Türkiye’de Engellilerin Kamu Kurumlarından Beklentileri, 2010

Beklentiler	% Oran
Sosyal Yardım ve desteklerin artırılması	% 85,7
Sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi	%77,0
Bakım Hizmetlerinin iyileştirilmesi	%40,4
İş bulma olanaklarının artırılması	%28,7
Eğitim olanaklarının artırılması	%25,6
Fiziksel çevre ve ulaşım imkanları konusunda düzenleme yapılması	%17,7
Hiçbir beklentisi olmayanlar	%2,2
Diğer	%8,6

Kaynak:TÜİK 2011, Haber Bülteni, Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması 2010, Sayı: 71
Not: Bir kişi birden fazla seçenek işaretleyebildiği için toplam 100 ü vermemektedir.

Tablo 1 verilerine göre, TÜİK Özürlüler Ulusal Veri Tabanına Kayıtlı olan engelli bireylerin % 85,7’si sosyal yardım ve desteklerin artırılmasını istemektedir. % 77’si sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi, % 40,4’ü bakım hizmetlerinin iyileştirilmesi ve yaygınlaştırılması, % 28,7’si iş bulma olanaklarının artırılması, % 25,6’sı eğitim olanaklarının artırılması, % 17,7’si fiziksel çevre ve ulaşım imkanları konusunda düzenlemelerin yapılması yönünde kamu kurum ve kuruluşlarından beklentileri olduğunu belirtmektedir.

Tablo 2:Türkiye’deki Fiziksel Çevre Düzenlemelerinin Engelli Bireyin Kullanımına Uygun Olmadığını Düşünenler, 2010



Kaynak: TÜİK, 2011, Haber Bülteni, Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması 2010, Sayı: 71

Tablo 2 verilerine göre TÜİK Özürlüler Ulusal Veri Tabanına kayıtlı olan engelli bireylerin % 66,9’u kaldırımların, yaya yollarının ve yaya geçitlerinin özürlü bireyin kullanımına uygun olmadığını düşünmektedir. Yaşadıkları yerdeki fiziksel çevre düzenlemeleri ile ilgili olarak, engelli bireylerin % 66,3’ü oturdukları binanın, % 59,5’i dükkân, market, mağaza ve lokantaların, % 58,4’ü kamu binalarının, % 55,4’ü postane ve banka benzeri yerlerin özürlü bireyin kullanımına uygun olmadığını belirtmiştir.

Hukuki Durum

Türkiye’nin BM Sözleşmelerinin büyük çoğunluğuna taraf olduğu bilinmektedir. Türkiye’nin taraf olduğu bu sözleşmeler nedeniyle iç hukukta da ilgili sözleşmelerle uyumun sağlanması amacıyla yasal, idari, yargısal ve kurumsal önlemler alınmaya başlanmıştır. Anayasa bazı hak ve özgürlükler bakımından engellilere yönelik özel önlemlerin alınması gerektiğini açıkça düzenlemiştir. Örneğin Anayasa’nın 61/1 hükmünde yer alan “Devlet, sakatların korunmalarını ve toplum hayatına intibaklarını sağlayıcı tedbirleri alır” düzenlemesi, Devlete engellilerin korunmalarını ve toplum yaşantısına uyumlarını sağlamada önlemleri alma görevi yüklemektedir. Engellilerin, genelde hak ve hizmetlere erişimiyle, özelde turizm hizmetlerine erişebilirliği açısından önemli olan Anayasa’nın 17. maddesi: “Herkes, yaşama, maddi ve manevi varlığını koruma ve geliştirme hakkına sahiptir” ve 23. Maddesi “Herkes, yerleşme ve seyahat hürriyetine sahiptir” şeklinde düzenlenmiştir (T.C. Anayasası, 2010).

1985 yılında kabul edilen 3194 Sayılı İmar Kanunu’na 1997 yılında eklenen madde ile “Fiziksel çevrenin engelliler için ulaşılabilir ve yaşanabilir kılınması için, imar planları ile kentsel, sosyal, teknik altyapı alanlarında ve yapılarda Türk Standartları Enstitüsü’nün ilgili standartlarına uyulması zorunludur.” hükmü getirilmiş, fiziksel çevrenin engelliler için

ulaşılabilir olması hedeflenmiştir. 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunun 4. maddesinin k bendi “Teknolojik yeniliklerin kullanılması da dâhil olmak üzere özürlü, yaşlı ve sosyal açıdan korunmaya muhtaç diğerk kesimlerin özel ihtiyaçlarının dikkate alınması” şeklinde-dir. Elektronik Haberleşme Sektöründe Tüketici Hakları Yönetmeliği’nin 5. maddesinin i bendinde de “Görme engellilerin abonelik sözleşmelerini ve faturalarını kendilerinin faydalanabilecekleri şekilde talep etme hakkı” düzenlenmiştir(Güngör vd,2011, s.85).

2005 yılında 5378sayılı Engelliler Hakkında Kanun çıkarılmıştır. Söz konusu yasanın 6.2.2014 tarihinde değiştirilen son halinin 3. maddesi erişebilirliği; “Binaların, açık alanların, ulaşım ve bilgilendirme hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojisinin, engelliler tarafından güvenli ve bağımsız olarak ulaşılabilir ve kullanılabilir olması” olarak tanımlamıştır. Aynı maddenin g fıkrası Erişilebilirlik standartları olarak Türk Standardları Enstitüsünün erişilebilirlikle ilgili yayımladığı standartları, j fıkrası: Makul düzenlemeyi; Engellilerin insan haklarını ve temel özgürlüklerini tam ve diğerk bireylerle eşit şekilde kullanmasını veya bunlardan yararlanmasını sağlamak üzere belirli bir durumda ihtiyaç duyulan, ölçüsüz veya aşırı bir yük getirmeyen, gerekli ve uygun değişiklik ve tedbirler olarak, l fıkrası: Umuma açık hizmet veren yapıları; Kamu hizmeti için kullanılan resmî binalar, ibadet yerleri, özel eğitim ve özel sağlık tesisleri; sinema, tiyatro, opera, müze, kütüphane, konferans salonu gibi kültürel binalar ile gazino, düğün salonu gibi eğlence yapıları; otel, özel yurt, iş hani, büro, pasaj, çarşı gibi ticari yapılar; spor tesisleri, genel otopark ve buna benzer umuma ait binalar olarak ifade etmektedir. 5378 sayılı Engelliler Kanununun 4. Maddesi de engellilerin tüm hak ve hizmetlerden yararlanması için fırsat eşitliğinin sağlanması ve ayrımcılık yapılmaması konusuna vurgu yapmaktadır. Benzer şekilde 7. Madde de turizm hizmetlerinde erişilebilirlikle ilgili olarak “Yapılı çevrede engellilerin erişebilirliğinin sağlanması için planlama, tasarım, inşaat, imalat, ruhsatlandırma ve denetleme süreçlerinde erişilebilirlik standartlarına uygunluk sağlanır.Özel ve kamu toplu taşıma sistemleri ile sürücü koltuğu hariç dokuz veya daha fazla koltuğu bulunan özel ve kamu toplu taşıma araçlarının engellilerin erişebilirliğine uygun olması zorunludur.Bilgilendirme hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojisinin engelliler için erişilebilir olması sağlanır.” hükümleri taşımaktadır(Engelliler Hakkında Kanun, 2014)

2005 yılında kabul edilen 5378 Sayılı Özürlüler ve Bazı Kanun Hükmünde Kararnelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun’un Geçici 2. maddesine göre, “Kamu kurum ve kuruluşlarına ait mevcut resmî yapılar, mevcut tüm yol, kaldırım, yaya geçidi, açık ve yeşil alanlar, spor alanları ve benzeri sosyal ve kültürel alt yapı alanları ile gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılmış ve umuma açık hizmet veren her türlü yapılar bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren yedi yıl içinde engellilerin erişebilirliğine uygun duruma getirilir” hükmü bulunmaktadır.Ancak, 5378 sayılı Özürlüler Kanunu’nda kamu ve özel sektör kurumlarına özürlülere verilecek bazı hizmetler bakımından geçiş süresi tanıyan geçici hükümler, sürenin dolmasına kısa süre kala değiştirilmiş, verilen

süreler uzatılmıştır. Temmuz 2012’de 5378 sayılı Kanun’un ilgili geçicimaddeleri değiştirilmiş ve söz konusu süreler 8 yıla çıkarılmıştır. Yapılan bu değişiklik, hem hukuk tekniği açısından sorunlu, hem de hukuk devletin hukuki belirlilik ile eşitlik-ayrımcılık yasağı ilkelerine ve bu ilkelerle bağlantılı temel hak ve özgürlüklere açıkça aykırıdır. Çünkü, 7 yıllık süre, iyi değerlendirildiğinde elde edilmek istenen sonuçlar için yeterli bir süre olabilirdi. Devlet bu süreleri iyi kullanmadığı, gevşek ve plansız davrandığı için amaca varılamadıysa, yapılacak olan yeni bir süre vermek değil, bunun hukuken hesabını sormaktır (Çağlar, 2013, s.209). Diğer yandan engellilerin hak ve hizmetlere erişebilirlik sorunlarının bu sürenin sonuna kadar çözüleceği yönündeki beklentileri hiçe sayılmış, hukuk güvenliği ortadan kaldırılmıştır. Engelliler ve aileleri, Kanun’da vaat edilen önlemlerin alınması ve yedi yıllık sürenin sonunda erişebilirlik sorunlarının büyük ölçüde çözüleceği beklentisi içindeydi. 5378 Sayılı Kanun’un ilgili geçici maddelerini yürütmek ve uygulamak üzere sorumlu bakanlık ve kurumların bu dönemde yönetmelik vb. yasal düzenlemeleri yapmamış olması, bu nedenle de gerekli denetim ve müeyyidelerin uygulamaya konulamaması, tamamen yürütmenin ve idarenin ihmaliidir. Söz konusu yedi yıllık süre içinde ilgili Bakanlık ve Başbakanlığın bu konuya ilişkin çıkardığı birkaç genelge dışında alınan hukuki bir önlem yoktur. Erişebilirlik/ulaşılabilirlik konusunda stratejik planın yapılmasında çok geç kalınmış, uygulamaya yönelik girişimler birkaç projeye sınırlı kalmıştır. 2010 yılında, yani yasal sürenin bitimine iki yıl kala planlama başlamış, ulaşılabilirlik stratejisi ve eylem planı yapılarak kamusal yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve koordinasyonu için çalışmalara başlanmıştır. (Çağlar, 2013, s.212-213).

Turizm Hizmetlerine Erişilebilirlik

Turizm hizmetlerine erişimin sağlanması ve engelsiz turizm odaklı yapılan akademik çalışmalar çok kısıtlıdır (Darcy, 2010). ABD’de 1990 yılında kabul edilen Engelli Amerikan Yasası (ADA: The Americans With Disabilities Act) ve İngiltere’de 1995 yılında yürürlüğe giren Engelliler Ayırmıcılıkla Mücadele Yasası (DDA: Disability Discrimination Act), engelli turizmi konusunda engellilere olduğu kadar turizm sektörüne de önemli katkılar sağlamıştır (Öztürk, Yaylı, Yeşiltaş, 2008, s.382).

İngiliz Üniversitesi Surrey tarafından yürütülen Avrupa’da Erişilebilir Turizm (One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe) Raporunda Avrupa’da 46 milyona yakın fiziksel ya da zihinsel sorunu bulunan engellinin yaşamakta olduğu ve hareket zorluğu yaşayan hamile kadınlar ile 65 yaş üzeri nüfusa birlikte sayının 130 milyon kişiye ulaştığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bu sayının yaklaşık yüzde 70’i seyahat etmektedir ve Avrupa’da engellilerin gerçekleştirdiği potansiyel turizm gelirinin 80 milyar Euro’dan fazla olduğu tahmin edilmektedir. ABD’deki engelli sayısının 50 milyona yaklaştığı ve bu kesimin alım gücünün 175 milyar dolara ulaştığı öngörülmüyor. Çin’de ise 60 milyon ve Japonya’da ise 5 milyon engelli bulunduğu belirtilmektedir.

Dünyanın engellilere yönelik en gelişmiş, en detaylı yasalara ve kurumsal hizmetlere sahip ülkesi olan ABD’de çıkartılan Engelli Amerikalılar Yasası ADA ile kapasitesi 250 milyona

kadar olan tesislerde en az 1 odanın engelliler için düzenlenmiştir. Yasayla ayrıca 76–100 oda arası tesislerde en az 4 odada, kapasitesi 500 ile 1000 oda arasındaki tesislerde ise toplam oda sayısının % 2’si oranında odalarda düzenleme yapmak zorunludur. Bu yasaya göre; tesis girişleri, otoparklar, odalarda yapılması gerekenler düzenlenmiştir ve sıkı denetime tabi tutulmaktadır (Zengin, Eryılmaz, 2013, s.57).

T.C. Anayasasının 23. maddesi, “Yerleşme ve Seyahat Hürriyeti” başlığını taşımakta olup, engelli olsun olmasın tüm bireylere yerleşme ve seyahat özgürlüğünü düzenlemektedir. Seyahat etmek ve turizm faaliyetine katılmak, insanların yaşam kalitesini yükselten önemli bir faaliyettir. Bu faaliyetlere erişim herkes için temel haktır. Engelliler için seyahat etme özgürlüğünün kısıtlanması, anayasal hak ve özgürlüklerin ihlali anlamına gelmektedir. Bu durum eşitlik ilkesine aykırılık oluşturmaktadır ve engellilerin hayata tam olarak katılımlarını sağlamak için çok sayıda girişim ve düzenleme gerçekleştirilmiştir (Tütüncü, 2013, s.262).

1948 yılında kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi 24. maddesinde “Herkes, hareket, dinlenme ve eğlenme haklarına sahiptir” hükmü yer almaktadır. Evrensel Bildirge’nin kabulünden bir süre sonra, 1963 yılında düzenlenen I. Mimari Engellerin Kaldırılması Kongresinde binaların engelli bireyler için ulaşılabilir hale getirilmesi konularının tartışılmaya açılmasıyla, “Ulaşılabilir ve Erişilebilir Turizm” konusu da gündeme gelmiştir. 1980 yılında Dünya Turizmi Hakkında Manila Deklarasyonu’nda, herkes için daha iyi yaşam koşullarının oluşturulması ve yaşam kalitesinin geliştirilmesi, ortak amaç olarak belirlenmiştir. Bu deklarasyon, turizm odaklı olarak engellilere yönelik temel hakların ele alındığı ilk deklarasyondur. Deklarasyon sonrası 1981 yılı Engelliler Yılı olarak ilan edilmiştir (Tütüncü, 2013, s.262). Dünya Turizm Örgütü (WTO), 2013’te gerçekleştirdiği genel kurulunda “Herkes için Erişilebilir Turizm” kapsamında Engellilerin Haklarına İlişkin 2007’de imzalanan BM Sözleşmesi çerçevesinde geliştirilen “Herkes için Erişilebilir Turizm” maddesi engelli kişilerin fiziksel çevreye, diğer bireylerle eşit koşullar altında, erişim sağlamak için uygun çözümler sunulmasını kapsamaktadır.

Turizm talebi pek çok hizmeti (rezervasyon, bilet satın alma, konaklama, transfer, ulaşım v.b.) kapsadığından bir engelli için basit bir eylem değildir. Engellilerin ve onlarla seyahat eden bireylerin tam katılımlarını engelleyen pek çok uygulama ve sosyal engel bulunmaktadır (Yau, McKercher ve Packer, 2004). Bu yöndeki engellerin devletin gerçekleştireceği kanunlar, sosyal ve ekonomik politikalar doğrultusunda yapılacak plan ve programlar ile çözülmesi bir zorunluluktur. Türkiye’nin de tarafı olduğu BM Engelli Hakları Sözleşmesi’nin “Kültürel yaşama, dinlenme, eğlence ve spor etkinliklerine katılım” başlığını taşıyan 30. maddesi, dünyadaki turizme yönelik bakış açısını bütünüyle değiştirebilecek niteliktedir. Engellilerin tatil yapma haklarını ele alan bu maddeyle birlikte, başta gelişmiş ülkeler olmak üzere pek çok ülke turizm anlayışlarını yeniden engelsiz turizm çerçevesinde konumlamaya başlamıştır.

Tüm bireylerin sanat ve sportif faaliyetlere katılma, turizm işletmelerinin sunduğu hizmetlerden faydalanma, restoran ve sosyal tesislere gitme hakkı vardır. Ancak turizm işletmesinde sadece merdiven olması durumunda tekerlekli sandalye kullanıcısının turizm tesisinden faydalanması mümkün değildir. Kaldı ki ulaşılabilirlik engellilere sadece tekerlekli sandalye imkânlarının sağlanması ile giderilebilecek kadar kolay bir durum değildir. Bireyin yaşadığı yerden dışarıya çıktığı andan, tekrar oraya ulaşınca kadar bir sıkıntı ile karşılaşmadan ihtiyaçlarını karşılayabilmesidir. Benzer şekilde turizm işletmesine ulaşımın, bina ve odaların donanımı engelli bireylere uygun düzenlenmediği takdirde engelliler tesislerde konaklama yapabilmesi pek mümkün gözükmemektedir.

Ulaşılabilirliğin sağlanmasında şehir içi ve şehirlerarası ulaşımında engelsiz hale getirilmesinin önemi açıktır. Ancak toplu taşıma konusunda Özürlüler Kanunu'nun yürürlüğe girdiği 07.07.2005 tarihinden itibaren yerel yönetimler tarafından bütüncül ve sistematik çalışmalara başlanmamış, mevcut toplu taşıma araçlarında özürliülerin kullanımına uygun tadilatlar gidilmemiş, yeni alınan araçların ise engellilerin kullanımına uygunluğu konusu göz ardı edilmiştir. Bu nedenlerle 5378 sayılı Kanunun toplu taşımacılık hizmetlerinin ele alındığı geçici 3 üncü maddesinin uygulanmasıyla ilgili İçişleri Bakanlığı 24.04.2011 tarihinde Toplu Taşıma Hizmetleri Genelgesi'ni yayınlamıştır. Genelge'de 2009 tarihinden sonra alınan şehir içi toplu taşıma araçlarının hareket özürliülerin kullanımına uygun hale getirilmesi için teknik uyarlamalar açıklanmış, 2009 tarihinden önce imal edilmiş araçların 2012'ye kadar özürliüler için erişilebilir hale getirilmesi, şehir içi otobüs durak yerlerinin ulaşılabilir güzergâhta olması, otobüse binış ve inışler için fiziksel koşulların sağlanması, toplu taşımaya ait bilgilendirme için sesli ve görsel donanımların eklenmesi talimatları yer almıştır.

Alınan önlemlere, yapılan yasal düzenlemelere ve planlamalara ve gerçekleştirilen birçok faaliyete rağmen, engelli turizminin maliyetaçısından yüksek olduğu yönündeki algının hakimiyeti, toplumdaki engellilere karşı olan önyargılı tutumlar ve bilinçsizlik, mevcut pazarın henüz anlaşılammış olması gibi nedenlerden dolayı, engelli turizmi hak ettiği önemi yeterince görmemektedir. Oysa ki engelli turizmi sadece engellileri kapsamayıp, onların aileleri, arkadaşları ve çevrelerini de içine almaktadır. Bu durumda ortaya göz ardı edilmiş çok önemli bir pazar çıkmaktadır (Burnett ve Baker, 2001; McKercher, Packer, Yau, Lam, 2003; Ray ve Ryder, 2003).

Türkiye'deki engelli nüfusu yaklaşık 9 milyon civarında olduğu tahmin ediliyor. Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli tesislerde 1176 adet engellilere özel oda bulunuyor. 605 oda ile engellilere yönelik en çok odası bulunan il Antalya'dır, Muğla'da 159 oda ve İstanbul 147 oda engellilere hizmet vermekte. 2005 yılında çıkarılan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 18. maddesine göre, "Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişı, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme- içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel

özürlülerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılır.Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir.” hükmü bulunmaktadır.Yeni inşa edilen konaklama tesisleri farklı kesimlerin taleplerine göre dizayn edilmesi, tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme-içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde engelli bedensel özürlülerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılması öngörülmektedir.

2007 yılında Özürlüler İdaresi engellilerin erişebilirliğini arttırmak amacı ile “Engelsiz Türkiye” ve “Örnek Engelsiz Kent” projelerini uygulamaya geçirdi. Bu konuda toplumun bilinçlendirilmesi ve “Ulaşılabilir Türkiye” sloganı ile çeşitli broşürler hazırlandı, konferans ve paneller gerçekleştirildi. Engelli bireylerin seyahatleri esnasında çıkabilecek özel ihtiyaçların giderilmesi ve/veya herhangi bir engelle karşılaşmadan seyahatlerinin tamamlanması ile ilgili çalışmalar son derece önemlidir. Erişilebilir turizm kapsamında değerlendirilen bu durum; engelli olan bireyler için turizm tesislerinde fiziksel ulaşılabilirliği sağlamak amacıyla, yollar, rampalar, asansörler, korkuluklar, yönlendirme işaretleri, kapılar, duşlar, elektrik düğmeleri, telefonlar ve benzeri pek çok hizmetin sağlanmasını gerektirmektedir.

Gelişmiş ülkelerde engellilerin turizm amaçlı bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma olanakları da her geçen gün artmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin günlük yaşamı kolaylaştırıcı yönü yanında, bu teknolojilerin engellilerin seyahat, rezervasyon hizmetlerini sağlaması,bağımsızlık, hareketlilik, turizm hizmetlerine katılım ve yaşam kalitesi artışı fonksiyonları bulunmaktadır. Kalkınma ve sosyo-kültürel gelişmenin sağlanabilmesi ve engelli bireylerin refah seviyelerinin arttırabilmesi için bilgi ve teknolojinin etkisinin artırılması amacını taşıyan "toplumla bütünleşme" son derece önemlidir. Özellikle engelli bireylerin bilgiye erişmesini kolaylaştıracak engelsiz bir ortam geliştirme amacı üzerine yoğunlaşmıştır. Üretilen teknolojik bilgiler bireylerin yaşam kalitesini yükseltirken, bireyin tek başına iş yapmasını da olanak sağlamaktadır(Yıldız,2010).

2005 yılında Özürlüler Kanunu’nun yürürlüğe girmesiyle başlaması gereken strateji belirleme ve eylem planlama çalışmaları ancak 5 yıl sonra Başbakanlık Özürlüler İdaresi tarafından Ulaşılabilirlik Stratejisi ve Ulusal Eylem Planı (2010-2011) olarak yürürlüğe konmuştur. Bu 5 yıllık gecikme engellilerin ulaşım ve erişimlerini sağlamaya yönelik tedbirlerin uygulanmasına yönelik Eylem Planı geliştirilmesini geciktirmiştir. Eylem Planında, engellilerin fiziksel ve sosyal çevre ile bilgi ve teknolojiye erişim sıkıntılarının ve beraberinde getirdiği sağlık, eğitim, çalışma, rehabilitasyon gibi alanlardaki hak ve hizmetlerden yararlanamamalarının nedenleri stratejik öncelikler olarak belirlenmiş ve 3 eksenli bir eylem planı geliştirilmiştir (Çağlar,2012, s.581):

- Mevzuat düzenlemeleri (standartlar dâhil)
- Toplumsal bilinçlendirme
- Uygulama

Kamuya sunulan hizmetler, engellilerin engel türleri göz önüne alınarak herkesin yararlanabileceği şekilde tasarlanmalı, bilgi ve iletişime erişim kolaylaştırılmazdır. Bu amaçla, devlet veya özel girişime ait kamuya açık binalar ve diğer tesislerde Braille alfabesi ve anlaşılması kolay nitelik taşıyan işaretlemelerin bulunması, buralara erişimi kolaylaştırmak için rehberler, okuyucular ve profesyonel işaret dili tercümanları dâhil çeşitli canlı yardım ve araçların yerleştirilmesi için gerekli önlemler, fiziksel engelliler sesli web siteleri oluşturulması zorunludur.

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2011 yılında “Engelsiz Turizm” konusu ile farklı insanlık durumları için evrensel boyutlarda tasarlanmış, ulaşılabilir yapılı bir çevrenin herkesin seyahat ve turizm özgürlüğüne katkı sağlayacağını vurgulayan bir Genelge yayınladı. 2011/08 no’lu Genelge’de; Merkezi yönetimin yanı sıra yerel yönetimlere ve özel sektöre bu konuda önemli sorumluluklar düştüğü kaydedildi. 1 Temmuz 2005 tarihinde kabul edilen 5378 sayılı Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile getirilen geçici 2. maddede bütün turizm yatırım ve işletmelerinin sorumluluklarının belirtildiği, uygulamanın tamamlanması için tanınan ve 7 Temmuz 2005 tarihinde başlayan 7 yıllık sürenin 2012 Temmuz ayı itibarı ile sona ereceği hatırlatıldı. Söz konusu Yönetmelik ve Tebliğ gereği yapılması zorunlu olan bedensel özürlü düzenlemelerin tesis bünyesinde tam olarak sağlanmasının yasal bir zorunluluk olduğu, bu zorunluluğu sağlayamayan ve ya asgari düzenlemeleri bünyesinde koruyamayan işletmeler hakkında diğer yasalarla belirtilen yaptırımların yanında, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca da cezai işlem uygulanacağı bildirilmektedir. Genelgede, 2012 yılı Temmuz ayına kadar kamu kuruluşlarına ait yapılarda tüm yollar, yeşil alanlar ve benzeri sosyal tesislerin engellilerin ulaşımına uygun hale getirilmesi gerektiği zorunluluğu olmasına rağmen hala bu sorunların tam olarak giderilmemesi gerekli denetimlerin tam olarak yapılmadığının bir göstergesidir.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü 2012 yılında “engellilerin hayatını zorlaştıran etkenlerin başında gelen fiziki çevre düzenlemelerinin, binaların ve toplu taşıma araçlarının engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi” amacıyla, proje yürütücüsü olarak belirlenen Bilecik, Burdur, Çankırı, Kilis, Mardin, Rize ve Van illerinde örnek ulaşılabilir mekânlar oluşturmak amacıyla Ulaşılabilirlik Destek Projesi (UDEP)’i uygulamaya başlattı. UDEP’in temel hedefi; engellilerin toplumsal yaşama tam ve eşit olarak katılabilmeleri, ulaşılabilirliğin hayata geçirilmesi ve yapılı çevrenin engelsiz hale getirilmesidir. Engellilerin genelde tüm alanlara erişilebilirliği amacı taşıyan bu proje özelde turizm hizmetlerine erişim ve bu hizmetlerden optimal ölçekte yararlanmayı da kapsamaktadır.

Merkezi otoritenin almış olduğu bir takım kararların yanı sıra Engelsiz Turizm amaçlı yerel yönetimlerin de merkezi otorite işbirliğinde yapmış olduğu çalışmalar da bulunmaktadır. Engelsiz Turizm temelinde yer alan, engellilerin topluma bağımsız dâhil edilmesi stratejisi doğrultusunda engelli bireylerin saygın ve eşit muamele ile özgürce tatil yaparak toplumsal yaşama katılma haklarına erişimlerinin sağlanması hedefleyen “Engelsiz Turizm Projesi”

2010 yılından itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinatörlüğünde Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Alanya Belediyesi, Alanya TSO ve Alanya Turistik İşletmeciler Derneği işbirliğinde yürütülmektedir. Bu projedeki amaç; yerli ve yabancı turistlerin tatillerini sorunsuzca geçirmelerine imkân sağlayacak ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik çalışmalarının doğru biçimde yapılmasıdır (Engelsiz Turizm Kenti Alanya Uygulama ve İşbirliği Protokolü, 2011).

Yapılan düzenlemelere, çıkarılan yasa ve yönetmeliklere rağmen turizm hizmetlerine engellilerin erişebilmesinde hala ciddi sorunlar yaşanmaktadır. Pehlivanoğlu'nun (2012) Antalya'da yaptığı araştırmasında İncelenen konaklama yapılarının bazılarında yönetmeliklerin sadece göstermelik olarak uygulandığı tespit edilmiştir. Türkiye'de hala konaklama mekânlarında engellilere yönelik tasarım konusu sadece tuvaletlere tutamak koymak, mekânlara rampa yerleştirmek, sosyal mekânlara engelli tuvaleti tasarlamak olarak algılanmaktadır (Pehlivanoğlu, 2012, s.16). Bu durum, tüm çabalara rağmen turizm amaçlı hizmet veren işletmelerin engellilerin erişilebilirliği konusunda yeterli duyarlılığa sahip olmadığı şeklinde değerlendirilebilir.

Turizm sektöründe engelli bireylere yönelik hizmet geliştirmek önemli olduğu kadar zordur ancak engellilerin turizmdeki potansiyel pazar payı, ülkelerin ve işletmecilerin göz ardı edemeyeceği kadar büyüktür. Bu durumun ötesinde engellilerin de yaşam ve her türlü hak ve hizmetlere erişim hakkı bulunduğundan, engellilere yönelik geliştirilecek her faaliyet bir insanlık gereğidir (Tütüncü, 2013, s.263).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Uluslararası insan hakları hukukunda ve Anayasamızda toplumda yaşayan her bireyin eşit hak ve özgürlüklere sahip olduğu kabul edilmektedir. Engelli bireyler söz konusu olduğunda, insan hakları ve bu hakların parçası olan hizmetlere ulaşım hakkı daha da önem kazanmaktadır. Günümüzde eşitlik, eğitim hakkı ve hizmetlere erişim hakkına önem her geçen gün artarken; özellikle de engelliler için sosyal ve ekonomik hayata katılımı ortaya çıkan engeller, ekonomik sorunlar devam etmektedir.

Dünyadaki bireylerin yaklaşık % 15'inin engelli olduğu günümüzde, bu bireylerin turizm sektörü açısından da önemli bir Pazar oluşturduğu açıktır. Erişilebilir turizm kapsamında engelli bireyler için de turizm işletmelerinin yapılandırılması ve dönüştürülmesi bir zorunluluktur. Buna yönelik olarak; engelli bireylerin, ihtiyaç ve beklentilerinin giderilmesi, optimal ulaşım, tesis ve hizmet imkânlarının oluşturulması ile engellilerin turizm hizmetlerine katılımları artırılabilir. Engellilik sadece bu sorunu yaşayan kişiyi değil, ailesini ve toplumu ekonomik, sosyal ve psikolojik olarak etkileyen bir sorundur. Türkiye'de de yaklaşık dokuz milyon engelli için mevcut turizm endüstrisi ve teknolojiler ihtiyaçları gidermede eksik kalmaktadır.

Gelişmiş ülkelerin çoğunda engellilerin turizm hareketlerine katılımı önemli oranda teşvik edilmekte ve engelliler topluma kazandırılmaya çalışılmaktadır. Ülkemizde ise engelliler

turizme katılımlarının önünde hala pek çok engel bulunmaktadır. Bu engellerin arasında fiziksel altyapı yanında, yasal ve toplumsal engeller demevuttur. Engellilerin önündeki tüm yasal, toplumsal ve fiziksel engeller kaldırılmadıkça, ne yerli ne de yabancı engelli insanların ülkemizdeki turizm hareketlerine katılmalarının tam olarak sağlanması mümkün olmayacaktır.

Türkiye, uluslararası insan hakları sözleşmelerinin büyük bir kısmına taraf olmakla beraber, iç hukukunu ve uygulamalarını sözleşmelerle uyumlaştırma ve yükümlülüklerini yerine getirme konusunda sıkıntıları olan bir devlettir. Engelliler için turizm hizmetlerine farklı alanlarda erişebilirliği sağlamak ve olumsuz koşulları gidermek için alınabilecek önlemler şunlar olabilir:

- Her alanda erişilebilirlik standartlarının sağlanması, turizm işletmelerindeki engelleri kaldırmak için zorunlu asgari standartların yasalarla uygulanması,
- Ulaşılabilir turizm kapsamında, engelsiz, normal bir birey için sağlanabilen unsurların, engelli bireyleri de kapsayacak şekilde düzenlenmesi,
- Yerel yönetimlerin erişebilirliği sağlayıcı hizmetleri gereği gibi verebilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın amaçları doğrultusunda uygun nitelik ve miktarda finansal destek ve insan kaynakları yaratarak, tahsis etmesi,
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin tüm turizm belgeli işletmeleri kapsayacak biçimde düzenlenmesi, Turizm Tesisleri Yönetmeliği'nde kapasitesi 80 oda ve üzerindeki tesisler için kapasitenin % 1'i oranında odada engelli düzenlemeleri yerine bu oranın çağdaş toplumlardaki benzer uygulamalarda olduğu gibi her 100 odada en az 4 odanın engelliler için düzenlenmesi,
- Turizm işletmelerinin engellilere yönelik sundukları hizmetleri geliştirmelerini teşvik etmek için bu işletmelere özel yatırım teşvikleri ve özel sertifika verilmesi
- Turizm sektöründe Kurumsal altyapıyı oluşturmaya yönelik uygun politikaların üretilmesi ve etkili bir denetim sistemi kurulması
- Turizm hizmetlerine erişim konusunda somut verilere dayalı sistematik bir yaklaşımla veri tabanı oluşturulması, planlama yapılması ve uygulanması
- Turizm hizmetlerinin erişilebilirlik altyapısının engellilere uygun oluşturulması
- Engellilere yönelik her türlü ayrımcılığı önlemek, toplumun diğer bireyleriyle aynı ölçüde ve eşit biçimde turizm odaklı hak ve hizmetlerden yararlanmalarını sağlamak için Ayrımcılık Yasası ve Eşitlik Yasası'nın kabul edilmesi
- Engelli Ombudsmanı, Eşitlik ve Ayrımcılık Yasası Komisyonu vb adlarla uluslararası hukukta kabul edilen standartlara uygun bağımsız ulusal insan hakları kurumları oluşturulması ve bu tür kurumlar aracılığıyla engellilerin turizm odaklı erişebilirlik sorunlarının yargıya taşınmadan çözümüne imkan verecek düzenlemeler yapılması
- Engellilerin bilgiye ve iletişim teknolojilerine erişimleri konusundaki teknik ve bütçeye dayalı sorunların aşılması bu konuda Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Aile ve

Sosyal Politikalar Bakanlığı başta olmak üzere ilgili bakanlıkların işbirliği ile bir eylem planı oluşturulması ve hayata geçirilmesi,

- Engellitürizm konusundaki önemli sorun bilinçtir. Eğitim hayatı boyunca tüm bireyleri, engelli ve engellilik konularında bilinçlendirerek, engellitürizm ve engellilerin hakları konusunda eğitimlerin planlanması,
- Toplumsal ve kamusal önyargı ve tutumları aşmak üzere özellikle turizm işletmelerinde çalışanlara yönelik eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarına hız verilmesidir.

KAYNAKÇA

Americans with Disabilities Act- ADA- (1990), <http://www.ada.gov/pubs/adastatute08.htm>, (Erişim Tarihi 12.05.2012).

Avrupa Birliği'nde Özürlülükle İlgili Durum Raporu, 2011, Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Haziran 2011, Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı,

<http://www.eyh.gov.tr/tr/8507/Avrupa-Birliginde-Ozurlulukle-Ilgili-Durum-Raporu>, Erişim tarihi: 07.07.2014

Avrupa Erişilebilir Turizm Raporu, 2008, One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe, http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html, Erişim : 20.09.2014.

AYMK., Esas Sayısı: 2012/102, Karar Sayısı: 2012/207, Karar Günü: 27.12.2012, Resmi Gazete Tarih-Sayı: 2.4.2013-28606 (Mükerrer)

Başbakanlık Özürlüler İdaresi'nin 24.03.2011 tarihli Ulaşılabilirlik Stratejisi ve Eylem Planı Standart İzleme Formu konulu 495 sayılı yazısı. <http://www.ulasilabilirturkiye.gov.tr/Belgeler/1> (07.07.2013)

Burnett, J. J. ve Baker, H. (2001). Assessing the Travel-related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer, *Journal of Travel Research*, 40: 4-11.

Çağlar S., 2012, Engellilerin Erişilebilirlik Hakkı ve Türkiye'de Erişilebilirlikleri, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi dergisi Cilt 61, Sayı 2, s 541-598, Ankara.

Çağlar S., 2013, *Hukuk Devletin Hukuki Belirlilik İlkesi Üzerinden Değerlendirilmesi*, Beta, Nisan 2013, İstanbul.

Darcy, S. (2010). Inherent Complexity: Disability, Accessible Tourism and Accommodation Information Preferences, *Tourism Management*, 816-826.

Disability Discrimination Act DDA, (1995), http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1995/Ukpga_19950050_en_, (Erişim 27.07.2014).

Dünya Engellilik Raporu, 2011, Dünya Sağlık Örgütü Yayını, <http://worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/455687-1328710754698/YoneticiOzeti.pdf>, Cenevre İsviçre, Erişim 10.08.2014

- Engelsiz Turizm Kenti Alanya Uygulama ve İşbirliği Protokolü, 2011, <http://www.tourismforall.org.tr/Sayfa-Wide/Hakkımızda/24>, Erişim Tarihi:12.08.2014.
- Engelsiz Türkiye Projesi 2007 Ara Değerlendirme Raporu. (Mart 2011), <http://www.ozida.gov.tr/?menu=guncel&sayfa=AraDeğerlendirmeRaporu> (25.11.2012)
- Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Uluslararası Sözleşmesi ,BM Genel Kurulu'nun 16 Aralık 1966 tarihli ve 2200 A (XXI) sayılı,Kararı, Yürürlüğe giriş: 3 Ocak 1976, <http://www.uhdig.m.adalet.gov.tr/sozlesmeler/coktarafilisoz/bm/04.pdf>,Erişim11.08.2104
- Engelli Hakları Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler,<http://www.unicankara.org.tr/v2/pages/belgeler.php>, Erişim:12.05.2014.
- Engelliler Hakkında Kanun, 2014, Kanun Numarası: 5378, Kabul Tarihi : 1/7/2005, Değişiklik Tarihi : 6/2/2014 6518/62 md.), <http://www.mevzuat.gov.tr/ MevzuatMetin/1.5.5378.pdf>, Erişim 03.08.2014.
- Güngör M.,Bolat A.,Cengiz H.,Aslan A.,2011,Özürlülere Yönelik Teknolojik Düzenlemeler, Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı,
- İçişleri Bakanlığı Toplu Taşıma Hizmetleri Genelgesi, 24.04.2011, <http://www.ozida.gov.tr/?menu=mevzuat&sayfa=toplutasimaaraclari> (12.05.2012)
- İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, Birleşmiş Milletler, 10 Aralık 1948, <http://www.unicankara.org.tr/v2/pages/belgeler.php>, Erişim Tarihi: 22.06.2014
- Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler, <http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/53-73.pdf>Erişim: 07.08.2014
- Kaboğlu, Ö. İ. (2002), Özgürlükler Hukuku, 6. Baskı, İstanbul: İmge Kitapevi.
- McKercher, B.,Packer, T., Yau, M. ve Lam, P. (2003). Travel Agents: FacilitatorsorInhibitors of Travel for People withDisabilities?*Tourism Management*, 24: 465-474.
- Öztürk, Y., Yaylı, A., Yeşiltaş, M., 2008, Is The Turkish Tourism Industry Ready For A Disabled Customer's Market? TheViews Of Hotel And Travel Agency Managers. *Tourism Management*, (29)2008, 382-389.
- Ray, N. ve Ryder, M. (2003). "Ebilities" Tourism: An ExploratoryDiscussion of the Travel NeedsandMotivation of theMobility-disabled*Tourism Management*, 24:57–77.
- Pehlivanoğlu B., 2012, Turizm Yapılarında Engellilere Yönelik İç Mekân Tasarım Kriterleri, Engelsiz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitapçığı, Yiğitler Matbaa, Ankara
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2011/08 no'lu "Engelsiz Turizm" Genelgesi, <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/engelsiz-turizmpdf.pdf>,Erişim:07.08.2014.
- The Global Burden Of Disease: 2004 update. Geneva,World Health Organization, 2008.
- World Health Organisation, World Bank 2011 World Report on Disability, Geneva; www.who.int/disabilities/world_report

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişki Yönetmelik, 21.06.2005 ve 25852 sayılı Resmi Gazete, <http://www.resmigazete.gov.tr>, Erişim: 07.07.2012).
- TÜİK, 2011 Haber Bülteni Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması 2010, Sayı: 71
- Tütüncü Ö. Aydın İ, 2013, Ulaşılabilir Turizm, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 24, Sayı 2, Güz: 261 - 263.
- T. C. ANAYASASI, 2010, 12 Eylül 2010 Tarihli Halk Oylamasıyla Kabul edilen 5982 Sayılı Anayasa Değişikliği Kanununa göre Güncelleştirilmiş Yeni Baskı, Hazırlayan Kemal Gözler, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Yau, K. M.,McKercher, B., Packer, T. L., 2004, Travelling with disability, Morethan a accessissue, Annals of Tourism Research, Vol. 31, No. 4. , 946-960.
- Yıldız, S. 2010, Bilgi ve İletişim Teknolojileri Yoluyla Özürlüler İçin Geleceğe Bir Kapı Açmak
- Zengin B., Eryılmaz B., 2013, Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının değerlendirilmesi, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Yıl:6 Sayı:11, Yaz 2013 ISSN 1307-9832
- 3194 sayılıİmarKanunu, Kabul Tarihi : 3/5/1985, Yayımlandığı R. Gazete : Tarih : 9/5/1985 Sayı : 18749, EkMadde 1 - (Ek : 30/5/1997 - KHK - 572/1 md.)
- 5378 Sayılı Özürlüler ve Bazı Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, Yayımlandığı Resmi Gazete: 7.07.2005/ 25868
- 5825 Sayılı Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşmenin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun, Kabul : 3.12.2008, Resmi Gazete:18.12.2008, Sayı: 27084.

ENGELLİ TÜKETİCİLERİN KONAKLAMA İŞLETMELERİNE İLİŞKİN ETİK TUTUM VE BEKLENTİLERİNİN BELİRLENMESİ

M. Oğuzhan İLBAN

*Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
oilban@yahoo.com*

M. Emin AKKILIÇ

*Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
eakkilic@balikesir.edu.tr*

İlbey VAROL

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ilbey.vrl@gmail.com*

Emin GÜLEÇ

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
emin.glc90@gmail.com*

ÖZET

Bu çalışmada engelli tüketicilerin konaklama işletmelerinde karşılaşabilecekleri etik ve etik dışı durumları nasıl algıladıkları incelenmiş, çözüm önerilerinde bulunulmuştur. Bu araştırmanın üç amacı bulunmaktadır. Birincisi, konaklama işletmelerinin ürünlerini eksik ya da nötr (olması gereken) bilgi kullanarak sunmalarının engelli tüketicilerin etik problem algılama düzeyini değiştirip değiştirmediğini belirlemektir. İkinci amaç, eksik, ya da nötr bilgi sunumunda engelli tüketicilerin konaklama işletmesine ilişkin genel tutumlarının ve işletmenin ürünlerini satın alma niyetlerinin değişip değişmediğini belirlemektir. Araştırmanın son amacı ise, algılanan etik problem, firmaya ilişkin genel tutum ve etik niyetler arasındaki olası doğrusal ilişkileri tespit etmektir. Araştırma, engelli tüketicilere iki farklı senaryo ile hazırlanmış anketlerin olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak ulaştırılmasıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, cevaplayıcıların farklı hikâyelerde farklı etik problem algılama düzeyine sahip olduğu bulunmuştur. Aynı şekilde, farklı hikâyelerde cevaplayıcıların konaklama işletmesine olan genel tutumu ve işletmenin hizmetlerini satın alma niyeti de farklılık göstermektedir. Araştırmanın bir diğer bulgusu, algılanan etik problem, genel tutum ve satın alma niyeti arasında doğrusal ilişkilerin tespit edilmiş olmasıdır.

Anahtar Sözcükler: *Engelli Tüketiciler, Etik Niyetler, Algılanan Etik Problem, Konaklama İşletmeleri*

GİRİŞ

Bir milyardan fazla insanın veya (2010 dünya nüfus tahminlerine göre) dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15'inin bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir. 15 yaş ve üstünde kişiler arasında engellilik ile yaşamak durumunda olan kişi sayısını Dünya Sağlık Araştırması (World Health Survey) 785 milyon (% 15.6) olarak belirtirken, Küresel Hastalık Yüğü (Global Burden of Disease) çalışması bu sayıyı yaklaşık 975 milyon (% 19.2) olarak tahmin etmektedir (World Health Organisation, 2011).

Türkiye İstatistik Kurumu ve Özürlüler İdaresi Başkanlığı tarafından yapılan 2002 Özürlüler Araştırması sonuçlarına göre ise, Türkiye’de toplam nüfusun %12,29’unu özürlü vatandaşlar oluşturmaktadır. Yaklaşık 8,4 milyon özürlüyü ifade eden toplam özürlü vatandaşların %9,7’si süregelen hastalığı olanlar; %1,25’i ortopedik, %0,48’i zihinsel, %0,38’i dil ve konuşma, %0,37’si işitme, %0,6’sı görme özürlü bireylerden oluştuğu belirtilmektedir. Aynı zamanda cinsiyete göre engel türlerine bakıldığında ise tüm engel türlerinde erkeklerin sayısının(%59) kadınların sayısından (%41) daha fazla olduğu görülmüştür(Erdoğan, 2010, s. 1637). Bu verilerden hareketle, oldukça önemli bir Pazar olarak ifade edebileceğimiz engelli tüketicilerin, sosyal yaşamlarında özellikle gelişmekte olan ülkelerde karşılaştıkları zorluklar da düşünülecek olursa bu zorlukların aşılmasında en önemli toplumsal görevin işletmeler tarafından gerçekleştirilmesi gerektiği halde karşılaştıkları en önemli problemlerden bir tanesini işletmelerdeki etik dışı uygulamalar olduğu söyleyebiliriz. Dolayısıyla tüketicilerin ya da turistlerin turizmi dinlenmek, eğlenmek, sağlık kazanabilmek ve stres atabilmek vs. amacıyla bir araç olarak kullandığı varsayıldığında, engelli turistlerinde aynı ihtiyaçlarla hatta daha özel şartlarda turizm hizmetlerinden faydalanabilmesi sağlanabilmelidir. Bu grubun özel şartları da göz önün de bulundurulduğunda etik olmayan uygulamalara yönelik daha hassas oldukları düşünülebilirde, işletmelerin bu konuda daha fazla özverili olması gerektiği muhakkaktır. Turizm işletmeleri arasında da etik problemlerin en sık karşılaşıldığı işletmelerin konaklama işletmeleri olduğu söylenebilir.

Konaklama işletmesi hizmete sunduğu ürünleri tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerine göre düzenlemelidir. Aksi halde işletme müşteri memnuniyeti sağlayamayacaktır (Özer & Günaydın, 2010). Üreteceği ürünün tasarımını kendi tüketici kitlesinden gelen gereksinimlere göre belirleyen konaklama işletmelerinde, engelli tüketicilerin konakladıkları odalar onların ihtiyaçlarına göre tasarlanırsa bile, işletmenin restoran, havuz ve toplantı salonları gibi ortak alanlarında engelli tüketicilerin kullanımına uygun gerekli düzenlemeler yapılmamakta veya yetersiz olmaktadır. Böylece engelliler odalarında kalarak konaklama işletmesinin diğer tesislerinden yararlanamamaktadırlar. (Poria, Reichel, & Brandt, 2011). Bunun en önemli nedeni ise ayrı bir üstünlük stratejisi geliştirememiş bazı konaklama işletmelerinin tüketicileri kendi işletmelerine çekebilmek amacıyla eksik ya da yanlış bilgi sunmaları, hizmeti abartarak anlatmaları ve verdikleri sözü tutmamalarından kaynaklandığı söylenebilir (Özbek, Akkılıç, & İlban, 2011). Özellikle konaklama işletmelerinin, tüketicilerin turistik yer seçiminde etkili olmasının yanında, tüketicilerin farklı alternatiflerle karşılaştıklarında onlar için en faydalı ve zararsız seçimin kendileri olduğuna yönelik uygulamaları ve rezervasyonlarının yapılması ya da iptalinde etik davranış göstermeleri son derece önemlidir. Başka bir ifade ile konaklama işletmelerinin tüketicilerle konaklamaları sürecinde oluşabilecek birçok etik konuda mesleki sorumluluğa sahip olması, tüketicilerin verdikleri kararlarda etik konusunu daha fazla ön plana çıkartması gerekmektedir (Lovelock, 2008).

Diğer taraftan engelliler hakkındaki toplumsal algının biçimleri de engelli tüketicilerin işletmeye ve işletmenin arz ettiği ürün ve hizmetleri pazarlama yöntemlerine olan bakış açılarını etkileyebildiği söylenebilir. Bu toplumsal algıların temelinde sosyal temsiller tarafından şekillenen toplumsal tutumlar yatmaktadır. Dolayısıyla toplumda engelliliğe karşı var olan tutumlar “olumlu” olduğu takdirde engellileri kapsayıcı, “olumsuz” olduğunda ise engellileri dışlayıcı olacaktır. Toplumun sosyal algısında engelliler karşı olumsuz tutum onların acınacak, dışlanacak veya aşağılanacak bireyler oldukları şeklinde değerlendirilmektedir. Ayrıca engellilere karşı yapılan etik dışı davranışlar ve ayrımcılık çoğu zaman açıkça değil örtülü bir şekilde de ortaya çıkabilmektedir. Engelliler ve onların ihtiyaç, beklenti ve sorunları görmezden gelinerek, toplumun eşit bireyleri olarak tanımamak hatta kendileriyle birlikte ailelerinin de yargılanarak dışlanması engellileri sosyal hayat çemberinin dışında tutan en büyük nedenlerdendir (Aslan & Şeker, 2011, s. 455). Bu bağlamda incelendiğinde toplumsal algı içinde olumsuz yaklaşımlara yoğun olarak maruz kalan engellilerin bir konu ile ilgili etik problem algılama düzeyi normal bir bireye göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Özellikle konaklama işletmeleri gibi emek yoğun hizmet veren bir alanda engelli tüketicilerin böyle durumlarla çok sık karşılaşabileceği düşünülebilir. Böyle bir durumda engelli tüketici konaklama işletmesi ile ilgili tespit ettiği etik dışı bir olayın sonucunda işletmeye dair algı ve eylemlerini tekrar gözden geçirebilir ve konaklama işletmesinin yeterliliği aleyhine bir tutum geliştirebilir.

Bununla birlikte konaklama işletmeleri içerisinde mekânsal ulaşılabilirlik ve engelli tüketiciler için ilgili olanakların olmasına rağmen, özürlü bireylere ilişkin olumsuz tutumların özürlülerin turizm faaliyetlerine katılım düzeylerine ve faaliyetler süresince yaşadıkları memnuniyet düzeylerine etki ettiğini belirtilmektedir. Engelli tüketicilerin konaklama işletmesinde sosyal kabulünün olmaması onların üzerinde olumsuz etkiler yaratabilirken, sosyal kabulün varlığı ise engelliler ile ilgili olumsuz kalıp yargıların yıkılabilmesine ve olumlu ortamlar inşa edilmesine yardımcı olur. Bu noktada konaklama işletmelerine büyük sorumluluklar düşmektedir. Özürlüler için uygun dil, işaret, başlık, yanıltıcı olmayan reklam hizmetleri ve özürlü ihtiyaçları açısından uygun bilgiye sahip ve saygılı davranan personel sağlamalarının engelli tüketicilerin turizm faaliyetine tam katılımının sağlanması açısından önemine işaret etmektedir (Bedini, 2000). Böylelikle konaklama işletmeleri sosyal sorumluluk anlayışının gereklerini yerine getirerek kendi kurumsal imajları konusunda da bir katma değer yaratabileceklerdir.

Engelli turizmi Türkiye’de ve birçok gelişmekte olan ülkede henüz çok yeni bir turizm çeşididir. Engellilere yönelik konaklama işletmelerindeki yetersiz altyapı ve kaliteli hizmet anlayışının eksikliğinden kaynaklanan birçok sorun bulunmaktadır (Zengin & Eryılmaz, 2013). Turizm işletmeleri engelli tüketicilere yönelik hizmet satabilmek için bazen reklam ve tanıtımlarında eksik bilgilendirme yaparak etik dışı davranışlarda da bulunabilmektedirler. Bu nedenle çalışmada literatürde oldukça sınırlı olduğu görülen engelli tüketicilere yönelik bu tarz etik dışı uygulamalara ilişkin algıları ve niyetleri araştırılmıştır.

Bu araştırmanın üç amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, konaklama işletmelerinin ürünlerini eksik ve nötr (olması gereken) bilgi kullanarak sunmalarının tüketiciler tarafından farklı algılanıp algılanmadığını belirlemektir. İkinci amaç, eksik ve nötr bilgi sunumunda tüketicilerin konaklama işletmelerine ilişkin genel tutumlarının ve konaklama işletmesi ürünlerini satın alma niyetlerinin değişip değişmediğini belirlemektir. Araştırmanın son amacı ise, algılanan etik problem, konaklama işletmesine ilişkin genel tutum ve etik niyetler arasında olması beklenen doğrusal ilişkileri tespit etmektir. Çalışmanın nitel olan kısımlarında konuya ilişkin kavram ve değişkenlerden bahsedilirken veri analizlerinin yapıldığı nicel kısmında ise engelli tüketicilerin konaklama işletmesine ilişkin etik tutum ve algıları ölçülmüştür.

ENGELLİLİK

Özürlülük, doğuştan ya da sonradan olma herhangi bir hastalık veya kaza nedeniyle kişinin bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal fonksiyonlarında belirli bir oranda sürekli azalma ve kayıplara neden olan, organ yokluğu veya bozukluğu sonucu normal yaşam gereklerine uyum sağlama ve günlük ihtiyaçlarını karşılamada güçlük olarak tanımlanmaktadır. Bu düzeyde özürlü olan kişiye “özürlü-sakat-engelli” adı verilmektedir(Doğan, 2010, s. 451).

Bir başka tanımda is engellilik şöyle ifade edilmiştir; Kişilerin doğuştan veya sonradan doğal afetler, yetersiz beslenme, hastalıklar veya kazalar sonucu bedensel, ruhsal, duysal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesidir. Bu neden engelli kişilerin, yaşamsal aktivitelerini kısmi veya tam olarak engellemekte ve en önemlisi sosyal yaşamlarını sürdürmelerini zorlaşmaktadır (Şahin & Erkal, 2012).

ETİK PROBLEM ALGILAMA VE ETİK NİYET

Turizm disiplinler arası bir konu olarak, birçok toplum ve doğa bilimi ile yakın bir ilişki içindedir. Turizmde, birçok konu ve sorun etik uygulamalar ile ilgilidir. Turizm endüstrisinde farklı çıkarlar peşinde koşan birçok taraf bulunmaktadır. Turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel boyutları birçok karmaşık etkiye neden olabilmektedir. Tüm bu özel durumlar, turizmin etik olarak incelenmesini gerekli kılmaktadır(Aslan & Kozak, 2006, s. 51) Turizm endüstrisinin asli unsurlarından olan konaklama işletmelerinde yöneticiler, personeller, müşteriler ve tedarikçi firmalar gibi birçok grubun kendi aralarında veya diğer gruplar ile olan ilişkilerindeki davranış ve tutumları konaklama işletmelerindeki etik algı ve boyutların incelendiği sahalara dönüşülebilir. Zaten Turizm etiğine ilişkin çalışmaların çoğunlukla konaklama işletmeleri ile bu işletmelerin yöneticileri, çalışanları ve öğrenciler üzerine yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise özellikli bir tüketici kitlesi olan engellilerin turizm faaliyetleri boyunca konakladığı işletmeye olan etik algı düzeylerini ve sonuçlarını inceleme konusunda farklılaşmaktadır. Özetle konaklama işletmelerinin etik dışı pazarlama yöntemlere başvurusunun engelli tüketicilerin işletmeye ve işletmenin sunduğu hizmetlere karşı etik algılarında bir değişikliğe neden olup olmayacağı irdelenmiştir.

Pazarlama etiğine ilişkin yapılan birçok araştırmada etik dışı pazarlama yöntemlerinin tüketicilerin firmanın ürün ve hizmetlerini satın alma niyetlerini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Alexander, 2002; Kurtuldu, 2009; Akkılıç, Özbek, & Koç, 2010). Yine literatürde konu ile ilgili yapılan diğer çalışmalar incelediğinde tüketici gözüyle etik algıya dair oldukça az kaynak olduğu görülmektedir (Babin, Griffin, & Boles, 2004; Roman & Ruiz, 2005; Ramsey, Marshall, Johnston, & Schmelz, 2007; Bendixen & Abratt, 2007; Valenzuela, Mulki, & Jaramillo, 2010).

Pazarlama etiği teorisinde etik problem algılama, “etik karar alma sürecini harekete geçiren mekanizma” olarak özetlenmektedir. Bir başka deyişle bireyin bir konu üzerine etik bir karar verebilmesi için öncelikle konu ile ilgili etik bir problem algılaması gerekmektedir. Algılanan etik problem ise bireyin bir konudaki etik duruma ilişkin tutumudur. Yani bu konuda etik bir problem algılıyor musunuz?” sorusuna verilen cevaptır. Etik niyet kavramının devreye girebilmesi için öncelikle etik problem algılanması gerekmektedir. Etik niyetler ise bireyin etik bir biçimde davranmaya olan yatkınlığını ifade etmektedir. Eğer birey etik probleme sebep olan konuya dair düşünce ve eylemlerinde olumlu bir değişikliğe gidiyorsa pozitif yatkınlık, herhangi bir değişim yoksa negatif yatkınlık olarak adlandırılmaktadır (Özbek, Akkılıç, & İlban, 2011). Örneğin, konaklamasını suit bir odada yapmak isteyen ve bu isteğini konaklama işletmesine gelmeden önce belirten bir bireyin konaklama işletmesine geldiğinde suit odaların dolu olduğunu ve konaklama işletmesinde konaklayabilmek için başka bir oda tipi tercih etmesi gerektiğinde bu konaklama işletmesinde konaklama kararından vazgeçerise bireyin etik niyetlere karşı pozitif bir yatkınlığı olduğundan bahsedilebilir. Ancak etik olmayan bu durumu algılamasına karşın konaklama işletmesine karşı niyetinde bir değişiklik olmuyor aksine işletmenin ürün ve hizmetini satın alıyorsa bireyin etik niyetler noktasında negatif bir yatkınlığı olduğu düşünülebilir.

Turizm endüstrisinin en önemli unsurlarından biri olan konaklama işletmeleri de diğer işletmeler gibi varlıklarını sürdürebilmek, değişime ayak uydurabilmek ve rekabet edebilmek için doğal olarak kâr elde etmeyi amaçlarlar (Türker & Uçar, 2013). Bu noktada konaklama işletmeleri de dâhil olmak üzere birçok ticari kuruluş, etik değerleri işletmelerin karlılık oranlarını düşüren bir kısıt olarak görmektedir. Onlara göre karlılık ve etik ters orantılıdır. Etik uygulamaların konaklama işletmelerinde karlılığı azaltıcı bir etki yaptığı doğru olmakla birlikte uzun dönemli yaratacağı etkisi ise olumlu olacaktır (Barbra Dozier's Blog, 2013). Çünkü yapılan araştırmalar firma içi ve dışı etik iklim yoğunluğunun artması ile beraber tüketicilerinde firmaya olan sadakatlerinin yükseldiğini göstermektedir (Valenzuela, Mulki, & Jaramillo, 2010). Engelli tüketiciler konaklama işletmesine karşı etik bir sorun algılamadıkları takdirde etik niyetlerin de olumlu bir değişim söz konusu olacağı için işletmeye daha sadık olma eğilimi içindedirler. Bundan sonra yapacağı turistik faaliyetlerde de yine aynı konaklama işletmesini seçmektedirler (Essays UK, 2013).

Ayrıca çalışma da yer verilmese de engellilerin etik problem algılama mekanizmalarının engelin derecesine göre de değişiklik gösterebildiği belirtilmiştir. Ağır derecede özre sahip olan engelli tüketiciler daha düşük derecede özre sahip olanlara kıyasla konaklama işletmesi içindeki ortak kullanım alanlarında daha fazla oranda etik dışı davranışlarla karşı karşıya kaldıklarını bildirmişlerdir. Dolayısıyla, özrün derecesi ile algılanan etik problem arasında doğru orantı olduğu belirtilebilir (ÖZİDA, 2010).

YÖNTEM

Anket Formunun Tasarımı ve Örneklem Seçimi

Araştırmada algılanan etik problem, etik niyetler ve firmaya ilişkin genel tutum değişkenlerini ölçmek amacıyla senaryo tekniği kullanılmıştır. Bireyin etik karar alma çalışmalarında senaryo ve kısa hikayeler yaygın olarak kullanılmaktadır. (Barnett & Valentine, 2004). Senaryo kullanımı sosyal yapının standardize edilmesine ve senaryo ile eş zamanlı yanıt alındığından, daha gerçekçi sonuçların ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır (Marta, Attia, Singhapakdi, & Attaya, 2003). Gerçek hayatla ilgili durumu daha iyi tespit edebilmek bakımından kısa hikaye ve senaryoların etik karar alma sürecine ilişkin çalışmalarda kullanılması yararlıdır (Callanan, Rotenberry, Perri, & Oehlers, 2010).

Araştırmanın anket formunda yer alan senaryo, yazarlar tarafından kurgulanmış ve araştırmanın amacına yönelik iki kısa hikâye şekline getirilmiştir (Bkz. Ek-1). Bu hikâyelerin cevaplayıcılar tarafından anlaşılabilir olması için akademisyenlerden görüş alınmıştır. Öneriler doğrultusunda son hali verilen iki hikaye, ortalama 100 kelimeden oluşmaktadır. Kullanılan senaryoda genel olarak, X konaklama işletmesinin müşterileri için hazırlamış olduğu satış sözleşmesinde taahhüt ettiği hizmetleri sunup sunmadığından bahsedilmektedir.

Çalışmada, Konaklama işletmesinin bu sözleşmeye uyup uymadığını gösteren eksik bilgi sunumu (etik dışı) ve nötr sunum (olması gereken-doğru) olmak üzere iki farklı kısa hikaye kurgulanmış, bu versiyonlar sırasıyla A ve B olmak üzere iki farklı anket formuna yerleştirilmiştir. Cevaplayıcıların her biri rastgele dağıtılan bir anket formunu cevaplamıştır. Anket formunun eksik bilgi versiyonunda (A formu), sözleşmede belirtilen hizmetin tüketicinin bilinçli olarak eksik bilgilendirilmesi sonucu beklendiği şekilde gerçekleşmemesi durumu söz konusudur. Bu versiyonda sözleşmede yer alan hizmet tüketiciye sunulmuştur. Ancak hizmetin kapsamı tam olarak belirtilmediği için tüketici beklediği hizmeti tam olarak alamayarak mağdur olmuştur. Anket formunun nötr versiyonunda (B formu) ise, hizmetin sözleşmede belirtildiği şekilde, yani olması gerektiği gibi sunumu betimlenmektedir.

Araştırma, Edremit Körfezi'nde yaşayan engelli potansiyel turistler arasından kartopu örneklem yöntemi ile belirlenen 180 kişi üzerinde nisan-ağustos 2014 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Bu çalışmada iki bağımlı değişken bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, konaklama işletmesine ilişkin genel tutumdur. Anket formunda bu bağımlı değişkeni ölçmeye yönelik beşli Likert ölçeği (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum) ile cevaplandırılan 4 ifade bulunmaktadır. İkinci bağımlı değişken ise Konaklama işletmesinin hizmetlerini satın alma niyetidir. Bu bağımlı değişkeni ölçmeye yönelik yine 5'li Likert ölçeği ile cevaplandırılan 4 ifade bulunmaktadır (Özbek, Akkılıç, & İlban, 2011). Araştırmanın bağımsız değişkeni algılanan etik problemdir. Bu değişkenin ölçümünde Reidenbach ve Robin (1990) tarafından geliştirilen çok boyutlu etik ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte 8 ifade bulunmakta ve bu ifadeler 7 puanlı ve çift kutuplu (-3'den +3'e kadar) bir skala ile ölçülmektedir. Orijinal ölçeğin Türkçeye çevirisinde cevaplayıcıların algılamasını kolaylaştırmak için küçük uyarlamalar yapılmıştır. Bu ifadeler anket formuna yerleştirilmiş ve X Konaklama işletmesinin kısa hikâyede anlatılan davranışının etik olup olmadığı cevaplayıcılara sorulmuştur.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacına ulaşmak için altı hipotez geliştirilmiştir.

H1: Konaklama işletmelerinin tanıtımlarında eksik ya da doğru bilgi sunmaları ile tüketicilerin etik problem algılama düzeyleri arasında fark vardır.

H2: Konaklama işletmelerinin tanıtımlarında eksik ya da doğru bilgi sunmaları ile tüketicilerin işletmeye ilişkin genel tutumları arasında fark vardır.

H3: Konaklama işletmelerinin tanıtımlarında eksik ya da doğru bilgi sunmaları ile tüketicilerin işletmenin hizmetlerini satın alma niyetleri arasında fark vardır.

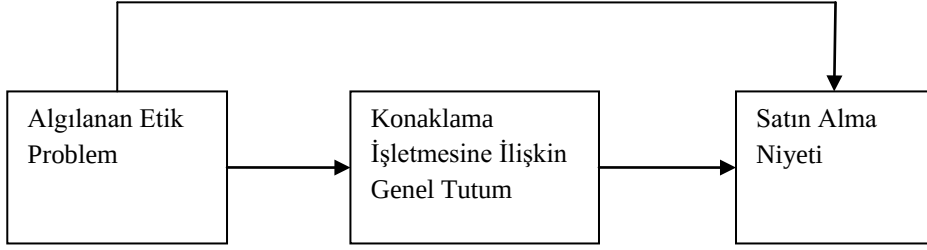
H4: Tüketicilerin Konaklama işletmesinin hizmetlerinde sözleşmeye aykırı etik bir problem algılamaları ile işletmeye ilişkin genel tutumları arasında doğrusal bir ilişki vardır.

H5: Tüketicilerin Konaklama işletmesine ilişkin genel tutumları ile işletmenin hizmetlerini satın alma niyetleri arasında doğrusal bir ilişki vardır.

H6: Tüketicilerin Konaklama işletmesinin hizmetlerinde sözleşmeye aykırı etik bir problem algılamaları ile işletmenin hizmetlerini satın alma niyetleri arasında doğrusal bir ilişki vardır.

Araştırmanın Modeli

H1, H2 ve H3 hipotezleri genel olarak farklı hikayelere göre değişkenler arasında farklılık olup olmadığını analiz etmek için kurgulanmış farklılık hipotezleridir. Bu hipotezlerin analizi için "t testi" kullanılmıştır. H4, H5 ve H6 hipotezleri ise değişkenler arasındaki olası ilişkiyi ortaya koymak amacıyla kurgulanmış ve bu ilişkiler basit doğrusal regresyon analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Beklenen doğrusal ilişkiler Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

BULGULAR

Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma 180 engelli ve aynı zamanda potansiyel konaklama işletmesi müşterileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Cevaplayıcıların %43,9 (n=79) kadındır. Katılımcıların yaşlarının aritmetik ortalaması 41,48 olarak bulunmuştur (n=180; en yüksek= 75 en düşük= 20). Cevaplayıcıların %31,1'i (n=56) üniversite; %47,8'i (n=86) ise lise düzeyinde eğitime sahiptir. Araştırmaya katılan bireylerin %52,2'si (n=94) evlidir. Cevaplayıcıların ailelerinin aylık toplam gelirinin aritmetik ortalaması 1858,35 TL'dir (n=180; en yüksek= 4000TL en düşük= 600TL).

Algılanan Etik Problem

Çok Boyutlu Etik Ölçeği'nin boyutlarını belirlemek için yapılan keşifsel faktör analizi sonucunda 8 ifadenin tek faktöre yüklendiği görülmüştür. Faktör analizi sonucunda KMO değeri 0,93 olarak gerçekleşmiştir. Bu faktör toplam varyansın % 81,1'ini (öz değer= 3,246) açıklamaktadır. Değişkenlere ait faktör yükleri Tablo 1'de görülmektedir. Faktör analizi sonuçları kompozit değişken oluşturmaya uygun olduğundan, araştırmanın amacı çerçevesinde bu 8 ifadeye verilen cevapların ortalamalarından oluşan ve "algılanan etik problem" olarak adlandırılan bir kompozit değişken yaratılmıştır. Algılanan etik problem ölçeğinin Cronbach α değeri 0,98 olarak bulunmuştur.

Tablo 1: Algılanan Etik Problem Ölçeğinde Yer Alan İfadelerin Faktör Yükleri

İfadeler		Algılanan Etik Problem
Adil Değil	Adil	0,960
Doğru Değil	Doğru	0,934
Dürüst Değil	Dürüst	0,956
Kültürümüze Aykırı	Kültürümüze Uygun	0,978
Geleneklerimize Aykırı	Geleneklerimize Uygun	0,979
Genel Ahlakı Aykırı	Genel Ahlakı Uygun	0,978
İş Ahlakına Aykırı	İş Ahlakına Uygun	0,948
Kabul Edilemez	Kabul Edilebilir	0,966

Konaklama İşletmesine İlişkin Genel Tutum

Cevaplayıcıların anket formunda kısa hikayesini okuduğu firmaya ilişkin genel tutumlarını ifade ettikleri bu ölçek üzerinde yapılan keşifsel faktör analizi sonucunda, ölçeğin tek faktörde açıklanan varyansı %81,1 (öz değer: 3,244) olmuştur. Bu değer kompozit değişken oluşturmaya uygun olduğundan, ölçeği oluşturan dört ifadenin ortalamalarından oluşan ve “Konaklama işletmesine ilişkin genel tutum” adı verilen yeni bir değişken yaratılmıştır. Ölçeğe ilişkin Cronbach’ın alfa değeri %92 olarak bulunmuştur. Değişkenlere ilişkin faktör yükleri Tablo 2’de görülmektedir

Tablo 2: Konaklama İşletmesine İlişkin Genel Tutum Ölçeğinde Yer Alan İfadelerin Faktör Yükleri

İfadeler	Konaklama İşletmesine İlişkin Genel Tutum
Böyle bir konaklama işletmesinin, müşteriler gözünde itibarı iyidir.	0,904
Böyle bir konaklama işletmesi müşterilerine yüksek kalitede hizmet sunar.	0,895
Böyle bir konaklama işletmesi, müşterilerine verdiği sözleri tam olarak yerine getirir.	0,902
Böyle bir konaklama işletmesinin toplumdaki genel imajı olumludur.	0,901

Konaklama İşletmesinin Hizmetlerini Satın Alma Niyeti (Etik Niyetler)

Cevaplayıcıların işletmenin hizmetlerini satın alma niyetini ölçmeye yönelik hazırlanan ve dört ifadeden oluşan ölçek üzerinde yapılan keşifsel faktör analizi sonucunda, ölçeğin tek faktörde açıklanan varyansı %81,1 (öz değer:3,246) olarak gerçekleşmiştir. Ölçeğe ilişkin Cronbach’ın alfa değeri %92’tir. Değişkenlere ilişkin faktör yükleri Tablo 3’te görülmektedir.

Tablo 3: İşletmenin Hizmetlerini Satın Alma Niyeti Ölçeğinde Yer Alan İfadelerin Faktör Yükleri

İfadeler	İşletmenin Hizmetlerini Satın Alma Niyeti
Bu konaklama işletmesinin müşterisi olmayı isterdim	0,926
Bu konaklama işletmesiyle tereddütsüz her türlü sözleşmeyi imzalayabilirim.	0,874
Çevremdekilere bu konaklama işletmesi ile çalışmalarını önerebilirim.	0,905
Bu konaklama işletmesinin müşterisi olsam, tatilim için tekrar bu konaklama işletmesini seçerdim.	0,897

Tablo 4: Tüketicilerin Etik Niyet, Tutum Ve Satın Alma Niyeti Bağımlı Değişkenlerine Göre Eksik Ve Nötr Senaryo Bağımsız Değişkenlerini Algılamaları Arasında Anlamlı Farklılıkların Belirlenmesine Yönelik “t Testi”

Bağımlı değişken	Bağımsız değişken			
	Nötr senaryo $\bar{X}$	Eksik senaryo $\bar{X}$	“t Testi” (t)	Anlamlılık düzeyi
Algılanan Etik Problem	6,34	2,22	24,728	0,000**
Genel tutum	4,26	2,35	17,953	0,000**
Satın alma	4,10	2,08	17,486	0,000**

Ölçek değerleri: 1 kesinlikle katılmıyorum – 5 kesinlikle katılıyorum.

Anlamlılık düzeyi: *p<0,10 **p<0,01

Araştırmanın hedefine yönelik olarak ileri sürülen hipotez “t testi” ile test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki şekilde bulunmuştur.

İleri sürülen **H1** hipotezine ait “t testi” ile ortaya çıkan sonuçlar Tablo 4’te gösterilmektedir. Buna göre, cevaplayıcıların farklı senaryo versiyonlarında etik problem algılama düzeylerinin farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($t_{(178)}=24,728$, $p<0,01$). İleri sürülen **H2** hipotezine ait “t testi” ile ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında cevaplayıcıların farklı senaryo versiyonlarında genel tutumlarının da farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($t_{(178)}=17,953$, $p<0,01$). İleri sürülen **H3** hipotezine ait “t testi” ile ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında cevaplayıcıların farklı senaryo versiyonlarında satın alma niyetlerinde de anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($t_{(178)}=17,486$, $p<0,01$).

Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar ve Araştırma Modelinin Test Edilmesi

Tablo 5’te araştırmada kullanılan değişkenler için hazırlanan korelasyon matrisi görülmektedir. Korelasyonlar beklenen doğrultuda çıkmıştır. Algılanan etik problem ile Konaklama işletmesine ilişkin genel tutum arasında 0,81 gibi yüksek bir korelasyon ortaya çıkmıştır. Aynı şekilde, işletmeye ilişkin genel tutum ile işletmenin hizmetlerini satın alma niyeti arasında da yüksek korelasyon tespit edilmiştir (0,91). Algılanan etik problem ile işletmenin hizmetlerini satın alma niyeti arasında ise 0,84 düzeyinde korelasyon bulunmuştur. Değişkenler arasındaki tüm bu korelasyonlar istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,01$).

Tablo 5: Değişkenler Arasındaki İlişkileri Gösteren Pearson Korelasyon Katsayıları ve Anlamlılık Düzeyleri

	Genel Tutum	Satın Alma Niyeti	Algılanan Etik Problem
Genel Tutum	-		
Satın Alma Niyeti	0,91**	-	
Algılanan Etik Problem	0,81**	0,84**	-

**Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyonların anlamlı çıkmasının ardından model test edilmeye uygun hale gelmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiler basit doğrusal regresyon analizi ile sınanmıştır. Tablo 6’da analize ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 6: Araştırma Modelinin Basit Doğrusal Regresyon Analizi İle Sınanması

İlişki Yolu	Beta Katsayısı	T Değeri
AEP → GT	0,844	21,027
GT → SAN	0,814	30,257
AEP → SAN	0,915	18,728

**: $p < 0,01$ AEP: Algılanan Etik Problem GT: Genel Tutum SAN: Satın Alma Niyeti

Tablo 6’da görüldüğü gibi öngörülen ilişkilerin tamamı gerçekleşmiştir. Algılanan etik problem değişkeninde gerçekleşen bir birimlik artış/azalış genel tutum değişkenini 0,84 birim artırır/azaltır. Bu doğrusal ilişki 0,01 düzeyinde anlamlıdır ($t=21,027$). Bu nedenle H4 hipotezi kabul edilir. Algılanan etik problemle genel tutum arasında doğrusal bir ilişki vardır. Genel tutumda gerçekleşen bir birimlik artış/azalış satın alma niyeti değişkenini 0,81 birim artırır/azaltır. Bu doğrusal ilişki 0,01 düzeyinde anlamlıdır ($t=30,257$). Bu nedenle H5 hipotezi kabul edilir. Genel tutumla satın alma niyeti arasında doğrusal bir ilişki vardır. Aynı şekilde, algılanan etik problem değişkeninde gerçekleşen bir birimlik artış/azalış satın alma niyeti değişkenini 0,91 birim artırır/azaltır. Bu doğrusal ilişki 0,01 düzeyinde anlamlıdır ($t=18,728$). Bu nedenle H6 hipotezi kabul edilir. Algılanan etik problem ile satın alma niyeti arasında doğrusal bir ilişki vardır. Bütün bu ilişkilerin varlığı, araştırma modelinin doğrulandığını göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın ilk amacı, Konaklama işletmelerinin engelli tüketicilere yönelik yaptıkları reklam ve tanıtımlarda doğru veya eksik bilgi sunmaları durumunda, cevaplayıcıların etik problem algılama düzeylerinin değişip değişmediğini ortaya koymaktır. İkinci amacı ise, cevaplayıcıların bu iki farklı hikâye de işletmeye ilişkin genel tutumlarının ve konaklama işletmesinin hizmetlerini satın alma niyetlerinin değişip değişmediğini belirlemektir. Bu iki amaca ulaşmak için toplanan veriler analiz edildiğinde, cevaplayıcıların sözleşmede eksik ya da nötr bilgi sunulması arasında etik problem algılama, konaklama işletmesine ilişkin

genel tutum ve işletmenin hizmetlerini satın alma niyeti düzeylerinde anlamlı farklılık olduğuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, konaklama işletmesinin tüketiciyi ikna etmek amacıyla tanıtımlarında eksik bilgi vermek yerine sözleşmeye uymaları halinde daha etik bir işletme olarak algılanacağını, işletmeye ilişkin olumlu bir tutum oluşacağını ve satın alma niyetinde de olumlu bir gelişme olacağını göstermektedir. Bu nedenle, konaklama işletmeleri kısa vadeli hesaplarına ulaşmak için etik dışı davranışlarda bulunmak yerine etik eylemlerde bulunmaları halinde uzun vadede dürüstlük açısından fark yaratabilecek ve etik davranışı önemseyen hassas müşterilerinin gözünde önemli bir marka haline gelebilecektir. Kısa vadeli hedeflerine ulaşmak için etik dışı yolları kullanan işletmelerin, orta ve uzun vadede saygın bir firma imajını elde edebilmeleri için bu davranışlarını bir kez daha gözden geçirmelerinde yarar vardır. Çalışmanın üçüncü amacı, araştırmanın modeli kısmında ifade edilen değişkenler arasındaki olası doğrusal ilişkileri ortaya koymaktır. Bu nedenle yapılan korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizi sonucunda algılanan etik problem ile işletmeye ilişkin genel tutum; işletmeye ilişkin genel tutum ile işletme hizmetlerini satın alma niyeti ve algılanan etik problem ile işletme hizmetlerini satın alma niyeti arasında güçlü doğrusal ilişkiler tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, cevaplayıcıların etik bir problem algılamaları durumunda firmaya ilişkin genel tutumlarının ve işletme hizmetlerini satın alma niyetlerinin doğrusal bir biçimde değişeceğini göstermektedir. Bu nedenle, konaklama işletmeleri gerek müşterileri ile yaptıkları sözleşmelerde, gerekse sözleşmenin uygulama sürecinde etik dışı eylemlerden sakınmalıdır. Zira etik dışı bir eylemde bulunmaları halinde, tüketicilerin firmaya ilişkin tutumları ve satın alma niyetleri olumsuz bir biçimde değişecektir. Tersine, firmanın etik eylemde bulunması durumunda da tüketicilerin tutumları ve etik niyetleri olumlu yönde değişecektir. Tüm bu sonuçlar dikkate alındığında, tüketicilerin gözünde iyi bir imaja sahip olmak ve tüketicileri kendi firmasına bağlamak isteyen konaklama işletmelerinin, tanıtımlarında etik dışı eylemlerden kesinlikle kaçınması gerektiği söylenebilir.

KISITLAMALAR VE GELECEK ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Bu araştırma Edremit Körfezinde yaşayan potansiyel engelli tüketiciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle araştırma sonuçlarının genellenmesi doğru değildir. Araştırmada, algılanan etik problem ve etik niyetler (satın alma niyeti) için sırasıyla sekiz ve dört ifadeden oluşan iki farklı ölçek kullanılmıştır. Benzer çalışmalarda (Hunt ve Vitell, 1986; Singhapakdi, Salyachivin, Virakul, & Veerayangkur, 2000) birer ifade ile ölçülen algılanan etik problem ve etik niyetler bu çalışmada çok sorulu ölçek kullanılarak ölçülmeye çalışılmış ve benzer makalelerle aynı doğrultuda sonuçlar ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan, uygulamada bir boyutu ölçmek için tek soru kullanıldığına rastlansa da iyi uygulamalar için en az 3 hatta 4 soru bulunması gerekir (Hair, Tatham, Anderson, & Black, 2006). Araştırmada algılanan etik ölçeğinin boyutlarını belirlemek için yapılan keşifsel faktör analizi sonucunda sekiz ifadenin tek faktöre yüklendiği görülmektedir. Orijinal ölçekte bulunan sekiz ifadenin ise (Reidenbach ve Robin, 1990; Reidenbach, Robin & Dawson, 1991) 3 faktöre yüklendiği bilinmektedir. Bu farklılığın, bu çalışmada

orijinal ölçeğin birebir kullanılmaması, ifadelerin farklı kültürlerde farklı algılanmaları, cevaplayıcıların bu ifadeleri tamamen olumlu ya da olumsuz değerlendirmeleri, cevaplayıcı tarafından bu ifadelerin birbirine benzer olarak algılanması gibi nedenlerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak Türkiye’de aynı ölçek kullanılarak yapılan benzer çalışmalarda (Alınacak, Özbek & Koç, 2010; Akkılıç vd., 2010; Özbek vd., 2011), ölçeğin güvenilirliğinin ve faktör analizi sonucunda ortaya çıkan açıklanan varyans değerinin orijinal ölçekle (Reidenbach ve Robin, 1990) paralel sonuçlar vermesi nedeniyle, bu çalışmada kullanılan ölçeğin uygulanabilir bir ölçek olduğu söylenebilir. Takip eden araştırmalarda da aynı sonuçların ortaya konması halinde ölçeğin geçerliliği artacaktır.

KAYNAKÇA

- Akkılıç, M., Özbek, V., & Koç, F. (2010, Ekim 26-29). “Banka Reklamlarında Eksik Bilgi Sunumunun Pazarlama Etiği Açısından Değerlendirilmesi. 15. Ulusal Pazarlama Kongresi, 387-398.
- Alınacak, Ü, Özbek, V. ve Koç, F. (2010) Can Global Financial Crisis Make Amends For Unfair Treatment To Employees?, 6. International Symposium On Business Administration, 27th – 28th May, Karvina / Czech Republic.
- Aslan, A, Kozak, M., (2006). Turizmde Gelişme ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Ege Akademik Bakış, 1(6), 49-61.
- Aslan, M., & Şeker, S. (2011). Engellilere Yönelik Toplumsal Algı ve Dışlanmışlık (Siirt Örneği). K. Ü. Bölümü (Dü.), Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu içinde (s. 449-465). İstanbul: Petrol İş Yayıncı.
- Babin, B., Griffin, M., & Boles, J. (2004). Buyer Reactions to Ethical Beliefs in the Retail Environment. *Journal of Business Research*, 10(57), 1155–1163.
- Barbra Dozier's Blog. (2013, 6 17). Ethics in the Hospitality Industry. 8,13, 2014 tarihinde <http://barbradozier.wordpress.com> adresinden alındı
- Barnett, T., & Valentine, S. (2004). Issue contingencies and marketers’ recognition of ethical issues, ethical judgments and behavioral intentions. *Journal of Business Research*(57), 338 – 346.
- Bedini, L. (2000). Just sit down so we can talk: Perceived stigma and community recreation pursuits of people with disabilities. *Therapeutic Recreation Journal*, 1(34), 55-68.
- Bendixen, M., & Abratt, R. (2007). Corporate Identity, Ethics and Reputation in Supplier and Buyer Relationships. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 69-82.
- Callanan, G. A., Rotenberry, P. F., Perri, D. F., & Oehlers, P. (2010). Contextual Factors as Moderators of the Effect of Employee Ethical Ideology on Ethical Decision- Making. *International Journal of Management*, 27(1), 52-76.
- E.C.Alexander. (2002). Consumer Reactions to Unethica Service Recovery . *Journal of Business Ethics*, 36 (3), 223-237.
- Erdoğan, H. N. (2010). Engelliler ve Ailelerinin Yaşadığı Sorunlar. *öz-veri dergisi*, 7 (2), 1635 - 1651.
- Essays UK. (2013, Kasım). Customer Satisfaction Of People With Disabilities Tourism Essay. <http://www.ukessays.com/essays/tourism/customer-satisfaction-of-people-with-disabilities-tourism-essay.php?cref=1> dan Alınmıştır.
- Hunt, S.D. ve Vitell S.J., (1986) A General Theory of Marketing Ethics, *Journal of Macromarketing*, 6 (1), 5-16.

- Hair, J. F., Tatham, R. L., Anderson, R. E., & Black, W., (2006). *Multivariate Data Analysis* (Vol. 6). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kurtuldu, H. S. (2009). Bankacılıkta Pazarlama Etiği ve Etik Değerlerin Kuruma Yönelik Olumlu Tutum Oluşumuna Etkileri. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(2), 83-96.
- Lovelock, B. (2008). Ethical Travel Decisions: Travel Agents Travel Agents and Human Rights. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 338-358.
- Marta, J. K., Attia, A., Singhapakdi, A., & Atteya, N. (2003). Comparison of Ethical Perceptions and Moral Philosophies. *Teaching Business Ethics*, 7(1), 1-20.
- Özbek, V., Akkılıç, M. E., & İlban, M. O. (2011). Tüketicilerin Seyahat Acentalarına İlişkin Etik Algıları ve Niyetlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 325-338.
- Özer, Ö., & Günaydın, Y. (2010). Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkisi: Dört Yıldızlı Otel. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(2), 127-154.
- ÖZİDA. (2010). *Özürlülüğe Dayalı Ayrımcılığın Ölçülmesi Araştırması*. Ankara: Yorum Basın Yayın Sanayi Ltd. Şti.
- Pehlivanoğlu, B. (2012). Konaklama Yapılarının Engellilere Yönelik Oda Düzenlemelerinin İrdelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(4), 27-35.
- Poria, Y., Reichel, A., & Brandt, Y. (2011). Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(23), 571 - 591.
- Ramsey, R., Marshall, G., Johnston, M., & Schmelz, D. D. (2007). Ethical Ideologies and Older Consumer Perceptions of Unethical Sales Tactics. *Journal of Business Ethics*, 70(2), 191-207.
- Reidenbach, R. ve Robin, D. (1990). Toward the Development of a Multidimensional Scale for Improving Evaluations of Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 9 (8), 639-653.
- Reidenbach, R., Robin, D. ve Dawson, L. (1991) An Application and Extension of a Mutidimensional Ethics Scale to Selected Marketing Practices and Marketing Groups, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19 (2), 83-92
- Roman, S., & Ruiz, S. (2005). Relationship Out comes of Perceived Ethical Sales Behavior: The Customer's Perspective. *Journal of Business Research*, 58(4), 439-445.
- Singhapakdi, A., Salyachivin, S., Virakul, B. & Veerayangkur, V. (2000) Some Important Factors Underlying Ethical Decision Making of Managers in Thailand, *Journal of Business Ethics*, 27 (3), 271-284.
- Şahin, H., & Erkal, S. (2012). Ortopedik ve Görme Engelli Bireyler İçin Konaklama Tesislerinde Yapılması Gereken Düzenlemeler. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmaları e-Dergisi*.
- Türker, N., & Uçar, M. (2013). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumlulukları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 155-183.
- Valenzuela, L. M., Mulki, J. P., & Jaramillo, J. F. (2009). Impact of Customer Orientation, Inducements and Ethics on Loyalty to the Firm: Customers' Perspective. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 277-291.
- Valenzuela, L. M., Mulki, J. P., & Jaramillo, J. F. (2010). Impact of Customer Orientation, Inducements and Ethics on Loyalty to the Firm: Customers' Perspective. *Journal of Business Ethics*, 2(93), 277-291.
- World Health Organisation. (2011). *World Report on Disability*. Geneva.
- Zengin, B., & Eryılmaz, B. (2013, Nisan 28). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*(11), 51-74.

Ağustos 15, 2014 tarihinde Hacettepe Üniversitesi, Sosyolojik Araştırmalar, e- Dergisi. adresinden alındı

EK 1

Eksik Hikâye Senaryosu

X Konaklama işletmesi Türkiye'deki önemli konaklama işletmelerinden biridir. Bu konaklama işletmesi düzenli olarak yurt içi ve yurt dışından turist ağırlamaktadır. Konaklama işletmesi reklam ve tanıtımlarında engelli müşterilere sağladığı imkânlardan bahsederek bu imkânları (Ortopedik ve ayarlanabilir yatak, farklı tasarlanmış banyolar, geniş alanlar, odaya servis, tekerlekli sandalyelerin geçişi için geniş alanlar vb.) sözleşmede ifade etmişlerdir. Ancak müşteri konaklama işletmesine geldiğinde reklam ve tanıtımlarda belirtilen olanaklardan yararlanamamıştır. Bunun üzerine müşteri itirazını konaklama işletmesi yöneticilerine bildirmiştir. Konaklama işletmesi yöneticileri konuyla ilgili olarak müşterilerin engel durumlarını konaklama işletmesine gelmeden önce belirtmeleri gerektiğini ancak bu şekilde engelliler için verilen imkânlardan yararlanabileceklerini belirtmişlerdir. Müşteri reklam ve tanıtımlarda eksik bilgi verildiğini anlamış lakin ücret iadesi yapılamayacağı için anlaştığı süre kadar konaklayıp konaklama işletmesinden ayrılmıştır.

Nötr Hikâye Senaryosu

X Konaklama işletmesi Türkiye'deki önemli konaklama işletmelerinden biridir. Bu konaklama işletmesi düzenli olarak yurt içi ve yurt dışından turist ağırlamaktadır. Konaklama işletmesi reklam ve tanıtımlarında engelli müşterilere sağladığı imkânlardan bahsederek bu imkânları (Ortopedik ve ayarlanabilir yatak, farklı tasarlanmış banyolar, geniş alanlar, odaya servis, tekerlekli sandalyelerin geçişi için geniş alanlar, vb.) sözleşmede ifade etmişlerdir. Müşteri konaklama işletmesine geldiğinde reklam ve tanıtımlarda belirtilen olanakları bulmuş ve tatili süresince sorunsuz olarak konaklamıştır. Müşteri sonuç olarak konaklama işletmesiyle ilgili tanıtımlarda doğru bilgilendirildiğini anlamış, konaklama işletmesinin hizmetinden memnun kalmış ve anlaştığı süre kadar konaklayıp konaklama işletmesinden ayrılmıştır.

HANGİ TURİZM? ENGELSİZ, ULAŞILABİLİR, ERİŞİLEBİLİR? İSİMLENDİRME SORUNUNA BİR ÇÖZÜM ÖNERİSİ

Hanım Kader ŞANLIOZ ÖZGEN

*Öğr. Gör., Özyeğin Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
kader.sanlioz@ozyegin.edu.tr*

ÖZET

Dilin temel unsuru olan sözcükler ve sözcüklere anlam veren kavramlar, bilginin ve mesajların etkili paylaşımında önemli rol üstlenirler. Bu paylaşımı başarılı kılacak önemli bir konu, alıcı ve vericinin aynı kavramlarla aynı anlamları kastediyor olmasıdır. Bu nedenle, doğru kavramları, doğru ve kesin anlamları ile kullanarak, ortak bir dilin oluşmasına çaba göstermek gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı, engellilere yönelik ürün, hizmet, sunum ve faaliyetleri kapsayan turizm çeşidini ifade edecek en uygun kavramı bulma konusunu tartışmaya açmak ve bir öneride bulunmaktadır. En uygun kavramın iki temel özelliği vardır: seçilen kavramın, anlatılmak isteneni tam olarak ifade etmesi ve hedef kitlenin bu kavramı kabul ederek olumlu karşılaması. Kavramın, ifade edilmek isteneni tam olarak ortaya koyması, bilimsel çalışmalar açısından önemli olmakla birlikte, hedef kitlenin kabul etmesi de özellikle pazarlama ve iletişim çalışmaları için yararlıdır. Çalışmanın amacı doğrultusunda en uygun kavramı önerebilmek için, öncelikle ilgili konuda, ağırlıklı olarak Darcy'nin yayınları olmak üzere alanyazın taranmış, kullanılan kavramlar belirlenmiştir. Daha sonra bu kavramlardan en çok tartışılan ya da kullanılanların etimolojik araştırması yapılmış, ayrıca sözlük anlamlarına başvurulmuştur. Son olarak, hedef kitle kapsamına giren engelli bireylerin üye olduğu bir blog üzerinde tartışma açılarak, alınan görüşler incelenmiştir. Tüm bu kaynaklardan elde edilen veriler çözümlenerek, “erişilebilir turizm” kavramının en uygun ifade olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Erişilebilir Turizm, Erişilebilirlik, Ulaşılabilir Turizm, Engelli Bireyler, Engelsiz Turizm.*

GİRİŞ

Bilgi verme, dilin çeşitli görevlerinden biridir (Özlem, 2010, s. 18). Bu bağlamda bilimsel çalışmaların etkili iletimi konusunda dilin açık ve kesin olması esastır. Sözcükler, dili oluşturan temel öğeler olup, aslında birer simgedirler. Çünkü nesneleri, bunların özelliklerini ve ilişkilerini, zihindeki yansımalarını işaret etmektedirler (Yıldırım, 2010, s. 48). Nesnelerin birbirinden ayırt edilmesini sağlayan özelliklerini işaret etme işlevi, sözcüklerin içlemsel anlamını oluşturmaktadır ve bu da kavram olgusunu ortaya çıkarmaktadır. Sözcük ve kavram arasındaki karşılıklı bağımlı ve tamamlayıcı ilişki, ilkinin diğerrinin işareti, diğerrininse ilkinin anlamı (Yıldırım, 2010, s. 50) olmasından kaynaklanmaktadır. Kavramların anlamlarını belirlemek üzere modern öğretilerin bahsettiği yaklaşımlardan biri olan kavram açıklamasında esas, anlamı bulanık olan bir sözcüğün yerine daha kesin bir sözcük koyulmasına çaba göstermektir (Özlem, 2010, s. 25). Böylece hem akademik, hem de pratik alanda yapılan çalışmalar için bir ortak dil oluşturulması sağlanabilecektir.

Kavram ve anlamların yoğun olarak kullanıldığı alanlar olan pazarlama ve iletişimle ilgili faaliyetlerde ilk ve en önemli adım, hedef kitlenin belirlenmesidir; bu adımın, hangi mesajın nasıl iletileceğine dair sonraki adımlarla ilgili karar verme sürecine etkisi büyüktür (Kotler, Bowen ve Makens, 2010, s. 362). Böylece hedef kitle için anlamlı bir mesajın anlaşılması ve kabul edilmesine yönelik gidiş yolu belirlenmektedir. İletişimde amaç, mesajın başarılı bir şekilde aktarılmasını sağlamak olduğuna göre, kullanılan ifadelerin ve sözcüklerin yükleyebileceği olumlu ya da olumsuz anlamlarla birlikte karşı tarafta yaratacağı etkiler de dikkate alınmalıdır (Küçükbezirci, 2013, s. 137).

İletişimde kullanılacak ifadelerin seçiminde dikkate alınması gereken bir nokta da, olumlu sözcüklerin tercih edilmesidir. Urban (2004) bu konuda, insanların aslında sözcüklerle konuştuklarını ve fakat resimlerle düşündüklerini belirterek, olumlu iletişim için insanların zihninde oluşturulması gereken olumlu imgelere vurgu yapmaktadır. Ayrıca doğru ve stratejik olarak kullanıldıklarında sözcüklerin, insanları etkileme gücüne sahip olduklarını ve bu etkinin hem fiziksel, hem de psikolojik düzeyde oluştuğunu ifade etmektedir (Urban, 2004, s. 35).

Sonuç olarak, hem kuram gelişiminde birincil temeli oluşturmak suretiyle bilimsel bilginin en doğru dille yayılmasını sağlamak, hem de pazarlamanın etkisini arttırmak için doğru kavramların, doğru ve kesin anlamları ile kullanılması önemlidir. Bu çalışma, kavramların ve anlamların öneminden yola çıkarak engelli bireylere yönelik ürün, hizmet, sunum ve faaliyetleri kapsayan turizm çeşidini ifade edecek en uygun kavramı bulma konusunu tartışmaya açmayı ve bir öneri sunmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle, ağırlıklı olarak Darcy'nin yayınları odakta olmak üzere, alanyazın taranmış ve kullanılan kavramlar belirlenmiştir. Daha sonra bu kavramları ifade etmek için kullanılan sözcüklerin etimolojik ve sözlük araştırmaları yürütülmüştür. Son olarak, bir blog üzerinden açılan tartışma yoluyla bu turizm çeşidinin hedef kitlesi olan engelli bireylerin görüşleri alınmış ve incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, engelli bireylere yönelik ürün, hizmet, sunum ve faaliyetleri kapsayan turizm çeşidini en doğru ve net şekilde ortaya koyan kavram olarak “erişilebilir turizm” ifadesi önerilmiştir.

ENGELLİ BİREYLERE YÖNELİK TURİZMLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Engelli bireylere yönelik turizm çeşidini ifade etmek için kullanılan kavramlardan önce, bu turizm çeşidinin hedef kitlesini belirlemek için tercih edilen kavramları açıklamakta yarar vardır. Dünyada alanyazında 1970’li yıllarda “özürlülük/sakatlık (*impairment*)” ve “engellilik (*disability*)” ayrımı yapılarak (Hughes ve Paterson, 1997, s. 328), bu kitlenin erişebilirlik sorununu tıbbi ve toplumsal yönden kapsayan anlamların farklılığı ortaya koyulmuştur. “Engelli” kavramı, toplumsal dışlanmayı da içeren bir kapsamda tanımlanmıştır. Zaman içerisinde tıbbi veya kişisel söylemler toplumsal söylemlere, daha sonra da politik söylemlere dönüşmüştür (Burcu, 2006, s. 65-66). Böylece engellilik kimliğinin boyutları da genişlemiştir. Diğer bir ifadeyle içsel bir anlatım olan “özürlülük/sakatlık”, dışsal bir anlatım olan “engelliliğe” doğru evrilmiştir.

Dünyada görülen engellilere yönelik isimlendirme evriminin, kısmen Türkiye’de de yaşandığı görülmektedir. Önce “özürlü” sözcüğü sık kullanılmış, daha sonra “engelli” sözcüğü tercih edilmeye başlanmıştır. En son örneklerden biri, bu konuda Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı altında kurulan birimin (Özürlüler İdaresi Başkanlığı) kapatılarak, 2012 yılında Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nün kurulmasıdır. Ayrıca bu konudaki yasal düzenlemeler de “Engelliler Kanunu” adı altında yürütülmektedir.

Engellilere yönelik sunum ve faaliyetleri kapsayan turizm çeşidi, günümüze kadar çeşitli ifadelerle isimlendirilmiştir (Darcy ve Buhalis, 2011a, s. 10): engelli (*disabled/disability*) turizmi, kolay erişim (*easy access*) turizmi, engelsiz (*barrier-free*) turizm, içermeci (*inclusive*) turizm, evrensel (*universal*) turizm ve son olarak *accessible tourism*. Alanyazında en fazla rastlanılan kavram olan bu sonuncusu, Darcy ve Dickson (2009) tarafından “yaşamın bütünü” anlayışı çerçevesinde, her bireyin yaşamının bir döneminde kalıcı ya da geçici bir engeli olabileceği ön görülerek oluşturulmuştur. Bu kavram, evrensel tasarım anlayışına vurgu yaparak, daha geniş bir kitleyi (örnek: geçici süre engelli olanlar, küçük çocuklara sahip aileler, güvensiz koşullarda çalışanlar) kapsayan, bağımsızlık, eşitlik ve saygınlık değerlerini içeren bir ifade olarak önerilmiştir (Darcy ve Buhalis, 2011a, s. 10).

Erişilebilir Turizm İle İlgili Kavramlar

Kuramsal ve pratik alanda, etkin bir iletişim ortamının sağlanmasının temel gerekliliklerinden biri de, sözcükler ve tanımları da kapsayacak bir ortak dil oluşturmaktır (Iwarsson ve Stahl, 2003, s. 57). Erişilebilirlik (*accessibility*) kavramı, bireyin çevresi ile ilişkisinin düzeyini, bağımsız yaşam derecesi ve engelli bireylerin toplumdaki yeri açısından belirlemektedir. Bu bağlamda bir çevrenin erişilebilirliği, herhangi bir engelle sahip bireyin içerisinde bağımsız bir şekilde hareket edebilmesi ile ilgilidir (Iwarsson ve Stahl, 2003, s. 58).

Bireyin çevresi ile ilişkisini değerler üzerinden tanımlayarak turizme uyarlayan Darcy ve Buhalis’in (2011a) önerdiği kavramdaki *accessible* sözcüğü, aslında bir sıfat olup, *access* sözcüğünden türetilmiştir. Etimolojik inceleme yapıldığında, bu sözcüğün Latince’de 14. yüzyılın başlarında “yaklaşma, geliş” anlamında kullanılmaya başlandığı ve sıfat halinin de ilerleyen zamanda (yine 14. yüzyılda) kullanıldığı görülmektedir (Online Etymology Dictionary, 2014a ve 2014b). Sözlük anlamı açısından incelendiğinde ise, “yakınlaşılabilir, elde mevcut olan, erişilebilir, yakın, uygun, erişim içerisinde olan” olarak tanımlandığı görülmektedir. Bunların yanında, “arzu edilen bir şey içerisinde yer alabilme” olarak da tanımlanmış olan bu kavram, fiziksel hareketlilik, coğrafi yakınlık yanında, açılış saatleri, kabul edilme koşulları gibi unsurları da içerebilmektedir (Iwarsson ve Stahl, 2003, s. 58). Sonuçta, birey – çevre ilişkisinde erişilebilirlik olgusu, çevre ile ilgili unsurları kastetmesi nedeniyle, nesneldir (Iwarsson ve Stahl, 2003, s. 61).

Engellilere yönelik turizm çeşidi ile ilgili çok sayıda çalışma yapan Darcy, bazı çalışmalarında (Darcy 2006; Darcy ve Dickson 2009; Darcy ve Buhalis, 2011a) bu turizm

çeşidini tanımlama konusu üzerinde hassasiyetle durmuştur. Ayrıca turizmle ilgili faaliyetleri de aynı sıfatı kullanarak ifade etmiş, böylece bir kavram ve kapsam tutarlılığı oluşturmuştur. Bu kavramlara örnekler, *accessible environment* ve *accessible destination experience* (Darcy ve Dickson, 2009), *accessible rooms* (Darcy, 2010; Darcy ve Pegg, 2011), *accessible accommodation information* (Darcy, 2011; Darcy ve Pegg, 2011), *accessible experiences* (Small, Darcy ve Packer, 2012).

Darcy'nin de kullandığı “*accessible tourism*” ifadesi, 2005 yılında düzenlenen bir uluslararası konferansta da aynı şekilde kullanılmıştır. Darcy (2006), 2005 yılında Tourism Australia'nın bu turizm çeşidini “niş deneyim” olarak tanımlamasından sonra, bu alanda yapılacak çalışmaları yönlendirmesi için ilk olarak 2006 yılında bu kavramı tanımlamıştır. Tanım, kolay erişim pazarları (*easy access markets*), sürekli gidiş yolu (*continuous pathway*) ve evrensel tasarım kavramları temel alınarak oluşturulmuştur (Darcy ve Dickson, 2009). Daha sonra bu tanım, “engelli kişiler” sözcüğü yerine “erişim gereksinimleri olan kişiler” kavramının kullanılması ve gerekliliklerin ortaya koyulması (hareket, görme, işitme gereklilikleri ve bilişsel gereklilikler) şeklindeki değişikliklerle güncellenmiştir (Darcy ve Dickson, 2009, s. 34). Son olarak, 2011 yılındaki en son tanımdaki ekleme ise, “*accessible tourism*”’in paydaşlar arasındaki işbirlikçi süreçleri içeren bir turizm çeşidi olmasıdır (Darcy ve Buhalis, 2011a, s. 10).

Dünya Sağlık Örgütü de, “özür (ya da engel)” kavramını yeniden tanımlayarak, bunun bireysel bir özellik olmadığını, birey-çevre ilişkisinden doğan bir olgu olduğunu kabul etmiştir. Ayrıca 1999 yılında, toplumsal boyutları da içeren “katılım kısıtlanması” (*participation restriction*) terimini kullanmaya başlamıştır (Iwarsson ve Stahl, 2003, s. 62). Günümüzde de kullanılmakta olan uluslararası işlevsellik sınıflandırması (*ICF – International Classification of Functioning*) kontrol listesi, birinci bölümde bireyin durumunu tanımlayan, ikinci bölümde ise çevrede engel oluşturan unsurları içermektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2014).

Tanımların evriminden ve uluslararası pratiklere yönelik rehberlerden de görüldüğü üzere, “engel” sözcüğünün kullanımı ortadan kaldırılarak, özel gereksinimleri olan bir kitle ve çeşitli paydaşlardan oluşan bir süreçler sistemi ifade edilmektedir. Böylece bir niş pazar olarak özel gereksinimleri olan yeni bir pazar bölümü genel hatlarıyla ortaya koyulmaktadır.

Türkiye’de Erişilebilir Turizm Kavramı

Türkiye’de ulaşılabilir turizm (Tütüncü ve Aydın, 2013) veya erişilebilir turizm (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013) kavramını kullanan akademik çalışmalar ile resmi belgeler mevcuttur. İzmir ve Bursa Belediyelerinin erişilebilir turizmi geliştirmeye yönelik projeler yürüttükleri bilinmektedir. Engelli bireyler için yerel yönetimlerin toplu taşıma odaklı çalışması üzerine bir başka yayında da (Fırat, 2009), “ulaşılabilirlik” ve “taşınabilirlik” kavramları ile ulaşım temalı ifadeler kullanılmıştır.

“Ulaşmak” ve “erişmek” sözcüklerinin etimolojik incelemesi yapıldığında ise, birincisinin “ulamak” fiilinden türeyen “buluşmak, yanına varmak” anlamına gelen ve 11.yüzyıldan beri kullanılan bir fiil olduğu görülmektedir (Nişanyan Sözlük, 2014a). Diğeri ise, “olmak” anlamındaki “ermek” fiilinden türemiştir ve “ulaşmak, varmak” anlamında 14. yüzyıl öncesinden beri kullanılmaktadır. Sözcüğün özgün anlamı “olmak” olmasına rağmen, Türkiye Türkçesi’nde “varmak” anlamı ağır basmıştır (Nişanyan Sözlük, 2014b).

Türk Dil Kurumu tarafından yapılan tanımlara göre ise, her iki sözcük birbirini açıklamakla birlikte, ulaşmak, “varmak, gelmek” (Türk Dil Kurumu, 2014a); erişmek ise “bir amaca varmak, olgunlaşmak” (Türk Dil Kurumu, 2014b) olarak da açıklanmıştır. Son olarak, Türkiye Bilimler Akademisi, İngilizce karşılığı *accessibility* olan “erişilebilirlik” kavramını tanımlamış ve “bir taşınmaza, yerleşim yerine, sunulan kamu hizmetlerine, internet noktasına erişme olanağı, varış kolaylığı” olarak açıklamıştır (Türkiye Bilimler Akademisi, 2011).

Türkiye’de Engelli Bireylerin Kavrama Yönelik Görüşleri

Engelli bireylere yönelik ürün, hizmet, sunum ve faaliyetleri kapsayan turizm çeşidini ifade edecek en uygun kavramı bulma ve önerme konusundaki çalışmanın, hedef kitlenin konu hakkındaki görüşlerini alarak sonuçlandırılması, çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğine katkıda bulunacaktır. Çalışmanın bu kısmı için, hedef kitle görüşüne başvurulmuş ve bu amaçla yaklaşık 70 bin üyesi olan Engelliler.biz blogunda bir tartışma açılmıştır. “*Engelsiz Turizm ifadesi yerine başka bir ifade olabilir mi? Örnek: erişilebilir ya da ulaşılabilir turizm*” sorusu yöneltilerek, bu konuyla doğrudan ilgili bireyleri görüşlerinin alınması hedeflenmiştir. Sorunun bu şekilde sorulmasının nedeni, araştırmacının Urban (2004) ile aynı fikirde olması ve olumsuz anlam içeren bir sözcük yerine olumlu anlam içeren bir sözcük bulma çabasıdır. Bu mesaja toplam sekiz adet geri dönüt olmuştur. Tartışma birkaç kez yinelenmiş olmasına rağmen, geri dönüt sayısında bir artış olmamıştır. Yine de, hedef kitlenin görüşlerini yansıttığı ve araştırmacı tarafından dikkate değer bulunduğu için, bu geri dönütler incelenmiş ve çalışmaya eklenmiştir.

Alınan sekiz geri dönüt içerisinde, sorunun yanıtını kapsamlı olarak açıklayan ifadeler yer almıştır. Bu ifadelerde dikkat çeken nokta, toplumun bakış açısı üzerinde yoğunlaşmış olmalarıdır. Buna göre engeli yaratan, engelli bireyin kendisi değil, onu özel gereksinimleri ile kucaklamayan çevredir. Bu konuya örnek ifadeler aşağıda verilmektedir:

“...Otobüse biniyorsun, kimlik kartı gösteriyorsun, aaa engelli ya da engelsiz diye başlık atıyorlar, insan olarak görün, hiçbir engel kalmaz...”

Katılımcı 3

“Bana göre nasıl turizm olarak kullandıklarının bir önemi yok, benim durumum nasılsa değişmeyecek, burada asıl sorun, turizmde sakatlara yönelik düzenleme yapılabiliyor mu...”

Katılımcı 4

“... erişilebilirlik önemli bir kavram ancak algı olarak sadece fiziksel erişilebilirliği kapsıyor. Beldenin sosyolojik yapısı ve bakışı, toplumsal baskıyı, personelin yaklaşım ve tavırlarını nasıl tanımlayacaksınız...”

Katılımcı 6

Bunun yanında, iki katılımcının dışlayıcı bakış açısını kırmaya yönelik olarak “herkes için turizm” kavramını önerdikleri, bir katılımcının da “kolay turizmi” tercih ettiği görülmüştür. Bir katılımcı (Katılımcı 5), İngilizce karşılığından yola çıkarak ve turizmin bir boyutu olduğunu vurgulayarak, “ulaşılabilir turizm” kavramını daha uygun olarak nitelemiştir. İki katılımcı, içinde engel sözcüğünün bulunduğu herhangi bir ifadeyi beğenmediklerini, ya “*estetik ve anlam açısından hoş gelmeyen kelime oyunları*” (Katılımcı 1) ya da “*inkar psikolojisi*” (Katılımcı 2) olarak anladıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcı 1 ve 2 tarafından dile getirilen bu ifadeler, engel üzerine söylemleri doğrulayıcı özelliktedir. Çünkü engelli olmaya ilişkin etiketleme söyleminde, bireyin fiziksel özellikleri değil, engelli bireyin günlük etkileşimlerinde ortaya çıkan açık ya da gömülü anlamlar vurgulanmaktadır (Burcu, 2006, s. 71). Bu vurgu, çoğunlukla engelliler tarafından net olarak anlaşılmaktadır.

Üç katılımcı (Katılımcı 1, 2 ve 8) net olarak “erişilebilir turizm” kavramını uygun gördüğünü belirtmiş, iki katılımcı (Katılımcı 5 ve Katılımcı 6) önerdikleri diğer ifadelerle birlikte “erişilebilir turizm” kavramının da kullanılabileceğini belirtmiştir.

SONUÇ

Akademik ve pratik alanda ortak bir dil oluşturmak için üzerinde anlaşılabilecek en uygun kavramın hem, anlatılmak isteneni tam olarak ifade etmesi, hem de hedef kitlenin bu kavramı kabul ederek olumlu karşılması gerekmektedir. Bu çalışma, Darcy’nin “*accessible tourism*” kavramının Türkçe dilinde “erişilebilir turizm” şeklinde çevrilebilecek ifadesini, engellilere yönelik turizm çeşidini ifade eden en uygun kavram olarak önermektedir.

Dünyada akademik ve pratik yaşamda (örnek: *ENAT – European Network for Accessible Tourism*; *SATH – Society for Accessible Travel & Hospitality*) erişilebilirlik temelinde yaygın olarak kullanılan ve bu konuda çok sayıda çalışmalar yapan Darcy’nin önerdiği kavram için, Türkçe dilinde henüz bir ortak kullanım oluşmamıştır. Bununla beraber, merkezi ya da yerel yönetimler tarafından yürütülen bazı projelerde “erişilebilir turizm” kavramının kullanıldığı görülmektedir.

Hedef kitlenin kavram hakkında görüşleri incelendiğinde, “engel” sözcüğünün, araştırmacının ve Urban’nın da (2004) belirttiği gibi, olumsuz bir anlam vermekte olduğu ve bu nedenle “engelsiz turizm” kavramının tercih edilmediği görülmektedir. Nitekim, Darcy’nin çalışmalarında ve Dünya Sağlık Örgütü’nün önerdiği terimlerde de görüldüğü gibi dünyada “engel” sözcüğünün kullanımı bırakılmaya başlanmıştır. Bu durum, engelli

bireylere yönelik turizm çeşidinin isimlendirilmesinde bu sözcüğün kullanılmaması gerektiği konusundaki görüşü desteklemektedir.

“Erişilebilirlik”, hem Türkiye Bilimler Akademisi tanımında, hem de Darcy ve Buhalis (2011a) tarafından önerildiği üzere, fiziksel ulaşımın ötesinde bir anlam ifade etmektedir. Çünkü, engellilerin turizm ürün ve hizmetlerinden yararlanması ile ilgili yaşadıkları en önemli sorunlardan biri de doğru ve yeterli bilgi elde edememeleridir. Bu nedenle, bu bilginin, engellilerin kullanabilecekleri içerik ve şekilde sağlanması, onların bu ürün ve hizmetlere erişimini kolaylaştıracaktır. Bunun yanında, özür veya kusur odaklı tıbbi ve kişisel bir kavram olan “özürlü/sakat” sözcüğünden, dışsal ve toplumsal boyutları da kapsayan “engelli” sözcüğünün gelişmesi ve “engel” sözcüğünün de bırakılarak erişim gereksinimlerinden bahsedilmesi, erişilebilir turizmin tutumlara yönelik toplumsal ve kültürel boyutlarını da oluşturmaktadır.

Etimolojik ve sözlük incelemeleri de, “erişilebilir” ifadesinin en uygun sözcük olduğunu göstermektedir. Bu sözcük, fiziksel olarak bir şeye yaklaşmanın ötesinde, Eichorn ve Buhalis’in (2011) belirttiği gibi doğru bilgi edinme, toplumsal olarak eşit kabul edilme ve toplumsal hizmetlerden yararlanma ve ayrıca arzu edileni gerçekleştirme gibi anlamları karşıladığından, içlemsel anlamı bakımından daha güçlü görünmektedir. Erişilebilir turizm, evrensel tasarım yanında, engelliliğin çeşitlerini ve derecelerini, destek gereksinimlerini ve ürün – hizmet sağlayıcıları dikkate almayı gerektiren çok boyutlu ve karmaşık bir turizm çeşididir (Eichhorn ve Buhalis, 2011). Engelli bireylerin erişim gereksinimleri, engelinin çeşidi ve derecesine göre, sürekli gidiş yolu, dolaşım alanı, uzman ve donanım, müşteri hizmetleri tutumu, yol bulma sistemleri, bilgi sistemleri boyutlarında ortaya çıkmaktadır (Darcy ve Buhalis, 2011b). Tercih edilen kavramın, tüm bu boyutlara karşılık gelen içeriğe sahip olması gerekmektedir.

Tüm bu nedenlerle çalışma sonucunda, “erişilebilir turizm”, engellilere yönelik turizm çeşidini ifade eden en uygun kavram olarak önerilmektedir. Böylece ortak bir kavram oluşturulması sorusu tartışmaya açılmış olup, bu sorunun yanıtlanması için ilgili kavramların çözümlenmesi ve kavram birliğinin sağlanması teşvik edilmektedir. Iwarsson ve Stahl’ın (2003) da belirttiği gibi kavramsal kullanımların eleştirel bir şekilde gözden geçirilmesi, olumlu gelişme için zorunludur ve yeni öneriler tartışmaları teşvik etmektedirler. Bu çalışma ile akademik ve pratik alanlarda Türkiye’de bu turizm çeşidinin geliştirilmesinin temeli olarak, isimlendirme sorununa bir çözüm bulunması gerektiğini hatırlatmakta ve kavramsal bir tartışmayı başlatmaktadır. Çalışmanın diğer amacına yönelik olarak da nedenleri ile ortaya koyularak bir öneride bulunulmuştur.

Çalışmanın en önemli kısıtı, alanında uzman toplum ve dil bilimi araştırmacılarının desteğinin alınmamış olmasıdır. Bir diğer kısıt ise, hedef kitlenin görüşlerinin daha geniş bir katılımcı grubu temelinde alınmamış olmasıdır. Daha kapsamlı olarak yapılacak çalışmalar, “engel” sözcüğünün tüm alanlarda kullanılmasını kaldırarak, bütünleştirici bakış açısının yayılmasına da katkıda bulunabilecektir. Kavramsal olarak bir tartışma açan

bu çalışmanın, bundan sonraki araştırmalara, bu kısıtların giderilmesi ve “engel” sözcüğü yerine seçenekler yaratılması yönünde esin kaynağı olması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Burcu, E. (2006). Özürlülük kimliği ve etiketlemenin kişisel ve sosyal söylemleri. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 23(2), 61-83.
- Darcy S. (2006). *Setting a research agenda for accessible tourism*. Sydney, Avustralya: Sustainable Tourism Cooperative Research Center.
- Darcy S. (2010). Inherent complexity: disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31, 816-826.
- Darcy S. (2011). Developing sustainable approaches to accessible accommodation information provision: a foundation for strategic knowledge management. *Tourism Recreation Research*, 36(2), 141-157.
- Darcy, S. ve Buhalis, D. (2011a). Introduction from disabled tourists to accessible tourism. D. Buhalis ve S. Darcy (Ed.), *Accessible tourism: concepts and issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Darcy, S. ve Buhalis, D. (2011b). Conceptualising disability. D. Buhalis ve S. Darcy (Ed.), *Accessible tourism: concepts and issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Darcy S. ve Dickson T.J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: the case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 32-44.
- Darcy S. ve Pegg S. (2011). Towards strategic intent: perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 468-476.
- Dünya Sağlık Örgütü (2014). ICF Checklist [<http://www.who.int/classifications/icf/training/icfchecklist.pdf?ua=1>] (Erişim 26.09.2014).
- Eichhorn, V. ve Buhalis, D. (2011). Accessibility: a key objective for the tourism industry. D. Buhalis ve S. Darcy (Ed.), *Accessible tourism: concepts and issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Fırat, S. (2009). Engelsiz bir kent tasarlamada yerel politikaların önemi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 20(2), 57-68.
- Iwarsson, S. ve Stahl, A. (2003). Accessibility, usability and universal design – positioning and definition of concepts describing person-environment relationships. *Disability and Rehabilitation*, 25(2), 57-66.
- Kotler, P., Bowen, J.T. ve Makens, J.C. (2010). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: Prentice Hall.
- Küçükbezirci, Y. (2013). Kişilerarası iletişimde edimbilimin önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, 137-142.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013). *2013 yılı ulusal destinasyon belirleme yarışması başvuru rehberi*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Nişanyan Sözlük (2014a). [<https://www.nisanyansozluk.com/?k=ula%C5%9Fmak&x=0&y=0>] (Erişim 10.08.2014).
- Nişanyan Sözlük (2014b). [<https://www.nisanyansozluk.com/?k=eri%C5%9Fmek&x=0&y=0>] (Erişim 10.08.2014).
- Online Etymology Dictionary (2014a). [http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=accessible&searchmode=none] (Erişim 10.08.2014).
- Online Etymology Dictionary (2014b). [http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=access&searchmode=none] (Erişim 10.08.2014).
- Özlem, D. (2010). *Bilim felsefesi*. İstanbul: Notos Kitap.
- Small J., Darcy S. ve Packer T. (2012). The embodied tourist experiences of people with vision impairment: management implications beyond visual gaze. *Tourism Management*, 33, 941-950.
- Türk Dil Kurumu (2014a). [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5404615c49e124.72730911] (Erişim 10.08.2014).
- Türk Dil Kurumu (2014b). [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.540462526b0565.69458632] (Erişim 10.08.2014).
- Türkiye Bilimler Akademisi. (2011). *Türkçe bilim terimleri sözlüğü*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 261-263.
- Urban, H. (2004). *Positive words, powerful results*. New York: Simon & Schuster Inc.
- Yıldırım, C. (2010). *Bilim felsefesi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

TURİZMİN DİSİPLİNER GELİŞİMİNDE İNTİHAL ENGELİ: TURİZM ALANINDAKİ LİSANSÜSTÜ TEZLERDE (2012-2014) YAPILAN ATIFLAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sertaç SERT

*Arş. Gör., Gaziosmanpaşa Üniversitesi
sertac.sert@gop.edu.tr*

ÖZET

Türkiye’de turizm alanında kabul edilen lisansüstü tezlerde doğrudan alıntılar dolaylı alıntıymış gibi verildiği gözlenmektedir. Bir intihal çeşidi olan bu durum hakkında bilgiler verilmiş ve bahsi geçen gözlemi test etmeye, seviyesini ve genellenabilirliğini tespit etmeye yönelik 2012-2014 yılları arasında kabul edilmiş 191 tezdən elden edilen 573 atıf analiz edilmiştir. Dolaylı alıntı gibi verilen metinlerdeki kelimelerin % 65.45’inin kaynaktaki özgün metinle birebir aynı olduğu belirlenmiştir. Bu durumun doktora tezlerine nazaran yüksek lisans tezlerinde daha fazla olduğu ve kabul edildiği yıl daha yeni olan tezlerde daha az olduğu anlaşılmıştır. Yapılan intihal fiillerine ve elde sonuçlara göre öneriler de geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Turizm, Tez, İntihal, Doğrudan alıntı, Dolaylı alıntı*

GİRİŞ

Bir problem çözme yöntemi olarak bilim (bilimsel araştırmalar) (Karasar, 2010), bir çok alanda olduğu gibi turizm yazınında da niceliksel ve niteliksel olarak artmakta ve gelişmektedir. İlgili yazında turizm ile ilgili gerek geniş bir bakış açısıyla, disiplinlerarası veya çok disiplinli araştırmalar gerekse *spesifik* çalışmalar yapılmaktadır. Bu araştırmalar alan yazınının disiplinler gelişiminde en büyük rolü üstlenmekte olup, hem ulusal hem de uluslararası boyutta tez, makale (hakem denetimli) ve bildiri olarak bilim camiasına kazandırılmaktadır. Klasik bilim felsefesine göre (Burada Kuhn’un (2010) ‘bilim devrimlerle ilerler/gelişir’ anlayışına atıfta bulunmak gerekir. Bu anlayışın genel olarak kabul edildiği varsayıldığında, bilimsel bir devrimin yapılabilmesi için de, bir bilgi birikimiyle oluşturulmuş “paradigmanın” ve/veya “normal bilimin” var olması gerekir.) bilim birikimlidir, birikimle ilerler. Dolayısıyla her araştırma daha önceki araştırmalara göre şekillenir, gerçekleştirilir ve yorumlanır. “Eğer yapabiliyorsan bulguları birleştir; eğer yapamıyorsan onları karşılaştı” sözü (Akgöz, Ercan ve Kan, 2004, s. 112) bu durumu güzel ifade etmektedir. Aynı zamanda yazarların metin üretimleri ve yorumlamalarından da faydalanılır. Söz konusu faydalanmalar doğrudan ve dolaylı olmakla birlikte, hem yöntem hem de ifade ediliş biçimleri tamamen farklıdır. Doğrudan alıntı, “esas kaynaktaki metnin cümlelerinde hiçbir değişiklik yapmadan” kullanılan metin, dolaylı alıntı ise yazarın “bir kaynaktaki bilgileri kendi üslubu ve dolayısıyla kendi cümleleriyle ifade etmesi”dir (Dinler, 2006, s.110, 118). Dolaylı alıntılar, kaynak gösterme, atıf veya referans verme olarak, doğrudan alıntılar da iktibas ve doğrudan aktarma olarak adlandırılmaktadır. Atıf ve alıntılarının biçimsel ve yöntemsel açıdan nasıl olması gerektiği dergilerin yazım kurallarında ve enstitülerin tez yazım kılavuzları/yönergeleri gibi yazılı

metinlerde bulunmaktadır. Bir kişinin başkasına ait olan metnin, tamamını ya da bir kısmını kendi çalışmasında belirtilen kuralları ihlal ederek kullanmasının her çeşidi intihal (aşırma) olarak sayılmakla birlikte, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) (2014) tarafından 7 kategori altında incelenen etiğe aykırı eylemlerden bir tanesidir.

Doğrudan alıntılar, her tez yazım kılavuzunda değişiklik olabilmekle beraber genellikle görece soldan daha fazla girintili, satır aralığı daha az olacak şekilde blok olarak yazılır. Bunun ilk nedeni söz konusu cümlelerin yazarın kendisine ait olmadığına beyan edilmesi gerekliliğindendir ve ayrıca bir doğrudan alıntının metin içinde kolay anlaşılabilmesi ve yazarın kendine ait cümlelerinden kolay ayırt edilebilmesi için yapılmaktadır. Bu çalışmanın yazarı tarafından, akademik çalışma zamanlarında okuduğu eserler ve yaşadığı kişisel tecrübeleri ve izlenimlerinde turizm alanında yazılan bazı yüksek lisans ve doktora tezlerinde yapılan birkaç alıntının (iktibas), atıf verilerek, ancak tırnak içinde olmadığı veya kendine ait metinden daha farklı biçimde yazılmadığı tespit edilmiştir. Belirtilen biçimlerde yazılmamış olması, metnin yazara ait olduğunu anlamına gelmektedir ancak diğer taraftan metnin tamamı, birebir atıf verilen yazara aittir. Kaynak göstermenin amacı araştırmacının savunduğu görüşleri desteklemek, doğruluk ve güvenilirliğiyle alakalı okuyucuya kontrol etme imkânı sağlamaktan (Seyidoğlu, 1997) uzaklaşmaktadır. Bu durum gerek bilimsel açıdan, gerek etik ve ahlaki açıdan, gerekse hukuki açıdan büyük ve önemli bir sorun oluşturmaktadır. Bu şekilde belirtilen metinler de intihale girmekle beraber, bu çalışmada intihal sorununu ortaya koymak, tartışmaya açmak, konuya dikkat çekmek ve çözüm önerileri geliştirmek amaçlanmıştır. Söz konusu intihalin ne kadar genellenebilir olduğu, intihallere ait birtakım niceliksel özellikler ile karşılaştırılarak incelenmiş ve durum tespiti yapılmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu durum tezin türüne ve yılına göre farklılık göstermekte midir? sorusuna da yanıt aranmıştır.

İntihal kavramı ve intihale sebep olacak fiiller anlatılmaya çalışılmış ancak doğrudan ve dolaylı alıntının nasıl yapılması gerektiği konusuna bu çalışmada yer verilmemiştir. Nasıl olması gerektiğinden çok (ki birtakım özel biçimsel kurallar üniversitelere hatta aynı üniversitenin farklı enstitülerine göre farklılaşmaktadır), nasıl olmaması gerektiği üzerinde durulmuştur.

İNTİHAL (AŞIRMA)

İntihal kavramı TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesinde (2014) etiğe aykırı eylem olarak belirtilmiş ve “başkalarının fikirlerini, metotlarını, verilerini, uygulamalarını, yazılarını, şekillerini veya eserlerini sahiplerine bilimsel kurallara uygun biçimde atıf yapmadan kısmen veya tamamen kendi eseriymiş gibi sunmak” olarak tanımlanmıştır. Türk Dil Kurumu da (TDK) (2014), “başkalarının yazılarından bölümler, dizeler alıp kendisininmiş gibi gösterme veya başkalarının konularını benimseyip değişik bir biçimde anlatma” olarak tanımlamıştır. Bir başka tanımda ise intihal, “uygun biçimde atıfta

bulunmadan başka birisinin çalışmasını kopyalamak ya da kendine mal etmek, kendi eseri gibi göstermektir” (Glossary, 2014).

İntihalin çeşitleri, yapılan tanımlamalar tarafından kapsanamayacak kadar fazladır. Tanımlarda en fazla iki veya üç çeşidine yer verilen intihalin, ilgili yazın incelendiğinde birçok çeşidi olduğu görülmektedir. Örneğin her tanımda “başkasının ait” ifadesi ile karşılaşılmaktadır. Ancak kişinin kendine ait bir eserden de intihal yapması mümkündür. Yazarın daha önce üretip yayınladığı/sunduğu eserini, yeni bir esermiş gibi göstererek yayınlaması/sunması da intihaldir. Her ne kadar üretilmiş bir eserin yayınlaması için telif hakkının yayınlanan mecraya devredilmesi gerekmekte ve devrinden sonra sahiplik ilgili mecraya geçse de, bu intihal çeşidi kendi kendine intihal olarak adlandırılmaktadır (What is plagiarism, 2014).

Birtakım intihal çeşitleri bazı kaynaklar tarafından farklı tabirler ile adlandırılmaktadır. Bu nedenle intihalin çeşidi olarak bahsedilen durumun kavram olarak verilmesi ile beraber açıklanmasında da fayda vardır. İntihale sebep olacak fiiller aşağıda sıralanmıştır. Parantez içindeki terimler Type of plagiarism (2014) ve Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü (2014) tarafından üretilmiştir.

1. Başkasının çalışmasının kelime kelime aynı olacak şekilde kendinin gibi sunmak (“Klonlama”, “Hayalet Yazar”),
2. Tek bir kaynaktan çok önemli bir miktarda metin kopyalamak (“CTRL + C”, “Fotokopi”),
3. Bir takım anahtar kelimeleri ve kelime gruplarını değiştirerek (eş anlamlılarını veya yabancı kökenli kelimeleri kullanarak, kelimelerin yerlerini/sıralarını değiştirerek, kısaltma kullanarak vs.) kullanmak (“Bul – Değiştir”, “Paraphrasing”, “Potluck Paper”),
4. Kaynak doğru olarak gösterilse bile birebir kopyalanmış metni tırnak içinde yazmayarak, metnin özgünlüğünü ve yorumu kendine mal etmek,
5. Yazarın kendine ait önceki çalışmasını, orijinal bir esermiş gibi yeniden kullanması (“Geri Dönüşüm”, “Kendi Kendine Çalmak”),
6. Birçok kaynaktan yapılan kopyalamaları karıştırarak metin elde etmek (Karışım),
7. Bir çalışmanın çok fazla doğrudan alıntıya sahip olması nedeniyle hiç özgün olmaması (Toplayıcılık),
8. Yanlış veya eksik kaynak (Aktif olmayan veya var olmayan internet sayfaları ve diğer eserler) vermek (Types of plagiarism, 2014; Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü, 2014, s. 12-15; Bademci, 2007, s. 180-182).

İntihal, çeşitlerine dair açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, kaynağını göstererek de göstermeyerek de yapılabilir. Bu çalışmada incelenen intihal çeşidi kaynak gösterilerek yapılan 4. maddededir.

Dünya genelinde bir problem olan (Gunnarsson, Kulesza ve Pettersson, 2014) ve gittikçe artan (Park, 2003) İntihal, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (2014: madde 71) çerçevesinde suç teşkil etmekte olup (Yaman, 2010) , üniversite çalışanlarına

Yükseköğretim Kurumları Yönetici, Öğretim Elemanı ve Memurları Disiplin Yönetmeliği (2014: madde 11) gereği disiplin cezası verilmesini gerektirecek bir davranıştır. Her ne kadar “dosya paylaşımının kutsal bir erdem olduğunu savunan”, “bilgiyi özgürce kopyalama yanlısı ve lisans karşıtı olan” ve İsveç Devleti tarafından resmen tanınan “Kopimizm” adında bir “din” olsa bile (Vikipedi, 2014), İnsan hakları Evrensel Beyannameyiyle herkese “yarattığı, her türlü bilim, edebiyat veya sanat eserlerinden mütevellit manevi ve maddi menfaatlerin korunması hakkı” tanınmıştır (Birleşmiş Milletler, 2014).

İntihal yapma konusunda skandal niteliğinde birçok akademisyen hakkında iddiada bulunulmuş, bu iddialar yargıya intikal etmiş ve Türk ulusal basınında geniş yer almıştır. Tüm tarafları açısından son derece önemli olan intihal konusunda ve alıntı kuralları ile ilgili Dinler (2006, s. v) kitabında ayrı bir bölüm ayırmakla beraber önsözünde konuya şu cümlelerle ayrıca dikkat çekme gereği duymuştur: “Bilimsel araştırma yapanların özellikle sağlıklı olarak bilmeleri gereken bir konu, herhangi bir kaynaktan dolaylı aktarma yaparken, *bilimsel hırsız durumuna düşmemeleridir*. Bunun için, doğrudan alıntının ve dolaylı alıntının nasıl yapılacağını sağlıklı bir şekilde bilmeleri gerekir.”. İntihalin hukuki boyutuyla ilgili olarak yargı kararlarına istinaden, Türk ulusal basınında genel olarak “intihal suç olmak çıktı” cümlesine benzer başlıklara yapılan haberlere de değinmek gerekir. Bahsi geçen haberde intihal fiilinden, üniversitesi tarafından “meslekten çıkarma” ile cezalandırılan şahsın Danıştay’a yapmış olduğu itiraz sonucunda haklı bulunması yer almaktadır. Danıştay’ın bu kararı intihali suç olmaktan çıkartmış olduğu anlaşılmaktadır. Ancak Danıştay gerekçeli kararında sadece usulen bu cezanın yanlış olduğunu, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu ve 657 sayılı Devlet Memurları Kanununda bu cezaya ilişkin bir düzenlemenin bulunmamasını işaret etmektedir (Dağlıoğlu, 2013). Basına yansıyan diğer haberlerde hukuki açıdan dikkat çeken bir diğer nokta, Yükseköğretim Kuruluna (YÖK) bağlı Yüksek Disiplin Kurulu’nun, gerçekleşmesinin üzerinden 2 yıl geçmiş intihal vakalarına zaman aşımı gerekçesiyle ceza vermemesidir (E-Haber Ajansı, 2014). Kurul’un vermiş olduğu karardaki zaman aşımı gerekçesi, ilgili yönetmeliğin 19. Maddesinde bulunmaktadır (Yükseköğretim Kurumları Yönetici, Öğretim Elemanı ve Memurları Disiplin Yönetmeliği, 2014).

İlgili Araştırmalar

İntihal, ilgili yazında daha çok bilim etiği kapsamında kavramsal olarak ele alınmıştır. İntihalin veri temelli veya örnek olay olarak incelendiği araştırmalar ise daha çok Türk dili ve edebiyatı alanında ve öne çıkan eserler üzerinde yapılmıştır.

Turizm ile ilgili tezler veya bilimsel araştırmalarda intihal kavramını inceleyen çalışmaya ulaşılamamıştır. Turizm alanındaki lisansüstü tezler (Konusu pazarlama olanlar) Kozak (2001) tarafından biyo-bibliyografik olarak incelenmiştir. Diğer alanlarda kabul edilen tezler ise yöntemsel hataları açısından incelenmiştir. Turizm alanındaki makaleler üzerinde bu tür bir çalışma Erdoğan (2001) tarafından yapılmıştır. Makalelerdeki özellikle yöntem

açısından olmak üzere, başlık, amaç, önem ve sonuç ile ilgili metinlerin kurgusu ve ifade edilişi bakımından hatalara dikkat çekilmiştir. Aynı şekilde diğer bilim/sanat dallarında makaleler ve tezlerdeki yöntemle dair hatalar üzerine çalışmalar yapılmışken, kuramsal çerçeve altında üretilen metinlerdeki atıfların incelendiği çalışma bulunamamıştır.

YÖNTEM

Araştırma kapsamında, sorunun güncel olduğu varsayımından hareketle 2012-2014 yılları arasında, Turizm İşletmeciliği, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ve Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dallarında kabul edilen ve YÖK Yayın ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi'nin (2014) internet sayfasında izinli/çevrimiçi erişime açık olan 191 adet yüksek lisans ve doktora tezinde yapılan atıflar incelenmiştir.

Her tezdeki atıf sayısının ölçülmesi mümkün olamadığından, ortalama olarak 200'er atıf yapıldığı varsayılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın nüfusu 38200 olarak düşünülerek bu sayı üzerinde örneklem alma yoluna gidilmiştir. Nüfus 10000'den fazla olduğundan dolayı sınırsız kabul edilmiş ve örneklem formülü ile incelenmesi gereken atıf sayısının % 95 güven aralığında en az 384 olduğu anlaşılmıştır (Özdamar, 2001'den aktaran: Ural ve Kılıç, 2006, s. 47). Her tezden 3 adet atıf olmak üzere toplamda 573 atıf incelenmiştir.

Tırnak işareti içine alınmamış veya soldan girintili bloklanmamış şekilde, diğer bir ifadeyle tezin yazarı tarafından dolaylı alıntı olduğu belirtilen atıflardan, kaynağı Türkçe yazılmış makale, tez, bildiri veya internet sayfası olanlar araştırmaya dâhil edilmiştir. Ulaşma zorluğu yaşanabileceğinden dolayı kaynağı kitap olan atıflar dikkate alınmamıştır. Yapılan atıfların kaynaklarına internet ortamında ulaşılmıştır. Atfın metni ile belirtilen kaynağın metni karşılaştırılarak cümle sayısı, kelime sayısı ve aynı olan kelime sayıları veri olarak elde edilmiştir. Her tezde incelenen 3 atıf, rastgele bir sayfa açılarak seçilmiş ve örneklemde rastgelelik (Karasar, 2010) sağlanmaya çalışılmıştır. Ölçütlere uymayan veya kaynağına internet ortamında ulaşamayan bir atıf olduğunda, yeniden rastgele bir seçim yapılmıştır.

Atıf verilen metindeki kelimelerin, kaynaktaki ile birebir aynı olma sayıları tespit edilirken, aynı olan kelimenin özgün metnin herhangi bir yerinde geçmesi dikkate alınmamıştır. Birebir aynı olma ile kastedilen paragraf yapısının, kelime ve cümle kalıplarının ve yapılan vurguların aynı olmasıdır.

ANALİZ VE BULGULAR

Atıflardaki kelime sayıları MS Word yazılımıyla ölçülmüştür. Veriler önce el ile yazılmış, ardından MS Excel ile bilgisayar ortamında kaydedilmiştir. Atıf verilen metindeki kelimelerin, atfın kaynağındaki metnin kelimeleri ile aynı olma oranları yüzde olarak MS Excel yardımıyla hesaplanmıştır. Ardından veriler IBM SPSS 20 yazılımına aktarılmış ve frekans, yüzde, Mann-Whitney U ile Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır.

Tablo 1. İncelenen Tezlere Ait Bilgiler

Tezin Türü	<i>f</i>	%	Üniversite	<i>f</i>	%
Yüksek Lisans	167	87.4	Gazi Üni.	31	16.2
Doktora	24	12.6	Balıkesir Üni.	27	14.1
n	191	100	Düzce Üni.	18	9.4
			Çanakkale 18 Mart Üni.	16	8.4
Anabilim Dalı	<i>f</i>	%	9 Eylül Üni.	15	7.9
Turizm İşl. ve Otelcilik	81	42.4	İstanbul Üni.	12	6.3
Turizm İşletmeciliği	79	41.4	Akdeniz Üni.	12	6.3
Turizm İşletmeciliği Eğitimi	31	16.2	Sakarya Üni.	10	5.2
n	191	100	Anadolu Üni.	10	5.2
			Mersin Üni.	9	4.7
Danışman	<i>f</i>	%	Afyon Kocatepe Üni.	7	3.7
Yrd. Doç. Dr.	77	40.3	Adnan Menderes Üni.	6	3.1
Doç. Dr.	67	35.1	Muğla Sıtkı Koçman Üni.	5	2.6
Prof. Dr.	47	24.6	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni.	4	2.1
n	191	100	Mustafa Kemal Üni.	3	1.6
			Yaşar Üni.	2	1.0
Atıf Yapılan Kaynağın Türü	<i>f</i>	%	Atatürk Üni.	1	0.5
Makale	319	55.7	İzmir Kâtip Çelebi Üni.	1	0.5
Tez	168	29.3	Konya Necmettin Erbakan Üni.	1	0.5
İnternet	65	11.3	Gaziosmanpaşa Üni.	1	0.5
Bildiri	13	2.3	n	191	100
Kitap*	8	1.4			
n	573	100			
Kabul Edilen Yıl	<i>f</i>	%			
2012	93	48.7			
2013	74	38.7			
2014	24	12.6			
n	191	100			

*Kaynak olarak Türkçe yazılmış makale, tez, bildiri veya internet sayfası kullanmayan veya 3'ten az kullanan 4 tezde kaynağı Türkçe kitap olan toplam 8 atıf incelenmiştir.

Araştırmada incelenen atıflar büyük oranda yüksek lisans tezlerine (% 87.4) ait olup, danışmanlarının çoğu Yrd. Doç. Dr. unvanlıdır (% 40.3). İncelenen atıflarda kullanılan kaynaklar sıklık oranlarına göre makale, tez, internet, bildiri olarak sıralanmaktadır. Tezlerin kabul edildiği üniversitelerin dağılımında 20 farklı üniversite bulunmaktadır (Tablo 1.).

Tablo 2. Atıf Verilen Metin ile Kaynaktaki Metne Ait Veriler

Atıf Verilen Metnin Cümle Sayısı	Atıf Verilen Metnin Kelime Sayısı	Birebir Aynı Olan Kelime Sayısı	Birebir Aynı Olan Kelime Sayısının Yüzdesi (Ortalama Yüzde*)
1465	26271	19798	65.45

**Toplam kelime sayıları üzerinden hesaplanmamıştır. Her atıftaki kaynağındakiyle aynı olan kelime sayısının yüzdelerinin aritmetik ortalaması alınmıştır.*

Her tezden 3'er adet olmak üzere incelenen 573 atıf kapsamında, atıfların toplam cümle ve kelime sayıları hesaplanmıştır. Ayrıca atıf verilen metnin, kaynaktaki metin ile aynı olma yüzdesi hesaplanmış ve bu yüzdelerin aritmetik ortalaması alınmıştır. Buna göre atıfların, % 65.45 oranında kaynaktaki özgün metinle birebir aynı olduğu anlaşılmıştır (Tablo 2.).

Tablo 3. Kaynaktaki Özgün Metin İle Birebir Aynı Olan Kelime Yüzdelerine Ait Frekanslar

Birebir Aynı Olan Kelimelerin Yüzdesi	f	%
% 0	185	32.3
% 35.50 - % 99.17	89	15.5
% 100	299	52.2
n	573	100

İncelenen 573 atıfın 185'inde hiçbir kelime kaynaktaki özgün metin ile aynı değildir. Ancak diğer taraftan 299 atıftaki metnin tüm kelimeleri kaynaktaki metin ile birebir aynıdır (Tablo 3).

Birtakım atıflar kaynaktaki metin aynı şekilde yazılmıştır ancak sadece birkaç kelimesi değiştirilmiştir. Cümle ve paragraf yapısı ve ifade şeklindeki vurgular aynı şekilde korunmuştur. Bu şekilde yazılan metin de intihale girmekle birlikte birkaç kelime de olsa aynı olmayan kelimeler dikkate alınmıştır. Diğer taraftan birtakım atıflarda birkaç cümle birebir alındıktan sonra birkaç özgün cümlenin yazıldığı, ardından tekrar birebir cümlelerin alındığı gözlenmiştir. Bu tür atıflar nedeniyle birebire aynı olan kelimelerin yüzdelerine ait frekanslar ($f=89$) % 35.50 ile % 99.17 arasında değişmektedir ve Tablo 3'te bu şekilde belirtilmiştir.

Tablo 4. Atıfların, Kaynaktaki Özgün Metin İle Aynı Olma Yüzdelерinin Tezin Türüne Göre Farklılaşması

Tezin Türü	n	% (Ortalama)	Test Değerleri	
Yüksek Lisans	501	69,13	Mann-Whitney U	6544
Doktora	72	25,18	Anlamlılık	0,00

Atıfların, kaynaktaki özgün metin ile aynı olma yüzdelерinin, tezin türüne göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılabilmesi için Mann Withney U testi yapılmıştır. Kolmogorov Smirnov testi yapılarak verilerin normal dağılım göstermediği anlaşılmış ve parametrik olmayan bir test kullanılmıştır. Atıfların kaynaktaki özgün metinle aynı olma oranı yüksek lisans tezlerinde % 69.13 iken, doktora tezlerinde % 25.18’dir. Test sonuçlarına göre bu farklılığın anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0.01$) (Tablo 4.). Doktora tezi yazan araştırmacıların intihal hususunda, yüksek lisans tezi yazan öğrencilere göre çok daha dikkatli oldukları anlaşılmaktadır. Doktora programında alınan derslerin daha kapsamlı olması, doktora eğitiminin eğitim-öğretim hayatının en son ve en önemli programı olması ve doktora yapan adayların çok büyük bir çoğunluğunun “Doçent” unvanı almayı hedeflemesi ve bu hedefte doktora tezinin önemli rolünün olması bu durumu açıklamaktadır.

Tablo 5. Atıfların, Kaynaktaki Özgün Metin İle Aynı Olma Yüzdelерinin Tezin Yılına Göre Farklılaşması

Yıl	N	% (Ortalama)	Test Değerleri	
2012	279	69,36	Chi-square	19,662
2013	222	68,42	df	2
2014	72	41,09	Anlamlılık	0,00

Atıfların, kaynaktaki özgün metin ile aynı olma yüzdelерinin, tezin yılına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılabilmesi için aynı şekilde parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Atıfların kaynaktaki özgün metin aynı olma oranı 2012 yılına ait tezlerde % 69.36, 2013 yılına ait tezlerde % 68.42, 2014 yılına ait tezlerde ise % 41.09’dur. Test sonuçlarına göre bu farklılığın anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0.01$) (Tablo 5.). Bu durumda elde edilen bulgu ile incelenen intihal çeşidinin yıllara göre farklılık gösterdiği ve 2014 yılına ait tezlerdeki atıflarda daha az intihalin yapıldığı söylenebilir.

Ek olarak atıflar incelenirken başka tespitlerin yapılması imkânı da olmuştur. Genelleme iddiasında bulunmamakla birlikte birçok tezde kaynak gösterme hataları (metin içinde olup, kaynakçada olmayan kaynaklar, “aktaran” kullanmama, makalenin yayınlandığı

dergiye değil, internette bulunan web sayfasına atıf verilmesi) göze çarpmaktadır ve yok denecek kadar az sayıda tezde doğrudan alıntı (doğru yöntemle) kullanıldığı görülmüştür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, turizm tezlerinde kaynağı gösterilerek yapılan bir intihal çeşidi ele alınmıştır. Elde edilen bulgular ile yüksek lisans tezlerindeki atıfların büyük bir kısmında, doktora tezlerindeki atıfların küçük bir kısmında intihal yapıldığı, bununla beraber yapılan intihal oranlarının yıllara göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen % 65.45'lik aynı olma oranının anlamlı olup olmaması tartışmaya açık olmakla birlikte, bu bulgunun konuya olan dikkati çekmek açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Frekans vermek gerekirse 299 atıf (% 52.2) kaynaktaki özgün metin ile birebir aynıdır. 2014 yılına ait tezlerdeki atıflarda, 2012 ve 2013 yıllarına ait tezlerdeki atıflara göre çok daha az intihal olduğu görülmektedir. Bu bulgu intihalin yıllara göre azalma gösterdiğine ilişkin kanıt sayılamayacağı açıktır. Araştırma sadece 3 yıla ait tezlerle sınırlandırıldığı için ilişki testi yapılamamıştır. Ancak daha güncel tezlerde intihal oranının az çıkması olumlu bir durum olarak değerlendirilmelidir.

İntihal, bilmeyerek ya da istemeyerek yapmayla veya başka herhangi bir gerekçeyle meşrulaşmamaktadır. Yazarların çalışmada incelenen intihal çeşidini neden, nasıl ve hangi gerekçelerle yaptıkları bu araştırmanın kapsamı dışındadır. Bilerek ve isteyerek yapılmasına ilişkin gerekli hukuki yaptırımlara çalışmada yer verilerek konunun önemine ve hassasiyetine dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Dolaylı ve doğrudan alıntı hakkında kuralları ve intihale sebep olacak fiiller ile ilgili kanun ve yaptırımları bilmek ve uygulamak tamamen kişilerin kendi sorumluluğunda olmak beraber, bilmeden yapanların olma ihtimaline ilişkin, öneriler geliştirmekte fayda vardır. Ahlaki ve hukuki bir problem olmakla beraber aynı zamanda da bir eğitim problemidir (Gunnarsson ve diğerleri, 2014). Genç araştırmacılar bilimsel araştırma esnasında alıntıları nasıl yapacakları konusunda bilgisiz ve tecrübesiz olmaları nedeniyle oldukça fazla zorlanmaktadırlar (Dinler, 2006). Uzun, Karakuş, Kurşun ve Karaaslan (2007) tarafından yapılan bir çalışmada lisans öğrencilerinin neden intihal yaptığı incelenmiş ve en çok sebep gösterilen 5. madde intihalin hangi eylemleri kapsadığının bilinmemesi olmuştur. Sarlauskienė ve Stabingis'in (2014), lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin intihal algılarına yönelik araştırmasında, öğrencilerin % 30'u bir metnin "kelimesi kelimesine aynısını turnak işareti koymadan almak ancak kaynağa metin içi atıfta ve kaynakçada doğru bir şekilde vermek" ifadesini "bu bir intihal değildir" seçeneğiyle cevaplandırmışlardır. Öğrencilerin % 6'sı bu fiilin cezalandırılması gerektiğini düşünmektedir.

Birtakım üniversitelerin turizm alanındaki yüksek lisans ve doktora programlarında öğrenci odaklı olmak adına tüm derslerin seçmeli yapılması ve dolayısıyla Bilimsel Araştırma Yöntemleri dersini almadan da bir öğrencinin tez yazma aşamasına geçme ihtimalini doğurmuştur. Öneri olarak bu durumun ortadan kaldırılması ve metodolojiye ilişkin bir dersin zorunlu olması tüm taraflar açısından daha sağlıklı olacaktır. Bu derslerin

içeriğinde intihal konusuna yer verilmesi, rutin aralıklarla intihal üzerine seminer veya konferans etkinlikleri düzenlenmesi faydalı olacaktır. Sorunun lisans öğrencilerinde de olduğu varsayılırsa (Kurşun ve Karaaslan, 2007), söz konusu ders ve konuların lisans eğitiminde de işlenmesi, öğrenciler daha üniversiteye başlamadan uyum ve alıştırma etkinliklerinde intihal hakkında bilgilendirilmeleri yerinde olacaktır.

Makro açıdan bakıldığında, Danıştay'ın aldığı karar ile ilgili gerekli yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesinin, yönetmelikte geçen yaptırımların yasalarda da yer almasının ve YÖK Yönetici, Öğretim Elemanı ve Memurları Disiplin Yönetmeliği'ndeki 2 yıllık zaman aşımı hakkındaki maddelerin gözden geçirilmesinin, artan intihal vakalarının caydırıcı olması ve eser sahiplerinin haklarının korunması bakımından gerekli olduğu düşünülmektedir.

İntihal'in önlenbilmesi amacıyla internet arama motorları (McCullough ve Holmberg, 2005) ve bazı internet sayfaları kullanılmakla beraber bilgisayar yazılımları da geliştirilmiştir. Bu yazılımlardan bazıları Üniversiteler tarafından satın alınmakta hatta lisansüstü öğrenciler tezlerini bu yazılımlarla tarayıp aldıkları raporla (intihal oranına ilişkin) jüriye ve enstitüye sunmaktadır. Bu uygulamaların caydırıcılığı, intihalin engellenebilmesi açısından önem arz etmekle beraber yaygınlaşması da gerekmektedir.

Ayrıca turizmin disipliner gelişiminde uygulamalı çalışmalar önemli olmakla beraber kuramsal nitelikte çalışmalara, tartışmaya açık metin üretmeye de fazlasıyla ve her zaman ihtiyaç vardır. Gerard Piel'in "Yayinsız bilim ölüdür" (İnci, 2009, s. 71) sözü de bu duruma atıf yapmaktadır. Bu ihtiyacı giderme görevi başta lisansüstü öğrencilere ve akademisyenlere düşmektedir. Bilgi üretiminin, akademik niteliğin ve disipliner gelişim sürecinin önündeki en büyük engellerden biri olan intihalin yapılmaması, etik, bilimsel ve toplumsal açıdan önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgöz, S., Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Meta-analizi. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (2), 107-112.
- Bademci, V. (2007). *Ölçme ve Araştırma Yöntembiliminde Paradigma Değişikliği: Testler Güvenilir Değildir*. Ankara: Yeniyap Yayınları.
- Birleşmiş Milletler. (1948). İnsan Hakları Evrensel Beyanamesi. [URL: http://www.unicef.org/turkey/udhr/_gi17.html] (Erişim 01 Haziran 2014)
- Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü, (2014). *İntihal-Plagiarism*. [URL: <http://econ.boun.edu.tr/content/document/ec103/plagiarism.pdf>] (Erişim 02 Ağustos 2014)
- Dağhoğlu, E.C. (2013). İntihal artık suç değil mi?. *Agos Gazetesi*. [URL: <http://www.agos.com.tr/intihal-artik-suc-degil-mi-6270.html>] (Erişim 01 Haziran 2014)
- Dinler, Z. (2006). *Bilimsel Araştırma ve E-Kaynaklar*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları. Beşinci Baskı.

- E-Haber Ajansı. (2014). YÖK, 'İntihal' için 2 yıl 'zamanasımı' ölçüsü getirmiş. [URL:<http://www.e-haberajansi.com/politika/yok-intihal-icin-2-yil-zamanasimi-olcusu-getirmis-410020.html>] (Erişim 01 Haziran 2014)
- Erdoğan, İ. (2001). Sosyal Bilimlerde Pozitivist-Ampirik Akademik Araştırmaların Tasarım ve Yöntem Sorunları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 12, Güz, 17-34.
- Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu. (1951). T.C. Resmi Gazete, 5846, 13 Aralık 1951. [URL:<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.3.5846&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=>] (Erişim 06 Temmuz 2014)
- Glossary. (2014). [URL: <http://www.plagiarism.org/plagiarism-101/glossary/>] (Erişim 06 Temmuz 2014)
- Gunnarsson, J., Kulesza, W. J. & Pettersson, A. (2014). Teaching International Students How to Avoid Plagiarism: Librarians and Faculty in Collaboration. *The Journal of Academic Librarianship*, 40, 413-417.
- İnci, O. (2009). Bilimsel Yayın Etiği İlkeleri, Yanıtlmalar, Yanıtlmaları Önlemeye Yönelik Öneriler. *7. Ulusal Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık Sempozyumu*. 69-90.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. 21. Baskı.
- Kozak, N. (2001). Türkiye'de Turizm Pazarlaması Literatürünün Gelişim Süreci: 1972-1998 Yılları Arasında Hazırlanmış Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Biyo-Bibliyografik Bir İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 12, Bahar, 26-33.
- Kuhn, T. (2008). *Bilimsel Devrimlerin Yapısı*. İstanbul: Kırmızı Yayınları. 8. Baskı.
- McCullough, M. & Holmberg, M. (2005). Using The Google Search Engine To Detect Word-For-Word Plagiarism In Master's Theses: A Preliminary Study. *College Student Journal*, 39(3), 435-441.
- Park, C. (2003). In Other (People's) Words: Plagiarism By University Students—Literature And Lessons. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 28(5), 471-488.
- Sarlauskiene, L. & Stabingis, L. (2014). Understanding of Plagiarism By The Students In HEIs of Lithuania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 638-646.
- Seyidoğlu, H. (1997). *Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı*. İstanbul;: Kurtiş Matbaacılık. 7. Baskı.
- Türk Dil Kurumu, (2014). Büyük Türkçe Sözlük. [URL: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts] (Erişim 06 Temmuz 2014)
- Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, (2014). Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi. [URL:http://www.yok.gov.tr/web/guest/icerik/journal_content/56_INSTANCE_rEHF8BIsfYR/x/10279/18187] (Erişim 06. Temmuz 2014)
- Types of plagiarism. (2014). [URL: <http://www.plagiarism.org/plagiarism-101/types-of-plagiarism/>] (Erişim 06 Temmuz 2014)
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık. Genişletilmiş 2. Baskı.

- Uzun, E., Karakuş, T., Kuşun, E. ve Karaaslan, H. (2007). Öğrenci Gözüyle “Aşırma” (İntihal): Neden ve Çözümleri. *IX. Akademik Bilişim Konferansı*, Kütahya, 183-188.
- Vikipedi (2014). *Kopimizm Kilisesi*. [URL: http://tr.wikipedia.org/wiki/Kopimizm_Kilisesi] (Erişim 01 Haziran 2014)
- What is plagiarism?*. (2014). [URL: <http://www.plagiarism.org/plagiarism-101/what-is-plagiarism/>] (Erişim 06 Temmuz 2014)
- Yaman, D. (2010). Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’nda Düzenlenen Bir Eserden Kaynak Göstermeksizin İktibasta Bulunma Suçu (M. 71/1-İıı). *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt: 12, Özel Sayı.
- YÖK Yayın ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi (2014). [URL: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>] (Erişim 07-08 Haziran 2014)
- Yükseköğretim Kurumları Yönetici, Öğretim Elemanı ve Memurları Disiplin Yönetmeliği (1982). T.C. Resmi Gazete, 17789, 21 Ağustos 1982. [URL:<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.9897&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=>] (Erişim 06 Temmuz 2014)

TURİZM ALAN YAZININDA ENGELLİLER İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK PROFİLİ (2000-2013)

Gülhan CEVİZKAYA

*Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gulhancevizkaya@hotmail.com*

Selin İLSAY

*Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
selin_diner@hotmail.com*

Cevdet AVCIKURT

*Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
avcikurt@balikesir.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmada, 2000-2013 yılları arasında turizm alanyazınında engellilerle ilgili çalışmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın internet adresinde kayıtlı olan lisansüstü tezler ile yerli ve yabancı kaynaklı turizm dergileri bibliyometrik bazı özellikler açısından incelenmiştir. Adı geçen internet adresinde lisansüstü tezler, engelliler ve turizm dergileri ise “*disable*” ve “*disability*” anahtar kelimeleriyle taranmış, 515 yüksek lisans ve 88 doktora olmak üzere toplam 603 tez ile 49 makale araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Kayıt altına alınan çalışmalar istatistiksel analize tabi tutulmuştur. Çalışmada tezler “tez türü”, “yayınlandığı yıl”, “yayınlandığı üniversite”, “yayınlandığı enstitü” ve “tezin çalışma konusu” gibi bibliyometrik özellikleri açısından, makaleler ise, yıllar bazında incelenmiştir. Araştırma sonucunda 2000-2013 yılları arasından fazla yüksek lisans ve doktora tezinin Gazi üniversitesinde hazırlandığı saptanmıştır. Yıllar bazından fazla sayıda tezin 2010-2013 yılları arasında, konu açısından ise en fazla eğitim ve öğretim, spor ve psikoloji alanları ilk sıralarda yer alırken turizm alanının ise 6. sırada olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: *Turizm alan yazın, engelli, bibliyometrik*

GİRİŞ

Turizm her geçen gün önemi artan ve dünyanın en büyük hizmet endüstrisi olmasının yanı sıra ekonomiye de katkı sağlayan bir sektördür. Turizmin katkısı sadece elde edilen gelirlerle sınırlı değil, aynı zamanda bu alanda yapılan çalışmaların sayısındaki artışı da ortaya çıkarmaktadır.

Turizm disiplini ile ilgili olarak ilk bilgilerin Avrupa’da yapıldığı görülmektedir (Kozak ve Kozak 2011: 33). 1970’li yıllarda ise, turizm ABD’ de gelişim göstermeye ve “belirleyici” bir sektör olmaya başladığı anlaşılmaktadır (Kozak, 2000: 16). Son yıllarda da turizm alanında yapılan bibliyometrik çalışmaların sayısının arttığı görülmektedir.

Turizm alan yazınında yapılan çalışmalar incelendiğinde, turizmin birçok bilim dalı ile ilgili olduğu görülmesine rağmen, turizm endüstrisinde önemli bir niş pazar konumunda olan ve dünya nüfusu içinde geniş bir kitleyi oluşturan engellilerle ilgili çalışmaların

sayısının yetersiz olduğu dikkat çekmektedir. Tüm bu gelişmeler turizm alan yazınında engellilerle ilgili çalışmaların nitelik ve nicelik açısından incelenmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, 2000-2013 yılları arasında engelli konulu çalışmaların bibliyometrik özelliklerini ortaya çıkarmak ve aynı zamanda 14 yıllık bir zaman süreci içerisinde gösterdiği gelişmeye ışık tutmaktadır.

BİBLİYOMETRİ

Son yıllarda turizm alanında yapılan bibliyometrik çalışmalarda önemli bir artış gözlenmektedir. Bibliyometri, bilimsel iletişime yönelik araştırmalar için yöntemler sunmaktadır(Borgman ve Furner, 1990: 2). Temel olarak sayım yapmaya dayalı bir alandır(Al ve Coştur, 2007). Diğer bir ifadeyle bibliyometri terimi, matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin diğer iletişim ortamlarına uygulanması olarak tanımlanmaktadır(Pritchard, 1969: s: 348).

Bibliyometrik araştırmalarda, yayınların yıllar itibariyle belirli özellikleri analiz edilerek çeşitli bulgular elde edilmektedir(Al ve Coştur, 2007; Barca ve Hızıroğlu, 2009). Kısaca, belgelerle ilgili süreçlerin ölçümü bibliyometrinin alanına girmektedir(Borgman ve Furner, 2002: 4).

Bu bağlamda, bibliyometrik yöntemler kullanılarak çalışılan konu başlıkları, yıllara göre ilgili konuların çalışma yoğunlukları belirlenebilmektedir. Buradan da anlaşıldığı gibi, bibliyometrik çalışmalarla belirli bir alana ait konunun süre içindeki değişim profilini ortaya koymaktadır.

YAZIN

Literatürde engelli kavramı ile benzer anlamda kavramlar kullanıldığı görülmektedir(Kula, 2005: 58). Engellilik durumu tanımlanırken genellikle “özürlülük”, “sakatlık” veya “engellilik” gibi kavramlar kullanılmaktadır(Burcu 2007: 7). Ancak bu kavramlar birbirinden farklı anlamlar içermektedir. 5378 sayılı özürlüler(engelli) Kanuna göre; “Doğuştan veya sonradan, bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılamada güçlükleri olan ve korunma, bakım ve rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişi” olarak tanımlanmaktadır.

Dünya nüfusu içinde engelli bireylerin geniş bir kitleyi oluşturduğu söylenebilir. Dünyada 600 milyon üzerinde engelli bireylerin yaşadığı ve bunun da yaklaşık toplam nüfusun %10’ una karşılık geldiği ifade edilebilir(Edmonds 2005: Lang 2006: 4).Türkiye Özürlüler Araştırması verilerine göre (DİE ve ÖZİDA 2002: 5), ülkemizde engelli nüfusun toplam nüfus içindeki oranının %12.29 olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, engelli bireyler toplum içerisinde önemli bir sosyal kategori oluşturdukları görülmektedir. Oldukça yüksek olan bu rakamlar değerlendirildiğinde, engelli bireylerin turizm için önemli bir niş pazar konumunda olduğu söylenebilir.

YÖNTEM

Bu çalışmada veri toplama yöntemi olan belge incelemesi kullanılmıştır. Belge incelemesi, araştırılması hedeflenen olaylar hakkında yazılı bilgi içeren kaynakların ayrıntılı bir biçimde analiz edilmesi ile ilgili bir yöntemdir. Çalışmanın kapsamında, 2000-2013 yılları arasındaki 14 yıllık bir dönemde turizm alanında engelliler ile ilgili yapılmış lisansüstü tezler ve makaleler incelenmiştir. İncelemenin yapılması için YÖK'ün tez arama motorunda 'engelli' ve 'özürlü', turizm ile ilgili yerli ve yabancı dergilerde ise 'disable' ve 'disability' anahtar sözcükleriyle bir tarama yapılmıştır. Yapılan tarama sonucunda 515 Yüksek lisans ve 88 Doktora olmak üzere toplam 603 tez'e ve 49 makaleye ulaşılmıştır.

Tez çalışmalarının bibliyometrik özelliklerini incelemek için tez künyelerinde yer alan "tez türü", "yayınlandığı yıl", "yayınlandığı üniversite", "yayınlandığı enstitü" ve "tezin çalışma konusu" olarak sıralanan parametreler belirlenmiştir. Makaleler ise, sadece yıllar bazında incelemeye tabi tutulmuştur. Söz konusu parametrelere ilişkin verilerin tamamı istatistik analiz gerçekleştirilerek, yüzde ve frekans değerleri belirlenmiştir.

BULGULAR VE YORUM

Engelliler ile ilgili 2000-2013 yılları arasında toplam 603 tez yapılmıştır. Araştırma kapsamında bu tezlerin tamamı incelenmiştir. İncelenen tezlerin 515'i (%85,40) yüksek lisans, 88'i (%14,59) doktora tezidir. Tezlerin türüne göre dağılımları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Lisansüstü Tezlerin Türüne İlişkin Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı

Tez türü	n	%
Yüksek lisans	515	85,40
Doktora	88	14,59
Toplam	603	100

Tablo 2'de tezlerin yıllara göre dağılımı gösterilmiştir. Engellilerle ilgili yapılan gerek yüksek lisans gerekse de doktora tezlerinde 2000'den 2013'e doğru gidildikçe sayı bakımından artış gözlenmektedir. En fazla tez yapılan dönem olan 2010-2013 yıllarında 213 (%41,35) yüksek lisans tezi, 41 (%46,59) doktora tezi yapılmıştır.

Tablo 2: Lisansüstü Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Yüksek Lisans		Doktora	
	n	%	n	%
2000-2004	112	21,74	17	19,31
2005-2009	190	36,89	30	34,09
2010-2013	213	41,35	41	46,59
Toplam	515	100	88	100

Tablo 3'te tezlerin enstitülere göre dağılımı verilmiştir. Buna göre yüksek lisans tezlerinin hazırlandığı enstitülerde en başta 196 tez (%38,05) ile sosyal bilimler enstitüsü

gelmektedir. Bunu sırasıyla 158 tez (%30,67) eğitim bilimleri enstitüsü, 87 tez (%16,89) sağlık bilimleri enstitüsü, 62 tez (%12,03) fen bilimleri enstitüsü izlemektedir. 2 tez ile %2,33'lük pay alan diğer enstitüler ise sırasıyla bilişim enstitüsü, mühendislik ve fen bilimleri enstitüsü, güzel sanatlar enstitüsü ve Avrupa birliği enstitüsüdür. Doktora tezlerinin hazırlandığı enstitülerde en başta 35 tez (%9,54) sağlık bilimleri enstitüsü, ardından 26 tez (%39,77) eğitim bilimleri enstitüsü, 16 tez (%18,18) sosyal bilimler enstitüsü, 10 tez (%11,36) fen bilimleri enstitüsü gelmektedir.

Tablo 3: Lisansüstü Tezlerin Enstitülere Göre Dağılımı

Enstitü	Yüksek Lisans		Doktora	
	n	%	n	%
Sosyal Bilimler Enstitüsü	196	38,05	16	18,18
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	158	30,67	26	39,77
Sağlık Bilimleri Enstitüsü	87	16,89	35	29,54
Fen Bilimleri Enstitüsü	62	12,03	10	11,36
Diğerleri	12	2,33	1	1,13
Toplam	515	100	88	100

Tablo 4'te tezlerin konularına göre dağılımı gösterilmiştir. Buna göre turizm alanında yapılan yüksek lisans tezleri 9 tez (%1,74) ile listenin altıncı sırasında, doktora 1 tez (1,13) ile son sıralarda yer almaktadır. Tabloya göre yüksek lisans tezlerinin hazırlandıkları konulara göre en başta eğitim ve öğretim 253 tez (%49,1) yer almaktadır. Bunu takiben spor 71 tez (%13,78), psikoloji 50 tez (%9,70), bilgisayar mühendisliği bilimleri- bilgisayar ve kontrol 22 tez (%4,27), hemşirelik 19 tez (%3,68), turizm 9 tez (%1,74), halk sağlığı 7 tez (%1,35) izlemektedir. Diğerleri diye belirtilen konular ise toplam 84 tez ile %16,31'lik bir pay almaktadır. Doktora tezlerinin hazırlandıkları konulara göre en başta 31 tez (%27,28), ardından spor 11 tez (%9,68), hemşirelik 7 tez (%6,16), psikoloji ve halk sağlığı konuları 3'er tez (2,64), bilgisayar mühendisliği bilimleri- bilgisayar ve kontrol, turizm konuları 1'er tez (%1,13) yer almaktadır.

Tablo 4: Lisansüstü Tezlerin Konulara Göre Dağılımı

Konular	Yüksek Lisans		Doktora	
	n	%	n	%
Eğitim ve Öğretim	253	49,12	31	27,28
Spor	71	13,78	11	9,68
Psikoloji	50	9,70	3	2,64
Bilgisayar Mühendisliği Bilimleri- Bilgisayar ve Kontrol	22	4,27	1	1,13
Hemşirelik	19	3,68	7	6,16
Turizm	9	1,74	1	1,13
Halk Sağlığı	7	1,35	3	2,64
Diğerleri	84	16,31	31	27,28
Toplam	515	100	88	100

Tablo 5'te tezlerin üniversitelere göre dağılımı verilmiştir. Bu tabloda üniversiteler yapılan yüksek lisans tez sayılarına göre sıralanmıştır. Engelliler ile ilgili yüksek lisans tezlerinin en çok yapıldığı üniversiteler arasında ilk sırada 76 tez (%14,75) ile Gazi Üniversitesi yer almaktadır. Onu 44 tez (%8,54) ile Marmara Üniversitesi, 39 tez (%7,57) ile Ankara Üniversitesi, 37 tez (%7,18) Hacettepe Üniversitesi ve 36 tez (%6,99) ile Anadolu Üniversitesi izlemektedir. Engelliler ile ilgili yapılan doktora tezlerinde de üniversitelerin sıralamasında ilk beş üniversite yine aynı olduğu görülmektedir. 14 tez (%15,90) ile Gazi Üniversitesi ilk sırada yer almaktadır. Yine sırasıyla 13 tez (%14,77) ile Marmara Üniversitesi, 12 tez (%13,63) ile Ankara Üniversitesi, 10 tez (%11,36) Hacettepe Üniversitesi ve 9 tez (%10,22) ile Anadolu Üniversitesi gelmektedir.

Tablo 5: Lisansüstü Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı

Üniversite	Yüksek Lisans		Doktora	
	n	%	n	%
Gazi Üniversitesi	76	14,75	14	15,90
Marmara Üniversitesi	44	8,54	13	14,77
Ankara Üniversitesi	39	7,57	12	13,63
Hacettepe Üniversitesi	37	7,18	10	11,36
Anadolu Üniversitesi	36	6,99	9	10,22
Abant İzzet Baysal Üniversitesi	25	4,85	1	1,13
Selçuk Üniversitesi	23	4,46	3	2,64
Sakarya Üniversitesi	23	4,46	1	1,13
Ege Üniversitesi	16	3,10	-	-
Dokuz Eylül Üniversitesi	13	2,52	2	2,27
Trakya Üniversitesi	13	2,52	1	1,13
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	11	2,13	3	2,64
Dumlupınar Üniversitesi	11	2,13	-	-
Maltepe Üniversitesi	10	1,94	-	-
Atatürk Üniversitesi	9	1,74	-	-
Fırat Üniversitesi	8	1,55	3	2,64
Diğerleri	121	23,49	16	18,18
Toplam	515	100	88	100

Tablo 6'da incelenen yabancı kaynaklı turizm dergilerinde bulunan engellilerle ilgili makalelerin yıllara göre dağılımı gösterilmiştir. 2000 ve 2002 yıllarında hiç çalışma gözlenmezken en fazla çalışma 2012 ve 2011 yıllarında yapılmıştır. İncelemeye alınan turizm dergileri engellilerle ilgili yayınlanan çalışma sayılarına göre en çoktan en aza şu şekilde sıralanmaktadır; *Tourism Management*, *International Journal of Hospitality Management*, *Annals of Tourism Source*, *Annals of Tourism Research*, *Cornell Hospitality Quarterly*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *International Journal of Tourism Research*, *Journal of Travel Research*, *Current Issues in Tourism*, *Journal of Sustainable Tourism*, *Journal of Hospitality and Tourism Management*.

Tablo 6: Yabancı Kaynaklı Turizm Dergilerinin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	n	%
2000	-	-
2001	1	2,22
2002	-	-
2003	1	2,22
2004	4	8,88
2005	3	6,66
2006	2	4,44
2007	2	4,44
2008	2	4,44
2009	1	2,22
2010	4	8,88
2011	8	17,77
2012	11	24,44
2013	6	13,33
TOPLAM	45	100

İncelenen yerli kaynaklı turizm dergilerinde ise, *Anatolia* Turizm Araştırmaları Dergisi’nde “Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma” ve “Ulaşılabilir Turizm” isimli makaleler ile Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi’nde de “Bedensel Engelliler Seyahat Pazarının Yöneticiler Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma” ve “Engellilere Yönelik Turistik Ürünlerin Durum Tespiti: Bir Alan Araştırması” isimli toplam 4 makaleye rastlanmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bibliyometrik çalışmalar bir alana ait konunun profilini ortaya koymak için önemli olan araştırmalardır. Bu çalışmanın amacı, 2000-2013 yılları arasında turizm alanında engelliler ile ilgili yapılan çalışmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini ortaya koymaktır. Bu çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda ulaşılan sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

- Engelliler ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin daha çok yüksek lisans düzeyinde yapıldığı, 2013 yılına doğru her iki düzeyde de tez sayısında artışın olduğu görülmektedir.
- Yapılan tezler enstitü bazında incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin en çok 196 tez (%38,05) ile sosyal bilimler, 158 tez (%30,67) eğitim bilimleri ve 87 tez (%16,89) sağlık bilimleri enstitülerinde hazırlandığı, doktora tezlerinin ise, en çok 35 tez (%9,54) sağlık bilimleri, 26 tez (%39,77) eğitim bilimleri ve 16 tez (%18,18) sosyal bilimler enstitülerinde, hazırlandığı görülmektedir.
- Tezlerin hazırlandığı konulara göre olan sıralamada yüksek lisans ve doktora düzeyinde de ilk sırada 253 tez (%49,1) eğitim ve öğretim konusunda tezler bulunmaktadır. Ancak turizm altıncı sırada yer almaktadır.
- Üniversiteler incelendiğinde yüksek lisans ve doktora düzeyinde de ilk beş aynı sıradadır. Bunlar; Gazi Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi’dir.

- Yerli ve Yabancı kaynaklı turizm dergileri yıllar bazında incelendiğinde, engelliler ile ilgili makalelerin en çok 2011-2012 yıllarında hazırlandığı görülmektedir.
- En fazla makalelerin *Tourism Management* dergisinde olduğu görülürken, en az makaleler ise, *Current Issues in Tourism*, *Journal of Sustainable Tourism*, *Journal of Hospitality and Tourism Management* dergilerinde yer almaktadır.
- İncelenen yerli turizm dergilerinde ise *Anatolia* Turizm Araştırmaları Dergisinde engelli konulu 2 makale ile Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisinde de 2 makale olmak üzere toplam 4 makale olduğu görülmektedir.
- Birçok alanda engelli konulu çalışmalar yapılmakta ancak turizm alan yazınında yapılan çalışmalarla kıyaslandığında ise, bu sayısının oldukça düşük olduğu görülmektedir.
- Bu bağlamda, turizmde oldukça önemli konumda olan engellilere yönelik çalışmaların nitelik ve niceliksel olarak sayısı artırılmalıdır.
- Gelecekte yapılacak çalışmalarda, engelli konulu tezlerde kullanılan yöntemlerin incelenmesi ile çalışmalarda yıllara göre bir değişiklik olup olmadığına ilişkin kapsamlı incelemelerde de bulunulabilir.
- Yine benzer şekilde engelli konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik açıdan inceleneyeceği yeni araştırmalar ile yıllar itibari ile karşılaştırma yapma olanağı da elde edilecektir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışmada tezlerin, sadece bibliyometrik özellikler açısından incelenmiş olması bu çalışmanın bir sınırlılığıdır. Araştırmada incelenen tezlerin yalnızca Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın internet adresine kayıt edilmiş tezlerin olması, henüz internet adresine veri girişi yapılmayan tezlerin kapsam dışı kalmasına neden olmuş olabilir. Yerli ve yabancı kaynaklı dergiler taranırken sadece turizm dergileri dikkate alınmıştır. Ayrıca yıl bazında sınırlama getirilmiş olması da bir başka sınırlılıktır.

KAYNAKÇA

- Al, Umut. ve Coştur, Recai. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili. Türk Kütüphaneciliği, 21(2), 142-163.
- Barca, Mehmet. ve Hızıroğlu, Mahmut. (2009). 2000'li yıllarda Türkiye' de stratejik yönetim alanının entelektüel yapısı. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF, 4(1), 113-148.
- Borgman, ChristinL., & Furner, Jonathan. (2002). Scholarly Communication and Bibliometrics. In B. Cronin (E.d). Annual Review of Information Science and Technology, 36, 3-72.
- Burcu, Esra. (2007). Türkiye'de Özürlü Birey Olma Temel Sosyolojik Özellikleri ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları
- Edmonds, Larna Jean. (2005). Disable People and Development. Philippines: Asian Development Bank.
- Lang, Raymond. (2006) Human Rights and Disability- New and Dynamic Perspective with the United Nations Convention on Disability. Asia Pasific Disability Rehabilitation Journal, 17(1), 3-11.
- Pritchard, Alan.(1969). Statistical bibliography or bibliometrics? Journal of Documentation. 25,348-349.
- <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tarama.jsp> (Erişim 10 Mayıs 2014).
- <http://www.ozida.gov.tr/guncel/kurumlar.htm> (Erişim 1 Ağustos 2014).
- <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim 1 Ağustos 2014).

MÜZELERİN SESSİZ VE KARANLIK DÜNYASI: "HERKES İÇİN MÜZELER" MÜMKÜN MÜ?

Hülya YEŞİLYURT

*Arş. Gör. Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksek Okulu
hulya.yucel@deu.edu.tr*

Burçin KIRLAR

*Arş. Gör. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi
burcin.kirlar@deu.edu.tr*

Ceyda LALE

*Öğr. Gör. İzmir Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
ceyda.lale@izmir.edu.tr*

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, İzmir il merkezinde bulunan müzelerin arz ve talep yönü ile görme engelliler açısından değerlendirilmesidir. Bu kapsamda çalışmada, müzelerin görme engelliler açısından uygunluğunun saptanması, görme engellilerin müze ziyaretleri sırasında yaşadıkları sorunlar ile beklentilerinin belirlenmesi, ziyaret isteğini engelleyen unsurların ortaya konması ve tüm bu sorunların giderilebilmesi için öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı bu çalışma, iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, İzmir il merkezinde yer alan müzelerin görme engellilere uygunluğu incelenmiş olup, ikinci aşamada müzelere yönelik sorunları ve beklentilerini belirleyebilmek için görme engelliler ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. Çalışma dahilinde toplam on kişi ile görüşülmüş, elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile irdelenmiş ve bulgular arz ve talep yönünden iki ana başlık altında toplanmıştır. Araştırma sonuçları, İzmir'deki müzeler arasında görme engellilere uygunluk açısından tüm kriterlere sahip olan hiçbir müze bulunmadığını ve gerekli kriterlerin uygulanmasında yetersiz kaldığını; görme engelinin türüne göre bireylerin istek, beklenti ve sorunlarının bazı noktalarda ayrıştığını ve görme engellilerin müzeleri ziyaret etmemelerinin ekonomik faktörlerden ziyade fiziksel, kişisel ve kişilerarası birtakım sorunlardan kaynaklandığını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: *Görme engelliler, müzeler, sorunlar, beklentiler, İzmir*

GİRİŞ

Dünya çapında yaşanan nüfusun artması, doğal afetler, savaşlar, yaşanan kazalar ya da doğuştan gelen birtakım nedenlerle engelli sayısı her geçen gün artmaktadır. Bugün 1 milyardan fazla insanın ya da dünya nüfusunun yaklaşık %15'inin bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir (WHO, 2011). Türkiye'de ise 412 bini görme engelli olmak üzere 8,5 milyon kişinin yani nüfusun %12'sinin engelli olduğu bilinmektedir. İzmir'de de nüfusun %5,6'sı yani yaklaşık 300 bin kişi bir engel sahibi iken, bu nüfusun 30 bininin görme engelli olduğu varsayılmaktadır (Yaşar Üniversitesi, 2014).

Avrupa Konseyi kararları, engelli bireyleri yardım edilmesi gereken kişiler olmaktan çıkarıp, mümkün olduğunca bağımsız ve kendi yaşamı üzerinde kontrol sahibi birey ve

vatandaşlar olarak toplumsal yaşamın her alanına katma hedefindedir (Sabancı Üniversitesi, 2013, s. 64; European Commission, 2013). Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin birinci maddesinde de belirtildiği gibi “Bütün insanlar hür, haysiyet ve haklar bakımından eşit doğar.” (UN, 1948). Bu bağlamda turizm faaliyetlerine katılmak, her bireyin olduğu gibi engellilerin de en doğal hakkıdır (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008, s. 382; Foggin, 2011, s. 100) ancak mevcut durumdaki turizm faaliyetleri temel olarak fiziksel engeli olmayan kişiler için tasarlanmış şekildedir (İsraili, 2002) ve bu sebeple de engelli bireyler için çeşitli zorluklar yaratmaktadır (Yau, McKercher ve Packer, 2004, s. 946). Buradan hareketle başta gelişmiş devletler olmak üzere bir çok ülkenin engellilerin turizme katılması yönünde çaba sarf ettiğini söylemek mümkündür (Öztürk ve Yaylı, 2006, s. 17). Ancak seyahat kararı verme sürecinde konaklama, seyahat, yeme-içme, ziyaret yerleri ve diğer turistik faaliyetleri içeren turistik ürünlerin tamamı etkili olduğundan (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012), bir destinasyonun engelli bireyler tarafından ziyaret edilmesi için o bölgede bulunan çekicilikler de engellilere uygun olmalıdır. Zira bir ürünün turizm ürünü olarak algılanabilmesi için çekicilikler, etkinlikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve imaj unsurlarından oluşması gerekmektedir (Timur, 2014).

Kültür ve miras turizminin önemli bileşenlerinden olan (Poria, Reichel ve Brandt, 2009) ve bir bölgenin ya da seyahat edilecek yerin tercih edilmesinde etkili olan önemli sosyo-kültürel çekicilik unsurlarından müzelerin engelliler açısından ulaşılabilirlikleri son derece önem taşımaktadır (Kozak, 2006, s. 126-127; Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2009, s. 65). Dünyanın önde gelen müzelerinde engellilerin kullanımına yönelik yapılan uygulamalar da bunun güzel örneklerindendir (DHMD, 2014; V&A, 2014). Bu düzenlemeler sayesinde toplumun tüm bireylerine turist olma deneyimini yaşama şansı tanınmasının (Higgins-Desbiolles, 2006) yanı sıra insan hakları ve sosyal adalet bağlamında engellilerin bu haktan mahrum kalmalarının da önüne geçilmektedir (Yau ve diğerleri, 2004; Daruwalla ve Darcy, 2005).

Her engel türünün kendine özel ihtiyaç ve beklentileri olması bakımından (Yau ve diğerleri, 2004), bu çalışmanın konusu yalnızca görme engelliler olarak sınırlandırılmıştır. Çalışmada ilk olarak görme engellilerin müze ziyaretleri konusunda alanyazında yapılan araştırmalara değinilerek, müzelerin görme engellilere uygun olarak düzenlenmesi için yapılması gerekenler irdelenmiştir. Daha sonra dünyada ve Türkiye'deki müzelerde görme engellilere yönelik yapılan uygulamalardan örnekler verilmiştir. Araştırma bölümünde ise İzmir'deki müzelerin görme engellilere uygunluğu ile ilgili verilere değinilerek, görme engellilerin müzelerde karşılaştıkları sorunlar ile müzelerden beklentilerinin tespit edilmiştir. Son olarak konu ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Engelli turizmi ile ilgili akademik çalışmalar, 1970'li yılların sonları ile 1990'lı yılların ortalarından itibaren özellikle yasal düzenlemelere paralel olarak hız kazanmıştır (Shaw ve

Coles, 2004; Yaylı ve Öztürk, 2006). Önceleri turizm faaliyetine katılan engelli bireylerin özellikleri ve engelli pazarının ekonomik potansiyeline ağırlık veren çalışmalar, daha sonra turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama, seyahat, ulaştırma, yeme-içme ve diğer işletmelerin engellilere yönelik hizmet ve ulaşılabilirlikleri ile engellilerin bu alanlardaki ihtiyaç ve sorunlarına yoğunlaşmış (McKercher, Packer, Yau ve Lam, 2003; Ray ve Ryder, 2003; Bi, Card ve Cole, 2007; Richards, Pritchard ve Morgan, 2010; Buhalis ve Darcy, 2011; Chang ve Chen, 2012; Kim ve Lehto, 2012), ardından feminist akımın da etkisiyle engelli bireylerin birer turist olarak deneyimlerine odaklanmaya başlamıştır. Ancak alanyazındaki tüm bu ilerlemelere rağmen, engellilerin özel ilgi alanlarına yönelik turizm ve boş zaman deneyimleri ile ilgili oldukça az çalışma olduğu söylenebilir (Poria ve diğerleri, 2009). Diğer yandan görme engellilerin turizm deneyimlerine de alanyazında oldukça az yer verilmiştir (Marston ve Golledge, 2003; Richards ve diğerleri, 2010; Small, Darcy ve Packer, 2012). Bununla birlikte görme engellilerin müze ziyaretleri ile ilgili çalışmalara daha çok eğitim alanında rastlanmaktadır (Buyurgan, 2009; Poria ve diğerleri, 2009). Bu bakımdan konu ile ilgili kavramsal çerçeve oluşturulurken, turizm alanındaki çalışmaların yetersizliğinden ötürü görme engellilerin müze deneyimleri ile ilgili eğitim alanındaki araştırmalardan örneklerle de yer verilmiştir.

Poria ve diğerlerinin (2009) İsrail'de bulunan bedensel ve görme engellilerin sanat müzelerini ziyaretleri sırasında yaşadıkları sorunlar ve engelleri belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma bu kapsamda değerlendirilebilir. Bu araştırma, müzeye ulaşım, engelli otoparkının olmaması ve engelli girişi bulunmasına rağmen kullanışsız olması gibi fiziksel çevreden kaynaklı engellerin bedensel engellilerin müze ziyaretini olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur. Diğer yandan müze personelinin engelli bireyler ile iletişim kurmaktan kaçındığı ve engellilere yönelik olarak düzenlenen alanlar ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadığı da katılımcılar tarafından belirtilen sorunlar arasındadır. Bununla birlikte görme engelli bireyler, müze yönetiminden çok yüksek beklenti içerisinde olmadıklarını ancak eserlere ve heykellere dokunabilmeyi istediklerini belirtmişlerdir. Buyurgan (2009) ise görme yetersizliği olan üniversite öğrencilerinin müzelerden beklentilerini araştırmak amacı ile görme engelli öğrencilerle birlikte Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ne ziyaret ederek bir örnek olay çalışması gerçekleştirmiştir. Araştırma sonuçları öğrencilerin tümünün müze ile ilgili bilgileri kendilerine anlatacak görevlilere, eserlerin maketlerine, kabartmalı resimlere ve Braille alfabeli açıklamalara ihtiyaç duyduklarını ortaya koymaktadır. Öğrenciler ayrıca müzelerde duvar takibi yapabilecekleri bir düzen olmasını, merdivenlerin dönemeçli olmamasını, tuvaletlerin kolay ulaşılabilir yerde olmasını ve müze içinde takılabilecekleri engellerin olmamasını istemektedir. Az gören öğrenciler ise müzelerin ferah ve aydınlık bir ortama sahip olması, sergilerde zıt renkler kullanılması, açıklamaların yapıldığı yazıların büyük puntolu ve zemine kontrast renkte olması gerektiğini vurgulamıştır. Bunlarla birlikte müze ziyaretinde dokunarak öğrenme, işitsel anlatım, betimleme, duyarlılık ve uygulama yapmanın öğrenciler açısından oldukça faydalı olduğu ancak Türkiye'de bu öğrencilere yönelik eğitimsel faaliyetlerin halen yetersiz olduğu elde edilen bulgular arasındadır.

MÜZELERDE GÖRME ENGELLİLER İÇİN YAPILMASI GEREKEN DÜZENLEMELER VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Toplumda yaşayan her birey gibi engelli bireylerin de seyahat etmek, tatile gitmek, alışveriş yapmak ve rekreasyon faaliyetlerini gerçekleştirmek gibi gereksinimleri bulunmaktadır (Tozlu ve diğerleri, 2012, s. 13). Ancak mevcut durumdaki turizm faaliyetleri temel olarak fiziksel engeli olmayan kişiler için tasarlanmış şeklindedir (İsraili, 2002) ve bu durum engelliler için çeşitli zorluklar yaratmaktadır (Yau ve diğerleri, 2004). Crawford ve Godbey (1987), engellilerin turizm faaliyetlerine katılmaları önündeki sorunları yapısal, kişisel ve kişilerarası kısıtlamalar olmak üzere üç kategori altında toplamaktadır. Bu bağlamda yapısal kısıtlamaların seyahatin yapıldığı yerdeki ulaşım ve mimari eksikliklerden, kişisel kısıtlamaların ise maddi imkansızlıklar, kendine güvensizlik, cesaretsizlik ve bilgi eksikliği gibi nedenlerden kaynaklandığı ifade edilmektedir. Diğer yandan gidilen bölge insanları veya birebir görüşülen kişiler ile sosyal iletişim eksikliğinin kişilerarası kısıtlamalara neden olduğu söylenmektedir. Murray ve Sproats (1990) ise engellilerin karşılaştıkları sorunları ekonomik, fiziksel ve davranışsal olmak üzere üçe ayırmaktadır. Bi ve diğerleri (2007), tüm bu sorunlar içinde ulaşılabilirlik ile ilgili olan yapısal ya da fiziksel kısıtlamaların en etkin konumda olduğunu savunmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada görme engellilerin müzelerde karşılaştığı yapısal ya da fiziksel sorunların aşılmasına yönelik düzenlemelere yer verilmektedir.

Müzelerin öncelikle mekan, sergi tasarımı ve hizmet gibi tüm süreçlerde görme engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi gerekmektedir (Erişilebilir İstanbul, 2014). Bu kapsamda tamamen görme engelli ya da görme zorluğu çeken misafirlerin güzergahı iyi tanıyabilmeleri amacıyla hem müze içinde hem de müze etrafındaki yollar boyunca yüzey materyalinde ya da renginde değişiklikler yapılmalı ve kaymayı önleyici yüzeyler tercih edilmelidir (EU, 1996, s. 81). Giriş yolu ve dolaşım alanlarında herhangi bir engel olmamalı, yukarıdan sarkan donanımlar bulunmamalıdır (ADA, 2009, s. 9). Camlı kapı ve bölmeler görme zorluğu çeken ziyaretçilerin fark edebileceği biçimde kontrast renkli bantlar ile işaretlenmelidir (Özürlüler Vakfı, 2009, s. 20). Müze içinde yer alan ve eserlerin sergilendiği mobilyalar ile diğer dekorasyon eşyalarının sivri köşeleri ya da çıkıntıları olmamalıdır (Davies ve Beasley, 1994, s. 87). Rehber köpeği ile gelen ziyaretçilere de gerekli imkan tanınmalıdır (Artar ve Karabacakoglu, 2003). Tüm bu düzenlemelere ek olarak, müzelerde görme engelliler için yapılması gereken öğrenmeye dayalı düzenlemeler; a) Dokunma koleksiyonları (eserler, maketler vd.), b) Kısmi görme engeli olanlar için büyük puntolarla ve kontrast renklerde hazırlanmış tanıtım kitapçıkları, c) Braille alfabesi ile hazırlanmış broşürler, d) Kabartmalı harita ve resimler, e) Galeriler ve eserler hakkında bilgi veren ses kayıtları ya da taşınabilir dinleme cihazları, f) Rehberli tur hizmeti veya betimlemeli anlatım örnekleri olarak özetlenebilir (Artar ve Karabacakoglu, 2003; Yörük, 2003).

Dünyanın birçok bölgesinde müzeleri engelli bireylerin ziyaretine uygun hale getirebilmek için gerek çevresel gerekse teknolojik anlamda düzenlemeler yapılmaktadır. Dünyanın

önde gelen müzelerinden Victoria ve Albert Müzesi'nde görme engellilerin günlük yaşantılarının da bir parçası olan rehber köpekler için uygun alanlar sağlanması buna örnek sayılabilir. Müzede ayrıca engelli ziyaretçilerin dinlenebilmeleri için oturma alanları bulunmaktadır (V&A, 2014). Almanya'da bulunan Dresden Hijyen Müzesi'nde fiziksel engellilerin kullanabileceği ve görme engellilerin değnekleriyle hissedebilecekleri bir şeritle sirkülasyon sağlanmaktadır. Bu uygulama ziyaretçilere verilen sesli rehberle de desteklenmektedir. Bununla birlikte görme engellilerin eserleri dokunarak hissetmeleri için orjinal eserin yanına bir kopyası yapılarak sergilenmektedir (DHMD, 2014). New York'taki Metropolitan Sanat Müzesi'nde görme engellilerin müze deneyimi yaşamaları için dokunma koleksiyonları, sözlü betimleme turları, kabartma resimler, kurslar ve atölyeler, büyük baskı ve Braille alfabeli yazılar, galerilerde rehberle ya da tek olarak gezebilecek dokunma turları sunulmaktadır (Metropolitan Museum, 2014). İngiltere'de bulunan Fitzwilliam Müzesi'nde müzenin açık olduğu zamanları ve müze planını gösteren Braille alfabeli ya da kabartmalı broşürler ve sesli rehberler bulunmaktadır (Fitzmuseum, 2014). Londra'da bulunan Tate Modern Müzesi'nde de görme engelliler için dokunma turları, işitsel bilgilendirmeler, sanat eserlerinin işitsel tasvirleri ve açıklamaları ile büyük puntolu metinler bulunmaktadır (Howell, 2003). İtalya'da 1993'te açılan Omero Müzesi'nde ise halkın ve görme engellilerin estetik ve kültürel değerlerini geliştirmek amacıyla eserlerin üç boyutlu modellerine, sözel tanımlamalara, büyük baskılı ve Braille alfabeli bilgilendirme ve kataloglara yer verilmektedir (Grassini, 2003).

3D sistemi ile Şekillendirilmiş Müze Yetkilileri (Embodied Museum Agents) de günümüzde bilinirliği ve uygulanabilirliği artan bir sistem haline gelmektedir. Bu sistem kullanıcılara navigasyon kolaylığı sağlamakta ve müzeler hakkında bilgi vermektedir (Chittaro, Ieronutti ve Ranon, 2004, s. 24-25). Müzelere kurulan bu sistemin sağladığı uzaktan erişilebilir ses tabanlı sanal turlar, görme engelliler için müzelere ulaşılabilirlik ve erişilebilirlik konusunda yaşanan zorlukları ortadan kaldırarak görme engellilere büyük bir yarar sağlamaktadır (Dulyan ve Edmonds, 2010, s. 272). Ayrıca görme engellilere bağımsız bir şekilde müzenin keşfine izin vererek onlara keyifli ve motive edici bir deneyim sağlamaktadır (Lumbreras ve Sánchez, 1999, s. 323)

Türkiye açısından örnekler incelendiğinde, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA) tarafından desteklenen "Erişilebilir Turizm ve Engelsiz İstanbul Projesi" kapsamında İstanbul'da yer alan İstanbul Arkeoloji Müzesi, Topkapı Sarayı, Kariye Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, Miniaturk, Ayasofya Müzesi, Panaroma 1453 ve Rahmi Koç Müzelerinde tüm engelli gruplarına yönelik düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Engelli bireylerin daha fazla sosyalleşebilmesinin amaçlandığı bu proje kapsamında görme engelliler için müzelerde fiziksel engellerin ortadan kaldırılması, web sitesi üzerinde yer alan bilgilendirme kitinin mobil cihazlara indirilerek müze içeriği konusunda bilgi verilmesi, tanıtıcı dökümanların seslendirilmesi, tanıtım broşürleri ile birlikte müzenin kısa tarihçesinin ve eserlerini içeren kataloglarda ise engelli bireylerin erişimine uygun olarak Braille alfabesi ile Türkçe, İngilizce ve Arapça olarak basılması

yapılan düzenlemelere örnek olarak gösterilebilir. Bununla birlikte çalışmalarının tamamlanmasının ardından özel bir otobüsle müzelere ziyaretin sağlanması sayesinde ulaşım engellerinin de kaldırıldığı da ifade edilmektedir (Engelsiz Gazete, 2013). Türkiye'nin diğer birçok bölgesinde de engellilerin müzelere ulaşımının sağlanması amacıyla çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır. Ankara'daki Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde görme engellilerin eserlere dokunarak hissetmeleri ve incelemeleri için sikke, güneş kursları, çanak-çömlek ve takılar gibi bazı eserlerin maketleri yapılmaktadır. Bunun yanı sıra görme engelli öğrencilere işitsel bilgilendirme ile müze gezdirilmekte ve müze eğitim atölyesinde uygulama çalışmaları yapılmaktadır (Demirdelen, 2008'den aktaran; Buyurgan, 2009). İstanbul'da bulunan Rahmi Koç Müzesi'nde görme engellilere yönelik düzenlenen eğitim projesinde on beş müze nesnesine dokunarak, görevlinin anlattıklarını dinleyerek, makine ve motor seslerini duyarak ve tramvay, denizaltı, uçak, otomobil ya da otobüse binerek müze ziyareti yapılabilmektedir (Buyurgan, 2009). İstanbul Sağlık Müzesi de "Engelsiz Müze Rehberi" hazırlayarak toplumun tüm kesimi tarafından ulaşılabilir olmayı amaçlamaktadır (Erişilebilir İstanbul, 2014). Bunlara ilaveten Sakıp Sabancı Müzesi'nde görme engellilerin eserleri dokunarak hissedebilmeleri için eserlere zarar vermeyen özel bir eldivenle dokunulmasına izin verilmektedir. İstanbul Modern, Santral İstanbul ve Harbiye Askeri Müzesi'nde bu uygulama ile birlikte sesli betimleme hizmeti verilmektedir (Altınok ve Altınok, 2013). İzmir'de bulunan Efes Müzesi'nde de Agora meydanındaki antik dükkanlarında biri restore edilerek görme engellilerin ziyaretine sunulmuştur ve bu müzede kopya ve orjinal eserler sergilenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, İzmir il merkezinde bulunan müzelerin arz ve talep yönü ile görme engelliler açısından değerlendirilmesidir. Bu kapsamda çalışmada, müzelerin görme engelliler açısından uygunluğunun saptanması, görme engellilerin müze ziyaretleri sırasında yaşadıkları sorunlar ile beklentilerinin belirlenmesi, ziyaret isteğini engelleyen unsurların ortaya konması ve tüm bu sorunların giderilebilmesi için öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmada görme engellilerin beklenti ve sorunlarını daha iyi kavrayabilmek ve müzelerdeki eksiklikleri daha iyi tespit edebilmek için öncelikle alanyazın taraması yapılmıştır, daha sonra biri turizm derneği başkanı olan görme engelli iki kişi ile derinlemesine mülakat şeklinde pilot bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerden elde edilen veriler ışığında, araştırma soruları yeniden düzenlenmiş ve bundan sonra çalışma iki aşamada yürütülmüştür. İlk aşamada arz açısından, müzelerin görme engellilere uygunluğunu saptamak amacıyla, İzmir il merkezinde yer alan müzeler belirli kriterler doğrultusunda gezilerek incelenmiş olup, gidilen müzelerdeki görevliler ve yöneticiler ile konu ile ilgili görüşmeler yapılmıştır. İkinci aşamada ise talep açısından, müzelere yönelik sorunları ve beklentilerini belirleyebilmek için görme engelliler ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt

örnekleme tercih edilmiştir. Bu yöntemde örneklem ölçütü, odak grup görüşmesi katılımcıların tamamının daha önceden müze ziyareti yapmış olmalarıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Sorulara verilen yanıtların kapsamını ve derinliğini etkileyen önemli bir yöntem olması açısından araştırmada veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemlerinden odak grup çalışması tercih edilmiştir. Çalışmada bu tekniğin kullanılmasının sebebi ise görüşmelerde sorulara verilen yanıtların gruptaki bireylerin birbirleri ile etkileşimleri sonucunda oluşması ve bu sayede derinlemesine bilgi elde edilebilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Odak grup görüşmelerinin en az 4, en fazla 12 kişi ile yapılması gerektiği söylenmektedir (Mack, Woodsong, Macqueen, Guest ve Namey, 2005). Bu kapsamda araştırmada "Görme Engellileri Koruma Derneği" üyesi olan 7 görme engelli ve 1 dernek başkanı olmak üzere toplam 8 kişi ile görüşülmüştür. Araştırma, 2014 yılı Temmuz ve Ağustos aylarında İzmir'de gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma ve odak grup görüşmeleri yaklaşık ikişer saat sürmüştür. Görüşmeler esnasında katılımcıların izni alınarak ses kaydı yapılmış ve bu kayıtlar daha sonrasında bilgisayar ortamında yazıya geçirilmiştir. Elde edilen içerik analizi yöntemi ile irdelenmiştir. İçerik analizinin geçerliliği ve güvenilirliğinin farklı araştırmacıların aynı veri setini aynı şekilde kodlaması ve bunun yanında aynı araştırmacının aynı metni farklı zamanlarda aynı şekilde kodlaması ile sağlanması bakımından (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 233), çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğinin artırılması amacı ile içerik analizi tüm araştırmacılar tarafından ayrı ayrı olarak iki farklı zamanda gerçekleştirilmiştir.

Ulusal ve uluslararası alanda engelliler ve müze ziyaretleri konusunda oldukça az araştırma olmasından dolayı çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte araştırma, müzelerin görme engellilere uygun hale getirilebilmesi için yapılması gerekenler konusunda bilgi vermesi ve örnek uygulamalar konusunda müze yöneticilerine fikir vermesi açısından önem taşımaktadır.

BULGULAR

Araştırma bulguları arz ve talep yönünden iki ana başlık altında toplanmış ve alanyazındaki çalışmalara dayanılarak alt kategorilere ayrılmıştır.

Arza Yönelik Veriler

Müzelerin görme engellilere uygunluğunu saptamak amacıyla İzmir il merkezinde bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzeler ile özel müzelere gidilerek incelemeler yapılmış ve bu kapsamda müze yetkilileri ve görevlileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İzmir il merkezinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 6, diğer kurum ve kuruluşlara bağlı 19 özel müze olmak üzere toplam 25 müze bulunmaktadır (İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013; Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2013; Konak Belediyesi, 2014; Karşıyaka Belediyesi, 2014). Araştırmanın yapıldığı tarihlerde 15 müzeye ulaşılabilmiş olup, elde edilen bulgular Tablo 1'de verilmiştir. Müzeler;

hissedilebilir yüzey, dokunma, betimleme, sesli rehber ve Braille alfabeli bilgilendirme kriterlerinin bulunup bulunmamasına göre incelenmiş olup, bu kriterler alanyazındaki araştırmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır (Artar ve Karabacakoglu, 2003; Buyurgan, 2009; Poria ve diğerleri, 2009).

Tablo 1. İzmir'de Yer Alan Müzelerin Görme Engellilere Yönelik Uygulamaları

No.	Müzeler	Hissedilir Yüzey	Dokunma	Betimleme	Sesli Rehber	Braille Alfabeti
1.	Müze 1					
2.	Müze 2				x	
3.	Müze 3					
4.	Müze 4					
5.	Müze 5					
6.	Müze 6					
7.	Müze 7		x			
8.	Müze 8					
9.	Müze 9			x		
10.	Müze 10				x	
11.	Müze 11		x	x		
12.	Müze 12			x		
13.	Müze 13		x			
14.	Müze 14	x				
15.	Müze 15		x			

Tablo 1'deki veriler incelendiğinde, müzelerin hiçbirinin kriterlerin tamamına uygunluk göstermediği anlaşılmakla birlikte, araştırma dahilindeki 4 müzede eserlere dokunulmasına izin verilmekte, 3 müzede betimleme yapılmakta, 2 müzede sesli rehber ve 1 müzede de hissedilebilir yüzey bulunmaktadır. Müzelerin hiçbirinde Braille alfabeli broşür ya da diğer tanıtım malzemeleri bulunmamaktayken, 1 müze bu broşürleri basım aşamasında, diğer 2 müze ise planlama aşamasında olduklarını belirtilmiştir. Tablo 1'de yer alan ilk 5 müze Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olup, bunlardan sadece 1'inde sesli rehber hizmeti bulunmaktadır. Özel müzeler ise kriterlerden birkaçını kendi inisiyatifleri doğrultusunda uygulayabilmektedir. Elde edilen bu verilere ilave olarak, müzelerden hiçbirisinde anlatım yapacak rehber hizmeti olmadığı gibi ziyaretçilere yardımcı olacak bir personel de bulunmamaktadır. Ancak çalışma dahilindeki 5 müze iletişime oldukça açık bir tavır sergilemiş olup, önceden görüşmeler yapıldığı takdirde, gelen görme engellilerle bizzat ilgilenecek personelin ayarlanabileceğini ve bazı eserlere dokunulmasına izin verileceğini belirtmiştir.

Talebe Yönelik Veriler

Görme engellilerin müzelere yönelik talepleri ile ilgili bulgular; demografik bilgiler, müzelerde karşılaştıkları sorunlar ve müzelerden beklentileri olmak üzere alt kategorilere ayrılmıştır.

Demografik Bilgiler

Katılımcılara cinsiyet, yaş, eğitim, çalışma durumları, görme engelinin türü, Braille alfabesi bilip bilmedikleri ve daha önce hiç bir müzeyi ziyaret edip etmedikleri ile ilgili 7 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara verilen yanıtlara Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Görme engeli	Çalışma durumu	Braille alfabesi	Müze ziyareti
Katılımcı 1	Kadın	29	Lise	Kısmi		x	x
Katılımcı 2	Erkek	37	Üniversite	Tam	x		x
Katılımcı 3	Erkek	28	Üniversite	Tam	x	x	x
Katılımcı 4	Kadın	34	Lise	Kısmi		x	x
Katılımcı 5	Kadın	27	Lise	Tam			x
Katılımcı 6	Kadın	32	Üniversite	Kısmi			x
Katılımcı 7	Erkek	31	Üniversite	Kısmi		x	x

Katılımcıların demografik bilgilerinin araştırılmasının nedeni, elde edilen bu bilgilerin araştırma sorularına göre farklılık gösterebileceği düşüncesidir. Cinsiyet faktörü incelendiğinde, kadın ve erkeklerin sayısının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir, bununla birlikte araştırma sorularına verilen cevapların cinsiyete göre farklılık göstermediğini söylemek mümkündür. Katılımcılar 27-37 yaş aralığındadır. Genç yaş grubunda olmaları katılımcıların sosyal yaşamlarında aktif olmalarını sağlamaktadır. Gerek bağlı oldukları dernek ile gerekse bireysel olarak tüm katılımcılar müze ziyaretleri dahil birçok aktiviteye katılmaktadır; ancak İzmir’deki müzelere gitme durumları araştırıldığında, yalnızca birkaçının buradaki müzeleri ziyaret ettiği görülmüştür. Bu durumun nedeni, daha önceki deneyimlerinden ötürü buradaki müzelerin kendilerini tatmin etmeyeceğini düşünmeleri olarak özetlenebilir. Katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin bilgiler incelendiğinde, tamamının lise veya üniversitede okumuş ya da okuyor olduğu görülmektedir. Dolayısı ile eğitim seviyesi yüksek olan bu grubun müzelere olan yaklaşımı da farklıdır. Katılımcılardan bir kısmı tamamen görme engelli iken, diğerlerinin kısmı görme engeli bulunmaktadır. Öte yandan katılımcılar arasında doğuştan görme engelliler olduğu gibi sonradan görme yetisini kaybedenler de vardır. Bu bağlamda tamamen görme engelli olanlar ile kısmi görme engelli olanlar ve doğuştan görme engelli olanlar ile sonradan görme engelli olanların istek, beklenti ve sorunlarının bazı noktalarda ayrışmakta olduğunu söylemek mümkündür. Katılımcılardan yalnızca ikisi şu an aktif olarak çalışmakta ve bir diğeri yakın zamanda sağlık sebeplerinden ötürü işinden ayrılmış durumdadır. Çalışan katılımcılardan birinin tarih öğretmeni, diğerinin ise santral görevlisi olduğu bilinmektedir. Maddi olanaklar açısından müzelere gidebilme durumları sorulduğunda, müze girişlerinin kendilerine ücretsiz olduğu ve bu anlamda bir sorun yaşamadıkları ifade edilmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası Braille alfabesini bilmekte ve müzelerdeki tanıtım broşürleri ile açıklama metinlerinde bu hizmetin kullanılabileceğini belirtmektedir.

Görme Engellilerin Müzelerde Karşılaştıkları Sorunlar

Görme engellilerin müzelerde karşılaştıkları sorunlar alanyazındaki araştırmalardan faydalanılarak (Crawford ve Godbey, 1987; Murray ve Sproats, 1990); yapısal/fiziksel, kişisel ve kişilerarası sorunlar olmak üzere üç kategori altında incelenmiştir (Tablo 2).

Tablo 3. Görme Engellilerin Müzelerde Karşılaştıkları Sorunlar

Yapısal/Fiziksel Sorunlar	Kişisel Sorunlar	Kişilerarası Sorunlar
Eserlerin maketlerinin olmaması ya da kalitesiz olması	Çevreye zarar verme korkusu	Resmi kurum ve kuruluşların ilgisizliği ve duyarsızlığı
Eserlere dokunamama	Cesaretsizlik	Personelin bilgisizliği
Yetersiz bilgilendirme	Psikolojik baskı	Bilgilendirme eksikliği
Eserlerin camekan arkasında sergilenmesi	Maddi sıkıntılar	Sosyal çevrenin önyargıları
Rehber hizmeti bulunmaması	Önyargı	Refakatçilerin tedirginliği
Betimleme olmaması		
Tanıtım eksikliği		
Müzelerin sessiz olması		
Refakatçi zorunluluğu		
Teknolojinin yetersiz ve özensiz kullanımı		
Tasarım ve müze içi dekorasyon hataları		

Elde edilen veriler sonucunda, görme engellilerin müzelerde karşılaştıkları yapısal/fiziksel sorunların genellikle eserlerin camekan arkasında sergilenmesi, eserlere dokunamama, yetersiz bilgilendirme ve tanıtım eksikliği, betimleme olmaması, rehber hizmeti bulunmaması gibi konularda yaşandığı; bununla birlikte müzelerin sessiz olması, eserlerin maketlerinin olmaması ya da kalitesiz olması, teknolojinin yetersiz ve özensiz kullanımı, tasarım ve müze içi dekorasyon hataları ile refakatçi zorunluluğu gibi konuların da görme engelliler için sorun yarattığı belirtilmiştir.

Katılımcıların tamamı eserlerin camekanların arkasında yer almasının kendilerine sorun yarattığını ve eserlere dokunamamalarından ötürü birçok şeyi algılayamadıklarını şu şekilde ifade etmektedir:

"Herşey camekan içerisinde, hiç bir şeye dokunulmuyor. Ziyaretim çok da verimli olmadı."

(Katılımcı 6)

"Biz dokunmadan anlayamıyoruz."

(Mülakat 1)

Bir katılımcı eserlerin maketlerinin kalitesiz olması ile ilgili görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir:

"Efes'te görme engelliler müzesi var. Fakat bu müzedeki maketlerin dökmesini çok baştan sayma beton dökme yapmışlar ve bu halde kalıba dökmüşler. Dokunduğunda algılayan imkansız."

(Mülakat 1)

Katılımcılar kendileri için gerek yönlendirme gerekse bilgilendirme konularında seslere ihtiyaç duyduklarını ve müzelerin bu konuda sorun yarattığını belirtmiştir. Bu durum ilginç biçimde farklı katılımcılar tarafından aynı şekilde tasvir edilmiştir:

"Dünyada bir müzeye gidip gezdiğiniz zaman konuyla ilgili materyali sesli anlatan mekanizma vardır. Fransa'da, İngiltere'de birçok ülkede böyle. Oraya gelen kör bir insan gerçekten algılayarak müzeyi gezmiş oluyor. Buradaki müzeler ise 'sessiz morglar' gibi kalıyor."

(Mülakat 2)

"Müzeler bize 'sessiz cenaze' gibi geliyor, müzelerdeki sessizlik bizi ürpertiyor."

(Mülakat 1)

"...İnsan cenazeye giriyor gibi hissediyor."

(Katılımcı 3)

Katılımcılardan birinin tasarım ve müze içi dekorasyon hatalarına ve rehber hizmeti bulunmamasına ilişkin görüşleri aşağıda yer almaktadır:

"Çanakkale'de gittiğim müzede hareket alanımız çok kısıtlıydı, bir şeyleri kırmamak için çok tedirgin oldum. Yanımızda rehber de yoktu, birçok soruyu soramadım ve bu nedenle çok fazla doyurucu olmadı."

(Katılımcı 2)

Refakatçi zorunluluğu da görme engellilerin müze ziyaretlerini etkileyen önemli unsurlardandır. Bu durum katılımcılar tarafından aşağıdaki gibi dile getirilmektedir:

"Müzeye gittiğimde kesinlikle yanımda biri olması şart, anlatması açısından."

(Katılımcı 4)

"Müzeye gittiğimde yanımda mutlaka biri olması gerekiyor. Camekanlar içerisindekileri tam olarak seçemiyorum."

(Katılımcı 6)

Katılımcılar cesaretsizlik, çevreye zarar verme korkusu, psikolojik baskı, maddi sıkıntılar ve önyargı gibi kişisel ve personelin bilgisizliği, bilgilendirme eksikliği, sosyal çevrenin önyargıları ve refakatçilerin tedirginliği gibi kişilerarası sorunlardan dolayı müzeleri ziyaret edemediklerini ifade etmişlerdir.

Kişisel sorunlardan önyargı konusunda katılımcılardan elde edilen veriler şöyledir:

"Engellilerin müzelere karşı ben müzede dolaşabilir miyim? Müzede bana yardımcı olurlar mı gibibir önyargıları var."

(Mülakat 1)

"Çocuklara yapma evladım, dokunma derler ya, aynı şekilde biz de öyle bir zorluk hissedeceğimizi düşündüğümüzden müzelere gidemiyoruz."

(Katılımcı 3)

Kişilerarası sorunlardan personelin ilgisizliği ve bilgisizliği ile refakatçi tedirginliği ile ilgili yaşadıkları sorunları katılımcılar şu şekilde ifade etmiştir:

"Müzede çalışanlar kendilerini müzelerin sahibi olarak görüyor. Kendisini üstün görünce iletişim kurmak da sorun oluyor. Ya da bu seferlik izin veriyorum diyor ve bu da sorun oluşturuyor."

(Mülakat 1)

"Yanımızda gören biri varsa, eserlere dokunmamız konusunda endişeleniyor."

(Katılımcı 2)

Görme Engellilerin Müzelerden Beklentileri

Görme engellilerin müzelerden beklentileri ile ilgili veriler, Buyurgan'ın (2009) "fiziki ortam olarak müzeden beklentiler" ve "öğrenme yöntemleri olarak müzeden beklentiler" şeklindeki sınıflandırması temel alınarak; fiziksel ve öğrenmeye dayalı beklentiler olarak sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda elde edilen bulgular Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Görme Engellilerin Müzelerden Beklentileri

Fiziksel Beklentiler	Öğrenmeye Dayalı Beklentiler
Yürüyüş parkurları ve ek platformlar	Eserlere dokunma
Düz ve kaygan olmayan zemin	Sesli rehber
Engelsiz dolaşım alanı	Hikayeli anlatım
Bütüncül/evrensel yaklaşım	Betimleme
Güncel yaklaşım	Braille alfabeli açıklamalar
Toplumsal yaklaşım: "Herkes için müzeler"	Eserlerin doğru yapılmış maketleri
	Müzenin kabartma haritası
	Bilgilendirme yapacak müze rehberleri
	Bilgili ve anlayışlı personel
	Teknolojik donanımlar
	Güncel uygulamalar

Katılımcıların müzelerden beklentileri genel olarak altyapının engellilere yönelik düzenlenmesidir. Bunun yanı sıra müzelerden fiziksel olarak beklentiler; yürüyüş parkurları ve asansör gibi ek platformlar, düz ve kaygan olmayan zemin, engelsiz dolaşım alanı, uluslararası anlamda uygunluk gösterecek bütüncül bir yaklaşım, tüm engelli gruplar

ile yaşlı ya da hamile bireylere yönelik toplumsal yaklaşım, bir diğer deyişle "Herkes için müzeler" ve sürekli olarak yeni uygulamaların takip edilmesi açısından güncel yaklaşım olarak belirlenmiştir.

Görme engellilerin eserlere yönelik kolay bilgi alabilmesini sağlanması açısından öğrenmeye dayalı beklentileri ise eserlere dokunma, sesli rehber ve betimlemenin yanı sıra hikayeli anlatım, braille alfabeli açıklamalar, eserlerin doğru ve gerçeğine yakın olarak yapılmış maketleri, müzenin kabartma haritası, bilgilendirme yapacak müze rehberleri, eserler hakkında bilgi verebilecek bilgili ve anlayışlı personel, teknolojik donanımlar ve güncel uygulamaların takip edilmesidir. Katılımcılar bu iki kategori dışında müzelerde görme engellilere yönelik yapılan uygulamaların tanıtılmasını ve konu ile ilgili haberdar edilmeyi talep etmektedir.

Bir katılımcının müzelerdeki eserler hakkında bilgilendirmenin teknolojik donanım ile desteklenmesi gerektiği konusundaki görüşleri şöyledir:

"Günümüzde eserlere yönelik bilgilendirmenin teknoloji ile desteklenmesi çok da zor değil. Her birimiz akıllı telefon taşıyoruz. Bir yazılım geliştirilip, ürünün yanına konulur. Ben o ürüne yaklaştığımda, sinyal verip ürünün detayını anlatabilir."

(Mülakat 1)

Eserlere dokunma, eserlerin hikayelerinin anlatımı ve betimlemelerinin yapılması ile ilgili katılımcıların görüşlerine aşağıda yer verilmektedir:

"...Mesela kıl çadırını kimler kullanıyor, göçebeler kıl çadırlarını hangi bölgelerde kullanıyordu, hangi dağlarda kuruyorlardı? Göçebeler ne işlerle uğraşıyorlardı, geçim kaynakları nedir gibi pek çok şey anlatılabilir. Hikayesini bildiğiniz zaman dokunduğunuzda daha çok etkileniyorsunuz."

(Katılımcı 1 ve 2)

SONUÇ

Müzelerin bir engeli bulunsun ya da bulunmasın bütün bireyleri kapsayacak şekilde düzenlenmesi, toplumun tüm bireylerinin yaşamını eşit koşullarda sürdürebilmeleri açısından önem taşımaktadır (Tozlu ve diğerleri, 2012). Bu nedenle "Herkes için müzeler" fikrinin mümkün olabilmesi için müzelerin ulaşılabilirlik ve erişilebilirlikleri oldukça önemlidir. Bu kapsamda İzmir il merkezinde bulunan müzelerin görme engellilere uygunluğu ile görme engellilerin ziyaretleri sırasında yaşadıkları sorunlar ve beklentileri araştırmanın konusunu oluşturmuştur.

Araştırma kapsamında İzmir il merkezinde bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı ve diğer kurum ve kuruluşlara bağlı toplam 15 müzeden, hissedilebilir yüzey, dokunma, betimleme, sesli rehber ve Braille alfabeti kriterlerine uygunluk açısından tüm kriterlere uygunluk

gösteren hiçbir müze bulunmadığı ve bu kriterlerin uygulanmasında yetersiz kaldığı sonucuna varılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, sadece iki müzede sesli rehber hizmeti ve bir müzede hissedilebilir yüzey uygulaması bulunduğu, bunun dışındaki özel müzelerde kriterlerden birkaçının müze yöneticilerinin kendi inisiyatifleri doğrultusunda uygulanabildiği ve müzelerin hiçbirinde Braille alfabeli açıklamalar olmadığı saptanmıştır. Görme engelliler için önem arz eden bir konu olan Braille alfabesinin sonradan öğrenilmesinin zor olması ve bu alfabeyi bilenlerin sayısının oldukça az olması (Altı Nokta Körler Vakfı, 2008) dikkate alındığında, müzelerde tüm görme engellileri kapsayacak daha sürdürülebilir çözümler aranması faydalı olacaktır.

Small ve diğerlerinin (2012) belirttiği gibi engellilik tipi, bireylerin demografik özellikleri ile birleştğinde turizm deneyiminde farklılıklar yaratmaktadır. Görme engelliler açısından da tamamen görme engelli olanlar ile kısmi görme engelli olanlar ve doğuştan görme engelli olanlar ile sonradan görme engelli olanların istek, beklenti ve sorunlarının bazı noktalarda ayrılmakta olduğunu söylemek mümkündür. Sonradan görme engelliler için müzelerle ilgili olarak rehber anlatımı ya da sesli anlatım çoğu zaman yeterli olabilecekken, özellikle doğuştan ve tamamen görme engelli olan bireyler dokunmaya ve daha fazla betimlemeye ihtiyaç duymaktadır.

Araştırma kapsamında görme engellilerin müzeleri ziyaretleri sırasında yaşadıkları sorunlar ve beklentileri ile ilgili elde edilen bulgular, Buyurgan (2009) ile Poria ve diğerlerinin (2009) araştırma bulguları ile paralellik göstermektedir. Buna göre, görme engellilerin müzelerde karşılaştıkları sorun ve beklentilerin, memnun kaldıkları durumlardan daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Buna rağmen araştırma kapsamında, katılımcıların müze deneyimlerinde personelin ilgi ve iletişimi, betimleme, hikayeli anlatım, kabartmalı anlatım, eserlere dokunma, ulaşılabilirlik, fiyat politikası ve gerçekçi maket kullanımı gibi konulardan memnun kaldıkları tespit edilmiştir.

"Kazakistan'da bir müzede bir dinazorun iskelet maketini gerçeğine benzetmek amacıyla dış proteziyle yapmışlar. Dokunduğunda gerçek kemiğe dokunuyor gibisin, birebir aynı gibi pürüzü bile vermişler. Boğuşurken aldığı darbenin izi bile var. İşte bizim doğallık dediğimiz bu, herşey kağıt maket değil."

(Katılımcı 7)

"...Birinde çok keyif aldım, çünkü orada edebiyat mezunu asker biri vardı. O gezdirdi bizi, odaları anlattı. O kadar güzel anlattı ki, dış fırçasının şekline kadar. O an beyninizde canlandırabiliyorsunuz."

(Mülakat 1)

Araştırma kapsamındaki müzelerde görme engellilere yönelik eksikliklerinin oldukça fazla olduğu saptanmıştır. Gerekli düzenlemelerin yapılması halinde görme engellilerin refakatçileri olmadan müzeleri daha fazla ziyaret etmek istedikleri ve bununla birlikte diğer görme engellileri de müze ziyaretleri konusunda teşvik edecekleri belirlenmiştir. Bu

sonuç Marston ve Golledge'nin (2003) araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Müzelerin görme engellilere uygun hale getirilmesi, daha fazla engellinin müze ziyaretinde bulunması ve topluma kazandırılması açısından önem kazanmaktadır. Günümüzde eğitilmiş ve çalışan engelli bireylerin sayısının artmasından dolayı engelli bireyler turizm faaliyetlerine aktif olarak katılmaktadır (ITB, 2012/2013). Alanyazından elde edilen bilgiler, dünya çapındaki müzelerde görme engellilere yönelik yapılan uygulamalar ve araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, müzelerin görme engellilere uygun hale getirilmesine yönelik müze yöneticileri başta olmak üzere bütün paydaşlara sunulabilecek öneriler; görme engelliler için yapılacak düzenlemelerin mekan, sergi tasarımı ve hizmet gibi tüm süreçlere yayılması, tamamen görme engelli ya da görme zorluğu çeken ve doğuştan ya da sonradan görme engelli olan bireylerin farklı ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulması, bu kapsamda güzergahın tanınması amacıyla hem müze içinde hem de müze etrafındaki yüzey materyalinde ve renginde değişiklikler yapılması ve kaymayı önleyici yüzeyler tercih edilmesi, giriş ve dolaşım alanlarında engel bulunmaması gibi fiziksel düzenlemeler ile dokunma koleksiyonları, gerçekçi maketler, büyük puntolu ve kontrast renkli broşürler, kabartmalı harita ve resimler, galeri ve eserler hakkında bilgi veren sesli rehberler, betimlemeli anlatım, ilgili ve bilinçli personel gibi öğrenmeye dayalı düzenlemeler şeklinde özetlenebilir. Belirtilen bu önerilerin uygulanması halinde görme engellilerin yaşadığı kişisel ve kişilerarası sorunların da azalacağı düşünülmektedir.

Son olarak, görme engellilerin müzeleri ziyaret etmemelerinin nedenleri araştırıldığında, ekonomik faktörlerden ziyade fiziksel, kişisel ve kişilerarası birtakım sorunlar öne çıkmaktadır. Bu durumun araştırma dahilindeki katılımcılar için geçerli olduğu, ancak farklı demografik özellikteki bireyler için farklı sonuçlar olabileceği de göz ardı edilmemelidir.

KAYNAKÇA

- ADA (Americans with Disabilities Act). (2009). *Accessible information exchange: Meeting on a level playing field*. [URL: <http://www.ada.gov/business/accessiblemtg.pdf>] (Erişim 15 Temmuz 2014).
- Akoğlu Kozak, M. & Bahçe, S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altı Nokta Körler Vakfı (2008). Braille alfabesi. [URL: <http://6nokta.org.tr/eski/braille.html>] (Erişim 19 Ağustos 2014).
- Altınok, S. & Altınok, K. (2013). Görmeyenlerin müze ve sergi ziyaretleri. [URL: <http://selimkerim.com/KorculMuzeZiyaretleri.htm>] (Erişim 8 Temmuz 2014).
- Artar, Y. & Karabacakoglu, Ç. (2003). *Türkiye'de özürllüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki alt yapı olanaklarının araştırılması*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Bi, Y., Card, J. A. & Cole, S. T. (2007). Accessibility and attitudinal barriers encountered by chinese travellers with physical disabilities. *International Journal of Tourism Research*, 9, 205-216.

- Buhalis, D. & Darcy, S. (2011). Conceptualising disability. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds), (*Aspects of Tourism*) *Accessible tourism: Concepts and issues*. UK: Channel View Publication.
- Buyurgan, S. (2009). Görme yetersizliği olan üniversite öğrencilerinin müzelerden beklentileri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 9(3), 1167-1204.
- Chang, Y.C. & Chen, C.F. (2012). Meeting the needs of disabled air passengers: Factors that facilitate help from airlines and airports. *Tourism Management*, 33, 529-536.
- Chittaro, L., Ieronutti, L. & Ranon, R. (2004). Navigating 3D virtual environments by following embodied agents: A proposal and its informal evaluation on a virtual museum application. *PsychNology Journal*, 2(1), 24-42.
- Crawford, D. W. & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9, 119-127.
- Daruwalla, P. & Darcy, S. (2005). Personal and societal attitudes to disability. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 549-570.
- Davies, T. D. & Beasley, A. K. (1994). *Accessible design for hospitality: Planning accessible hotels, motels and other recreational facilities*. USA: McGraw-Hill, Inc.
- DHMD (Deutsches Hygiene-Museum Dresden) (2014). Barrier-Free access. [URL: <http://dhmd.de/index.php?id=1761>] (Erişim 8 Temmuz 2014).
- Dulyan, A. & Edmonds, E. (2010). AUXie: Initial evaluation of a blind-accessible virtual museum tour. *Proceedings of the 22nd Conference of the Computer-Human Interaction Special Interest Group of Australia on Computer-Human Interaction*. ACM Press, New York, 272-275.
- Engelsiz Gazete (2013). Müzeler engelliler için erişilebilir olacak. [URL: <http://www.engelsizgazete.com/default.asp?git=haberdetay.asp&hbrid=1457&t=x>] (Erişim 08 Temmuz 2014).
- Erişilebilir İstanbul (2014). Engelsiz müze rehberi. [URL: www.erisilebiliristanbul.org/BilgiBankasi/.../engelsiz_muze_rehberi.pdf] (Erişim 8 Temmuz 2014).
- European Comission (2013). *European disability strategy 2010-2020*. [URL: http://ec.europa.eu/justice/discrimination/disabilities/disability-strategy/index_en.htm] (Erişim 18 Temmuz 2014).
- EU (European Union). (1996). Making europe accessible for tourists with disabilities handbook for the tourism industry. *European Commission Directorate General XXIII - Tourism Unit*. Luxembourg: EU.
- Fitzmuseum (2014). Access information for visitors. [URL: <http://www.fitzmuseum.cam.ac.uk/visit/access/>] (Erişim 18 Temmuz 2014).
- Foggin, B. (2011). Tourism in the leisure lives of people with disability. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds), (*Aspects of Tourism*) *Accessible tourism: Concepts and issues*. UK: Channel View Publishing.
- Grassini, A. (2003). Museo Omero. In E.S. Axel & N.S. Levent (Eds.), *Art beyond sight*. New York: AFB Press.
- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an “industry”: The forgotten power of tourism as a social force. *TourismManagement*, 27(6), 1192-1208.

- Howell, C. (2003). Tate Modern. In E.S. Axel & N.S. Levent (Eds.), *Art beyond sight*. New York: AFB Press.
- Israeli, A. A. (2002). A preliminary investigation of the importance of site accessibility factors for disabled tourists. *Journal of Travel Research*, 41, 101-104.
- ITB (2012/2013). ITB world travel trends report. [URL: http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_2013_web.pdf] (Erişim 7 Ağustos 2014).
- İzmir Kùltür ve Turizm Müdürlüğü (2013). Bakanlığımıza bağlı müze ve ören yerleri. [URL: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77093/bakanligimiza-bagli-muze-ve-orenyerleri.html>] (Erişim 7 Ağustos 2014).
- Karşıyaka Belediyesi (2014). Müzeler. [URL: <http://www.karsiyaka.bel.tr/neler-yapabilirsiniz-12.html>] (Erişim 7 Ağustos 2014).
- Kim, S. E. & Lehto, X. Y. (2012). The voice of tourists with mobility disabilities: Insights from online customer complaint websites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(3), 451-476.
- Konak Belediyesi (2014). Müzeler. [URL: <https://www.konak.bel.tr/konak.php?isl=5>] (Erişim 7 Ağustos 2014).
- Kozak, N. (2006). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kùltür ve Turizm Bakanlığı (2013). Efes müzesi. [URL: <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44830/ephesos-efes-selcuk.html>] (Erişim 12 Temmuz 2014).
- Kùltür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2013). Özel müzeler. [URL: <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43980/ozel-muzeler.html>] (Erişim 7 Ağustos 2014).
- Lumbreras, M. & Sánchez, J. (1999). Interactive 3D sound hyperstories for blind children. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM Press, New York, 318-325.
- Mack, N., Woodsong, C., Macqueen, M. K., Guest, G. & Namey, E. (2005). *Qualitative research methods: A data collector's field guide*. USA: Family Health International.
- Marston, J. R. & Golledge, R. G. (2003). The hidden demand for participation in activities and travel by persons who are visually impaired. *Journal of Visual Impairment and Blindness*, 97(8), 475-489.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. & Lam, P. (2003). Travel agents: Facilitators or inhibitors of travel for people with disabilities. *Tourism Management*, 24, 465-474.
- Metropolitan Museum (2014). For visitors who are blind or partially sighted. [URL: <http://www.metmuseum.org/events/programs/programs-for-visitors-withdisabilities/visitors-who-are-blind-or-partially-sighted>] (Erişim 8 Temmuz 2014).
- Murray, M. & Sproats, J. (1990). The disabled traveller: Tourism and disability in Australia. *Journal of Tourism Studies*, 1(1), 9-14.
- Öztürk, Y. & Yaylı, A. (2006). Türkiye'deki konaklama işletmeleri ve A grubu seyahat acentaları yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. II. *Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, 17-35.

- Öztürk, Y., Yaylı, A. & Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Özürlüler Vakfı. (2009). *Mimari erişilebilirlik kılavuzu*. İstanbul: Viraj Reklam.
- Poria, Y., Reichel, A. & Brandt, Y. (2009). People with disabilities visit art museums: An exploratory study of obstacles and difficulties. *Journal of Heritage Tourism*, 4(2), 117-129.
- Ray, N. M. & Ryder, M. E. (2003). Ebilities' tourism: An exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, 57-72.
- Richards, V., Pritchard, A. & Morgan, N. (2010). (Re)Envisioning tourism and visual impairment. *Annals of Travel Research*, 37(4), 1097-1116.
- Sabancı Üniversitesi (2013). *Engelsiz Türkiye için: Yolun neresindeyiz? Mevcut durum ve öneriler*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Shaw, G. & Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A preliminary survey. *Tourism Management*, 25, 397-403.
- Small, J., Darcy, S. & Packer, T. (2012). The embodied tourist experiences of people with vision impairment: Management implications beyond the visual gaze. *Tourism Management*, 33, 941-950.
- Timur, A. (2014). *Prof. Dr. Alp Timur ders notları*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Tozlu, E., Mercan, Ş. O. & Atay, L. (2012). Çanakkale'nin engelli turizmine ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 1-16.
- UN (United Nations). (1948). Universal declaration of human rights. [URL: <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Introduction.aspx>] (Erişim 12 Haziran 2014).
- V&A (Victoria and Albert Museum) (2014). Disability and access. [URL: <http://www.vam.ac.uk/page/d/disability-and-access/>] (Erişim 12 Temmuz 2014).
- WHO (World Health Organization). (2011). World report on disability. [URL: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/index.html] (Erişim 28 Haziran 2014).
- Yaşar Üniversitesi (2014). Bu proje karanlığı aydınlatacak. [URL: <http://haber.yasar.edu.tr/2014/03/19/bu-proje-karanligi-aydinlatacak/>] (Erişim 23 Temmuz 2014).
- Yau, M. K., McKercher, B. & Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.
- Yaylı, A. & Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 87-97.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yörük, Ü. K. (2003). *Turizm yapılarının tasarımında özürlü etmenin irdelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

TÜRKİYE’DE TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİNİN İLGİLİ MEVZUAT ÇERÇEVESİNDE KAVRAMSAL ANALİZİ

Necdet HACIOĞLU

*Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
hacioglu@balikesir.edu.tr*

Özge GÜDÜ DEMİRBULAT

*Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ozgegudu@hotmail.com*

ÖZET

Günümüzde her yıl milyonlarca insan, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülkelere veya bölgelere hareket etmektedirler. Bu yer değişimi esnasında ulaşım imkanlarından konaklama birimlerine ve rehberlik hizmetlerine kadar çeşitli unsurlardan yararlanmaktadırlar. Söz konusu eylemlerin tümü ise turizm faaliyetlerini meydana getirmektedir. Turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberinin önemli bir rol üstlenmesi, turizm rehberliği eğitimi dikkate değer bir boyuta taşımaktadır. 7 Haziran 2012 tarihinde kabul edilen “Turist Rehberliği Meslek Kanunu”nda turist rehberlerinin mesleğe kabul koşulları içerisinde, rehberlerin eğitimi konusuna ilişkin bazı düzenlemelere gidilmiştir. Bu araştırmada, 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” ile eğitim sisteminde yapılan değişiklikler incelenmiştir. Bu doğrultuda; günümüze kadar olan süreçte turizm rehberliği eğitim sistemleri analiz edilerek, eğitimdeki engellere, gelişmelere ve değişimlere vurgu yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Eğitim, Rehberlik, Meslek, Kanun.*

GİRİŞ

Turizm genel olarak; sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan nedenlerle gerçekleştirilen ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelenmeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların meydana getirdiği ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkilerin bütünüdür (Usta, 2008, s. 7). Turizmin, dünya ekonomisinin en önemli gelir getirici sektörlerinden biri olarak (Erdem ve Etiz, 2012) ülke ekonomilerine yapmış olduğu katkı sürekli bir artış göstermektedir (Ehtiyar ve Üngüren, 2008). Türkiye turizmi, yabancı ziyaretçi sayısı bakımından 2013 yılını %9,8 artışla 34 milyon 910 bin 98 kişi olarak tamamlamıştır (TÜROFED, 2013). Buna yurtdışında yaşayan ve ülkemize ziyarete gelen vatandaşlar da eklendiğinde, toplam ziyaretçi sayısı 37 milyon 832 bin 143 kişi olarak gerçekleşmiştir (AKTOB, 2014). Türkiye’deki turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberleri oldukça önemli bir konumda yer almaktadırlar. Turist rehberlerinin, bilgisi, becerisi, kültürü, tutum ve davranışları ile Türkiye ve Türk insanını temsil edecek ve doğru tanıtacak, ziyaretçilerin memnun ve olumlu izlenimlerle ülkelerine geri dönmesini sağlayacak niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin eğitimi, hassas ve ciddi bir biçimde ele alınması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013).

Eğitim, hem bireyler hem örgütler hem de toplumlar açısından stratejik bir önem taşımaktadır (Erdinç ve Yılmaz, 2012, s. 18). Eğitimi, yeni yetişen kuşakları toplum hayatına hazırlamak amacıyla onların gerekli bilgi, beceri, anlayış ve yeni davranışlar (Batman, Yıldırğan ve Demirtaş, 2000; İlban ve Köstekli, 2012) kazanmalarına, kişilik geliştirmelerine yardım etme etkinliği olarak ifade etmek mümkündür (Hacıoğlu, Kaşlı, Şahin ve Tetik, 2008). Turizm eğitimi ise, bir ülke insanının turizm olayı konusunda tutum ve davranışlarını değiştirebilmesi için o ülkede bulunan her türlü kuruluşun yapmış olduğu çalışmaların tümüdür (Erdinç ve Yılmaz, 2012, s. 19). Doğdubay ve Saatci (2012) turizm eğitimini; her düzeydeki öğrencilere turizm bilinci ve misafirperverliğin temel prensiplerini vermek olarak açıklamakta ve turizm endüstrisinde çalışan personelin genel ve mesleki bilgilerini artırmak için yapılan her türlü faaliyetler şeklinde tanımlamaktadırlar. Turizm eğitiminin temel amacı, turizm sektöründe iş görecektir elemanları temel eğitimden geçirmek, tüm eğitim alanlarına turizm bilincini ve felsefesini kazandırmak (Çakır, Çakır ve Çiftçi, 2012), yönetim tekniklerini öğretmek ve yeni kavram, fikir ve teknolojileri kavrayabilecek üst düzey turizm profesyonellerini yetiştirmektir (Özdemir Yılmaz, 2011).

Hizmet endüstrisinde, müşteri tatmininin sağlanmasında müşteriyle birebir temas ve iletişimde bulunan işgörenlerin seçilmesinin ve eğitiminin büyük önem kazandığı görülmektedir. Turizm işletmelerinde ihtiyaç duyulan bilgi, yetenek ve donanımına sahip işgücü ancak etkin ve kaliteli (Ehtiyar ve Üngüren, 2008) turizm eğitim ve öğretimiyle gerçekleştirilebilmektedir (Korkmaz, Temizkan ve Temizkan, 2011).

Turist rehberleri; turizm endüstrisi içerisinde yer alan tanıtım elçileri olarak (Ap ve Wong, 2001, s. 552) ifade edilebildikleri gibi bir turistin ülkeye gelişinden, ülkeden ayrılışına kadar yanında bulunan (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006), turistin gittiği ülkeye olan bakış açısını şekillendiren (Carmody, 2013) bireyler olarak da ifade edilebilmektedir. Öte yandan; turist rehberleri turistlere bildiklerini en akılda kalıcı şekilde aktarabilen, gerektiğinde bir politikacı, bir sanatçı, bir ressam, bir müzisyen, gerektiğinde ise yerel halkı temsil eden bir kişi olarak da tanımlanmaktadırlar (Aktaş ve Batman, 2010). Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği'ne göre turist rehberinin görevi; ziyaretçi gruplarına, ziyaret edilen yerlere, bölge ya da şehre rehberlik yapmak; ziyaretçilerin tercih ettikleri dilde kültürel ve doğal mirası eğlenceli bir biçimde anlatmak olarak ifade edilmektedir (Zhang ve Chow, 2004, s. 82). Öte yandan bir turist rehberinin sadece anlatacağı yöre hakkında bilgi sahibi olması yeterli değildir. Aynı zamanda bilimden sanata, ekonomiden siyasete her türlü konuda bilgiye sahip olması gerekmektedir (Koroğlu, 2009; Tetik, 2006).

6326 SAYILI TURİST REHBERLİĞİ MESLEK KANUNU

Turist rehberliği ile ilgili ilk yönetmelik 3 Eylül 1971 gün ve 13945 sayılı “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” adıyla yayımlanmıştır. Bu yönetmelik 21 Mart 1974 tarihinde değiştirilerek “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adını almış, 1981, 1983, 1986, 1988 ve 1995 yılında bazı değişikliklere uğramıştır. 25 Kasım

2005 tarihli ve 16004 sayılı Resmi Gazete’de yeni “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” yayımlanmıştır. Turist Rehberliğini meslek olarak tanımlayan 6326 Sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” 7 Haziran 2012 tarihinde kabul edilmiş ve 22 Haziran 2012 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu Kanun; turist rehberliği mesleğine kabule, meslek içi eğitime ve mesleğin icrasına, turist rehberleri odaları ile turist rehberleri odaları birliklerinin kuruluşuna, organlarının niteliklerine ve seçimlerine, organlık niteliğini yitirme hâl ve usullerine, görev ve yetkilerine, çalışma usullerine, üyeleri ile olan karşılıklı hak ve yükümlülüklerine, gelir ve giderleri ile bütçelerine, Kültür ve Turizm Bakanlığının mesleğe ilişkin görev ve yetkilerine, meslek kuruluşlarıyla iş birliğine ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının Bakanlıkça denetlenmesine ilişkin usul ve esasları kapsamakta ve dört bölümden oluşmaktadır (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012).

6326 Sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” gereğince 23 Şubat 2013 tarihinde 28568 sayılı resmi gazetede “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” yayınlanmıştır. Bu Yönetmelik; turist rehberliği mesleğine kabule, meslek içi eğitime ve mesleğin icrasına, turist rehberleri odaları ile turist rehberleri odaları birliklerinin kuruluşuna, organlarının niteliklerine ve seçimlerine, organlık niteliğini yitirme durumu ve usullerine, görev ve yetkilerine, çalışma usullerine, üyeleri ile olan karşılıklı hak ve yükümlülüklerine, gelir ve giderlerine, Kültür ve Turizm Bakanlığının mesleğe ilişkin görev ve yetkilerine, meslek kuruluşlarıyla işbirliğine ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının Bakanlıkça denetlenmesine ilişkin usul ve esasları kapsamakta ve altı bölümden oluşmaktadır (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013).

TÜRKİYE’DE TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİNİN ÖNEMİ

Turist rehberliği, turistik alanların etkin ve doğru tanıtımı açısından kritik öneme sahip turizm sektörünün en eski meslek gruplarından (Sarıışık ve Yazıcı, 2013, s. 106). Bu nedenle turist rehberlerinin bilgi ve beceri düzeyleri (Yıldız ve Utku Demirel, 2008) turizm eğitim kalitesinin göstergelerinden biri olarak ifade edilmektedir (Rabotic, 2009). Bilgi ve beceri düzeyi, turiste sunulan toplam hizmet kalitesinin de başta gelen belirleyicilerinden olmaktadır (Tetik, 2012, s. 217). Rehberlerin ülkelerini yabancılara karşı, kendi kişilikleriyle temsil etmelerinden dolayı turizm sektöründe çok önemli görevleri, katkıları ve aynı oranda da sorumlulukları vardır. Rehberler, birer küçük bilgi devi olmanın yanı sıra, iyi bir yönetici, iyi bir kültür adamı, iyi bir psikolog, iyi bir sosyolog olmak durumundadırlar (Nebioğlu, 2013; Rabotic, 2009). Turistin seyahat ettiği herhangi bir ülkeden memnun olarak ayrılmasında en önemli etken; rehberler tarafından turistin doğru ve yeterince bilgilendirilmesidir (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013, s. 119). Turist rehberlerinin eğitimi sadece ziyaretçiler ya da rehberler için değil, aynı zamanda bölgeler, şehirler ve hatta ülkenin bütünü için çok büyük önem taşımaktadır (Karaman, Köroğlu ve Köroğlu, 2012, s. 353). İyi eğitim almamış turist rehberi destinasyonun imajının zayıflamasına ve turizm markasının zarar görmesine neden olabilmektedir (Tetik, 2012, s. 218). Özellikle Türkiye gibi önemli turizm mahallerine sahip ülkeler için olumlu imajı

güçlendirme ve olumsuz imajı düzeltmede en etkili pozisyonda bulunan grupların başında turist rehberleri gelmektedir (Temizkan, Temizkan ve Tokay, 2013, s. 476). Bu nedenle turist rehberinin tanıtacağı ülke, bölge, yöre, tarihi eserler ve değerler hakkında yeterli bilgi sahibi olması, gerekliliğin ötesinde bir zorunluluk olarak ifade edilebilmektedir (Tetik, 2012). Sonuç olarak, iyi yetişmiş bir turist rehberi, olumlu ülke imajı oluşturulmasında (Şahin ve Balta, 2007), “en iyi tanıtım turistin yaptığı tanıtım” ilkesi doğrultusunda ülkeden mutlu ayrılan turistin yapacağı propagandalarla ülkeye gelen turist sayısının artmasında, dolayısıyla turizm gelirlerinin artmasında büyük öneme sahiptir (Nebioğlu, 2013, s. 64-65).

TÜRKİYE’DE TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİNİN TARİHÇESİ

Rehberlik ile ilgili ilk belgelere 29 Ekim 1890 tarihinde yayınlanan 190 sayılı Nizamnamede rastlanmaktadır (Çolakoğlu, Epik ve Efendi, 2010, s. 131). 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu yabancı dil bilen üniversite öğrencilerini, açtığı kurslarla rehberlik mesleğine kazandırmaya başlamıştır. 1960’lı yıllarda Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı ve Milli Türk Talebe Birliği de ayrı ayrı rehberlik kursları düzenlemişlerdir (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 25). Türkiye’de rehberlik eğitime yönelik kurallar 8 Kasım 1925 tarih ve 2730 sayılı “Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname” ile belirlenmeye başlamıştır. Tercüman-rehberlik mesleğine gireceklerin uymaları gereken esasları 11 maddede toplayan bu kararname, rehberlik mesleğinde eğitimin önemini gündeme getirmiştir. Ancak, o yıllarda turistik faaliyetlerle ilgilenen resmi bir kuruluş bulunmadığından, tercüman rehberlerin gerekli bilgiye sahip olup olmadıklarının sınav sonucunda belirlenmesi kağıt üzerinde kalmıştır (Çolakoğlu ve diğerleri, 2010, s. 133).

20 Ağustos 1963 tarihinde kurulan ve “Çalışma alanına giren konularda profesyonel yetiştirmek üzere kurslar, uzman okullar açabilme” yetkisine sahip olan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından 1964-1968 yılları arasında rehberlik kursları düzenlenmiştir. İlk yönetmelik 3 Eylül 1971 gün ve 13945 sayı ile yayınlanmıştır. “Tercümen Rehber Kursları ve Tercümen Rehber Yönetmeliği” 21 Mart 1974 tarihinde değiştirilerek, “Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adını almıştır. Sırasıyla 1981, 1983, 1986 ve 1988’de değişikliklere uğramıştır (Yıldız ve Utku Demirel, 2008, s. 256). 1983 yılında ilk “Profesyonel Tercüman Rehber Yönetmeliği” yayımlanmış ve meslekte profesyonel-amatör ayırımına (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 27) gidilmiştir. Bu ayırımın piyasada yarattığı huzursuzluklar üzerine 1986 yılında “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” yayımlanmıştır. 1986 yönetmeliği ile rehberlik kursu açılması yetkisi yalnızca Turizm Bakanlığı’na verilmiştir. Bu kural 1988 tarihinde yapılan bir değişiklik ile bozulmuş ve özel kişilere de Bakanlığın kurallarıyla uyumlu olmak ve izin almak koşuluyla rehberlik kursu açma yetkisi verilmiştir. Ancak özel kursların niteliğe önem vermeyişleri sebebiyle, 1990 tarihinde yeni bir değişiklik yapılarak, kurs açma yetkisi Turizm Bakanlığı’na verilmiştir (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 28).

Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği esaslarınca, 1995 yılına kadar turist rehberliği eğitimi kısa süreli kurslarla, bugünkü Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmekteydi (Karaman ve diğerleri, 2012, s. 354). Zamanla üniversite düzeyinde eğitimin çeşitlendirilmesi ile birlikte üniversiteler de rehberlik programı açmışlar ve konuya akademik boyut kazandırmışlardır (Tetik, 2012). 09.08.1995 tarihli, 22369 sayılı Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği’ne getirilen ek madde ile fakülte ve yüksekokullar bünyesinde açılan rehberlik bölümlerinden mezun olanlara gerekli koşulları yerine getirmeleri durumunda Bakanlık tarafından rehberlik kimlik kartı verilebilmesi sağlanmıştır (Hacıoğlu, 2008, s. 245). 2001 yılı itibarı ile Türkiye’de rehberlik eğitimi konusunda üç farklı yapı (Temizkan ve diğerleri, 2013, s. 478) karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; Kültür ve Turizm Bakanlığı kursları, iki yıllık meslek yüksekokulları ve dört yıllık turizm yüksekokulları ile turizm fakülteleri bölümleridir (Türker, Güzel ve Türker, 2012, s. 339). Bu üç eğitim sisteminden de mezun olanlara aynı haklar verilmektedir (Karaman ve diğerleri, 2012, s. 535). Bu kadar farklı eğitimlerden geçen kişilerin aynı statüyü paylaşmaları sonuçta sıkıntı yaşatmaktadır (Avcıkurt, Alper ve Geyik, 2009, s. 62). 7 Haziran 2012 tarih ve 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” da bu konuya bir açıklık getirememiştir (Tür, 2012).

Eğitim sistemi incelendiğinde, bireyin gereksinimlerini karşılayacak şekilde alt sistemlerden oluştuğu görülmektedir. Eğitim sistemi bir bütünlük içinde, örgün eğitim ve yaygın eğitim alt sistemlerden oluşmaktadır (Batman ve diğerleri, 2000).

Profesyonel Turist Rehberliğinde Yaygın Eğitim

Birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)’nin ortak önerileri ve Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın onayıyla düzenlenen profesyonel turist rehberliği sertifika programları yaygın eğitim kapsamında yer almaktadır. Günümüzde 22/06/2012 tarihli ve 28331 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre; turizm sektörünün ihtiyaçları dikkate alınarak, Birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)’nin ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla belirlenen dillerde, gerektiği hâllerde belirlenen bölgelerde, Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında *Birlikler* tarafından ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programları düzenlenebilmektedir. Sertifika programları, seçme sınavının yapılacağı tarihten en az bir ay önce birliğin resmi internet sitesinde ve gerekli görüldüğü hallerde diğer iletişim kanalları ile duyurulmaktadır. Sertifika programlarına kabulde aranan koşullar şu şekildedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013);

- a) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak,
- b) Başvuru tarihi itibarıyla on sekiz yaşını doldurmuş olmak,
- c) Üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olmak,
- d) Yabancı dil yeterliliğine sahip olmak,

- e) Kanunun 3 üncü maddesinin birinci fıkrasının (e) bendinde sayılan suçların herhangi birinden mahkum olmamak,
- f) Daha önce meslekten çıkarılmamış olmak.

Bu niteliklere sahip olan adaylar, rehberlik sertifika programı giriş sınavlarına girmeye hak kazanmaktadırlar. Seçme sınavları sırasıyla aşağıdaki aşamalarda yapılmaktadır (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013):

- a) *Genel Kültür*: Toplam 100 puan olup, en az 70 puan alan başarılı sayılmaktadır.
- b) *Yabancı dil sözlü sınavı*: 100 üzerinden en az 80 puan;
- c) *Yabancı dil yazılı sınavı*: 100 üzerinden en az 80 puan almak gerekmektedir. ÖSYM tarafından yapılan Yabancı Dil Sınavı'ndan en az B düzeyinde belgesi bulunanlar, belgelerini ibraz etmeleri halinde bu sınavdan muaf tutulmaktadırlar.
- d) *Mülakat*: Mülakat sınavında mülakat komisyonunca, Bakanlık tarafından hazırlanan mülakat formuna göre adayın rehberlik yapıp yapamayacağı konusundaki yeterliliğine karar verilmektedir.

Bu sınavlarda yeterli puanları alarak başarılı olan adaylar, sertifika programına kabul edilmektedirler. Bir sonraki aşamaya girmek için bir önceki sınavda başarılı olmak gerekmektedir. Sertifika programında okutulacak dersler ise şu şekildedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013);

- Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı,
- Meslek Etiği ve Meslek Dersi,
- Türkiye'nin Turizm Coğrafyası,
- Genel Türk Tarihi ve Kültürü,
- Türk Dili ve Edebiyatı,
- Arkeoloji ve Müzecilik,
- Mitoloji ve İkonografi,
- Sanat Tarihi,
- Dinler Tarihi ve Sosyoloji,
- Genel Sağlık Bilgisi ve İlk Yardım,
- İletişim Becerileri,
- Anadolu Medeniyetleri Tarihi,
- Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları,
- Türkiye'nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi.

Sertifika programının süresi ülkesel sertifika programlarında en az *yedi yüz ders saati*, bölgesel sertifika programlarında ise bölge başına en az *yüz elli ders saatidir*. Dersler haftada en az *beş gün* ve günde kırk beşer dakikalık en az dört en fazla altı ders saati olarak yürütülmektedir. Ancak, program ders saatinin aynı kalması şartıyla bu süreden önce de tamamlanabilmektedir. Katılımcıların, sertifika programı kapsamında belirlenen tarihi ve turistik alanları tanımak ve bilgi sahibi olmak amacıyla yurtiçi uygulama gezilerine katılmaları zorunludur. Uygulama gezileri, ülkesel veya bölgesel sertifika programları için

ayrı ayrı düzenlenmektedir. Ülkesel yurtiçi uygulama gezi süresi en az *kırk beş takvim günü*, bölgesel yurtiçi uygulama gezi süresi en az *sekiz takvim günüdür*(Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013).

Sertifika programında ders verecek eğiticiler, en az lisans mezunu olmak kaydıyla alanlarında uzman kişiler arasından, turist rehberliği meslek dersi eğiticisi ise en az *sekiz* yıldır eylemli turist rehberleri arasından görevlendirilmektedir. Sertifika programı süresince turist rehberi olmak için gereken teorik dersleri alan adaylar, sertifika programı bitiminde bitirme sınavlarına tabi tutulmaktadırlar. Bitirme sınavları her ders grubundan ayrı ayrı test şeklinde yapılmaktadır. Başarılı olmak için sınavın her bir bölümünden yüz tam puan üzerinden en az yetmiş puan almak gerekmektedir. Sınavlardan yeterli düzeyde puanları alan katılımcılar başarılı sayılmaktadırlar. Tüm bu yükümlülükleri yerine getirerek başarılı olanlara Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ruhsatname düzenlenmektedir. Ruhsatname sahibi olup çalışma kartı olmayan turist rehberi eylemsiz turist rehberi olarak adlandırılırken, çalışma kartı sahibi olup fiilen turist rehberliği hizmeti sunma hak ve yetkisine sahip turist rehberi ise eylemli turist rehberi olarak adlandırılmaktadır (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013).

7 Haziran 2012 tarihli Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nda sertifika programlarına ilişkin yapılan değişiklikler Tablo 1'de yer almaktadır:

Tablo 1. 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” ile Meydana Gelen Değişiklikler

	Meslek Kanunundan Önce	Kurum	Meslek Kanunundan Sonra	Kurum
Eğitim	Herhangi bir <u>önlisans</u> eğitimi sonrasında Ülkesel ve Bölgesel Kurslar (<i>Ülkesel 560 saat ders</i>)	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı	Herhangi bir <u>lisans</u> eğitimi sonrasında Ülkesel ve Bölgesel Kurslar (<i>Ülkesel 700 saat ders</i>)	Meslek Odaları
Belge	Yabancı Dil Seviye Tespit Sınavı (YDS) <u>C Düzeyi</u>	ÖSYM	Yabancı Dil Seviye Tespit Sınavı (YDS) <u>B Düzeyi</u>	ÖSYM
	Kokart	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı	Ruhsatname	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
	Yıllık Vize	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı	Yıllık Çalışma Kartı	Meslek Odaları

Kaynak: Temizkan, P., Temizkan, R. ve Tokay, S. (2013: 479).

Bakanlık bünyesinde en son 2012 yılında İzmir ve Antalya’da rehberlik kursu düzenlenmiştir. Turist Rehberliği Meslek Kanunu sonrasında ise Meslek Odaları tarafından açılmış rehberlik kursu bulunmamaktadır. Bakanlık bünyesinde son 6 ayda açılan rehberlik kursları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Bakanlık Bünyesinde Son 6 yılda Açılan Rehberlik Kursları

Yıllar	Kurs Açılan İller	Rehber Sayıları
2005	Antalya-Ankara-İstanbul	492
2006	Aydın-Balıkesir-Erzurum-İstanbul-Trabzon	330
2007	Gaziantep-Konya-Şanlıurfa	176
2008	İstanbul-İzmir-Hatay-Samsun	334
2010	Denizli-Sivas-Bursa	313
2012	İzmir-Antalya	205

Kaynak:Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014).

Profesyonel Turist Rehberliğinde Örgün Eğitim

Örgün eğitim, bir diplomaya yönelik olarak (Hacıoğlu ve diğerleri, 2008) belirli yaş grubundaki ve aynı seviyedeki bireylere, amaca göre hazırlanmış programlarla, okul çatısı altında düzenli olarak yapılan eğitimidir. Bu eğitim türünde genel, mesleki ve teknik eğitim programları uygulanmaktadır (Batman ve diğerleri, 2000, s. 43). Profesyonel turist rehberliği eğitimi ülkemizde ön lisans ve lisans düzeyinde olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmektedir. Örgün eğitimde rehber yetiştirmek için iki yol izlenmektedir. Birincisi, önlisans düzeyinde eğitim veren meslek yüksekokulları diğeri ise lisans düzeyinde eğitim veren fakülte ya da yüksekokullara bağlı bölümlerdir (Karaman ve diğerleri, 2012, s. 354). Üniversite rehberlik programlarına giriş, Ölçme Seçme ve Yerleştirme Sınavı’ndan (ÖSYS) belirli bir puan almak koşulu ile mümkün olmaktadır (Polat, 2001, s. 59).

Önlisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi

1989 yılında kurulan Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu bünyesinde, Turizm Rehberliği programının ilk mezunlarını 1992 yılında vermesi ile turist rehberliği eğitiminin üniversiteler tarafından verilmesinin önü açılmıştır (Temizkan ve diğerleri, 2013, s. 481). 2013 ÖSYS (Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Sistemi) Kontenjan Kılavuzu esas alınarak ulaşılan verilere göre Türkiye’de önlisans düzeyinde turizm eğitimi veren 13 meslek yüksekokulunda turizm rehberliği bölümü bulunmaktadır ve öğrenci alan bu bölümlerde toplam öğrenci kontenjanı yaklaşık olarak 630 kadardır. Bu meslek yüksekokulları Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Turizm Rehberliği Bölümü Önlisans Programları

Üniversite	Bölüm	Kontenjan
Ankara Üniversitesi Beypazarı MYO	Turizm Rehberliği	40
İstanbul Aydın Üniversitesi	Turizm Rehberliği	40
Kocaeli Üniversitesi Derbent MYO	Turizm Rehberliği	50
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO	Turizm Rehberliği	30
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İçmeler Turizm MYO	Turizm Rehberliği Turizm Rehberliği (II. Öğretim)	50 50
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca MYO	Turist Rehberliği	40
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv. Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz MYO	Turizm Rehberliği Turizm Rehberliği (II. Öğretim)	45 45
Selçuk Üniversitesi Silifke Taşucu MYO	Turizm Rehberliği	80
Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat MYO	Turizm Rehberliği	30
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO	Turizm Rehberliği	30
Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç MYO	Turizm Rehberliği	30
Uludağ Üniversitesi İznik MYO	Turizm Rehberliği	40
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Van MYO	Turizm Rehberliği	30

Kaynak: 2013 ÖSYS Kontenjan Kılavuzu'ndan derlenerek hazırlanmıştır.

Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi

Turist Rehberliği alanındaki ilk Lisans eğitimi veren Yüksekokul ise 1997 yılında eğitim öğretime başlayan Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'dur (Temizkan ve diğerleri, 2013, s. 481). 2013 ÖSYS Kontenjan Kılavuzu esas alınarak ulaşılan verilere göre Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren ve öğrenci alan 12 üniversitede turizm rehberliği bölümü bulunmaktadır. Bu bölümlerin ismi bazı üniversitelerde Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, bazı üniversitelerde ise Turizm Rehberliği olarak geçmektedir. Bu bölümlerdeki toplam öğrenci kontenjanı yaklaşık 750 civarındadır. Bu bölümler Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Turizm Rehberliği Bölümü Lisans Programları

Üniversite	Bölüm	Kontenjan
Adıyaman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	<i>Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği</i>	45
Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği Turizm Rehberliği (II. Öğretim)	45 45
Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	40
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	65
Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi	<i>Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği</i>	75
Ege Üniversitesi Çeşme Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Turizm Rehberliği	60
Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi	<i>Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği</i> <i>Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği</i> (MTOK)	60 26
Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Turizm Rehberliği	40
Katip Çelebi Üniversitesi	Turizm Rehberliği	30
Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	35
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği Turizm Rehberliği (MTOK)	39 17
Yaşar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Turizm Rehberliği	30

Kaynak: 2013 ÖSYS Kontenjan Kılavuzu'ndan derlenerek hazırlanmıştır. (M.T.O.K: Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Kurumu.)

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nce fakülte ve yüksekokullar bünyesinde açılan rehberlik bölümlerinden mezun olanlara; Bakanlıkça yapılacak yabancı dil sözlü ve yazılı sınavında başarılı olmaları veya ÖSYM tarafından yapılacak Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavına (YDS) katılarak en az (B) düzeyinde başarı sağlamaları halinde, Anadolu Uygulama Gezisine katıldıklarını da belgelendirmeleri koşulu ile Bakanlık tarafından ruhsatname ve çalışma kartı verilmektedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013). Turist rehberlerinin, yerleşim yerinin bulunduğu ilde kurulmuş odalardan birine, yerleşim yeri olan ilde oda kurulmamışsa en yakın ilde kurulmuş odalardan birine üye

olmaları zorunludur. Hangi odaların hangi illerdeki turist rehberlerini üye olarak kaydedebilecekleri Bakanlıkça belirlenerek, meslek kuruluşlarına bildirilir ve Bakanlık resmi internet sitesinden duyurulur. Ancak daha sonra oda olmayan ilde oda kurulduğu veya yerleşim yerleri değiştiği takdirde turist rehberleri yerleşim yerlerinin bulunduğu odaya nakil olmak zorundadırlar (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde belirtilen ve sertifika programında okutulması zorunlu derslerin bazılarının uygulanmadığı görülmektedir. Bu durum ileride Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turist rehberliği belgelerinin (kokart) düzenlenmesinde sıkıntılar yaratabilecektir. Bu nedenle Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde yer alan zorunlu derslerin önlisans ve lisans düzeyinde okutulmasının yanında kurumlarca uygun görülen diğer derslerin örgün eğitim ders müfredatında yer alması gereklidir. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliğine göre profesyonel turist rehberliği kurs programlarında okutulan ve örgün öğretim ders müfredatında yer almayan dersler ile üniversiteler Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Profesyonel Turist Rehberliği Kurs Programında Okutulan Dersler ile Örgün Öğretim Ders Müfredatlarının Karşılaştırılması

KURS PROGRAMINDA OKUTULAN DERSLER	
Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı, Meslek Etiği ve Meslek Dersi, Türkiye'nin Turizm Coğrafyası, Genel Türk Tarihi ve Kültürü, Türk Dili ve Edebiyatı, Arkeoloji ve Müzecilik, Mitoloji ve İkonografi, Sanat Tarihi, Dinler Tarihi ve Sosyoloji, Genel Sağlık Bilgisi ve İlk Yardım, İletişim Becerileri, Anadolu Medeniyetleri Tarihi, Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları, Türkiye'nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi	
ÜNİVERSİTELER	MÜFREDATTA OLMAYAN DERSLER
ÖNLİSANS	
Ankara Üniversitesi Beypazarı MYO	Flora ve Fauna / Meslek Etiği / Müzecilik / İkonografi
İstanbul Aydın Üniversitesi	Flora ve Fauna / Meslek Etiği / Müzecilik
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO	Meslek Etiği / Flora ve Fauna / İletişim / Müzecilik / İkonografi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İçmeler Turizm MYO	Meslek Etiği / Flora ve Fauna / Müzecilik
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca MYO	Flora ve Fauna / Müzecilik
Nevşehir Üniversitesi Ürgüp Sebhat ve Erol Toksöz MYO	İletişim / Flora ve Fauna / Müzecilik
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO	Flora ve Fauna / Müzecilik / İkonografi / Meslek Etiği
Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç MYO	İletişim / Müzecilik
Uludağ Üniversitesi İznik MYO	Anadolu Medeniyetleri Tarihi
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Van MYO	İletişim / Flora ve Fauna

LİSANS	
Adıyaman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Flora ve Fauna / Türk Halk Bilimi ve Geleneksel El Sanatları / Müzecilik / İkonografi
Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	İkonografi
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi	İletişim
Ege Üniversitesi Çeşme Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	İletişim / Meslek Etiği / Müzecilik / İkonografi
Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Meslek Etiği / İletişim
Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği / Mitoloji / Müzecilik / Flora ve Fauna / İkonografi

Kaynak: Üniversitelerin “Bilgi Paketi Ders Kataloğu”ndan derlenerek hazırlanmıştır.

Tablo 5’te yer alan her bir üniversiteye ait 2013 yılı “Bilgi Paketi Ders Kataloğu” incelenerek, dersin içeriğine göre değil dersin ismine göre değerlendirme yapılmış ve değerlendirme sonucunda, turist rehberliği eğitiminde müfredatlarda yer alan farklılıklar vurgulanmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, müfredatta yer alan derslerin içerik olarak da analiz edilerek daha detaylı çalışmaların yapılması gerekliliğinin bundan sonraki araştırmalara ışık tutması hedeflenmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Profesyonel turist rehberliği mesleği, turizm sektöründe önemi göz ardı edilemeyecek bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte profesyonel turist rehberleri; ülke turizmine hizmet eden, çeşitli ülke insanları ile ilk karşılaşan kişiler olarak hem Türkiye’yi temsil etmekte hem de bilgi, beceri ve tutumları ile tur deneyimlerinin kalitesini etkilemektedirler. Başarılı bir turizm gelişimi sağlanması hususunda, turist rehberlerinin eğitimi önem verilmesi gereken konular arasında yerini almaktadır. Bu çerçevede araştırmada; Türkiye’de turizm rehberliği eğitimi incelenerek, 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” ile meydana gelen değişiklikler açıklanmıştır. Bu bilgiler ışığında turist rehberliği eğitimi hususunda geliştirilebilecek öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Turizm rehberliği eğitimi içeriğinin Kültür ve Turizm Bakanlığı, Meslek Birlikleri ve Üniversitelerin ilgili bölüm yöneticilerinin bir araya gelerek oluşturacakları bir müfredat komisyonunca yeniden oluşturulması, meslek için gerekli bilgi ve donanım ile öğrencilerin mezun edilmesinin sağlanması gerekli görülmektedir.
- Araştırma sonuçlarına göre; Türkiye’de rehberlik eğitimi konusunda üç farklı yapı karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; Kültür ve Turizm Bakanlığı kursları, iki yıllık meslek yüksekokulları ve dört yıllık turizm yüksekokulları ile turizm fakülteleri bölümleridir. Bu üç eğitim sisteminden de mezun olanlara aynı haklar verilmesi hususuna “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” da bir açıklık getirememiştir.

- Profesyonel turist rehberliği eğitimindeki bu üç boyutlu yapı, rehberlik eğitiminde tek bir standardın oluşmasını engellemektedir. Bu durum, turizm rehberliği eğitiminin yeniden ele alınması gereğini ortaya çıkarmaktadır.
- “Turist Rehberliği Meslek Kanunu”, artık kurslara lisans mezunu olan adayların seçileceği yönünde bir düzenleme yapmışsa da rehberlik eğitiminde tam anlamıyla belli bir standart sağlanamamıştır.
- Bu kapsamda; önlisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi sonunda bireylerin “Bölgesel Rehber”, lisans düzeyindeki turist rehberliği eğitimi sonunda ise “Ülkesel Rehber” olmaları hususunda düzenlemeler yapılması yararlı olacaktır.
- Öte yandan “Ülkesel Rehber” ve “Bölgesel Rehber” ayrımının da sakıncaları söz konusu olabilmektedir. Örneğin, birçok bölgesel rehber Anadolu turlarına çıkamayacaktır.
- Bu doğrultuda; turist rehberliği eğitiminde yüksek lisans programlarına olanak tanıyan düzenlemeler yapılmalıdır. Yüksek lisans programları nadir diller için çözüm olanağı vermektedir. Böylelikle konu tamamen lisans ve yüksek lisans programları ile üniversiteler bünyesinde çözülebilmektedir.
- Türk vatandaşlarına yönelik turlara çıkacak rehberler için yabancı dil bilme zorunluluğunu kaldıracak bir düzenlemeye ihtiyaç duyulmaktadır.
- Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın düzenlediği kurslarda altı aylık bir sürede toplam 700 saat ders okutulmakta iken, önlisans düzeyinde 1500 saat ders ve lisans düzeyinde 2800 saat ders okutulmaktadır. Rehberlik eğitiminde tarihten ekonomiye sosyolojiden mitolojiye pek çok bilim dalında yetkinliğe ihtiyaç duyulmaktadır ve kurslarda verilen 700 ders saati bunun için yetersiz görülmektedir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca verilen turist rehberliği eğitimi ile iki yıllık (önlisans) ve dört yıllık bölümlerde (lisans) verilen eğitimler arasındaki farkların giderilmesi gerekli görülmektedir. Bu doğrultuda, turizm rehberliği eğitiminin lisans düzeyinde uygulanmasının yararlı olacağına inanılmaktadır.
- Kaliteli rehberlerin yetiştirilmesi hususunda Üniversiteler ve Rehber Odalarının karşılıklı işbirliği ve anlayışını önemli görülmektedir. Bu doğrultuda; üniversitelerin rehberlik bölümlerinin meslek odaları ile sıkı ilişkiler içerisinde olması sağlanmalıdır. Başka hiçbir meslek odasında eğitimin odanın tekeline bırakılmadığı bilinmektedir. Örneğin Mali Müşavirler Odası’nın muhasebeci yetiştiren kurslar açması mümkün değildir.
- Özellikle uygulama gezileri eğitimin bir parçasıdır ve eğitim kurumlarının öncülüğünde yapılmalıdır.
- Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi verilen üniversitelerde isim farklılıklarının olması da başka bir sorun olarak karşımıza çıkabilmektedir. Şöyle

ki; lisans düzeyinde eğitim verilen üniversitelerin bazılarında bölüm ismi “Turizm Rehberliği” olarak, bazılarında ise “Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği” olarak ifade edilmektedir. Burada bölüm isimleri konusunda YÖK (Yükseköğretim Kurulu)’ün bir standart belirlemesi yararlı görülmektedir.

- Engelli bireylere hizmet verebilecek turist rehberi ihtiyacı göz önünde bulundurulduğunda, turizm eğitimine hizmet eden her düzeydeki eğitim kurumları ile turizm rehberliği bölümleri müfredatlarına, engelli turizmi ile ilgili dersler konulmalı ve turist rehberlerine, engelli turistlere sağlanması gereken hizmet standartları konusunda eğitimler verilmelidir.
- Engelli turizmi kapsamında özellikle genç rehber adaylarına uzmanlık alanı önerilebilir.
- Engelli turizmi ile alakalı turizm rehberliği eğitimine ilişkin Turist Rehberliği Meslek Kanunu’nda düzenlemeler yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde rehberlik* (2. baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktaş, S. ve Batman, O. (2010). Efsanelerin turistik çekicilik üzerine etkileri: profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 367–395.
- AKTOB (2014). *Turizm verileri*, 2013. [URL: <http://www.aktob.org.tr/pdf/AKTOB.TURIZM.VERILERI.pdf>] (Erişim 15 Nisan 2014).
- Ap, J. and Kevin K. F. W. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551–563.
- Avcıkurt, C., Alper, B. ve Geyik, S. (2009). Education and training of tourist guides in Turkey. *Management and Education*, 1, 57-53.
- Batman, O., Yıldırğan, R. ve Demirtaş, N. (2001). *Turizm rehberliği*. Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Carmody, J. (2013). Intensive tour guide training in regional Australia: An analysis of the Savannah Guides Organisation and professional development schools. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), 679-694.
- Çakır, G., Çakır, A. ve Çiftçi, G. (2012). Turizm ve otel işletmeciliği ders programlarının IKMEP kapsamında incelenmesi: Trakya bölgesi örneği. *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 135-147.
- Çolakoğlu, O. E., Epik, F. ve Efendi, E. (2010). *Tur yönetimi ve turist rehberliği* (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğdubay, M. ve Saatci, G. (2012). Kalkınma ajanslarının turizm eğitimi faaliyetlerini desteklemesi üzerine bir değerlendirme (çıkarımlar ve çözüm yolları). *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 99-108.

- Ehtiyar, R. ve Üngüren, E. (2008). Turizm eğitimi alan öğrencilerin umutsuzluk ve kaygı seviyeleri ile eğitime yönelik tutumları arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4), 159-181.
- Erdem, B. ve Etiz, N. (2012). Turist rehberliği bölümü öğrencilerinin tatbikat gezisi algıları: Balıkesir Üniversitesi turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği. *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 323-335.
- Erdinç, S. B. ve Yılmaz, G. (2012). Günümüzde turizm eğitiminin yükseköğretim içerisindeki yeri. *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 17-31.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2008). *Türkiye’de turizm eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N. (2008). Türkiye’de profesyonel turist rehberliği eğitimine yeni bir yaklaşım. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, 244-247.
- İlban, M. O. ve Köstekli, E. (2012). Turizm eğitiminde yaşanan sorunların öğrencilerin okullarına olan duygusal bağlılık düzeylerine ve okula devam niyetlerine etkileri. *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 199-213.
- Karaman, S., Köroğlu, Ö. ve Köroğlu, A. (2012). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin rehberlik eğitimine yönelik düşüncelerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 351-362.
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). Turist rehberliği kursları [URL: <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12907/profesyonel-turist-rehberligi-kurslari.html>] (Erişim 12 Mart 2014).
- Korkmaz, S., Temizkan, S. P. ve Temizkan, R. (2011). Hizmet içi eğitim seminerlerinin profesyonel turist rehberlerinin turizm pazarlamasındaki rolüne etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 17-36.
- Köroğlu, Ö. (2009). İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti uygulamaları kapsamında turist rehberliği eğitim programları. *10. Ulusal Turizm Kongresi*, Mersin Üniversitesi, Mersin, 1335-1345.
- Nebioğlu, K. G.. (2013). *Meslek etiği: turist rehberleri üzerine araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Özdemir Yılmaz, G. (2011). Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakış açılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26), 281-298.
- Polat, T. (2001). *Seyahat işletmelerinde profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Rabotić, B. (2009). The creative role of tourist guiding. *CCSCT Boğaziçi University*, İstanbul.

- Sarıışık, M. ve Yazıcı, M. C. (2013). Profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir değerlendirme. M. Mesci (Ed.), *12. Geleneksel Turizm Paneli Bildiriler Kitabı*, Akçakoca/Düzce: SİDAS.
- Şahin, Y. G. ve Balta, S. (2007). Distance education techniques to assist skills of tourist guides. *Educational Technology and Society*, 10(2), 213-224.
- Temizkan, P., Temizkan, R. ve Tokay, S. (2013). Turist rehberliği meslek kanunu ve turist rehberliği eğitiminde yeni bir paradoks. *14. Ulusal Turizm Kongresi*, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 474-486.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye’de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Tetik, N. (2012). *Turist rehberlerinin eko turizm alanındaki yeterlilikleri: Doğu Karadeniz örneği* (Yayınlanmamış doktora tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012). [URL: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm>] (Erişim 20 Mart 2014).
- Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. (2013). [URL: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/02/20130223-10.htm>] (Erişim 22 Mart 2014).
- Tür, Ş. (2012). Üniversitelerde profesyonel turist rehberliği eğitimi ve karşılaşılan sorunlara ilişkin çözüm önerileri. *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 378-381.
- Türker, A., Güzel, Ö. F. ve Türker, G. Ö. (2012). Turizm aktörü olarak profesyonel turist rehberlerinin Türkiye’deki rehberlik eğitim sistemine bakış açılarını belirlemeye yönelik bir odak grup çalışması. *Turizm Eğitimi Konferansı - Tebliğler*, Ankara, 336-350.
- TÜROFED (2013). *Turizm raporu*. [URL: http://www.turofed.org.tr/PDF/DergiTr/Turizm_RaporuTUR%C4%B0ZM%20RAPORU%20%C5%9EUBAT%202014.pdf] (Erişim 23 Mart 2014).
- Usta, Ö. (2008). *Turizm- genel ve yapısal yaklaşım* (1. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yenipınar, U. ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. *Cag University Journal of Social Sciences*, 10(2), 111-136.
- Yıldız, S. ve Utku Demirel, B. (2008). Türkiye’de profesyonel turist rehberliği eğitimi bağlamında Kültür ve Turizm Bakanlığı kurs programının incelenmesi. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, 255-260.
- Zhang, H. Q. and I. C. (2004). Application of importance-performance model in tour guides’ performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25, 81-91.

LİSANS VE ÖN LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VEREN OKULLARDAKİ MÜFREDATLARIN TURİZM REHBERLİĞİ MESLEK YÖNETMELİĞİNE UYGUNLUĞUNUN İNCELENMESİ

Ömer Zafer GÜVEN

*Yrd. Doç. Dr.,Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
akademik34@hotmail.com*

Uğur CEYLAN

*Öğr. Gör.,Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
ugur.ceylan@dpu.edu.tr*

ÖZET

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi Kültür ve Turizm Bakanlığının onayı ile Birlikler tarafından düzenlenecek ve en az lisans mezunlarının başvurabileceği sertifika programları aracılığıyla ve önlisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumları tarafından verilmektedir. Bu araştırmada ön lisans ve lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarındaki ders müfredatlarının Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ne uygunluğu yönünden incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda rehberlik eğitimi veren yüksek öğretim kurumları arasında müfredat birliği olmadığı, Yönetmelik tarafından alınması zorunlu kılınan derslerin bir kısmının okulların müfredatlarında yer almadığı veya seçmeli ders olarak konulduğu, derslerin isimlerinin Yönetmelik’te belirlenen ders isimlerinden farklı olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler:*Turizm, Rehberlik, Eğitim.*

GİRİŞ

Turist rehberleri, yurtiçi ya da yurt dışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilere, tercih ettikleri bir dilde, bir bölgedeki ya da destinasyondaki anıtları, müzeleri, doğal ve kültürel çevreyi ve tarihi yerleri anlatan ve bunları eğlenceli bir şekilde ziyaretçilere aktaran kişilerdir (Ap ve Wong, 2001). Turist Rehberliğini meslek olarak tanımlayan yasa, 07 Haziran 2012 tarihinde TBMM Genel Kurulu’nda oylandıktan sonra 22 Haziran 2012 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanuna dayalı olarak çıkarılan ve 23.02.2013 tarihi ve 28568 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” nin 3. Maddesine göre ise turist rehberi, “Kanun ve Yönetmelik hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişiyi ifade eder”. Söz konusu yasa Meslek Birliği olmadığı için bilimsel anlamda henüz bir meslek olarak kabul edilmeyen ve Türkiye Esnaf Sanatkarları Federasyonuna bağlı bir Esnaf Odası konumunda bulunan turist rehberliğini bir meslek statüsüne kavuşturmuş olması açısından önemlidir.

Turist rehberliği, turizm sektörü içerisindeki en gözde mesleklerden biri olmasına rağmen yeteri kadar önem verilmeyen bir meslek dalıdır. Turistlerin bakış açısıyla turist rehberleri birer “animatör”, “tur lideri”, “yol gösterici” ve “rehber” olarak görülmektedir. Seyahat acentaları açısından baktığımızda ise rehberler işletmeyi ve imajını temsil eden

“konuşmacılar”dır. Destinasyonda yaşayan kişiler açınsındansa turist rehberleri destinasyonun tarihi ve kültürü arasındaki dengeyi oluşturan birer “tercüman”, bölge halkı ile turistler arasındaki “arabulucu” ve bölgenin müşteri ilişkileri hedeflerine ulaşmasında “büyükelçi” olarak görölmektedir (Maka vd. 2011). Turist rehberleri, turistler ile onların hiç tanıdık olmadıkları yer arasında birer arabulucu rolü üstlenmektedirler. Turistlerin gittikleri bölge hakkında olumlu birer izlenime sahip olmaları ve turun grup açısından başarılı geçmesi turist rehberlerinin performansına bağlıdır. Bu da üzerlerine çok önemli bir görev yüklemektedir çünkü turistleri bir bölgeyle ilgili görüşlerini ve turun başarılı olmasını etkilemektedir. Bu açıdan da bakıldığında turist rehberlerinin üzerine oldukça fazla bir sorumluluk yüklemektedir (Min, 2012). Dahles (2002), turist rehberlerinin bir destinasyonun tanıtımında, bölgenin kalkınmasında ve gelen turistlerin bölgeyi sevmesi ve kalış sürelerinin uzamasında stratejik bir öneme sahip olduklarını belirtmektedir. Leclerc ve Martin (2004), turist rehberliği yapacak olan kişilerin sahip oldukları yabancı dil bilgisi yanı sıra bilgi ve birikim olarak da turistlere aktarım yapabilecek konumda olması gerektiğini ve bu bilgi ve birikimin gezdirdiği bölgenin tarihi, kültürü, coğrafi, beşeri ve iklimsel özelliklerini kapsadığını vurgulamıştır. Bu sebeplerden dolayı da sektörde ihtiyaç duyulan kalifiye personel eğitiminin turizm rehberliği eğitimi konusunda daha ciddi olarak yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Değirmencioğlu (2001), turizm hedeflerine ulaşmada turizm eğitiminin önemini vurgularken, turizm rehberliği eğitime ayrıca değinmiştir. Turizm rehberlerinin, anlatacakları bölgenin tarihi, turistik, sosyal ve kültürel yapısını en iyi şekilde bilmesi gerektiğini ve bunun eğitimden de öte kendileri için bir zorunluluk olduğunu belirtmiştir.

TÜRKİYE’DE PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİ EĞİTİMİ

Her alanda olduğu gibi, turizm alanında da rekabet gücümüzün sürekli bir şekilde artırılması, hızlı ve sürekli bilgi ve teknoloji üretilmesi ve sektörde yüksek kalitenin gerçekleştirilebilmesi için yeter sayı ve nitelikte yetişmiş insan gücü yetiştirilmesi, ülkemizin bugünü ve geleceği açısından hayati önem taşımaktadır. Tatil için ayırdığı zaten kısıtlı olan zamanını ve parasını Türkiye lehine kullanmış olan turistin en iyi hizmeti beklemesi en doğal hakkıdır. Bu bağlamda turizm sektöründe en az diğer sektör çalışanları kadar önemli bir misyonu üstlenen turist rehberlerinin nitelikli bir eğitim ile yetiştirilmesi şüphesiz hem ülke açısından, hem turistler hem de seyahat acentaları gibi sektörün diğer aktörleri açısından büyük önem arz etmektedir. Profesyonel turist rehberliği Türkiye gibi çok kültürlü ve uluslararası imaj sorunu olan ülkelerde stratejik öneme sahip bir meslektir. (Ahipaşaoğlu; 2002) Özellikle profesyonel turist rehberlerine turlar esnasında yabancı konuklardan yansıyan ön yargılı tutum ve görüşlerde dikkate alındığında, rehberlerin etkili mesleki donanımlara sahip olmaları büyük önem taşımaktadır. Bu donanımların sağlanabilmesi için, turist rehberliğinin eğitiminden başlamak üzere çözüm bekleyen bir takım sorun ve belirsizliğin ele alınması gerekmektedir. (Özby: 2008)

Ülkemizde Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği esaslarınca, 1995 yılına kadar turist rehberliği eğitimi kısa süreli kurslarla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından

yürütülmekteydi. Zamanla üniversite düzeyinde eğitimin çeşitlendirilmesi ile birlikte üniversitelerde rehberlik programları açılmış ve rehberlik eğitimi akademik bir boyuta taşınmıştır. (Hacıoğlu: 2008) 23.02.2013 tarih ve 28568 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ne göre Birlikler (7/6/2012 tarihli ve 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu kapsamında kurulan turist rehberleri odaları, birlikleri) dışında hiçbir kurum ve kuruluş turist rehberliği sertifika programı düzenleyemez. Turizm sektörünün ihtiyaçları dikkate alınarak, Birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)’nin ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla belirlenen dillerde, gerektiği hâllerde belirlenen bölgelerde, Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında birlikler tarafından ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programları düzenlenebilir. Birlikler ve TÜRSAB, hangi dillerde sertifika programı açılacağına ilişkin ortak önerilerini yazılı olarak Bakanlığa iletir. Sertifika programı açılacak diller, önerilen diller arasından turizm sektörünün ihtiyaçları da gözetilerek Bakanlık tarafından karara bağlanır ve karar birliklere bildirilir.

Sertifika programlarına kabulde Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak, başvuru tarihi itibarıyla on sekiz yaşını doldurmuş olmak, üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olmak, yabancı dil yeterliliğine sahip olmak, daha önce meslekten çıkarılmamış olmak koşulları aranmaktadır. Bu koşulları taşıyan adaylar istenilen diğer belgeleri de tamamlayarak sertifika programını düzenleyen birliğe bizzat veya posta yoluyla süresi içinde başvuruda bulunurlar. Daha sonra adaylar seçme sınavına tabi tutulur. Seçme sınavları sırasıyla genel kültür, yabancı dil sözlü, yabancı dil yazılı ve mülakat aşamalarında yapılır. Seçme sınavında başarılı olan adaylar sertifika programına tabi tutulurlar. Sertifika programının süresi ülkesel sertifika programlarında en az yedi yüz ders saati, bölgesel sertifika programlarında ise bölge başına en az yüz elli ders saatidir. Sertifika programında okutulacak dersler ise genel turizm bilgisi ve turizm mevzuatı, meslek etiği ve meslek dersi, Türkiye’nin turizm coğrafyası, Genel Türk Tarihi ve Kültürü, Türk Dili ve Edebiyatı, Arkeoloji ve müzecilik, Mitoloji ve ikonografi, Sanat tarihi, Dinler tarihi ve sosyoloji, Genel sağlık bilgisi ve ilk yardım, İletişim becerileri, Anadolu Medeniyetleri Tarihi, Türk halk bilimi ve geleneksel Türk el sanatları, Türkiye’nin flora ve faunası, doğa tarihidir.

Dersler haftada en az beş gün ve günde kırk beşer dakikalık en az dört en fazla altı ders saati olarak yürütülür. Konferanslar ise en az iki saat olmak üzere düzenlenir. Sertifika programı sonunda katılımcıların, sertifika programı kapsamında belirlenen tarihi ve turistik alanları tanımak ve bilgi sahibi olmak amacıyla yurtiçi uygulama gezilerine katılmaları zorunludur. Uygulama gezileri, ülkesel veya bölgesel sertifika programları için ayrı ayrı düzenlenir. Ülkesel sertifika programları için yurtiçi uygulama gezi süresi en az kırk beş takvim günü, bölgesel sertifika programları için yurtiçi uygulama gezi süresi en az sekiz takvim günüdür. Uygulama gezisini de tamamlayan katılımcılar görmüş oldukları derslerden bitirme imtihanına alınırlar. Bitirme veya bütünleme sınavlarında başarılı olanlara başarı belgesi verilir.

Türkiye’de 1995 yılına kadar rehberlerin eğitimini sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı üstlenmiştir. Bu tarihe kadar turist rehberleri yabancı dil bilen lise veya üniversite mezunlarının sınavla alındıkları üç ve altı aylık kurslar vasıtasıyla gerçekleşmekteydi. Üç aylık kurslarda bölgesel, altı aylık kurslarda ise ülke çapında rehber yetiştirilmekte idi. 09.08.1995 tarihinde Profesyonel Turist Rehberliği yönetmeliğinde yapılan değişiklik ile fakülte ve yüksekokul bünyesinde açılacak rehberlik bölümlerinden mezun olanların rehberlik yapabilmesinin önü açılmıştır. Üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin önlisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olan ve yabancı dil yeterliliğine sahip bulunanların, uygulama gezisi başarı belgesi veya onaylı örneği ve T.C. kimlik numarasının yer aldığı dilekçe ile birlikte doğrudan veya posta yoluyla Bakanlığa müracaat etmeleri halinde ilgililere ruhsatname düzenlenmektedir.

25/11/2005 tarih ve 26004 sayılı Resmi Gazete’ de yayımlanarak yürürlüğe giren “ Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğine göre Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı dışındaki hiçbir kurum ve kuruluş rehberlik kursları düzenleme yetkisine sahip değilken, 23.02.2013 tarih ve 28568 sayılı Resmi Gazete ’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” rehberlik sertifikası programı düzenleme yetkisini Meslek odaları ve birliklerine bırakmış, Birlik’lerin ve TÜRİSAB’ın ortak önerileri ve Bakanlığın oluruyla rehberlik sertifikası programı açılması yönünde bir değişiklik yapılmıştır. Buna ek olarak daha önceki yönetmelikte önlisans mezunu olma şartı, 2013 yılında çıkan yönetmelikte “Üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olmak” şeklinde değiştirilmiştir.

Görüldüğü üzere Türkiye’de turist rehberliği eğitimi Kültür ve Turizm Bakanlığının onayı ile Birlikler tarafından düzenlenecek ve en az lisans mezunlarının başvurabileceği sertifika programları aracılığıyla ve önlisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumları tarafından gerçekleştirilmektedir. Rehberlik eğitimi üç farklı düzeyde ve farklı sürelerde verilmekte ve bunun sonucunda bu eğitimi alanlar aynı ünvana sahip olmaktadır. Bu durum turizm sektöründe rehber niteliklerinin ve kalitelerinin farklılaşmasına neden olmakta, haksız rekabeti ortaya çıkarmakta ve fırsat eşitsizliği yaratmaktadır. (Hacıoğlu, 2008)

YÖNTEM

Araştırma için 2014 yılı ÖSYM tercih kılavuzunda yer alan Turizm Rehberliği bölümüne sahip üniversiteler ve bunlara bağlı yüksekokullar belirlenmiştir. Önlisans ve lisans düzeyindeki okullar ayrı ayrı tespit edilmiştir. Bunların birlikte Turizm Rehberliği Yönetmeliği’nde yer alan alınması zorunlu dersler tespit edilerek, bu derslerin okul müfredatlarında bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokullarının web sitelerinden elde edilen veriler tablolar haline getirilmiş ve bulgular bölümünde incelenmiştir. Araştırmaya web sitelerinde müfredatlarına ulaşamayan Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Yüksekokulu dâhil edilmemiştir.

BULGULAR

Tablo 1. 2014 ÖSYM Tercih Kılavuzunda Yer Alan Önlisans Turizm Rehberliği Programları

	ÜNİVERSİTE	OKUL	BÖLÜM ADI	KONT.
1	Ankara Üni.	Beypazarı MYO	Turizm Rehberliği	40
2	Uludağ Üni	İznik MYO	Turizm Rehberliği	40
3	Süleyman Demirel Üni.	Yalvaç MYO	Turizm Rehberliği	40
4	İstanbul Aydın Üni.	Anadolu BİL MYO	Turizm Rehberliği	9+5+36
5	Marmara Üni.	Sosyal Bilimler MYO	Turizm Rehberliği	30
6	Kocaeli Üni.	Kartepe Turizm MYO	Turizm Rehberliği	50
7	Selçuk Üni.	Beyşehir Ali Akkanat MYO	Turizm Rehberliği	40
8	Selçuk Üni.	Silifke Taşucu MYO	Turizm Rehberliği	80+80
9	Muğla Sıtkı Koçman Üni.	İçmeler Turizm MYO	Turizm Rehberliği	50+50
10	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni.	Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz MYO	Turizm Rehberliği	45+45
11	Van Yüzüncü Yıl Üni.	Van MYO	Turizm Rehberliği	40

ÖSYM 2014 Tercih kılavuzuna göre 11 meslek yüksekokulunda turizm rehberliği bölümü bulunmaktadır.

Tablo 2. 2014 ÖSYM Tercih Kılavuzunda Yer Alan Lisans Turizm Rehberliği Programları

	ÜNİVERSİTE	OKUL	BÖLÜM ADI	KONT.
1	Adıyaman Üni.	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	65
2	Adnan Menderes Üni.	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	45+45
3	Akdeniz Üni.	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	30
4	Anadolu Üni.	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	40
5	Balıkesir Üni.	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	65+65
6	Çanakkale Onsekiz Mart Üni.	Turizm Fakültesi	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	75
7	Ege Üni.	Çeşme Turizm ve Otelcilik YO	Turizm Rehberliği	60
8	Gazi Üni.	Turizm Fakültesi	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	60+26
9	İzmir Katip Çelebi Üni.	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	30
10	Kastamonu Üni.	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO	Turizm Rehberliği	45
11	Konya Necmettin Erbakan Üni.	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	35
12	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni.	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	39+17
13	Selçuk Üni	Turizm Fakültesi	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	100+100
14	İzmir Yaşar Üni.	İ.İ.B.F.	Turizm Rehberliği	3+27

Tablo 3. Önlisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Meslek Yüksekokullarının Müfredatlarının Karşılaştırma Tablosu

	MESLEK YÜKSEKOKULLARI	Beyazın MYO	İznik MYO	Yalvaç MYO	Aydın Anadolu BİL MYO	Marmara Sosyal Bilimler MYO	Kartepe Turizm MYO	Silifke Taşucu MYO	İçmeler Turizm MYO	Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz MYO	Van MYO
1	Genel turizm bilgisi ve turizm mevzuatı	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓
2	Meslek etiği ve meslek dersi	☒ ✓	✓ ✓	✓ ✓	☒ ✓	☒ ✓	✓ ✓	✓ ✓	☒ ✓	✓ ✓	✓ ✓
3	Türkiye'nin turizm coğrafyası	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Genel Türk Tarihi ve Kültürü	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Türk Dili ve Edebiyatı	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	Arkeoloji ve müzecilik	☒ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ✓
7	Mitoloji ve ikonografi	✓ ☒	✓ ✓	✓ ✓	☒ ✓	✓ ☒	✓ ☒	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓
8	Sanat tarihi	✓	✓	✓	✓	☒	✓	☒	✓	✓	✓
9	Dinler tarihi ve sosyoloji	✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓ ☒	✓ ✓	✓ ✓	✓ ☒	✓ ✓	✓ ☒	✓ ✓
10	Genel sağlık bilgisi ve ilk yardım	✓	✓	☒	☒	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	İletişim becerileri	✓	✓	✓	✓	☒	✓	✓	✓	✓	✓
12	Anadolu Medeniyetleri Tarihi	✓	☒	✓	✓	☒	✓	✓	✓	✓	✓
13	Türk halk bilimi ve geleneksel Türk el sanatları	✓ ✓	☒ ☒	✓ ☒	☒ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ☒	✓ ✓	✓ ☒	✓ ☒
14	Türkiye'nin flora ve faunası, doğa tarihi	☒	✓	✓	☒	✓	✓	☒	☒	☒	☒

Tablo 3 incelendiğinde ön lisans programlarının çoğunda Arkeoloji ve müzecilik ile Türk Halk bilimi ve Geleneksel el sanatları derslerinin müfredatlarda yer almadığı görülmektedir. Genel turizm, turizm mevzuatı, turizm coğrafyası, Türk Dili ve Edebiyatı, İletişim gibi dersler ise hemen hemen tüm meslek yüksekokul müfredatlarında yer almaktadır.

Bununla birlikte önlisans müfredatlarında zorunlu ders olarak bulunan A.İ.T.T. dersi ve müfredatlarda yer alan farklı farklı tarih derslerinin (Anadolu Kentleri, Ortaçağ'da Anadolu Şehirleri vb.) Genel Türk Tarihi ve Kültürü dersini tam olarak karşılayamayacağı düşünüldüğünde bu dersinde müfredatlara zorunlu ders olarak eklenmesi gerekliliği görülmektedir.

Arkeoloji ve müzecilik ve Mitoloji ve İkonografi derslerinin Yönetmelikte tek bir ders olarak belirttiği ancak tüm meslek yüksekokullarındaki müfredatlarda Arkeoloji dersi ve Müzecilik dersi ve Mitoloji dersi ve İkonografi dersi olarak ayrı ayrı yer aldığı görülmektedir. Birçok meslek yüksekokulunda mitoloji dersi yokken meslek yüksekokullarından bir tanesinde ne arkeoloji ne de mitoloji dersine müfredatta rastlanamamıştır.

Meslek yüksekokullarında tarih, arkeoloji, sanat tarihi, mitoloji, geleneksel el sanatları gibi turizm rehberliğinin Yönetmelik tarafından alınması zorunlu kılınan derslerine ya müfredatlarda yer verilmemiş ya da seçmeli ders olarak müfredata alınmıştır. Bunun önemli sebeplerinden birisi meslek yüksekokullarında yaşanan kadro eksikliği ve öğretim elemanı yetersizliği nedeniyle müfredatların ağırlıklı olarak mevcut öğretim elemanlarına yönelik olarak hazırlanması olabilir.

Tablo 4. Lisans Turizm Rehberliği Bölümü Müfredatlarının Karşılaştırma Tablosu

	YÜKSEKOKULLAR, FAKÜLTELER	Adıyaman Üni.	Adnan Menderes Üni.	Akdeniz Üni.	Balıkesir Üni.	Çanakkale Onsekiz Mart Üni.	Ege Üni.	Gazi Üni.	İzmir Katip Çelebi Üni.	Kastamonu Üni.	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni.	Selçuk Üni.	İzmir Yaşar Üni.
1	Genel turizm bilgisi ve turizm mevzuatı	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Meslek etiği ve meslek dersi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Türkiye'nin turizm coğrafyası	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Genel Türk Tarihi ve Kültürü	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Türk Dili ve Edebiyatı	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	Arkeoloji ve müzecilik	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	Mitoloji ve ikonografi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8	Sanat tarihi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	Dinler tarihi ve sosyoloji	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	Genel sağlık bilgisi ve ilk yardım	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	İletişim becerileri	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12	Anadolu Medeniyetleri Tarihi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13	Türk halk bilimi ve geleneksel Türk el sanatları	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	Türkiye'nin flora ve faunası, doğa tarihi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Tablo 4'te lisans programlarının müfredatları incelendiği ön lisansa benzer bir tablo ile karşılaştırıldığı görülmektedir. Ön lisans programlarında olduğu gibi arkeoloji ve müzecilik dersi ile halk bilimi ve geleneksel el sanatları derslerinin lisans müfredatlarında da eksikliği görülmektedir. “Genel Turizm bilgisi ve turizm mevzuatı” dersi birçok fakülte ve yüksekokulda Genel turizm dersi ve turizm mevzuatı ya da hukuku adıyla ayrı ayrı ders olarak açıldığı görülmektedir. İşletme Matematiği, Mali Tablolar Analizi, Fiziksel Tasarım, Web Tasarımı, Model Maket Yapımı, İktisada Giriş gibi doğrudan rehberlik mesleğini ilgilendirmeyen birçok dersin müfredatlarda yer aldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca bazı yüksekokullarda yine farklı dersler (Ortaçağ'da Anadolu Şehirleri, Anadolu Demirbaşı Krallıkları, Drama vb.) göze çarpmaktadır. Bu gibi dersler yerine turizm rehberliğine daha uygun derslerin müfredata eklenmeside daha doğru olacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin 9. Maddesinin 1.fıkrasında sertifika programlarında okutulacak derslerin neler olduğu sayılmış, 2. Fıkrasında ise bu derslere ilave olarak güncel veya gerekli görülen konularda ilgili birlik tarafından belirlenecek derslerde okutulabilir hükmü yer almıştır. Dolayısıyla alınması zorunlu olan derslerin lisans ve ön lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren yüksek öğretim programları yönünden de bağlayıcı olacağı ve ders müfredatlarında öncelikle Yönetmelik tarafından belirlenen derslerin zorunlu olarak yer alması gerekeceği açıktır.

Türkiye'de ön lisans ve lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim programlarının müfredatlarındaki derslerin söz konusu Yönetmelik'te alınması zorunlu kılınan derslerle karşılaştırılması sonucunda gerek ön lisans gerekse lisans düzeyindeki müfredatların Yönetmeliğe pek uygun olmadığı sonucu ortadadır. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği tarafından alınması zorunlu olarak belirtilen derslerin çoğunun aynı

isimlerle okulların müfredatlarında yer almadığı görülmektedir. Müfredatlar arasında uygunluğun en yakın olduğu üniversitelerin Balıkesir, Yaşar ve Kâtip Çelebi Üniversiteleri olduğu görülmektedir.

Müfredatların büyük bölümünde dersler ayrı ayrı ya da farklı adlarla denkleştirilmeye çalışılarak tablolar oluşturulmuştur. Bu noktada Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bu gibi dersleri isim ya da içerik olarak denk saymaması ileride bu bölümlerden mezun olacak öğrencilerin rehberlik belgesi almalarına engel teşkil edebilecektir. Bakanlığın alınmasını zorunlu gördüğü derslerin yüksekokul müfredatlarına Yönetmelik'te belirlenen isimleriyle acil olarak ilave edilmesi gerekmektedir.

Müfredatların büyük bölümünde Yönetmelik'te alınması zorunlu olarak bildirilen derslerin seçmeli ders olarak yer aldığı, buna mukabil doğrudan turist rehberliği mesleğini ilgilendirmeyen derslerin ise zorunlu ders olarak müfredatlarda yer aldığı görülmektedir. Bu dersler müfredatlara öncelikle zorunlu ders olarak yerleştirilmeli ve seçmeli dersler ise daha sonra oluşturulmalıdır.

Bu çalışmada önlisans ve lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim programlarının müfredatlarının Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği'ne uygunluğu yönünden incelenmesi ve karşılaştırılması amaçlanmıştır. Ancak asıl tartışılması gereken konunun söz konusu yönetmelik olduğu ortadadır. Araştırma sonucu göstermektedir ki, Türkiye'de rehberlik eğitimi veren yükseköğretim programlarının müfredatları ile yönetmelik arasında ciddi anlamda farklılıklar bulunmaktadır. Mevcut haliyle yönetmeliğin üniversitelerin iç dinamiklerine ve özerkliklerine aykırı olduğu, yönetmeliğe esir olmuş bir akademi görüntüsü verdiği açıktır. Rehberlik eğitimi veren farklı kuruluşların farklı müfredatlar uygulaması da rehberlik eğitiminin kalitesine gölge düşürecektir. Bu durumda üniversitelerin ve diğer ilgili kurum ve kuruluşların görüşü alınarak ve katılımları sağlanarak yönetmelikte belirtilen derslerin yeniden düzenlenmesi, hangi derslerin turizm rehberliği eğitiminde verilmesi gerektiği konusunun ortak bir paydada buluşması gerekmektedir. Yönetmelikte belirtilen tüm derslerin birebir yükseköğretim kurumlarında verilmesinin dayatılması yerine, birlikte belirlenecek ve doğrudan turizm rehberliği ile ilgili olan derslerin tespit edilip, bu derslerin zorunlu olarak tüm yükseköğretim kurumlarında verilmesi, bazı derslerin ise seçmeli dersler olarak yükseköğretim kurumlarının kendi iç şartlarına göre belirlenmesi müfredatlar arasında önemli ölçüde birliklilik sağlayacaktır. Bu açıdan öncelikle turizm rehberliği eğitimi veren kurumların kendi arasında bir koordinasyon toplantısı düzenleyerek, Bakanlığa teklif edilmek üzere bir müfredat taslağı oluşturmaları ve Bakanlık'la uzlaşarak yönetmeliğin ilgili maddesinin değiştirilmesi suretiyle tüm rehberlik eğitimlerinde yerel ve bölgesel şartlarda dikkate alınarak zorunlu ve seçmeli derslerin yeniden belirlenmesi doğru olacaktır.

KAYNAKÇA

- Adıyaman Üniversitesi (2014) [URL:[http://ww2.adiyaman.edu.tr/ckfinder/userfiles/files/Seyahat%20İşletmeciliği%20ve%20Turizm%20Rehberliği%20Bölümü%20Müfredatı%20\(2013-2014\)\(7\).pdf](http://ww2.adiyaman.edu.tr/ckfinder/userfiles/files/Seyahat%20İşletmeciliği%20ve%20Turizm%20Rehberliği%20Bölümü%20Müfredatı%20(2013-2014)(7).pdf)] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Adnan Menderes Üniversitesi (2014) [URL:<http://www.akademik.adu.edu.tr/fakulte/turizm/default.asp?idx=333835>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Ahipaşaoğlu, S. (2002). Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitiminin Rehber Gereklerine Uygun Olarak Planlanması. *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop*, 11-13 Aralık 2002, Ankara, ss.221-233.
- Anadolu Üniversitesi (2014) [URL:<http://www.anadolu.edu.tr/tr/akademik/program/dersler/1575/13/1>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Ankara Üniversitesi (2014).[URL:http://bemyo.ankara.edu.tr/?page_id=172] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Ap,John ve Wong, Kevin K.F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems.*Tourism Management*, Volume 22, Issue 5, October 2001, Pages 551–563.
- Balıkesir Üniversitesi (2014)[URL:http://www.balikesir.edu.tr/bau/fakulte/turizm_fakultesi/icerik_bolum/bolum_ders_plani/170] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (2014) [URL:http://ebs.comu.edu.tr/Ders_Plani.aspx?bno=1159&bot=1675] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding: Image Management In Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Değirmencioğlu, A.Ö.(2001). Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitimi Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (12) 10-14.
- Ege Üniversitesi (2014) [URL:<http://turizm.ege.edu.tr/detay.php?lid=1&SayfaID=1498&cat=details>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Hacıoğlu, N. (2008). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitiminde Yeni Bir Yaklaşım.3.*Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 17-19 Nisan 2008, ss 244-247
- İstanbul Aydın Üniversitesi (2014) [URL:<http://www.ebs.aydin.edu.tr/index.iau?Page=BolumDersleri&BK=98&DersTuru=0&ln=tr>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- İzmir Katip Çelebi Üniversitesi (2014) [URL:<http://turizm.ikc.edu.tr/sayfa/turizm-rehberligi>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Kastamonu Üniversitesi (2014)[URL:http://turizm.kastamonu.edu.tr/images/dokumanlar/bolumler/turizm_rehberligi_ders_programi.pdf] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Kocaeli Üniversitesi (2014) [URL:<http://kartepeturizm.kocaeli.edu.tr/seyahat.php>] (Erişim 16 Temmuz 2014)

- Leclerc, D. ve Martin, J.N.,(2004). Tour Guide Communication Competence: France, German and American Tourists' Perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, number 28, 181-200.
- Maka, Athena H.N. Wong, Kevin K.F.,Chang, Richard C.Y. (2011). Critical Issues Affecting the Service Quality and Professionalism of the Tour Guides in Hong Kong and Macau.*Tourism Management* 32 (2011) 1442-1452.
- Marmara Üniversitesi (2014) [URL:<http://llp.marmara.edu.tr/organizasyon.aspx?kultur=trTR&Mod=0&ustbirim=3550&biri=3556&altbirim=1&program=131&organizasyonId=170&mufredatTurId=932001#Anchor3>](Erişim 16 Temmuz 2014)
- Min, Jennifer C.H. (2012). A Short-Form Measure For Assessment Of Emotional İntelligence For Tour Guides: Development And Evaluation.*Tourism Management* Volume 33, Issue 1, February 2012, Pages 155–167.
- Muğla Sıtkı Koçma Üniversitesi (2014) [URL:<http://www.icmelermyo.mu.edu.tr/tr/program-mufredatlari-2769>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Necmettin Erbakan Üniversitesi (2014) [URL:<http://www.konya.edu.tr/bolumler/turizmrehberligi/katalog/dersler?lang=tr>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi (2014) [URL:<http://ects.nevsehir.edu.tr/ects/bilgipaketi/dil/tr/bolum/181006/sayfa/1>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi (2014) [URL:<http://ects.nevsehir.edu.tr/ects/bilgipaketi/dil/tr/bolum/352004/sayfa/1>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Özbay, R. (2008). Turist Rehberliğinde Güncel Mesleki Sorunlar ve Belirsizlikler.3.*Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 17-19 Nisan 2008, ss 261-266
- Selçuk Üniversitesi (2014) [URL:<https://www.selcuk.edu.tr/Sayfa.aspx?birim=085006001&goster=dersler&dt=1>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Selçuk Üniversitesi (2014) [URL:<http://www.selcuk.edu.tr/Sayfa.aspx?birim=070025001&goster=dersler&dt=1>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Selçuk Üniversitesi (2014) [URL:<https://www.selcuk.edu.tr/Sayfa.aspx?birim=093006&goster=dersler&dt=1>] (Erişim 16 Temmuz 2014) (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Süleyman Demirel Üniversitesi (2014) [URL:<http://bilsis.sdu.edu.tr/V2/Pages/ShowProgrammeDetails.aspx?BolumKodu=3213&BirimKodu=32>] (Erişim 16 Temmuz 2014)
- Uludağ Üniversitesi (2014) [URL:<http://iznikmyo.uludag.edu.tr/turizmrehberligi.html>](Erişim 16 Temmuz 2014)
- Yaşar Üniversitesi (2014) [URL:<http://sitr.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2014/02/Turizm-Rehberligi-Ders-Programi-TR1.pdf>](Erişim 16 Temmuz 2014).

TÜRKİYE’DE TURİST REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VEREN EĞİTİM KURUMLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Nazım ÇOKIŞLER

*Yrd. Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
cokisler@hotmail.com*

Zafer ÖTER

*Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
oter@hotmail.com*

ÖZET

Türk turizmi 20. yüzyılın son çeyreğinde başladığı arz yönlü nicel büyüme sürecinin sonucunda 21. yüzyıla dünyanın önde gelen turistik varış noktalarından biri olarak girmiştir. Geride bırakılan on yılda bir yandan arz artışının devam ettiği, diğer yandan hizmet kalitesi, ürün ve talep yapısının iyileştirilmesi konularında tartışmaların yoğunlaştığı ileri sürülebilir. Bu bağlamda tur rehberleri algılanan toplam hizmet kalitesi üzerinde etkili olan görevliler içinde önemli bir yere sahiptirler. Tur rehberliği mesleğini düzenleme çalışmaları 1890’larda Osmanlı İmparatorluğu döneminde gündeme gelmiştir. Cumhuriyet tarihi boyunca geçirilen süreç sonunda 2012 yılı itibarıyla tur rehberlerini kapsayan meslek kanunu hayata geçirilmiştir. Bütün bu gelişmelere rağmen Türkiye’de tur rehberlerinin eğitimi konusunda standart olduğundan bahsetmek olanaksızdır. Son yıllarda eğitim vermeye başlayan turizm fakültelerinin de tur rehberi yetiştirmeye başlaması ile oldukça karmaşık bir eğitim yapısı meydana gelmiştir. Bu kavramsal çalışmanın temel amacı Türkiye’de tur rehberlerinin eğitimiyle ilgilenen eğitim kurumlarına dair ikincil verilerden yola çıkarak mevcut durumun analizini yapmak ve muhtemel kısıtları tespit etmektir. Bu bağlamda araştırma nitel bir desende arşiv/doküman analizi olarak planlanmıştır. İkincil verilere ulaşmak için son on bir yılı içeren ÖSYM sınav katalogları derlenmiş ve tur rehberliği eğitimiyle ilgili veriler çekilerek sentezlere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: *Turistrehberleri, turizm eğitimi, Türkiye, mesleki eğitim.*

GİRİŞ

Tur rehberleri Türk turizminde çok önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bu önem çeşitli kurum/kuruluş ve yetkililer tarafından vurgulanan bir gerçeğe dayanmaktadır. 1890’lardan bu yana Türkiye’nin tanıtımı, imajı, temsili gibi ciddi konularda tur rehberlerinin büyük sorumluluğu vardır. Tur rehberleri ziyaretçinin toplumsal gerçekliğini ve ülke imajını inşa eden entelektüel işçiler, kültür aktarıcıları ve pazarlayıcılarıdır. Tur rehberliği mesleği konusunda pek çok mit vardır ve bunlar gerçeklerle sıkça karıştırılmaktadır. Tur rehberlerinin çeşitli mesleki sorunları ve eğitimi 1980’lerden bu yana pek çok araştırmanın konusu olmuştur (Bilgin, 1984; Oral, Çiçek ve Demircioğlu, 1994; Ahıpaşaoğlu, 1994; Atay, 2006). Tur rehberlerinin eğitimi konusu son yıllarda daha önemli hale gelmiştir. Bunun nedenlerinden birincisi 2012 yılı itibarıyla tur rehberlerinin meslek yasalarına kavuşmasıdır. Yasası bulunan sayılı meslek arasında tur rehberliği de vardır. Bu mesleği icra edeceklerin nasıl eğitileceği/yetiştirileceği artık daha fazla önem arz etmektedir. Bu araştırmada önce literatür (yazın) taraması yapılarak üzerine odaklanılan soruna dair

muhtelif kavramlar tartışmaya açılmıştır. Devamında nitel bir desenle arşiv/doküman analizi gerçekleştirilmiştir.

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN TARİHİ GELİŞİMİ VE TURİST REHBERLERİNİN EĞİTİMİ

Tur Rehberliği Mesleğinin Gelişimi ve Örgütlenmesi

Turist rehberliği, insanların uzak bölgelere seyahat etmeye başladıkları en eski tarihlerden başlayarak günümüze kadar önemini korumuş ancak bir profesyonel meslek grubu olarak ortaya çıkması özellikle son 50 yıllık süre içinde belirgin hale gelmiştir. Rehberlik mesleğinin yol gösterme açısından ilk öncüleri uzak mesafe seferleri sırasında ordulara yol gösteren kişiler olmalıdır. Rehberlik mesleğinin yazılı kayıtlara geçmiş ilk hali ise Roma Dönemine denk gelmektedir. İmparator Hadrianus'un MS 130 yılında Mısır'ı ziyaret ettiği gezisi sırasında kendisini Mısırlı rahipler gezdirmiştir (Değirmencioglu, 1997).

17. yüzyılla birlikte özellikle İngiliz aristokrat ailelerinin çocuklarını, eğitimlerinin bir parçası olarak 2-4 yıl sürecek uzun bir Avrupa gezisine göndermeleri olgusu yayılmaya başlamıştı. Büyük Tur (*Grand Tour*) adı verilen bu gezilerde, köklerini klasik dönemden alan Yenide Doğuş (*Rönesans*) Akımında doğduğu İtalyan şehirleri ayrı bir öneme sahipti. Bu şehirlerde yer alan klasik dönem mirasının daha iyi anlaşılabilmesi için, gezen kişiler kentin kültürel mirası hakkında bilgi edinebilecekleri "*Ciceron*" adı verilen rehberler tutma yoluna gitmekteydiler. Kelime, yüzündeki büyük beni nedeniyle Latince nohutanlamına gelen "*cicer*" kelimesinden türemiş "*Cicero*" lakabını almış Romalı ünlü hatip Marcus Tullius Cicero'dan gelmektedir. Büyük olasılıkla Cicero'nun hatiplikteki ustalığı, rehberler ile özdeşleştirilerek gezdiren kişi, rehber anlamında 1726 yılından itibaren kullanılmaya başlanmıştır (Etymonline, 2014).

Sanayileşmenin etkilerini iyice hissettirmeye başladığı 19. Yüzyıl ortalarında, İngiliz Thomas Cook'un, yaklaşık 500 kişiyi bir tren yolculuğu ile Loughborough kentindeki bir fuara götürmesi ve bu yolculuğun rehberliğini kendisi yapması, seyahat acenteleri ile rehberlik arasındaki ilişkinin başlangıcıdır. Seyahat acenteciliğinin asıl gelişimi 1920'lerden itibaren ticari uçuşların başlaması ile gerçekleşir ve Almanya'da TUI acentesi 1923 yılında açılır. Acenteler adına rehberlik faaliyetinin yürütülmesi ise bu mesleğin kapsamını genişletmiş ve üstlenilen sorumlulukların sayısını arttırmıştır.

Kısaca söylemek gerekirse bilinmezliğin olduğu her yerde ve zamanda rehber gereksinim olacaktır. Rehber; yani yol gösteren, yardımcı olan, öğreten, koruyan, gözeten, kollayan, açıklayan kişi (veya kitap, harita vb. nesne) tarih boyunca bilinmezlikle mücadele eden gezginin en önemli yardımcısı olmuştur. Zaman ilerledikçe gelişen teknoloji ve artan bilgi düzeyi insanların gezilerinde güvenlik ve planlama sorunlarına çözümler getirmiştir. Örneğin; sesli kayıt sistemleri, görüntülü kayıt sistemleri, akıllı telefon ve diğer kayıt ve gösterim yapabilen cihazlar tur rehberliğini de derinden etkilemektedir. Her şeye rağmen, tur rehberi günümüzde yeni işlevler üstlenerek varlıklarını sürdürmektedirler. Tur

rehberinin rolü yine geçmişteki gibi kolaylaştırma/konfor üretme, anlam katma, eğlendirme ve bilgilendirme ekseninde devam etmektedir. Ancak; bilgilendirme işlevinde yeni bir durum oluşmuştur. Artık bilgi, her an hemen herkes tarafından ulaşılabilen ve gittikçe ucuzlayan bir varlığa dönüşmüştür. Artan bilgi bolluğu bilinçli gezginlere yeni fırsatlar sunarken bir yandan da riskli bilgilenme şekilleri ortaya çıkmaktadır. Kötü taklitler, birbirinden aktarılmış aynı içerikler, yanıltıcı bilgilendirmeler (*dezenformasyon*), nitelikli bilgi kaynaklarının ücretli olması gibi etkenler bilgi arayışında nicelik değil nitelik sorunu olduğunu göstermektedir. Nitelikli bilgiye erişim birçoklarının olduğu gibi turistlerin, gezginlerin de hakkıdır. Bu nedenle günümüz tur rehberliğinin nitelikli, uzmanlaşmış, özelleşmiş, güncelleşmiş bilgiyi kolaylaştırma/konfor üretme, anlam katma, eğlendirme işlevleri ile birlikte sunmaları beklenmektedir. Bütün bu hususlar tur rehberlerinin eğitiminin önemine de işaret etmektedir. Bir sonraki alt başlıkta bu konu irdelendikten sonra Türkiye’de tur rehberliği konuları ele alınacaktır.

Dünyada Turist Rehberlerinin Eğitimi

Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (WFTGA) dünyada uygulanmakta olan farklı tur rehberliği eğitimlerine dair kısıtlı ama yararlı bilgiler sunan bir örgüttür. Çalışmanın bu kısmında WFTGA verilerine dayanarak dünyanın farklı ülkelerinden 3 örneğe yer verilerek tur rehberlerinin eğitimi irdelenecektir.

Birinci örnek olarak; İskoçya’da tur rehberi olmak isteyenler önce İskoçya Turist Rehberleri Birliği’ne başvurmak ve muhtelif sınavları başarmak zorundadır. İlk başvurusu kabul edilenler, 4 günlük giriş derslerine alınırlar. Yazılı ödevler ve sözlü sunumlar yaparlar. Yüz üzerinden en az 60 puan alarak giriş derslerinde başarılı olanlar İskoçya Turist Rehberleri Birliği’ne öğrenci olarak davet edilme hakkı kazanırlar. Öğrenci olarak davet edilenler Edinburgh Üniversitesi’nin verdiği kursa katılma şansı elde ederler. Burada temel konular, uygulama becerileri ve bölgesel çalışmalar üzerine dersler verilir. Üniversitenin verdiği kurs 2 yıl sürer ve 128 saatlik temel derslerin yanı sıra 280 saatlik bölgesel çalışma/rehberlik meslek uygulamalarını içerir. Ayrıca bu kurs kapsamında uzaktan (*Web* tabanlı) eğitim, saha ziyaretleri, özel seminerler ve iki adet 7 günlük detaylı İskoçya gezileri ve birçok hafta sonu gezileri uygulanır. Öğrenciler otobüs üzerinde, yürüyerek ve bina/ören yeri/müze benzeri mekân içinde sınanırlar. Öğrenciler 4 bilimsel rapor, bir geniş kapsamlı proje ve muhtelif tur notları hazırlamak zorundadır. Bu aşamaları tamamlayan rehber İskoçya Turist Rehberleri Birliği’nin düzenlediği ve geçenele üyelik hakkının verildiğisınavlara girme hakkı kazanır. 4 gün süren bu sınavlarda yazılı (kompozisyon vb.), proje, İskoçya’nın herhangi bir bölgesi hakkında sözlü sınav, rehberlik meslek uygulamalarına dair sözlü sınav, otobüste rehberlik becerisi (mikrofon kullanımı vb.) değerlendirmesi, ören yerlerinde yorumlama ve yürüyerek anlatım gibi konularda sorular sorulur. Ülkede konuşulan dilin yanında mesleği icra edecekleri yabancı dil konusunda da sınavlardan geçerler (en az % 70 dil başarıları gerekir). Bu sürecin sonunda İskoçya Turist Rehberleri Birliği, Edinburgh Üniversitesi ortaklığınca hazırlanan ruhsatnameyi almaya hak kazanırlar. Ruhsatname alanlar aynı zamanda İskoç

Araştırmaları Diploması ile ön lisans okul mezuniyetini de elde ederler. Çoğunlukla başvuran adaylar lisans mezunları arasından gelirler ve 22 yaşın üzerindedirler. Yine İskoçya’da daha küçük alanları kapsayan (Küçük adaları vb.) ve daha kısa süren bölgesel rehberlik eğitimleri de verilmektedir. İskoçya’da tek bir ören yeri veya kale vb. binalarda veya sınırlı bir rota (hat) üzerinde rehberlik (ör: açık kent otobüsü, kent içi yürüyüş güzergâhları) hizmeti vermek üzere yeni eğitimler planlanmaktadır. İskoçya’da kaçak rehberlik sorunu vardır ve yasal olarak cezası yoktur. Son yıllarda İskoç ulusal turizm politikalarını belirleyenler kaçak rehberlik faaliyetini sınırlandırmak ve yasal çerçeve içine almak için hazırlıklar yapmaktadırlar (Newlands, 2014).

İkinci örnek olarak ele alınan Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) tur rehberliği mesleği henüz gevşek bir statüde düzenlenmiştir. Bu ülkede rehberleri eğitim ve sınav sürecinden geçirip ruhsatname veren yerel yönetimler şunlardır (Schwartz, 2014): New Orleans/Louisiana, Washington/ DC, New York City/New York, Savannah/Georgia, Charleston/South Carolina, Gettysburg Battlefield/Pennsylvania, Vicksburg Battlefield/Mississippi. Bütün bu bölgeler ABD’nin doğusunda yer alırlar ve Mississippi nehrinin batısında bulunan bölgelerde rehberler için eğitim/sınav süreci söz konusu değildir. 1998’de kurulan ABD Ulusal Tur Rehberleri Birlikleri Federasyonu’nun amacı eğitim ve standartlar konusunda daha iyi noktalara gelmektir (Schwartz, 2014).

Üçüncü örnek olarak incelenen Yunanistan’da sadece ulusal (ülkesel) tur rehberliği eğitimi verilmekte ve bölgesel rehberlik eğitimi sunulmamaktadır. Ayrıca, Yunanistan’da sadece devlet okullarında tur rehberliği eğitimi verilmektedir. Bu eğitim kurumları Kalkınma Bakanlığı’na bağlı faaliyet göstermektedirler. Yunanistan’da 2’si sürekli, 4’ü talebe bağlı olarak açılabilen toplam 6 yerde rehberlik eğitimi verilmektedir. Sürekli açık eğitim merkezleri Atina ve Selanik’te, talebe bağlı açılanlar ise Rodos, Girit, Korfu ve Midilli adalarında bulunur. Hepsinde minimum 2,5 yıl tur rehberliği eğitimi verilir. Tüm müze, ören yeri, anıt, kilise vb. yerlerde görev alacak tur rehberlerinin bu eğitimi almaları zorunludur. Yunanistan’da Avrupa Birliği üyesi ülkelerin vatandaşları da modern Yunan dilinde yetkin iseler rehberlik eğitimine başvurabilirler. Ayrıca, AB dışı ülkelerde yaşayan Yunan kökenli (vatandaş) kişiler de bu eğitime başvurabilirler. Dil şartının yanında en az lise mezuniyeti aranır. Eğitime alınacak adaylar tercih ettikleri dilden yazılı ve sözlü sınavlara alınır. 20 üzerinden en az 16 ile geçenler diğer sınavlara hak kazanırlar. Bunlar; Yunan tarihi ve Yunan coğrafyası konularında kompozisyon ve mülakat içerir. Bu sınavlarda 20 üzerinden 14 almak yeterlidir. Bu sınavlar 3 yılda bir yapılır ve genellikle 30-35 kişi alınır. Öğrencilere verilen eğitimde zorunlu olarak; antik Yunan tarihi, Bizans tarihi, modern Yunan tarihi, muhtelif dönemlere dair arkeoloji, sanat tarihi, mimarlık tarihi, tiyatro tarihi, dini incelemeler, mitoloji, halkbilimi, edebiyat, dil ve edebiyat, muhtelif hukuk alanları, çevrebilim, doğal coğrafya, seyahat acenteleri yönetimi, psikoloji, ilk yardım vd. dersler verilir. Toplam 25 zorunlu ders 1070 saatlik sürede verilir. Dersler türüne göre 10 saat ile 120 saat arasında değişen sürelerde verilir. Ayrıca otobüste rehberlik dersleri ve rehberli meslek uygulama dersleri de vardır. Derslerden her yarıyıl

sonunda yazılı ve sözlü sınavlar vardır. 1070 saatlik okul derslerinin yanında 110 saatlik müze dersleri (müzelerde verilen) vardır. Buna 260 saatlik uygulamalı öğren yeri ve anıt ziyareti derslerini de eklemek gerekir. Bitirme (final) sınavlarıyla beraber 20 üzerinden 14 alanlar başarılı sayılır (Kalamboukidou, 2014).

TÜRKİYE'DE MESLEĞİN GELİŞİM SÜRECİ VE REHBERLERİN EĞİTİMİ

Başlangıçta Osmanlı İmparatorluğu döneminde özellikle Fenerli Rumlar tarafından verilen (Pirinççioğlu, 1996) tercümanlık ve rehberlik hizmetleri, 1890 yılındayayınlanan bir nizamname ile kontrol altına alınmaya çalışılmıştır (Çimrin, 1995). 1925'te yinelenen yasal düzenleme 1932'de rehberlik yapma hakkını sadece Türk vatandaşlarına tanımıştır (Dinçer ve Kızıllırmak, 1997). İstanbul'da 1928'de 50, 1935'de 53, 1951'de ise 129 kişi kurs bitirerek tercüman-rehber olmuştur (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013). Ülkenin ilk turizm okulu 1961'de Ankara'da açılır. 1963'te Bakanlık kurulur, 1965'te Ankara'da turizmle ilgili öğretmen okulu açılır. 1967'de İstanbul'da, 1975'te Kuşadası'nda turizmle ilgili liseler açılır. Ön lisans ve lisans (üniversite) düzeyinde eğitim ilk kez 1969'da Ege Üniversitesi'nde başlar ve Hacettepe (1974), Bursa (1975), Adana (1980) ve Nevşehir (1982) ile devam eder (Ünlüönen ve Boylu, 2005). 1971'de ilk tercüman-rehberlik Yönetmeliği hazırlanır ve 1974'de değiştirilerek profesyonel turist rehberi ifadesi kullanılır. Bu yönetmelik 1986, 1988 ve 1995'te güncellenmiştir. Son güncellemede Fakülte ve Yüksekokullarda rehberlik eğitimi alanların yabancı dil barajını aştıkları takdirde kokart (ruhsatname) almalarının yolu açılmıştır (Değirmencioğlu, 2001). 1995'ten itibaren hem Bakanlık kursları hem Üniversitelerden rehber yetişmiştir. 1971-2005 arasında bölgesel-ülkesel rehber ayrımı yapılmış, böylece üniversitelerin ön lisans, lisans programları mezunlarının yanına Bakanlık kursu mezunu bölgesel ve ülkesel rehberler eklenerek parçalı bir eğitim sistemi oluşmuştur. Turizm eğitimi ve rehberlerin eğitimi akademinin ve Bakanlığın dikkatini 1980lerden itibaren çekmeye başlamıştır. 1992'de yapılan bir çalıştayda Akmel (1992) rehberlik eğitime alınacak öğrenci kontenjanını sınırlı tutmayı, Genç (1992) ise kursların yetersizliğine vurgu yaparak üniversitelere eğitimin aktarılmasını salık vermiştir. 1997'de konuya dair Nevşehir'de düzenlenen seminerde Yıldız vd. lisans eğitimini önermiştir. Aynı seminerde Öztas (1997), rehberlik eğitimi veren meslek yüksekokullarının bulundukları yörenin sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yapısını olumlu değiştirdiğini vurgulayarak okulların bölgesel dağılımının gereğine işaret etmiştir. Ahipaşaoğlu (1997) ise ülkenin ihtiyacı olan ideal rehber sayısını tespit etmenin önemini vurgulamıştır. Kuşluyan ve Çeşmeci (2002) rehberlik eğitime eleştirel bakış geliştirip günümüzde gerçekleştirilmesi kolaylaşan yeni bir öneri geliştirmişlerdir. Buna göre farklı alanlardan mezun bireylerin rehberlikle ilgili yüksek lisans yaparak ruhsatname almaları sağlanmalıdır. 2012'de yapılan Turizm Eğitimi Konferansında ise Erdem ve Etiz rehberlik öğrencilerinin uygulama gezisi algılarını, Türker vd. rehberlerin mesleki eğitimlerine bakışlarını, Karaman vd. rehberlik öğrencilerinin aldıkları eğitimle ilgili görüşlerini, Bornovalı zorunlu ve seçmeli hizmet-içi eğitimi ve Tür rehberlik eğitiminde üniversitelerde yaşanan sorunları incelemiştir. Bu

çalışma daha farklı bir açıdan bakarak rehberlik eğitimiyle ilgili ÖSYS sınav sonuçlarını analiz etmeyi amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Veri toplama ve analizi gibi araştırmacı tercihlerini etkileyen en temel unsur araştırma tasarımıdır. Bu araştırmada nitel yaklaşım benimsenmiştir. Nitel tasarım kapsamında önceden kaydedilmiş olan ikincil veriler yeni bir okuma/sorgulama ile gözden geçirilerek anlamlı sonuçlara ulaşılabilmektedir. İkincil verilerin analizine dayalı bu yöntemle belge (doküman, arşiv) analizi de denmektedir. Bu çalışma kapsamında Türkiye Cumhuriyeti Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi'nin (ÖSYM) yayınladığı 2003-2013 arası dönemi kapsayan ham istatistik verileri incelenmiştir. 11 yıllık döneme ait üniversite yerleştirme puanları ve diğer eğitim/okul bilgileri tur rehberliği eğitimi ile ilgilendiren boyutlarıyla değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

BULGULAR

ÖSYM verileri Tablo 1 ve Tablo 2'de görüldüğü üzere farklı ölçütler esas alınarak tur rehberliği eğitimi almak isteyen öğrencilerin sınav tercihleriyle ilişkili biçimde yeniden düzenlenmiştir. Mevcut veriler ÖSYS (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sınavı) sonuçlarına dayanmakta ve özet olarak Tablo 1'de verilen ölçütler üzerinden analiz yapmayı olanaklı kılmaktadır.

Tablo 1: 2003-2013 Tur Rehberliği ÖSYS sonuçları veri analizi ölçütleri

<i>Üst ölçüt ismi</i>	<i>Alt ölçüt ismi</i>	<i>Kapsadığı dönem</i>	<i>Toplam veri çıktı sayısı</i>
Zaman (yıl)	2003-2013 arası tüm yıllar	2003-2013	11
Üniversite sayısı	2003-2013 arası tur rehberliği eğitimi veren	2003-2013	11
Fakülte, MYO, YO sayısı	Tur rehberliği eğitimi veren Fakülte, Meslek Yüksekokulu, Yüksekokul sayıları	2003-2013	33
Bölümlerin coğrafi bölgelere dağılımı	Tur rehberliği eğitimi verilen programların Akdeniz, Doğu A., Ege, Güneydoğu A., İç A., Karadeniz, Marmara bölgelerine dağılımı	2003-2013	77
Öğrenim süresine göre program sayısı	2 yıl (ön lisans), 4 yıl (lisans), toplam tur rehberliği eğitimi veren program sayıları	2003-2013	33
Öğrenim süresine göre kontenjan	2 yıl, 4 yıl, toplam tur rehberliği eğitimi süreleri	2003-2013	33
Bursluluk kontenjanı	Burslu, burssuz tur rehberliği eğitimi alan öğrenci	2003-2013	22
Normal/ikinci öğretim kontenjanı	Normal (gündüz) öğretim, ikinci (gece) öğretim alan tur rehberliği öğrenci sayıları	2003-2013	22
Kontenjanın coğrafi dağılımı	Akdeniz, Doğu A., Ege, Güneydoğu A., İç A., Karadeniz, Marmara bölgelerinde öğrenci sayısı	2003-2013	77
Kontenjanın puan türü dağılımı	Yabancı Dil (2003-2013), Eşit Ağırlık (2003-2009), SG (2003), YGS-5 (2010-2013),	2003-2013	27

	MTOK (2011), TM-1 (2011,2013), YGS-3 (2013)		
Yıllık kontenjan değişimi	2004-2013 değişim rakamları	2004-2013	10
Yıllık program değişimi	2004-2013 değişim rakamları	2004-2013	10
Toplam üst ölçüt sayısı: 12	Toplam alt ölçüt sayısı: 38		366 veri çıktı

Kaynak: ÖSYM (Yazarlar tarafından ÖSYS istatistiklerinden derlenmiştir).

Tablo 2’de görüldüğü üzere **tur rehberliği eğitimi verilen üniversite sayısı** yıllar içinde küçük kırılmalar dışında sürekli artış göstermiştir. Bu durum üniversitelerin yeni program açarken turizmle ilgili alanları tercih ettiğini göstermektedir. Turizmle ilgili mesleklerin üniversite adayları tarafından tercih edildiğini de bu verilerden çıkarsamak olanaklıdır. Tur rehberliği eğitimi veren üniversite sayısı 2003’te 14 adet iken 2011’de 23 adetle en yüksek sayıya ulaşmış ve dönem sonunda (2013) aynı sayı korunmuştur. Sayılara bakıldığında 2003-2007 arasında % 50’lik artışla 14’den 21’e yükseliş görülürken, bu tarihten sonra program açan üniversite sayısında dalgalanmalar başlamaktadır. Nitekim 2008-2013 arası dönemde bazı düşüşlerle birlikte toplam artış yüzdesinin % 10’da kaldığı anlaşılmaktadır. 2007 sonrasında üniversitelerin tur rehberliği eğitimi veren program açma konusunda çekincelerinin başladığı kabul edilebilir.

Tur rehberliği eğitimi veren akademik birimlerin (Fakülte, Meslek Yüksekokulu, Yüksekokul) sayısına bakıldığında ise fakültelerin lehine net bir artış gözlemlenmektedir. 2003’te 1 olan fakülte sayısı 2013’te 10’a yükselmiştir. Bu artışta en büyük fark 2012/2013 döneminde 4’ten 10’a yükselmek suretiyle meydana gelmiştir. Bu sonuç 4 yıllık turizm eğitimi veren yüksekokulların (TİOYO) fakülteye dönüşüm sürecini de teyit eder niteliktedir. 2 yıllık ön lisans eğitimi veren Meslek Yüksekokulları (MYO) sayısına bakıldığında ise dalgalı bir süreç sonunda sayının 13 ile başlayıp yine 13’le bittiği görülmektedir. Tur rehberliği eğitimi veren MYO sayısı en yüksek düzeyine 19 adet ile 2009’da çıkmış, sonraki yıllarda 13’e kadar düşmüştür. 4 yıllık tur rehberliği lisans eğitimi veren Yüksekokul (YO) sayısı ise durağan bir seyirle yerinde saymıştır. 2003’te 3 adet YO tur rehberliği eğitimi verirken, bu sayı en yüksek düzeyine 5 adet ile ulaşmış, ancak 2013’te tekrar 3’te sabitlenmiştir. Son 10 yıllık süreçte MYO ve YO sayılarının durağanlaşması ve fakülte düzeyinde tur rehberliği eğitiminin yaygınlaşması söz konusudur. Sezgisel yaklaşımla (*apriori*) tur rehberliği eğitiminin niteliği açısından olumlu bir süreçten söz edilebilir. Ancak, 4 yıllık eğitim alan tur rehberi adaylarının sayısının artması tek başına nitelik artışını garantilememektedir.

Tur rehberliği programlarının (bölüm) bölgelere göre coğrafi dağılımına bakıldığında ise düzensiz bir yapılanma gözlemlenmektedir. Akdeniz Bölgesi’nde incelenen dönemde tur rehberliği eğitimi verilen program sayısı 3 adet ile başlayıp 4 adet ile sonlanmıştır. Aynı dönemde toplam program sayısı 17’den 26’ya yükseldiğinden Akdeniz Bölgesi’nin payı tedricen düşmüştür (yaklaşık % 18’den % 15’e). Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde

2009'a kadar tur rehberliği eğitimi veren okul sayısı sıfır iken 2010'dan bu yana 1 adet program faaldır. Doğu Anadolu Bölgesi'nde ise dönem başında 2 olan program sayısı dönem sonunda 3'e yükselmiştir. Ege Bölgesi'nde tur rehberliği eğitimi veren kurum sayısı dönem başında 2 iken dönem sonunda 7'ye yükselerek ciddi oranda artış gözlemlenmiştir. Böylece 2013'te tur rehberliği eğitimi veren programların % 27'si Ege Bölgesi'nde toplanmıştır. İç Anadolu Bölgesi ise dönem boyunca tur rehberliği eğitiminde başat rol oynamıştır. 2003'te 7 olan program sayısı 2013'te 8'e yükselerek İç Anadolu'nun rehberlik program sayısındaki payı % 31'le Türkiye'nin en yükseği olmuştur. İç Anadolu Bölgesi turist varışlarında Akdeniz Bölgesi'nin oldukça gerisinde olmasına rağmen Akdeniz'in 2 katı oranda rehberlik programına sahiptir. Ege ve İç Anadolu birlikte programların % 58'ine ev sahipliği yapmaktadır. Karadeniz Bölgesi'nde dönem boyunca faal rehberlik programı sayısı 1'de kalmıştır. Marmara Bölgesi'nde ise dönem başında 2 olan program sayısı 7'ye kadar yükselmiş ancak tekrar düşerek 4'le sonlanmıştır. Marmara ve Akdeniz Bölgelerinin turist varışlarında sahip oldukları paydan daha düşük oranda rehberlik programı barındırdığı gözlemlenmektedir. Bir bakıma; Akdeniz, Marmara ve son yıllarda Karadeniz gibi yoğun turistik ziyarete sahne olan bölgelerin rehberleri bölge dışında (özellikle İç Anadolu'da) eğitim alıyor gibi görünmektedir.

Toplam faal tur rehberliği program sayısına bakıldığında ise (Tablo 2) küçük çaplı dalgalanmalara rağmen genel seyrin artış yönünde olduğu, dönem başında 17 olan program sayısının dönem sonunda 26'ya yükseldiği (%53 artış) anlaşılmaktadır. Bu artış üniversite eğitiminin yaygınlaşması gibi genel toplumsal faydalar ayrı tutulursa sorunlu bir alanı işaret etmektedir. “Tur rehberliği eğitimi veren program sayısı tüm Türkiye’de kaç tane olmalıdır? Bunlar hangi bölgelere kaçar adet dağıtılmalıdır? Hepsi aynı ruhsatnameye erişimi sağlayan ön lisans, lisans ve gelecekte yüksek lisans eğitimi veren programlar arasında ölçün (standart) nasıl sağlanacaktır? Ön lisans eğitimi gelecekte devam etmeli midir?” vb. soruların zamanla yanıtlanması gerekmektedir.

Programların 2 yıllık ve 4 yıllık sayılarına bakıldığında ise 4 yıllık lisans eğitimi verenlerin lehine bir gelişme gözlemlenmiştir. 2 yıllık ön lisans eğitimi veren programların sayısı dönem başında 13 iken 2009'da en yüksek sayı olan 19'a yükselmiştir. Daha sonra azalmaya başlayan ön lisans programları 2013'te tekrar 13'e düşmüştür. 4 yıllık programlara bakıldığında ise 2003-2011 arasında % 100'lük artışla 4 olan sayı 8'e yükselmiştir. 2011-2013 arasında ise % 60'a yakın bir artışla sayı 8'den 13'e yükselmiştir. Dönem başından sonuna kadar ise 4 yıllık program sayısı 4'ten 13'e yükselmiştir. Bunun anlamı yaklaşık % 200'ün üzerinde artış kaydedilmesidir. Özet olarak, 2 yıllık program sayısı durağan konumdayken 4 yıllık program sayısı hızla artmaktadır.

2 ve 4 yıllık eğitim veren programların kontenjanlarında görülen değişime bakıldığında yukarıda değinilen fakülte ve program sayılarındaki değişimle uyumlu bir tablo ortaya çıkmaktadır. Genel olarak; 2 yıllık ön lisans program kontenjanlarının düşüşte olduğu, 4 yıllık lisans program kontenjanlarının ise artışta olduğu söylenebilir. Toplam 2 ve 4 yıllık program kontenjanları ise 2009'da en üst seviyesi olan 1780 öğrenciye ulaşmış, sonraki

yıllarda ise düzensiz seyrederek 2013'te 1376'ya düşmüştür. Toplam kontenjanlardaki düşüşün büyük kısmı ön lisans kontenjanlarının azalmasına bağlı gerçekleşmiştir. Şöyle ki; ön lisans kontenjanları dönem başında 970 iken 2009 yılında 1.415'e ulaşmıştır. Ancak, 2009 sonrasında ön lisans kontenjanları hızla düşmeye başlamış ve 2013'te 644'e gerilemiştir. 4 yıllık lisans kontenjanları ise 11 yıllık dönem boyunca sürekli artış göstermiş ve 190'dan 732'ye yükselmiştir. Böylece, toplam kontenjan 1.160 öğrenci ile başlayıp 1.376 öğrenci ile bitmiştir. Toplam öğrenci kontenjanı 2009'da en yüksek sayı olan 1.780'e ulaşmıştır. Son 11 yıllık dönemde tur rehberliği eğitimine açılan kontenjan sayısı toplamda 15.444'e ulaşmıştır. Bu sayı yılda ortalama 1.400 öğrencinin tur rehberliği eğitimi almaya başladığını göstermektedir. Bu öğrencilerin bir kısmı kayıtlarını sildirmiş ve başka bölümlere geçmiş olsa bile sayı yüksektir. Kaldı ki, programların kontenjanlarını doldurma konusunda talep sorunu yaşadıkları da bir gerçektir. Bu kadar öğrencinin kaç adedinin mezun olurken Anadolu Turu'nu tamamlayabildiği, yabancı dil sınav barajını geçebildiği ve tur rehberliği ruhsatnamesini alabildiği sorunu daha ileri araştırmalar gerektirmektedir.

Öğrencilerin bursluluk durumlarına bakıldığında söz konusu dönemde burslu okuma olanaklarının önce genişlediği ve 2009'da en yüksek düzey olan 211 öğrenci sayısına ulaşıldığı görülmektedir. 2010'dan bu yana burs olanakları azalmakta ve 2013 itibarıyla 76 öğrenciye burslu okuma şansı sunulmaktadır. Burssuz okuyan öğrencilerin sayısı dönem başında 1152 iken dönem sonunda 1300'e ulaşmıştır. Tur rehberliği eğitimi sosyal bilimler alanında olmasına rağmen maliyetli bir eğitim süreci gerektirmektedir. Uygulamalı turlar, Anadolu turu, yabancı dil destekleme kursları ve seviye tespit sınavlarına giriş gibi faktörler öğrenim maliyetini arttırmaktadır.

Tur rehberliği eğitimine ayrılan **kontenjanların normal (gündüz) ve ikinci (gece) öğretim durumuna** bakıldığında ise ikinci öğretimde kontenjanların düştüğü, normal öğretimde ise kısmi bir artışın yaşandığı görülmektedir. Dönem başında 920 olan normal öğretim kontenjanı 2009'da en yüksek düzeyi olan 1260 adede ulaşmış, ancak küçük düşüşlerle 2013'te 1236'da sonlanmış. İkinci öğretim kontenjanı ise 240 ile başlayıp 2009'da en yüksek sayısı olan 520'ye ulaşmış, 2013'te ise 140'a düşmüştür. İkinci öğretimin ücretli olması zaten maliyetli olan tur rehberliği eğitime olan talebi kısıtlayıcı rol oynamaktadır.

Tur rehberliği eğitimi için **üniversiteye girişte uygulanan sınav puan türüne** bakıldığında ise karmaşık bir yapı ortaya çıkmaktadır. Uzun yıllardır istikrarlı olarak öğrenci alınan tek sınav türü "yabancı dil" puanıyla gerçekleşmektedir. Diğer puan türlerinde yıllar içinde değişiklikler gözlemlenmiştir. Yabancı dil puan türüyle tur rehberliği eğitime kabul edilen öğrenci sayısı 2003'te 70 iken dönem sonunda (2013) 416 öğrenci kabul edilmiştir. 2009 yılı 1560 kontenjanla yabancı dil puan türünde en çok öğrencinin kabul edildiği yıl olmuştur. 2009'dan itibaren dil puanıyla alınan öğrenci sayısı gerilemiştir. Eşit ağırlıklı (EA) puan türünde 2009'a kadar yavaş bir artış gözlemlenmiş ve sayı 120'den 220'ye yükselmiştir. 2010'dan itibaren rehberlik eğitimine öğrenci kabulünde geçerli puan türleri çeşitlenmiştir. 2010'da YÖS puanıyla 210 öğrenci alınmıştır. 2011'de ise MTOK (Mesleki

Teknik Ortaöğretim Kurumları) kontenjanından 48, Türkçe-Matematik 1 (TM1) puanı ile 70, YGS (Yükseköğretime Geçiş Sınavı) ile 248 öğrenci alınmıştır. Böylece son 11 yılda 6 farklı puan türüyle tur rehberliği eğitimine öğrenciler alınmıştır. Bu kadar farklı giriş koşullarına tabi öğrencilerin aldıkları eğitimin nasıl bir ölçün (standart) ile mezun oldukları tartışmalıdır.

Tablo 2: 2003-2013 Tur Rehberliği Eğitimine İlişkin ÖSYS Verilerinin Betimsel Analizi

		Üniversite sayısı			Fakülte, MYO, YO Sayısı	Bölümlerin Coğrafi Bölgelere Göre Dağılımı	Öğrenim Süresi-Türü ne (2-4 Yıl) Göre Program Sayısı	Toplam Kontenjan ve Kontenjanın Öğrenim Süresine Göre Dağılımı	Burslu Kontenjanın Bursluluk Durumuna Göre Dağılımı	Öğrün Kontenjanın Öğrenim Zamanına Göre Dağılımı	i. Ö Kontenjanın coğrafi bölgelere göre dağılımı	Kontenjanın puan Türüne Göre Dağılımı	Önceki Yıla Göre Kontenjan Değişimi	Yeni Açılan Bölüm/Program Sayısı	
		FAK	MYO	YO											
2003	14	1	13	3	Akd:3 D.An:2 Ege:2 G.D:0 İçA:7 Kdn:1 Mar:2	2: 13 4: 4 T:17	2:970 4: 190 T:1160	8	1152	920	240	Akd:180 D.An:70 Ege:90 G.D: 0 İçA:620 Kdnz:120 Mar:80	EA:120 DİL:70 SG: 970	-	-
2004	16	1	15	3	Akd:3 D.An:2 Ege:3 G.D:0 İçA:7 Kdn:1 Mar:3	2: 15 4: 4 T: 19	2:1005 4: 240 T:1245	5	1240	905	340	Akd: 230 D.An: 70 Ege: 175 G.D. 0 İçA: 520 Kdnz: 120 Mar: 130	EA:170 DİL:1075	+85	+2
2005	16	1	13	5	Akd:3 D.An:2 Ege:3 G.D:0 İçA:7 Kdnz:1 Mar:3	2:15 4: 6 T:21	2:1000 4: 315 T:1315	5	1300	965	350	Akd: 260 D.An: 70 Ege:175 G.D. 0 İçA: 520 Kdnz:160 Mar: 130	EA: 170 DİL:1145	+70	+2
2006	20	1	13	5	Akd: 3 D.An:2 Ege:4 G.D:0 İçA:8 Kdnz:1 Mar:6	2:17 4: 6 T: 23	2:1230 4: 345 T: 1575	27	1548	1229	346	Akd: 260 D.An: 70 Ege: 250 G.D. 0 İA: 535 Kdz: 160 Mr: 300	EA:180 DİL:1395	+260	+2

2007	21	2	18	3	Akd:3 D.An:2 Ege:4 G.D.0 İçA:7 Kdn:1 Mar:6	2:18 4: 5 T:23	2: 1239 4: 310 T: 1549	66	1483	1159	390	Akd: 230 DA: 110 Ege: 249 G.D.0 İA: 450 Kdz:160 Mr350	EA-1: 180 DİL: 1369	-27	0
2008	19	2	16	3	Akd:3 D.An:2 Ege:4 G.D.0 İçA:6 Kdnz:1 Mar:5	2: 16 4: 5 T:21	2: 1039 4: 365 T:1404	29	1375	1014	390	Akd: 270 D.A: 110 Ege: 270 G.D. 0 İA: 385 Kdz .160 Mr: 209	EA-1: 220 DİL: 1184	-145	-2
2009	21	2	19	3	Akd:3 D.An:3 Ege:3 G.D.0 İçA:7 Kdnz:1 Mar:7	2: 19 4: 5 T:24	2:1415 4: 365 T:1780	211	1569	1260	520	Akd:270 D.A: 220 Ege: 240 G.D. 0 İA: 400 Kdz: 160 Mr: 490	EA-1:220 DİL:1560	+376	+3
2010	21	2	18	4	Akd:3 D.An:3 Ege:3 G.D.1 İçA:6 Kdn:1 Mar:7	2: 18 4: 6 T: 24	2: 1197 4: 535 T: 1732	204	1528	1240	492	Akd: 210 D.A. 170 Ege: 265 G.D. 60 İA: 530 Kdz: 80 Mr: 417	YGS-5: 210 DİL- 1:1532	-48	0
2011	23	3	18	5	Akd:3 D.An:3 Ege:5 G.D.1 İçA:6 Kdn:1 Mar:7	2: 18 4: 8 T: 26	2: 870 4: 467 T:1337	155	1182	1167	122	Akd: 190 D.A: 160 Ege:307 G.D. 80 İA: 215 Kdz:80 Mr: 305	MTOK:48 TM-1: 70 YGS-5: 248 DİL-1: 1089	-355	+2
2012	18	4	11	5	Akd:2 D.An:1 Ege:5 G.D.1 İçA:7 Kdn:0 Mar:4	2: 11 4: 9 T: 20	2:425 4: 546 T: 971	54	917	897	74	Akd:70 D.A: 30 Ege: 275 G.D. 65 İA: 386 Kdnz: 0 Mr: 145	YGS-5: 170 DİL-1:801	-366	-6
2013	23	10	13	3	Akd:4 D.An:1 Ege:7 G.D.1 İçA:8 Kdn:1 Mar:4	2: 13 4: 13 T:26	2: 644 4: 732 T: 1376	76	1300	1236	140	Akd: 210 D.A: 30 Ege: 450 G.D. 65 İA: 417 Kdz:40 Mr: 164	YGS3:644 YGS-5:56 DİL-1:416 TM-1:195	+405	+6

Kaynak: ÖSYM (2003-2013 dönemi ÖSYS istatistikleri temel alınarak yazarlar tarafından geliştirilmiştir).

SONUÇ

Rehberlik ruhsatnamesinin farklı kurumlardan alınabilmesi dengesizlik oluşturmaktadır. Aynı belge için fakülte öğrencisi, 4 yıl/32 ay, 2 yıllık MYO öğrencisi 16 ay, kursiyer ise

sadece 6 ay boyunca eğitim harcaması yapmaktadır. Kurs mezunu rehber, MYO mezunu rehberden yaklaşık 14 ay, lisans mezunundan ise yaklaşık 30 ay önce deneyim/para kazanmaya başlamaktadır. Kazanılan para açısından aradaki farkın zamanla kapanacağı iddia edilebilse de, bu zaman zarfında edinilecek iş tecrübesinin kapanması güçtür.

Programlar açılırken, bölge, kontenjan ya da dile göre bir planlama yapılmadığı görülmektedir. Programların açılma kararının sadece Yükseköğretim Kurumu'na (YÖK) bırakılması piyasada rehber fazlalığına ve işsizliğe yol açmaktadır. Rehber sayısının kaç olması gerektiği konusunda görüş birliği oluşmamıştır. Rehber sayısı hangi ölçütlere göre belirlenecek ve kısıtlanacaktır? Taksi plakalarının, dolmuş hatlarının ve daha birçok meslek kolunda faaliyet gösterenlerin sayısı sınırlanırken tur rehberlerinin sayısı neden sınırlanmamaktadır? Tur rehberleri ve eğitim alan öğrencilerin sayısının; bölgelere, dillere, bölgeye düşen turist sayısına, gelen turistlerin menşe ülkelerine, gelen turistlerin seyahat aracı (acente, tur operatörü) kullanım durumuna, öğren yerleri ve müzelere giriş yapan tur gruplarının sayıları, asıl işi rehberlik olmayanlar gibi birçok faktöre bakılarak daha gerçekçi biçimde saptanması gerekmektedir. Mevcut faal rehberlerin önündeki en büyük engel aşırı sayıda rehber adayının üniversitelerin ilgili bölümlerinde eğitim almasıdır. Bu kontenjanlarla 6 yıl içinde mevcut faal rehberler kadar (8500) aday yetişecektir (Sevin, 2013). Bu sayının mutlaka azaltılması, azaltılırken de verilen eğitimin kalitesinin yükseltilmesi gerekmektedir. Türkiye'ye gelen turist sayısı artmakla beraber rehberli turların sayısında aynı oranda artış söz konusu olmamaktadır. Tur rehberliği eğitimine ülke çapında bir ölçün (standart) getirilmelidir. Üniversite harici kurumların kurs açmalarına izin verilmemelidir. Ön lisans tur rehberliği programları kapatılmalı, sadece lisans ve yüksek lisans eğitimi verilmelidir. 2005-2008 döneminde 1332 kişi kurslardan kokart almıştır (Rehber Obası, 2014). Tur rehberi sayısının bu kadar hızla artmasının sonuçları üzerinde düşünmek gerekmektedir. Üniversite sayısı 2003'te 14 iken, 2013'te 23'e yükselmiştir. 10 yıl içinde üniversite sayısında % 60'lık artış olmasına rağmen, kontenjanlarda doğrusal bir artış görülmemektedir. 2003'te 1.160 olan kontenjanlar, 2013'te 1.376'ya yükselerek, sadece yüzde 11'lik bir artış sağlanmıştır.

Sonuç olarak tur rehberliği eğitiminin çeşitli kısıt ve sorunlar içeren bir görünümü vardır. 2009 yılı tur rehberliği eğitiminde dönüm noktası olarak ortaya çıkmaktadır. Rehberlik eğitimi veren üniversite sayısı artmakta, artışta 4 yıllık lisans eğitimi veren programlar öne çıkmaktadır. 2 yıllık programların sayısı azalsa da kontenjan sayısı bakımından önemli bir yer tutmaya devam etmektedirler. Rehberlik eğitimi 4 yıllık programlarda ve lisansüstü programlarda verilmeli, yeni programlar coğrafi bölgelerdeki mevcut durum ve kontenjan sayısına bakılarak sınırlı sayıda açılmalıdır. Farklı puan türlerinden öğrenci kabulüne son verilmeli, sadece dil puanıyla öğrenci alınmalıdır. İkinci öğretime bölge ayırımına dikkat edilerek sınırlı sayıda kontenjan ve üniversite ile izin verilmelidir. Rehberlik eğitiminde kullanılan müfredatlar üzerine yeni araştırmalar yapılması gerekmektedir. Bu müfredatlar sektörle işbirliği içinde hazırlanmalıdır. Tur rehberliği ruhsatnamesi için gerekli olan Anadolu Turu artık TUREB tarafından düzenlendiği için üniversitelerin 40 kişilik

kontenjanla devam etmesinin gereği kalmamıştır. Daha nitelikli rehber yetiştirmek için lisans kontenjanlarının düşürülmesi gündeme gelmelidir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoglu, S. (1994). Türkiye’de turizm rehberliği eğitiminin üniversiteler kapsamı içerisinde alınması üzerine düşünceler. *Hafta Sonu Semineri-1: Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, 135-144.
- Ahipaşaoglu, S. (1997). Türkiye’de turist rehberi gereksinimi. *Hafta Sonu Semineri: Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, 175-194.
- Akmel, J. (1992). Turist rehberliğinde üniversite eğitimi. *Turizm Eğitimi Konferans- Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 219-222.
- Atay, L. (2006). İç turizmde ihmal edilen bir boyut: profesyonel turist rehberliği hizmeti. 2. *Ulusal Eğildir Turizm Sempozyumu*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, 181-190.
- Bilgin, Ö. (1984). Profesyonel tercüman rehberlik eğitimi. *Turizm Eğitimi Kongresi*, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul, 178-181.
- Bornovalı, S. (2012). Zorunlu ve seçmeli eğitim arasında bir karşılaştırma- İstanbul Rehberler Odası örneği. *Turizm Eğitimi Konferansı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara, 363-377.
- Çimrin, H. (1995). *Turizmin ve Turist Rehberliğinin ABC’si*, Antalya: Akdeniz Kitabevi.
- Değirmencioğlu, A. O. (1997). Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitime Bir Yaklaşım, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye’de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 189-196.
- Dinçer, F.İ. ve Kızıllırmak, İ. (1997). Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü. *Hafta Sonu Semineri: Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, 121-148.
- ETYMONLINE (2014). *Cicerone*, [URL: <http://www.etymonline.com/index.php?term=cicerone>], (Erişim 16 Ağustos 2014).
- Erdem, B. ve Etiz, N. (2012). Turist rehberliği bölümü öğrencilerinin rehberlik tatbikat gezisi algıları: Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu örneği. *Turizm Eğitimi Konferansı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara, 323-335.
- Genç, Ö. (1992). Rehberlik eğitime eleştirel bir yaklaşım. *Turizm Eğitimi Konferans- Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 215-217.
- Kalamboukidou, E. (2014). *Greek Educational System for Tourist Guides*, [URL: <http://www.wftga.org/tourist-guiding/education-tourist-guides-worldwide/greek-educational-system>], (Erişim 16 Ağustos 2014).
- Karaman, S., Köroğlu, Ö. ve Köroğlu, A. (2012). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin rehberlik eğitimine yönelik düşüncelerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Turizm Eğitimi Konferansı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara, 352-362.

- Kuşlivan S. ve Çeşmeci N. (2002). Türkiye’de turist rehberliği eğitiminin sorunları ve yeniden yapılandırılması. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 235-242.
- Newlands, R. (2014). *Scottish Educational System for Tourist Guides* [URL: <http://www.wftga.org/tourist-guiding/education-tourist-guides-worldwide/scottish-educational-system>], (Erişim 16 Ağustos 2014).
- Oral, S., Demircioğlu, G., ve Çiçek, O. (1994). Türkiye’de turizm rehberliği eğitiminin üniversiteler kapsamı içerisinde alınması üzerine düşünceler. *Hafta Sonu Semineri-1: Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, 121-134.
- Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (2014). *Geçmiş Yıllardaki Sınavlara Ait Sayısal Bilgiler*, [URL: <http://www.osym.gov.tr/belge/1-12668/gecmis-yillardaki-sinavlara-ait-sayisal-bilgiler.html>], (Erişim 01 Ağustos 2014).
- Öztaş, K. (1997). Meslek yüksekokulları rehberlik ders programlarının bölgesel rehberlik açısından değerlendirilmesi ve Selçuk Üniversitesi Kazım Karabiber ve Taşucu Myo’ları rehberlik programlarına analitik yaklaşım. *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 51-62.
- Pirinçcioğlu, F. (1996). Tercüman Rehberlik. *TÜRSAB Dergisi*, 145:44.
- Rehber Obası. (2014). *Forum Posts*, [URL: http://www.rehberobasi.org/forum_posts.asp?TID=1513&OB=DESC], (Erişim 16 Ağustos 2014).
- Schwartz, V. (2014). *The US Educational System for Tourist Guides*, [URL: <http://www.wftga.org/tourist-guiding/education-tourist-guides-worldwide/us-educational-system>], (Erişim 16 Ağustos 2014).
- Sevin, T. (2013). “Rehberin Türk Turizmine Katkısı GörüneninÇok Ötesinde”, [URL: <http://www.tourismtoday.net/haber/rehberin-turk-turizmine-katkisi-gorunenin-cok-otesinde-14096.html>], (Erişim 16 Ağustos 2014).
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). *Turizm ve rehberlik*. Ankara: MEB.
- Tür, Ş. (2012). Üniversitelerde profesyonel turist rehberliği eğitimi ve karşılaşılan sorunlara ilişkin çözüm önerileri. *Turizm Eğitimi Konferansı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara, 378- 390.
- Türker, A., Güzel, F.Ö. ve Özalın Türker, G. (2012). Turizm aktörü olarak profesyonel turist rehberlerinin Türkiye’deki rehberlik eğitim sistemine bakış açılarını belirlemeye yönelik bir odak grup çalışması. *Turizm Eğitimi Konferansı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara, 336-350.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, S. (2005). Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimindeki gelişmelerin değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* (ESOSDER), 12, 11-32.
- Yıldız, R., Kuşlivan, S. ve Şenyurt, S.Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü programı ve değerlendirilmesi. *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir, 7-36.

TURİZM SEKTÖRÜNDE YABANCI DİL EĞİTİM ENGELLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Erkan AKGÖZ

*Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali AkkanatTurizm Fakültesi
eakgoz@selcuk.edu.tr*

Aytuğ ARSLAN

*Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali AkkanatTurizm Fakültesi
arslanaytug@selcuk.edu.tr*

ÖZET

Kişiler ve ülkeler için en önemli kalkınma araçlarından biriside turizmdir. Bunun kullanılmasına engel teşkil edecek unsurların belirlenmesi ve ortadan kaldırılması için de önemli çalışmalar yapılmaktadır. Yabancı dil eğitimi de bunlardan birisidir. Bundan dolayı bu çalışma, yabancı dil eğitimindeki sorunları belirlemek ve birtakım çözüm önerileri sunmak için hazırlanmıştır. Çalışma için yerli ve yabancı literatür büyük bir titizlikle taranmış,yabancı dil eğitim yöntemleri ve turizmde yabancı dilin önemine dikkat çekilmiştir. Konu ile ilgili yabancı dildeki sorunları belirlemek ve etkin çözüm önerileri sunabilmek için anket çalışması yapılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler, IBM SPSS 22 paket programı ile değerlendirilerek belirlenen hipotezler test edilmiştir. Buna göre yabancı dil eğitimindeki en önemli sorun; öğretim elemanlarının sayısının yetersiz olması ve niteliği, yabancı dil eğitiminde tercih edilen metotlar ve kullanılan araçlardır. Ayrıca sınıf mevcutlarının kalabalık olması ve dil eğitimine uygun ortamın oluşturulamaması da yabancı dil için önemli bir sorun olarak görülmektedir. Turizmden daha etkin yararlanabilmek için de bu ve buna benzer engellerin ortadan kaldırılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler:*Turizm, Yabancı Dil, Eğitim Engelleri*

GİRİŞ

Küreselleşen turizm sektöründe yıkıcı bir rekabet yaşanmaktadır. Bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet üstünlüklerini korumaları ve sürdürebilir hale getirmeleri her geçen gün biraz daha zorlaşmaktadır. Bu gerçeği gören işletme yöneticileri, eğitime daha fazla önem vermektedirler. Çünkü Soysal'ın da (1989, s. 11) belirttiği gibi eğitim; toplumsal, kişisel ve ekonomik hayatın gereksinimduyduğu çeşitli becerilerkazanmaya, bilgilere ulaşmaya ve sorun çözümlerine sahip insanlar yetiştirmeye yardımcı olur. Eğitim sayesinde kişisel bilgi birikimi artar, kültürel gelişim sağlanır ve toplumsallaşma en üst düzeye çıkar.

Eğitim, bireylerin faaliyet gösterdiği sektör ile ilgili alan bilgisinin yanı sıra, sektörün gerektirdiği şekilde yenilenmesine ve gelişmesine de yardımcı olur. Sorun çözme yeteneği kazanan kişi, daha özgür hareket eder. Ayrıca eğitim sayesinde grup çalışması ve dayanışma içinde iş yaşamını sürdürür.

Emek yoğun ürün ve hizmet sunan turizm işletmeleri, farklı kültürlerle sahip kurumlara ve insanlara hizmet sunmaktadır. Sunulan ürün ve hizmetin arzu edilen düzeyde olabilmesi

için de iletişim becerisine ve mesleki yetkinliğe sahip, ekip ruhu taşıyan personele ihtiyaç duyulmaktadır. Bu amaç ile hazırlanan bu çalışmada, turizm sektöründe hizmet kalitesini olumsuz yönde etkileyen yabancı dil sorunlarına dikkat çekilmiş, bunların çözümüne yönelik birtakım öneriler sunulmuştur.

LİTERATÜR

Bu bölümde araştırma ile ilgili yerli ve yabancı yazın incelenmiştir. Ulaşılan kaynaklar, direkt turizm sektöründe yabancı dil eğitim ile ilgili değildir. Buna rağmen, araştırmamıza yardımcı olacağı düşüncesiyle çalışmamızda yer verilmiştir.

Yabancı Literatür

Yabancı dil eğitim ile ilgili uluslararası literatürdeki ilk çalışma 1967 yılında Lenneberg tarafından yapıldığı görülmektedir. Lenneberg (1967) “*Dilin Biyolojik Temelleri*” konulu araştırmasında; yabancı dil öğrenmenin 12 yaşında sabitleneceğine, ergenlikten sonra öğrenilen yabancı dilin hiçbir zaman anadil düzeyine ulaşamayacağına vurgu yapmaktadır. Yabancı dil eğitimi ile ilgili ikinci çalışma ise Brown ve Crawford (1969) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma 1964-1966 yılları arasında askeri okul öğrencilerinin “*Öğrenci Tutumları ve Yabancı Dil Öğrenimi*” üzerine yoğunlaşmıştır. Bu çalışma sonucunda öğrencilerin yabancı dile karşı tutumlarının öğrenmelerine az da olsa katkı yaptığı, okuma ve ezbere dayalı öğrenmenin ise yabancı dil eğitiminin başarısını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Yabancı dil eğitim ile ilgili 1970’li yıllarda iki çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan ilki; Gardner ve Lambert (1972) tarafından Kanada’da yapılmıştır. Çalışma ile öğrenilen yabancı dili konuşan topluluğun kültürü benimsenir ve ilgi duyulursa, o yabancı dil daha kolay öğrenilir görüşü savunulur. Ayrıca bu çalışma ile Gardner ve Lambert (1972), kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre yabancı dili daha yüksek bir motivasyon ile öğrenebileceklerini belirtmektedir. İkinci çalışma ise; Fathman’ın (1975) “*İkinci Dil Öğrenme Yeteneği ve Yaş Arasındaki İlişki*” konulu araştırmasıdır. Araştırmayaş ile söz dizimi, biçimi ve ses bilgisi arasındaki ilişki üzerine yoğunlaşmaktadır. Araştırma sonucuna göre yaşı küçük olan kişilerin ses bilgisi konusunda üstün iken, yaşı büyük olan kişilerin de söz diziminde ve biçiminde daha avantajlı oldukları görülmüştür.

Yabancı dil eğitimi her zaman ve her şartta verilemez. Yabancı dil eğitimi için kişinin hazır olması ve öğrenmenin bir anda değil, yavaş yavaş gerçekleşmesi gerekir. Bu görüşte olan Krashen ve Terrel’e (1983) göre en iyi yabancı dil eğitimi, öğrenci üzerindeki baskının azaldığı ve duymak istedikleri mesajlar ile gerçekleşebilir. Sıkıcı alıştırmaların veya dil bilgisi kurallarının yoğun kullanılması yabancı dil eğitimine pek bir katkı sağlamaz.

Yabancı dil eğitiminde öğretmen-öğrenci etkileşimi üzerindeki etkiler ise 1999’da Ijaiya (1999) tarafından “*Öğretmen öğrenci etkileşimde kalabalık sınıfların etkileri*” isimli bir

çalışma ile araştırılmıştır. Araştırma için 141 öğretmen ve 206 öğrencinin görüşüne başvurulmuş ve kalabalık sınıfların öğretmen-öğrenci üzerindeki etkileri tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda kalabalık sınıflarda en büyük sorunun “gürültü” olduğu görülmüştür. Bu sorunun giderilmesi için ek bina yapımı ve öğrenci seviyelerine göre materyallerin kullanılması gerektiği yönünde öneriler sunulmuştur.

İlgili yazın tarandığında, yabancı dil eğitimi konusundaki çalışmaların genel olarak tutum üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu alandaki araştırmalardan biri de Kabayashi (2002) tarafından Japonya’da yapılmıştır. “*Dil Öğrenme Tutumunda Cinsiyetin Rolü: Japon Kız Öğrencilerin İngilizce Öğrenmeye Yönelik Tutumları*” isimli çalışmada, kız öğrencilerin erkek öğrencilerle kıyaslandığında yabancı dil öğrenmeye karşı daha olumlu bir tutuma sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Yerli Literatür

Yabancı dil eğitimi ile ilgili Türkiye’deki yazın tarandığında da birçok araştırmanın yapıldığı tespit edilmiştir. Ancak bunlardan sadece 1990’dan sonra yapılanlarına yer vermeye gayret gösterilmiştir. Bu konu ile ilgili değerlendirmeye alınan ilk çalışma İleri (1996) tarafından yapılan “*Dilin Kazanımı ve Yabancı Dil Öğretimi*” isimli çalışmadır. İleri’nin (1996) çalışması ile Türkiye’de bu zamana kadar verilen yabancı dil eğitimin boşa harcadığı görülmektedir. Bunun nedeni uygun bir eğitim yönteminin olmamasıdır. Çünkü yabancı dil eğitimi çağdaş dil laboratuvarlarından uzak, yetersiz araç ve gereçlerle, kalabalık sınıflarda yapılmaktadır. Ayrıca haftalık yabancı dil ders saatlerinin az olması da yabancı dil öğrenimindeki bir diğer sorun olarak belirtilmektedir. Buna benzer sonuçlar Aktaş (2005) tarafından yürütülen “*Yabancı Dil Öğretiminde İletişimsel Yeti*” isimli çalışmada dile getirilmiştir.

Gömlüksiz’in 2001 yılında yapmış olduğu çalışmaya göre yabancı dil eğitimi; bireyin bilimsel gelişim düzeyi, kültürel yapısı, dil öğrenme yeteneği, yaşı ve motivasyon faktörlerine göre değişiklik gösterebilir. Bunlardan en önemlileri ise yaş ve motivasyondur. Ayrıca anadili yeterli düzeyde kullanan kişilerin yabancı dil öğrenmeye daha yatkın oldukları da görülmüştür (Gömlüksiz, 2001). Altunay (2004), 9 Eylül Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu İngilizce Hazırlık Programı’nda yapmış olduğu çalışma ile öğrencilerin İngilizceye yönelik tutumlarının sınavlar, okulun fiziksel koşulları, ders programları ve uygulaması ile ilgili görüşleri arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur.

Yabancı dil öğrenmenin küreselleşen dünyada çağdaş bireyler için şart olduğunu belirten Gedikoğlu (2005), bu kazanımın erken yaşta elde edilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Gedikoğlu’nun (2005) “*Avrupa Birliği Sürecinde Türk Eğitim Sistemi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*” isimli çalışması ile Türkiye’de, konusunda iyi yetişmiş öğretmen sayısının ve teknolojik olanakların sınırlı olması da yabancı dil eğitimindeki diğer bir sorun olarak gösterilmiştir. Yabancı dil eğitimi, onu öğrenmek isteyen kişiye daha kolay verilebilir görüşünde olan Tosun (2006), “*Yabancı Dille Eğitim Sorunu*” isimli çalışmasında yabancı dil derslerinin seçmeli ders olarak verilmesi gerekliliğine dikkat çekmektedir.

Yabancı dil öğrenme sorununa öğretmen açısından yaklaşan Meral (2009) “*Yeni (2006) İlköğretimİngilizce Programını Uygulayan Öğretmenlerin Eleştirel ve Yansıtıcı Düşünceleri*” isimli yüksek lisans tezinde,öğretmenlerin yabancı dil eğitiminin uluslararası bir yatırım olduğu görüşünde olduklarını belirtmektedir. Öğretmenler bu yatırımdan istenilen düzeyde yararlanabilmek için küçük yaşlarda yabancı dil eğitiminin başlaması gerekliliği konusunda hemfikirdirler.Yabancı dil eğitimi ile ilgili öğretmenlere yönelik yapılan bir başka çalışma da Topkaya ve Küçük (2010) tarafından yürütülmüştür. “*4.ve 5. Sınıf İngilizce Öğretim Programlarının Değerlendirilmesi*” isimli bir çalışma ile İstanbul’da 26 farklı ilköğretim okulunda görev yapan 72 İngilizce öğretmenin görüşlerine yer verilmiştir. Araştırma sonucunda,yabancı dil eğitimi uygun materyaller ile desteklenmeli, yabancı dil ders programlarının amaç ve kazanımlarının tekrar gözden geçirilmesi gerekliliği sonucuna varılmıştır. Çetintaş (2010) ise yabancı dil eğitiminin süreklilik dâhilinde yapılmasına dikkat çekmektedir.

Yukarıda da bahsedildiği gibi yabancı dil eğitimi ile ilgili ulusal ve uluslararası literatürde birçok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Bu araştırmalara göre yabancı dil öğrenmenin önündeki en önemli sorun, yetersiz materyal, uygun olmayan ortamlar ve öğrencilerdeki tutum eksikliği olduğu görülmektedir.

Yabancı Dil Eğitim Metotları

Yabancı dil, insanlar için artık ekmek ve su gibi günlük hayatın vazgeçilmez unsurları arasında yer almaktadır. Yabancı dil bilmek insana günlük ve iş hayatında önemli avantajlar sağlar. Yabancı dil öğrenmek zor ve süreklilik isteyen bir süreçtir. Bu süreci etkin yürütebilmek için de her geçen gün farklı yöntemler önerilmekte ve/veya uygulanmaktadır. Bundan dolayı araştırmanın bu bölümünde yabancı dil eğitiminde en fazla tercih edilen metotlar hakkında bilgi verilmiştir.

Dilbilgisi-Çeviri Yöntemi (Grammar-TranslationMethod)

Yabancı dil eğitiminde bu yöntem tercih edildiğinde öğrencilere ilk önce okuma parçalarındaki dilbilgisi kuralları öğretilir. Metin içerisinde bilinmeyen kelimelerin listelenmesi ve ezberletilmesi ile öğrencilerin sözcük dağarcığı geliştirilir. Daha sonra metindeki cümle kalıpları verilerek okuma işlemi tamamlanır ve çeviri işlemi gerçekleştirilir. Bu yöntemde telaffuza pek fazla önem verilmez (Demirel, 2010, s.37). Dilbilgisi-Çeviri yöntemi ile yabancı dil öğrenen kişilerin, okuma ve yazma kabiliyetleri artarken, konuşma ve dinleme becerilerinde de birtakım sorunlar görülür (Hengirmen, 2006aktaran Memiş ve Erdem, 2013, s. 307).

Doğrudan Dil Öğretim Yöntemi (Direct Method)

Doğrudan dil öğretim yöntemiyle yabancı dil öğretilirken, mümkün olduğunca bireyler doğal ortamda yabancı dil ile karşı karşıya bırakılarak konuşmaya zorlanmaktadır. Bundan dolayı, doğrudan dil öğretim yöntemin ilk altı haftasında kitap kullanılmaz. Bunun nedeni de öğretilen dilin telaffuz ile yazımı arasındaki farklılıktır. Bu farklılık bir takım

karışıklığa yol açabilir (Demircan, 2013, s. 197). Ayrıca bu yöntemde başarı elde edebilmek için yabancı dil ile birlikte, dilin konuşulduğu ülkenin kültürü ve günlük yaşamının yansıtılması da dil eğitimine önemli katkılar yapabilir (Demirel 2010, s. 40).

İşitsel-Dilsel Yöntemi (Audio-Lingual Method)

İşitsel-dilsel yöntemindedinleme, konuşma, okuma ve yazma becerilerini geliştirmeye yönelik bir sıra izlenir. Ancak dinleme ve konuşma bu yöntemin asıl odaklandığı becerilerdir (Demirel, 2010, s. 44). Dilin sözlü yönüne ağırlık veren bir yöntemdir. Bunun içinde diyaloglar ve yoğun sözlü alıştırmalar kullanarak dil yapılarını belli bir sıraya göre öğretme amaçlanır. Çünkü dinlediğini anlama ve konuşma becerilerini geliştirme yabancı dil öğrenmede önemlidir (Demircan, 2013, s.182).

Bilişsel Yöntem (Cognitive-Code Method)

Yabancı dil öğrenme yaratıcı bir süreç olduğundan, zihinsel bir etkinlik gerektirir. Chomsky'e (aktaran Demirel, 2010, s. 41) göre bu bilişsel öğrenme yönteminin temelini oluşturur. Bu özelliğinden dolayı diğer öğrenme yöntemlerine göre birtakım farklılıklar gösterebilir. En önemli farklılık ise; yabancı dildeki yeni bilgilerin depolanması ve eski bilgilerin yeni anlamlar ve bağlar kazanmasıdır. Anlamlı öğrenmenin olabilmesi için yeni bir öğrenmenin daha önce öğrenilmişlerle bütünleşmesi gerekir (Memiş ve Erdem, 2013, s. 305). Bilişsel yöntem ile dil eğitimi gerçekleştirilirken, öğrencilere bilinçli olarak kuralları öğretme amacı vardır.

İletişimsel Yaklaşım (Communicative Method)

Bilişsel yönteme tepki olarak ortaya çıkan bir yöntemdir. İletişimsel yöntemde dil iletişim ve kültürü birleştiren bir unsur olarak kabul edilir. Bundan dolayı bu yöntemde temel hedef, kişilere iletişim yetisini kazandırmaktır. Bu beceriyi kazanan kişi, dili öğrenebilmek için hem bilgi hem de yetenek sahibi olur.

İletişimsel yöntemde, dil sadece iletişim etkinliklerinde değil, etkinliklerin açıklanması ve ödev konularının belirlenmesinde de kullanılır (Demirel, 2010, s. 57). Ayrıca iletişimsel yöntem öğrencilerin işbirliği veya paylaşma duygusunu geliştirir. Çünkü bu yöntemde dil eğitimi verilirken oyunlardan fazlasıyla yararlanmaya gayret gösterilir.

Doğal Yöntem (Natural Method)

Doğal yöntem ile yabancı dil eğitimi gerçekleştirilirken öğrenciden, duyduğu sözcük ya da kelimenin anlamını bilmesi veya tam çıkaramamış olsa bile, duyduklarını doğrudan tekrar ve taklit etmesi istenir. Öğrenci, tıpkı anadilini öğrenirken yaptığı gibi etkin olmalıdır. Yanlışlıklara aldırmadan elverdiğince konuşmaya teşvik edilir (Demirel, 2010, s. 47). Doğal yöntemle dil öğrenen öğrenciler, özellikle günlük dili konuşmakta ve öğrendikleri sözcükleri doğru telaffuz etmekte başarılı olmalarına rağmen, okuma ve yazma becerileri yönünden yetersiz kalmaktadırlar (Memiş ve Erdem, 2013, s. 303). Bu özelliği ile yabancı dilin anadile benzer bir biçimde öğretilmesini savunan bir yöntemdir.

Seçmeli Yöntem (Eclectic Method)

Seçmeli yöntem, dil eğitiminde öncelikle dil bilim yönteminin tüm bilgilerine dayanması gerektiğini, bu bilgileri kullanırken de psikolojik kurallardan yararlanılmasını savunur. Bu yöntemde öğretmen, dil öğretim yöntemlerinin en iyi ve en yararlı yönlerini seçer ve kendi amacı doğrultusunda kullanır (Hengirmen, 2006, aktaran Memiş ve Erdem, 2013, s. 307). Öğrenme, öğrencilerin yaşları, sınıfın büyüklüğü, öğretmenlerin ve öğrencilerin güdülenme düzeylerine göre değişebilir. Bundan dolayı dil eğitiminin, konuya uygun metotlarla verilmesi gerekliliğini öneren bir sistemdir.

Yabancı dil, kişilerin hem sosyal hem de iş hayatında önemli bir yere sahiptir. Bu özelliğinden dolayı yabancı dil eğitimi ile ilgili yöntemler de her geçen gün yenilenmekte ve çeşitlenmektedir. Dil eğitimi için yukarıda bahsedilen yöntemlerinin haricinde, telkinle öğretme, sessizlik yöntemi, grupla dil öğretim yöntemi, içerik merkezli yöntem ve tüm fiziksel tepki yöntemleri de kullanılır.

Turizmde Yabancı Dil Eğitimi

İnsanlar, yabancı ülkeleri ziyaret etmek, yeni kişilerle tanışmak, farklı kültürleri tanımak, tedavi veya eğlence amacıyla turizm faaliyetine katılmaktadırlar. İlk kez ziyaret ettikleri yerler hakkında pek fazla bilgi sahibi değildirler. Gittikleri yerlerde nerede konaklama yapmaları, ne gibi yiyecek-içecek hizmetlerinin olduğu, nereleri ziyaret etmeleri gerektiği, can ve mal güvenliğinin olup olmadığı gibi konular hakkında bilgi sahibi olmak zorundadırlar. Tüm bu sebeplerin dışında, turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğundan, ekip ruhunun oluşması; tesis, bölge ve ülke hakkında gelen misafirleri bilgilendirme; yabancı ziyaretçilerin turizm ile ilgili ihtiyaçlarını karşılamak ve onlara en iyi hizmeti sunabilmek için de en az bir yabancı dil bilgisine sahip olmak gerekir.

Turistik işletmelerde çalışan personelin nitelikli olması ve halkın turizm konusunda eğitilmesi turizm yatırımı kadar önemlidir (İlkin ve Dinçer, 1991, s. 82). Çünkü turizm eğitimi, her düzeydeki öğrencilere turizm bilincini, misafirperverliğin temel prensiplerini vermek, turizm endüstrisinde çalışan personelin; genel ve mesleki bilgilerini artırmak ve turizm endüstrisine yönetici, araştırmacı nitelikte uzman, uygulayıcı, teknisyen yetiştirme faaliyetidir (Olalı, 1973, s. 10).

Türkiye’de turizm eğitimi; örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. Örgün turizm eğitimi veren öğretim kurumlar, ortaöğretim ve yükseköğretim düzeyindeki eğitimi kurumlarından oluşmaktadır. Yaygın turizm eğitimi ise; gerek resmi gerekse özel kurumlar tarafından verilen kısa süreli mesleki kurslar niteliğindedir. Ancak Türkiye’de belli başlı okullar dışında turizmde mesleki eğitime pek fazla önem verilmemekte, bu okullara olan talepte önemli bir azalma görülmektedir. En fazla talep edilen turizm eğitim kurumları ise yabancı dil ağırlıklı eğitim yapan okullardır.

Bundan dolayı turizm ve özellikle de yabancı dil eğitimi ile ilgili dikkat edilmesi gereken hususlar şu şekilde özetlenebilir:

- Turizmde yabancı dil eğitim ve öğretimi belirli bir hedefe yöneltilmeli ve belirli bir programa dayandırılmalıdır.
- Öğretim kurumları, teori ile uygulamayı bağdaştıran kuramsal bir özelliğe kavuşturulmalıdır.
- İhtiyaçlara cevap veren, gerçekten nitelikli eleman yetiştirecek şekilde organize edilmiş bir turizm eğitim ve öğretimi, bunu gerçekleştirecek istikrarlı bir eğitim politikası uygulanmalıdır (Timur, 1992, s. 51-53).
- Misafirlerle iyi diyalog kurmayan, konuştukları dili anlamayan iş görenin, iyi hizmet vermesi beklenemez. Turizme faaliyetine katılan kişiler farklı dil konuştuklarından, çalışanlara birden fazla yabancı dil öğretilmelidir(Davras ve Bulgan, 2012, s. 228).
- Turizm eğitimi ile turizm sektörüne, turizm bilinci ve felsefesine sahip,sektörün gelişimine katkı sağlayacak kalifiye personel yetiştirilmelidir (Mısırlı,2002, s.42).

Ayrıca yabancı dil bireye, entelektüel bir kimlik kazandırır, sosyal sorumluluk yükler. Entelektüel birey,toplumu dış dünyada olup bitenler hakkında bilgilendirir, ihtiyaç halinde yeni hedeflerin belirlenmesine ve bu hedeflere ulaşılmasına yardımcı olur.

METODOLOJİ

Turizm sektöründe yabancı dil sorununa dikkat çekmek ve belirlenen sorunlara birtakım çözüm önerileri sunmak amacıyla hazırlanan bu çalışma, aşağıda belirtilen metodolojiye göre gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Refah düzeyinin yükselmesi, kişi başına düşen milli gelirin artması ve özgürce harcanabilecek boş zamanın oluşması ile insanlar daha fazla turizme katılmaktadırlar. Farklı kültürlerle sahip kişilerin değişik istek ve beklentileri olabilir. Bunları anlamak ve yerine getirebilmek için ise onlarla aynı dil ile iletişim kurmak gerekir. Bundan dolayı turizmden arzu edilen düzeyde faydalanmak isteyen kişi veya kurumlar, yabancı dil eğitimine ve bunun önündeki engelleri belirleyip çözüm üretmeye önem vermektedirler. Bu çabalara katkıda bulunmak amacıyla da bu araştırma yapılmıştır.

Araştırma için yabancı dil eğitimi ile ilgili ulusal ve uluslararası literatür taranmış ve uygun anket soru formları hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formları üç (3) bölüm ve otuz (30) sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırma kapsamında görüşlerine başvuru alan kişilerin, demografik yapılarını belirlemeye yönelikbeş (5) soru yer almaktadır. İkinci bölüm de ise; yabancı dil eğitiminde karşılaşılan sorunları belirlemeye yönelik likert ölçeğine göre hazırlanmış onüç (13) soru bulunmaktadır. Üçüncü bölümde de yabancı dil eğitim sorunlarının çözümü için yine likert ölçeğine göre düzenlenmiş oniki (12) soruya yer verilmiştir. Anket verileriIBM SPSS 22,0 programına kayıt edilerek uygun istatistiksel analizler ile değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini lisans ve ön lisans düzeyinde öğrenim gören yükseköğretim kurumlarındaki öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak sayısı ve kontenjanı her geçen gün artan bu kurumlara ulaşmak pek mümkün olmadığından, yalnızca Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Kampüsünde turizm eğitimi alan 700 öğrenci örnekleme dahil edilmiştir. Araştırma final sınav tarihlerinde yapılmıştır. Anket uygulanan deneklerin 526'sı soruları cevaplandırmış, 8 tanesi soruları sağlıklı cevaplamadığından sadece 518'inin (% 74) vermiş olduğu cevaplar değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri

Yabancı dil eğitimindeki sorunlar ve bunlara çözüm üretebilmek için gerçekleşen bu araştırma aşağıdaki hipotezlere göre gerçekleştirilmiştir:

Hipotez 1: Yabancı dil eğitiminde en önemli sorun sınıfların kalabalık olması ve yeterli materyalin kullanılmamasıdır.

Hipotez 2: Yabancı dil eğitiminde öğretim elemanlarının sayısı ve mesleki bilgi düzeyi dil eğitiminde önemlidir.

Hipotez 3: Yabancı dil eğitim kurumları dil eğitimi için uygun ortama sahip değildir.

Hipotez 4: Öğretim elemanlarının tercih ettikleri yöntem, yabancı dil eğitiminin başarı ve/veya başarısızlığını etkileyebilir.

Hipotez 5: Yabancı dil eğitiminde genel olarak kalıplaşmış ifadeler ile gramer konuları üzerinde durulmaktadır.

Hipotez 6: Mesleki derslerin bir kısmı yabancı uyruklu öğretim elemanları tarafından verilmesi yabancı dil eğitimine katkı sağlayabilir.

Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Analizler

Araştırma sonucunda elde edilen veriler IBM SPSS 22.0 programına kayıt edilmiş ve belirlenen hipotezleri sınamak için uygun istatistiksel analizler yapılmıştır. Deneklerin demografik özellikleri ile ilgili analizler için frekans ve yüzde alma tekniği kullanılmıştır.

Yabancı dil eğitimi konusunda kişilerin belirttiği ifadelerin yaş, cinsiyet, eğitim ve yaşadıkları bölgelere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla (ikiden fazla olan gruplar arasındaki farkı belirlemek amacıyla) Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve korelasyon analizleri kullanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümde yabancı dil eğitim sorunları ve çözüm önerileri ile ilgili sonuçlar madde, korelasyon ve Anova analizlerine göre değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenirliliği

Çalışma sonunda, araştırmanın güvenilirlik ve geçerliliğini ölçmek için Cronbach's Alfa Katsayısı kullanılmıştır. Hair et al. (2010)'egöre anket çalışmalarında Cronbach's Alpha Katsayısının alt limiti 70 olarak kabul edilir. Bu çalışma sonucunda yapılan güvenilirlik test sonucu (Cronbach Alfa (α) katsayısı)0,82'dir.Bu sonuç ölçeklerin yüksek düzeyde ($\alpha > 0,70$) güvenilir olduğunu göstermektedir.

Demografik Özelliklere Göre Bulgular

Yabancı dil eğitimi ile ilgili gerçekleştirilen bu araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre bulgular aşağıdaki tabloda (Tablo1) verilmiştir. Bu tabloya göre;

- Araştırmaya katılan 518 kişinin % 58,9'u (305 kişi) erkek, % 41,1'i de (213 kişi) bayandır.
- Araştırma kapsamında görüşlerine başvurulmuş kişilerin 330'u 20-22 yaş arasında, 146'sı ise 23-25 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan denekler genç yaştadırlar.
- Deneklerin büyük bir çoğunluğu turizm/konaklama işletmeciliği bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır (% 85,7). Diğerleri ise seyahat (%9,1) ve rehberlik (% 5,2) bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır.
- Çalışmada görüşleri alınan kişilerin büyük bir bölümü 2. ve 3. sınıftaki öğrencilerdir. 1. sınıftaki öğrenci sayısının az olması ise 2013-2014 akademik yılında kontenjanların büyük oranda boş kalmasındandır.
- Araştırma kapsamında yer alan kişilerin sadece % 15, 1'i köy veya kasabalarda yaşamakta, geri kalanları ise ilçe veya il merkezlerinde ikamet etmektedirler.

Tablo 1. Demografik Özellikler ile İlgili Bulgular

Demografik Özellikler		N	Yüzde %
Cinsiyet	Bayan	213	41,1
	Erkek	305	58,9
Yaş	17-19	21	4,1
	20-22	330	63,7
	23-25	146	28,2
	26-28	15	2,9
	29-31	3	0,6
	32 ve üzeri	3	0,6
Bölüm	Turizm İşletmeciliği	444	85,7
	Seyahat İşletmeciliği	47	9,1
	Rehberlik Hizmetleri	27	5,2
Sınıf	1. Sınıf	63	12,2
	2. Sınıf	255	49,2
	3. Sınıf	109	21,0
	4. Sınıf	91	17,6
Bölge	Köy/Kasaba	78	15,1
	İlçe	208	40,2
	İl Merkezi	232	44,8

Araştırma Sonuçlarının Madde Analizi

Genel örneklem içerisinde yer alan deneklerin, yabancı dil eğitim sorunu ile ilgili düşünceleri Tablo2’de, yabancı dil sorununun çözümü ile ilgili düşünceleri de Tablo 3’de madde analiziyle verilmiştir. Bu analiz sonuçlarına göre yabancı dil eğitimindeki en önemli sorun,öğretim elemanları olarak görülmektedir. Öğretim elemanlarının hem bilgi düzeyleri (2,73), hem de öğrencileri not ile tehdit etmeleri (2,77) yabancı dil eğitimi önünde büyük bir sorun oluşturmaktadır. Bu sonuç **Hipotez-2**’yi doğrulamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencinin alt yapıyetersizliği (4,06) yabancı dil eğitiminde pek bir sorun olarak görülmemektedir.

Tablo 2.Yabancı Dil Eğitimindeki Temel Sorunlar ile İlgili İfadeler

Yabancı Dil Eğitimindeki Temel Sorunlar	N	Mean	Std. Dev.
Öğretim elemanlarının dil bilgisi seviyelerinin yetersizliği	518	2,73	1,19
Öğretim elemanı yetersizliği	518	3,21	1,24
Tercih edilen öğretim metotları	518	3,37	1,18
Materyal eksikliği	518	3,33	1,21
Uygun ortamın oluşturulmaması	518	3,64	1,26
Sadece kalıplaşmış sözcükler ve gramerin öğretilmesi	518	3,60	1,26
Not ile tehdit edilmek	518	2,77	1,37
Sınıfların kalabalık olması	518	2,91	1,36
Yabancı dil ders saatinin yetersiz olması	518	3,29	1,34
Öğrenci alt yapısının olmaması	518	4,06	1,13
Öğrencinin isteksiz olması	518	3,67	1,13
Yabancı dil öğrenme yeteneğinin olmaması	518	3,17	1,23
Türkçe dil bilgisi yetersizliği	518	3,14	1,30

Araştırma dahilinde yabancı dil eğitiminin önündeki engellerin çözümüne yönelik görüşleri (Bkz. Tablo 3) alınan kişilerin pek sağlıklı bir öneride bulunmadıkları görülmektedir. Yabancı dil eğitimi ile ilgili sorunu ortadan kaldırmak için en etkili yöntemin yabancı uyruklu öğretim elemanlarının ders vermesi gerektiği (3,53) konusundaki düşünceleridir. Ders müfredatı hazırlanırken öğrencilerin görüşlerinin alınması (4,22), dil engellerinin ortadan kaldırılmasına pek bir katkı sağlamayacaktır.

Tablo 3.Yabancı Dil Eğitiminin Çözümü ile İlgili İfadeler

Yabancı Dil Eğitimi İle İlgili Çözüm Önerileri	N	Mean	Std. Dev.
Hazırlık sınıfı olmalı	518	3,85	1,32
Haftalık ders saati artırılmalı	518	3,69	1,17
Meslek derslerinin bir kısmı yabancı dilde verilmeli	518	3,63	1,19
Öğrencilerin dil seviyelerine göre sınıflar oluşturulmalı	518	3,95	1,15
Dersler konuşmaya yönelik olmalı	518	4,20	0,99
Dersler kelime öğrenme/ezberlemeye yönelik olmalı	518	3,58	1,31
Derslerde çeviri çalışmaları olmalı	518	3,99	1,08
Dersler dil laboratuvarlarında yapılmalı	518	3,85	1,20
Farklı görsel ve işitsel materyaller kullanılmalı	518	4,14	1,05
Yabancı uyruklu öğretim elemanları olmalı	518	3,53	1,30
Ders programı oluşturmada öğrencilerin görüşü de alınmalı	518	4,22	0,92
Öğretim elemanları belli aralıklarla eğitime alınmalı	518	3,97	1,0

Araştırmanın Korelasyon Analizi

İki değişken arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek için en sık kullanılan yöntem korelasyon analizidir. Korelasyon analiz sonucuna göre, alt boyutlar arasında genel olarak 0,01 seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Ders için uygun ortamın oluşturulmaması ile en yüksek ilişki dil eğitiminde kalıplaşmış sözcükler ve gramerin öğretilmeye çalışılmasıdır (r: 0,522). Bu sonuçla **Hipotez-3** ve **Hipotez-5** test edilerek doğrulanmıştır. Yabancı dil eğitimi için tercih edilen öğretim metodu ile en yüksek ilişki ise derslerde yeterli düzeyde materyalin kullanılmamasıdır (r: 0,439). Bu veriler ile de **Hipotez-1** ve **Hipotez-4** doğrulanmıştır.

Tablo 4.Korelasyon Analiz Sonuçları

	Öğr. Elm. dil seviyesi az	Öğretim elemanı yetersizliği	Tercih edilen öğretim metotları	Materyal eksikliği	Uygun ortamın olmaması	Kalıplaşmış sözcük ve gramer	Not ile tehdit edilmek	Sınıflar kalabalık olması	Ders saatinin yetersiz olması	Öğrenci alt yapısının olmaması	Öğrencinin isteksiz olması	Dil öğrenme yeteneği yok	Türkçe dil bilgisi yetersizliği
Öğr. Elm. dil seviyesi az	1	,409**	,168**	,275**	,270**	,219**	,294**	,225**	,188**	,097*	,076	,126**	,168**
		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,028	,084	,004	,000
Öğretim elemanı yetersizliği	,409**	1	,199**	,332**	,261**	,228**	,248**	,228**	,228**	,098*	,079	,116**	,053
	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,026	,072	,008	,228
Tercih edilen öğretim metotları	,168**	,199**	1	,439**	,336**	,286**	,228**	,183**	,178**	,189**	,097*	,102*	,089*
	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,027	,020	,042
Materyal eksikliği	,275**	,332**	,439**	1	,435**	,377**	,267**	,246**	,254**	,177**	,168**	,115**	,097*

	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,009	,027
Uygun ortamın oluşturulmaması	,270**	,261**	,336**	,435**	1,522**	,243**	,269**	,310**	,231**	,162**	,165**	,156**	
	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Kalıplaşmış sözcük ve gramer	,219**	,228**	,286**	,377**	,522**	1,328**	,272**	,245**	,268**	,133**	,088**	,122**	
	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,003	,046	,005
Not ile tehdit edilmek	,294**	,248**	,228**	,267**	,243**	,328**	1,259**	,264**	,040	-,005	,098**	,144**	
	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,369	,915	,025	,001
Sınıfların kalabalık olması	,225**	,228**	,183**	,246**	,269**	,272**	,259**	1,317**	,124**	,051	,115**	,166**	
	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,005	,250	,009	,000
Ders saatinin yetersiz olması	,188**	,228**	,178**	,254**	,310**	,245**	,264**	,317**	1,245**	,176**	,168**	,172**	
	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
Öğrenci alt yapısının olmaması	,097**	,098**	,189**	,177**	,231**	,268**	,040	,124**	,245**	1,382**	,241**	,193**	
	,028	,026	,000	,000	,000	,000	,369	,005	,000		,000	,000	,000
Öğrencinin isteksiz olması	,076	,079	,097**	,168**	,162**	,133**	-,005	,051	,176**	,382**	1,450**	,246**	
	,084	,072	,027	,000	,000	,003	,915	,250	,000	,000		,000	,000
Dil öğrenme yeteneği yok	,126**	,116**	,102**	,115**	,165**	,088**	,098**	,115**	,168**	,241**	,450**	1,410**	
	,004	,008	,020	,009	,000	,046	,025	,009	,000	,000	,000		,000
Türkçe dil bilgisi yetersizliği	,168**	,053	,089**	,097**	,156**	,122**	,144**	,166**	,172**	,193**	,246**	,410**	1
	,000	,228	,042	,027	,000	,005	,001	,000	,000	,000	,000	,000	

** Korelasyon 0.01 seviyesinde anlamlıdır (2-tailed).

Yabancı Dil Eğitim Sorunu İle İlgili İfadelerin ANOVA Analizi

Turizm sektöründe yabancı dil ile ilgili temel sorunların demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Anova testi uygulanmıştır. Bu test sonucuna göre; deneklerin cinsiyeti ile yabancı dil sorunları arasındaki dört (4) ifade de herhangi bir farklılık görülmezken ($p>0,05$), diğer dokuz (9) ifade arasında ise birtakım farklılıklar görülmüştür ($p<0,05$). Yabancı dil sorunu ile yaş arasındaki ilişki araştırıldığında ise; deneklerin yaşları ile dil sorunları arasında genel olarak birtakım farklılıklar tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Sınıfların kalabalık olması konusunda deneklerin yaşları ile görüşlerinde arasında ise farklılık görülmüştür (0,006). Bu sonuç ile de **Hipotez-1** doğrulanmaktadır.

Araştırmadaki Anova sonuçlarına göre yabancı dil sorunu ile ilgili ifadelerde, öğrencilerin yaşamış olduğu bölge arasında hiç bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$). Öğrencilerin okuduğu bölüm ile yabancı dil sorunu arasında sadece uygun ortamın oluşturulmamasında birtakım farklılık görülürken (0,026), diğer ifadeler arasında herhangi bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$). Yabancı dil eğitimi ile ilgili ifadelerle deneklerin öğrenim gördükleri sınıf arasında altı (6) ifade de farklılık var, diğer ifadeler de ise farklılıklar tespit edilmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 5.Yabancı Dil Sorunu ile İlgili İfadelerin Anova Analiz Sonuçları

İFADELER	Cinsiyet		Yaş		Sınıf		Bölüm		Bölge	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
Öğr. Elm. dil seviyesi az	,015	,904	,657	,656	3,458	,016	,938	,392	2,031	,132
Öğretim elemanı yetersizliği	5,164	,023	,479	,792	5,186	,002	,728	,483	1,388	,251
Tercih edilen öğretim metotları	4,252	,040	1,043	,391	2,635	,049	,918	,400	1,089	,337
Materyal eksikliği	,099	,753	,457	,808	2,480	,060	,331	,719	,622	,537
Uygun ortamın oluşturulmaması	5,171	,023	,396	,851	1,991	,114	3,657	,026	,388	,679
Kalıplaşmış sözcük ve gramer	1,498	,222	1,273	,274	,678	,566	,354	,702	,054	,947
Not ile tehdit edilmek	,104	,748	,881	,494	8,019	,000	,248	,781	1,139	,321
Sınıfların kalabalık olması	,260	,611	3,287	,006	7,944	,000	,474	,623	,513	,599
Ders saatinin yetersiz olması	1,128	,289	,364	,873	12,223	,000	1,412	,245	,045	,956
Öğrenci alt yapısının olmaması	2,875	,091	1,869	,098	1,039	,375	1,024	,360	,997	,370
Öğrencinin isteksiz olması	5,749	,017	1,905	,092	,414	,743	,869	,420	1,216	,297
Dil öğrenme yeteneği yok	3,831	,051	1,198	,309	1,135	,334	,598	,550	,459	,632
Türkçe dil bilgisi yetersizliği	,957	,328	,748	,588	1,078	,358	,378	,686	1,821	,163

Yabancı Dil Sorununun Çözümü İle İlgili İfadelerin ANOVA Analizi

Turizm sektöründe yabancı dil eğitimi ile ilgili deneklerden, çözüm önerileri konusunda görüşleri de alınmıştır. Bu görüşlerin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için de Anova testi uygulanmıştır. Deneklerin yaşları ve yaşamış oldukları bölgenin, yabancı dil sorunu için önerilere vermiş olduğu cevaplar arasında anlamlı farklılıklar görülmemiştir ($p>0,05$). Cinsiyet ile çözüm önerileriyle ilgili ifadelerin üç (3) tanesinde tanesi arasında anlamlı bir farklılık görülmüş, diğer ifadeler arasında ise pek bir farklılık görülmemiştir. Yabancı dil eğitiminin yabancı uyruklu öğretim elemanları tarafından verilmesinin, yabancı dil sorununa çözüm oluşturacağı konusunda deneklerin demografik özellikleri arasında da herhangi bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$). Bu sonuç **Hipotez-6**'yı doğrulamaktadır.

Tablo 6: Çözüm ile İlgili İfadelerin Anova Analiz Sonuçları

İFADELER	Cinsiyet		Yaş		Sınıf		Bölüm		Bölge	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
Hazırlık sınıfı olmalı	,909	,341	1,267	,277	,840	,473	2,852	,059	,364	,695
Haftalık ders saati artırılmalı	1,146	,285	1,710	,131	2,738	,043	,452	,637	,196	,822
M. dersleri yabancı dil olmalı	2,280	,132	,412	,841	1,513	,210	1,124	,326	,402	,669
Seviyeye göre sınıflar	6,347	,012	,880	,494	2,060	,105	3,229	,040	,368	,692
Konuşmaya yönelik olmalı	2,441	,119	1,085	,368	1,329	,264	,326	,722	,089	,915
Kelime ezberleme yapılmalı	2,828	,093	1,757	,120	5,489	,001	2,104	,123	,622	,537
Çeviri çalışmaları olmalı	2,286	,131	1,401	,222	,872	,456	1,030	,358	1,007	,366
Dersler laboratuvarında yapılmalı	,001	,969	,486	,787	,420	,739	1,913	,149	1,269	,282
Farklı materyal kullanılmalı	7,907	,005	1,559	,170	1,554	,200	1,387	,251	,741	,477
Yabancı Öğr. Elm. olmalı	3,385	,066	1,022	,404	1,245	,293	,238	,788	1,064	,346
Programlar öğrencilerle olmalı	3,590	,059	,637	,671	,876	,453	5,808	,003	,399	,671
Öğr. Elm. eğitime alınmalı	7,383	,007	1,672	,140	,887	,447	,279	,756	,064	,938

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektöründe farklı kültürlerle sahip kurum ve kişiler faaliyet gösterdiğinden, herkesin ihtiyaç ve beklentileri de değişiklik gösterebilir. Yıkıcı rekabet ortamda ayakta kalabilmek, arzu edilen hedeflere ulaşabilmek için ise taleplerin eksiksiz bir şekilde yerine getirilmesi gerekir. Bunun için de asgari düzeyde yabancı dil bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır. Yabancı dil sorununu giderebilmek amacıyla her geçen gün farklı eğitim kurumları, alternatif yöntemler ve değişik materyaller kullanılmakta; dünyanın her yerinde bu konu ile ilgili yeni yeni araştırmalar yapılmaktadır.

Yabancı dil ile ilgili eksikliklerin ortadan kaldırılmasının en önemli unsurlardan birisi de eğitimidir. Çünkü eğitim; bireylere öz güven kazandırır, faaliyet gösterdikleri sektöre en iyi şekilde hazırlanmasına yardımcı olur. Ancak, verilen eğitimde birtakım sorunlar yaşanmaktadır. Bundan dolayı bu araştırma, özellikle ön lisans ve lisans düzeyindeki bireylerin yabancı dil eğitiminde karşılaştıkları sorunlar ve bunların giderilmesine yönelik çözüm önerileri sunmak amacıyla yapılmıştır. Belirlenen çözüm önerileri aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Turizm sektöründe yabancı dil sorununun ortadan kaldırılması için en büyük sorumluluk öğretim elemanlarındadır. Öğretim elemanlarının yabancı dil seviyesi

öğrenci için tatmin edilir düzeyde olmalıdır. Ayrıca eğitim esnasında öğrencilerin not ile tehdit edilmeleri, derslere olan motivasyonu olumsuz yönde etkileyebilir. Bu sorunu giderebilmek için bazı derslerin yabancı uyruklu öğretim elemanları tarafından verilmesi, öğrencilerin hem derse bakış açılarını hem de öğrenme isteklerini olumlu yönde etkileyebilir. Sınıfların kalabalık olması ve uygun ortamın oluşturulmaması yabancı dil eğitiminde önemli diğer bir sorundur. Çünkü yabancı dil eğitiminde başarı, öğrenci ile öğretim elemanı arasında yoğun iletişim ile elde edilebilir. Sınıflardaki öğrenci sayısının sınırlandırılması ve sınıfların seviye belirleme sınavına göre oluşturulması başarıyı artırabilir.

- Yabancı dil eğitiminde her geçen gün yeni metotlar uygulanmaktadır. Her metoden üstünlükleri ve zayıflıkları farklıdır. Yabancı dil eğitiminde tercih edilen yöntemin sektörün ihtiyaçlarına ve öğrencilerin kabiliyetlerine göre belirlenmesi başarıya önemli katkılar sağlayabilir.
- Yabancı dil eğitimi belli bir alt yapı ve süreklilik gerektirir. Yabancı dil eğitimi alan öğrencilerin belirli bir alt yapıya sahip olmaları, haftalık ders saatlerinin artırılması ve bazı meslek derslerinin yabancı dilde anlatılması, öğrencinin hem derse bakış açısını, hem de öğrenme isteklerine süreklilik kazandırabilir.
- Yabancı dil eğitimi sadece kelime bilgisini artırmak ve gramerden ibaret değildir. Özellikle turizm sektöründe gramer ve kelime bilgisinin yanında telaffuz ve konuşma becerisi de önemlidir. Bunun için yabancı dil eğitiminde farklı görsel ve işitsel materyaller kullanılarak bu eksiklikler de giderilebilir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, T. (2005). Yabancı Dil Öğretiminde İletişimsel Yeti. *Journal of Language andLinguisticStudies*Vol. 1, No.1, 89-99.
- Altunay, U. (2004). Üniversite İngilizce Hazırlık Öğrencilerinin İngilizceye yönelikTutumlarıyla, Sınavlar, Okulun Fiziksel Koşulları ve Ders Programları veUygulanışı ile İlgili Görüşleri Arasındaki İlişkiler. *XIII. Ulusal EğitimBilimleri Kurultayı*, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi,Malatya,
- Brown, G. H. &Crawford F. (1969). StudentAttitudesandForeing LanguageLearning, *Technical Report*,USA, Virginia: The George Washington University HumanResourcesResearch Office.
- Çetintaş, B. (2010). Türkiye’de Yabancı Dil Eğitim ve Öğretiminin Sürekliliği,*Journal of Language andLinguisticStudies*, Vol.6, No.1, 65-74.
- Davras, G. M. ve Bulgan, G. (2012). “Meslek Yüksekokulu (MYO) Öğrencilerinin İngilizce Hazırlık Eğitimine Yönelik Tutumları: Isparta MYO Turizm ve Otel İşletmeciliği Örneği” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Volume 13, Issue 2, 227-238.
- Demircan, Ö. (2013). Yabancı Dil Öğretim Yöntemleri. İstanbul: Der Yayınları.
- Demirel, Ö. (2010). *Yabancı Dil Öğretimi*(7.Baskı). Ankara: PegemA Yayıncılık.

- Fathman, A. (1975). The Relationship Between Age and Second Language Productive Ability, *Language Learning*, 21, 245-253.
- Gardner, R. C. and Lambert, W. E. (1972). *Attitudes and Motivation in Second Language Learning*. Rowley: Newbury House.
- Gediköğlu, T. (2005). Avrupa Birliği Sürecinde Türk Eğitim Sistemi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, 66-80.
- Gömlüksiz, M. N. (2001). The Effects of Age and Motivation Factors On Second Language Acquisition, *Fırat Üni. Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 11 Sayı: 2, 217-224.
- Hair, F. J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010) *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Ijaiya, Y. (1999). Effects Of Over-Crowded Classrooms On Teacher-Student Interactions, *Ilorin Journal of Education*, Volume 19.
- İlkin, A. ve Dinçer, M. Z. (1991). *Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi*, Ankara: TOBB Yayınları.
- İşeri, K. (1996). Dilin Kazanımı ve Yabancı Dil Öğretimi, *Dil Dergisi*, Sayı: 43, 21-27.
- Kabayashi, Y. (2002). The Role of Gender in Foreign Language Learning Attitudes: Japanese Female Students' Attitudes Towards English Learning. *Gender and Education*, 14(2), 181-197.
- Krashen, S. D., Terrell T. D. (1983). *Language Acquisition in the Classroom*. Oxford: Natural Approach.
- Lenneberg, E. H. (1967). *Biological Foundations of Language*. New York, Wiley.
- Memiş, M. R. ve Erdem, M. D. (2013). Yabancı Dil Öğretiminde Kullanılan Yöntemler, Kullanım Özellikleri ve Eleştiriler, *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 8/9, 297-318.
- Meral, E. (2009). Yeni (2006) *İlköğretim İngilizce Programını Uygulayan Öğretmenlerin Eleştirel ve Yansıtıcı Düşünceleri*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Mısırlı, İ. (2002). Turizm Sektöründe Meslek Standartları ve Mesleki Belgelendirme Sistemi. *Anatolia Turizm Araştırma Dergisi*, Cilt: 13 Sayı: 1, 39-55
- Olalı, H. (1973). Turizm Eğitim ve Öğretimi, İktisadi Coğrafya ve Turizm Enstitüsü Konferansları, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, İstanbul: Güler Matbaası.
- Soysal, Ö. ve Çağdaş, Ö. (1989). *Eğitim ve Türkiye'de Okul Kütüphanesi*, Ankara: Güven Matbaası.
- Timur, A. (1992). Turizmin Eğitiminin Genel Sorunları, Turizm Eğitimi Konferansı, Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Topkaya E. Z. ve Küçük Ö (2014). *An evaluation of 4th and 5th grade English language teaching program, elementary Education Online*, 9(1), 52-65. [<http://ilkogretim-online.org.tr/vol9say1/v9s1m6.pdf>] (Erişim 30 Temmuz 2014).
- Tosun, C. (2006). Yabancı Dille Eğitim Sorunu, *Journal of Language and Linguistic*, Vol.2, No.1, 28-42.

TURİZME YEREL HALKIN BAKIŞI: IĞDIR İLİ ÖRNEĞİ

Gülşen BAYAT

*Öğr. Gör. Iğdır Üniversitesi, Iğdır Meslek Yüksekokulu
gulsenbicer@hotmail.com*

Burcu ILGAZ YILDIRIM

*Yrd. Doç. Dr. Iğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
burcuilgazyildirim@gmail.com*

ÖZET

Bu çalışma; Iğdır'da yaşayan halkın turizme bakış açısını belirleyebilmek için halkın turizm konusundaki düşüncelerini değerlendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Amaç doğrultusunda hazırlanan anket; Iğdır'da yaşayan 500 kişiye uygulanmıştır. Anket sonuçları; bilgisayar ortamında istatistiksel paket programda analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılan Iğdır halkının demografik özelliklerinin belirlenmesinde frekans ve yüzde tanımlayıcı istatistiklerinden Iğdır halkının Iğdır'ın turizm potansiyeline ilişkin görüşleri ile tanımlayıcı özellikleri arasında ilişkilerin belirlenmesinde, ölçeklerin alt boyutları arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde T Testi, Anova testlerinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda; Iğdır'ın turizm potansiyeli açısından oldukça elverişli bir yer olduğu, Iğdır halkının turizme karşı olumlu ve bilinçli bir tutumunun olduğu, ancak Iğdır'ın turizm potansiyelinden yeterli düzeyde faydalanılmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler:*Turizm, Iğdır, Potansiyel Turizm, Halk Görüşü.*

GİRİŞ

Turizm insanların tatil amaçlı yer değiştirmeleri sonucu meydana gelen sosyo-ekonomik bir olaydır. Turizm ülkelere önemli döviz girdisi sağlayan, istihdam sorunlarının çözümü için önem arz eden, ülke ekonomilerini canlandıran çok önemli bir sektördür(Kozak vd., 2001).

Bir yörede turizm gelişimi için doğal ve kültürel çevreden başka buralarda yaşayan yerel halkın turizme bakış açısı da çok önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye gerek doğal gerekse kültürel anlamda turizm açısından gelişmiş olan ülkelere göre çok daha fazla kaynaklara sahip olmasına rağmen, yerel halkın bu anlamda desteğini sağlayamadığı için turizmden çok daha az bir gelir elde etmektedir (Cengiz ve Kırkbir, 2007). Turizm büyük oranda yerel halkın iyi niyetine bağlıdır. Onların desteği ve turizme olumlu bakmaları başarılı ve sürdürülebilir bir turizm gelişimi için gereklidir (Doğan, 2004).

Yerel halkı turizm gelişim sürecine dâhil etmek, onların bu konudaki görüş ve önerilerini almak, fikir alışverişinde bulunmak ve gelecekteki turizm gelişmesini teşvik yönünde karşılıklı fikir alışverişini yapmak yerel halkın karar merkezlerini etkileyebilmesi ve kendilerini turizmin bir parçası olarak hissetmeleri açısından oldukça önemlidir. Eğer turizmin sürdürülebilir kılınması isteniyorsa planlanan turizmin, gelişme şekli, ölçeği ve

konumu ile ilgili olarak yöre toplumunun kabulünü kazanması gerekmektedir (Avcıkurt, 2003).

Bu çalışmada Iğdır'da turizme kaynak olan değerlerin ortaya konması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla yörede yaşamakta olan yerel halkı turizm konusundaki görüşleri tespit edilecek ve sonuçlar analiz edilerek halkın turizme olan bakış açısı ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

İĞDIR İLİ'NİN TURİZM POTANSİYELİ

Iğdır ili, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Erzurum- Kars bölümünde yer almaktadır. Kuzey ve kuzeydoğusunda Ermenistan, doğusunda Nahcivan Özerk Cumhuriyeti (Azerbaycan), ve İran devletleriyle komşu olan ilin toprakları; güneyden Ağrı, batı ve kuzeybatıdan ise Kars illeri ile çevrelenmiştir. Üç ülke ile ortak sınırı olan tek il olan Iğdır yaklaşık 3539km² yüzölçümüne sahiptir (Güner ve Şimşek, 1998, s.129).

Turizm olayının gelişiminde doğal değerler çeşitlilik göstermektedir. Genellikle turizm olayı doğal değerlere bağlı olmaktadır (Pearce, 1999, s.151). Bir yörede geliştirilebilecek turizm çeşidinin belirlenmesinde iklim önemli bir yer tutmaktadır. Iğdır Ovası ve çevresi, Türkiye ve Doğu ölçüsünde kendine özgü iklim özellikleri ile yöresel klima (mikro klima) alanı içine girmektedir.

Iğdır İli arazisi, Doğu Anadolu Bölgesinin Erzurum-Kars Bölümü içerisinde Aras ırmağı tarafından birbirine bağlayan ve ülkemiz sınırları içerisinde en doğuda yer almaktadır. Aras ırmağı tarafından hemen hemen iki eşit parçaya bölünmektedir. Iğdır İli'nin sahip olduğu tarihi değerler de mevcuttur (Buyruk, 2006, s.125).

Iğdır şehir merkezinin 36 km. doğusunda, Ağrı Dağı'nın kuzey yamacında bölgeye hâkim bir tepe üzerinde Korhan Kalesi yer almaktadır (Kırzioğlu, 1953, s.332).

Karakale Kalesi Iğdır Ovası'nın batısında bulunup, Türkiye-Ermenistan sınırında yer almaktadır (Acar, 2006, s.193). Kalenin kalıntı ve harabelerinin yol kenarında olması buranın turizme açılması için önemli bir avantajdır.

Karakale Hanı, Iğdır'a yaklaşık 25 km. uzaklıktaki Karakale yıkıntılarının içerisinde, iç kalenin doğu tarafında, Aras Nehrinin güneyinde yer almaktadır.

Tuz Mağarası, Tuzluca ilçesinin hemen kuzeydoğusunda yer alır (Güner, Bekdemir, Ertürk ve Şimşek, 2000, s. 333). Bu mağaralar Astım ve bazı solunum yolu hastalıklarına iyi gelmektedir. Burada gerekli düzenlemeler ve yatırımlar yapılırsa burada sağlık turizmi yapılabilir.

Ağrı Dağı turizm açısından birçok çekiciliğe sahip bir dağdır. Bunlardan biri dağın heybetli görünümüdür. Ayrıca çevresinde rakip olabilecek böyle bir doruk olmadığı için onun çok geniş alanlardan görünmesini sağlar. Ağrı Dağı'nın turistik açıdan önem arz eden diğer özellikleri ise, bu dağın doğa sporları, kış turizmi, dağ yürüyüşleri, dağ bisikleti ve

yamaç paraşütü için oldukça elverişli koşullara sahip olmasıdır. Dış turizm açısından ise inanç turizmine yönelik yatırımlar ve tanıtım yapılırsa dünya insanları buraya çekilebilir (Doğanay, 2003, s.178).

Kutsal kitaplarda belirtildiğine göre, Adem ve Havva'nın yaşadığı "İrem Bağları" bu dağın kuzeyinde, Aras Nehri Vadisi'nde bir yerdedir. Aynı zamanda rivayete göre, Nuh Tufanı öncesinde Hz. Adem ve beraberindekilerin bindiği gemi Tufan'dan sonra sular çekilince, bu dağda karaya oturmuştur. Bu sebepten dolayı Ağrı Dağı kutsal bir dağ olarak sayılmaktadır. Batı dünyası tarafından da iyi bilinmektedir (Parrot, 1834, s. 138).

Iğdır İli zengin turizm potansiyeline sahiptir. İşlek bir ulaşım ağı üzerinde bulunmaktadır. Erzurum ve Kars üzerinden gelip Nahcivan, Ermenistan ve Doğubayazıt üzerinden İran'a giden karayolu buradan geçmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi'ne düzenlenen turlar Iğdır'da sadece belli birkaç yeri kısa süreli görüp yollarına devam etmektedirler. Bu turların Iğdır'daki mola sürelerini uzatarak Iğdır'da konaklamalarını sağlayabilmek Iğdır turizmi için çok önemli bir gelişme olacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Her geçen gün büyüyen Türkiye turizm pazarından faydalanabilecek birçok çekiciliğe sahip olan Iğdır, köklü kültürel geçmişi, tarihi ve doğal varlıkları, sıcak ve samimi insanlardan oluşan değerleri ile bütün dünya ziyaretçileri için bir çekim ve yöneliş alanı olabilir.

Zira Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Iğdır ili, ülkemizin üç ülke ile ortak sınırı olan tek ili durumundadır (Güner ve Şimşek, 1998).

Konumu itibarı ile gerek Türkiye ve gerekse yerel turizm pazarı açısından önemli bir yere sahip olan Iğdır, ekonomik ve sosyo-kültürel değerler açısından tarihi geçmişi ile doğru orantılı olmayan bir duruş sergilemektedir. Gerek illerin gelişmişlik sıralaması, gerekse Gayri Safi Milli Hâsıla, bakımından Türkiye ortalamasının altında bulunmaktadır. Oysa var olan Iğdır'ın turizm potansiyeli değerlendirilebilirse bu durumun değişeceği düşünülmektedir.

Turizmin bir yörede gelişebilmesi için turistlerin ilişkide bulunabilecekleri bireylerin gönüllü yardımsever davranışlarının sağlanması ve devam ettirilmesi gerekmektedir.

Yerel halk turistlerin aynı yere bir daha gelip gelmeme ve başkalarına tavsiye etmelerinde anahtar durumdadırlar. Yerel halkın turistlere karşı, samimi, sıcak, sevecen, misafirperver, yardımsever vb. olumlu davranış ve yaklaşımları turizmin bir yörede gelişmesi için olmazsa olmazdır. Eğer, yerel halk turizmin farklı etki alanlarındaki sonuçlarının olumlu taraflarının olumsuz yönlerinden daha fazla olacağı fikrine sahip olursa turizm gelişim sürecine dâhil olacaklar ve turizme katkı sağlayacaklardır.

Araştırmanın amacı; yerel halk tarafından algılanan turizmin olumlu etkilerinin neler olduğunu ortaya çıkarmak, Bu etkilere atfedilen önem seviyelerini belirlemek ve turizmin algılanan olumlu etkileri ile yerel halkın bazı özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Aynı zamanda çalışmanın amacı; Iğdır Halkı'nın turizm ile ilgili bilgilerini ölçmek, Iğdır Halkı'nın turizme yönelik eğilimlerini belirleyebilmek, Iğdır Halkı'nın turizmin geliştiği bölgeye sağlayacağı ekonomik gelişmelere inanma düzeylerini tespit etmektir.

Araştırmanın Metodu

Verileri elde etmek için, veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi seçilmiştir. Anket formu iki grup sorudan oluşturulmuştur. Birinci grup sorular ankete katılan Iğdır Halkı'nın demografik özelliklerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. İkinci grup sorular ise Ankete katılan Iğdır Halkı'nın turizme bakış açısını belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Anket formu oluşturulurken halkın turizme bakış açısını konu alan yerli ve yabancı literatür taraması yapılmış, odak grup çalışması gerçekleştirilmiş ve daha önce uygulaması yapılmış anket soruları incelenmiştir. Anket sorularının hazırlanmasında literatürden daha önce yapılmış bir çalışmadan da faydalanmıştır (Karaman, 1998).

Anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 15 adet soru bulunmaktadır. Bu bölümde ankete katılanlarla ilgili yaş, cinsiyet, medeni durum, memleket, eğitim durumu, meslek, aylık gelir, tatil yapmak için yeterli mi, yılda kaç defa tatile çıkıldığı, son beş yıl içerisinde tatile çıkılıp çıkılmadığı, Iğdır'ın turizm açısından yeterli olup olmadığı, tatillerini nerede geçirdikleri soruları yer almıştır. İkinci bölümde Iğdır Halkı'nın turizme bakış açısını belirlemeye yönelik 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanmış ölçme aracı uygulanmıştır. Her ifade 1'den 5'e kadar kodlanmış beşli likert tipi ölçek üzerinde ifadelere katılma derecesini 'hiç katılmıyorum', 'kısmen katılmıyorum', 'kararsızım', 'kısmen katılıyorum', 'tamamen katılıyorum' seçeneklerinden birini seçerek işaretlemeleri istenen 31 ifade yer almaktadır.

Ölçeğin güvenilirliği için kullanılan (*Cronbach's alpha*) değeri 0,6361 olarak belirlenmiştir. Anket verilerinin faktör analizine uygun olup olmadığını değerlendirmek için Barlet Küresellik testi ve *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) Örneklem yeterliliği testleri uygulanmıştır. Araştırmada KMO değeri 0,871 çıktığı için veriler faktör analizine uygun bulunmuştur.

Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Araştırmada kullanılan anketin Iğdır İli merkezinde ikamet eden yerel halka uygulanması planlanmıştır. TÜİK'den 2012 yılı nüfus kayıt sistemi sonuçlarına göre Iğdır İli'nin mahallelere göre nüfus sayım sonuçları alınmıştır. Iğdır ilinin toplam nüfusu 190.409'dur. Dolayısı ile ana evren 190.409'dır.

Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan formülden yararlanılmıştır. Buna göre ana kütle için uygun olan örneklem büyüklüğünü saptamaya yönelik formül ve hesaplanan örneklem büyüklüğü aşağıda gösterilmektedir.

$$n = \frac{\pi(1-\pi)}{(e/Z)^2} = \frac{0,50.(1-0,50)}{(0,05/1,95)^2} = 384$$

Çalışma %95 güven aralığında (Z) ve $\pm\%5$ hata payı (e) ve 500.000 ‘den küçük ana kütleden aranan niteliğin evrendeki sıklığının %50’dir (Kurtuluş, 2004, s.191). Diğer bir ifade ile büyük ana kütleler için kabul edilebilir örneklem büyüklüğü olarak 384 yeterli sayılmaktadır (Sekaran, 2003). Bu doğrultuda örnek büyüklüğü 500 olarak belirlenmiştir.

Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Örneklem sayısı olarak toplam her mahalledeki nüfus sayısı temel alınarak 190.409 kişiyi temsilen 500 kişi ile anket gerçekleştirilmiştir. Yapılan anketlerin 466’sı geçerli sayılmıştır. Anketler yüz yüze görüşülerek doldurulmuştur. Araştırmaya katılan kişilerin gönüllülük ilkesi temel alınmış ve kişilerin anket sorularına gerçekçi ve dürüst bir şekilde cevap verdikleri kabul edilmiştir.

Analiz

Anket çalışması ile elde edilen veriler SPSS paket program ile analiz edilmiştir. Ankete katılan deneklerin demografik özellikleri ile ilgili frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Ardından ankete katılanların turizmin etkileri ile ilgili değişkenlere katılma seviyeleri ortalama ve standart sapmaları elde edilmiştir. Ankete katılan deneklerin algıladıkları turizmin etki değişkenleri ile ilgili faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizinde verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı belirlendikten sonra faktör analizi ve faktörlerin güvenilirliği belirlenmiştir. Ardından hipotezlerin testi gerçekleştirilerek sonuç ve öneriler sunulmuştur.

Örneklem Profili

Tablo 1. Ankete Katılan Kişilerin Demografik Dağılımları

Yaş	Frekans	%
20’den küçük	42	9,0
20-29	171	36,7
30-39	132	28,3
40-49	66	14,2
50-59	36	7,7
59’dan büyük	19	4,1
Cinsiyet	Frekans	%
Erkek	306	65,7
Bayan	160	34,3
Medeni Durum	Frekans	%
Evli	248	53,2
Bekâr	202	43,3
Dul	16	3,5
Memleket	Frekans	%
İğdır	365	78,3
Diğer	101	21,7

Eğitim Durumu	Frekans	%
Okur-Yazar	34	7,3
İlkokul	38	8,2
Ortaokul	40	8,6
Lise	172	36,9
Üniversite	174	37,3
Yüksek Lisans-Doktora	8	1,7
Meslek	Frekans	%
İşçi	73	15,7
Memur	112	24,0
Tüccar	18	3,9
Esnaf-Sanaatkar	56	12,0
Serbest Meslek (Avukat-Doktor. v. b)	34	7,3
Öğrenci	88	18,9
Emekli	26	5,6
İşsiz	14	3,0
Ev Hanımı	34	7,3
Çiftçi –Hayvancı	11	2,3
Aylık Gelir	Frekans	%
500 TL den az	139	29,8
501-1000 TL arası	127	27,3
1001-1500 TL arası	111	23,8
1501-2000 TL arası	52	11,2
2001-3000 TL arası	28	6,0
3000 TL den fazla	9	1,9
Toplam	466	100,0

Tablo 1’ de görüldüğü gibi, ankete katılanların %65,7’si erkek, %34,3 ‘ü bayandır. Ankete tesadüfî katılan deneklerin %36,7’si 20-29 yaş grubunda , %28,3’ü 30-39 yaş grubunda , %14,2’si 40-49 yaş arasında , %9’u 20 yaşından küçük ve %7,7 ‘si 50-59 yaş grubunda , %4,1’i ise 59 yaşından büyük olduğu görülmektedir. Görüldüğü gibi ankete katılanların büyük çoğunluğu (%65) 20-39 yaş grubundaki kişilerdir. Tablo 1’e göre Ankete katılanların %53,2’sinin evli, %43,3’ünün bekar, %3,5’inin dul olduğu görülmektedir. Ankete katılan deneklerin büyük çoğunluğunun %78,3’ünün Iğdır’lı , %21,7’sinin de Iğdır ili dışındaki illerden olduğu görülmektedir. Ankete katılan deneklerin %37,3’ünün üniversite, %36,9’unun lise , %8,6’sının ortaokul, %8,2’sinin ilkokul, %7,3’ünün okur-yazar, %1,7’sinin lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir. Tablo 1.’de görüldüğü gibi ankete katılan kişilerin %24’ü memur, %18,9’u öğrenci, %15,7’si işçi, % 12’si esnaf, sanatkâr, %7,3’ü serbest meslek (Avukat-Doktor. v.b) sahibi, %7,3’ü ev hanımı, %5,6’sı emekli, % 3,9’u tüccar, %3’ü işsiz, %2,3’ü çiftçi-hayvancılıkla uğraşanlardır. Tablo 1’de, ankete katılan kişilerin gelirlerine bakıldığında, %29,8’inin 500 TL ‘den az, %27,3’ünün 501-1000 TL arası, %23,8’inin 1001-1500 TL arası, %11,2’sinin 1501-2000 TL arası, %6,0’ının 2001-3000 TL arası, %1,9 ‘unun 3001 TL ve daha yüksek gelire sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Turizm İle İlgili Kişisel Sorular

Araba Sahipliği	Frekans	%
Evet-var	187	40,1
Hayır-Yok	279	59,9
Ailenin Aylık Toplam Gelirinin Tatil Yapmaya Yeterliliği	Frekans	%
Evet- Yeterli	140	30,0
Hayır-Yetersiz	326	70,0
Bir Yılda Tatile Çıkma Sayısı	Frekans	%
Hiç çıkmıyorum	256	54,9
Yılda bir defa	180	38,6
Yılda iki defa	22	4,7
Yılda iki defadan fazla	8	1,7
İğdır'ın Turizm Açısından Yeterliliği	Frekans	%
Evet-yeterli	37	7,9
Hayır-yetersiz	429	92,1
Yaz Tatilinizi Nerede Geçiriyorsunuz?	Frekans	%
Evde	153	32,8
Akraba-Arkadaş Yanında	124	26,6
Turistik Tesiste	60	12,9
Yazlıkta	32	6,9
Köyde	69	14,8
Yurt Dışında	14	3,0
Kamu Tesisinde	14	3,0
TOPLAM	466	100,0

Tablo 2.'de görüldüğü gibi, ankete katılanların %40,1'inin bir otomobile sahip ve % 59,9'unun ise otomobil sahibi olmadıkları görülmektedir. Tablo 2'de görüldüğü gibi, ankete katılanların % 70'i aile gelirlerini tatile çıkmak için yetersiz ve %30 'u ise aile gelirlerinin tatile çıkmak için yeterli olduğunu ifade etmişlerdir. Tablo 2.'de görüldüğü gibi ankete katılanların büyük çoğunluğu (% 54,9) hiç tatile çıkmadıklarını, %38,6'sı yılda bir defa ve %6,4 'ü yılda bir defadan fazla tatile çıktıklarını belirtmişlerdir. Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu (%92,1) İğdır'ı turizm açısından yetersiz buna karşılık %7,9'u ise yeterli olduğunu düşünmektedirler. Ankete katılanların %32,8'i tatilini evde, %26,6 'sı akraba-arkadaş yanında, %14,8 köyde, %12,9 'u turistik tesiste, %6,9'u yazlıkta , %3,0'ı yurt dışında ve %3'ü ise bir kamu tesisinde geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Ölçeğin Değerlendirilmesi

Araştırmada 31 değişkenden oluşan anket formuna faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan Anti İmaj Korelasyon sonucunda faktör yükü 0,50 değerinin altında olan 16 değişken analizden çıkarılmış ve faktör analizi tekrar edilmiştir. Bir adet değişken faktör analizinde oluşan faktörlerden birinin güvenilirliğini arttırdığından ve 1 faktörün *cronbach alfa* katsayısı 0,60'dan düşük olduğundan faktörü oluşturan 2 adet değişken olmak üzere toplamda 3 adet değişken analizden çıkarılmış ve faktör analizi tekrar edilmiştir. Araştırmanın anket sorularına uygulanan faktör analizi için *varimax* rotasyonu kullanılmıştır. Bu iterasyon sonucunda 12 değişken 3 faktör altında toplanmıştır.

Faktör analizinde KMO oranının (0,5)'in üzerinde olması gerekir. Oran ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyidir denilebilir (Kalaycı, 2006). Araştırmada KMO değeri 0,871 çıktığı için veriler faktör analizine uygun bulunmuştur.

Tablo 3. KMO ve Barlett Testi

Kaiser-Meyer –Olkim Measure of Sample Adequacy	,871
Barlett's Test of Sphericity	3296,815
df.	406
Sig	,000

Burada en yaygın olarak kullanılan yöntem olan *varimax* yöntemi kullanılmıştır. Toplam varyansın % 51,679'u açıklamaktadır.

Tablo 4. Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans%
Turizmin Sosyal ve Kültürel Katkısı		3,462	28,846	28,846
Turizm, dünya barışına katkı sağlar.	0,761			
Turizm insanları birbirine yakınlaştırır.	0,722			
Turizm bölge insanının kültürünün gelişmesine yardımcı olan etkindir.	0,722			
Turizm halkın sahip olduğu ulusal ve kültürel değerlerle övünç duymasına neden olur.	0,720			
Turizm aile yapısı ve kadın hakları konusunda bazı yenilikleri beraberinde getirir.	0,709			
Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı		1,632	13,525	42,371
Turizm ilimizin dışa açılmasını sağlar.	0,809			
Turizm yeni turistik tesisler yapılmasını sağlar.	0,755			
Turizm yörenin ekonomisinin canlanmasına neden olur.	0,753			
Turizm ülkenin gelişmesine katkıda bulunur.	0,683			
Turizmin Doğaya ve Çevreye Katkısı		1,117	9,307	51,679
Turizm doğanın korunmasına destek olur.	0,747			
Turizm çevrenin genel çehresinin güzelleşmesini sağlar.	0,732			
Turizm halkın çevreyi daha da temiz tutmasına neden olur.	0,685			
Tüm Değişkenler için <i>Cronbach Alfa</i>				,6361

Tablo 4.’te verilen analize göre birinci bölümde yer alan “turizmin sosyal ve kültürel katkısı” bilinci olarak adlandırılan birinci faktör beş değişkenden oluşmaktadır. Bu ifadelerin öz değerleri 3,462 ve açıklanan varyansları %19,709’dur.

“Turizmin ekonomik gelişmeye katkısı” olarak adlandırılan ikinci faktör dört değişkenden oluşmaktadır. Bu ifadelerin öz değerleri 1,632 ve açıklanan varyansları %16,748’dır. Halkın turizmin yöreyi ekonomik anlamda geliştirdiği görüşüne katıldıklarını ifade etmektedir.

Tablo 4’te görüldüğü gibi, “turizmin doğaya ve çevreye katkısı” olarak adlandırılan üçüncü faktör üç değişkenden oluşmaktadır. Bu ifadelerin öz değerleri 1,117 ve açıklanan varyansları %15,223’dür. Bu ifadeden halkın turizmin çevreyi güzelleştirdiği ve koruduğu düşüncesinde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılama Ölçeği Alt Boyutlarının Aralarındaki İlişkiler

Boyutlar	Boyut	N	r	P
Ekonomik gelişim	Sosyal ve kültürel katkı	466	0,317	0,000
Doğa ve çevresel katkı	Sosyal ve kültürel katkı	466	0,451	0,000
Doğa ve çevresel katkı	Ekonomik gelişim	466	0,221	0,000

Tablo 5’te görüldüğü gibi, ekonomik gelişim alt boyutundan alınan puanlarla sosyal ve kültürel katkı alt boyutu puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. ($R=0,317$; $p<0.05$) Doğa ve çevresel katkı alt boyutundan alınan puanlarla sosyal ve kültürel katkı alt boyutu puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($R=0,451$; $p<0.05$). En yüksek korelasyon bu iki faktör arasında bulunmuştur. Doğa ve çevresel katkı alt boyutundan alınan puanlarla ekonomik gelişim alt boyutu puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. ($R=0,221$; $p<0.05$)

Tablo 6. Iğdır İli’nin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Yaşı Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hata	F	p
Sosyal ve kültürel katkı	20’den küçük	42	4,157	0,841	0,130	1,101	0,359
	20-29 arası	171	4,228	0,863	0,066		
	30-39 arası	132	4,376	0,673	0,059		
	40-49 arası	66	4,267	0,806	0,099		
	50-59 arası	36	4,294	0,851	0,142		

	59'dan büyük	19	4,526	0,604	0,139		
Ekonomik gelişim	20'den küçük	42	4,744	0,457	0,071	0,561	0,730
	20-29 arası	171	4,781	0,429	0,033		
	30-39 arası	132	4,820	0,340	0,030		
	40-49 arası	66	4,769	0,414	0,051		
	50-59 arası	36	4,868	0,243	0,040		
	59'dan büyük	19	4,776	0,697	0,160		
Doğa ve çevresel katkı	20'den küçük	42	4,095	0,932	0,144	1,734	0,125
	20-29 arası	171	4,244	0,908	0,069		
	30-39 arası	132	4,268	0,911	0,079		
	40-49 arası	66	4,369	0,831	0,102		
	50-59 arası	36	4,583	0,474	0,079		
	59'dan büyük	19	4,526	0,826	0,190		

Tablo'da görüldüğü gibi, p değerleri incelendiğinde araştırmaya katılanların sosyal ve kültürel katkı, ekonomik gelişim ve doğa ve çevresel katkı boyutlarıyla yaş arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 7. Iğdır İli'nin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Cinsiyeti Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	S.s	t	P
Sosyal ve kültürel katkı	Erkek	306	4,289	0,810	0,099	0,921
	Bayan	160	4,281	0,762		
Ekonomik gelişim	Erkek	306	4,783	0,426	-0,788	0,431
	Bayan	160	4,814	0,372		
Doğa ve çevresel katkı	Erkek	306	4,310	0,872	0,610	0,542
	Bayan	160	4,258	0,884		

Tablo7'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların sosyal ve kültürel katkı, ekonomik gelişim ve doğa ve çevresel katkı alt boyutları puanlarının cinsiyet değişkeni arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 8. Iğdır İli'nin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Medeni Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hata	F	p
Sosyal ve kültürel katkı	Evli	248	4,381	0,697	0,044	3,815	0,023
	Bekâr	202	4,176	0,892	0,063		
	Dul	16	4,213	0,736	0,184		
Ekonomik gelişim	Evli	248	4,824	0,341	0,022	1,847	0,159
	Bekâr	202	4,766	0,443	0,031		
	Dul	16	4,672	0,762	0,191		
Doğa ve çevresel katkı	Evli	248	4,370	0,813	0,052	2,071	0,127
	Bekâr	202	4,203	0,954	0,067		
	Dul	16	4,229	0,675	0,169		

Tablo 8’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların sosyal ve kültürel katkı alt boyutu puanlarının, medeni durumu grupları ortalamaları arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F= 3,815$; $p<0.05$). Ekonomik gelişim ve doğal-çevresel katkı alt boyutları ile medeni durum arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 9. Iğdır İli'nin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Sosyal ve kültürel katkı	Okur-yazar	34	4,318	0,603	4,949	0,001
	İlkokul	38	4,411	0,713		
	Ortaokul	40	4,555	0,614		
	Lise	172	4,392	0,707		
	Üniversite ve üstü	182	4,096	0,909		
Ekonomik gelişim	Okur-yazar	34	4,684	0,548	0,934	0,444
	İlkokul	38	4,816	0,322		
	Ortaokul	40	4,750	0,456		
	Lise	172	4,820	0,348		
	Üniversite ve üstü	182	4,794	0,435		
Doğa ve çevresel katkı	Okur-yazar	34	4,549	0,778	1,584	0,177
	İlkokul	38	4,289	0,975		
	Ortaokul	40	4,392	0,791		
	Lise	172	4,329	0,808		
	Üniversite ve üstü	182	4,189	0,940		

Tablo’da görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların sosyal ve kültürel katkı alt boyutu puanları ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F= 4,949$; $p<0.05$). Ortalamalar arasındaki farka göre, ortaokul ve lise mezunu katılımcıların sosyal ve kültürel katkısı, üniversite ve üstü mezunu katılımcıların sosyal ve kültürel katkısından fazladır. Diğer faktörler ile eğitim durumu arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($F= 0,934$; $p>0.05$).

Tablo 10. Iğdır İli’nin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Aylık Gelir Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Sosyal ve kültürel katkı	500 TL’den az	139	4,258	0,769	0,836	0,503
	501-1000 TL arası	127	4,313	0,780		
	1001-1500 TL arası	111	4,301	0,839		
	1501-2000 TL arası	52	4,396	0,666		
	2000 TL üstü	37	4,103	0,947		
Ekonomik gelişim	500 TL’den az	139	4,795	0,433	0,521	0,720
	501-1000 TL arası	127	4,787	0,392		
	1001-1500 TL arası	111	4,815	0,353		
	1501-2000 TL arası	52	4,817	0,364		
	2000 TL üstü	37	4,709	0,561		
Doğa ve çevresel katkı	500 TL’den az	139	4,201	0,960	1,761	0,136
	501-1000 TL arası	127	4,344	0,820		
	1001-1500 TL arası	111	4,408	0,783		
	1501-2000 TL arası	52	4,340	0,810		
	2000 TL üstü	37	4,045	1,028		

Tablo ’da görüldüğü gibi, faktörlerin hiçbirisi gelir durumu ile anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Yani sosyal ve kültürel katkı, ekonomik gelişim ve doğa-çevresel katkı faktörleri ile gelir durumu arasında herhangi bir ilişki görülmemektedir.

Tablo 11. Iğdır İli’nin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Alt Boyutları ile Katılımcıların Yılda Çıktığı Tatil Sayısı Değişkeni Arasındaki İlişki

	Grup	N	Ort	Ss	S.Hata	F	p
Sosyal ve kültürel katkı	Hiç çıkmıyorum	256	4,338	0,757	0,047	1,646	0,194
	Yılda bir defa	180	4,243	0,814	0,061		
	Yılda iki defa ve fazla	30	4,100	0,944	0,172		
Ekonomik gelişim	Hiç çıkmıyorum	256	4,804	0,401	0,025	0,382	0,683
	Yılda bir defa	180	4,774	0,432	0,032		
	Yılda iki defa ve fazla	30	4,825	0,316	0,058		

Doğa çevresel katkı	ve	Hiç çıkmıyorum	256	4,333	0,858	0,054	3,516	0,031
		Yılda bir defa	180	4,302	0,850	0,063		
		Yılda iki defa ve fazla	30	3,889	1,084	0,198		

Tablo 'de görüldüğü gibi, doğal ve çevresel katkı faktörü ile tatile çıkma sayısı arasında anlamlı bir farklılık görülmüş, diğer faktörlerle tatile çıkma sayısı arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm araştırmacıları yerel halkın turizme desteğini ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel sonuçlara göre şekilleneceği kanaatindedirler. Bir başka anlamda eğer, yerel halk turizmin farklı etki alanlarındaki sonuçlarının olumlu taraflarının olumsuz yönlerinden daha fazla olacağı fikrine sahip olursa turizm gelişim sürecine dâhil olacaklar ve turizme katkı sağlayacaklardır. Bu sebeple, Iğdır Halkı'na bu anket uygulanmıştır. Halkın turizme bakış açısı incelenmiş ve aşağıdaki sonuçlara varılmıştır.

Ankete katılan kişilerin demografik özellikleri dikkate alındığında büyük bir kısmının erkek katılımcı olduğu görülmüştür. Aynı zamanda ankete katılan kişilerin büyük bir çoğunluğunu genç kitle oluşturmaktadır. Ankete katılan kişilerin oldukça büyük bir çoğunluğunun Iğdırlı olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu Iğdırlı olmasına rağmen kişiler ilin turistik açısından yetersiz olduğunu dile getirmişlerdir.

Halkın turizmin bölge insanının kültürünün gelişmesine yardımcı olduğu bilinci taşıdığı gözlenmiştir. Yöre halkının turizmin ekonomik katkılarının da farkında oldukları analizler sonucunda ortaya çıkmıştır. Turizmin çevrenin güzelleşmesinde ve değişmesine katkı sağladığının bilincinin de olduğu yapılan analizler sonucunda ortaya çıkmıştır.

Yerel halkın turizmin etkilerini algılamaları ile yaşları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifade ile farklı yaşlardaki katılımcıların turizm algısı benzerlik göstermektedir. Yerel halkın turizmin etkilerini algılamaları ile cinsiyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifade ile farklı cinsiyetteki katılımcıların turizm algısı benzerlik göstermektedir. Yerel halkın turizmin etkilerini algılamaları ile medeni durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Evli katılımcıların turizmin sosyal ve kültürel katkısına ilişkin algıları, bekâr katılımcılardan farklıdır. Yerel halkın turizmin etkilerini algılamaları ile eğitim durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Ortaokul ve lise mezunu katılımcıların turizmin sosyal ve kültürel katkısına ilişkin algıları, eğitim durumu üniversite ve lisansüstü mezunu katılımcılardan farklıdır. Yerel halkın turizmin etkilerini algılamaları ile gelir durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifade ile farklı gelir durumundaki katılımcıların turizm algısı benzerlik göstermektedir. Yerel halkın turizmin etkilerini algılamaları ile yılda çıktığı tatil sayısı arasındaki istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna

göre yılda 1 defa tatile çıkan veya hiç tatile çıkmayan katılımcıların turizmin sosyal ve kültürel katkısına ilişkin algıları yılda 2 defa tatile çıkan katılımcılardan farklı olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

- Turizmin bir yörede geliştirilmesi için, o yörenin doğal değerleri ve turistik zenginlikleri tespit edilerek “Turistik Merkez İmajı”nın geliştirilmesi gerekir. Iğdır’ın merkez imajının geliştirilmesinde Ağrı Dağı’nın ön plana çıkarılması ve buna yönelik turizm türlerinin geliştirilmesi gerekir.
- Iğdır ülkemizin en uç noktasında olmasına rağmen bölgede en çok (Nahcivan ve İran) turist girdisi olan iller arasında, fakat konum itibarıyla (Erivan, Tiflis, Nahcivan, Bakü, Tahran, Tebriz) gibi birçok metropol ve başkent şehrin geçiş noktası ve merkezinde bulunan Iğdır artık bu konumunu iyi değerlendirmeli hem bu şehirlerin turizm pazarlamasını Iğdır üzerinden yapmalı hem de bölgenin ticaret ve dinlence merkezi haline dönüştürülmelidir.
- Turizm gelişiminin sağlanabilmesi için ulaşım, konaklama ve tanıtımaya önem verilmelidir. Bir yöre turizm değerleri bakımından zengin olabilir, fakat bu değerler tanınmıyor ise hiçbir önemi yoktur. Tanıtımla birlikte konaklama ve ulaşım imkânlarının da birlikte yürütülmesi gerekir.
- Turistik ürünlerin hedef kitleye ulaştırabilmek için hedef pazarın iyi belirlenmesi ve yapılacak reklam ve satış geliştirme faaliyetlerinde kitleyi ilgilendirecek şekilde olmalıdır.
- Yörenin kırsal turizm potansiyelinin artırılması için yerel yönetimler tarafından gerekli ilgi gösterilmelidir. Gazete, dergi, televizyon gibi iletişim araçlarında yörenin tanıtımına yönelik yayınların yapılması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acar, Z. Z. (2006). *Her Yönüyle Iğdır*, Ankara: Berkay Ofset.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi; Turist-Yerel Halk Etkileşimi*, Ankara: Detay Yayınları.
- Buyruk, H. (2006). *Tarihi ve Kültürel Varlıklarıyla Iğdır*, Iğdır: Iğdır Belediyesi Kültür Yayınları.
- Cengiz, E. ve Kırkbır, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 19- 37.

- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo- Kültürel Temelleri*, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğanay, H. (2003). Ağrı Dağı ve Turistik Önemi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 9, 169- 180.
- Güner, İ., Şimşek, O. (1998) Iğdır’da Halk Takvimi ve Halk Meteorolojisi, *Türk Coğrafya Dergisi*, 33, 129- 135.
- Güner, İ. vd. (2000). Tuzluca Kaya Tuzlası, *Atatürk Üniversitesi, Doğu Coğrafya Dergisi*, 4, 323- 349.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, İstanbul: Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti.
- Karaman, S. (1998). *Balıkesir Bölgesi Turizm Arz ve Talep İncelenmesi ve Turizm Geliştirilmesi için bir Model Önerisi*, (Doktora Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Kırzioğlu, M. F. (1953). *Kars Tarihi*, İstanbul: Işık Matbaası.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurtuluş, K. (2004), *Pazarlama Araştırmaları*, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Parrot, V. F. (1834). *Reise Zum Ararat*, Berlin: Klassische Reisen.
- Pearce, D. (1999). *Tourism Development*, Second Edition, John Wiley, USA.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, (4th.ed.), New York: John Wiley & Sons.

TURİZM GELİŞİMİNİN ESKİŞEHİR ODUNPAZARI SAKİNLERİNİN YAŞAM KALİTESİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yaşar SARI

*Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ysari@ogu.edu.tr*

Cansev ÖZDEMİR

*Arş. Gör., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
caozdemir@ogu.edu.tr*

ÖZET

Turizm alan yazınında güncel bir çalışma konusu olan yaşam kalitesi, turistik deneyimlerin turistlerin yaşam kalitesinin etkilerinin yanı sıra turizmin bölgede yarattığı ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkilerin orada yaşayan halkın yaşantılarında nasıl değişimler yarattığı konusunu incelemektedir. Belirli bir yaşam alanının turizm destinasyonu haline gelmesi, orada yaşayan bölge halkının yaşantısını değiştirdiği görüşüyle yola çıkılan bu çalışmada Eskişehir Odunpazarı bölgesinde ikamet edenlerin turizme bağlı olarak yaşantıları üzerinde değişen durumlarının saptanması amaçlanmıştır. Çalışma alanı olarak seçilen Odunpazarı, tarihi ve kültürel dokusuyla 2005 yılından itibaren gelişme gösteren bir turizm destinasyonudur. Araştırmanın evrenini Odunpazarı semtinde yer alan sekiz mahallenin sakinleri oluşturmaktadır. Nitel bir araştırma olarak tasarlanan çalışmada bölgede yaşayanların yaşam kalitesini bütünsel ve derinlemesine incelemek için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma verileri 14-20 Temmuz 2014 tarihleri arasında toplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, sakinlerin turizmdeki artan bu gelişimi onayladıklarını ve yaşadıkları yerden genel olarak memnun olduklarını göstermektedir. Araştırma bulguları doğrultusunda yerel halkın turizm gelişim projelerine daha fazla dâhil edilmesi ile bölge sakinlerinin yaşam kalitesinin daha fazla artırılacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Yaşam Kalitesi, Yerel Halk, Yaşam Memnuniyeti, Odunpazarı Evleri*

GİRİŞ

Turizm gelişimi o bölgede yaşayan yerel halkın yaşantılarına da önemli etkiler yapmaktadır (Jurovski, Uysal ve Williams, 1997). Bu gelişimin hem destinasyon hem de orada yaşayanlar için ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel açıdan olumlu ve olumsuz etkileri vardır. Halk alıştığı yaşamdan kısa bir süre içerisinde koparak farklı bir ortama uyum sağlamaya çalışmaktadır. Bu süreçte bölgedeki turizm gelişimi, planlaması, başarı ile yürütülmesi ve sürdürülebilir kılınması açısından turizm bölgesindeki halkın desteği zorunludur (Gürsoy, Jurovski ve Uysal, 2002; Sheldon ve Abenoja, 2001). Bu desteğin sağlanabilmesi ve bölgeyi olumsuz etkilerden korumak adına turizm bölgesinde yaşayan insanların yaşam kaliteleri dikkate alınması gereken konulardan biridir. Çünkü ancak bölgedeki halkın yaşam kalitesi üzerinde olumlu etkileri olan bir turizm hareketliliği, halk tarafından desteklenerek geliştirilebilecektir (Kim, 2002). Bu nedenle turizm gelişim projeleri uygulanırken bölgede yaşayan yerel halkın yaşantılarındaki değişimin de dikkate alınması, bu tür projelerin sürdürülebilir kılınması açısından önemlidir.

Turizm yarattığı ekonomik katkılarından dolayı yapılan çalışmaların bu ekseninde yoğunlaştığı görülmektedir. Bunun yanında, turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ise alanyazında çok uzun zamandır incelenmekle birlikte turizm gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesine etkisi konusu görece daha yeni bir araştırma konusu durumundadır. Bu nedenle belirli bir bölgedeki turizm gelişiminin sürdürülebilirliği açısından önemli bir konu olan turizm gelişiminin bölge sakinlerinin yaşam kalitesinin incelenmesi oldukça önemlidir. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, turizm hareketliğinin günden güne arttığı Eskişehir Odunpazarı bölgesinde yaşayan sakinlerin turizme bağlı olarak yaşantıları üzerinde değişen durumları saptamaktır. Bölgedeki sakinlerin yaşam kalitesini dikkate alan çalışmaların artması, bölgedeki turizm gelişimini olumlu yönde etkileyeceğinden, ilk çalışma niteliğinde olan bu araştırmanın ulusal alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmanın bulgularının bölgede sürdürülebilir bir turizm gelişiminin sağlanması adına uygulanacak projelerin planlamasına da yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Yaşam Kalitesi ve Turizm

Yaşam kalitesi (*Quality of Life*) son zamanlarda sosyal bilimler alanyazınında sıkça ele alınan önemli bir konu haline gelmiştir. Yaşam kalitesi kavramının tıp ve ilgili sağlık alanlarındaki kullanım alanının tarihi oldukça eskilere dayanır. Günümüzde yaşam kalitesi, belirli bir gelişimin faydalarını ortaya koymak isteyen araştırmacılar arasında ilginin arttığı bir konu haline gelmiştir (Moscardo, 2012, s. 404). Yaşam kalitesini tanımlamak, bireylerin yaşam şartlarına yönelik nesnel tahminleri ile kendi yaşam şartlarına yönelik öznel algılarının iç içe geçmiş olmasından dolayı zordur (Andereck, Valentine, Vogt ve Knopf, 2007). Bu zorlukları içine alan bir tanım Felce ve Perry (1995, s. 60) tarafından yapılmıştır. Onlara göre yaşam kalitesi “nesnel belirleyiciler ve kişisel değerler tarafından desteklenen istekli eylemlerin, kişisel gelişimin uzantısı olan fiziksel, maddesel, sosyal ve duygusal yeterliliklerin öznel değerlendirmelerini kapsayan geniş çaplı bir iyi olma durumudur”. Andereck ve Nyaupane’e (2011) göre yaşam kalitesi kişinin hayattan aldığı tatminden, duygularındaki iç huzurdan ve ayrıca deneyimlediği başarılarından oluşur ve insanların hayata bakışıyla ya da kendi hayatları hakkında ne hissettikleriyle ilgilenir. Yazarlar ayrıca benzer durumlar ve koşullar altında her insanın algılamasının farklı olacağını da belirterek yaşam kalitesinin öznel boyutuna vurgu yapmışlardır. Kapsamı geniş olan bu kavram hakkında Schalock (1996) çeşitli tanımlar ve modeller olmasına rağmen birçok araştırmacının, yaşam kalitesinin çok boyutlu, insanların hayatlarını ve yaşadıkları ortamları içinde barındıran etkileşimli bir yapısı olduğu konusunda hem fikir olduğunu belirtmektedir (Andereck ve Nyaupane, 2011). Puczko ve Smith (2011, s. 168) ise yaşam kalitesi hakkında yapılan tanımlarından yola çıkarak turizm özelinde bir tanım önermişlerdir: “Yaşam kalitesi, tam olarak hayattan tatmin olma duygusudur ve hayatı değerlendirilen kişinin zihinsel uyarılarıyla belirlenir. Bireyin, nesnel faktörlere dayanan fikir oluşturma sürecinde de turizmin önemli bir rolü vardır” diyerek turizm ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkiye dikkat çekmişlerdir.

Birçok araştırmacının, 1960'lı yıllardan bu yana yaşam kalitesinin anlamını tartıştığı ve bu kavramı ölçmek için çeşitli göstergeler geliştirdiği görülmektedir. Fakat konu hakkındaki bilgi birikimi incelendiğinde genellikle 'refah (*well-being*)', 'iyi hal (*welfare*)', 'mutluluk (*happiness*)' ve 'yaşam kalitesi (*quality of life*)' gibi terimler arasında ayırım yapmanın zor olduğu görülmektedir (Puczko ve Smith, 2011). Sonuç olarak kişiden kişiye değişen farklı algılamalar dolayısıyla yaşam kalitesinin birey için tam olarak neyi ifade ettiği hakkında bir fikir birliği olmasa da, alan yazındaki değişik bakış açılarını yansıtan çeşitli tanımlar farklı noktalara ışık tutarak bu kavramı aydınlatmaktadır. Bu nedenle konu hakkındaki farklı görüş ve tanımların değerlendirilmesi yaşam kalitesi konusunun anlamına ve önemine güç katmaktadır.

Yaşam kalitesi turizm alan yazınında iki açıdan ele alınmaktadır. İlki, turizm aktiviteleri ile turistlerin yaşam kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Diğer boyut ise turizm bölgelerindeki sakinlerin bu hareketlilikten doğan etkileşimle beraber yaşam kalitesinin ne yönde etkilendiğiyle ilgilenmektedir. Turistler üzerine yapılan çalışmalar, turizmin insanlara çeşitli ilgi alanlarını satın alma fırsatı sunarak, sosyal etkileşim, kişisel gelişim ve bireysel kimliklerinin oluşmasına olanak sağlayarak katkıda bulunduğunu ortaya çıkarmıştır (Richards 1999, s. 189). Ayrıca turizme katılmanın daha yüksek seviyelerde mutluluk, gelişmiş sağlık, artan yaşam süresi, yüksek özgüven, daha fazla yaşam tatmini ve dolayısıyla daha fazla yaşam memnuniyeti hissedilmesi gibi birçok faktöre dolaylı ve doğrudan olumlu etkileri olduğu belirtilmiştir (Diener 1984; Kilbourne 2006; Sirgy 2001, 2002'den aktaran Yang ve Li, 2012).

Yerel Halk ve Yaşam Kalitesi

Turizm ve yerel halk kesişim noktasında yapılan çalışmaların, turizmin ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığı üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Yaşam kalitesi çalışmalarında ise bahsedilen bu etkilerin turizmin gelişim gösterdiği bölgede yaşayan halkın yaşantılarını nasıl etkilediği konusunu incelenmektedir. Allen'a (1990) göre davranış veya etki çalışmaları olarak adlandırılabilir ilk grup çalışmaları, büyük ölçüde turizmin toplulukları ve çevreyi hangi oranda etkilediği üzerinde durur. Oysa yaşam kalitesi çalışmaları genel anlamda, bu etkilerin bireyin ya da ailenin yaşam memnuniyetini nasıl etkilediğiyle ilgilenir ve bunlara toplum, yaşanılan çevre ve kişisel memnuniyet de dâhildir (Andereck ve diğerleri, 2007). Bu konuda Crouch ve Ritchie (1999, s. 189) "Turizm gelişimi halkın gelişimini gerektirir. Doğru şekilde ele alınması durumunda turizm, daha kapsamlı toplumsal hedeflerin gerçekleştirilmesinin itici gücü olabilir" ifadesiyle bölge halkının turizm gelişimindeki önemini vurgulamaktadırlar.

Alan yazındaki yaygın görüş turizm endüstrisinin topluluklara arzuladıkları yaşam ortamını sağlamaları konusunda yardımcı olan yaşam standartları sunduğu yönündedir (Andereck ve diğerleri, 2007). Yerel halkın yaşam kalitesi festivaller, restoranlar, doğal ve kültürel etkileşimler ve açık alandaki eğlendirici ve dinlendirici fırsatlar gibi turizm

ürünleri üzerinden geliştirilebilmektedir (Andereck, Valentine, Vogt ve Knopf, 2005; Yang ve Li, 2012). Gelişmiş yaşam kalitesinin göstergeleri olarak bölgedeki yüksek yaşam standartları, yüksek vergi gelirleri, artan istihdam olanakları ve ekonomik çeşitlilik gösterilebilir (Andereck ve diğerleri, 2007). Diğer taraftan, trafik yoğunluğu, park sorunu, suç oranındaki artış, hayat pahalılığı ve günlük yaşam tarzlarının değişmesi gibi sonuçlarıyla bölge sakinlerinin yaşam kalitesi üzerinde olumsuz etkileri de vardır (Tosun 2002; McCool ve Martin 1994). Bu konuda Jafari (2012) ise kendi halkına yetersiz yaşam kalitesi sunan bir destinasyonun kaliteli turizm deneyimleri sunmasının olanaksız olduğunu söylemektedir. Çünkü halkının mutluluğuna odaklanan bir destinasyonun, turistlere değerli deneyimler sunması – ki günümüz turistlerinin aradığı şey de tam olarak budur- ancak turizm endüstrisinin “topluluk” adı altında paketlediği yerel konukseverlikten doğar. Bu oluşturulduğu takdirde kişi başına daha yüksek turist harcaması elde etme olasılığı bulunmaktadır diyerek yerel halkın memnuniyetinin doğrudan turistin memnuniyeti ve bölgenin ekonomik kazancı ile ilişkili olduğunu belirtmiştir.

Yerel halkın yaşam kalitesi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, yerleşik tutumlar üzerine odaklanmak yerine daha belirgin bir biçimde turizmle beraber değişen algı ve deneyimlerin bireylerin kişilerin hayatında yarattığı değişimler üzerine yoğunlaşıldığı görülmektedir (Kim, Uysal ve Sirgy 2013; Chancellor, Yu ve Cole, 2011; Andereck ve Nyaupane, 2011; Andereck ve diğerleri, 2007; Wang, Fu, Cecil ve Avgostis, 2006; Perdue, Long ve Kang, 1999). Çalışmalarda turizmin yarattığı olumlu ve olumsuz etkilerin bölge sakinlerinin yaşam kalitesi algılamalarına etkisi olduğu görülmekte ve yaşam kalitesinin göstergeleri olarak pek çok farklı boyut öne çıkmaktadır.

Perdue, Long ve Kang (1999), A.B.D.’de üç kumarhane bölgesinde sakinlerin güvenliği, halkın karar mekanizmalarına ve süreçlere dâhil edilmesi, yerel siyasal etkiler, iş olanaklarındaki değişiklikler ve toplumsal çevredeki değişikliklerden etkilenen halkın algılarını araştırmışlardır. Çalışmanın bulguları bölge sakinlerinin yaşam kalitesini etkileyen faktörlerin başında toplum güvenliği, sosyal çevre ve toplumsal katılım olduğunu göstermektedir. Andereck ve Nyaupane (2011), çalışmalarında Arizona bölgesinde toplumun kaliteli yaşam sürmesinde turizmin hissedilen etkisini ölçmek için topluma mensup kişilerin beklentileri üzerine basılmış çeşitli kaynaklardan faydalananarak 38 bileşeni olan bir model geliştirmiştir. Bu beklentilere, huzur ve sessizliğin korunması, güvende hissetmek, temiz hava ve su kaynakları, şehir hizmetleri (polis ve itfaiye) örnek olarak gösterilebilir. Özellikle turizmden sağlanan kişisel maddi yarar (gelir ve istihdam), düzenlenen etkinliklere katılım (festivaller, fuarlar) ve algılanan yaşam kalitesi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve turizmin yaşam kalitesini arttırdığı çalışmanın önemli bulguları arasındadır.

Kim ve arkadaşları (2013) turizm gelişiminin farklı evrelerinde yerel halkın yaşam kalitelerini nasıl algıladığını incelemişlerdir. Çalışmalarında geliştirdikleri genel yaşam memnuniyeti ölçeğinde araştırmacılar yaşam kalitesinin belirleyicisi olarak maddi refah, topluluk refahı, duygusal refah ve sağlık-emniyet olarak dört boyut ortaya çıkarmışlardır.

Araştırmanın sonuçları, turizm gelişiminin halkın genel yaşam memnuniyetini etkilediği yönündedir. Turizm gelişiminin ilk aşamasında, sakinlerin kamu hizmetleri ve altyapı çalışmalarından kaynaklanan stresin huzursuzluk yarattığı, fakat ardından gelişimin olgunluk döneminde memnuniyetin daha çok olduğu belirlenmiştir. Gelişimin yavaşladığı hatta gerilemeye başladığı dönemde ise memnuniyetin azaldığı saptanmıştır. Çalışmaya göre, algılanan olumlu etkilerle ilk üç boyut maddi refah, toplumsal refah ve duygusal refahta artış gözlenmiş, fakat çevresel etkilerle halkın sağlık ve emniyet boyutunda hissettikleriyle negatif bir ilişki saptanmıştır. Sadece maddi refah ve duygusal refahın genel yaşam memnuniyetine daha büyük oranda etki ettiği çalışmanın önemli bulguları arasındadır.

Tarihi Odunpazarı Evleri

Eskişehir'in en eski yerleşim alanı olan Tarihi Odunpazarı Semtinde Türk Sivil mimarisinin örneklerini yansıtan, geleneksel dokusunu yitirmemiş birçok evin yanı sıra çeşmeler, küçük meydanlar, külliye ve camiler bulunmaktadır (Eskişehir Rehberi, 2014). Bu özellikleriyle Eskişehir'in en önemli tarihi merkezlerinden biri olan Odunpazarı Bölgesi, Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu (GEEYAK) tarafından 1981 yılında 2808 sayılı kararla tarihi ve kentsel sit olarak belirlenmiştir. 1986 yılında ise Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Yüksek Kurulu'nun 2397 sayılı kararıyla Kentsel Sit niteliği kazanmıştır (Eskişehir Turizm Master Planı, 2011). Uzun yıllar bakımsız kalan bölge, son yıllarda şehirdeki Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi, Büyükşehir Belediyesi, Odunpazarı Belediyesi, Vakıflar Genel Müdürlüğü gibi kurumlar tarafından gerçekleştirilen yeniden kazanma ve koruma faaliyetleri sayesinde bir turistik bölgeye dönüştürülmeye çalışılmıştır (Aşan ve Yılmazdoğan, 2013). Bu dönüşümün temellerinin atıldığı ilk proje Odunpazarı Belediyesi tarafından düzenlenen "Odunpazarı Evlerini Yaşatma Projesi"dir. 2005 yılından bu yana devam eden bu proje ile eski Odunpazarı Evleri'nin dış cepheleri eski mimarisine uygun olarak restore edilmektedir. 2006 yılından itibaren turistik bir hareketlilik kazanan bölge, özellikle son dört yıldır bir cazibe merkezi haline gelmiştir ve 2012 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi envanterine alınmıştır. Eskişehir'in 2013 Türk Dünyası Kültür Başkenti ve UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Başkenti olması sebebiyle kente olan ilginin artmasıyla beraber, bugün Eskişehir'in en önemli çekicilikleri arasında yer alan Odunpazarı bölgesi paket turlar kapsamında ve günübirlikçi ziyaretçiler tarafından yılın tüm aylarında ziyaret edilmektedir. Bunun yanında Eskişehir kent sakinleri için de boş zamanın geçirileceği, farklı güzelliklerin ve özellikle damak tadlarının denenebileceği bir yaşam alanına dönüşmüştür.

YÖNTEM

Çalışma nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Bölgede yaşayanların yaşam kalitesini bütünsel ve derinlemesine incelemek için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sunduğu en önemli

kolaylık görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak sürdürülmesi nedeni ile daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 1999). 14-20 Temmuz 2014 tarihleri arasında 20 bölge sakini ile yapılan görüşmelerin her biri ortalama 30 dakika sürmüştür. Nitel araştırmalarda örneklem yeterliliği konusunda örneklem sayısı yerine örneklemin araştırmacının gereksinim duyduğu bilgi miktarını karşılayıp karşılamadığıyla ilgilenilmektedir (Türnüklü, 2000). Benzer bir ifadeyle Patton (1990, s. 69) da amaçlı olarak seçilen örneklemin seçiminde hedef, çalışılan konu ile ilgili olarak daha fazla bilgi sunacak kişileri seçmenin temel amaç olduğunu ve sayı konusunda esnek olunabileceğini belirtmektedir. Bu nedenle, 20 bölge sakini ile yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin yeterli olacağı düşünülmüştür.

Araştırmanın evrenini Odunpazarı semtindeki 8 mahallede oturan sakinler oluşmaktadır. Örneklem seçiminde kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme yapılan ilk kişiden itibaren her katılımcıya görüşme sonunda “Bu konuyla ilgili olarak kimle görüşmemizi önerirsiniz” sorusu yöneltilmiş ve yönlendirilen diğer bir katılımcıyla görüşülmüştür. Görüşmeye katılabilmeleri için katılımcılarda, çalışmanın bölge sakini kavramına uygun olarak, 10 yıldan daha uzun bir süredir Odunpazarı’nda yaşıyor olmaları koşulu aranmıştır. Yapılan 20 görüşme, katılımcılardan izin alınarak, ses kayıt cihazına kaydedilmiş ve ardından yazıya dökülerek incelenmiştir. Görüşmelerde katılımcılara, ilk olarak demografik bilgileri ve yaşadıkları bölgedeki turizm gelişimini nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Ardından Kim ve arkadaşlarının (2013) çalışmalarında geliştirip test ettikleri dört boyutlu yaşam kalitesi belirleyicileri modelindeki boyutlar altında yer alan maddeler soru halinde yöneltilmiştir. Ardından modelde yer alan dört boyutun birlikte değerlendirildiği genel yaşam memnuniyetine ilişkin soru sorulmuştur.

- **Maddi Refah** - gelir ve istihdam, yaşam maliyetleri (ev kirası, yaşam maliyetleri, yiyecek-içecek fiyatları)
- **Topluluk Refahı** - sosyal yaşam, sosyal ilişkiler, çevre düzenlemeleri, belediye hizmetleri, dış mekân güzelleştirme çalışmaları, genel hizmetler.
- **Duygusal Refah** - boş zaman aktiviteleri, dini faaliyetler, eğlence ve dinlenme olanakları, turistlerle etkileşim.
- **Sağlık ve Emniyet** – güvenlik ve suç algılamaları, su kalitesi, hava, su ve çevre kirliliği, trafik sorunu, kaza oranı.
- **Genel yaşam memnuniyeti** - Tüm bunları değerlendirdiğimizde yaşamınızdan memnun musunuz?

Verilerin derlenmesinde betimsel analiz kullanılmıştır. Ayrıca katılımcılara ilişkin özellikler sıklık ve yüzde dağılımı ile gösterilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Tablo 1:Katılımcıların Kişisel Özellikleri

Kategori	Sıklık	Yüzde %
Yaş (m: 58,1)	25-34	1
	35-44	5
	45-54	6
	55-64	5
	65 ve üstü	3
İkamet Süresi (m: 36,5)	10-19 yıl	6
	20-29 yıl	2
	30 ve üzeri	12
Cinsiyet	Kadın	11
	Erkek	9
Eğitim Durumu	Okur-Yazar	1
	İlkokul	9
	Ortaokul	1
	Lise	5
	Üniversite	4
Bölgede çalışma durumu	Çalışıyor	9
	Çalışmıyor	11

Görüşme yapılan katılımcıların özellikleri Tablo 1.'de yer almaktadır. Katılımcıların 11'i kadın, 9'u erkektir. Yaş ortalamalarının ise (58,1) yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim durumları incelendiğinde katılımcıların eğitim seviyelerinin düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bireylerin 9'u bölgede turizm sayesinde bir iş edinmiş, 11'i ise turizm ile ilgili gelir getiren bir iş yapmamaktadır. Bölgedeki ikamet sürelerinin ortalama 36,5 yıl ile oldukça yüksek bir oranda olması bölgedeki turizm gelişimine yakından tanık olduğunu göstermekte ve bu nedenle turizm gelişiminin öncesi ve sonrasını daha net değerlendirmelerine olanak sağlayacağı düşünülmektedir.

Görüşmeye ilk olarak “*Bölgedeki turizm gelişimini nasıl buluyorsunuz?*” sorusu ile başlanmış ve katılımcıların çoğunlukla bu gelişmeyi olumlu bulduklarına dair cevap alınmıştır. Bu sorunun sorulmasındaki amaç katılımcıların bölgedeki turizm gelişimi konusunda akıllarına ilk gelen düşünceleri elde etmektir. Katılımcılar, “*turizmin bölgeye kalabalık ve canlılık getirdiğini*”, “*Odunpazarı'nın çehresini değiştirdiğini*”, “*bölgeyi geliştirdiğini ve gelir sağladığını*” söyleyerek turizmin sağladığı bu olumlu değişimi ifade etmişlerdir. Sadece dört kişi Odunpazarı'ndaki turizm gelişimini plansız bulduklarını ve turizmin daha çok geliştirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Buna rağmen genel olarak

turizm gelişimine karşı tutumların olumlu olduğu söylenebilmektedir. Özellikle katılımcılar içinde bölgede turizmle ilgili iş yapanların oranının yüksek olması, bu olumlu bakış açısını açıklamaktadır. Bu yönde, doğma büyüme Odunpazarlı olan 35 yaşındaki bir katılımcı turizmin etkilerini şöyle dile getirmektedir: *“Çok güzel, gittikçe gelişiyor. Buranın böyle olacağını hayal bile edemezdim”*.

Maddi Refah boyutunu içeren sorulara geçildiğinde katılımcıların çoğu, turizm gelişimiyle beraber kendi geçimlerinde bir rahatlama olmadığını ancak çevrelerinde turizmle ilgili iş yapan tanıdık veya akrabalarının geçimlerinde rahatlama olduğunu dile getirmişlerdir. Bölgede çalışan katılımcıların bir kısmı ise maddi refah gelişiminin *“aşırı olmadığını”* fakat ilerleyen dönemlerde bunu daha fazla hissedeceklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların tamamına yakını bölgedeki iş olanaklarının arttığını düşünmektedir. Bir katılımcı *“Odunpazarı canlandı, insanlar bir şeyler yapmaya gayret ediyorlar”* ifadesiyle yerel halkı girişim çabalarını dile getirmiştir. Bununla birlikte, turizmin gelişmesiyle Odunpazarı’nda konut fiyatlarının *“oldukça arttığı”* dile getirilmiştir. Katılımcılar, *“astronomik bir artış oldu”, “maalesef %100 arttı”, “konut kiralari uçtu”* gibi söylemlerle durumun aşırılığına vurgu yapmaktadırlar. Diğer taraftan konut kiralalarının artışına zıt yönde katılımcıların tamamı bölgedeki hayatın pahalı olmadığını düşünmektedir. *“Bölgedeki hayat pahalı mı?”* sorusunu *“normal”, “hayır, her şey aynı”, “bir değişiklik olmadı”* diyerek cevaplamışlardır. Turizmle ilgili işlerde çalışanların söylemlerinin daha olumlu olmasına istinaden yerel halkı ekonomik girişimlere teşvik etmek amacıyla destek programları düzenlenmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Topluluk refahı ile ilgili boyuta gelindiğinde ilk olarak Odunpazarı sakinlerinin sosyal yaşamında değişiklik olup olmadığı ile ilgili soru sorulmuştur. Katılımcıların 7’si herhangi bir değişikliğin olmadığını bildirirken 10’u ise düzenlenen etkinliklerle beraber yaşamlarına bir değişiklik geldiğini ifade etmişlerdir. Bir katılımcı bunu *“Aşağıdaki meydana konser oluyor bazen akşamları gidiyoruz, güzel oluyor moral olarak iyi oluyor”* diyerek ifade etmiştir. Üç katılımcı ise genel değerlendirmelerle duruma ışık tutmuştur: *“Burada yaşayan insanlar bu tür etkinliklere alışık değiller, merak ettikleri bir şey olursa uzaktan izliyorlar. Kendi hallerinde insanlar burada yaşayanlar”, “Turizm gelişimi tamamlandığında buradaki sosyal yaşam değişecek. Halk sosyal aktiviteler ile ilgilenmiyor. Dar gelirli insanlar çünkü”*. Görüşmelere istinaden sosyal yaşamın değişikliği konusunda katılımcıların hemfikir olmadığı görülmektedir. Herhangi bir değişiklik olmadığını bildiren katılımcıların tamamına yakını (5 kişi) vakit bulamadıklarından ötürü aktif olmadıklarını belirtmiştir. Özellikle bölgede esnaf olarak çalışanlardan alınan bu cevap, bölgede yaşayıp bölgede çalışan kişilerin turizmin sadece ekonomik yönlü etkisini hissettiklerini göstermektedir.

Topluluk refahı boyutunda yer alan sosyal ilişkilere ilişkin soruya gelindiğinde katılımcıların ortak bir görüşte olmadığı görülmüştür. Özellikle komşuluk ilişkileri özelinde değerlendirdikleri bu soruda katılımcıların 11’i ilişkilerin değişmediğini söylemiş fakat 7’si bölgede çok az insan kalmasından yakınmıştır. Sosyal ilişkilerin değiştiğini düşünen 9 kişiden 4’ü bu değişimin turizmin gelişimi ile beraber yaşanmadığını özellikle

belirtmişlerdir. *“Eskiden komşuluk birlik beraberlik vardı, evlerde toplanırdık ama şimdi böyle şeyler kalmadı. Ama turizmle hiç ilgisi yok”, “Turizmle alakalı değil daha evvelden azaldı komşuluk”, “Çok eski komşuluk ilişkilerinde değişim var ama turizmden değil de bu, insanların artık geçim kaygısından bu herhalde...”* gibi ifadelerle bunu vurgulamışlardır. Biri hariç bütün katılımcılar bölgede yaşayan insanların değiştiğini düşünmektedirler. 10 kişi bunun nedenini kiralara artması olarak değerlendirmiştir. *“Evlerini işyerine kiraya verdikleri için gidenler oldu”, “Evlerini satın gidenler olduğu için çok az kaldı yerliler. Üç aile kaldı benim oturduğum civarda”, “Taşınanlar çok oldu”, “Tabi değişti, çocukluğumdaki insanların hiçbiri kalmadı, evlerin rağbeti arttıkça herkes satmaya başladı”, “Eskiden daha çoktu komşular ama şimdi azaldı. Satıldı evler, kiraya veriliyor iş yerlerine”, “Evleri iş yerlerine dönüştürdüler. Bu nedenden dışarıdan gelenler çok oldu.”* gibi ifadelerle kiralara artmasıyla taşınan kiracılar, yine kira bedellerinin veya mülklerin değerlerinin artmasıyla kendi evini işyerlerine kiraya veren veya satanların olması sebebiyle yerlilerin bölgeden uzaklaştırıldıkları belirtilmiştir. Bu saptamalardan hareketle turizmdeki gelişmenin yerel halkı bölgeden uzaklaştırmasına engel olacak önlemlerin alınması önemlidir. Odunpazarı gibi bir yerleşim yeri ancak orada yaşayanlarla anlam kazanacak ve çekiciliğini koruyacaktır.

Katılımcıların tamamına yakını bölgedeki çevre düzenlemelerine ilişkin *“Çok güzel, temizlendi her yer”, “Çok güzel buluyorum” “Tarihi evlerin arasında yürümek bile insanı dinlendiriyor. Genel anlamda güzel”, “Kuruyan çiçekler bile değiştiriliyor,gözü tırmalayan hiçbir şey yok”* gibi ifadelerle beğenilerini dile getirirken restorasyon konusunda eksikliklerin olduğunu da ifade etmişlerdir. Bu eksiklikler evlerin sadece dış cephelerine yönelik iyileştirmelerin yapıldığı fakat içlerinin virane halde olduğu yönündedir. 73 yaşındaki bir katılımcı *“Çok bakımlı şimdi, çiçekler rengârenk, evler çok güzel. Ama evlerin sadece dışı güzelleştirildi ve evin içinde bizim değişiklik yapmamıza da izin verilmiyor ve bizim bütçemiz de zaten müsait değil bu duruma”* diyerek bu durumdan şikayeti olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların tamamı turizm gelişiminden sonra belediye tarafından sunulan hizmetlerde artış olduğu yönünde hemfikir ve son olarak turizmle beraber bölgede olumsuz gelişmeler olup olmadığı ile ilgili soruya katılımcılardan 6’sı hariç olumsuz bir durumun olmadığını belirtmişlerdir. Dört kişi umumi tuvalet ve park hizmetlerinin ciddi sorun olduğunu, ikisi ise *“Burada tarihi kültürel yapıya uygun bir gelişme gösterilmedi. Parası olan değişimi yönlendirdi. Buradaki halk gelişime dâhil edilmedi”* diyerek bu konudaki sitemini dile getirmişlerdir. Bununla birlikte halkın restorasyon ve çevre düzenlemelerinden genel olarak memnuniyet duydukları söylenebilir.

Duygusal refah ile ilgili boyutta katılımcılara bölgedeki etkinliklerden haberdar olup olmadıkları ve bunların boş zamanlarını değerlendirmede farklılık yaratıp yaratmadığı sorulmuştur. Katılımcıların tümü *“biliyoruz, duyuyoruz”* gibi ifadelerle haberdar olduklarını dile getirmişlerdir. Fakat boş zamanlarını değerlendirme konusunda 10 sakin hiçbir değişikliğin olmadığını söylerken kişilerden dördü vakit bulamadıkları için bölgede gerçekleştirilen etkinliklere katılamadıklarını belirtmişlerdir. Beş katılımcı vakit buldukça katılabildiğini dile getirmiştir. Diğer beş katılımcı ise bölge sakinlerinin genel durumunu

ifade eden yanıtlar vermiştir: *“Burada yaşayan insanlar bu tür etkinliklere alışık değiller, merak ettikleri bir şey olursa uzaktan izliyorlar. Kendi hallerinde insanlar burada yaşayanlar”, “Biliyoruz televizyondan duyuyoruz ama kimse çok gitmiyor aslında, bakıp geçiyorlar”*. Etkinliklere vakit buldukça katılmaya çalışan bir katılımcı *“Aşağıda konser oluyor bazen akşamları gidiyoruz, güzel oluyor, moral olarak iyi oluyor”* ifadesiyle durumu açıklamıştır. Bölge halkının turizm gelişiminin yarattığı olanaklardan yararlanmalarının sağlanması oldukça önemlidir. Bunun teşvik edilmesi, özellikle bölge halkının demografik özellikleri ve beğenilerine uygun etkinliklerin artırılması bölge halkının katılımını artıracığı gibi halkın uzaktan seyirci kalmalarının da önüne geçecektir.

Duygusal refaha ilişkin sorulan dini vecibeleri yerine getirme durumu konusunda katılımcıların tümü bu konuda bir değişiklik olmadığını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların tamamı turistlerle iletişim kurmaktan çok memnun olduklarını *“Onlarla konuşmak çok hoşuma gider, hallerini hatırlarını sorarım, bazılarını dillerini anlayamam ama el işaretleriyle, mimiklerle bir şeyler anlatmaya çalışırım”, “Geliyorlar, burada oturuyor musunuz diye soruyorlar, çok beğeniyorlar. Hoşumuza gidiyor, dışarıdan gelen insanların ne kadar tatlı dilli olduklarını görüyoruz, selam veriyorlar geçerken”, “Gelen turistlerin bilgisinden görgüsünden bir şeyler öğrenebiliyor insanlar. Gelen turistler kaliteli ve bölgeye katkısı büyük”, “Onlarla konuşurken onların hayata bakışını alıyorsunuz”, “Mahallemize gelen her bir turist bir katkı bırakıyor. Sohbet ediyoruz, yardım ediyor, ağırlamaya çalışıyoruz. Turistler canlılık getiriyor”* gibi ifadelerle belirtmişlerdir. Özellikle turistlerle etkileşim konusunda katılımcıların durumdan memnuniyeti büyük bir coşku ile dile getirilmiştir. Farklı kültürleri öğrenmeye, karşılıklı paylaşımlarda bulunmaya hevesli olan halkın kişisel bir tatmin sağladığı görülmektedir.

Sağlık ve emniyet boyutunda katılımcılar hiçbir güvenlik sorunu yaşamadıklarını aksine turizm gelişiminden sonra bölgenin daha güvenli bir yer haline dönüştüğünü belirtmişlerdir. Aynı şekilde bölgedeki suç ve kaza oranında bir artış olmadığını dile getirmişlerdir. Trafik ve park sorunu olup olmadığı sorulduğunda ise katılımcıların tümü halkın en çok şikayetçi olduğu konunun bu olduğunu *“Korkunç bir park sorunu var”, “Buralarda park yasağı olması lazım, arabalardan şikayetçiyim”, “Park sorunu var, yolları daraltıyorlar”* gibi ifadelerle anlatılmıştır. Ayrıca bölgedeki gürültüden rahatsız olan üç katılımcı da bunun nedenini trafik olarak göstermektedir. Bölgedeki su kalitesinin değişmediğine yönelik tüm katılımcılar aynı fikirdedir. Yine aynı şekilde hemfikir oldukları konu çevre temizliğidir. Çevre temizliğine ilişkin *“Eskisinden çok daha iyi”, “Gayet iyi, eskiden bu kadar iyi değildi, çöpler hep sokaklarda olurdu şimdi bir tane çöp göremezsiniz”, “Güzel bakıyorlar, herkes daha dikkatli ayrıca”* gibi ifadeler alınmıştır. Buna göre bölgede hissedilen en büyük sorunun trafik, park ve umumi tuvalet sorunu olduğu söylenebilir. Odunpazarı gibi dar sokaklı eski yerleşim yerlerinin trafiğe açık olması hem yerleşik halk hem de işletmeler açısından sorunlar getirmektedir. Dolayısıyla bölge yakınlarında yapılacak büyük bir otopark alanı ve zaten dar olan sokakların araç trafiğine kapalı tutulması yerel halkın yaşam kalitesine olumlu katkı sağlamanın yanında turistik deneyimin niteliğini de artıracaktır.

Son olarak katılımcıların *genel yaşam memnuniyeti* anlaşılmaya çalışılmıştır. Konuşulanların tümü bir arada değerlendirildiğinde buradaki yaşamlarından memnun olup olmadıkları sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tümü Odunpazarı'ndaki yaşamlarından memnun olduğunu *"Güzel, her yer cıvı cıvı. İnsanlar para kazanıyorlar. Ben halimden memnunum. Doğduğumdan beri burada yaşıyorum"*, *"Evet ben çok mutluyum. Dükkânımı bir an önce açmak için koşarak geliyorum"*, *Memnunum, başka yerde yaşamak istemem. Başka bir yerde bu sıcaklığı bulamam"* gibi ifadelerle belirtmişlerdir. Memnun olan fakat konuya eleştiri getirmek isteyen bir katılımcı *"Ben kendi adıma memnunum. Fakat burada yaşayan insanların turizm gelişimine dâhil olması onların yaşam kalitesini yükseltir."*

SONUÇ

Turizm bölgesinde yaşayan sakinlerin yaşam kalitesi turizm destinasyonunun sürdürülebilir gelişimi açısından önemli bir konudur. Turizm gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesi üzerindeki etkisine ilişkin algılarını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada Odunpazarı semtinde yaşayan 20 kişi ile görüşülmüştür. Elde edilen bulgulara göre, katılımcıların Odunpazarı'ndaki turizm gelişimi ve hareketliliğini olumlu buldukları saptanmıştır. Ekonomik anlamda turizmin içinde yer alan katılımcıların durumdan memnuniyetleri diğerlerine göre daha fazladır. Bu nedenle, bölge halkının turizm gelişiminin içinde aktif olarak yer alması turizm hakkında daha olumlu tutum geliştirilmesine yardımcı olacaktır. Andereck ve Nyaupane (2011) çalışmalarında turizm gelişiminin ekonomik olarak bireye olan olumlu etkisinin aynı aynı düzeyde yaşam kalitesini arttırdığını bulmuşlardır. Bu nedenle, halkı ekonomik anlamda turizm hareketliliğinin içerisinde yer alması için girişimlerine destek vermek ve bu konularda bilgilendirmek önemlidir.

Bölgedeki ev kiralarının çok fazla artması katılımcılar tarafından olumsuz olarak ifade edilmiş, bölgedeki insanların azalmasına neden olduğu belirtilmiştir. Bir kültür turizmi destinasyonu olan Odunpazarı'nda tarihi dokunun önemi kadar orada yaşayan halk da geleneklerin devamı, kültürün korunması açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle, yaşayan halkın bölgeden uzaklaştırılmaması gereklidir. Bölgedeki diğer bir önemli sorun trafik ve park sorunudur. Hem orada yaşayan halk hem gelen turistler açısından problem olan bu durum için yerel yönetimin önlem alması gerekmektedir. Diğer taraftan, bölge halkının sosyal aktivitelere katılımının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Kültürel olarak aktif hayatın duygusal refahı ve dolayısıyla yaşamdan duyulan memnuniyeti arttırdığı Kim ve arkadaşlarının (2013) çalışmasındaki önemli bulgular arasındadır. Odunpazarı'nda faaliyetlere katılanların belirttikleri memnuniyete istinaden katılmayanların da ilgilerini bu yöne çekmek gerekmektedir. Odunpazarı gibi dar sokaklı eski yerleşim yerlerinin trafiğe açık olması hem yerleşik halk hem de işletmeler açısından sorunlar getirmektedir. Dolayısıyla bölge yakınlarında yapılacak büyük bir otopark alanı ve zaten dar olan sokakların araç trafiğine kapalı tutulması yerel halkın yaşam kalitesine olumlu katkı sağlamanın yanında turistik deneyimin niteliğini de arttıracaktır.

Son olarak, genel yaşam memnuniyetini ölçmeye çalışan sorunun cevaplarına göre bölgedeki sakinlerin yaşamlarından memnun olduğu görülmektedir. Bu noktada sadece çalışmada öne çıkan olumsuzluklar üzerine, turizm gelişiminin sağlıklı devam edebilmesi için şehirdeki üniversiteler, belediyeler ve ilgili kamu kurumlarınca çözüm önerileri geliştirilmelidir. Ayrıca daha önce yapılan çalışmalar (Carmichael, Peppard ve Boudreau, 1996; Kim ve diğerleri, 2013) uzun dönemli, belli aralıklarla tekrar eden veya farklı yaşam evrelerindeki turizm destinasyonlarında yürütülen araştırmaların sonuçlarının algılanan yaşam kalitesini değiştirdiğini göstermektedir. Bu nedenle ilerleyen dönemlerde bu ve benzeri çalışmalar yine aynı bölgede uygulanarak mevcut bilgi düzeyine katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Andereck, K. L., Valentine, K.M., Vogt, C. A. ve Knopf, R.C. (2005) Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4): 1056-1076.
- Andereck, K. L., Valentine, K.M., Vogt, C. A. ve Knopf, R.C. (2007) A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5): 483-502.
- Andereck, K. L. ve Nyaupane, G.P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3): 248-260.
- Aşan, K., Yılmazdoğan, C.(2013)Yerel halkın ev pansiyonculuğuna yönelik girişimcilik eğilimleri. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 703-718.
- Carmichael, B. A., Peppard, D. M. ve Boudreau, F. A. (1996). Mega-resort on my doorstep: Local resident attitudes toward Foxwoods casino and casino gambling on nearby Indian reservation land. *Journal of Travel Research*, 34 (3): 9–16.
- Chancellor, C., Yu, C.S. ve Cole, S.T. (2011) Exploring quality of life perceptions in rural midwestern (USA) communities: An application of the core-periphery concept in a tourism development context. *International Journal of Tourism Research*, 13, 496–507.
- Crouch, G. I. ve Ritchie, J. R. B. (1999) Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44, 137–152.
- Eskişehir Rehberi (2014) Ankara: Sistem Ofset Yayıncılık
- Eskişehir Turizm Master Planı 2011-2015 (2011) Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi Yayınları no: 2426.
- Felce, D. ve Perry, J. (1995). Quality of life: A contribution to its definition and measurement. *Research in Developmental Disabilities*, 16(1): 51–74.
- Gürsoy, D. Jurowski C. ve Uysal M. (2002) Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research* 29(1): 79–105.
- Jafari, J. (2012). Foreword in M. Uysal, R. R. Perdue, M.J. Sirgy (Eds.), *Handbook of tourism and quality of life research: Enhancing the lives of tourists residents of host communities*. New York: Springer.

- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, R.D. (1997) A Theoretical Analysis of Host community Resident Reactions to Tourism, *Journal of Travel Research*, 36(2), pp. 3-11.
- Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community* (Unpublished doctoral dissertation), Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA.
- Kim, K., Uysal, M. ve Sirgy, M.J. (2013) How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36: 527–540.
- McCool, S. F. ve Martin, S.R. (1994) Community attachment and attitudes towards tourism development. *Journal of Travel Research* 32 (3), 29–34.
- Moscardo, G. (2012). Building social capital to enhance the quality-of-life of destination residents in M. Uysal, R. R. Perdue, M.J. Sirgy (Eds.), *Handbook of tourism and quality of life research: Enhancing the lives of tourists residents of host communities*. New York: Springer.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. London: Sage Pub
- Perdue, R. R., Long, P. T. ve Kang, Y. S. (1999). Boomtown tourism and resident quality of life: The marketing of gaming to host community residents. *Journal of Business Research*, 44: 165-177.
- Puczko, L. ve Smith, M. (2011). Tourism specific quality-of-life index: The Budapest model. in M. Budruk, R. Phillips (Eds.), *Quality-of-life community indicators for parks, recreation and tourism management*. New York: Springer
- Richards, G. (1999) Vacations and the quality of life: Patterns and structures. *Journal of Business Research*, 44(3): 189-198.
- Sheldon, P.J. ve Abenoja, T. (2001) Resident attitudes in a mature destination: the case of Waikiki, *Tourism Management*, 22(5): 435-443.
- Tosun, C. (2002) Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1): 231–253.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim bilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 6 (24): 543-559.
- Wang, S., Yi Fu, Y., Cecil, A. K. ve Avgoustis, S. H. (2006) Residents' perceptions of cultural tourism and quality of life - A longitudinal approach. *Tourism Today*, 6: 47-61.
- Yang, L. ve Li, X. (2012) Ethnic tourism and resident quality-of-life in M. Uysal, R. R. Perdue, M.J. Sirgy (Eds.), *Handbook of tourism and quality of life research: Enhancing the lives of tourists residents of host communities*. New York: Springer.
- Yıldırım, A. ve H. Şimşek, (2006) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayınları

YEREL HALK GÖZÜYLE TURİZM SEKTÖRÜ VE ETKİLERİ: KONYA İLİ BEYŞEHİR İLÇESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Müşerref KÜÇÜK

Karelaj Ltd. Şti.

muserrefkucuk@gmail.com

ÖZET

Turizm, sektörüğünümüzde hızlı gelişme gösteren sosyo-ekonomik olgu olma özelliğini sürdüren bir sektör olarak önemini korumaktadır. Sektör geliştiği yörede ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olarak olumlu ve olumsuz önemli sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Turizmin olumlu etkilerinin en üst düzeye çıkarılması için planlama çalışmalarına yerel halkın mutlaka dahil edilmesi, onların görüş ve önerileri doğrultusunda şekillenmesinin sağlanması oldukça elzemdir. Zira bir yörede turizmin gelişimi büyük oranda yerel halkın iyi niyetine bağlıdır ve yerel halkın desteği başarılı, sürdürülebilir bir turizm gelişimi için gereklidir. Günümüzde kalkınma planlarında yerel inisiyatif olarak halkın turizm gelişimindeki önemine ilişkin konuya sıkça değinilmektedir.

Bu bakımdan Beyşehir’de turizmin gelişiminin sürdürülebilirliği için yerel halkın görüşleri önemlidir. Nitel araştırma yöntemi uygulanan bu çalışmada, mülakatlardan ve ilgili literatür çalışmalarından yararlanılmıştır. Yerel halkla yapılan mülakatlar doğrultusunda Beyşehir’de yerel halkın turizm olgusuna yönelik tutumları incelenmiş ve turizmin olası etkileri hakkında görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucuna göre; Beyşehir’de yerel halkın turizme olumlu yönde baktığı ve ağırlıklı olarak turizmi destekleme yönünde olduğu görülmüştür. Destekleme gerekçeleri ise iyi yönetilen turizmin yörelerde ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel yönden pek çok olumlu etkiler gösterebildiği görüşüdür ve bu görüş aynı zamanda yerel halkın turizmden beklentilerini de yansıtmaktadır.

GİRİŞ

Dünya Turizm Örgütü’nün öngörülerine göre, önümüzdeki 20 yıl içerisinde turizm sektörü, hızlı büyüyecek ve gelişmesini sürdürecektir bir sektör olarak görülmektedir. Dünya genelinde turizm pastasının 2020 yılı itibariyle yaklaşık 2 trilyon dolar olacağı tahmin edilmektedir (Küçük, 2013a, s. 1241). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre; 1950 yılında tüm dünyadaki uluslararası turist varışları 25 milyon kişi iken, 1980 yılında 278 milyona, 1995’te 528 milyona, 2012 yılında 1,035 milyona ulaşmıştır. 2013 yılında ise küresel ekonomik zorluklara rağmen, 1,087 milyona ulaşmış ve bir önceki yılın turist sayısına göre %5 artış göstererek beklentileri aşmıştır. Geçen yıl dünyanın en fazla turist çeken ülkelerinde Fransa ilk sırada yer alırken, onu ABD, Çin, İspanya ve İtalya takip etmiştir. Türkiye ise 2012’de olduğu gibi 6. sırada yer almıştır (UNWTO, 2014).

Turizm sektörü hızlı gelişme gösteren sosyo-ekonomik olgu olma özelliğini sürdüren bir sektör olarak bu özelliğini korumaktadır. Turizmin geliştiği bir ekonomide, bunun etkileri hem ekonomik hem de sosyal alanlarda kendini hissettirmektedir. Sektördeki canlılık inşaat, yiyecek-içecek, eğlence, taşımacılık vb. altyapı ve üstyapı yatırımlarının

arttırılmasında ve en önemlisi de istihdam olanakları yaratılarak işsizlik probleminin azaltılmasında önemli etkilere sahiptir. Emek yoğun sektör olması nedeniyle teknolojik ilerlemeler sektörde çalışan iş gücünü fazla etkilememektedir. Ayrıca turizm kadın istihdamını en çok artıran sektörlerden biridir (Küçük, 2012). Ancak “turizmin olumlu etkilerini en üst seviyeye çıkarmak ve olumsuz etkilerini sınırlandırmak için yapılması gerekenlerden biri de yöre halkının turizmi geliştirme planlamasına dahil edilmesidir. Eğer bir yörede turizmin sürdürülebilir kılınması isteniyorsa planlanan turizmin, gelişme şekli, ölçeği ve konumu ile ilgili olarak yerel halkın kabulünün kazanılması gerekmektedir”(Avcıkurt, 2009, s. 158). Literatürde yerel halkın turizme ilişkin tutum ve algısına ve turizmin etkilerine yönelik ulusal ve uluslar arası yapılmış pek çok çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda bir yörede turizmin sürdürülebilirliği için yöre halkının katılımı önemle vurgulanmaktadır. Araştırmada benzer bir şekilde Beyşehir’de yerel halkın turizm ve etkilerine yönelik tutum ve algıları irdelenmeye çalışılmıştır. Zira Beyşehir’de turizm henüz gelişim aşamasındadır. Bu bakımdan yöre halkının turizm sektörüne yönelik tutum ve algıları oldukça önem taşımaktadır.

LİTERATÜR ÖZETİ

Beyşehir’e yönelik yapılan bilimsel çalışmaların bazıları Tablo 1’de sunulmuştur:

Tablo 1.Beyşehir’e YönelikYapılan Çalışmalardan Bazı Örnekler

Yıl	Yazar	Araştırma
(1999)	Yaşar ERDEMİR	Beyşehir Eşrefoğlu Süleyman Bey Camii ve Külliyesi
(2003)	Sertaç GÜNGÖR, Mükerrem ARSLAN	Beyşehir İlçesi ve Yakın Çevresi Turizm ve Rekreasyon Kullanımına Yönelik Peyzaj Potansiyellerinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma
(2006)	Hüseyin MUŞMAL	XVIII. ve XIX. Yüzyıllarda Beyşehir Kenti’nde Bulunan Müesseseler ve Vakıfları
(2007)	Aziz AYVA	Beyşehir Gölü Üzerine Anlatılan “Göl Üzerinden Yürüyerek Geçme” Motifi Üzerine
(2011)	Mustafa ARSLAN	Beyşehir (Konya) Yer Adları ve Onomastik Bilimine Katkıları
(2012)	İsmail EFE	Eşrefoğlu Camii ve Külliyesi Beyşehir
(2013b)	Müşerref KÜÇÜK	Konya İli Beyşehir İlçesinin Turizm Potansiyeli ve Turizm Etkinliklerinin Değerlendirilmesi
(2013c)	Müşerref KÜÇÜK	Beyşehir İlçesi Turizm Potansiyelinin Yerel Kalkınmada Bir Etken Olarak Harekete Geçirilmesinde Yerel Aktörlerin Rolü ve Önemi: Konya İli Beyşehir İlçesi Üzerine Bir Alan Araştırması
(2013d)	Müşerref KÜÇÜK	Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Alan Araştırması

Bu örnekleri daha fazla çoğaltmak mümkündür.

Yerel halkın turizme bakışı ve turizmin olası etkilerine yönelik yapılmış olan çalışmalardan bazıları şöyledir:

Bazı araştırmacılara göre, yerel halkın turizmin gelişmesine katkı vermesini sağlamak için onların turizm gelişmesine karşı tutumlarının ve bu tutumları etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. “Turizm araştırmacıları yerel halkın turizme desteğinin ekonomik (Perdue vd., 1990), sosyal (Fesenmaier, 1996), kültürel (Murphy, 1985) ve çevresel (Liu vd., 1987) sonuçlara göre şekilleneceği kanaatindedirler” (Cengiz ve Kırkbir, 2007, s. 20).

Cengiz ve Kırkbir (2007), yerel halk tarafından algılanan toplam turizm etkisi ile turizm desteği arasındaki ilişkiye yönelik yapısal bir model önerisi konusunda yapmış olduğu çalışmada, dört turizm etki faktörünün toplam turizm etkisi ve yerel halkın turizme desteği değişkenleri üzerindeki yapısal etkilerini, turizmin gelişimi bağlamında incelemiştir. Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarının turizmin toplam etkisini farklı derecelerde belirlediği ve turizmin toplam etkisinin de yerel halkın turizme destek vermesini şekillendirdiği sonucunu bulmuştur.

Çetin (2010), Cumalıkızık Köyünde kültürel miras ve turizm algısı araştırmasında, köy halkının, kültürel miras, kültürel turizm ve turizme ilişkin görüşleri değerlendirilmiştir. Araştırmada kadın katılımcıların turizm ve turistlere yönelik düşüncelerinin erkeklere oranla daha olumlu yönde olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca araştırmada yerel halkın büyük bir çoğunluğu turizmden yeterince pay alamadıkları görülmüştür.

Bilim ve Özer (2013), yapmış oldukları araştırmada, yerel halk gözüyle Konya’da turizmin önemi ve ekonomik, sosyal, çevresel etkilerini irdelemiş ve Konya’da turizmin gelişimi bağlamında yerel halkın turizme bakış açısını değerlendirmiştir. Araştırmada özellikle turizmin ekonomik etkilerinin daha olumlu yönde algılandığı, diğer etkilerin de yine olumlu yönde olduğu görülmüştür.

Turizm araştırmacıları turizmin sosyal ve kültürel etkilerin yerel halk tarafından değerlendirilmesi konusunda farklı görüşler belirtmişlerdir. Yerel halkın bir kısmı turizmin kültürel değişimi sağladığını, eğlence imkanlarını artırdığını, kültürler arası farklı görüşlerin birleşmesine imkan verdiğini belirtirken (McCool ve Martin, 1994), diğer bir kısım halk ise kültürel yozlaşmaya, ahlakın bozulmasına sebep olduğuna inanmaktadır (Prentice, 1993). Aynı şekilde yerel halkın bir bölümü turizmin doğal ve tarihi çevreyi korumada ve çevre kirlenmesini önlemede önemli bir faktör olduğunu düşünürken diğer bir bölümü de bu etkinin negatif yönlü olacağını düşünmektedir (Perdue vd., 1990). Ancak genel olarak, “turizmin küreselleşme, batılılaşma ve artan ekonomik refah gibi geniş etkilerinin olduğunu ayırt etmek gerçekten zordur. Potansiyel olumsuz etkilerine rağmen, birçok toplumda turizmin artan olumlu etkenleri araştırmalarda görülmüştür” (Mastny, 2001, s. 28). “Kuşkusuz turizm sektörü geliştiği sahanın mekansal yapısı üzerinde etkilidir ve sosyo-ekonomik ve kültürel özellikler vb. üzerinde de önemli sonuçlar ortaya koymaktadır” (Gümüş ve Özüpekçe, 2009, s. 400).

“Arkeolojik araştırmalar, Beyşehir ve y6resindeki ilk yerleşmelerin M.Ö. 6000-7000 yıllarına, Neolitik devre kadar indiğini g6stermektedir” (Efe, 2012, s. 13). B6lge daha sonra S6mer, Asur, Frigya, Lidya, Pers, Makedonya, Roma ve Bizanslıların hakimiyetine girmiştir (Beyşehir Belediyesi, 2014). 1071 Malazgirt Savaşı’ndan sonra ise Beyşehir’e Anadolu Selçukluları hakim olmuştur (Efe, 2012). “Selçuklu T6rkleri’nin idaresinde kalan Beyşehir, Anadolu Selçuklu d6neminde çok 6nem kazanmış, Sultan Alaaddin Keykubat “Eyrinaz” mevkiinde (şimdiki G6lyaka k6y6) Kubadabad şehrini kurarak burayı ikinci başkent yapmıştır” (G6ng6r ve Arslan, 2003, s. 67).“Kesintisiz olarak dokuz asırdır T6rklere vatan olmuş bu b6lgedeki yer adlarının tamamına yakını T6rkedir” (Arslan, 2011, s. 337). Moğollar 1243 K6sedağ Savaşında “Selçukluları b6y6k yenilgiye uğratmış, Anadolu’yu yağlamamışlardır. Beyşehir de bu istiladan nasibini almıştır. “Eşrefoğlu Beyliği’nin kurucusu Seyfeddin S6leyman Bey’in şehri yeniden inşa etmesine kadar terk edilmiş ve harap anlamına gelen “viran şehir” olarak anılan ilçe, daha sonra kurucusunun adını alarak S6leymaniye, S6leymanşehir, Beyşehri, Beyşehir adını almıştır. 1467 yılında Fatih Sultan Mehmet Han, Beyşehir ve y6resini kesin olarak Osmanlı topraklarına katmış ve Beyşehir’i sancak merkezi yapmıştır.1476 tarihli vakıf kayıtlarında vilayet olarak g6sterilen Beyşehir, 16. y6zyıl ortalarında g6neyde Bozkır’a kadar uzanan bir sancağın merkezini teşkil etmiştir. 19. y6zyıl sonlarında ise Konya vilayetinin merkez sancağına bağlı bir kaza olarak y6netilmiştir” (Erdemir, 1999, s. 2). Beyşehir Belediyesi 1872’de kurulmuştur (Beyşehir Belediyesi, 2014).

İlçe ekonomisinde en 6nemli yere sahip olan sekt6r ise t6fek sanayidir. Huğlu, 6z6ml6 ve Gencek Kasabaları’nda 1960’lı yıllarda at6lyelerde başlayan t6fek sanayi; Huğlu ve 6z6ml6 Av T6fekleri Kooperatifleri ile bu sekt6r6n lokomotifi olmuştur. şu anda d6nyada kullanılan yivsiz av t6feğinin %35’i ilçede 6retilmektedir. İlçede sanayinin desteklenmesi, geliştirilmesi ve markalaştırılması noktasında yeni sanayi sitelerinin açılması konusunda çalışmalar s6rd6r6lmektedir. İlçe tekstil sekt6r6nde de oldukça 6nemli bir yere sahiptir. Entegre tesislerde 6retilen konfeksiyon 6r6nler, başta Avrupa 6lkeleri ve ABD’ne ihraç edilmektedir (Akış, 12 Haziran 2013).

İlçede tarımsal 6retim olarak, buğday, arpa, nohut, mercimek, haşhaş, pancar, patates vb. ile yaş sebze ve meyve 6retimi yapılmaktadır. B6t6n bunların yanı sıra hayvancılık ve su 6r6nleri 6retimi de ilçe ekonomisinde oldukça 6nemlidir (Metli, 15 Mayıs 2013).

Beyşehir mutfağı; Anadolu k6y mutfağının zengin 6rneklerinden biridir. Yemek eşitleri arasında tarhana orbası, çıra tarhanası, arapaşı, mıkla, kavurma, soğanaşı, darık, papazyahnisi, kakırdak, ılbır, meyre, badırık, kısır, bulamaç, g6lle, g6bedek, pişi, k6mbe, katmer, su b6reği, okratma, haşhaş helvası, bazlama, saarası, kıvrım, oktan çekme, haşhaş k6mbesi, haşhaş helvası, pekmez helvası, pekmez sucuğu, pekmez eķřileme, kalburbastı, sılğı, kaygana, holuka, tirit ve pal6ze sayılabilir (B6y6kkafalı, 14 Mayıs 2013). Y6rede balık eşitleri sofralarda ayrı bir 6neme sahiptir.

BEYŞEHİR’İN TURİZM POTANSİYELİ

Beyşehir, tarihi birer anıt niteliği taşıyan Konya ile Antalya arasında doğal bir köprü olup her iki bölgedeki medeniyetlerin nadide örneklerine ev sahipliği yapmaktadır. Beyşehir, tarihi ve kültürel değerlerin zenginliğinin yanı sıra doğal güzellikleri ve kaynaklarının çeşitliliği bakımından adeta bir yeryüzü cennetidir. Beyşehir’e yılda yaklaşık 300.000 civarında yerli ve yabancı turist gelmektedir (Başbüyük, 14 Mayıs 2013). Beyşehir’de turizm işletme belgesi olan bir adet üç yıldızlı otelin yanı sıra konukevi, öğretmenevi, butik otel ve pansiyonlar bulunmaktadır. İlçede çok sayıda kafeterya ve balık restoranları bulunmakta ancak yöresel yemekleri sunan restoranlar bulunmamaktadır. Beyşehir iklimi, tabii güzellikleri, Beyşehir Gölü Milli Parkı, dağları, ormanları, kuş sesleri, gezinti yerleri, şifalı suları, temiz havası, temiz içilebilen serin su kaynakları, tarihi eserleri, festivalleri, sportif etkinlikleri ile turizm açısından dikkat çekici bir yapıya sahiptir (Küçük, 2013d:). İlçenin başlıca turizm etkinlikleri olarak; inanç ve kültür turizmi, doğa turizmi, göl turizmi olarak sayabiliriz.

İnanç ve Kültür Turizmi

Konya ilinde Kültür ve İnanç Turizmi bakımından oldukça önemli eserler bulunmaktadır. Bu önemli eserlerden bazıları Beyşehir ilçesinde yer almaktadır.

Eşrefoğlu Cami: “Beyşehir Gölü’nün 100 metre kuzeyinde, şehrin ilk kurulduğu yer olan ve hala aynı isimle anılan İçerişehir Mahallesi’nde dir. Camiyi 1296-1299 yılları arasında Eşrefoğlu Seyfeddin Süleyman Bey yaptırmıştır. Cami farklı tarihlerde çeşitli bakım onarım ve restorasyon geçirmiştir”(Efe, 2012, s. 51). Cami, türbe, kervansaray ve hamam ile bir külliye şeklinde, yaptırılmıştır. Yapı, genel olarak Selçuklu geleneğini devam ettirmektedir. Camiyi, ünik (eşsiz) kılan özelliği ise büyük ölçüde özgün olan ahşap aksanı ve bu yüzeylerin üzerinde örneklerinin en başarılısı ve gösterişlisi olan kalem işleridir. Beyşehir Eşrefoğlu Cami kültürel nitelikleri ile 15.04.2011 tarihinde UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi’ne alınmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Günümüzde Eşrefoğlu Cami ve Yerleşkesi Beyşehir’in en çok ziyaret edilen yerlerinden biridir.

Şekil 2.Eşrefoğlu Cami’nden Bir Görünüm



Kaynak: Orijinal, 16 Mayıs 2013.

Beyşehir’de pek çok medeniyetlere ait eserler bulunmaktadır. İlçede yer alan diğer eserlerden bazılarını şöyle sıralayabiliriz:

Eşrefoğlu Süleyman Bey Türbesi, üstü açık Osmanlı Türbesi, Eşrefoğlu Bedesten’i ve Eşrefoğlu Hamam’ı, İsmail Ağa Medresesi, Demirli Mescit, Beyşehir Kalesinin doğu kapısı olan günümüze kadar ayakta kalan Kale Kapısı, günümüze kadar ulaşmış tek Selçuklu sarayı olan Kubad-Abad Sarayı, geçmişte Anadolu Selçuklularının yazlık başkenti olan Kubad-Abat’ın Haremligi ve Tersaneligi olarak kullanılan Kız Kulesi, II. Derece Doğal Sit Alanı olan Eflatunpınar Hitit Anıtı, Atkaya-Lukyanus Anıtı, Dünya’nın en büyük kaya anıtlarından biri olan ve Hititler döneminden kalan Fasıllar Anıtı, Taş Köprü ve çok sayıda camiler, höyükler, mezarlar bulunmaktadır. Ayrıca yörede geleneksel ahşap ve estetik mimari özellikler taşıyan oldukça nadir yapılar bulunmaktadır. Ancak bu yapılar henüz restore edilmemiş dolayısıyla yıkıntılar halindedir.

Şekil 3.Eflatunpınar Hitit Anıtı) - **Şekil 4.** Atkaya-Lukyanus Anıtı)



Kaynak: Orijinal, 13 Mayıs 2013).

Kaynak: Orijinal, 17 Mayıs 2013).

Doğa Turizmi

Beyşehir’in ziyaretçilere sunabileceği doğa aktiviteleri oldukça renklilik ve çeşitlilik göstermektedir. Bunlardan bazıları, trekking (doğa yürüyüşü), *hiking* (kırdı gezinti), *biking* (dağ bisikletiyle gezi), dağ bisikleti, zirve tırmanışları, yayla gezintileri, kamp ve karavan etkinlikleri, *kamping*, günübirlik rekreasyonel aktiviteler, kuş gözlemciliği, bitki gözlemciliği, mağara gezileri, yamaç paraşütü, *off-road*, atlı gezintiler, *paintball* gibi etkinlikler olarak sayabiliriz.

Titrek Kavak Tabiat Anıtı: Beyşehir Gölü Milli Parkı ve Titrek Kavak Tabiat Anıtı (Göller Bölgesi Gelişim Alanı / Beyşehir)100 yaşında, 20 metre boyunda, 2.5 metre çapında gövdeye ve 8 metrelik çevre genişliğine sahip olan kavak ağacı, 27 Eylül 1994 tarihinde "Tabiat Anıtı" olarak koruma altına alınmıştır (Küçük, 2013b:).

Şekil 5.Kuş Varlığından Bir Görünüm



Kaynak: Beyşehir Belediyesi arşivinden edinilmiştir, 29 Ağustos 2014).

Göl Turizmi

Beyşehir Gölü ve Çevresi III. Derecede Doğal Sit Alanı olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda ilçede bulunan Beyşehir Gölü Milli Parkı 11.01.1993 tarihinde ilan edilmiş yüzölçümü 86.855 hektar alanı kapsamaktadır. Beyşehir Gölü yüzölçümü bakımından Van ve Tuz Gölünden sonra üçüncü büyük gölü olmakla birlikte, tatlı su gölleri içinde en büyük olanıdır. Beyşehir Gölü üzerinde 33 tane irili ufaklı ada bulunmaktadır.

“Beyşehir Gölü Milli Parkı, Hacı Akif Adası Milli Parkı ve Kız Kalesi adası, Ornitoloji turizmi (kuş gözlemciliği) için, zengin bitki örtüsü, yaban hayatı ve seyrine doyum olmayan doğal güzellikleri ve çekicilikleriyle meraklılarını beklemektedir. Çevresi çok zengin bitki örtüsüyle çevrilidir. Yabanî ördekleri ve diğer av hayvanları yaşamaktadır. Beyşehir Gölü ve çevresinde birçok kuş türü bulunmaktadır. Beyşehir Gölü Milli Parkı, Hacı Akif Adası Milli Parkı ve Kuş Cenneti adası, Dedegöl Dağları, Anamas yaylaları ve mağaraları foto safari turizmi ve doğa fotoğrafçıları için iyi bir kaynak oluşturmaktadır” (Güngör ve Arslan, 2003, s. 72). Gölün özellikle doğu kıyıları plaja elverişli kumsallardır. Bazı adalar üzerinde de güzel koy kumsalları bulunur. Karadiken ve Üstünler Kıyıları ile Yeşildağ sarpa kıyılarında ve Kuşluca, Budak, Kırelî ile Tolca Kıyılarındaki koy ya da burun kumsalları bulunmaktadır.

Beyşehir bunlardan başka pek çok turizm türlerine oldukça elverişlidir. Bunlardan bazıları mağara turizmi, festival turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, kongre turizmi vb. pek çok geniş bir yelpazede turizm ve rekreasyon etkinlikleridir.

Beyşehir mağara yönünden Türkiye'nin en zengin bölgeleri arasında yer almaktadır. Beyşehir'de toplam 39 mağara bulunmaktadır.

İlçede her yıl düzenlenen Uluslararası Beyşehir Göl Festivali sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif vb. çeşitli etkinlikleriyle ziyaretçilere pek çok olanağı bir arada sunmaktadır. Bu etkinliklere yerli ve yabancı pek çok turist katılmaktadır (Küçük, 2013d:).

Ayrıca Beyşehir’de spor turizminin gelecekte gelişebilmesi bakımından oldukça önemli bir etken olarak Gençlik ve Spor Bakanlığı İzcilik Merkezi bulunmaktadır (Başbüyük, 14 Mayıs 2013). Beyşehir’de yapılan sportif etkinlikler, sportif olta balıkçılığı, su altı dalışları, rüzgar sörfü, dağ bisikleti, zirve tırmanışları, yayla gezintileri, yamaç paraşütü, *off-road*, atlı gezintiler ve at yarışları, *paintball*, gibi etkinlikler önemli spor etkinlikleridir.

Yörede değerlendirilmeyi bekleyen başka turizm türleri de vardır: Sağlık turizmi ve kongre turizmidir.

İlçede Sıtmapınarı Şifalı Suları, kalsiyum, magnezyum, sodyum, ve karbonat gibi maddeler içeren Yeşil dağ Çamurluğu Kaplıcası, Sevindik Kasabasında yer alan acı alkali, bikarbonatlı Sevindik Şifalı Su Rezervleri bulunmaktadır (Büyükkafalı, 14 Mayıs 2013). İlçenin şifalı su rezervleri, temiz havası ve bozulmamış doğasından yararlanılarak henüz gelişmemiş olan bu turizm türü de geliştirilebilir.

Konya’nın üniversite sayısı, sanayi ve ticari kapasitesi, Beyşehir’de kongre turizminin hızlı gelişebilmesi bakımından büyük bir fırsattır. İlçenin altyapısı ve üstyapısıyla birlikte doğru planlandığı sürece kamu kurumları, üniversiteler ve özel sektör tarafından toplantı, kongre, eğitim ve seminerler için tercih edilen yerlerden biri olması mümkündür.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın temel amacı, Beyşehir’de yerel halkın turizm olgusuna yönelik tutumlarının belirlenmesi ve yerel halkın turizmin olası etkileri hakkındaki düşüncelerinin ortaya konulmasıdır. Bilindiği üzere bir yörede turizmin gelişebilmesi ve sürdürülebilirliği için yerel halkın turizmi kabulünün kazanılması ve halkın turizme hazırlanması gerekir. Bu amaçla, ilçe halkının turizm olgusuna yönelik tutumları belirlenmiş ve turizmin olası etkileri hakkındaki düşünceleri incelenmiştir. Ayrıca turizmin geliştirilmesi için yapılması gerekenler üzerinde de durulmuştur.

MATERYAL VE YÖNTEM

Materyal

Araştırma alanı olarak Konya’nın 31 ilçesinden biri olan Konya’ya 85 km. uzaklıktaki Beyşehir ilçesi seçilmiştir. Araştırma kapsamında, ilçenin turizm potansiyeli, yerel halkın turizm olgusuna bakışı, turizmin olası etkileri konusunda düşünceleri ve yerel halkın sektörden beklentileri ele alınmış turizmin geliştirilmesi için yapılması gerekenler üzerinde durulmuştur. Araştırmanın materyali; Beyşehir’de yaşayan yerel halka 4-6 Mayıs 2014 tarihleri arasında yüz yüze uygulanmış olan derinlemesine mülakatlardan gelen veriler üzerine oturmaktadır. Araştırmada ilçe merkezinde toplam 50 kişi ile görüşülmüştür. Araştırmada kullanılan veri toplama formu araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

Araştırmada toplam altı adet yarı yapılandırılmış soru kullanılmıştır. Bir formun doldurulması veya ses kaydı yaklaşık 30 dakika almıştır.

Yöntem

Araştırma keşifsel türde bir araştırmadır. Bu çalışmanın yönteminin ana temeli; yarı yapılandırılmış soru formuyla hazırlanmış niteliksel derinlemesine mülakatlardan gelen veriler üzerine oturmaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Yerel halkla mülakat aşamasında Beyşehir’de yaşayan kişiler rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Farklı tarihlerde yapılan mülakatlarda görüşülen kişilerin, bilgisi ve onayı dahilinde bazılarının ses kaydı alınarak, bazılarının ise yazı ile notları alınarak araştırma verilerine ulaşılmıştır. Veri kaynağı durumundaki kişilerin çeşitli kavramlar hakkında bilgilendirilmesi zorunluluğu, mülakat tekniğinin kullanılmasını gerektirmiştir. Verilerin nasıl toplanacağı, Yıldırım ve Şimşek (2013)’in belirtmiş olduğu gibi araştırmada katılımcılardan ne beklendiği, kendilerinden ne tür bir veri toplanacağı, bu verilerin nasıl analiz edileceği, açık bir şekilde aktarılmıştır. Araştırmada yer alan bireyler fiziksel veya psikolojik baskı olmaksızın özgür iradeleriyle ve gönüllü olarak bu süreçte yer almayı kabul etmişlerdir. Araştırma evrensel etik değerler ilkesi doğrultusunda sürdürülmüştür. Elde edilen veriler derlenerek araştırma bulgularında sunulmuştur.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada katılımcılardan elde edilen veriler sunulmadan önce örneklemin özelliklerini net bir şekilde ortaya koymak için görüşme yapılan kişilerin demografik bilgilerine Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2.Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Kişi Sayısı
Cinsiyet	Kadın	25
	Erkek	25
	Toplam	50
Yaş Aralığı	18-56 Kadınlar	
	24-61 Erkekler	
Medeni Hal	41’i evli	
	9’u bekar	
Eğitim Durumları	Kadın	Kişi Sayısı
	Okuryazar	10
	İlkokul	5
	Ortaokul	3
	Lise	5
	Üniversite	2
	Erkek	Kişi Sayısı
	İlkokul	8
	Ortaokul	7
	Lise	5
	Üniversite	5

Meslek Grupları	Kadın	Kişi Sayısı
	Ev hanımı	11
	Çiftçi	8
	Özel sektör çalışanı	6
	Erkek	Kişi Sayısı
	Çiftçi	10
	Emekli	9
	Özel sektör çalışanı	6

Kaynak: Yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerden oluşturulmuştur.

Katılımcıların hane halkı aylık gelir durumları ise en düşük 530 lira, en yüksek 3000 lira olduğu ve en yüksek ücreti sadece dört kişinin aldığı görülmüştür.

Beyşehir’de Yerel Halkın Turizm Sektörüne Bakışı ve Sektörden Beklentileri

Araştırmadan elde edilen verilere göre katılımcıların tamamı Beyşehir’de turizmin geliştirilmesini istemişlerdir. Turizmin geliştirilmesi yönündeki düşüncelerinin gerekçelerini ise şöyle sıralamışlardır: Öncelikle turizm sektörünün yörede istihdam olanağı sunacağı, tarım ve hayvancılığı destekleyeceği için çiftçinin ürettiği ürünlerin değer bulacağı, yörede ekonomik, sosyal, kültürel gelişim sağlayacağı, alt ve üstyapının hızla gelişeceği, tüm mal ve hizmetlerde talebi artıracığı, kültürel değerlere ve çevresel değerlere karşı halkta bilinç oluşacağı dolayısıyla daha duyarlı olunacağı düşünülmektedir. Turizm sektörünün alınan hizmetlerin niteliğini ve niceliğini artıracığı için halkın yaşam kalitesinin yükseleceğini düşünmektedirler.

Beyşehir’in Turistik Değerlerine Yönelik Algıları ve Değerlendirmeleri

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu tarihi alanları, yörenin en önemli çekiciliklerinden biri olarak belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük bir kısmının mutabık kaldığı çekiciliklerden bir diğeri, Beyşehir Gölü olmuştur. Uluslararası Beyşehir Göl Festivali, doğal güzellikleri, yaylalar, mağaralar vb. değerlerin yöre ve çevresi için önemini aktarmışlardır. Özellikle festival etkinliklerinde doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerin sergilenmesi açısından önemli olduğunu ve turistlerin yöreyi ziyaret etmelerini gerektirecek nedenler olduğunun altını önemle vurgulamışlardır.

Turizm ve Kalkınma İlişkisi Konusunda Düşünceleri

Tablo 3’de görüldüğü üzere katılımcıların tamamına yakını turizmin en çok ekonomik katkısına ve dolayısıyla istihdama yansıyan katkısına dikkat çekmişlerdir. Yörelerde nüfus yoğunluğunun altyapı ve üstyapının taşıma kapasitelerini etkileyebileceği için nitelikli altyapı ve üstyapının, sağlık, eğitim, ulaşım, otopark, mesire alanları, düzenli yapılaşma vb. yörelerde hızla geliştirileceğini aktarmışlardır. Yerel ürünlere, yerel tarım ürünlerine talebi artırdığını, tarihi dokunun korunmasında turizmin kişilerde farkındalık oluşturduğunu düşünmektedirler. Bu kapsamda herhangi bir yöreye yapılan ziyaretlerde tarihi dokunun korunmuş olduğunun gözlemlenmesi bile kişileri tarihi değerlerin korunması konusunda güdülediği düşünülmektedir. Aynı vurgu kültürel değerlerin,

gelenek ve göreneklerin yaşatılması konusunda da yapılmıştır. Ayrıca katılımcılar turizmin kadın istihdamının artırılmasında önemli bir rol aldığını dolayısıyla kadınları üretime teşvik eden bir sektör olduğunu düşünmektedirler. Diğer görüşler sosyal gelişimi sağladığı, tanınırlığı artırdığı, çevre konusunda bilinçlendirdiği ve medeniyetler arası köprü oluşturduğu vurgulanmıştır.

Tablo 3. Turizm ve Kalkınma Algıları

Verilen Cevaplar	Kişi Sayısı
Ekonomik gelişim sağlar bireylerde gelir artışı görülür.	38
İstihdam artışı yaratır.	35
Altyapı ve üstyapıyı gelişimini hızlandırır.	25
Yerel ürünlere olan talebi artırır.	22
Tarihi alanların korunmasında halkta farkındalık oluşur.	20
Çiftçinin ürettiği ürün değerlenir ve geleneksel tarım ürünlerine talep artar.	19
Sosyal gelişim sağlar.	18
Kültürel gelişim sağlar ve kültür bilinci aşılar.	16
Kadın istihdamını artırır.	13
Geleneği sürdürür ve gelecek kuşaklara aktarır.	12
Yörelere tanınırlığını artırır.	9
Alınan tüm hizmetlerin kalitesi artar.	7
Çevresel konulara karşı halkta bilinç oluşturur.	4
Turizm yörelere medeniyetleri taşır.	4

Kaynak: Yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerden oluşturulmuştur.

Beyşehir'in Turistlerin Beklentilerini Karşılatabilme Olanğı ve Çözüm Önerileri

Beyşehir halkının tamamına yakını ilçenin turist beklentilerini karşılayabilecek kapasitesinin henüz tam anlamıyla yeterli olmadığı görüşündedirler. Tablo 4'de görüldüğü gibi, öncelikle yol çalışmalarının tamamlanması konusunu önemsemektedirler. Konaklama işletmelerinin, yeme içme işletmelerinin çoğaltılması ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarına karşılık verecek şekilde çeşitlendirilmesi gerektiği aktarılmıştır. Katılımcılar ilçede otopark alanlarının yetersizliğini özellikle yoğun yaz aylarında ihtiyacı karşılayamadığını yeni otopark alanlarının açılması gerektiğini önemle vurgulamışlardır. Sertifikalı yerel ürünlerin üretilmesi, turizm sayesinde bu ürünlerden ilçe ekonomisine kayda değer ciddi ve doğrudan ekonomik katkılar sağlanacağını ve özellikle kadınlara yapacağı katkısı vurgulanmıştır. Ayrıca turistik alanların onarılması, gezi araçlarının tahsis edilmesi ve gezi alanlarında WC'lerin çoğaltılması önerilmektedir.

Tablo 4.Beyşehir'in Turist Beklentilerini Karşılatabilme Durumu ve Önerileri

Turist Beklentilerini Karşılatabilme Olanağı	Kişi Sayısı	Yapılması Önerilenler	Kişi Sayısı
Şu an yeterli değil.	27	Yol çalışmaları tamamlanmalı.	40
Kesinlikle yeterli değil.	13	Konaklama imkanları geliştirilmeli.	32
Kısmen yeterli.	8	Altyapı ve üstyapı geliştirilmeli.	28
Fikrim yok.	2	Yeme içme işletmeleri geliştirilmeli.	25
		Otopark alanları açılmalı.	22
		Sertifikalı yerel ürünler üretilmeli.	18
		Sosyal alanlar yapılmalı.	17
		Turistik alanlar onarılmalı.	16
		Yeme içme işletmeleri çoğaltılmalı.	12
		Şehir merkezinde ve tüm gezi yapılan alanlarda WC ler çoğaltılmalı.	9

Kaynak: Yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerden oluşturulmuştur.

Turizmin Olumsuz Etkileri Konusunda Görüşleri

Tablo 5'de görüldüğü gibi katılımcılar en çok çarpık yapılaşmaya vurgu yapmışlardır. Alınan hizmetlerin ve kiralara artış göstereceği diğer olumsuz etkisi olarak görülmektedir. Turizme hazırlanmamış yerel halkın özellikle gençlerin kültürel yozlaşmalarla karşılaşabileceğini ancak bu sıkıntıların üniversitelerin destekleyeceği çalışmalarla ve yerel yönetim tarafından alınacak tedbirlerle aşılabileceğini belirtmişlerdir. Katılımcıların önemle üzerinde durduğu diğer olumsuz etkiler ise, gürültü kirliliği, çevre kirliliği, kapasite üstü nüfus artışları ve su kirliliği yaşanabileceğini aktarmışlardır.

Tablo 5.Turizmin Olumsuz Etkileri

Verilen Cevaplar	Kişi Sayısı
Çarpık yapılaşma yaşanır.	26
Kiralar vd. alınan hizmetlerde fiyat artışı yaşanır.	26
Kültürel yozlaşma olur.	21
Gürültü kirliliği görülür.	17
Çevre kirliliği oluşur.	16
Kapasite üstü aşırı nüfus artışı yaşanır.	15
Su kirliliği görülür.	10
Bir fikrim yok.	7

Kaynak: Yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerden oluşturulmuştur.

Beyşehir'de Turizmin Gelişebilmesi İçin Yapılması Gerekenler ve Bu Çalışmalara Dahil Olması Gereken Aktörler

Araştırmadan da görüldüğü üzere ilçenin coğrafi, kültürel, sosyal, tarihi, ekonomik vb. yapısı doğrultusunda katılımcılardan çok çeşitlilik gösteren cevaplar alınmıştır. Ancak yapılması gereken bütün bu çalışmalar sonucunda Beyşehir'de turizmin gelişebileceğine ve dolayısıyla turizm sektörünün Beyşehir'in kalkınmasında rol oynayabileceğine dikkat

çekmişlerdir. Tablo 6’da görüldüğü üzere kısaca tüm adı geçen kurum ve kuruluşların, yetkili kişilerin sorumluluk alıp, koordineli olarak çok çalışmaları gerektiğini vurgulamışlardır.

Tablo 6. Turizmin Gelişmesi İçin Yapılması Gerekenler ve Dahil Olması Gereken Aktörler

Yapılacak Olan Çalışmalar	Kişi Sayısı	Dahil Olacak İlgili Aktörler	Kişi Sayısı
Kamu yatırımları artırılmalı.	42	Beyşehir Belediyesi.	50
Altyapı ve üstyapı hazırlanmalı.	37	Beyşehir Kaymakamlığı.	44
Yol çalışmaları en kısa sürede tamamlanmalı.	37	Konya Büyükşehir Belediyesi.	32
Tarihi alanlar düzenlenmeli.	34	Kamu ve özel, ilgili bütün kurum ve kuruluşlar.	28
Tanıtımlar yapılmalı yerel ve ulusal, yazılı ve görsel medyadan yararlanılmalı.	30	Yazılı ve görsel basın.	22
Halk turizme hazırlanmalı.	28	Kültür ve Turizm Bakanlığı.	21
Alternatif konaklama işletmeleri geliştirilmeli.	26	Sivil toplum kuruluşları.	19
Göl gezintileri yaygınlaştırılmalı..	25	Muhtarlar.	16
Mağaralara ulaşım sıkıntıları giderilmeli.	25	Halk Eğitim Merkezi.	13
Su sporları yaygınlaştırılmalı.	25	Üniversiteler.	10
Sertifikalı ürünlerin üretilmesi teşvik edilmeli ve ziyaretçilere sunulmalı.	23	Yerel esnaf, yerel girişimciler.	8
Göl içi ve kenarı doku bozulmadan temizlenmeli.	19	Yerel halk.	7
Milli Park Kısıtlayıcı hükümleri yöre gerçeklerine uygun olarak tekrar gözden geçirilmeli.	19	Turizm acenteleri.	6
Turizm envanteri çıkartılmalı.	17		
Flora ve fauna envanter çalışmaları yapılmalı.	17		
Doğru planlama yapılmalı.	15		
Festival vb. etkinlikler artırılmalı.	13		
Rehber ve gezi araçları temin edilmeli.	13		
Üniversiteler konferanslar yapmalı.	10		
Çevre düzenlerine önem verilmeli.	10		
Yöneticiler turizm konusunda eğitilmeli.	9		
Var olan tüm kaynaklar sürdürülebilir bir şekilde kullanıma sunulmalı.	7		

Kaynak: Yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerden oluşturulmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Her destinasyonda turizmin sürdürülebilir olması için ekonomik yönü kadar sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarını da önemseyen bir yaklaşımla turizm ele alınmalıdır. Turizmin sürdürülebilir olması için kaynak koruma, yerele olan katkı, yerel sahiplenme, paydaşlar arası işbirliği ve koordinasyon, eğitim ve bilinçlendirmeye yönelik katkılar

önemsenmelidir. Sadece ekonomik faydalarının önemsendiği kalkınma süreçlerinde turizm için cazibe unsurları olan doğal, tarihi ve kültürel kaynakların tehdit altında kalması, zarar görmesi ve süreç içinde yok olması kaçınılmazdır (Küçük, 2013d, s. 11). Ancak bütün bunlar tek başına yeterli değildir. Bir yörede turizmin geliştirilebilmesi için yerel sahiplenme ve yerel kabul olmazsa olmazlardan biridir. Destinasyonlarda turizmin halka rağmen sürdürülebilirliği söz konusu bile değildir. Bilindiği üzere turizmin toplam etkisi de yerel halkın turizme olan desteğini şekillendirmektedir.

“Bölge halkı turizmden katkı görmesi gereken aktörler arasında en önde gelmektedir. Turizmin yarattığı katma değere bağlı olarak turizmin gelişimine yerel halkın desteğini artırır. Ayrıca yerel halk turizm gelişiminin bölgesel değerleri koruyarak gelişmesinde de kilit konumdaki katılımcıdır” (Türkay, 2014, s. 98). Bir destinasyonda turizmin olumsuz etkilerini ve yerel halkta oluşabilecek olan olumsuz düşüncelerin bertaraf edilmesinde “yerel yönetimler” in turizm planlaması ve turizm yönetim performansı hayati önem taşır.

Araştırmada, katılımcıların tamamının turizmle ilgili algıları olumlu yönde ve turizme katılım eğilimleri yüksektir. Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel kalkınmaya önemli katkılar sağlayan sektör olduğu görüşü öne çıkmıştır. Kültürün korunacağı ve gelecek kuşaklara aktarılacağı, tarihi alanların korunacağı, yerel ürünlere olan ilgiyi artıracığı, geleneksel tarım ürünleri üretim ve talebi teşvik edeceği, kadın istihdamını artıracığı, kültürler arası olumlu etkileşimin sağlanacağı vb. görüşü öne çıkmıştır. Diğer yandan, altyapı ve üstyapıyı geliştireceği, hizmetlerin kalitesinin bir standarda ulaşacağı düşünülmektedir. Turizmin yöreye yatırımların artırılması için kullanılması da yerel halkın diğer beklentileri arasında yer almaktadır. Ayrıca katılımcılar turizmden kişisel olarak fayda elde edebileceklerini de düşünmektedirler.

Turizmin olumsuz etkilerini, kısa ve uzun vadede çarpık kentleşme, kira artışları ve hizmetlerde fiyat artışı, genç nesilde kültürel yozlaşmalar olarak değerlendirmişlerdir. Çevre kirliliği, su kirliliği, gürültü kirliliği ve aşırı nüfus artışı yaşanabileceği de düşünülmektedir. Turizmin olumsuz etkilerine yönelik görüşlerinde ise, cinsiyete göre bir görüş farklılığı ortaya çıkmamıştır. Olumsuz etkilerin giderilmesinde ise turizm planlamasında ve yönetiminde ilgili kurumların gösterebilecekleri hassasiyetler doğrultusunda aşılabileceği düşünülmektedir. Bilindiği üzere günümüzde turizmden bir başarı sağlamanın başarı kriteri giderek yönetsel yapının etkinliğine bağlanmaktadır. Bu noktada yerel halk turizmin yapabileceği olumlu ve olumsuz tüm etkileri ayırt etmektedir ve halk oldukça bilinçlidir. Bu durum günümüzde Beyşehir’de geliştirilecek olan turizm sürdürülebilirliği bakımından önem taşımaktadır.

Katılımcılar Beyşehir’de turizmin geliştirilmesi için öncelikle şunların yapılmasını önermişlerdir: Kamu yatırımlarının artırılması, doğru planlama yapılması, turizm envanterinin çıkartılması, yaban hayatın *fauna* ve *floranın* yüzey araştırması ve envanterinin çıkarılması, tüm altyapı ve üstyapının tekrar gözden geçirilerek hazırlanması, tarihi alanların düzenlenmesi, Milli Park’ın kısıtlayıcı hükümlerinin tekrar gözden

geçirilmesi, halkın eğitilerek turizme hazırlanması, gölün dokusu korunarak temizlenmesi, tanıtımların artırılması, festival vb. etkinliklerin artırılması, konferansların yapılması, çevre düzenlerinin itina ile yapılması ve var olan tüm kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması gerektiğini önermişlerdir.

Sonuç olarak ilçenin turizm olanaklarının çeşitliliği, doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri ve ulaşım olanakları önemli bir fırsattır. Bütün bu zenginlikler ve yerel halkın turizm olgusuna olumlu bakışı göz önünde bulundurulduğunda, günümüzde henüz tam olarak değerlendirilememiş olan ilçe turizminin bir vizyon ile ortaya konularak, doğru konumlama ve oluşturulacak güçlü bir *imaj* ile gelecekte marka olarak ne kadar gelişebileceği açık bir şekilde görülmektedir.

Teşekkür: Bu araştırmanın Beyşehir’de yüz yüze görüşmelerinin yapılmasında emeği geçen “Kore Gazisi Dedem Mustafa ARIKAN”a, derinlemesine görüşmelerin yapıldığı Beyşehir halkına, AK Parti Konya Milletvekili Mustafa AKIŞ’a, Beyşehir Kaymakamı Muzaffer BAŞIBÜYÜK’e, Beyşehir Ziraat Odası Başkanı Adem METLİ’ye, Beyşehir Kültür ve Turizm Derneği Başkanı Mustafa BÜYÜKKAFALI’ya, katkılarından dolayı teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

- Akış, M. (2013). Sözlü görüşme Adalet ve Kalkınma Partisi 24. Dönem Konya Milletvekili, 12 Haziran 2013.
- Arcak, M. (2011). *Beyşehir*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü. Ankara: Sistem Ofset.
- Arslan, M. (2011). Beyşehir (Konya) Yer Adları ve Onomastik Bilimine Katkıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 337-343.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayva, A. (2007). Beyşehir Gölü Üzerine Anlatılan “Göl Üzerinden Yürüyerek Geçme” Motifi Üzerine. *Millî Folklor Dergisi*, 76(19), 191-201.
- Başibüyük, M. (2013). Sözlü görüşme Beyşehir Kaymakamı, 14 Mayıs 2013.
- Beyşehir Belediyesi (2014). [URL: <http://www.beysehir.bel.tr>](Erişim 29 Ağustos 2014).
- Beyşehir Ticaret Odası (2014). [URL:<http://www.beysehirto.org>](Erişim 29 Ağustos 2014).
- Bilim, Y. ve Özer, Ö. (2013). Yerel Halk Gözüyle Konya’da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri. *I. Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, UNİKOP, Konya. [URL: <http://www.unikop.org/makale/KS13-4-08.pdf>](Erişim 28 Ağustos 2014).
- Büyükkafalı, M. (2013). Sözlü görüşme Beyşehir Kültür ve Turizm Derneği Dernek Başkanı, 14 Mayıs 2013.

- Cengiz, E. Ve Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 19-37.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı. *Millî Folklor Dergisi*, 22(87), 181-190.
- Efe, İ. (2012). *Eşrefoğlu Camii ve Külliyesi Beyşehir*. Konya: Dokuz Yayınları.
- Erdemir, Y. (1999). *Beyşehir Eşrefoğlu Süleyman Bey Camii ve Külliyesi*. Beyşehir: Beyşehir Vakfı Yayınları.
- Fesenmaier, D. R., O'Leary, J. ve Uysal, M. (Eds.)(1996). *Advances in Tourism Marketing Methodologies*. Haworth Press, New York.
- Güngör, S. ve Arslan, M. (2003). Beyşehir İlçesi ve Yakın Çevresi Turizm ve Rekreasyon Kullanımına Yönelik Peyzaj Potansiyellerinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17(32), 64-73.
- Gümüş, N. Özüpekçe, S. (2009). Foça'da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Küçük, M. (2012). Turizmin Yerel Kalkınmaya Etkisi: Ankara Kızılcahamam Örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Küçük, M. (2013b:). Konya İli Beyşehir İlçesinin Turizm Potansiyeli ve Turizm Etkinliklerinin Değerlendirilmesi. *VI. Yönetim ve Ekonomi Bilimleri Konferansı-YEBKO*, Kuşadası.
- Küçük, M. (2013c:). Beyşehir İlçesi Turizm Potansiyelinin Yerel Kalkınmada Bir Etken Olarak Harekete Geçirilmesinde Yerel Aktörlerin Rolü ve Önemi: Konya İli Beyşehir İlçesi Üzerine Bir Alan Araştırması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 111-128.[URL: http://www.sosbilko.net/dergi_YBD/arsiv_2013.html] (Erişim 01 Eylül 2014).
- Küçük, M. (2013d:). Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Alan Araştırması. *I. Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, UNİKOP, Konya. [URL: <http://www.unikop.org/makale/KS13-4-02.pdf>].(Erişim 01 Eylül 2014).
- Küçük, M. (2013a:). Konaklama İşletmeleri ve Çevre Duyarlı Uygulamalar. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 1238-1257.
- Liu, J. C., Sheldon, P. ve Var, T. (1987). Resident Perceptions of The Environmental Impact of Tourism. *Annals of Tourism Research*, (14), 17-37.
- McCool, S. F. ve Martin, S. T. (1994). Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Mastny, L. (2001). *Traveling Light: New Paths for International Tourism*. Worldwatch paper 159, pp.47.
- Metli, A. (2013). Sözlü görüşme Beyşehir Ziraat Odası Başkanı, 15 Mayıs 2013.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*, Routledge, New York.

- Muşmal, H. (2006). XVIII. ve XIX. Yüzyıllarda Beyşehir Kenti'nde Bulunan Müesseseler ve Vakıfları. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (19), 231-264.
- Özdemir, M.A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 1-25.
- Perdue, R.R., Long, P. T. ve Allen, L. (1990). Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes by Community Level of Tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- Prentice, R. (1993). Community-Driven Tourism Planning and Residents' Preferences. *Tourism Management*, (14), 218-227.
- Türkay, O. (2014). Destinasyon Yönetimi: Yönetim Bilim Bakış Açısıyla İşlevler, Yaklaşımlar ve Araçlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2014). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi*, 2013, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/>] (Erişim 29 Ağustos 2014).
- World Tourism Organization (2014). *Tourism Highlights, 2013 Edition*. [URL: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>] (Erişim 01. Temmuz 2014).
- Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yoon, Y., Gursoy, D. ve Chen, J.S. (2001). Validating a Tourism Development Theory With Structural Equation Modeling. *Tourism Management*, (22), 363-372.

YEREL HALKIN TURİZME BAKIŞ AÇISI: BODRUM İLÇESİ ÖRNEĞİ

Nazik ÇELİKKANAT
Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
nazikcelikkanat@gmail.com

Evren GÜÇER
Yrd. Doç. Dr. Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
evrengucer@gazi.edu.tr

ÖZET

Yerel halkın turizme bakış açısının incelenmesi, turizmin gelişimi için doğru planlama yapılmasına ve gelecekte beklenen turizm hareketleri için doğru yolda ilerlememize ışık tutacaktır. Buradan hareketle çalışmada, yöre halkının turizme ilişkin algıları ve tutumlarının belirlenmesi ve yerel halkın bireysel özellikleri ile turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri arasındaki farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda turizmin yerel halka olan etkileri incelenecektir. Araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek için Yoon, Gürsoy ve Chen (2001) tarafından geliştirilen anket, 2014 yılında Bodrum İlçesi'ndeki yerel halka uygulanmış ve belirlenen evrenin içerisinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile (%46,9) 181 Kadın, (%53,1) 205 Erkek olmak üzere toplam 386 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Elde edilen verilerin analizinde, “faktör”, “yüzde”, “frekans”, “bağımsız örneklem için t-testi”, “tek faktörlü varyans (Anova) analizi”, “Tukey (HSD) testi” analizleri kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halk, Ekonomik Etki, Sosyal Etki, Kültürel Etki, Çevresel Etki

GİRİŞ

Türkiye’de turizm sürekli gelişen ve ekonomiye büyük katkısı olan bir sektördür. Bu sektörün daha çok gelişebilmesi, diğer olumlu etkilerinin artırılabilmesi ve olumsuz etkilerinin azaltılabilmesi için planlı bir gelişim süresi gerekmektedir. Bu planlı gelişim süresinde yerel halkın desteğine ihtiyaç vardır. Yerel halkın bilinçlendirilip, bu sürece dâhil edilmesi, turizmden beklenen faydaları üst seviyeye çıkartacaktır.

Turizm, farklı sosyal ve kültürel değerlere sahip insanları bir araya getiren ve aralarında etkileşim sağlayan sosyal bir olaydır. Bu etkileşim yerel halk ve turistlerin davranışlarında, yaşam tarzlarında çeşitli değişikliklere yol açabilir (Çevirgen ve Demir, 2006). Dolayısıyla turist ve yerel halk ilişkisinin yoğunluğu ve biçimini etkileyen faktörleri bilmek önemlidir. Bu faktörler, yerli toplumun yapısı, yerlilerin turistlere karşı tutumları, turistlerin yerlilere karşı tutumları, turistlerin yerli topluma aykırı davranışları, çıkar çatışmaları, iletişim güçlüğü, kitle turizmin etkisi, yaşam biçimindeki ayrılıklar, yerlilerin gerçek özelliklerini yitirmelerinin etkisi şeklinde verilmektedir ve bu ilişkilerin sonuçları, turizmden beklenen faydalarla doğrudan bağlantılıdır (Doğan, 2004).

Türkiye’de turizm en çok ekonomik yönü ile ele alınmıştır. Turizmin önemli ölçüde gelir getirmesi ve döviz kazandırmasından dolayı ekonomik yaklaşım yaygınlaşmıştır (Kozak,

Kozak ve Kozak, 2012). Bunun yanı sıra, yerel halkın sosyo-kültürel yönden ne derecede etkilendiğinin ve turizme bakış açılarının neler olduğu da önemli bir faktördür (Avcıkurt, 2003). Turizmin, var olduğu ya da gelişmeye başladığı ülke ya da bölge mekânı üzerinde olduğu kadar, toplumsal ve ekonomik yapısı üzerinde de olumlu ve olumsuz etkileri mevcuttur. Turist para, yenilik ve fikir getirmekte, dolayısıyla beslenmek, barınmak ve eğlenmek istemektedir. Eğer ülke ya da bölge kaynakları turistlerin bu ihtiyaçlarını karşılamaya yöneltirirse, bu kez yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayacak kaynaklar değişecek ya da zayıflayacaktır. Bunların yanı sıra, turizm yarattığı iş olanakları ile olumlu etkilere neden olduğu gibi, toplumsal sorunlar ortaya çıkarması, çevre sorunları yaratması gibi olumsuz etkilere de neden olacaktır (Özgüç, 1998).

Yerel halkın, turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri hakkındaki algıları turizmin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu yüzden bir bölgedeki yöre halkının görüşleri, istekleri araştırılmalıdır. Özellikle toplumlarda önemli bir role sahip olan genç nüfusun görüşleri oldukça önemlidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yerel halkın turiste ve turizme olan tutumunun çok önemli olması birçok araştırmacıyı (Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Eren ve Aypek, 2012; Alaeddinoğlu, 2007; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Doğan ve Üngören, 2010; Golzardi, Sarvaramini, Sadatasılan ve Sarvaramini, 2012) bu yönde araştırma yapmaya teşvik etmiştir.

Gümüş ve Özüpekçe'nin (2009) yaptığı çalışmada, katılımcılar tarafından, turizmin ekonomiye en büyük katkısı sağlayan sektör olduğu belirtilmesine rağmen turizmin istihdam sorununu çözmekte tek başına yeterli olmadığı fakat kadınların çalışma hayatındaki varlığının artışından dolayı ise turizmin teşvik edici etkisi olduğu düşünülmektedir. Turizm nedeniyle bölgeye olan göç sayısının arttığı belirtilmektedir. Çevresel olarak, turistik tesislerin kıyı kullanımı açısından olumsuz sonuçlar doğurduğu tespit edilmiştir. Ayrıca turizm, ekonomik, sosyal ve kültürel yapıda yarattığı değişimlerle ilgili cinsiyete, meslek grubuna, öğrenim seviyesine göre değişiklikler gösterdiği vurgulanmaktadır. Eren ve Aypek'in (2012) çalışmasında; turistik işletmelerin ve turistlerin çevreye zarar vermedikleri, turizmin bölgeye istihdam sağladığı ortaya çıkmıştır. Olumsuz görüş olarak ise turizmin, kamu hizmetlerini arttırmadığı görüşü mevcuttur. Genel olarak değerlendirildiğinde yerel halkın, turizm gelişimine karşı olumlu tutum sergilediği tespit edilmiştir. Alaeddinoğlu'nun (2007) çalışmasında ise, Van halkının turiste ve turizme son derece olumlu baktıkları, turizm için yapılacak yatırımların halk tarafından destekleneceği, turizmin iş olanağı, ekonomik büyüme sağlayacağı, Van'ın gelişimine ve dışa açılmasına katkıda bulunacağı ifade edilmiştir. Olumsuz düşünce ise, turizm nedeniyle mal ve hizmet fiyatlarının yükseleceği, elde edilen gelirin halka doğrudan yansıtılmayacağı, buna ek olarak özellikle gençlerin ahlaki değerlerinde bir düşüş olacağı, giyim tarzlarının olumsuz yönde değişeceği görüşü de mevcuttur. Genel olarak, turizmin

bu olumsuz görüşlere rağmen bölgede olumlu sonuçlar yaratacağına inanılmaktadır. Özdemir ve Kervankıran'ın (2011) Afyonkarahisar örnekli çalışmalarında alınan cevaplara bakıldığında, turizmin olumsuz etkileri fark edilmediğinden halkın turizme sıcak baktığı ve aktif olarak turizme katıldığı anlaşılmaktadır. Çalışmaya göre yerel halk, turizm ile birlikte ekonominin gelişeceği, doğal, tarihi ve kültürel değerlerin tanınacağı, korunacağı beklenmektedir. Ayrıca, termal turizm dışında, doğal, tarihi ve kültürel imkânların turizme kazandırılması ve mevcut tesislerin hizmet kalitelerini artırmaları önerisi getirilmiştir. Haralambopoulos ve Pizam'ın (1996) Yunanistan'ın Samos bölgesinde uyguladıkları çalışmasında katılımcılar tarafından, turizmin ekonomik açıdan olumlu etkiler meydana getirdiği görüşü savunulmaktadır. Bu etkiler, istihdam, şehrin genel vergi geliri ve kişisel gelirlerden oluşmaktadır. Buna ek olarak bireysel suçların, kavganın, cinsel taciz ve uyuşturucu bağımlılığının turizm nedeniyle arttığı da belirtilmiştir. Ayrıca, turizmin bir sonucu olarak yabancılara karşı yerel konukseverliğin arttığını, bunun sonucu olarak bölge imajı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Bir diğer önemli sonuç ise, katılımcıların sosyo-ekonomik özellikleri ile turizmin etkilerini algılama arasında güçlü bir ilişki olmasının ortaya konulmasıdır. Sosyo-demografik özellikler de katılımcılar arasında anlamlı algısal farklılıkları ortaya koymaktadır. Bu farklılıklar, yerel halkın ne kadar süredir bu bölgede yaşadıklarına, meslek gruplarına, hane halkı büyüklüğüne, eğitim düzeyine, gelir durumuna ve turizmde aile üyelerinin bir veya birden fazla kişinin istihdam etmesine bağlıdır. Doğan ve Üngören'in (2010) Alanya halkına uyguladığı çalışmada halkın, turizmin kültürel ve sosyal açıdan tehdit oluşturup oluşturmadığı konusunda kararsızlık içinde olduğu ortaya çıkmıştır. Bekârların, evlilere göre turizmden sosyo-kültürel olarak daha olumlu etkilendiği, ev hanımı, memur ve serbest meslek sahiplerinin turizmden kaynaklı tehdit algılamalarının diğer meslek gruplarına göre daha yüksek olduğu, eğitim düzeyi arttıkça sosyo-kültürel tehdit algılamasının azaldığı, ailesinde turizmde çalışan birisi olmayan bireylerin turizmden kaynaklı sosyo-kültürel tehdit algılamalarının ailesinde turizmde çalışan birisi olan bireylere göre daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Bir diğer görüş, turizmin yabancı dil öğrenimine, başka toplum ve kültürlerle saygı duymaya katkı sağladığıdır. Bunun yanı sıra, turizmle birlikte alkol tüketiminin arttığı da vurgulanmıştır. Golzardi, Sarvaramini, Sadatasilan ve Sarvaramini'nin (2012) İran'ın Niasar bölgesinde yaptığı çalışmanın sonuçları, sakinlerin turizme karşı olumlu bir algıya sahip olduğunu göstermektedir. Turizm gelişimine yönelik tutumlar yaş, gelir, eğitim ve ikamet uzunluğu ile toplamda dört değişken olarak belirtilmiştir. Niasar sakinlerinin, yerel turizmin kalkınmasına destek oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların, turizmin iş ve ekonomik büyümenin yanı sıra yaşam kalitesi üzerinde de olumlu etkisi olduğu fakat turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerine yönelik endişeleri olduğu da ortaya çıkan sonuçlardır.

YÖNTEM

Çalışmanın araştırma bölümünde, öncelikle araştırmanın amacı, evren ve örnekleme, araştırma modeli, veri toplama yöntemi ve verilerin analizi hakkında bilgiler verilecektir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel olarak iki amacı bulunmaktadır. Birinci amaç; yerel halkın turizme ilişkin algıları ve tutumlarının tespit edilmesidir.

Çalışmanın ikinci amacı; Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri ile yerel halkın bireysel özelliklerine göre farklılık olup olmadığının belirlenmesidir.

Bu amaçlar doğrultusunda, Bodrum İlçesi'ndeki turizm gelişimini etkileyen sorunların tespiti ve tespit edilen sorunlar üzerinden çözüm önerileri, yerel halk örnekleminde yola çıkılarak gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Bodrum İlçesi'nde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2013 yılındaki verilerine göre Bodrum İlçesi'nin toplam nüfusu 140.716 kişidir (TÜİK, 2014). Evren içerisinde örneklem büyüklüğü tablodan (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004) ± 0.05 örnekleme hatası ile 383 olarak belirlenmiştir ve yerel halka 386 adet anket uygulanmıştır.

Araştırmanın anketi Bodrum İlçesi ile sınırlandırılmış ve anketlerin amacına uygun doldurulması sağlanmıştır. Sadece Bodrum'da yaşayan yerel halka anket uygulanmış ve Bodrum'da tatil için bulunan veya eş, dost ziyareti için gelen kişiler anket dışında tutulmuştur.

Araştırma Modeli

Çalışmanın amacı doğrultusunda turizmin etkileri ile ilgili kullanılan ölçek ifadelerinden faktör analizi yapılmış ve bu analizin sonuçlarına göre “ekonomik etkileri”, “sosyal etkileri”, “kültürel etkileri” ve “çevresel etkileri” olarak 4 boyut elde edilmiştir. Elde edilen boyutlar sonucunda oluşturulan hipotezler şu şekildedir;

- H₁:** Turizmin ekonomik etkileri ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık vardır.
- H₂:** Turizmin sosyal etkileri ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık vardır.
- H₃:** Turizmin kültürel etkileri ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık vardır.
- H₄:** Turizmin çevresel etkileri ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık vardır.

Veri Toplama Tekniği

Araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturmak amacıyla ilgili literatür incelenmiştir. Literatür ve teorilerin araştırılmasında birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Araştırma için veri toplama tekniği olarak Yoon, Gürsoy ve Chen (2001) tarafından geliştirilen “algılanan turizm etkileri” ölçeği kullanılmıştır.

Çalışma kapsamında 21 maddelik ölçek ifadelerine faktör analizi yapılmış ve 4 boyut elde edilmiştir. Elde edilen bu boyutlar; ekonomik etkiler (8 ifade), sosyal etkiler (6 ifade), kültürel etkiler (4 ifade), çevresel etkiler (3 ifade) olarak ifade edilmiştir. Bölgedeki istihdam, yatırım, harcamalar, turizm nedeniyle değişen yaşam standardı, mal ve hizmetlerin fiyatları, turizmin yerel halk ve küçük işletmelere etkisi, yerel yönetimler için turizm gelirleri, kamusal turistik imkânların geliştirilmesi “ekonomik etkiler” boyutunu, turistlerin yüksek harcamalar yapması, geleneksel kültürel değerlerimiz, turizm destinasyonlarında yaşamak, kamusal turistik imkânların iyileştirilmesi, toplum içinde oluşan şiddet, suç oranı “sosyal etkiler” boyutunu, yerel halk tarafından yapılan çeşitli kültürel aktiviteler, turistler ve yerel halk arasındaki kültür alışverişi, farklı bölgelerden gelen turistlerle tanışmak, kültürel kimlik “kültürel etkiler” boyutunu oluştururken, trafikte kirlilik, otel ve diğer turistik tesislerin inşaatı, park ve diğer rekreasyonel alanlar ise “çevresel etkiler” boyutunu oluşturmaktadır. Yerel halkın demografik özelliklerini belirlemeye yönelik de 12 tane soru sorulmuştur. Cevaplayıcıların demografik özellikleri ile ilgili sorular; cinsiyetini, yaşını, medeni durumunu, eğitim düzeyini, meslek grubunu, turizm sektöründe çalışıp çalışmadıklarını, yabancı dil bilgisini, yabancı dil seviyesini, gelir durumunu, ikamet edilen yeri ve kaç yıldır Bodrum yarımadasında ikamet ettiklerini ölçen sorulardan oluşmaktadır.

Ankette yer alan soruların cevaplandırılmasında demografik özelliklerle ilgili sorularda muhtelif seçenekler sunulup, diğer seçeneklerle ilgili sorularda 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeğini kullanmanın amacı, sayısal olmayan verilerin sınıflandırılabilmesini ve değerlendirilebilmesini sağlamak amaçlı olup, yöre halkının turizme bakış açılarını ölçmek amaçlı “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “Katılıyorum”, “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde düzenlenmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada anket aracı ile elde edilen verilerin analizinde farklı istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. İstatistiksel veri analizi programına aktarılan verilere öncelikle betimsel istatistik yöntemlerinden olan frekans analizi uygulanmıştır. Frekans analizi sonucunda araştırmaya katılanların bireysel özelliklerine göre (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, turizm sektöründe çalışıp çalışmadıkları, yabancı dil bilgisi, gelir durumu, ikamet edilen yer, ikamet yılı) frekans ve yüzde dağılımları tablolaştırılmıştır (Tablo 1).

Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin bireysel özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek için t testi (iki grubu karşılaştırmak için) ve ANOVA (ikiden fazla grubu karşılaştırmak için) testi uygulanmıştır ve bu boyutların bireysel özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir (Tablo 3-4-5-6).

BULGULAR

Tablo 1’de araştırmaya katılanların bireysel özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

Tablo 1. Yerel Halkın Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	181	46,9
	Erkek	205	53,1
Yaş	18 ve yaş altı	35	9,1
	19-25 yaş aralığı	100	25,9
	26-32 yaş aralığı	69	17,9
	33-39 yaş aralığı	58	15,0
	40-46 yaş aralığı	42	10,9
	47-53 yaş aralığı	41	10,6
	54-60 yaş aralığı	31	8,0
	61 ve yaş üzeri	10	2,6
Medeni Durum	Bekâr	187	48,4
	Evli, Çocuksuz	33	8,5
	Evli ve Çocuklu	156	40,4
	Diğer	10	2,6
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	85	22,0
	Lise	142	36,8
	Önlisans	44	11,4
	Lisans	107	27,7
	Lisansüstü	8	2,1
Meslek	Memur	51	13,2
	Esnaf	42	10,9
	Turizmci	30	7,8
	Emekli	13	3,4
	Ev hanımı	32	8,3
	Öğrenci	62	16,1
	Diğer	156	40,4
Turizm Sektöründe Çalışıp Çalışmadıkları	Evet	208	53,9
	Hayır	178	46,1

Yabancı Dil	Evet	256	66,3
	Hayır	130	33,7
Gelir Durumu (Hane toplamı)	0-850 gelir aralığı	15	3,9
	851-1600 gelir aralığı	87	22,5
	1601-2350 gelir aralığı	100	25,9
	2351-3100 gelir aralığı	62	16,1
	3101-3850 gelir aralığı	51	13,2
	3851 ve üzeri gelir	71	18,4
İkamet Edilen Yer	Bodrum merkez	220	57,0
	Belde	166	43,0
İkamet Yılı	1 yıldan az	7	1,8
	1-5 yıl aralığı	63	16,3
	6-10 yıl aralığı	44	11,4
	11-15 yıl aralığı	38	9,8
	16-20 yıl aralığı	66	17,1
	21-25 yıl aralığı	79	20,5
	26-30 yıl aralığı	25	6,5
	31 ve üzeri yıl	64	16,6

Tablo'dan da görülebileceği üzere, ankete katılan yerel halkın %46,9'unu kadınlar, %53,1'ini de erkekler oluşturmaktadır. Ankete katılan yerel halkın yaş dağılımları incelendiğinde, %25,9'luk oran ile en fazla katılımcının 19-25 yaş aralığı, en az katılımcının ise, %2,6'lık oran ile 61 ve yaş grubundan olduğu görülmektedir. Ankete katılan yerel halkın, %48,4'ü bekâr, %40,4'ü evli ve çocuklu, %8,5'i evli, çocuksuz, %2,6'sı da diğer grubunda olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca %36,8'i lise, %27,7'si lisans, %22,0'si ilköğretim, %11,4'ü önlisans, %2,1'i lisansüstü mezunudur. Meslek grupları incelendiğinde, en fazla katılımcının %40,4 ile diğer meslek gruplarına, en az katılımcının ise %3,4 ile emekli grubunda yer aldığı görülmektedir. Yerel halkın %53,9'unun daha önce veya şuanda turizm sektöründe çalıştıkları, %46,1'inin daha önce veya şuanda turizm sektöründe çalışmadıkları tespit edilmiştir. Aynı zamanda %66,3'ünün yabancı dil bildikleri, %33,7'sinin yabancı dil bilmedikleri ortaya çıkmıştır. Gelir durumları incelendiğinde, %25,9'luk oran ile en fazla katılımcının 1601-2350 TL aralığı, en az katılımcının ise, %3,9'luk oran ile 0-850 TL gelir düzeyine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ankete katılan yerel halkın %57,0'ı Bodrum merkezde, %43,0'ı beldelerde yaşamaktadır. Yerel halkın Bodrum ilçesinde ikamet ettikleri yıllar incelendiğinde, %20,5 ile en fazla katılımcının 21-25 yıldır, en az katılımcının ise %1,8'inin 1 yıldan az olarak Bodrum'da ikamet ettiği söylenebilir.

Tablo 2'de araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin etkileri ile ilgili tutumlarına yönelik yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Yerel Halkın, Turizmin Etkileri İle İlgili Tutumlarına Yönelik Yüzde, Frekans, Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İFADELER	Dağılım	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	$\bar{x}$	s.s.
Turizmin Ekonomik Etkileri İle İlgili İfadeler								
Turizm, bölgemiz için daha fazla istihdam yaratır.	f	6	13	13	174	180	4,31	0,82
	%	1,6	3,4	3,4	45,1	46,6		
Turizm, bölgemize daha fazla yatırım çeker.	f	4	9	5	194	174	4,36	0,72
	%	1,0	2,3	1,3	50,3	45,1		
Turizm, bölgemizde daha fazla harcamaya yol açar.	f	6	25	40	187	128	4,05	0,91
	%	1,6	6,5	10,4	48,4	33,2		
Yaşam standardımız turizm sebebiyle önemli ölçüde artar.	f	9	46	80	156	95	3,73	1,03
	%	2,3	11,9	20,7	40,4	24,6		
Mal ve hizmetlerin fiyatları turizmden dolayı artar.	f	4	16	15	141	210	4,39	0,83
	%	1,0	4,1	3,9	36,5	54,4		
Turizm, yerel halk ve küçük işletmeler için ekonomik fayda sağlar.	f	9	25	35	178	139	4,06	0,95
	%	2,3	6,5	9,1	46,1	36,0		
Yerel yönetimler için turizm gelirleri diğer sektörlerden gelen gelirlerden daha önemlidir.	f	8	46	71	188	73	3,70	0,97
	%	2,1	11,9	18,4	48,7	18,9		
Kamusal turistik imkânların geliştirilmesi çok fazla maliyetlidir.	f	11	71	119	145	40	3,34	0,98
	%	2,8	18,4	30,8	37,6	10,4		
Turizmin Sosyal Etkileri İle ilgili İfadeler								
Turistlerin yüksek harcamalar yapması yaşam tarzımızı olumsuz etkiler.	f	89	170	55	47	25	2,34	1,15
	%	23,1	44,0	14,2	12,2	6,5		
Turizm, geleneksel kültürel değerlerimizi değiştirir.	f	30	107	67	127	55	3,18	1,20
	%	7,8	27,7	17,4	32,9	14,2		
Yerel halk turizm destinasyonlarında yaşamaktan zarar görür.	f	47	148	108	55	28	2,66	1,09
	%	12,2	38,3	28,0	14,2	7,3		

Kamusal turistik imkânların iyileştirilmesi vergilerin israfına neden olur.	f	41	125	163	46	11	2,63	0,92
	%	10,6	32,4	42,2	11,9	2,8		
Turizm toplum içinde daha fazla şiddete yok açar.	f	82	188	50	46	20	2,31	1,09
	%	21,2	48,7	13,0	11,9	5,2		
Turizm bölgemizde suç oranını artırır.	f	74	133	81	75	23	2,58	1,17
	%	19,2	34,5	21,0	19,4	6,0		
Turizmin Kültürel Etkileri İle İlgili İfadeler								
Turizm, yerel halk tarafından yapılan çeşitli kültürel aktiviteleri destekler.	f	4	23	27	245	87	4,00	0,79
	%	1,0	6,0	7,0	63,5	22,5		
Turizm, turistler ve yerel halk arasındaki kültür alışverişini artırır.	f	4	15	37	223	107	4,07	0,78
	%	1,0	3,9	9,6	57,8	27,7		
Farklı kültürleri ve toplumları anlamak için turistlerle tanışmak önemli bir tecrübedir.	f	4	10	18	198	156	4,27	0,75
	%	1,0	2,6	4,7	51,3	40,4		
Turizm, kültürel kimliğimizde olumlu etkiler meydana getirir.	f	11	35	94	162	84	3,70	0,99
	%	2,8	9,1	24,4	42,0	21,8		
Turizmin Çevresel Etkileri İle İlgili İfadeler								
Turizm, trafikte kirliliğe neden olur.	f	15	73	40	126	132	3,74	1,22
	%	3,9	18,9	10,4	32,6	34,2		
Otel ve diğer turistik tesislerin inşaatı doğal çevreyi tahrip eder.	f	13	28	41	147	157	4,05	1,05
	%	3,4	7,3	10,6	38,1	40,7		
Turizm, yerel halk için daha fazla park ve diğer rekreasyonel alanların açılmasını sağlar.	f	16	37	47	191	95	3,80	1,04
	%	4,1	9,6	12,2	49,5	24,6		

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin ekonomik etkileri ifadelerinde en az düzeyde katıldıkları ifade olarak 3,34 aritmetik ortalama ile “Kamusal turistik imkânların geliştirilmesi çok fazla maliyetlidir” ifadesi yer almaktadır. Bu ifadeyi sırası ile “Yerel yönetimler için turizm gelirleri diğer sektörlerden gelen gelirlerden daha önemlidir ($\bar{x}=3,70$)”, “Yaşam standardımız turizm sebebiyle önemli ölçüde artar ($\bar{x}=3,73$)”, “Turizm bölgemizde daha fazla harcamaya yol açar ($\bar{x}=4,05$)”, “Turizm, yerel halk ve

küçük işletmeler için ekonomik fayda sağlar ($\bar{x}=4,06$)”, “Turizm, bölgemiz için daha fazla istihdam sağlar ($\bar{x}=4,31$)”, “Turizm, bölgemize daha fazla yatırım çeker ($\bar{x}=4,36$)” ifadeleri gelmektedir. Yerel halk tarafından en fazla katılım ise, 4,39 aritmetik ortalama ile “Mal ve hizmetlerin fiyatları turizmden dolayı artar” ifadesinde olmuştur.

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin sosyal etkileri ifadelerinde en az düzeyde katıldıkları 2,31 aritmetik ortalama ile “Turizm toplum içinde daha fazla şiddete yol açar” ifadesidir. Bu ifadeyi sırası ile “Turistlerin yüksek harcamalar yapması yaşam tarzımızı olumsuz etkiler ($\bar{x}=2,34$)”, “Turizm bölgemizde suç oranını artırır ($\bar{x}=2,58$)”, “Kamusal turistik imkânların iyileştirilmesi vergilerin israfına neden olur ($\bar{x}=2,63$)”, “Yerel halk turizm destinasyonlarında yaşamaktan zarar görür ($\bar{x}=2,66$)” ifadeleri takip etmektedir. Yerel halk tarafından en fazla katılım ise, 3,18 aritmetik ortalama ile “Turizm geleneksel kültürel değerlerimizi değiştirir” ifadesidir.

Ankete katılan yerel halkın, turizmin kültürel etkileri ifadesinde en az düzeyde katıldıkları ifade olarak 3,70 aritmetik ortalama ile “Turizm, kültürel kimliğimizde olumlu etkiler meydana getirir” ifadesi vardır. Bu ifadeyi sırası ile “Turizm, yerel halk tarafından yapılan çeşitli kültürel aktiviteleri destekler ($\bar{x}=4,00$)”, “Turizm, turistler ve yerel halk arasındaki kültür alışverişini artırır ($\bar{x}=4,07$)” ifadeleri takip etmektedir. En fazla katılım ise, 4,27 aritmetik ortalama ile “Farklı kültürleri ve toplumları anlamak için turistlerle tanışmak önemli bir tecrübedir” ifadesinde olduğu tespit edilmiştir.

Ankete katılan yerel halkın, turizmin çevresel etkileri ifadesinde en az düzeyde katıldıkları ifade olarak 3,74 aritmetik ortalama ile “Turizm, trafikte kirliliğe neden olur” ifadesi yer almaktadır. Bu ifadeyi “Turizm, yerel halk için daha fazla park ve rekreasyonel alanların açılmasını sağlar ($\bar{x}=3,80$)” ifadesi takip etmektedir. Yerel halk tarafından en fazla katılım ise, 4,05 aritmetik ortalama ile “Otel ve diğer turistik tesislerin inşaatı doğal çevreyi tahrip eder” ifadesinde olduğu görülmektedir.

Tablo 3’te araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin ekonomik etkilerini algılamalarının bireysel özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Yerel Halkın, Turizmin Ekonomik Etkilerini Algılamalarının Bireysel Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	181	3,9662	,47175	1,159	0,247
	Erkek	205	4,0226	,48193		
Yaş	18 ve yaş altı	35	3,8464	,58480	1,314	0,242
	19-25 yaş aralığı	100	4,0238	,48288		
	26-32 yaş aralığı	69	3,9728	,49532		
	33-39 yaş aralığı	58	3,9892	,48173		
	40-46 yaş aralığı	42	3,9286	,36432		
	47-53 yaş aralığı	41	4,1280	,40935		
	54-60 yaş aralığı	31	4,0040	,48249		
	61 ve yaş üzeri	10	4,1625	,46041		

Medeni Durum	Bekâr	187	3,9973	,51701	2,265	0,081
	Evli, Çocuksuz	33	3,8864	,37935		
	Evli ve Çocuklu	156	4,0369	,44749		
	Diğer	10	3,7000	,30732		
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	85	3,9647	,44934	1,712	0,147
	Lise	142	3,9718	,48729		
	Önlisans	44	3,9716	,56796		
	Lisans	107	4,0829	,42161		
	Lisansüstü	8	3,7344	,31649		
Meslek	Memur	51	4,0441	,45814	2,295	0,035*
	Esnaf	42	3,9315	,41430		
	Turizmci	30	4,2625	,28871		
	Emekli	13	4,1346	,23641		
	Ev hanımı	32	3,9648	,47225		
	Öğrenci	62	3,9355	,50089		
	Diğer	156	3,9655	,51949		
Turizm Sektöründe Çalışıp Çalışmadıkları	Evet	208	4,0024	,50689	0,279	0,780
	Hayır	178	3,9888	,44175		
Yabancı Dil	Evet	256	4,0132	,49706	,986	0,325
	Hayır	130	3,9625	,43598		
Gelir Durumu	Hayır	15	3,8500	,50929	3,392	0,005*
	851-1600	87	3,8836	,50029		
	1601-2350	100	3,9638	,47284		
	2351-3100	62	3,9919	,50907		
	3101-3850	51	4,0686	,38755		
	3851 ve üzeri gelir	71	4,1620	,43732		
İkamet Edilen Yer	Bodrum merkez	220	3,9869	,47442	0,435	0,664
	Belde	166	4,0083	,48248		
İkamet Yılı	1 yıldan az	7	3,9107	,35144	1,468	0,177
	1-5 yıl aralığı	63	4,0734	,43105		
	6-10 yıl aralığı	44	3,8580	,44016		
	11-15 yıl aralığı	38	3,8717	,55787		
	16-20 yıl aralığı	66	4,0038	,51932		
	21-25 yıl aralığı	79	4,0269	,44202		
	26-30 yıl aralığı	25	4,1200	,41533		
	31 ve üzeri yıl	64	4,0039	,51030		

*p<0,05

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin ekonomik etkilerini algılamaları ile cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, eğitim düzeyleri, turizm sektöründe çalışıp çalışmadıkları, yabancı dil bilip bilmemeleri, ikamet ettikleri yer ve ikamet yılları arasında herhangi bir

farklılık bulunmamakta fakat turizmin ekonomik etkilerini algılamaları ile araştırmaya katılanların meslekleri ($p=0,035$) ve gelir durumlarına ($p=0,005$) göre farklılıklar ortaya çıkmıştır. Tukey testi sonuçları incelendiğinde, meslek grubunda ortaya çıkan farklılığın kaynağı turizmci grubunda yer alan kişilerden kaynaklandığı görülecektir. Bu sonuca göre, turizmci meslek grubuna dâhil olan yerel halkın, diğer bütün meslek gruplarına göre turizmin ekonomik etkileri konusunda daha olumlu düşünceleri olduğu ortaya çıkmıştır. Ankete katılan yerel halkın gelir durumlarındaki farklılığın kaynağı ise, 3851TL-üzeri gelir durumu olduğunu belirten yerel halk ile 851-1600TL gelir durumu olan yerel halktır. 3851TL-üzeri gelir düzeyine sahip olan kişiler, 851-1600TL grubun gelir düzeyine sahip kişilere göre turizmin ekonomik etkilerini daha iyi olarak algıladıkları belirtilmektedir.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Yerel Halkın, Turizmin Sosyal Etkilerini Algılamalarının Bireysel Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	181	2,6320	,73882	1,328	0,185
	Erkek	205	2,7288	,69211		
Yaş	18 ve yaş altı	35	2,5771	,70088	3,079	0,004*
	19-25 yaş aralığı	100	2,5480	,70874		
	26-32 yaş aralığı	69	2,6841	,70911		
	33-39 yaş aralığı	58	2,8069	,71766		
	40-46 yaş aralığı	42	2,5238	,67708		
	47-53 yaş aralığı	41	2,8927	,56409		
	54-60 yaş aralığı	31	2,7290	,83354		
	61 ve yaş üzeri	10	3,3600	,65862		
Medeni Durum	Bekâr	187	2,5690	,73740	7,295	0,000*
	Evli, Çocuksuz	33	2,4909	,60434		
	Evli ve Çocuklu	156	2,8808	,66886		
	Diğer	10	2,3800	,66966		
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	85	2,9506	,57645	4,494	0,001*
	Lise	142	2,6634	,75225		
	Önlisans	44	2,5000	,66473		
	Lisans	107	2,5869	,74897		
	Lisansüstü	8	2,5000	,51270		
Meslek	Memur	51	2,7608	,80996	4,406	0,000
	Esnaf	42	2,9000	,79419		
	Turizmci	30	2,6600	,62400		
	Emekli	13	3,2154	,80192		
	Ev hanımı	32	2,9875	,60522		
	Öğrenci	62	2,5258	,69399		
	Diğer	156	2,5603	,65072		
Turizm Sektöründe Çalışıp	Evet	208	2,6010	,69016	2,465	0,014*

Çalışmadıkları	Hayır	178	2,7798	,73341		
Yabancı Dil	Evet	256	2,5930	,72757	3,539	0,000*
	Hayır	130	2,8615	,65691		
Gelir Durumu	0-850	15	2,9067	,91921	2,812	0,017*
	851-1600	87	2,8023	,75112		
	1601-2350	100	2,6840	,69176		
	2351-3100	62	2,7935	,66379		
	3101-3850	51	2,6118	,57468		
	3851 ve üzeri gelir	71	2,4451	,74389		
İkamet Edilen Yer	Bodrum merkez	220	2,7364	,70843	1,679	0,094
	Belde	166	2,6133	,71998		
İkamet Yılı	1 yıldan az	7	3,0571	,93605	2,325	0,025*
	1-5 yıl aralığı	63	2,5175	,72613		
	6-10 yıl aralığı	44	2,7455	,75126		
	11-15 yıl aralığı	38	2,7263	,85288		
	16-20 yıl aralığı	66	2,5455	,75288		
	21-25 yıl aralığı	79	2,6177	,70032		
	26-30 yıl aralığı	25	2,8560	,45284		
	31 ve üzeri yıl	64	2,8938	,55774		

*p<0,05

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin sosyal etkilerini algılamaları ile cinsiyetleri ve ikamet ettikleri yer arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Turizmin sosyal etkilerini algılamaları ile araştırmaya katılanların yaşları ($p=0,004$), medeni durumları ($p=0,000$), eğitim düzeyleri ($p=0,001$), meslekleri ($p=0,000$), turizm sektöründe çalışıp çalışmadıkları ($p=0,014$), yabancı dil bilip bilmemeleri ($p=0,000$), gelir durumları ($p=0,017$) ve ikamet yıllarına ($p=0,025$) göre farklılıklar ortaya çıkmıştır. Tukey testi sonuçları incelendiğinde, ankete katılan yerel halkın yaş gruplarında ortaya çıkan farklılığın kaynağını 61yaş-üzeri gruba sahip olan kişiler oluşturmaktadır. Bu sonuçlara göre, 61yaş-üzeri grup, diğer yaş gruplarına göre turizmin sosyal açıdan halka zarar verdiği düşüncesine sahiptir. Medeni durumda ise, evli-çocuklu grup farklılık yaratmıştır. Bu sonuçlara göre, evli-çocuklu grup tarafından, evli çocuksuz, bekâr ve diğer gruplara göre turizmin sosyal bakımdan olumsuz etkilerinin olduğu fikri yaygındır. Eğitim durumunda ortaya çıkan farklılığın kaynağını ise, ilköğretim grubu oluşturmaktadır. İlköğretim grubunun, diğer eğitim durumu gruplarına göre turizmin yaşam tarzlarını olumsuz etkilediği, kültürel değerlerin değiştiği, yerel halkın sosyal açıdan zarar gördüğü, suç ve şiddetin arttığı görüşünde oldukları ortaya çıkmıştır. Meslek gruplarında ise, öğrenci ve diğer grubu farklılık yaratmaktadır. Öğrenci ve diğer grubun, geriye kalan meslek gruplarına göre turizmin sosyal etkilerini daha iyi algıladıkları belirtilmiştir. Daha önce veya hala turizm sektöründe çalışan grubun, çalışmayan gruba göre turizmin sosyal açısı

bakımından Bodrum ve halkına yarar sağlayıcı etkileri olduğu düşüncesi mevcuttur. Ayrıca, yabancı dil bilen grubun, bilmeyen gruba göre turizmin sosyal etkileri boyutunu daha iyi algıladıkları tespit edilmiştir. Gelir düzeyi grubunda ise, 851-1600 ve 3851-üzeri grupları arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. 3851-üzeri grup tarafından, diğer gelir durumu gruplarına göre turizmin sosyal açıdan yöreye daha olumlu katkılar sağladığı görüşü tespit edilmiştir.

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Yerel Halkın, Turizmin Kültürel Etkilerini Algılamalarının Bireysel Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	181	3,9779	,58884	1,166	0,244
	Erkek	205	4,0476	,58305		
Yaş	18 ve yaş altı	35	4,0071	,64021	2,863	0,006*
	19-25 yaş aralığı	100	4,1875	,47723		
	26-32 yaş aralığı	69	3,8007	,67052		
	33-39 yaş aralığı	58	3,9784	,61288		
	40-46 yaş aralığı	42	3,9524	,66314		
	47-53 yaş aralığı	41	4,0244	,53853		
	54-60 yaş aralığı	31	4,0323	,43177		
	61 ve yaş üzeri	10	4,1750	,45720		
Medeni Durum	Bekâr	187	4,0575	,57767	2,255	0,082
	Evli, Çocuksuz	33	3,8106	,65261		
	Evli ve Çocuklu	156	4,0224	,57808		
	Diğer	10	3,7750	,51975		
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	85	3,9265	,57194	1,041	0,386
	Lise	142	4,0299	,60030		
	Önlisans	44	4,1420	,58169		
	Lisans	107	4,0093	,57761		
	Lisansüstü	8	4,0625	,60872		
Meslek	Memur	51	3,9510	,63249	2,004	0,064
	Esnaf	42	3,8452	,53804		
	Turizmci	30	4,0417	,32881		
	Emekli	13	4,2308	,37447		
	Ev hanımı	32	3,8359	,61438		
	Öğrenci	62	4,1290	,58102		
	Diğer	156	4,0497	,61789		
Turizm Sektöründe Çalışıp Çalışmadıkları	Evet	208	4,0481	,62272	1,203	0,230
	Hayır	178	3,9761	,53920		
Yabancı Dil	Evet	256	4,0596	,60885	2,111	0,035*
	Hayır	130	3,9269	,52960		
Gelir Durumu	0-850	15	3,5333	,67392	3,312	0,006*
	851-1600	87	4,0000	,67234		

	1601-2350	100	4,0675	,48702		
	2351-3100	62	3,8992	,58928		
	3101-3850	51	4,0833	,49917		
	3851 ve üzeri	71	4,1127	,58978		
İkamet Edilen Yer	Bodrum merkez	220	3,9989	,59079	0,618	0,537
	Belde	166	4,0361	,58079		
İkamet Yılı	1 yıldan az	7	3,5714	1,23081	1,482	0,172
	1-5 yıl aralığı	63	4,0317	,57413		
	6-10 yıl aralığı	44	3,9205	,55712		
	11-15 yıl aralığı	38	4,0855	,66342		
	16-20 yıl aralığı	66	4,0568	,57311		
	21-25 yıl aralığı	79	4,1171	,47169		
	26-30 yıl aralığı	25	3,9500	,60381		
	31 ve üzeri yıl	64	3,9258	,59208		

*p<0,05

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin kültürel etkilerini algılamaları ile cinsiyetleri, medeni durumları, eğitim düzeyleri, meslekleri, turizm sektöründe çalışıp çalışmadıkları, ikamet ettikleri yer ve ikamet yılları arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Turizmin kültürel etkilerini algılamaları ile araştırmaya katılanların yaşları ($p=0,006$), yabancı dil bilip bilmedikleri ($p=0,035$) ve gelir durumlarına ($p=0,006$) göre anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Tukey testi sonuçları incelendiğinde, yerel halkın yaş gruplarında ortaya çıkan farklılığın kaynağı, 19-25 yaş grubuna sahip olan yerel halk ile 26-31 yaş grubuna sahip olan yerel halktır. 19-25 yaş grubuna sahip olan kişiler, 26-31 yaş grubuna sahip olan kişilere göre turizmin kültürel etkilerini daha olumlu algılamaktadır. Yabancı dil bilip bilmedikleri sorusuna “Evet” cevabını verenlerin (256 kişi), “Hayır” cevabını verenlere (130 kişi) göre turizmin kültürel açıdan Bodrum ve yerel halkına katkı sağladığı görüşünü belirttikleri vurgulanmıştır. Gelir durumundaki farklılığın ise, 0-850TL grubunda yer alan kişilerden kaynaklandığı ortaya çıkmış ve diğer gelir gruplarına göre turizmin kültürel etkilerini daha olumsuz algıladıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 6. Araştırmaya Katılan Yerel Halkın, Turizmin Çevresel Etkilerini Algılamalarının Bireysel Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	181	3,8858	,74980	0,430	0,668
	Erkek	205	3,8537	,71951		
Yaş	18 ve yaş altı	35	3,7714	,84703	2,709	0,009*
	19-25 yaş aralığı	100	4,0000	,71067		
	26-32 yaş aralığı	69	3,9324	,69682		
	33-39 yaş aralığı	58	3,7644	,75963		
	40-46 yaş aralığı	42	3,5079	,69156		

	47-53 yaş aralığı	41	3,9593	,59719		
	54-60 yaş aralığı	31	4,0323	,79515		
	61 ve yaş üzeri	10	3,7000	,65640		
Medeni Durum	Bekâr	187	3,8877	,75245	1,384	0,247
	Evli, Çocuksuz	33	3,6364	,70398		
	Evli ve Çocuklu	156	3,9038	,72241		
	Diğer	10	3,7333	,53978		
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	85	3,9216	,69130	1,858	0,117
	Lise	142	3,9460	,72078		
	Önlisans	44	3,7197	,81948		
	Lisans	107	3,8193	,73585		
	Lisansüstü	8	2,4167	,68429		
Meslek	Memur	51	3,7778	,65884	1,373	0,224
	Esnaf	42	3,7857	,67403		
	Turizmci	30	4,0556	,70620		
	Emekli	13	4,1538	,74056		
	Ev hanımı	32	4,0313	,71019		
	Öğrenci	62	3,9194	,75068		
	Diğer	156	3,8077	,76673		
Turizm Sektöründe Çalışıp Çalışmadıkları	Evet	208	3,8990	,76277	0,878	0,381
	Hayır	178	3,8333	,69727		
Yabancı Dil	Evet	256	3,8411	,75835	1,038	0,300
	Hayır	130	3,9231	,68015		
Gelir Durumu	0-850	15	3,8000	1,07497	2,072	0,068
	851-1600	87	3,9195	,63483		
	1601-2350	100	3,8767	,77221		
	2351-3100	62	4,0054	,70773		
	3101-3850	51	3,9412	,73848		
	3851 ve üzeri gelir	71	3,6385	,69407		
İkamet Edilen Yer	Bodrum merkez	220	3,9121	,68864	1,340	0,181
	Belde	166	3,8112	,78658		
İkamet Yılı	1 yıldan az	7	3,8095	,66269	0,676	0,692
	1-5 yıl aralığı	63	3,7884	,67813		
	6-10 yıl aralığı	44	3,7652	,73867		
	11-15 yıl aralığı	38	3,8421	,82650		
	16-20 yıl aralığı	66	3,8182	,81688		
	21-25 yıl aralığı	79	3,9662	,72323		
	26-30 yıl aralığı	25	3,8667	,62361		
	31 ve üzeri yıl	64	3,9740	,70098		

*p<0,05

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin çevresel etkilerini algılamaları ile cinsiyetleri, medeni durumları, eğitim düzeyleri, meslekleri, turizm sektöründe çalışıp çalışmadıkları, yabancı dil bilip bilmemeleri, gelir durumları, ikamet ettikleri yer ve ikamet yılları arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Turizmin çevresel etkilerini algılamaları ile araştırmaya katılanların yaşlarına ($p=0,009$) göre anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Tukey testi sonuçları incelendiğinde, yerel halkın yaşlarında ortaya çıkan farklılığın kaynağı 40-46 yaş grubu ile 54-60 yaş ve 19-25 yaş grupları arasındaki farklılıktır. Bu sonuçlara göre, 40-46 yaş grubu tarafından, diğer yaş gruplarına göre turizmin zararlı çevresel etkilerinin olmadığı düşüncesi tespit edilmiştir.

SONUÇ

Yerel halk tarafından, turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin nasıl algılandığını belirlemek için yapılan bu araştırma, 2014 yılında Bodrum İlçe'si yerel halkına uygulanmıştır.

Yerel halkın, turizmin gelişmesinde önemli bir yeri vardır. Bu yüzden turizmden istenilen faydanın sağlanabilmesi için her kurumun yerine getirmesi gereken görevlerin doğru bir şekilde gerçekleştirmesi gerekmektedir. Önemli altyapı yatırımlarının yapılması, yatırımların doğru ve zamanında yapılması, yerel halk ve turistlere yetecek rekreasyonel alanların açılması, ulaşım sorununun tamamen ortadan kaldırılması, genel olarak şehrin turizm bakımından tehdit oluşturan zayıf yönlerinin düzeltilmesi, yerlilerin ve turistlerin bilinçlendirilmesi şarttır. Turizm için yapılacak yapıların veya düzenlemelerin, yerel halkın günlük yaşantılarını bozacak şekilde ve yaşadıkları çevreyi tahrip edecek şekilde yapılmamasına, aynı zamanda halkın kullandığı imkânların turizm nedeniyle azalmasının veya yok olmasının engellenmesine dikkat edilmelidir. Bütün bu şartlar sağlandığı takdirde yerel halkın turizme bakış açısı daha da olumlu bir hal alacaktır. Dolayısıyla Bodrum'daki turizm gelişiminin sağlıklı ve verimli bir şekilde gerçekleşmesi için yerel halkın ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziki yönden turizme hazırlanması ve katılımı oldukça önemlidir. Turizmin olumlu etkilerini arttırmak ve olumsuz etkilerini azaltmak için yerel halkı, turizm gelişim sürecine dâhil etmek, onların bu konudaki fikir ve önerilerini almak gelecekteki turizm hareketlerine ışık tutmada çok büyük katkı sağlayacaktır.

Bu bilgilerden hareketle, yerel halkın turizme bakış açısı isimli çalışmada elde edilen bulguların yerli ve yabancı araştırmalara katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Türkiye'de başka il veya ilçeler için de benzer çalışmalar yapılarak sonuçlar karşılaştırılabilir ve elde edilen sonuçlar değerlendirilerek literatüre katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. Coğrafi Bilimler Dergisi, 5(1), 1-16.

- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi*. Balıkesir: Detay Yayıncılık.
- Demir, C., & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, H. ve Üngören, E. (2010). Alanya halkının turizme sosyo-kültürel açıdan bakışı. e-Journal of New World Sciences Academy, Volume:5, Number:4, 396-415.
- Eren, R. ve Aypek, N. (2012). Kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumları: Cumalıkızık Köyü örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 2(2), 43-47.
- Golzardi, F., Sarvaramini, S., Sadatasilan, K. ve Sarvaramini, M. (2012). Residents attitudes towards tourism development: A case study of Niasar, Iran. Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology, 4(8), 863-868.
- Gümüş, N. ve Özüpek, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine göre yerel halkın görüşleri. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 6(2), 398-417.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. Annals of Tourism Research, Vol. 23, No:3, 503-526.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2012). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. Marmara Coğrafya Dergisi, 24, 1-25.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitapevi.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2014). <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul> , Erişim tarihi: 12.09.2014
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yoon, Y., Gursoy, D. & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. Tourism Management, 22, 363-372.

ANTALYA VE MERSİN PLAJLARINDA YAPILAN DÜZENLEMELERİN ERİŞİBİLİRLİK KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Kemal BİRDİR

*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kemalbirdir@mersin.edu.tr*

Ali DALGIÇ

*Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
alidalgic@mersin.edu.tr*

Anıl KALE

*Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
anilkale@yandex.com*

ÖZET

Dünya nüfusunun yaklaşık %15'i engellidir (United Nation, 2014). Hareket bozuklukları, duyuşal, iletişimşel, zihinsel, ruşsal bozuklukları ve çeşitli hastalıkları olan, kişisel ya da sosyal hayatta yapması gereken işleri tam anlamıyla yapamayan bireyler “engelli” olarak tanımlanmaktadır (WHO, 2014). Günlük hayatın her alanında engelli bireyler için yapılan düzenlemeler sınırlı seviyede kalmaktadır. Turizm açısından engelli bireylerin seyahat talebi önemli bir pazar haline gelmiştir. Ayrıca engelli bireylerin seyahatlerini yanlarında refakatçi ya da refakatçilerle gerçekleştirdikleri ve turizm faaliyetlerine katıldıkları düşünöldüğünde, engelli turizmi potansiyeli yüksek bir pazar bölümüdür. Potansiyeli yüksek olmakla birlikte, hemen her ölkede engelli bireylerin tatil yapmada çeşitli zorluklarla karşılaştıkları bilinen bir gerçektir. Tatil amaçlı seyahatlerin önemli bir kısmı deniz-kum-güneş üçlemesine dayalıdır. Bu çerçevede engelli bireylerin plajlara erişebilirlikleri önem arz etmektedir. Bu çalışmada kıyı turizminin vazgeçilmez bir cazibe unsuru olan plajların değerdendirmesini yapmak ve yapılan düzenlemeleri ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu kapsamda Antalya ve Mersin’de bulunan 39 plajın değerdendirilmesi yapılmıştır. Bulgular, plajlarda zorunlu olan veya yapılmasında yarar görölen düzenlemelerin tam anlamıyla yapılmadığı yönündedir. Ayrıca yerel yönetimlerin başarısı olan Alanya’daki Gökkuşığı ve Antalya’daki Anet halk plajlarındaki düzenlemelerin diğerdere plajlara oranla daha iyi olduğı, özellikle Gökkuşığı halk plajının diğerdere plajlara örnek teşkil edebilecek durumda olduğı görölmüştür.

Anahtar Kelimeler:*Erişebilir turizm, engelli turizmi, plajlar*

GİRİŞ

Günümüzde günlük yaşamdan iş yaşamına, sosyal hayattan spora, eğlenceden tatile kadar her alanda engelli bireylere yönelik yapılan düzenlemelerin, turizm sektöründe son derece sınırlı kaldığı görölmektedir (Darcy, Cameron ve Pegg, 2010, s.515). Dünyada engelli birey sayısının hızla artmakta olduğı görölmektedir. Engelli bireylerin sayısı 2008 yılında 600 milyonu geçmiş, 2014 yılında bu rakam Dünya nüfusunun yaklaşık %15’i olan 1 milyara ulaşmıştır (TÜRSAB, 2008; The Worldbank, 2012; United Nation, 2014). İnsan ömrünün uzaması da dikkate alındığında, bu rakamın her yıl %8 ila %11,5 arasında artması beklenmektedir (United Nation, 2014).

Engelli bireylerin topluma kazandırılması için atılan adımların en önemlisi, 1948 yılında yayınlanan İnsan Hakları Beyannamesi'nde herkesin eşit olduğu ilkesinin kabul edilmiş olmasıdır. Öte yandan, 1981 yılı Birleşmiş Milletler tarafından “Özürlüler Yılı” ve 1983-1992 yılları arası yine Birleşmiş Milletler tarafından özürlüler “On Yılı” olarak kabul edilmiştir (Karacaoğlu, 2012, s.1). Amerika Birleşik Devletleri 1990 yılında “EngelliAmerikalılar Yasası” (ADA: The Americans With Disabilities Act), İngiltere ise 1995 yılında engelli bireyler için “Ayrımcılıkla Mücadele Yasası”nı (DDA: Disability Discrimination Act) çıkarmıştır (Ozturk, Yaylı ve Yesiltas, 2008, s.383). Ayrıca 1992 yılında, her yılın 3 Aralık günü “Uluslararası Engelliler Günü” olarak kabul edilmiştir (Timeanddate, 2014). Birleşmiş Milletler, 13 Aralık 2006 tarihinde “Engelli Hakları” sözleşmesini kabul etmiş ve sözleşme 2007 yılında içinde Türkiye'nin de bulunduğu 80 ülke tarafından imzalanmıştır (Karacaoğlu, 2012, s.1).

Turizm sektörü açısından düşünüldüğünde engelli bireyler pazarın önemli kısmını oluşturmasına rağmen (Yaylı ve Öztürk, 2006, s.87) ülkemizde bu alanda yeteri kadar yatırım, düzenleme ve uygulama yapılmamıştır (Tütüncü ve Aydın, 2013, s.261). Son yıllarda erişilebilir turizm (accessible tourism) kavramı dikkatleri üzerine çekmektedir. Darcy ve Dickson (2009)'ın tanımına göre erişilebilir turizm; hareket, görme, duyma ve düşünsel boyutlarda erişebilme gereksinimi olan bireylere, evrensel olarak dizayn edilmiş turizm ürünleri, hizmetleri ve çevrelerini bağımsız olarak eşit ve saygın bir şekilde sunmaya olanak sağlar. Ayrıca bu tanıma engelli bireylerle seyahat eden küçük çocuklar (puset, bebek arabası vb.), yanlarındaki diğer bireyler ve yaşlılarda eklenebilir (Darcy, Cameron ve Pegg, 2010, s.519). Türkiye’de de erişilebilirlik anlamında şehirlerde, otellerde ve sosyal alanlarda çalışmalar yapılmaktadır. Alanya, 2011 yılında “Engelsiz Turizm Kenti” protokolüne imza atmış (Tourismforall, 2014), 2012 yılında ise erişilebilirlik anlamında İstanbul pilot şehir olmuş ve düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır (Devturkiye, 2014).

Resmi Gazete’de, 21.06.2005 tarihinde yayınlanarak yürürlüğe girmiş olan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”te otellere bir takım düzenlemeler getirilmiştir. Bu düzenlemeye göre, “Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin % 1’i oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme-içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel engellilerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılmalıdır” (Resmi Gazete, 2005). Ayrıca 01.07.2005 tarihli Resmi Gazete’de yayınlanan Engelliler Hakkında Kanun’un 7. Maddesine göre; “Yapılı çevrede engellilerin erişebilirliğinin sağlanması için planlama, tasarım, inşaat, imalat, ruhsatlandırma ve denetleme süreçlerinde erişilebilirlik standartlarına uygunluk sağlanır. Özel ve kamu toplu taşıma sistemleri ile sürücü koltuğu hariç dokuz veya daha fazla koltuğu bulunan özel ve kamu toplu taşıma araçlarının engellilerin erişebilirliğine uygun olması zorunludur. Bilgilendirme hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojisinin engelliler

için erişilebilir olması sağlanır” (Mevzuat, 2005). Bu sayede engelli bireyler için taşıma araçlarında, sosyal alanlarda ve bazı hizmetlerde düzenlemeler getirilmesinin önü açılmıştır.

Sosyal alanlar kapsamında bulunan plajlar önemli değerlerden birisidir (Birdir, Ünal, Birdir ve Williams, 2013, s.279). Şüphesiz erişilebilirlik kapsamında plajların ve sosyal alanların düzenlenmesi engelli bireyler için önem taşımaktadır (Nicolaisen, Blichfeldt ve Sonnenschein, 2012, s.203). Bu çalışmada Antalya ve Mersin’de belirlenen plajların erişilebilirlik durumları tespit edilmiştir. Öncelikle engelli kavramı ve engelli turizminden, plajlarda engelli bireylere yönelik olması gereken düzenlemelerden bahsedilmiştir. Çalışmanın verileri oluşturulan değerlendirme formuyla doğal gözlem araştırma tekniği kullanılarak toplanmıştır. Toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular detaylı olarak verilmiştir. Çalışma, sonuçlar ve öneriler bölümüyle sonlandırılmıştır.

ENGELLİ KAVRAMI VE ENGELLİ TURİZMİ

Birleşmiş Milletler (BM), engelli tanımını; “normal bir kişinin kişisel ya da sosyal yaşantısında kendi kendisine yapması gereken işleri, bedensel veya ruhsal yeteneklerindeki kalıtsal ya da sonradan olma herhangi bir noksanlık sonucu yapamayanlar” olarak tanımlamıştır. Öte yandan 5378 Sayılı Engelliler Kanunu ise “fiziksel, zihinsel, ruhsal ve duysal yetilerinde çeşitli düzeyde kayıplarından dolayı topluma diğer bireyler ile birlikte eşit koşullarda tam ve etkin katılımını kısıtlayan tutum ve çevre koşullarından etkilenen birey” şeklinde tanımlamaktadır (Mevzuat, 2005; Devturkiye, 2014). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ise engelli kavramını geniş yelpazeli bir terim olarak göstermiş ve bireysel hasar ve işlevsel bozuklukları, faaliyet sınırlılıklarını ve katılım kısıtlamalarını kapsayan bir terim olarak vurgulamıştır. Bu noktada 3 önemli unsur üzerinde durulmuştur (WHO, 2014);

- a) Vücut yapısında veya fonksiyonun da bozulma problemi,
- b) Bir görev ya da eylem yapılırken engelli bireyler tarafından karşılaşılan zorluk (Faaliyet sınırlılığı),
- c) Yaşamsal durumlara dahil olmada diğer bireyler tarafından yaşanan sorunlar (Katılım kısıtlanması).

Bu anlamda Dünya Sağlık Örgütü (WHO), engelli bireylerin vücutsal engellerinin yanı sıra yaşama uyum sağlamalarındaki güçlükler olarak çevresel faktörleri ve normal bireyleri de ön plana çıkarmıştır. Engelli bireyler;

- a) Hareket bozuklukları olanlar (sırt, boyun, ayaklar, bacaklar, kollar, eller vb. kaynaklı fiziksel hareket kısıtlamaları olan bireyler),
- b) Duyusal bozuklukları olanlar (görme yetisi sınırlı olan ya da hiç olmayan; tamamen duyma yetisini kaybetmiş ya da çok az duyabilen bireyler),
- c) İletişim bozuklukları olanlar (kendini ifade etme ya da anlama yetisi sınırlı olan, bu yetisi zarar görmüş ya da olmayan bireyler),

- d) Zihinsel ve ruhsal bozuklukları olanlar (birden çok nedenin davranışsal bozukluğa neden olduğu hastalıkları olan bireyler),
- e) Gizli(görülmeyen) engeli olanlar (Çeşitli hastalıklar; kalp problemleri, nefes alma güçlükleri, mide, karaciğer ya da böbreğinde problem olan bireyler).

olmak üzere 5 gruba ayrılmıştır (Ossate, 2005).

Engelli bireylerin yaşamın tüm kesimlerine uyumlarının sağlanması toplumların önemli bir çağdaşlık göstergesidir. Engelli bireylerin de toplumdaki diğer bireyler gibi gezmeye, tatil yapmaya ve farklı yerleri görmeye ihtiyaçları vardır (Atak, 2008, s.1). Dünya genelinde engelli bireylerin sayısı ve bu bireylerin genellikle tek başlarına değil de yanlarında refakatçi ya da refakatçilerle birlikte seyahat ettikleri ve bu bireylerin turizm faaliyetlerine katıldıklarında düşünüldüğünde engelli turizmi çok değerli bir pazar olarak anlam kazanmaktadır (Zengin ve Eryılmaz, 2010, s.55). Bu pazar dünya genelinde hızla gelişmektedir (Öztürk ve diğ., 2008, s.382). Yapılan çalışmaların ortaya koyduğu rakamlar bu durumu destekler niteliktedir. Örneğin, Surrey Üniversitesi tarafından yapılan çalışmanın verilerine göre 2005 yılında Avrupa’da 46 milyona yakın fiziksel ve zihinsel engelli bireyin yaşadığı, hareket zorluğu yaşayan hamile kadınlar ve 65 yaş üzeri nüfus göz önüne alındığında bu rakamın 130 milyon kişiye ulaştığı bulgulanmıştır (TÜRSAB, 2008). Bu sayının %70’inin seyahat ettiği, refakatçilerle birlikte bu rakamın 130 milyon kişi civarında olduğu ve turizm harcamalarının 80 milyar eurodan fazla olduğu vurgulanmıştır (TÜRSAB, 2008). Avrupa Birliği’ne üye ülkelerin toplam nüfusunun yaklaşık %27’si(127 milyon kişi) 2007 yılında erişilebilir seyahat pazarından hizmet almış ve yaptıkları harcamaların yaklaşık 117 milyar \$ olduğu belirtilmiştir (Bizjak, Knežević ve Cvetežnik, 2011, s.843). Avrupa ekonomisinin 2012 yılında seyahat eden engelli bireylerden 394 milyar euro kazanç elde ettiği ve bu pazarın 8.7 milyon kişiye iş sağladığı Avrupa Komisyonu’nun desteklemiş olduğu araştırma projesinde belirtilmiştir. Ayrıca Avrupa’da bulunan destinasyonların tam olarak erişilebilir olmamasından dolayı turizm sektöründe yıllık kaybedilen tutarın 142 milyar euro olduğu da açıklanmıştır (Disabled-world, 2014).

MAVİ BAYRAKLI, OTELE AİT, HALK PLAHLARI VE PLAHLARDA ENGELLİ BİREYLERE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Önemli bir değer olan plajlar aynı zamanda önemli bir gelir kaynağıdır (Birdir ve diğ., 2013, s.279). Ekonomik etkisinin yanında sosyal etkisi de bulunan plajlar konusunda yapılan çalışmalarda erişilebilir turizmden çok plaj yönetimi konusunun araştırıldığı görülmüştür (James, 2000; Micallef ve Williams, 2002).Bu çalışmalarda iki faaliyet üzerinde durulmuştur. Bunlardan ilki plaj çevresinde bulunan mülkiyetlerin ve sahilin çeşitli tehlikelere karşı korunması, ikincisi ise plajların rekreasyonel faaliyetler için kullanılmasının sağlanabilmesidir (James, 2000; Micallef ve Williams, 2002; Ariza, Jimenez ve Sarda, 2008). Rekreasyonel faaliyetlerin daha iyi gerçekleştirilmesi için ülkemizde de bir takım zorunlu ve yapılması uygun görülen düzenlemeler mevcuttur. Plajlar için Mavi Bayrak kriterleri bu düzenlemeler için örnek teşkil etmektedir.

Plajların Mavi Bayrak alabilmesi için bazı kriterleri yerine getirmesi gerektirmektedir. Bunların en önemlisi, bilindiği üzere deniz suyunun temizliğinin kontrolü ve korunmasıdır. Mavi Bayraklı plajlarda engelli bireyler için de bir takım düzenlemelerin olması gerekmektedir. Bu düzenlemeler şu şekilde sıralanmaktadır (Mavibayrak, 2014);

- a) Her plajda erişim rampaları ve belde içerisinde en az bir Mavi Bayrak ödüllü plajda engelli tuvaleti bulunması gerekmektedir,
- b) Engelli otoparkı zorunlu olup plajda uygun bir noktada en az birer tane şezlong ve şemsiye bulunmasında yarar görülmektedir,
- c) Engelli olanakları için yönlendirmeler yapılmalıdır,
- d) Özellikle halk plajlarında engelliler için suya girebilme düzeneğinin oluşturulmasında yarar görülmektedir.

Otellerde ait plajlarda ise engelli bireyler için “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” de herhangi bir kesin hüküm olmamasına rağmen (Resmi Gazete, 2005), Alanya’nın üye konumunda bulunduğu ENAT (Avrupa Engelsiz Turizm Ağı), engelsiz işletme sınıflandırma formu yayınlamıştır. Belirtilen kriterler arasında (Tourismforall, 2014a);

- a) Tesisin bulunduğu bölgede ve yakın çevresinde, kamuya açık alanların(yol, kaldırım, park, kamu binaları) engellilerin rahatça kullanımına uygun hale getirilmiş olması,
- b) Tesisin bulunduğu bölgede-şehirde tarihi ve turistik çekim noktalarında(şehir merkezi, tarihi yerler, doğal güzellikler, plaj gibi) engellilere yönelik yeterli düzenlemelerin bulunması,
- c) Resort tesislerin plaja uzaklığı (özel plajı olan tesisler (3 puan) , plaja en fazla 250 metre mesafede olan tesisler (1 puan)
- d) Tesisin bulunduğu bölgede yerel yönetimin engellilere yönelik gerekli hassasiyeti göstermesi, gerek hizmet gerekse fiziksel düzenlemelerle bunu hissettirmesi,“engelsiz turizmin” bilincinde olması (1-10 puan)
- e) Tesisin bulunduğu bölgede, esnafın, yöre halkının engelsiz turizmin bilincinde olması (1-10 puan)
- f) Engelli kullanımına uygun şezlong düzenlemesi (3 puan)
- g) Engellilerin denize girmesi için özel düzene bulunması (10 puan)

Halk plajlarında ise Mavi Bayrak ödülü varsa belirtilen kriterlere uygun düzenlemelerin yapılması, böyle bir ödül mevcut değil ise yerel yönetimlerin gerekli düzenlemeleri yapması önerilmektedir. Erişilebilir turizm adına Antalya Konyaaltı’nda bulunan “Anet” halk plajı ve her ne kadar yetersiz gibi görünse de Lara’da bulunan halk plajında yapılan düzenlemeler “yerel yönetimlerin” hizmetidir. Aynı zamanda Alanya’da bulunan “Gökkuşuğu” halk plajı da bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

YÖNTEM

Çalışmanın amacı, plajlarda erişebilirlik kapsamında engelli bireylere yönelik yapılmış düzenlemeleri ortaya koymaktır. Bu çerçevede önemli turistik destinasyonlardan biri olan Antalya ve turizm açısından önemli çekiciliklere sahip olan Mersin’de bulunan plajlar incelenmiştir. Plajlar, araştırmacılar tarafından, oluşturulan “Plaj Değerlendirme Formu” ile değerlendirilmiştir. Daha önce böyle bir çalışmanın yapılmamış olmasından dolayı değerlendirme formu, “Mavi Bayrak”, “ENAT (Avrupa Engelsiz Turizm Ağı)” kriterleri ve yurtdışında bulunan engelsiz plajların düzenlemelerinde göz önüne alınan kriterlerden faydalanılarak oluşturulmuştur. Değerlendirme formunda, plajlarda engelli bireylere yönelik erişim rampalarının, tuvaletlerin, engelli otoparkının, çalışanların, bilgilendirme panosunun, denize girebilme düzeneğinin, güneşlenme alanlarının, duşların, kabinlerin, plaj büfesinin bulunup bulunmadığı ve plaj çevresinde yer alan sosyal alanların gerekli düzenlemelere sahip olup olmadığını belirlemeye yönelik 14 ifade yer almaktadır (EK1).

Çalışmanın evrenini Antalya ve Mersin’de bulunan plajlar oluşturmaktadır. Araştırmada zaman ve maliyet kısıtlılıklarından dolayı evrenin tamamına ulaşmak yerine olasılık temelli olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında ise amaçlı örneklem yöntemlerinden biri olan maksimum çeşitlilik örnekleme seçilmiştir. Maksimum çeşitlilik örneklemedeki amaç göreceli olarak küçük bir örnek oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin/nesnelerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.136). Araştırma, birey veya nesnelerin yaşamlarını devam ettirdikleri ortamda yapılan ve araştırmacıların birey veya nesneler hakkında somut kanıtlara ulaşmak amacıyla sürece tanıklık etme durumu olan “doğal gözlem” yöntemiyle yapılmıştır (Erkuş, 2005, s.97; Ural ve Kılıç, 2006, s.67). Değerlendirme formu 20 Haziran – 20 Temmuz 2014 tarihleri arasında uygulanmış ve 39 adet plaj değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Çalışmanın verileri Antalya ve Mersin illerinden toplanmıştır. Tablo 1’ de görüldüğü gibi verilerin %33,3’ü (13 adet) Konyaaltı sahil şeritinden, % 30,8’i (12 adet) Erdemli’ den ve %20,5’i (8 adet) Lara’ dan elde edilmiştir. Çalışmayı oluşturan plajların %64,1’i (25 adet) Antalya ilinde bulunurken % 35,9’u (14 adet) Mersin ilinde bulunmaktadır.

Tablo 1. Plajlar

Mevki/İlçe/İl	n	%
Konyaaltı/Antalya	13	33,3
Erdemli/Mersin	12	30,8
Lara/Antalya	8	20,5
Alanya/Antalya	3	7,7
Silifke/Mersin	2	5,1
Beldibi/Antalya	1	2,6
Toplam	39	100,0

Çalışmayı oluşturan 39 adet plajdan %43,6'sı (17 adet) özel plaj, %33,3'ü (13 adet) halk plajı ve %23,1' i (9 adet) otele ait plajdır. Ayrıca plajların büyük bir çoğunluğu (%76,9'u) Mavi Bayrak ödülüne sahip plajlardır(Tablo 2).

Tablo 2. Plaj Türleri ve Mavi Bayrak

	n	%		n	%
Plaj Türü(n=39)			Mavi Bayrak(n=39)		
Özel Plaj	17	43,6	Evet	30	76,9
Halk Plajı	13	33,3	Hayır	9	23,1
Otele Ait Plaj	9	23,1			

Tablo 3'de plaj değerlendirme formu kullanılarak, elde edilen sonuçların frekansları ve yüzdelik dilimleri verilmiştir. Plajların %64,1'inde (25 adet) engelli bireylere yönelik erişim rampasının, %51,3'ünde (20 adet) engelli tuvaletinin, %61,5'inde (24 adet) engelli otoparkının, %74,4' ünde (29 adet) engelli bireylere yardımcı olabilecek kişilerin, %25,6'sında (10 adet) yönlendirici levhalar ve Braille(kabartma yazı) bilgilendirme panosunun, %53,8'inde (21 adet) güneşlenme alanlarının, %33,3'ünde (13 adet) duş(lar) ve soyunma kabin(ler)inin ve %30,8'inde engelli bireylerin kullanımına uygun plaj büfesinin bulunduğu saptanmıştır.

Engelli bireylerin su ile temasında önemli olan “denize girebilme düzeneğinin” tek bir plajda olduğu, plajların çevresinde bulunan yolların ve sosyal alanların engelli bireylerin kullanımına uygun olmadığı bulgulanmıştır.

Tablo 3. Plaj Değerlendirme Formu, Frekanslar ve Yüzdelik Dilimler

	n	%		n	%
Plajda engelli bireylere yönelik erişim rampaları var mı? (n=39)			Plajda engelli bireylere yönelik güneşlenme alanları mevcut mu?(n=39)		
Evet	25	64,1	Evet	21	53,8
Hayır	14	35,9	Hayır	18	46,2
Plaj ve çevresinde engelli bireylere yönelik tuvalet var mı? (n=39)			Plajda engelli bireylerin kullanabileceği duş(lar) mevcut mu?(n=39)		
Evet	20	51,3	Evet	13	33,3
Hayır	19	48,7	Hayır	26	66,7
Plajda engelli otoparkı mevcut mu? (n=39)			Plajda engelli bireylerin kullanabileceği soyunma kabin(ler)i mevcut mu? (n=39)		
Evet	24	61,5	Evet	13	33,3
Hayır	15	38,5	Hayır	26	66,7
Plajda engelli bireyleri yönlendirecek kişi(ler)/çalışan(lar) mevcut mu? (n=39)			Plajda engelli bireylerin kullanımına yönelik plaj büfesi mevcut mu? (n=39)		
Evet	29	74,4	Evet	12	30,8
Hayır	10	25,6	Hayır	27	69,2

Plajda engelli bireylerin deniz ile temasında yardımcı olabilecek kişi(ler)/çalışan(lar) mevcut mu? (n=39)			Plaj çevresindeki sosyal alanlar(kafe, park, alışveriş merkezi vb.) engelli bireylerin rahat hareket edebileceği düzenlemelere sahip mi? (n=39)		
Evet	29	74,4	Evet	5	12,8
Hayır	10	25,6	Hayır	34	87,2
Plajda engelli bireylere yönelik levhalar ve Braille(kabartma yazı) bilgilendirme panosu mevcut mu? (n=39)			Genel anlamda plaj ve rekreasyon alanlarını çevreleyen yollar engelli bireylerin kullanımına uygun mu? (n=39)		
Evet	10	25,6	Evet	4	10,3
Hayır	29	74,4	Hayır	35	89,7
Plajda engelli bireyler için denize girebilme düzeneği mevcut mu? (n=39)			Genel anlamda bu bölgedeki plaj diğer plajlara örnek olabilir mi? (n=39)		
Evet	1	2,6	Evet	4	10,3
Hayır	38	97,4	Hayır	35	89,7

Mavi Bayrak ödülüne sahip plajlarda, engelli bireylere yönelik olan ve bulunmasında yarar görülen ya da zorunlu olan kriterler mevcuttur. Plajların bu kriterleri ne ölçüde karşıladığını ortaya koyabilme adına “çapraz tablolar” hazırlanmıştır. Tablo 4’ de detayları görmek mümkündür.

Tablo 4.Mavi Bayraklı Plajlarda Zorunlu Ya Da Yararlı Görülen Düzenlemelerle İlgili Çapraz Tablolar

		Plajda engelli bireylere yönelik erişim rampaları var mı?		Topl.			Plajda engelli otoparkı mevcut mu?		Topl.
		Evet	Hayır				Evet	Hayır	
Mavi Bayr.	Evet	24	6	30	Mavi Bayr.	Evet	23	7	30
	Hayır	1	8	9		Hayır	1	8	9
Toplam		25	14	39	Toplam		24	15	39
		Plaj ve çevresinde engelli bireylere yönelik tuvalet var mı?		Topl.			Plajda engelli bireyler için denize girebilme düzeneği mevcut mu?		Topl.
		Evet	Hayır				Evet	Hayır	
Mavi Bayr.	Evet	19	11	30	Mavi Bayr.	Evet	1	29	30
	Hayır	1	8	9		Hayır	0	9	9
Toplam		20	19	39	Toplam		1	39	39

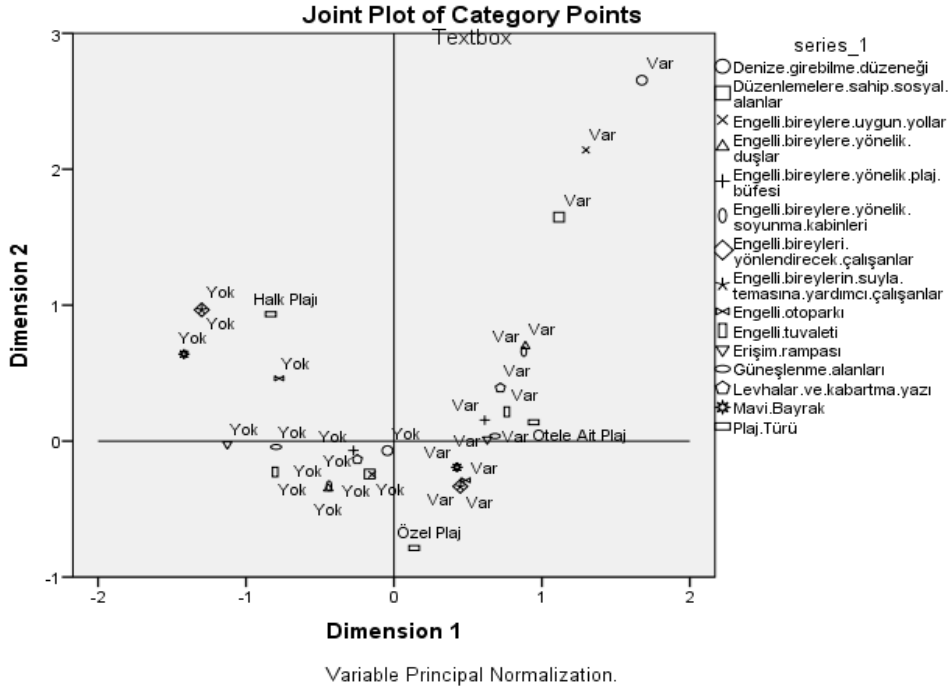
		Plajda engelli bireylere yönelik güneşlenme alanları mevcut mu?		Topl.			Plajda engelli bireylere yönelik levhalar ve braille(kabartma yazı) bilgilendirme panosu mevcut mu?		Topl.
		Evet	Hayır				Evet	Hayır	
Mavi Bayr.	Evet	20	10	30	Mavi Bayr.	Evet	10	20	30
	Hayır	1	8	9		Hayır	0	9	9
Toplam		21	18	39	Toplam		10	29	39

Bulgulardan hareketle Mavi Bayrak ödülüne sahip bazı plajlarda erişim rampasının (6 adet), engelli otoparkının (7 adet), engelli tuvaletinin (11 adet), engelli güneşlenme alanlarının (10 adet) ve yönlendirici bilgilendirme panolarının (20 adet) olmadığı söylenebilir.

Şekil 1’ de Kategoriler arasındaki ilişkiyi gösteren çoklu uyum analizi grafiği verilmiştir. Plaj türü (kırmızı çemberler) ve Mavi Bayrak ödülüne sahiplik durumu (mavi çemberler) değişkenlerine göre engelli bireylere yönelik plajlarda yapılan düzenlemeleri görmek mümkündür. Bu bağlamda “otellere ait plajlarda” engelli bireylere yönelik düzenlemelerin daha fazla olduğu, “halk plajlarında” ise bu tür düzenlemelerin daha sınırlı kaldığı görülmektedir.

“Özel plajlarda” engelli bireylere yönelik düzenlemelerin (engelli otoparkı, yönlendirici levhalar, engelli bireyleri yönlendirebilecek ve yardımcı olabilecek çalışanlar, erişim rampası ve güneşlenme alanları) olduğu fakat plaj çevresindeki düzenlemelerin yetersiz olduğunu da Şekil 1’de görmek mümkündür.

Şekil 1. Kategoriler Arasındaki İlişiyi Gösteren Çoklu Uyum Analizi Grafiği



SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya nüfusunun yaklaşık %15'ini oluşturan engelli bireyler turizm açısından önemli bir pazardır (Zengin ve Eryılmaz, 2010, s.55; United Nation, 2014). Engelli bireylerin de her birey gibi seyahat etme, dinlenme, tatile çıkma ve diğer tüm faaliyetlerden eşit olarak yararlanmalarının en doğal hakları olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda hayatın her alanında engelli bireylere yönelik düzenlemeler yapmak gerekmektedir.

İnsan ömrünün uzaması da dikkate alındığında dünyada her yıl engelli bireylerin sayısının %8 ile %11 civarında artması beklenmektedir. Bu nedenle son yıllarda “erişilebilir turizm” ve “engelli turizmi” iki önemli kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Erişilebilir turizm “hareket, görme, duyma ve düşünsel” boyutlarda erişebilme gereksinimi olan bireylerin turizm ürünlerinden, hizmetlerinden ve çevrelerinden eşit ve saygın olarak yararlanmalarını sağlayabilmek adına atılmış büyük bir adımdır (Darcy ve diğ., 2010). Engelli turizm rakamlarına ve engelli bireylerin genellikle refakatçilerle veya aile üyeleriyle seyahat etmesi ve turizm faaliyetlerine katılması göz önüne alındığında her alanda erişilebilirliğin kaçınılmaz bir ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada ülkemiz turizmi açısından önemli değerlerden birisi olan plajlar da engelli bireylere yönelik yapılan, ödüller ve yasalar gereği yapılmasında yarar görülen ya da

zorunlu olan düzenlemelerin ne ölçüde uygulandığı araştırılmıştır. Plajları değerlendirmek üzere, yasalar gereği otellere ve Mavi Bayraklı plajlara getirilen zorunluluklar, dünyadaki ve Türkiye’deki projeler dikkate alınarak “değerlendirme formu” oluşturulmuştur. Antalya ve Mersin’de bulunan 39 plajdan toplanan verilere göre engelli bireylere yönelik yapılan düzenlemelerin yetersiz olduğu bulgulanmıştır.

Mavi Bayrak ödüllü plajlarda zorunlu ve olmasında yarar görülen düzenlemelerden olan engelli bireylere yönelik erişim rampalarının, engelli otoparkının, engelli tuvaletinin, güneşlenme alanlarının ve bilgilendirme panolarının olmadığı veya yetersiz olduğu belirlenmiştir. Bu durum engelli bireylerin rahat hareket etmelerini ve aktivitelerini kısıtlamaktadır. Bu kısıtlamaları ortadan kaldırabilmek için denetimlerin sıklaştırılması, işletme sahiplerinin zorunlu veya yapılmasında yarar görülen düzenlemeleri yapması ve yerel yönetimlerin de özellikle halk plajlarında daha fazla düzenlemeye gitmesi önerilmektedir.

Diğer önemli bir sonuçta engelli bireylerin deniz ile teması için önemli bir düzenek olan “denize girme düzeneğinin” tek bir plajda olduğudur. Ayrıca ENAT (Avrupa Engelsiz Turizm Ağı), engelsiz işletme sınıflandırma formuna göre yapılan değerlendirmede ise plaj çevresini, plaj çevresinde bulunan sosyal alanlarını (kafe, park, alışveriş merkezi vb.) ve rekreasyon alanlarını çevreleyen yolların engelli bireylerin rahat hareket edebileceği şekilde düzenlenmediği görülmüştür. Yapılan çoklu uyum analizi sonucunda engelli bireylere yönelik düzenlemelerin en çok otellere ait plajlarda olduğu, halk plajlarındaki düzenlemelerin ise yetersiz olduğu bulgulanmıştır. Bunun sebebi olarak otellere getirilen bazı zorunluluklar ve otellerin engelli turizminden pay alma ya da bu payı arttırma isteği olduğu söylenebilir.

Engelli bireyler için yapılacak düzenlemelerle birlikte engelli turizm pazarından daha çok pay alabilme mümkün olacaktır. Bunun için yasal zorunlulukların artırılması ve yerel yönetimlerin bu alanda çalışmalar yapması gerekmektedir. Aynı zamanda mevcut yasal zorunlulukların denetimlerinin tam olarak yapılması önemli görülmektedir. Çalışmanın bulguları dolaylı olarak denetimlerin tam anlamıyla yapılmadığını göstermektedir. Ayrıca Mavi Bayrak ödülüne benzer şekilde engelsiz şehirler, işletmeler, sosyal alanlar için bir ödül veya belge sistemi getirmek yararlı olabilir. 2013 Engelsiz İzmir Kongresinde başlatılan “Kırmızı Bayrak” uygulaması sadece İzmir’de uygulanmaktadır. Bu uygulamanın özünde; “kamuya açık faaliyet gösteren özel veya kamu kurumlarına ait açık ve kapalı mekanlar ile ulaşım araçlarının engelli bireylerin erişimine uygun hale getirilmesi” vardır (Engelsizmir, 2014). Bazı teşviklerin çıkarılması ve işletmelerin bilinçlendirilmesiyle bu uygulamanın ülkemizin her şehrinde faaliyete geçirmek yararlı olacaktır.

Konu ile ilgili daha sonra yapılacak çalışmalarda farklı bölgelerde bulunan plajların değerlendirilmesinin yapılması önerilebilir. Böylece önemli turizm bölgeleri olan Akdeniz, Ege ve Marmara’da yapılan uygulamaları ortaya çıkarmak mümkün olacaktır. Ayrıca

sadece plajlarla ilgili araştırmalarla sınırlı kalınmamalı, diğerk sosyal alanlar da (park, kafe, alışveriş merkezi vb.) çalışmalara eklenmelidir. Zaman ve kaynak kısıtı olmayan çalışmalarda, engelli bireylerinde dahil edilmesi ve onların görüşlerinin alınması çok önemli görölmektedir.

KAYNAKÇA

- Ariza, E., Jiménez, J. A. ve Sardá, R. (2008). A critical assessment of beach management on the Catalan coast. *Ocean ve Coastal Management*, 51(2), 141-160.
- Atak, V. (2008). Marmaris'teki otel işletmelerinin bedensel engelli turizmine bakışı, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Birdir, S., Ünal, Ö., Birdir, K. ve Williams, A. T. (2013). Willingness to pay as an economic instrument for coastal tourism management: Cases from Mersin, Turkey, *Tourism Management*, 36, 279-283.
- Bizjak, B., Knežević, M. ve Cvetežnik, S. (2011). Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from tourism students, *Annals of Tourism Research*, 38(3), 842-857.
- Darcy, S., Cameron B. ve Pegg S.(2010). Accessible tourism and sustainability: a discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515-537.
- Erkuş, A. (2005). Bilimsel Araştırma Sarmalı. 1.Baskı. Seçkin Yayınları.Ankara.
- James, R. J. (2000). From beaches to beach environments: linking the ecology, human-use and management of beaches in Australia, *Ocean ve Coastal Management*, 43(6), 495-514.
- Karacaoğlu, S. (2012). Bedensel engellilerin konaklama işletmelerinden beklentilerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Eskişehir örneği, *Anadolu Üniversitesi, Eskişehir*
- Micallef, A. ve Williams, A. T. (2002). Theoretical strategy considerations for beach management, *Ocean ve Coastal Management*, 45(4), 261-275.
- Nicolaisen, J., Blichfeldt, B. S. ve Sonnenschein, F. (2012). Medical and social models of disability: a tourism providers' perspective, *World Leisure Journal*, 54(3), 201-214.
- Ozturk, Y., Yaylı, A. ve Yesiltas, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market?: The views of hotel and travel agency managers. *Tourism management*, 29(2), 382-389.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 261-263.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 87-97.
- Yıldırım, A ve Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. SeçkinYayıncılık. Ankara.

Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2010). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 11, 51-74.

İnternet Kaynakları:

Devturkiye (2014). Erişilebilir şehir yönetmeliği. [http://www.devturkiye.org/upload/files/Erisilebilir-Sehir-Yonetmeliği-KISASUNUM.pdf] (Erişim 11 Ağustos 2014)

Disabled-world (2014). Non Accessible Tourism Costing Economy Billions. [http://www.disabled-world.com/travel/tourism.php] (Erişim 24 Eylül 2014)

Engelsizmir (2014). Engellere Karşı Kırmızı Bayrak. [http://www.engelsizmir.org/41/KirmiziBayrak] (Erişim 12 Ağustos 2014).

Mavi Bayrak (2014). Mavi Bayrak Turistik İşletmelere Neler Katar?. [http://www.mavibayrak.org.tr/tr/haberDetay.aspx?haber_refno=120] (Erişim 10 Ağustos)

Mevzuat (2005). Engelliler Hakkında Kanun. [http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5378.pdf] (Erişim 8 Ağustos 2014)

Ossate (2005). Accessibility Market and Stakeholder Analysis. [http://www.accessibletourism.org/resources/ossate_market_analysis_public_final.pdf] (Erişim 9 Ağustos)

Resmi Gazete (2005). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik.[http://www.resmi-gazete.org/rega/2005-8948-turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerine-iliskin-yonetmelik-20043.htm] (Erişim 8 Ağustos 2014)

The World Bank (2012). America Solidaria: Promoting inclusion of people with disabilities. [http://www.worldbank.org/en/news/feature/2012/06/13/america-solidaria-promoting-inclusion-people-with-disabilities-ecuador] (Erişim 7 Ağustos 2014)

Timeanddate (2014). International Day of Persons with Disabilities. [http://www.timeanddate.com/holidays/un/international-day-persons-disabilities] (Erişim 10 Ağustos 2014)

Tourismforall (2014). Herkes için Turizm. [http://tourismforall.org.tr/Sayfa-Wide/Hakk%C4%B1m%C4%B1zda/24] (Erişim 10 Ağustos 2014)

Tourismforall (2014a). Turizm tesislerinde engelsiz işletme sınıflandırma formu. [http://tourismforall.org.tr/Documents/Turizm-Tesislerinde-Engelsiz-%C4%B0%C5%9Fletme-S%C4%B1n%C4%B1fland%C4%B1rma-Formu-Taslak.pdf] (Erişim 10 Ağustos 2014)

TÜRSAB (2008). Dünya’da ve Türkiye’de Engelsiz Turizm Pazarı. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı. [http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 7 Ağustos 2014)

United Nations (2014). Factsheet on Persons with Disabilities. [http://www.un.org/disabilities/default.asp?id=18] (Erişim 7 Ağustos 2014)

World Health Organization (2014). Disabilities. [http://www.who.int/topics/disabilities/en/] (Erişim 9 Ağustos 2014)

EK1. Plaj Değerlendirme Formu

PLAJ DEĞERLENDİRME FORMU		Mavi Bayrak: ☐ Evet ☐ Hayır	
Plaj Adı:		Türü: ☐ Özel Plaj ☐ Halk Plajı	
İl/İlçe/Mevki:		☐ Otele ait Plaj	
Sorular	Cevaplar	Sayı/Adet	
1)Plajda engelli bireylere yönelik erişim rampaları var mı?			
2)Plaj ve çevresinde engelli bireylere yönelik tuvalet var mı?			
3)Plajda engelli otoparkı mevcut mu?			
4)Plajda engelli bireyleri yönlendirecek kişi(ler)çalışan(lar) mevcut mu?			
5)Plajda engelli bireylerin deniz ile temasında yardımcı olabilecek kişi(ler)/çalışan(lar) mevcut mu?			
6)Plajda engelli bireylere yönelik levhalar ve Braille(kabartma yazı) bilgilendirme panosu mevcut mu?			
7)Plajda engelli bireyler için denize girebilme düzeneği mevcut mu?			
8)Plajda engelli bireylere yönelik güneşlenme alanları mevcut mu?			
9)Plajda engelli bireylerin kullanabileceği duş(lar) mevcut mu?			
10)Plajda engelli bireylerin kullanabileceği soyunma kabin(ler)i mevcut mu?			
11)Plajda engelli bireylerin kullanımına yönelik plaj büfesi mevcut mu?			
12)Plaj çevresindeki sosyal alanlar(kafe, park, alışveriş merkezi vb.) engelli bireylerin rahat hareket edebileceği düzenlemelere sahip mi?			
13)Genel anlamda plaj ve rekreasyon alanlarını çevreleyen yollar engelli bireylerin kullanımına uygun mu?			
14)Genel anlamda bu bölgedeki plaj diğer plajlara örnek olabilir mi?			

MERSİN OTELLERİNDE VE KENT MERKEZİNDE ENGELLİ BİREYLERE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Kamil UNUR

*Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kunur@yahoo.com*

Gülser YAVUZ

*Öğr. Gör., Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
gulseriyavuz@hotmail.com*

Hasan KÖŞKER

*Okutman, Bitlis Eren Üniversitesi
hasankosker@yahoo.com*

ÖZET

Dünya’da ve Türkiye’de engellilerin yaşam koşullarını iyileştirmek ve turizm faaliyetlerine daha fazla katılabilmelerini sağlayabilmek için çeşitli düzenlemeler yapılmakta ve standartlar oluşturulmaktadır. Bu çalışmada Mersin’de, oteller başta olmak üzere kent merkezinde engellilere yönelik düzenlemeler incelenmiştir. Kent merkezinde yer alan 3-4-5 yıldızlı otellerin engellilere yönelik hizmetlerinin mevcut durumu ve engellilere yönelik hizmetleri bulunan otellerin bu hizmetlerinin web sayfalarında yer alıp almadığı araştırılmıştır. Kent merkezinin çeşitli yerlerinde gözlemler yapılarak engellilere yönelik yapılan düzenlemeler ve bu düzenlemelere yönelik işgaller tespit edilmiştir. Ayrıca Türkiye’de büyükşehir belediyeleri bünyesinde ilk kez olarak kurulan Mersin Büyükşehir Belediyesi Engelli Daire Başkanlığı’nın engellilere yönelik hizmetleri ve projeleri hakkında bilgi verilmiştir. Bilgiler gözlem ve görüşme yoluyla edinilmiştir. Bulgular otellerin yoğunluğunun hukuksal zorunlulukları karşılayacak düzeyde engelli odası vb. hizmetleri verdiklerini ortaya koymaktadır. Kentteki yerel yönetimlerde engellilere yönelik bir farkındalık oluşmuş, ancak engelli turizmde henüz yeterli bir düzeye gelinememiştir. Bunun en önemli nedeninin ise insanların engellilere yönelik bilinçsizliği ya da duyarsızlığı olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Mersin, Engelli Turizmi, Otel İşletmeciliği*

GİRİŞ

Engellilik; duyma, görme, fiziksel ve zeka eksikliği gibi değişik şekillerde görülmektedir (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 87). Dünya’da ve Türkiye’de çok sayıda engelli insan bulunmaktadır. Dünyada 2008 verilerine göre bu sayı 600 milyondan (TÜRSAB, 2008), 2011 verilerine göre de 785 milyondan fazladır (WHO, 2011). Bu sayı dünya nüfusunun % 10’nundan fazlasına denk gelmektedir. Engelliler aileleri ve refakatçileri ile bir bütün olarak düşünüldüğünde; bu sayının iki milyar kişiye ulaştığı, bu oranın da dünya nüfusunun yaklaşık olarak 1/3’ünü oluşturduğu (Tütüncü ve Aydın 2013, s. 261) düşünülmektedir. Engelli insanlara yaşlılar, hamile bayanlar, çocuklar ve bunların aileleri de dahil edildiğinde bu sayı neredeyse dünya nüfusunun yarısını (Akıncı, 2013, s. 416) oluşturmaktadır. Amerika’da 50 milyon, Avrupa’da 46 milyon, Çin’de 60 milyon, Japonya’da 5 milyonengelli bulunmaktadır. Avrupa’daki engellilerin %70’i seyahat etmektedir. Bu kişiler refakatçileri ile birlikte 130 milyon kişiyi bulmakta ve yıllık 80

milyar Euro harcamaktadırlar. Sadece Almanya'da 8 milyon engelli uluslararası seyahate çıkmaktadır. Amerika'daki engelli turistlerin harcaması ise yıllık 175 milyar doları bulmaktadır (TÜRSAB, 2008).

2002 yılında yapılan Türkiye Özürlüler Araştırmasında engelli sayısının toplam nüfusun %12,29'luk kesimini oluşturduğu ortaya konulmuştur. Bu araştırmada engelliler 6 grupta ele alınmıştır. Bunlar; ortopedik, görme, işitme, dil ve konuşma, zihinsel, süregen (sürekli hastalık) ve diğer engelliler (TÜİK ve BÖİB 2002, s. X-XI) olarak gruplandırılmıştır. Türkiye'de 8 milyon engelli (TÜRSAB, 2008) bulunmaktadır. Buna engellilerin aileleri de dahil edildiğinde bu sayının en az 3-4 kat fazla olduğu bir gerçektir.

Yapılan çalışmalar yetersiz olsa da, dünyada yapılan bazı çalışmaların bulguları engelli turizminin önemli bir pazar olmasına rağmen görmezden gelindiği veya yeterince değerlendirilemediğini ortaya koymaktadır (Burnett ve Baker, 2001; Israeli, 2002; Coles ve Shaw, 2004; Huh ve Singh, 2007). Ray ve Ryder (2003) Amerika Birleşik Devletleri engelli turizm pazarı üzerinde yaptıkları çalışmalarında, engellilerin seyahat kararı alırken bilinçli davrandıkları, seyahate çıkan engellilerin, seyahat acentaları ve internet sitelerinden faydalanarak seyahat kararı aldıklarını bulgulamışlardır. Blichfeldt and Nicolaisen (2011) tatilin engelliler için önemli olduğu, tatil vasıtasıyla engellilerin monotonluktan kurtulduğu, kendilerine özgüven sağladığı, bağımsız hareket etme kabiliyeti sağladığı, kendilerini daha güçlü hissettiklerini, ne yazık ki engelli kişilerin çoğunun tatil yapamadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Freeman and Selmi (2010) Kanada ve Fransa'daki engelli turizmi üzerinde yaptıkları çalışmada, iki ülkede de engellilerin turizme katılımının zayıf olduğu ve engelli turizm endüstrisinde koordinasyon eksikliği tespit etmişlerdir. Engellilerin yeterince turizm faaliyetlerine katılmamaların gerisinde yatan yoksulluk, eğitim, ulaşım, fiziksel çevre, konut ve iyileştirme gibi konulardır (Dünya Engelliler Vakfı, 2010). Bu sorunlardan en önemlilerinden biri olan fiziksel çevre turistik işletmelerin ve işletmelerin bulunduğu kentlerdeki engellilere yönelik düzenlemelerin yetersizliği olarak düşünülebilir. Kentlerde yer alan engelli düzenlemelerine yönelik engelsiz insanların bilinçsizlikten ve vurdumduymazlıktan kaynaklanan işgaller ile engellilere yönelik ayrımcı bakış açısı en az yukarıda sayılan sorunlar kadar önemli bir sorun olarak düşünülebilir. Nitekim bu konuda yapılan çalışmalar yukarıdaki savı destekler niteliktedir. Bu çalışma sonuçlarından bazıları aşağıda özet olarak verilmektedir.

Zengin ve Eryılmaz (2013) Bodrum'daki konaklama tesislerinin çoğunun yasal mevzuata uyarak sadece %1'lik oranda engelli odası düzenledikleri, işletmelerin engelli turistlere hizmet vermede hazır ve istekli olmadıkları, tesis yöneticilerinin %82,5'i engellilerin diğer misafirleri olumsuz etkilediğini, yöneticilerin tamamının engelliler için özel tesisler yapılması gerektiğini bulgulamışlardır.

Pehlivanoglu (2012) Antalya'daki beş tane beş yıldızlı otelin engelli odalarının tasarımı üzerinde yaptığı çalışmada, otellerin çoğunda engelliler için uygun olmayan ve sadece yasal şartlar zorunlu kıldığı için mekanların oluşturulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tozlu, Mercan ve Atay (2012) Çanakkale'nin engelli turizmine ilişkin durumunu belirlemek üzere müze ve ören yerleri, 2 yıldız ve üst konaklama işletmeleri yöneticileriyle görüşmeler ve çeşitli çekim merkezlerinde gözlemler yapmışlardır. Bulgular; genel olarak çekim merkezlerindeki alt yapının yetersiz olduğunu, otellerdeki engelli odalarının engellilerin kullanımına pek uygun olmadığını, düzenlemelerin ise çoğunlukla bedensel engellilere yönelik olduğunu göstermektedir. Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi'ndeki engelli hizmetlerinin ise her engelli türüne uygun çeşitli hizmetler vermesiyle engelli turizmde örnek bir çekim merkezi olduğu tespiti yapılmıştır.

Yaylı ve Öztürk (2006) yıldız sayısına göre otel yöneticilerinin engelli turizm pazarına bakış açısının farklılık gösterdiği, yıldız sayısı arttıkça engelli pazarına daha olumlu bakıldığını ortaya koymuştur.

Oysa engelsiz turizm her kesimin hakkı olarak yaşlı, çocuk, hamile bayanları ve engellileri sosyal yaşama adapte ederek, toplumun değişik kesimleri arasındaki ayırmacılığı ve engelleri kaldırmakta ve böylece toplumsal huzura ve entegrasyona katkıda bulunmaktadır (Akıncı, 2013). Bu nedenle de engellilerin engelli olmayanlar ile eşit fırsatlarla turizm hareketlerine katılabilmeleri sağlanmalı ve bunun için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır (Dünya Engelliler Vakfı, 2010).

Bu çalışma Mersin kent merkezinde yer alan otellerde ve kent merkezinde engellilere yönelik yapılan ve yapılması planlanan düzenlemelerin neler olduğunu ve bu düzenlemelere yönelik ne tür işgallerin yaşandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

ENGELLİ KAVRAMI

Engelli kavramı günlük hayatta sık kullanılmakla birlikte içerik olarak tam olarak bilinmemektedir. Sakat, özürlü ve engelli kavramlarının arasında fark olmasına rağmen birbirinin yerine kullanılmaktadır (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 53). Dünya Sağlık Örgütü (WHO), engelliliğin sadece bir sağlık sorunu olmadığını, kişinin vücut özellikleri ile yaşadığı toplum arasındaki ilişkiyi yansıtan karmaşık bir olgu olduğunu vurgulamaktadır. Engelliyi kişinin bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerini belli bir oranda geçici veya sürekli olarak yitirmesi sonucu aktivitelere katılımını sınırlayan şemsiye bir kavram (WHO, 2011) olarak tanımlamaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı (BÖİB), “Doğuştan veya sonradan herhangi bir hastalık veya kaza sonucu bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yetilerini çeşitli derecelerde kaybetmiş, normal yaşamın gereklerine uymayan kişi” (TÜİK ve BÖİB, 2002, s. X) olarak tanımlanmaktadır. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı'nın “Özürlülük Ölçütü, Sınıflandırılması ve Özürlülere Verilecek Sağlık Kurulu Raporları Hakkında Yönetmelik” tanımı ise “Doğuştan veya sonradan; bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılamada güçlükleri olan ve korunma, bakım veya

rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetine ihtiyaç duyan kişi” (Resmi Gazete, 2013) şeklindedir.

Mersin Turizmi ve Engelli Turizmi Olanakları

1.647.899 nüfusa sahip olan Mersin (TÜİK, 2010), coğrafi konumu, çok eski dönemlere kadar uzanan tarihsel ve kültürel yapısı ile önemli bir liman kentidir (Oskay, 2012, s. 185). Turizmden yatırıma, ihracattan eğitime kadar 49 ekonomik ve sosyal değişkenden oluşan verilerle yapılan gelişmişlik düzeyi araştırmasında Türkiye genelinde 13. sırada yer almaktadır (Gül ve Çevik, 2014, s. 2-6). Türkiye’de bir ilk olan RIS Mersin projesi ile kentin rekabetçi olduğu unsurlar ortaya konmuş ve hedefleri tarım, lojistik ve turizm olarak belirlenmiştir. Hedeflerin belirlenmesiyle bu yönde çalışmalar yapmak üzere bu üç alanda platformlar kurulmuştur. 2012’de 534.000 turist ağırlayan Mersin’in, deniz turizmi, kurvaziyer turizmi, inanç turizmi, spor turizmi, alışveriş turizmi gibi birçok alternatif turizm türü açısından yüksek potansiyele sahip olmasına rağmen turizmden hak ettiği payı alamadığı düşünülmektedir (Çukurovaexpres, 2014, Turizmdebusabah, 2013). Turizm 2023 stratejisi ve Eylem Planı’na göre (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007); Mersin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kongre ve fuar turizmine altyapısı uygun olan 7 ilden birisi olarak görülmektedir. Bu illerle birlikte turizm türünün gelişmesi için öncelikle ele alınarak yönlendirme ve örgütlendirme çalışmalarının yapılacağı belirtilmektedir. Ayrıca Türkiye’nin ve Doğu Akdeniz’in lider limanlarından birisine sahip olmasıyla kurvaziyer turizmi açısından da olanaklar sunmakta 2023 stratejisi kapsamında mevcut limanının yenileneceği ve geliştirileceği ifade edilmektedir. Ekoturizm imkânlarının da yanı sıra, 2013 Akdeniz Oyunları kapsamında kurulan 11 yeni spor tesisi, kentte spor turizmi gelişimine de olanak verebilecektir. Nitekim söz konusu ev sahipliğini yapması ve buna yönelik oluşturulan spor tesisleri kentte “spor turizmi” beklentisi yaratmıştır (Yavuz ve Çakıcı, 2014, s. 23). Bedensel engellilerin kullanımına uygun olarak düzenlenen bu tesisler ve Bedensel Engelli Atletizm ve Bedensel Engelli Yüzme olmak üzere iki Paralimpik branşta da müsabakalar gerçekleştirilmesi engellilere yönelik spor turizmi konusunda önemli fırsatlar yaratabilecektir.

2014 itibariyle 6 turizm bölgesi, 2 turizm gelişim ve koruma bölgesi, 9 mavi bayraklı plaj ve otele, 3 yeşil anahtarlı otele sahip olan kentte, 48 işletme belgeli, 47 yatırım belgeli ve yaklaşık 350 belediye belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır (Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014). Bu çalışmanın amacı en önemli üç rekabetçi hedefinden birisinin turizm olarak belirlenmiş olan Mersin’in kent merkezinde oteller başta olmak üzere engellilere yönelik hizmetlerinin mevcut durumunun ve engelli turizmi olanaklarının incelenmesidir.

YÖNTEM

Çalışmada Mersin kent merkezindeki 3- 4 ve 5 yıldızlı otellerin engelli hizmetlerinin mevcut durumları incelenmiştir. Mersin kent merkezinde 5 yıldızlı 2, 4 yıldızlı 7, 3 yıldızlı 7 otel bulunmaktadır. Bu otellerin 5 yıldızlı Mersin HiltonSA ve Radisson Blu Hotel, 4

yıldızlı Atlıhan Oteli, Mersin Oteli, Sahil Martı Otel, Yücesoy Liva Otel, Sultaşa Oteli, Golden King Otel ve Gondol Oteli, 3 yıldızlı Nobel Oteli, Othello, Aktaş Oteli, Cadde Park Oteli, Egemen Otel, Lüks Otel ve Büyük Yalçın Oteli olmak üzere örnekleme 16 otelin tamamı dahil edilmiştir. Otellerin engelliler konusundaki hizmetleri konusundaki bilgiler bizzat otellerin kendilerinden ve web sayfalarından elde edilmiş, ayrıca gözlemlenmiştir. Gözlem, olayların kendi doğal akışları ve oluşumlarında ya da önceden bilinçli olarak hazırlanan koşullar altında sistemli ve amaçlı olarak incelendiği bir nitel araştırma yöntemidir (Güven, 2006, s. 83). Araştırmada gözlemler, turistler için önemli çekim merkezleri olduğu düşünülen kent merkezindeki müze, alışveriş merkezleri, ören yerleri, kongre merkezleri ve çevrelerinde, çalışmanın iki yazarı tarafından yapılmıştır. Gözlem verileri “doğal ortam gözlemi” türüyle elde edilmiş, dijital fotoğraf makinesi ve gözlem formu ile kayıt altına alınmıştır. Otellerde ise fotoğraf makinesi kullanılmamış, gözlem esnasında elde edilen veriler gözlem formuna kaydedilmiş ve tüm bulgular raporlanmıştır. 2014 yılı Temmuz ve Ağustos aylarında gerçekleştirilen çalışmada, gözlem alanına göre her gözlem için 30-60 dakika arası zaman harcanmıştır. Türkiye’de ilk kez Mersin Büyükşehir Belediyesi bünyesinde kurulan Engelli Daire Başkanlığı çalışmaları da engellilere yönelik çalışmalar konusunda örnek yerel yönetim çabaları olarak incelenmiştir. Bilgiler, Daire Başkanı’ndan yüz yüze görüşme yöntemiyle alınmıştır.

BULGULAR

Bulgulara göre oluşturulan Tablo 1 aşağıda yer almaktadır. Buna göre; 16 otelin 10’unda engelli odası bulunmaktadır. Üç yıldızlı iki otel, dört yıldızlı bir otel ve beş yıldızlı bir otel dışında diğer oteller yasal zorunluluğun gerektirdiği oda sayısı seksen ve üstü minimum koşulları sağlama dışında engellilere ayrıca bir hizmet sunmamaktadır. Engelli odası olan 10 otelin 6’sının web sayfalarında engelli odalarının varlığı ile ilgili bilgi verilmiş olup içerikleriyle ilgili sadece 3 yıldızlı ve 4 yıldızlı birer otelde bilgi verilmiştir. Geriye kalanların web sayfaları bu açıdan yetersizdir. Hatta bu otellerin birinin web sayfasında bulunan engelli odasına ait bir görüntünün gerçeği yansıtmadığı, engelli odasının değiştirilip engelli kullanımına uygun olmayan banyosunun daha kullanışlı hale getirildiği halde resmin güncellenmediği gözlenmiştir. Genel olarak otellerin engelli odalarındaki yatak, masa, lavabo, dolap, duş, kasa vb. tasarımının engin olarak düzenlendiği gözlenmiştir. Banyolarda tutacaklar mevcut olup, çıkıntılar bulunmamaktadır. Sadece 5 yıldızlı bir otelde acil durum butonu bulunmaktadır. Girişte ve otel içinde basamakları bulunan bazı otellerin rampa vb. düzenlemeler yapmadıkları gözlenmiştir. Bu otellerin görevlileri engelli konuklara hizmet verdiklerini ve bu basamakları geçişte engellilere görevlilerin yardımcı olduklarını ifade etmiştir. Hatta dört yıldızlı bir otelde yemek salonuna merdivenler ile inilmekte ancak asansör bulunmamaktadır. Bazı otellerde ise rampaların zeminin kaygan malzemeden yapıldığı, bazılarında dar ve geçişin zor olduğu gözlenmiştir. Tüm bunlar engellilerin erişimini sektöre uğratmakta, refakat/yardım olmaksızın hareket etmelerini olanaksızlaştırmaktadır.

Tablo 1. Mersin Kent Merkezindeki Otellerde Engellilere Yönelik Hizmetler

Otel	Yıldız Sayısı	Oda Sayısı	Engelli Odası	Tesis Girişi	Genel Alanlarında Kullanım Düzenleme Özel	Diğer Hizmetler
Mersin HiltonSA	☆☆☆	186	2 adet	Rampa var	Kadın-erkek ayrı olmak üzere acil engelli tuvaletleri, Sesli ve engin düzenlenmiş çağrı düğmeli asansörler	Engelli otoparkı, Odada yatak başında ve banyoda acil durum butonu
Radisson Blu	☆☆☆	246	4 adet	Rampa var	Basamaklı yerlerde rampalar mevcut	Havuz erişimi için asansör düzenlemesi
Atlıhan Oteli	☆☆☆	99	1 adet	Yok	Yok	
Golden King Otel	☆☆☆	83	1 adet	Yükseklik yok	Asansör engellilerin kullanabileceği şekilde düzenlenmiş	
Gondol Oteli	☆☆☆	78	Yok	Rampa var	Yok	Girişte tekerlekli sandalye mevcut
Mersin Oteli	☆☆☆	97	1 adet	Rampa var	Genel engellilere uygun tuvalet düzenlenmiş	
Sahil Martı Otel	☆☆☆	61	Yok	Rampa var	Yok	
Sultaşa Oteli	☆☆☆	84	1 adet	Rampa var	Restoran alt katta, engelli erişimi için asansör vb. düzenleme yok	
Yücesoy Liva Otel	☆☆☆	70	1 adet	Yükseklik yok	Asansör engellilerin kullanabileceği şekilde düzenlenmiş. Lobide kadın-erkek ortak bir adet engelli tuvaleti var.	
Aktaş Oteli	☆☆☆	42	1 adet	Rampa var	Asansöre giden merdivenlerde portatif rampa mevcut	
Büyük Yalçın Otel	☆☆☆	90	2 adet	Rampa var	Engellilere özel tuvalet mevcut	
Cadde Park Otel	☆☆☆	47	Yok	Rampa var	Yok	
Egemen Otel	☆☆☆	52	Yok	İki basamak var, rampa yok	Yok	

Lüks Otel	☆☆☆	50	Yok	Rampa var	Yok	
Nobel Oteli	☆☆☆	91	1 adet	Rampa var	Basamaklı yerlerde rampa düzenlemesi var	
Othello Hotel	☆☆☆	68	Yok	Portatif rampa	Alçak yapılı genel tuvalet	

Kent merkezinin çeşitli yerlerinde yapılan gözlemler ve yapılan görüşmeler sonucu edinilen bilgiler aşağıda yer almaktadır:

- Mersin Yat limanı/ Marina engellilerin rahatlıkla ulaşabileceği, gezebileceği şekilde düzenlenmiş. Kadın-erkek ortak bir adet engelli tuvaleti ve engellilere özel ayrı park alanları bulunmaktadır.
- Kongre turizmi açısından önemli bir altyapıya sahip olan Mersin Üniversitesi 2006 yılında “Engelsiz Yaşam Birimi”ni kurmuş ve “Engelsiz Kampüs” çalışmalarıyla 2011’de Türkiye’de 20 kuruma verilen Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı “Ulaşılabilirlik-Kalite Teşvik Ödülü”nü almıştır. Engelliler için asansör, tuvalet, kütüphane, ulaşım vb. çalışmalar yapılmıştır (Mersin Üniversitesi, 2014).
- 68.000 metrekarelik bir alanda kurulu bulunan Mersin’inin Turizm ve Sanat şehri olmasında büyük bir katkı sağlayacağı düşünülen kongre, konferans, sempozyum, fuar, festival, konser, tiyatro faaliyetlere ev sahipliği yapan Kongre ve Sergi Sarayı (Mersin Büyükşehir Belediyesi Kongre ve Sergi Sarayı, 2009), Engelli Daire Başkanlığı’nın çalışmalarıyla 2014’de caddeden engelli geçidi, engellilere özel park alanı oluşturulduğu gözlenmiştir. Ayrıca sahneye erişim için engellilere yönelik düzenleme yapılmaktadır.
- 1944-1946 yılları arasında halkevi binası olarak yaptırılan Mersin Kültür Merkezi’nde 2014’de engellilere yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Yerde ve duvarlarda engelli işaretlemeleri ile yönlendirilen engellilerin salona geçişi için rampalarla düzenlenen ayrı bir alan oluşturulduğu gözlenmiştir. Ayrıca engellilere özel bir tuvalet yapılmıştır. Kültür merkezi şube müdürü, yapılacak başka düzenlemeler için binanın tescilli olması nedeniyle görüş alınması ve detaylı bir restorasyon gerektiğini ve bunun da çok maliyetli olduğunu belirtmiştir.
- Soli Pompeipolis, Yumuktepe ve Elaiussa Sebaste ören yerlerindeki kazılardan çıkarılan çok eski dönemlere ait eserlerin sergilendiği Mersin (Arkeoloji) Müzesi’nde engellilere özel herhangi bir düzenleme yapılmadığı gözlenmiştir. Girişte ve müzenin genelinde basamaklar mevcut olup engellilerin erişimi açısından sorun teşkil edecek yapıdadır.
- Türkiye’nin 4. deniz müzesi olan Türk denizcilik tarihi ile Mersin İli’nin tarihine ait unsurları sergileyen Mersin Deniz Müzesi’nde; iç ve dış alanlarda engelli parkurları oluşturulduğu, işaretlemelerin mevcut olduğu, sesli, görsel ve yazılı sunumlar yapıldığı gözlenmiştir.

- İlk yerleşmenin Neolitik dönemde başladığı ve kesintisiz tüm devirlerde sürdüğü Anadolu'nun en eski yerleşim yerlerinden biri olan Yumuktepe Höyüğü doğal yapısı nedeniyle engellilerin zor gezebileceği bir ören yeridir. Engellilere yönelik herhangi bir düzenleme yapılmadığı gözlenmiştir.
- 2700 yıllık Soli Pompeipolis Antik Liman Kenti'nde kazı çalışmaları devam etmektedir, çalışmaların tamamlanmasından sonra bu ören yeri halka açılacaktır (Arkeoloji Haberleri, 2014).
- Carrefour Palm City, Metro, Forum AVM, Kipa alışveriş merkezlerinde gözlemler yapılmış, engelli tuvaletleri, engelli otoparkları, girişte tekerlekli sandalye hizmetleri verildiği gözlenmiştir.

Genel olarak kent merkezinde alışveriş merkezlerinde, çarşı, pozcu, üniversite, sahil şeridi civarlarında cadde, sokak, geçit, kaldırım, çocuk parkları, duraklar vb. yerlerde yapılan gözlemler sonucunda ise engellilere yönelik yetersizlikler olmasının yanı sıra engellilere daha da engel yaratabilecek durumlar gözlemlenmiştir. İşlek caddelerde geçişi kolaylaştıran üst geçitler engellilerin kullanımına uygun olmayıp alt geçitlerde çıkıntılar, yollarda çukurlar, tümsekler vb. bulunmaktadır. Bu durum Şekil 1.de örneklendirilmiştir.

Şekil 1. Üst Geçit ve Alt Geçit Görüntüleri



Aşağıdaki şekilde yeni bir hastane ve cadde yer almaktadır. Ülkedeki birçok yerde fazlasıyla mevcut olan örneklerden “hastane” örneğinin seçilmesi bilinçsizlikte ya da duyarsızlıkta gelinen noktanın çarpıcı boyutunu güncel bir şekilde ortaya koyması nedeniyledir. Hastanenin önündeki otobüs durağına ortopedik bir engellinin erişiminin mümkün olmadığı görülebilmektedir. Kaldırımında bir rampa bulunmayıp, kaldırım caddeden yüksektedir. Yardımla kaldırıma çıkılabilse dahi kaldırım üzerinde bir trafik levhası tam ortada yer alarak geçişi engellemektedir. Bu durumda caddeden geçmek zorunda kalınacaktır.

Şekil 2. Hastane Önü Durak Görüntüleri



Ancak fiziksel yetersizlikler yanında birçok yerde engellilere özel hizmetlerin gerek yasal olarak gerekse duyarlılık sonucu veriliyor olmasına rağmen bu hizmetlerin insanlar tarafından da engellendiği görülmektedir. Rampaların, kaldırımların önüne, engelli otoparklarına araçlarını park eden işgalciler, kaldırımları kaplayarak geçişleri engelleyen yiyecek içecek işletmeleri vb. örnekler günlük hayatta sıkça karşılaşılan tablolardır. Aşağıdaki görüntüler Mersin'in çok katlı bir alışveriş merkezinden, yat limanı gibi çeşitli yerlerinden elde edilmiştir. Alışveriş merkezine ait görüntülerin hepsi aynı zaman zarfında elde edilmiştir. Bilindiği üzere 2011 yılında yapılan yasal bir düzenleme ile engelli işareti bulunan plakalar kaldırılmış (Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2011) ve 2010 yılında engelli %90 ve üzeri olan engellilerin yakınları tarafından ulaşımının sağlanması amacıyla soyadı aynı olan üçüncü dereceye kadar engelli yakınları Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) ödemeden otomobil alabilmelerini sağlayan düzenleme yapılmıştır (Gelir İdaresi Başkanlığı, 2010). Bu uygulama bazı kesimlerce engellilerin refakatçileri vasıtasıyla sosyal hayata dahil olmalarını sağlayabilecek olması ve engellilerin damgalandıkları hissine kapıldıkları gibi düşüncelerle olumlu olarak karşılanması yanında bazı kesimlerce de özellikle park alanlarının işgali ve ÖTV indirimi nedenleriyle suistimal edilebileceği yorumlarına neden olmuştur (Engelsizdostlar Forum, 2011). Nitekim Şekil 3 ve Şekil 4'de verilen örneklerin bu endişeleri onaylar nitelikte olduğu düşünülmektedir. Mersin'de kent merkezindeki büyük alışveriş merkezleri engellilere yönelik özel düzenlemelerin mevcut olduğu yerlerdir. Ancak otopark alanında engelliler için ayrılan özel bölümlere çok sayıda aracın park ettiği görülmektedir. Bu araçları kullananların çoğunluğunun gözle görülür bir engeli olmadığı, otopark görevlilerine engelli kartı ibraz etmedikleri ve yanlarında da engelli bireyler bulunmadığı gözlenmiştir. Son resimde ise diğer park alanlarının boş ve uygun olduğu halde bu durumun gerçekleştiği görülebilmektedir.

Şekil 3. Alışveriş Merkezine Ait Görüntüler





Şekil 4. Marina (Yat Limanı) Görüntüleri



Şekil 5. Kent Merkezi'nin Çeşitli Yerlerinden Görüntüler



Şekil 5' de ise engelli park geçidi, kaldırım rampaları işgalleri örneklendirilmiştir. Tüm örnekler engelliler için olduğu kadar bebek arabalı aileler, hamileler, yaşlılar için de engel oluşturmaktadır. Bir destinasyonun ulaşılabilirliği turizm ürününün en önemli unsurlarından birisidir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2011, s. 43). Oysa ortaya çıkan tablo kent imajını da, turizmini de olumsuz yönde etkilemekte ve geri kalmış ülke/kent imajı oluşturmaktadır.

Genel olarak Türkiye’de engelliler açısından olumsuz olan bu tablo konusunda Mersin’de memnuniyet verici bir gelişme yaşanmaktadır. Mersin’de 4.04.2014 tarih ve 99 sayılı Mersin Büyükşehir Belediye Meclisi’nin kararıyla Türkiye’de bir ilk olarak kurulan Engelliler Dairesi Başkanlığı bu konuda öncelikle engelliler için fiziki koşulları oluşturmak ve istihdam olanakları sağlamak için çalışmalar başlatmıştır. Başkanlık, Mersin’de engellilerin ihtiyaçlarının karşılanması ve engellilere yönelik hizmetleriyle örnek bir kent oluşturmayı amaçlamaktadır. İlk dört aylık süreçte başkanlık aşağıdaki çalışmaları yapmıştır (MBB Engelli Dairesi Başkanlığı, 2014):

- İlk olarak Mersin’de engelli türlerine göre yaşayan nüfus belirlenerek bir envanter oluşturulmuştur. Tablo 2’de Mersin’deki engel gruplarının sayısal dağılımı verilmektedir:

Tablo 2. Mersin’de Yaşayan Engel Gruplarının Sayısal Dağılımı

Engelli Grupları	Sayısı
Zihinsel engelli	5187
Süreğen engelli	2834
Ortopedik engelli	2259
Ruhsal ve duygusal engelli	1289
Görme engelli	1099
İşitme engelli	316
Dil ve konuşma engelli	96
Diğer engel grubu	39
Bilinmeyen engel grubu	16
Toplam	13.135

Kaynak: Engelli Dairesi Başkanlığı (2014).

Bu sayı Mersin nüfusunun (1.648 milyon) yaklaşık % 0,8’ine denk gelmektedir. 2002 yılında yapılan Türkiye Özürlüler Araştırması’nda engelli sayısının toplam nüfusun %12,29’luk kesimini oluşturduğu düşünüldüğünde %0,8’lik oranın Mersin için gerçekçi olmadığı söylenebilir. Sayılar tartışmaya açık olsa da bu sayıların da yer aldığı bir çalışma ile daire başkanı yönetiminde merkez ilçe muhtarlarına yönelik tanıtım ve bilgilendirme toplantısı yapılmıştır.

- Belediye spor ve konaklama tesislerinde 10 adet oda engellilere uygun hale getirilmiştir.
- Engelli şöleni ve pikniği yapılmıştır.
- Engelli çocukların diğer çocuklarla birlikte rahatlıkla kullanabilecekleri oyun parkının bulunduğu “Gazi Soner Baş Engelsiz Park”ı açılmıştır.
- Kafe ve çay bahçelerinin engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi çalışmalarına başlanmıştır.
- Engelli istihdamına yönelik “Görmeden de olur” projesi hazırlanıp, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı AB koordinasyon birimine sunulmuştur.

- Engelli fuarı düzenlemek için hazırlık çalışmalarına başlanmıştır.
- Engelli spor dernekleri ve kulüpleri ile engelli sporcular için yapılabilecekler ve düzenlenecek etkinlikler hakkında bilgi alışverişi yapılmıştır. Engelliler için 14 branşta spor faaliyetleri başlatılmıştır.
- Paydaş olarak görülen engelli dernekleri ve kulüpleri ile toplantılar düzenlenmiştir.
- “Engelsiz yaşam kampusu projesi” için 42 dönümlük bir alan proje yapım yeri olarak belirlenerek yapım hazırlıklarına başlanmıştır.
- KOSGEB ile görüşmeler yapılarak engelli bireylerin engel türlerine göre istihdam olanaklarını arttırabilmek için kurs ve seminer verme hazırlıkları tamamlanmış ve Eylül ayından itibaren bu etkinliklerin başlaması planlanmıştır.
- Türkiye’de henüz uygulanmayan engellilere yönelik acil arama hattı olarak “3 numaralı” özel hizmet numarası temini için başvuru yapılmıştır.
- Engellilerin en önemli sorunlarından biri olan toplu taşıma konusundaki güçlüklerin aşılması için 60 adet engellilerin kullanımına uygun otobüsü almak için belediye firmalarla görüşmeye devam etmektedir. Ayrıca 2 adet 17+1 kişilik engelli minibüsü 1 adet kombi engelli taşıma aracı alınması çalışmaları yapılmıştır.
- Yeni kurulan ve henüz açılmamış olan otogarın engellilerin erişebilirliğine uygun bir hale getirilmesine yönelik yönlendirme ve bilgilendirmeler yapılmıştır.
- Büyükşehir Kongre ve Sergi Sarayı’nın sahne bölümünde rampa oluşturulması ve asansör düzenlemesi gibi merkezde engellilere yönelik erişimi kolaylaştırıcı düzenlemeler yapılmaktadır.
- Kongre ve Sergi Sarayı’nda Engelli Daire Başkanlığı katkıları ile “Engelsiz bir şehir, engelsiz hayat, engelsiz konut ve mekanlar konusunda yapılması gerekenler” konulu bir seminer düzenlenmiştir.

Sunulması planlanan hizmetler ve projeler ise;

- Psikolojik destek hizmetleri planlanmaktadır.
- Erişilebilirlik standartlarına uygun binalar yapılabilmesi için ruhsat, harç ve katılım paylarında indirim vb. teşvik çalışmaları talebi Belediye Meclisi’ne sunulmuştur.
- Trafikte sinyalizasyon için alt yapı çalışmaları başlatılmıştır.
- Sahildeki 9 km’ lik Kültür Parkı’nda engelliler için düzenlemeler planlanmaktadır.
- “Engelsiz plaj” ve “Engelsiz turizm” konulu projeleri vardır.
- Otogarda engelli araç şarj istasyonu, engelli yardım kulesi oluşturulması planlanmaktadır.

Daire Başkanlığı’nın ayrıca bir bütçesi olacağı ve bütçenin engelli sorunlarının ortadan kaldırmak için gerekli düzenlemelerde kullanılacağı belirtilmektedir. Engellilere yönelik uygulamaya koyulan tüm plan ve projelerde TSE standartlarının baz alındığının, ayrıca

standartları sağlayamayan konaklama tesislerini titizlikle takip edileceğinin ve gerekirse ruhsatların iptal edebilecek yaptırımların uygulanacağı ifade edilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Mersin’de yasal zorunluluğu olmamasına rağmen engelli odaları, tuvaleti vb. oluşturan otellerin bulunması memnuniyet verici iken bunu sadece yönetmelik gereği olarak asgari düzeyde tutan ve mevcut yapıyı da standartlara uygun bir şekilde oluşturmayan oteller çoğunluğu oluşturmaktadır. Bulgulardan da anlaşılacağı gibi engelli hizmetleri konusunda otellerin verdikleri hizmetler hem tüm engelli türlerini kapsamamakta hem de mevcut hizmetler oldukça yetersiz düzeydedir. Otele girişte tekerlekli sandalyeli bir engellinin kullanabileceği bir rampa dahi bulunmayan oteller olması bu iddiaya örnek olarak verilebilir. Genel olarak oteller oda sayısı bakımından ilgili yönetmeliğe göre asgari düzeydeki hizmetleri sunmaktadır. Elbette bazı sorunlar otel çalışanlarının yardımı ve engellilerin refakatçileri sayesinde aşılabılır. Ancak bireysel olarak seyahate çıkanlar için yalnızca otellerin yetersiz düzenlemeleri değil aynı zamanda kentin genelinin fiziki alt yapısını da engelliler için büyük engeller oluşturduğu söylenebilir.

Engelli odası olan 10 otelin 6’sının web sayfalarında engelli odalarının varlığı ile ilgili bilgi verilmiş olup içerikleriyle ilgili sadece 3 yıldızlı ve 4 yıldızlı birer otelde bilgi verilmiştir. Engelli turizm pazarı üzerinde yapılan çalışmalarda elde edilen bir bulgu olarak “seyahate çıkan engellilerin bilinçli bir şekilde, seyahat acentaları ve internet sitelerinden faydalanarak seyahat kararı aldıkları” (Ray ve Ryder, 2003) ve turizm 2020 vizyonuna göre “varış noktalarının seçimi ve rezervasyon süreçlerinde elektronik teknolojinin (internet, web siteleri vb.) artan bir önem kazanacağı” (Çavuş, Ege ve Çolakoğlu, 2009, s. 13) göz önüne alındığında otellerin bu pazarı çekebilmek için engellilere yönelik hizmetlerini arttırmaları ve bu hizmetlere web sayfalarında ayrıntılı bir şekilde yer vermeleri gerektiği söylenebilir. Nitekim Otelbul.org (2013) sitesinde, otellerde engelli odalarının yeterli teknik özelliklere ve donanımlara sahip olsun veya olmasın mutlaka engellilik özelliklerinin tanıtımlarında belirtilmesi ve engelli bireyin konaklayacağı oteldeki engelsiz özelliklerin neler olduğunu bilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Öyle ki Avrupa’da engelliler ile yapılan bir araştırma, bir tesiste engellilere yönelik düzenleme yapıldığının duyulmasının bile katılımcıların % 50’sinin o ülkeyi görmeye yönelttiğini ortaya koymuştur (TÜRSAB, 2008, s. 259).

Yalnızca konaklama sektörünün engelliler için uygun hale getirilmesi engelli turizm pazarına hitap etmek ve bu pazardan daha fazla pay almak için yeterli değildir. Aynı zamanda müze-ören yerleri, kent genelindeki çekim merkezlerinin ve kentin genelinin de kesintisiz bir erişim ve engelli hizmetleri bulunmalıdır. Ulaşım sorunları yanında Mersin’in havaalanı, görüntü kirliliği gibi temel turizm sorunlarının varlığı da doğal olarak engelli turizm pazarında yer almasını engellemekte, bu nedenle bu sorunların da bir an önce çözülmesi gerekmektedir.

Mersin Büyükşehir Belediyesi Engelli Dairesi Başkanlığı'nın (MBBEDB) mevcut çalışmalarının yanı sıra proje aşamasındaki çalışmalarının bir an önce tamamlanması ve bu çalışmaların Türkiye'de önemli bir örnek olması umut edilmektedir. Mevcut olan yapıların düzenlenmesinin hem ekonomik ve sosyal maliyetinin yüksek olacağı hem de çok zaman alacağı öngörülebilir bir durumdur. Ancak bu Mersin Büyükşehir Belediyesi'nde yaşanan anlayış değişikliğinin en azından kent genelinde yer alan engellilere yönelik eksiklikler giderilene kadar yeni yapılacak olan cadde, park, vb. yerlerin standartlara uygunluğunu sayılabilecek bir gelişme olarak görülebilir. Her ne kadar fiziksel altyapı ve erişim olanaklarının iyileştirmesi gibi çalışmalar kentte bir farkındalık oluşturmakta ise de vatandaşların duyarlılığını artıracak eğitim, seminer, kamu spotu vb. çalışmalara daha fazla ağırlık verilmelidir. Çünkü fotoğraflarda da görüldüğü gibi engellilere yönelik düzenleme yapılması yeterli değildir. Ayrıca yapılan düzenlemelerin engellilerin kullanımına her zaman açık olması da gerekmektedir. Engellilere yönelik yapılan düzenlemelerin engelsiz insanlara işgal edilerek engellilerin bu düzenlemelerden yararlanmasının engellenmesi adeta işgalcileri engelsiz engelliler konumuna sokmaktadır. Engellilere yönelik bir başka sıkıntı ise engelli bireylerin sadece tekerlekli sandalyeli kişiler olarak görülme tehlikesidir. Bu konuda da özellikle görme, işitme, zihinsel engelliler başta olmak üzere başta yerel yönetimler olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlar ve bireyler gerekli duyarlılığı göstermelidir.

Çalışmada yer alan özellikle işgal örneklerinin insan eliyle oluşturulduğu gerçeği bu olumsuz koşulların yine bilinçle ve duyarlılıkla aşılabileceğini düşündürmektedir. Sonuç olarak herkesin bir engelli adayı olduğu günümüzde, engellilerin turizme katılımındaki en önemli engelin insanların mevcut zihniyet, duyarsızlık ve bilinçsizliği olduğu söylenebilir. Mersin'de ve Türkiye genelinde engelli tuvaletlerini kilitleyerek depo olarak kullanan kişilerden, kontrol etmeyen yöneticilere, yapı/yol/kaldırım vb. projeleri oluşturanlardan engelli park alanlarına, geçitlerine, kaldırımlara park eden insanlara kadar engellilerin önündeki en büyük engel acaba bu örnekleri yaratan “engelsiz engelliler” midir?

KAYNAKÇA

- Akıncı, Z. (2013). Management of Accessible Tourism and Its Market in Turkey, *International Journal of Business and Management Studies*, 2(2), 413-426.
- Arkeoloji Haberleri (2014). [URL: <http://arkeolojihaber.net/2014/08/12/bin-800-yillik-soli-pompeipolis-antik-kentte-kazi-calismalari-suruyor/>] (Erişim 15 Ağustos 2014).
- Blichfeldt, B.S. and Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: not easy, but doable, *Current Issues in Tourism*, 14(1), 79-102.
- Burnett, J. J. and Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer”, *Journal of Travel Research*, 40, 4-11.

- Coles, T. and Shaw, G. (2004). Disability, Holiday Making and the Tourism Industry in the UK: A Preliminary Surve, *Tourism Management*, 25(3), 397-403.
- Çavuş, Ş., Ege, Z., Çolakoğlu E. O. (2009). *Türk Turizm Tarihi*. Ankara:Detay Yayıncılık.
- Çukurovaexpres (2014). [URL: <http://www.cukurovaexpres.com/roportaj/numan-olcar-mersin-bunlari-hak-etmiyor-h36880.html>] (Erişim 8 Ağustos 2014).
- Dünya Engelliler Vakfı, Engelsiz Turizm Raporu, Aralık 2003, Ankara.
- Dünya Engelliler Vakfı, Engelliler İçin Tasarım Raporu (2010) [URL: <http://www.devturkiye.org/upload/files/engellilericintasarim.pdf>] (Erişim 11 Temmuz 2014).
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2014). Engelli Kimlik Kartı, [URL: <http://www.eyh.gov.tr/tr/27132/Engelli-Kimlik-Karti> ve <http://www.eyh.gov.tr/tr/8298/5-9-Karayollari-Trafik-Yonetmeli>] (Erişim 15 Temmuz 2014).
- Engelsizdostlar Forum (2011). [URL:<http://www.engelsizdostlar.com/forum/engelli-oto-h-sinif-surucu-belgesi-hakinda/artik-plakalarda-damga-olmayacak/>] (Erişim 7 Temmuz 2014).
- Freeman, I. and Selmi, N. (2010). French Versus Canadian Tourism: Response to the Disabled, *Journal of Travel Research*, 49(4), 471-485.
- Gelir İdaresi Başkanlığı (2010). Özel Tüketim Vergisi Sirküleri, [URL: <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=1079&uid=OYrzVXWwzCmWL0mQ&type=sirkuler>] (Erişim 15 Temmuz 2014).
- Gül, E. H. ve Çevik, B. (2014). 2010 ve 2012 Verileriyle Türkiye’de İllerin Gelişmişlik Düzeyi Araştırması, [URL:http://ekonomi.isbank.com.tr/UserFiles/pdf/ar_03_2012.pdf] (Erişim 15 Temmuz 2014).
- Güven, S. (2006). *Toplumbilimde Araştırma Yöntemleri*, Ezgi Kitabevi Yayınları,Bursa.
- Huh,C. and Singh, A. J. (2007). Families travelling with a disabledmember: Analysing the potential of an emerging niche market segment, *Tourism and Hospitality Research*, 7, 3-4, 212-229.
- Israeli, A.A. (2002). “A Preliminary Investigation of the Importance of Site Accessibility Factors for Disabled Tourists”, *Journal of Travel Research*, 41, 101-104.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2011). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023, [URL: http://www.kuzka.org.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf] (Erişim 15 Haziran 2014).
- Mersin Büyükşehir Belediyesi Engelli Dairesi Başkanlığı (2014).
- Mersin Büyükşehir Belediyesi Kongre ve Sergi Sarayı (2009) [URL: <http://kongresarayi.mersin.bel.tr/salonlarimiz.html>] (Erişim 15 Temmuz 2014).
- Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2014). [URL: <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR,73386/turizm.html>] (Erişim Tarihi: 05 Temmuz 2014).
- Mersin Üniversitesi (2014). [URL: <http://oibs.mersin.edu.tr/bologna/?id=/students/disabledStudents>] (Erişim Tarihi: 05 Temmuz 2014).

- OtelBul.org (2013). Engelli Dostu Otel Nasıl Olmalıdır? [URL: <http://www.otelbul.org/engelli-dostu-otel-nasil-olmalidir.htm>] (Erişim Tarihi: 05 Ağustos 2014).
- Oskay, C. (2012). Mersin Turizminin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2) 185-202.
- Pehlivanoğlu, B. (2012). Konaklama Yapılarının Engellilere Yönelik Oda Düzenlemelerinin İrdelenmesi, *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(4), 27-35.
- Ray, N. M. and Ryder, M.E. (2003). Abilities Tourism: An Exploratory Discussion of the Travel Needs and Motivations of the Mobility-Disabled, *Tourism Management*, 24, 57-72.
- Resmi Gazete (2013). Özürlülük Ölçütü, Sınıflandırılması ve Özürlülere Verilecek Sağlık Kurulu Raporları Hakkında Yönetmelik, 30 Mart 2013. [URL: <http://resmigazete.gov.tr>] (Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2014).
- Tozlu, E., Mercan, Ş. O. ve Atay L. Çanakkale'nin Engelli Turizmine İlişkin Durumun Belirlenmesine ve Planlanmasına Yönelik Bir Çalışma, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Turizmde Bu Sabah Günlük Online Gazete (2013). [URL: <http://www.turizmdebusabah.com/haberler/kruvaziyerler-yolunu-degistirdi-mersin-turizmdeki-hedefini-degistirmedi-65266.html>] (Erişim 10 Ağustos 2014).
- TÜRSAB, (2008). Dünyada ve Türkiye'de Engelsiz Turizm Pazarı, [URL: <http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm-/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari-487.html>] ve [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/komite-haberleri/turizm-engel-tanimaz_490.html] (Erişim Tarihi: 08 Ağustos 2014).
- TÜİK ve BÖİB (2002). *Türkiye Özürlüler Araştırması Raporu*, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara.
- TÜİK (2010). Nüfus İstatistikleri, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>] (Erişim Tarihi: 05 Ağustos 2014).
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir Turizm, *Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi*, 24(2), 261-263.
- World Health Organization/WHO (2011). World report on disability, [URL: http://whqlibdoc.who.int/publications/2011/9789240685215_eng.pdf] (Erişim Tarihi: 05 Ağustos 2014).
- Yavuz, G. ve Çakıcı, C. (2014). Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'ndan Beklentileri Üzerine Bir Araştırma, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 11-26.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açılımları Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi*, 17(1), 87-97.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6(11), 51-74.

ERİŞİLEBİLİR TURİZM DESTİNASYONLARI İÇİN UYGULANABİLECEK DÜZENLEMELER: ÖRNEK DESTİNASYONLAR

İlke BAŞARANGİL

*Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ilkekaya33@hotmail.com*

ÖZET

Engelli turistler, bugün ve gelecekte önemli ve özel bir pazar dilimini oluşturmaktadır. Günümüzde engelli bireyler seyahat, konaklama ve turizm faaliyetlerine katılım konularında daha fazla düzenlemelere ve bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Engelli bireylerin de diğer bireyler gibi turistik destinasyon çekiciliklerini ziyaret etmeleri ve oradaki faaliyetlere katılmaları en doğal haklarıdır. Bu pazarın ihtiyaçlarına karşılık olarak, erişilebilir turizm destinasyonlarının yaratılmasında destinasyon yönetim örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Erişilebilir turizm destinasyonlarının oluşturulabilmesi ve geliştirilebilmesi için engelsiz turizm destinasyonlarının alan yazın incelemesi ve bu kapsamda gerçekleştirilebilecek düzenlemeler bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla, dünya genelinde uluslararası engelsiz turizm destinasyonlarından önemli örnekler ele alınmış ve bunların mevcut durumları incelenmiştir. Bu kapsamda destinasyon yönetim örgütlerine çeşitli öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: *Engelli, Erişilebilir Turizm, Erişilebilir Destinasyonlar, Destinasyon Yönetimi.*

GİRİŞ

Bugün dünyada 600 milyondan fazla insan fiziksel ya da zihinsel bir engel ile yaşamaktadır. Dünyada engelliler, turizm endüstrisi için de “özel bir pazar”dır. İngiliz Üniversitesi Surrey tarafından yürütülen OSSATE (One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe- Avrupa’da Erişilebilir Turizm) adlı çalışmada, Avrupa’da 46 milyona yakın engellinin yaşadığını belirtmektedir. Bu nüfusun yaklaşık yüzde 70’i seyahat etmektedir. Bu kişilerin genellikle bir ya da birkaç kişinin refakatiyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde Avrupa’da seyahat eden potansiyel rakamın 130 milyon kişi ve bunların yaklaşık turizm harcamasının 80 milyar Avro’dan fazla olduğu söylenmektedir. ABD’deki engellilerin toplam nüfusunun ise 50 milyona yaklaştığı ve bu kesimin alım gücünün 175 milyar dolara ulaştığı ifade edilmektedir. Engelliler için etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin yavaş yavaş etkisini göstermeye başlamasıyla birlikte geçmişe oranla çok daha mobil hale gelmiş, engelliler daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır (TÜRSAB, 2014). Tablo 1’de görüldüğü üzere Avrupa Birliği üyesi Finlandiya % 32.2’lik oranla engelli nüfusun toplam nüfusa oranı en yüksek ülke iken engelli nüfusu yaklaşık 16.9 milyon kişi ile en fazla olan ülke İngiltere’dedir.

Tablo 1: Avrupa Birliği Üye Ülkeleri Toplam Nüfusları, Engellilerin Nüfusa Oranları ve Engelli Sayıları

Ülke	Nüfus	Engelli Oranı %	Engelli Sayısı
İngiltere	62.008.048	27.2	16.866.189
Fransa	64.716.310	24.6	15.920.212
Almanya	81.802.257	11.2	9.161.852
Polonya	38.167.329	11.7	4.465.577
Hollanda	16.574.989	25.4	4.210.047
İspanya	45.989.016	8.7	4.001.044
İtalya	60.340.328	6.6	3.982.461
Çek Cumhuriyeti	10.506.813	20.2	2.090.855
Portekiz	10.637.713	19.9	2.116.904
Belçika	10.839.905	18.4	1.994.542
İsveç	9.340.682	19.9	1.858.795
Finlandiya	5.351.427	32.2	1.723.159
Romanya	21.462.186	5.8	1.244.806
Yunanistan	11.305.118	10.3	1.164.427
Macaristan	10.014.324	11.4	1.141.632
Danimarka	5.534.738	19.9	1.101.412
Avusturya	8.375.290	12.8	1.072.037
İrlanda	4.467.854	11	491.463
Slovakya	5.524.825	8.2	453.035
Slovenya	2.046.976	19.5	399.160
Estonya	1.340.127	23.7	317.610
Litvanya	3.329.039	8.4	279.639
Bulgaristan	7.563.710	3.3	249.602
Letonya	2.248.374	5	112.418
Kıbrıs Rum Kesimi	803.147	12.2	97.983
Lüksemburg	502.066	11.7	58.741
Malta	412.970	8.5	35.102

Kaynak: EUROSTAT (AB İstatistik Bürosu) 2011'den akt. Zengin ve Eryılmaz, 2013: 54.

Türkiye'deki engelli nüfusu yaklaşık 8 milyon civarındadır. Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli tesislerde 1176 adet engellilere özel oda bulunmaktadır. Fakat engelliler için yapılmış olduğu iddia edilen özel odalarda ya da diğer aktivitelerde engellilerin bunları kullanımında çeşitli problemler çıkabilmektedir. Antalya 605 oda ile engellilere göre en çok odası bulunan ilimizdir. Bu ilimizi 159 oda ile Muğla izlemekte, İstanbul'un yatak kapasitesi ise 147'dir (TÜRSAB, 2014).

Türkiye'de yerli-yabancı engelli konuklarımızın “**engelsiz seyahat**” edebilmelerine yardımcı olabilmek amacıyla TÜRSAB bünyesinde 15 Haziran 2006 tarihinde “**Herkes İçin Engelsiz Turizm Komitesi**” oluşturulmuştur (TÜRSAB, 2014). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), sürdürülebilir turizm politikasında, engelli bireylerin turistik seyahatlerinin kolaylaştırılmasının hayati bir öneme sahip olduğuna inanmaktadır. Örgütün genel kurulu, “ Herkes İçin Erişilebilir Turizm” başlıklı Çözüm A/RES/492 (XVI)'ü kabul etmiştir (UNWTO, 2014).

Çalışma kapsamında literatür incelendiğinde, yapılan araştırmalar arasında engellilerin seyahat kararlarına yönelik araştırmaların yoğun olduğu görülmektedir. Bu araştırmalar arasında; Blichfeldt ve Nicolaisen (2011, s. 79–102) engelli bireylerin turist rolünü nasıl üstlendiklerine yönelik yaptıkları araştırma sonuçları fiziksel engelli kişilerin diğer turistlerin oldukları gibi evden uzakta tatile gitmelerinin aynı olmadığını göstermektedir. Böylece, engelli bireyin bir turist olarak rol alma yeteneği (önünde tatil kararı almayı içeren bir rol) olmasına karşın, daha fazla deneyimli turistler olacak, ancak diğer turistler gibi yollarda spontan olarak turizmle ilgili olmaları mümkün olmayacaktır. Sonuç olarak engelli turistler için, mobilite-engellilik daha fazla spontan turist davranışlarına (hem son dakika hem de destinasyonda dürtüsel tatil almayı içeren) katılıma engel olan bir handikap olarak görülmektedir. Bu araştırmaların yanı sıra Var ve diğerleri (2011, s. 599-618)'nin araştırmasına göre engelli bireylerin tatil yapmak için en önemli karar sebebinin tüm sosyo-demografik kategorilerde % 69.3 ile rekreasyon/boş zaman iken, en az önemli karar sebebinin % 1.4 ile medikal sebepler olduğunu ortaya koymuştur. Konaklama türü tüm sosyo-demografik kategorilerde “otel” dir. Ortalama kalış uzunluğu 14.6 gündür. Tatil destinasyonlarına varışta otobüs ve özel modifiye edilmiş araçlar, ana taşımacılık yöntemleridir. Daha az kullanılan taşımacılık şekilleri uçak ve trenlerdir. Destinasyon seçiminde en önemli faktör “*üstyapı*”, en az önemli faktör ise “*alternatif konaklama türü*” dür. Lee ve diğerleri (2012, s. 569-579), engelli bireylerin seyahat etme niyetleri üzerine yaptıkları araştırma sonuçlarına göre öğrenilmiş çaresizlik boyutunun belirgin bir şekilde seyahat kısıtları ve seyahat etme niyetini etkilemektedir. Algılanan çaresizlik ise içsel ve çevresel kısıtlamalar tarafından etkilenmektedir. Shaw ve Coles (2004, s. 397-403) engelli bireylerin tatil ihtiyaçları üzerine yaptıkları örnek olay incelemesi, açığa çıkan tatil anlamları ve fikirleri dinlenme, rahatlama, özgürlük hissi, yeni yerleri ziyaret etme deneyimleri üzerinedir. Yau ve diğerleri (2004, s. 946-959)'nin engelli bireylerin turizm deneyimlerini keşfetme amaçlı yaptıkları araştırmasında ise seyahat aktivitesini beş farklı safhada deneyimlemektedir. Bu safhalar; *kişisel (kabul ve yeniden entegrasyon)*, *yeniden bağlanma (gelecek için keşif)*, *seyahat analizi (bilgi arama)*, *fiziksel yolculuk (bedel ve uzlaşma)*, *deneyim ve yansıtma (seyahat için farklı zevkler)*'dir. Sonuç olarak engelli bir turist olmak, kişisel bir girişimi, kişinin kendi yeteneklerini doğru değerlendirmesini, güvenilir bilgi toplama kabiliyetini, seyahati ve kendini yönetmesini, deneyimlerini yansıtmasını içeren karmaşık bir süreci içermektedir.

Erişilebilir turizm destinasyon örnekleri açısından yapılan araştırmalar arasında, David ve Kiss (2011, s. 113-122), Taması'de (Macaristan) Erişilebilir Park Örneği ile (ekonomik bakış açısını, engelli bireylerin bakış noktasını ve eşsiz turizm ürünlerini dikkate alarak) bu sektörün önemine vurgu yapmaktadır. Bu park, ulusal ve uluslararası engelli turistlerin, arkadaşları ve aileleri ile birlikte tüm imkânları ile eşsiz hizmetler verecektir. Bu projenin nihai uygulamasının sadece Macaristan'da değil, tüm Avrupa'da talep yaratacağı ileri sürülmektedir. Atay ve Tozlu (2012, s. 42-52)'nın engellilerin seyahatte ve turizme katılımlarında, hareketlerini kolaylaştıracak düzenlemelerin mevcut durum tespiti amacıyla yapılan araştırma sonucunda, engelli grupların seyahatlerinde otellerde ve restoranlarda,

engellilere yönelik düzenlemelerin yetersiz olduğu ortaya çıkmıştır. Çekim merkezlerine gerçekleştirilecek ziyaretler açısından, engelli bireylerin hareket kısıtlarıyla en az karşılaşacağı yer olarak İzmir ön plana çıkmaktadır. Görme engelliler için küçültülmüş bir müzeye sahip olan İzmir’de, engelli bireylere yönelik düzenlemelerin yalnızca bedensel engellileri kapsamadığı, farklı engelleri bulunan bireylere yönelik düzenlemelerin de olduğu görülmektedir. İstanbul’da bulunan bazı müzelerde de engellilere yönelik çalışmaların başlatıldığı gözlemlenmiştir. Çekim merkezlerine olan ziyaretlerde kullanılabilecek, ayarlanabilir ses oranına sahip audio sistem uygulamasının bulunması, işitme gücü çekenler ve işitme engelliler için önem taşıyan bir unsurdur. Görüşme verilerinden elde edilen bulgulara göre; çekim merkezlerinin çoğunluğunda audio sistemin bulunmadığı da tespit edilmiştir.

Konaklama işletmeleri açısından yapılan araştırmalar arasında Yaylı ve Öztürk (2006, s. 87-97)’ün konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açılarını değerlendirdiği araştırmasında, yöneticilerin bu özel pazar için olumlu bir bakış açısına sahip olduğu, otellerin yıldız sayısının artmasıyla ilgili pazara bakış açılarının olumlu yönde arttığını belirtmişlerdir. Kim ve diğerleri (2012, s. 1311-1317) ise engelli otel müşterilerinin konaklama ihtiyacı ile ilgili yaptıkları araştırma sonuçlarına göre hareket engelli konukların en büyük ihtiyaçlarının özel konaklama ihtiyaçları olduğunu ve tüm yanıtlayıcıların personel duyarlılık eğitimine daha fazla ihtiyaçları olduğunu belirtmişlerdir.

Diğer araştırmalar arasında Darcy (2010, s. 816-826), belgelenen ve pazarlanan erişilebilir konaklama bilgileri ile ilgili kısıtları belirlemiştir. Bu amaçla geliştirdiği Otel Erişilebilirlik Ölçeği ile sosyo-demografik değişkenlerin ölçüt seçimi için bazı bilgiler sunarken, en önemli ölçüt seçiminin ve bilgi önceliklerinin, engellilik boyutları ve destek ihtiyaçlarının düzeyi olduğu ortaya çıkmıştır. Kim ve Lehto (2013, s. 13-24) ise engelli çocuklu ailelerin turizm motivasyon ve aktivitelerini inceleme amaçlı yaptıkları araştırma sonuçlarına göre engelli çocukların “fiziksel yeterliliği” aileleri için en önemli motivasyon faktörü iken, “hareketsiz açık hava aktiviteleri” aile gezilerinde en önemli aktivite olarak ortaya çıkmıştır.

ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ, AMACI VE ÖNEMİ

Erişilebilir turizm destinasyonlarının yönetimi kapsamında uluslararası engelsiz turizm destinasyonlarının alan yazın incelenmesi ve engelsiz turizm destinasyonlarının yaratılmasında gerçekleştirilebilecek düzenlemelerin ortaya çıkarılması bu çalışmanın amaçlarını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamı, “dünya genelinde engelsiz turizm destinasyon örnekleri hangileridir?” ve “engelsiz turizm destinasyonlarının yaratılmasında ve geliştirilmesinde uygulanabilecek düzenlemeler nelerdir?” sorularına cevap aramak ve çözüm önerileri sunmaktır. Bu amaçla, dünya genelinde engelsiz turizm destinasyonlarından örneklere yer verilmiştir. Araştırmanın sonuçlarının, destinasyon

yönetim örgütlerinin geleceğin erişilebilir destinasyonlarının oluşturulmasında yol gösterici olacağı tahmin edilmektedir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Bu araştırma nitel bir araştırma olup, araştırmanın giriş kısmında alan yazına, daha sonra araştırmanın problemi, amacı ve önemine, bir sonraki bölümde ise materyal ve yöntem, sonraki bölümde erişilebilir turizm destinasyonlarının yönetimi ve bu destinasyonlardan örneklerle, son olarak ta sonuç ve öneriler kısmına yer verilmektedir. Araştırmada ikincil veri kaynaklarından yararlanılmış olup, turizmde konu ile ilgili alan yazının yanı sıra konuyla ilgili T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, TÜRSAB'ın, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün, Dünya Sağlık Örgütü'nün, Avrupa Komisyonu'nun, bazı uluslar arası turizm örgütlerinin yayınları ve raporları ile erişilebilir turizm destinasyon rehberlerinden faydalanılmıştır.

ERİŞİLEBİLİR TURİZM DESTİNASYONLARININ YÖNETİMİ VE ÖRNEKLER

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün *engelli tanımı*; katılım kısıtlamaları, aktivite sınırlılıkları ve bozukluklarını kapsayan bir terimdir. Bu bozukluk, vücut yapı ya da fonksiyonunda bir problemdir; bir aktivite sınırlaması, bir görev veya eylemi yürütürken bir birey tarafından karşılaşılan bir zorluk iken katılım kısıtlaması ise bireyin yaşamında deneyimlediği bir problem olarak tanımlanmaktadır (WHO, 2014). Engelli tanımı, Türk Dil Kurumu Genel Türkçe Sözlüğü'nde “engeli olan” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2014). Engelliler konusunda bilgi ve veri eksikliğini gidermek amacıyla Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı ve Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı işbirliği ile “2002 Türkiye özürllüler araştırması”, TÜİK tarafından 2010 yılında “Engellilerin sorun ve beklentileri araştırması” ve TÜBİTAK'ın katkılarıyla “Türkiye Özürllüler Araştırması 2002 İkincil Analizi” gerçekleştirilmiştir. Engelli bireyler; (1) ortopedik engelli, (2) görme engelli, (3) işitme engelli, (4) dil ve konuşma engelli, (5) zihinsel engelli ve (6) süregelen hastalık olarak sınıflandırılmaktadır (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014).

Turistik destinasyonlara *erişilebilirlik*, özel düzenlemelere gerek kalmadan bağımsız olarak, faaliyetlere, açık alanlara, binalara herkes için kolay erişimi ifade etmektedir (European Commission, 2014). “Turizm Avustralya” *erişilebilir turizm* kavramını, evrensel turizm ürün, hizmet ve çevresine bağımsız, eşitlikçi ve onuruyla engelli ve yaşlı bireyleri bağlayan süreç olarak tanımlamaktadır (Olimpiyat Koordinasyon Kurumu 1999'dan adapte edilmiştir). Bu tanım, erişimin hareket, işitme, görme, bilişsel boyutlarını içermektedir (STRC, 2014). Coğrafi bir bölge olarak *destinasyon* ise ürünler, hizmetler ve deneyimlerin bir bileşimidir. Bu nedenle, destinasyon için markalama fırsatları, ülke, şehir ve kasaba düzeylerinde, çekim unsurlarında (tarihi, kültürel, doğal, insan yapımı yapılar, müzeler, temalı parklar vb.), etkinlik (mega etkinlikler, festivaller vb.) ve yaşam tarzı seyahat paketlerinde (seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından satılan ve geliştirilen paket turlar) var olmaktadır (Kozak ve Baloğlu, 2011, s. 155). Konaklama, yeme-içme, alışveriş imkanları, rekreatif faaliyetler, eğlence, hizmetler vb. pek çok imkan sunan

destinasyon (Howie, 2004, s. 78); (1) kentler, tarihi, kültürel ve turistik şehirler, (2) kasabalar ve küçük köyler, (3) tatil yerleri, (4) doğa temelli çekiciliklere sahip kırsal, koruma alanları, (5) bölgeler ve (6) ülkelerdir. Bir ziyaretçi bir destinasyona varış yaptığında, destinasyona ait birtakım faydalar ve imkânlardan hem içeride hem de dışarıda yararlanmak istemektedir. Bu hizmetler ve faydalar (Jamieson, 2006, s. 32-33): içme suyu, tuvaletler, ankesörlü telefonlar, posta hizmetleri, acil medikal hizmetler, çöplerin naklidir. Bunların yanı sıra daha geniş destinasyonlarda, bir dizi yeme-içme ve konaklama hizmetleri de sunulmaktadır.

Kapalı konumdaki bir destinasyonun olanakları arasında; çeşitli türlerde konaklama, restoranlar, perakende aktiviteleri (alışveriş merkezleri, mağazalar vb. gibi), hizmetler (araba kiralama, e-mail vb. gibi), rekreatif faaliyetler, eğlence imkânları, sağlık bakım hizmetleri yer almaktadır (Jamieson, 2006, s. 32-33). Destinasyonlarda *yönetilen ziyaretçi çekicilikleri*; zevk, eğlence ve ziyaret, kendi iyiliği için yönetilen, kontrol edilen tasarlanmış kalıcı kaynaklardır. Bu tasarım, hem yapılar için geçerli olan yasal yönetmeliklerde yer alan ticari bir kararla, toplum çıkarları adına hareket eden bir kamu organı tarafından alınan kararlar aracılığı hem de paydaşlar ile güvenilir hedeflerle alınan bir kararla gerçekleşebilir (Middleton ve diğerleri, 2009, s. 409). Engelli bireyler de diğer insanlar gibi destinasyonlardaki çekicilik unsurlarını görmek ve ziyaret etmek isterler. Engelli bireyler için *erişilebilir bir turizm destinasyonu* kavramı, bir yöre, bölge ya da semte kolaylıkla erişilebilir ve çeşitliliği olan bir çevre yaratmak için erişilebilir tesisler, altyapı ve ulaşımın sağlanmış olmasıdır (UNWTO, 2013, s. 6). Destinasyon yönetiminin temel amaçları arasında destinasyon kaynaklarının sürdürülebilirliğini sağlamak, destinasyon çekiciliklerini korumak ve geliştirmek ile yerel halkı turizm konusunda eğitmek; temel amacının turistlerin seyahatleri sırasında yaşadıkları destinasyon deneyiminin kalitesini arttırmaktır (Özdemir, 2007, s. 46). Bunun yanı sıra engelli bireyler için destinasyon yönetimi kapsamında destinasyonların erişilebilir, iyi planlanmış, test edilmiş hizmetler ve aktiviteler ile tüm alanlar arasında bağlantılı, turizm zinciri boyunca mevcut olmalıdır. Turizm zincirinin unsurları şunlardır (UNWTO, 2013, s. 6-12):

A. Turizm Destinasyon Yönetimi: Turizm destinasyon yönetim organları ve idareler, erişilebilir turizm stratejileri yürütmelidir. Yerel, bölgesel ya da bir ilçenin erişilebilir turizm destinasyonu kavramı için kolaylıkla ulaşılabilir, cezbedici ve çeşitliliğin sağlandığı bir çevreyle yaratılan tesisler, altyapı ve ulaşım gerekmektedir.

B. Turizm Bilgi ve Reklam (Hazırlık, Bilgi ve Rezervasyon): Turizm literatürü ve diğer tanıtım materyallerinde, erişilebilir hizmetler, tesisler ve kolayca anlaşılır uluslararası sembolleri içermelidir. Enformasyon bürolarında engelliler için bilgiler dâhil edilmelidir. Promosyon malzemeleri, erişilebilir medya aracılığı (telefon, faks ya da e-mail) ile karşılanmalıdır.

C. Kentsel ve Mimari Çevre: *Park Alanları*: Hareket kabiliyeti düşük engelliler için, turistik destinasyonlara ya da binaların giriş-çıkışlarına yakın özel park yerleri olmalıdır.

İletişim: Telefonlar ve diğer iletişim sistemleri (faks, internet vb.), yüksekliği, hareketlilik sorunları ya da duyuşal problemleri ortadan kaldırılabilecek şekilde tasarlanmalıdır. **Yön Tabelaları:** Enformasyon, check-in ve bilet satışı gişeleri, açıkça işaretlenmiş ve mümkün olduğunca girişe yakın, herkes tarafından erişilebilir olmalıdır. Duyurular hem görsel hem de işitsel olarak yapılmalıdır. Erişilebilir hizmetler ve tesisler, uygun ölçülerde ve renkte anlaşılır sembollerle açıkça işaretlenmelidir. **Yatay Hareket:** Ana koridorlar ve geçitler, engelliler için özgür olmalı ve tekerlekli sandalyeli engellilerin geçebileceği genişlikte olmalıdır. **Dikey Hareket:** Asansörler, engellilerin girebileceği ve kullanabileceği yeterliliğe sahip olmalıdır. Görme ve işitme engelli bireyler için tasarlanmış asansörler olmalı, yangın alarmları hem görsel hem de işitsel sinyaller yaymalıdır. Merdivenler ve rampalar aynı seviyede olmalı, gerektiğinde koşullar, rampalara, asansörlere ya da platformlara erişimi de içermelidir. Tesislerin tuvaletleri, erişilebilir tezgâhları ve lavaboları ile kurulmalıdır. Turizm hizmet sağlayıcıları, engelli turistler için uygun altyapı ve hizmetler önermelidir.

D. Ulaşım ve İstasyon Yönetimi: Otobüs, taksi, tramvay, tren, feribot, yolcu gemileri gibi araçlar, engelli bireyleri yeterince güvenli ve konforlu taşımak için tasarlanmalıdır. Engelli yolcular kolaylıkla tüm terminaller, istasyonlar ve diğer ilişkili tesislere kolaylıkla erişmelidir. Ana yollarda ve özellikle otoyollarda düzenli aralıklarla dinleme durakları bulunmalıdır.

E. Konaklama, Yemek Servisi ve Sözleşmeler: Konaklama işletmelerinde yardıma gerek kalmayan erişilebilen odalar olmalıdır. Odaların acil giriş –çıkış yolları ve yönleri tahliye için kolaylaştırıcı odalar olmalı, otelde restoranlar, kafeler, barların kolay dış erişimi ve görme engelliler için kolay okunan metinli menüler, farklı yükseklikte tezgâhlar, tekerlekli sandalye kullanıcıları tarafından kullanılabilen tarlanmış mobilyalar, erişilebilir tuvaletler vb. sağlanmalıdır. Engelliler için binada, giriş, tuvaletler, telefonlar, yön tabelaları, asansörler, park yeri olmalı, ek olarak konferans olanakları, özel koltuklar, tekerlekli sandalyeli bireyler için özel alanlar, özel kulaklıklar sunulmalıdır.

F. Kültürel Etkinlikler (müzeler, tiyatrolar, sinemalar vb.): Engelli bireylerin, kültürel aktivitelere katılımı için müzeler, tarihi, kültürel, dini binaların yöneticileri, yatay ve dikey problemlerin çözümünde uygun rampa ya da asansör sağlamalıdır.

G. Diğer Turizm Faaliyetleri ve Etkinlikler: Çevre gezilerinde öğretmenlerin fiziksel engelli bireyler için uygun, hem işitme hem de görme engelliler için görsel ve işitsel bilgi sağlayıcı konumda olması gerekmektedir. Engelli bireylerin spor tesislerine erişimi ve spor aktivitelerine katılımı cesaretlendirilmelidir. İlgili yeşil alanlarda, tuvaletler, hizmetler ve tesisler bağlantılı, çapraz erişilebilir yolları olmalıdır. Plajlarda bilgi noktaları, hizmetler ve tesislere erişim yolları sağlanmalıdır.

Alpine Erişilebilir Turizm Projesi, Ausindustry Avustralyalı Turizm Geliştirme Programı kapsamında finanse edilip, Engelli Kış Sporları Avustralya (Disabled Winter Sport Australia/DWA) tarafından koordine edilmiştir. Bu proje engelli insanlara erişilebilir

turizm kış sporları deneyimi sağlamak için DWA'nın 30 yıl üzerine inşa etmek için çalışmıştır. Bu proje: (1) kendi ürünlerine erişilebilirliği özetleyen raporların hazırlanması ve 100'den fazla turizm sağlayıcılarının değerlendirmelerini, (2) erişilebilirlik düzeyini geliştirmek isteyen tur operatörleri için web tabanlı bir aracın geliştirilmesini (3) Yeni Güney Galler ve Victoria'da Alpine toplulukları için Hareketlilik Haritaları üretimi; onların aktivitelere daha fazla dâhil olabilmeleri amacıyla açık hava etkinliklerini sağlayan uygulayıcılara eğitim verilmesini, (3) bu işletmeleri teşvik etmek için gazete, dergi ve diğer pazarlama organları ile önerilen kısa mola hikâyeleri yazmayı içermektedir (Dickson ve Hurrell, 2008'den akt. Darcy ve Dickson, 2009, s. 40). Batı Avustralya Erişilebilir Turizm Stratejik Eylem Planı; erişilebilir turizm fırsatları için bir çerçeve sunarken turizm endüstrisinin diğer bölümleriyle de ilişki kurmaktadır: (1) ürünlerini sunmak için hevesli olan tur operatörlerini, (2) politika ve programların geliştirilmesinden sorumlu olan Batı Avustralya Hükümet kurumlarını, (3) erişilebilir turizm fırsatları yaratmaya çalışan yerel yönetimleri, (4) bölgesel turizm ürünlerinin pazarlanmasında öneme sahip olan bölgesel turizm örgütlerini, (5) ziyaretçi ve bilgi ofisleri yönetimi ve personelini içermektedir (Tourism Western Australia and Disability Services Commission, 2014). "The Greenways4tour" projesi ise sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi için Avrupa Birliği uluslararası tematik turizm ürünlerine ön ayak olmaktadır. İlk kez Avrupa Birliği'nin Turizm Genel Müdürlüğü (2011)'nin büyük bir programına Avrupa'da sürdürülebilir turizmin gelişimi ve büyük bir potansiyele sahip alanları değerlendirmek amacıyla Greenways (Yeşil Yollar) projesi dâhil edilmiştir. Bu projenin amacı Avrupa'da, sürdürülebilir turizm tercihlerini geliştirmek ve engelli bireylerin, bisikletçilerin ve yürüyüşçüler için mükemmel imkânlara sahip Yeşil Yolların uluslararası farkındalığını arttırmaktır. İspanya, İtalya, Çek Cumhuriyeti ve Portekiz bu projenin üyeleridir. Girona Greenways, Terra Alta Greenway, Montes de Hierro Greenway, the La Sierra Greenway İspanya'daki bu yollardan bazılarını oluşturmaktadır (European Commission, 2014). Kıbrıs'ı ziyaret etmek isteyen özel erişim ihtiyaçları olan ziyaretçiler için pek çok imkân bulunmaktadır. Bazı oteller özel erişim ihtiyaçları ve gereksinimlerini karşılamaktadır. Adanın etrafında taşıma şirketleri ile ulaşım sağlanabilmektedir. Özel otobüslerde düşük rampalar, emniyet kemerleri, tekerlekli sandalyeli bireyleri taşıyabilen özel taksiler mevcut olup, Kıbrıs turizm organizasyon ofisleri ve web sitelerinden bu bilgilere erişilebilmektedir (Cyprus Tourism Organization, 2014).

Madrid'in erişilebilir turizm destinasyonları arasında; Paseo Del Arte/Art Walk, Royal Palace, Gran Via, Barrio De Las Letras, Salamanca Bölgesi, Chueca, Argüelles yer almaktadır. Bu kaynakların yanı sıra Madrid şehrinde fiziksel, görme, işitsel ve zihinsel engelli bireyler için turist enformasyon büroları, gezici turist enformasyon noktaları, rehber eşliğinde tur programları, engel türlerine göre engelli bireyin erişebileceği müze ve sergilerin, tiyatro ve sinemaların, tarihi ve kültürel anıtların, kongre ve ticari fuar alarının, alışveriş merkezlerinin, rekreasyonel aktivitelerin, restoranların özelliklerini ve ulaşım hizmetlerini sağlayan turizm enformasyon bürolarında rehber kaynağını engelli turistlere sunmaktadır (Plaza Mayor Tourist Center, 2014).

Şekil 1. Erişilebilir Turizm Yolları



Şekil 2. Erişilebilir Turizm Rehberi



Kaynak: (Plaza Mayor Tourist Center, 2014).

Şekil 3. Mobil Turist Bilgi Merkezi



Şekil 4. Rehberli Tur Programı



Kaynak: (Plaza Mayor Tourist Center, 2014).

Hussein ve Yaacob (2012, s. 128), Malezya destinasyonu erişilebilir çevre ve ulaşım tasarımı yapıları üzerine odaklanmıştır. Putrajaya idari başkenti, Kuala Lumpur, Kuala Lumpur Havaalanı, büyük alışveriş merkezleri ve ticari binalar inşa edilmiştir ve rampalar ile tuvaletlere erişilebilir tesisler sonradan dâhil edilmiştir. 5 yıldızlı oteller, en az bir tekerlekli sandalye erişimli odaya sahip fakat hepsi uygulama yönetmelikleri ile uyumlu değildir. Popüler turistik noktalar görme ve işitme engelli bireylerin erişimi için sınırlı iken, Putrajaya ve Kuala Lumpur'daki parklar erişilebilirdir.

Şekil 5. Resmi iş için tekerlekli sandalye kullanıcısının masaya erişimi ve düşük maliyetli bir rampa.



Kaynak: Hussein ve Yaacob (2012: 128).

Şekil 6. Tekerlekli sandalye kullanıcısı için araç, Kuala Lumpur'da erişilebilir parklar ve Kuala Lumpur Jalan Loke Yew üzerinde asansörlü yaya geçidi



Kaynak: Hussein ve Yaacob (2012: 130).

ITB (Uluslararası Turizm Borsası) Dünya Seyahat Trendleri Raporu/Berlin (2012/2013)'e göre Almanya'da engelli turistler tarafından yaratılan ölçümlenen iş hacmi, 2.5 milyar € ve dolaylı etkileri de dâhil olmak üzere 4.8 milyar €'ya yükselmektedir. İngiltere'de engelli turistler, yaklaşık 2 milyar İngiltere'de, 2009 yılında İngiltere Ziyaretçi Anketi ile engelli ziyaretçilerin İngiliz yerli ziyaretçi ekonomisine yaklaşık 2 milyar £ katkıda bulunduğu ortaya çıkmıştır. Avustralya'da ise engelli turistler, turizmin GSYİH'nın %16'sı kadar katkı sağlamaktadır. Örneğin, Almanya'da geçmişte engelli bireylerin yaklaşık %37'si erişilebilir imkânların eksikliği nedeniyle seyahat etmezken, ancak %48'i daha sık seyahat etmek ister ve %60'ı ise gelişmiş erişilebilirlik için daha yüksek seyahat masrafları ödemeye hazırdır (ITB, 2013). Engelliler için Kanada'da Vancouver ve Victoria gibi büyük kent merkezlerinde birçok seçenek sunmaktadır. Vancouver, 2010 Olimpiyat ve Paralimpik Kış Oyunlarına ev sahipliği yaparak, "dünyanın en erişilebilir şehir"i seçilmiştir. Vancouver Uluslararası Havalimanı (YVR) dünyanın en erişilebilir havaalanlarından biri olarak kabul edilir (British Columbia, 2014).

Engelli bireyler için diğer destinasyonlar arasında; ChicagoThe Skydeck Chicago's Willis Tower, The University of Michigan Museum of Art in Ann Arbor, Kings Island

Amusement Park near Cincinnati, deniz kenarlarına örnek olarak Hanauma Bay in Honolulu, Kailua Beach Park, Ludington State Park in Ludington, özellikle tekerlekli sandalyeli bireyler için San Diego, CA’da, Ocean Beach, Mission Beach, Pacific Beach and La Jolla Shores, Rehoboth Beach in Delaware, Silver Strand State Beach in Coronado, CA, özel tur ve programlarına örnek olarak spor ve rekreasyon programlarının olduğu The National Sports Center for the Disabled in Winter Park, aileleri ile gelen özel ihtiyaçlara sahip bireylerin rekreasyon ve atletik kamplara sahip The National Ability Center in Park City, kruv ve kara gezilerinde özel aktivite ve hizmetler ile aileler yardımcı olmak için eğitimli personele sahip Autism on the Seas, temalı park örnekleri arasında Disney World ve Disney Land, Morgan’s Wonderland in San Antonio, Legoland in Carlsbad, doğal park alanlarına örnek olarak Rocky Mountain National Park near Estes Park, Congaree National Park near Gadsden, müzelere örnek olarak Londra’da The Science Museum, Tate Modern Museum, New York kentinde The Metropolitan Museum of Art, Paris’te The Louvre yer almaktadır (Friendship Circle of Michigan, 2014). Los Angeles’ta ise erişilebilir turizm çekicilikleri arasında Hollywood Boulevard ve Universal City, Exposition Park, Dodger Stadium, L.A., Exposition Park, Dodger Stadium, Miracle Mile, Farmers Market ve West L.A., Southern California Amusement Parks Accessibility, Griffith Park ve Pasadena yer almaktadır (L.A. Accessibility Guide, 2014).

Şekil 7. Hollywood Boulevard **Şekil 8.**Page Museum at La Brea Tarpits



Kaynak: (L.A. Accessibility Guide, 2014).

Erişilebilir San Diego Şehri, farklı plajlarında güç plaj sandalyeleri yer almaktadır. Güç plaj sandalyeleri kumullarda, çöllerde ve sokaklarda gezinmek için tasarlanmış yaygın güç tekerlekli hibrid araçlardır. Bu sandalyeler Ocean Beach, Mission Beach, Coronado Beach, Silver Strand State Beach, Imperial Beach, La Jolla Shores ve Oceanside Harbor Beach’de bulunmaktadır. San Diego’da pek çok engelli için tiyatrolar da yer almaktadır. Balboa Theatre, Humphreys Concerts by the Bay, San Diego Civic Theatre, Viejas Concerts in the Park, **Cricket Wireless Ampitheatre engelliler için bulunmaktadır (SDTA, 2014).** **Almanya’da bir liman kent olan Kiel’de Rathaus (Belediye Binası), Rathausplatz Meydanı, Opera ve Kleiner Kiel Gölü, İsveç Rıhtımı (Schwedenkai), Norveç Rıhtımı (Norwegenkai), Baltık Denizi Rıhtımı (Ostseekai), Kiellinie, Leibniz Enstitüsü’nün halka açık akvaryumu, St. Nikolai Kilisesi, Ana gar (Hauptbahnhof), Kiel Manastırı (Kieler**

Kloster), Müze Köprüsü Olan Kiel Gemi Seyahati Müzesi (Schiffahrtsmuseum), Kiel şehir müzesi Warleberger Hof, Sanat Salonu (Kunsthalle), Hörn Köprüsü Hörn Liman Ucu, Germania Limanı ve Hörn Campus, 2009 yılında Kiel’de ilk umumi, engelli çocukları dikkate alan bir oyun parkı: Mittelstraße engelli bireylerin erişimine izin veren noktalardır (Eyalet Başkenti Kiel ile İşbirliği Yapan Engelli Vatandaşlar Komitesi, 2014).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Erişilebilir destinasyonlara yönelik politikalar ve programlar geliştirilmesinden sorumlu olan devlet, destinasyonların yönetim ve pazarlanmasından mesul olan yerel işletmeler, belediyeler, valilikler, seyahat acentaları, tur operatörleri, ulaşım şirketleri, havayolları, oteller, AVM’ler ve turizmi destekleyen diğer tüm işletmeler destinasyon yönetim örgütlerinin önemli birer parçalarıdır. Erişilebilir turizm destinasyonlarının yaratılmasında destinasyon yönetim örgütlerinin, özel ve kamu işbirliği çerçevesinde ortak hedefler belirleyerek projeler geliştirebilir ve bu sayede paydaşların turizmden elde edeceği faydalar arttırılabilir. Bu kapsamda yapılması gereken uygulamalar şunlar olmalıdır;

- Erişilebilir destinasyonlar için destinasyon yönetim örgütleri işbirliği içerisinde erişilebilir tesisler, altyapı ve ulaşımın sağlanması kapsamında gerekli tasarımları gerçekleştirmeleri, uzun vadeli erişilebilir turizm stratejileri yürütmelidir.
- Destinasyonlarda yer alan tesisler, altyapı, hizmetler ile aktiviteler diğer tüm varılacak noktalarla bağlantılı ve iyi tasarlanmış olmalıdır.
- Kentlerde havaalanları, tren ve otobüs terminalleri ile limanlar engelli bireyler için uygun tasarlanmalıdır.
- Destinasyonlar, hizmetler ve tesisler hakkında bilgilere kolay erişilebilir olmalı, turizm enformasyon bürolarında engelli bireyler için bu alanda eğitimli görevliler bulunmalıdır.
- Hizmetler ve tesisler kolaylıkla anlaşılabilir, uluslararası sembolleri, işaretleri içermelidir.
- Kentsel mimari içerisinde, çevresel yapılar, park alanları, telefon kabinleri ve diğer iletişim sistemleri, yön tabelaları engelli bireylerin kolay erişimine yönelik tasarlanmalıdır.
- Kentsel mimari açısından caddeler, koridorlar ve geçitlerde engelli bireylerin yatay ve dikey hareketlerine uygun hale getirilmelidir.
- Turizm enformasyon bürolarının, otellerde check-in işlemlerinin ve bilet satışın gerçekleştirileceği gişelerin engelli bireylerin erişimine uygun olmalı, ayrıca bu noktalardan yapılacak duyurular hem görsel hem de işitsel olarak hazırlanmalıdır.
- Otellerde engelli turistlerin rahat erişilebilir, kimsenin yardımına ihtiyaç duymadan, yatay hareketlerine uygun koridorlar, geçitler, dikey hareketlerine uygun asansörler, rampalar, merdivenler ya da platformlar tasarlanmalıdır. Ayrıca odalar acil çıkışlar için uygun hale getirilmeli, kolay erişime sahip restoranlar, barlar, kafeler ve tuvaletler içermelidir.

- Engelli turistlerin çeşitli etkinliklere katılımlarının sağlanabilmesi için müzeler ve sergiler, tarihi ve kültürel yapılar, dini mekânlar, eğlence parkları, büyük alışveriş merkezleri vb. kolay erişilebilir olarak tasarlanmalıdır.
- Ayrıca engelli turistlerin doğa turizmine katılabilmeleri için bu alanlarda en başta yollar tesisler, hizmetler ve tuvaletler bağlantılı yollara sahip olmalı, turizm enformasyon büroları bu tür bir aktiviteye katılmak isteyen engelli turistlere bu anlamda eğitim almış rehber hizmeti sağlamalıdır.
- Erişilebilir destinasyonlarda ulaşım, konaklama, eğlence, yeme-içme, etkinlikler vb. içeren bilgiler ve bu destinasyonlar ile belediyeler, ulaşım şirketleri, tur operatörleri, havayolları ve oteller, ortak-geniş tabanlı internet bilgi ağı ile “ulusal erişilebilir destinasyon ağı” geliştirilmelidir.

Ayrıca Avrupa Komisyonu tarafından 2007 yılından itibaren düzenlenen “Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Yarışması 2013” yılı teması “Erişilebilir Turizm” olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda Kültür ve Turizm Bakanlığı 2013 yılı Avrupalı Seçkin Destinasyonu olarak Sakarya İlimizin Taraklı İlçesi’ni seçmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projeleri kapsamında potansiyel taşıyan destinasyonlar teşvik edilmeli, daha fazla tanıtım ve pazarlamaları yapılmalıdır.

Yapılacak bu uygulamalar sayesinde engelli bireylerin topluma karışmasına, duygusal gerilimlerinden uzaklaşmalarına, iletişim becerilerinin gelişmesine ve yaşama daha fazla bağlanmalarına katkı sağlayacaktır. Ayrıca ulusal düzeyde erişilebilir destinasyonlar tespit edilip, turist akışlarını bu destinasyonlara yönlendirerek gelen turist sayıları artırılabilir. Gelecek araştırmalar, engelliler için potansiyel taşıyan turist destinasyonların yeterlilik durum tespiti ve engellilerin beklentileri kapsamında araştırmalar gerçekleştirilebilirler.

KAYNAKÇA

- Atay, L. ve Tozlu, E. (2012). Engellilere yönelik turistik ürünlerin durum tespiti; bir alan araştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD)*, 9 (2), 42-51.
- Blichfeldt, B. S. ve Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: not easy, but doable. *Current Issues in Tourism Vol. 14, No. 1, January 2011*, 79 –102.
- British Columbia. (2014). *Accessibility*. [URL: <http://www.hellobc.com/british-columbia/about-bc/accessibility.aspx>] (Erişim 12 Haziran 2014).
- Cyprus Tourism Organization.(2014). *Accessible Cyprus-information for visitors with special access needs*. [URL: http://media.visitcyprus.com/media/eBrochures/High/Info_for_Disabled_feb10_lrg.pdf] (Erişim 25 Temmuz 2014).
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management* 31 (2010), 816–826.

- Darcy, S. ve Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: the case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 32–44.
- David, L. ve Kiss, N. (2011). Destination development and management for disabled people. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 4 (2), 113-122.
- EC (European Commission). (2014). *Improving information on accessible tourism for disabled people*. [URL: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/improving_information_on_accessibility/improving_accessibility_en.pdf] (Erişim 31 Temmuz 2014).
- EU (European Commission). (2014). *Guide to the best practices and recommendations for accessible greenways*. [URL: http://159.149.119.15/greenways4tour/G4T_Guide%20to%20best%20practices%20for%20accessible%20Greenways.pdf] (Erişim 07 Mayıs 2014).
- Eyalet Başkenti Kiel ile İşbirliği Yapan Engelli Vatandaşlar Komitesi. (2014). *Kiel’de görmeye değer objeler: engelli ve engelsiz vatandaşların şehri*. [URL: http://www.kiel.de/leben/menschen_mit_behinderung/_dokumente/Rueckseite_Tuerkisch.pdf] (Erişim 03 Mayıs 2014).
- Friendship Circle of Michigan. (2014). *32 Vacation destinations for individuals with special needs*. [URL: <http://www.friendshipcircle.org/blog/2012/06/06/32-vacation-destinations-for-individuals-with-disabilities-or-special-needs/>](Erişim 27 Temmuz 2014).
- Hussein, H. ve Yaacop, N. M. (2012). Development of accessible design in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 68 (2012), 121 – 133.
- Howie, F. (2004). *Managing the tourist destination*. UK: Thomson.
- ITB (World Travel Trends Report). (2012/2013).The World’s leading travel trade show. [URL: http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_2013_web.pdf] (Erişim 11 Temmuz 2014).
- Jamieson, W. (2006). *Community destination management in developing economies*. USA: Haworth Hospitality Press.
- Kim, S. ve Lehto, X. Y. (2013). Travel by families with children possessing disabilities: motives and activities. *Tourism Management* 37 (2013), 13-24.
- Kim, W. G., Stonesifer, H. W. ve Han, J. S. (2012). Accommodating the needs of disabled hotel guests: implications for guests and management. *International Journal of Hospitality Management*, 31 (4), December 2012, 1311–1317.
- Kozak, M. ve Baloğlu, ř. (2011). *Managing and marketing tourist destinations: strategies to gain a competitive edge*. UK: Taylor & Francis.
- L.A. Accessibility Guide. (2014). *Los Angeles accessibility guide: tourist attractions*. [URL: <http://www.latourist.com/index.php?page=accessible-los-angeles>](Erişim 31 Mayıs 2014).
- Lee, B. K., Agarwal, S. ve Kim, H. J. (2012). Influences of travel constraints on the people with disabilities’ intention to travel: An application of Seligman’s helplessness theory. *Tourism Management*, 33 (3), 569-579.

- Middleton, V.T.C., Fyall, A. ve Morgan, M. (2009). *Marketing in travel and Tourism (forth edition)*. UK: Elsevier.
- Özdemir, G. (2007). *Destinasyon Pazarlaması (1.Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Plaza Mayor Tourist Center. (2014). *Accessible tourism guide to Madrid*. [URL: http://www.spain.info/en_US/informacion-practica/turismo-accesible/guias/Madrid-resources-accessible.pdf] (Erişim 11 Haziran 2014).
- SDTA (The San Diego Tourism Authority). (2014). *Accessible performing arts*. [URL: <http://www.sandiego.org/articles/accessible/performing-arts.aspx>] (Erişim 11 Temmuz 2014).
- Shaw, G. ve Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey. *Tourism Management* 25 (2004), 397–403.
- STRC (Sustainable Tourism Cooperative Research Centre).(2014). *Accessiblle tourism challenges and opportunities*. [URL:<http://www.tourism.wa.gov.au/Publications%20Library/Access%20all%20Areas/CRC%208017%20Accessible%20TourismFINAL.pdf>] (Erişim 12 Haziran 2014).
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2014). *Türkiye engelliler araştırması temel göstergeleri*. [URL: http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri#tr_ozurluler_aras](Erişim 05 Temmuz 2014).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014). *Taraklı ilçesi 2013 yılının “Avrupalı seçkin destinasyonu” seçildi*. [URL: <http://www.edenturkiye.org/duyurular2.html>] (Erişim 03 Ağustos 2014).
- TDK (2014). *Türkçe sözlük*. [URL: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.538f17ec9f9864.86123061] (Erişim 28 Mayıs 2014).
- Tourism Western Australia and disability services commission. (2014). *Access All Areas-Accessible Tourism*. [URL: http://www.tourism.wa.gov.au/About_Tourism_Western_Australia/Access_for_All/Documents/Access%20All%20Areas%20doc.pdf] (Erişim 31 Temmuz 2014).
- TÜRSAB (2014). *Dünya’da ve Türkiye’de engelsiz turizm pazarı*. [URL:http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 10 Mayıs 2014).
- TÜRSAB (2014). *Dünya’da ve Türkiye’de engelsiz turizm pazarı*. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 11 Mayıs 2014).
- TÜRSAB (2014). *TÜRSAB herkes için engelsiz turizm komitesi*. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/tursab-herkes-icin-engelsiz-turizm-komitesi_486.html] (Erişim 14 Mayıs 2014).
- UNWTO. (2013). *Recommendations on accessible tourism*. Madrid: UNWTO. [URL: <http://dtxqt4w60xqp.wcloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accesibilityenok.pdf>]. (Erişim 19 Haziran 2014).

-
- UNWTO. (2014). *Accessible tourism*. [URL: <http://ethics.unwto.org/en/content/accessible-tourism>](Erişim 18 Mayıs 2014).
- Var, T., Yeşiltaş, M., Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2011). A Study on the travel patterns of physically disabled people. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 16, No. 6, December, 2011.
- WHO (2014). *Disabilities*. [URL: <http://www.who.int/topics/disabilities/en/>](Erişim 22 Haziran 2014).
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1, Bahar, 87-97.
- Yau, M. K., McKercher, B. ve Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability more than an access issue. *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 4, 946–960.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, year: 6, number: 11, 51-74.

ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNİN FİZİKSEL ENGELLER AÇISINDAN İNCELENMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ

Işıl ÖZGEN

*Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
isil.goksu@deu.edu.tr*

Burçin KIRLAR

*Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
burcinkirlar@gmail.com*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; farklı kategorilerdeki mağazalar ve sinema gibi işletmeler ile birçok etkinliğe ev sahipliği yapan alışveriş merkezlerinin fiziksel engeller açısından uygunluğunu incelemek ve bu kapsamda İzmir'deki alışveriş merkezleri ile ilgili bir durum tespiti yapmaktır. Çalışmada öncelikli olarak alışveriş merkezleri için hazırlanan ulaşılabilirlik standartları irdelenmiş ve bu doğrultuda bir kriter listesi hazırlanmıştır. Hazırlanan bu kriterler Amerikan Engelliler Yasası (ADA), Avrupa Birliği (EU) ve Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından belirlenen standartlardan derlenmiştir. Kriter listesi, alışveriş merkezlerine ait girişler, otopark alanları, tuvaletler, asansörler, rampalar, mağaza içi unsurlar ve sinemalardaki oturma düzenleri gibi kullanım alanlarını içermektedir. Çalışma, İzmir ilinde faaliyet gösteren ve bu çalışma için gereken izinlerin alındığı 10 adet alışveriş merkezi ve bu alışveriş merkezlerinin bünyesinde faaliyet gösteren 507 mağaza ile 5 sinemayı kapsamaktadır.

Anahtar kelimeler:Engelliler, alışveriş merkezleri, ulaşılabilirlik, İzmir

GİRİŞ

Bireylerin turizm faaliyetlerine katılım motivasyonları arasındaki önemli öğelerden biri de alışveriş yapma isteğidir (Cohen, 1995; Goeldner, Ritchie ve McIntosh, 2000; Hsieh ve Chang, 2006). Alışveriş yapma, aile ve akraba ziyaretleri, eğlence ve kültür gibi güdülerle birlikte turistlerin destinasyon seçimi ve tüketim davranışlarını etkilemektedir (Kent, Schock ve Snow, 1983; Tosun, Temizkan, Timothy ve Fyall, 2007). Alanyazında çoğu zaman kendi başına bir çekim unsuru olup olmadığı tartışılan alışveriş faaliyetleri (Costello ve Fairhurst, 2002, s. 8; Uca Özer ve Tüzünkan, 2012 s. 151), pek çok araştırmacı tarafından yalnızca bir gelir kaynağı olarak değil, aynı zamanda ziyaretçilerin destinasyon seçimini de etkileyen bir çekim gücü olarak görülmektedir (Timothy ve Butler, 1995; Heung ve Qu, 1998; Hsieh ve Chang, 2006). Günümüzde alışverişin turizmin bir türü mü, yoksa diğer turizm türleri içinde bir çekicilik unsuru mu olduğu tartışılrsa da alışveriş ile turizmin birbirinden ayrılmaz bir bütün olduğu konusunda bir uzlaşma söz konusudur (Cohen, 1995; Hsieh ve Chang, 2006). Bu bağlamda alışveriş, destinasyon başarısını, imajını ve çekicilikleri arttırmak için oldukça önemli bir faaliyet ve turistik gelir kaynağı olarak kabul edilmektedir (Jansen-Verbeke, 1991; Reisinger ve Turner, 2002; Swanson ve Horridge, 2006; Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012; Littrel, Paige ve Song, 2004). Birçok seyahat acentası bu kapsamda alışveriş merkezleriyle iş birliği yaparak turistler için çeşitli alışveriş turları düzenlemekte, yeni ve gözde alışveriş merkezleri

acentaların paket tur programlarına dahil edilmektedir (Uca Özer ve Tüzünkan, 2012, s. 151). Alışveriş merkezleri de turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda bu talebe cevap vermeye çalışmaktadır (Paige ve Littrell, 2003). Örneğin; Val D'Europe Alışveriş Merkezi, Eurodisney Paris etrafındaki otellerde kalan turistleri çok uygun ücretlerle alışveriş köyü olarak nitelendirilen mekanlara servislerle götürmektedir. Bu bağlamda diğer insanlarla aynı istek ve ihtiyaçlara sahip olan engellilerin, Avrupa Konseyi kararlarında da belirtildiği üzere, yardım almaksızın bağımsız ve kendi yaşamları üzerinde kontrol sahibi birey ve vatandaşlar olarak toplumsal yaşamın her alanına katılması açısından AVM'lerin ulaşılabilir olması büyük önem taşımaktadır (Yau, McKercher ve Packer, 2004; Sabancı Üniversitesi, 2013, s. 64; European Comission, 2013).

Günümüzde dünya çapında çok sayıda engelli bulunmakta ve bu sayı gün geçtikçe artmaktadır. Bununla birlikte yaşlı nüfusun engellilik riski çok yüksektir ve ülkesel nüfusların daha önce görülmemiş oranlarda yaşlanmakta olduğu gözlenmektedir (WHO, 2011; WHO, 2012). Engellilerin toplum içindeki oranının saptanabilmesi, geçici engelli planlarının veya çeşitli hastalıklar nedeniyle engelli tanımına girenlere ait istatistiki bilgilerin temin edilememesi sebebi ile oldukça güçtür (Yörük, 2003, s. 9). Ülkemizin de içinde yer aldığı birçok ülkede engelli nüfusa yönelik bir kayıt sistemi olmadığından engellilerin gerek sayısal gerekse nitelikleri konusunda büyük ölçüde bilgi eksikliği bulunmaktadır. Bu sebeple Türkiye de dahil olmak üzere bu ülkeler, Dünya Sağlık Örgütü'ne ait tahminleri kullanmaktadır. Kayıt sistemleri gelişmiş olan ülkeler ise engellilere ilişkin bilgileri kurumlardaki kayıtlarından elde etmektedir (DİE, 2009). Bugün dünya nüfusunun yaklaşık %15'inin yani 1 milyardan fazla insanın bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir (WHO, 2011). Avrupa Birliği tarafından hazırlanan "2010-2020 Engelliler Stratejisi" ile Berlin Uluslararası Turizm Borsası (ITB)'nin "2012-2013 Dünya Seyahat Trendleri Raporu"na göre, sadece Avrupa'da nüfusun %6'sı oranında yani 80 milyon civarında engelli vardır (EU, 2010; ITB, 2012). Ülkemizde ise 1985 ve 2000 yıllarında yapılan genel nüfus sayımlarında engellilerin sayısal büyüklüklerine ilişkin bilgi alınmış ancak bu bilgilerin yeterli olmadığı görülmüştür. Engelliler konusundaki bilgi ve veri eksikliğini gidermek amacıyla ile Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı ile Özürlüler İdaresi Başkanlığı ve Devlet Planlama Teşkilatı işbirliğinde gerçekleştirilen araştırmaya göre Türkiye'deki engellilerin toplam nüfus içindeki oranı %12.29'dur (DİE, 2009).

Engellilerin gelir elde etmekle ilgili birçok problemi olmasına rağmen, dünyada ve ülkemizde büyük bir ekonomiyi ellerinde bulundurdıkları bilinmektedir. Sadece ABD ve Avrupa'da 200 milyar doların üzerinde bir ekonomik güce sahip olmaları, engellileri turizmde önemli bir niş pazar haline getirmektedir (Burnett ve Baker, 2001; Takeda ve Card, 2002; Ray ve Ryder, 2003; Shaw ve Coles, 2004; Card, Cole ve Humphrey, 2006; Öztürk ve Yaylı, 2006; Bi, Card ve Cole, 2007; Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008; Bizjak, Knežević ve Cvetežnik, 2011; Var, Yeşiltaş, Yaylı ve Öztürk, 2011). Her 5 vatandaşından birinin engelli olduğu ABD'de toplam engelli nüfusunun 50 milyona yaklaştığı ve bu

kesimin 200 milyar dolardan fazla harcanabilir gelire sahip olduğu belirtilmektedir (Burnett ve Baker, 2001; Artar ve Karabacakoğlu, 2003; TÜRSAB, 2008). Surrey Üniversitesi tarafından yürütülen bir çalışma ise Avrupa'da 46 milyona yakın fiziksel ya da zihinsel engellinin yaşadığını ortaya koymaktadır. Hareket zorluğu yaşayan hamile kadınlar ve 65 yaş üzeri nüfus ile bu kişilerin bir ya da birkaç kişinin refakatiyle seyahat ettikleri göz önüne alındığında, bu rakam 130 milyon kişiye ulaşmaktadır. Yaklaşık %70'i seyahat eden bu nüfusun turizm harcamalarının 80 milyar Euro'dan fazla olduğu söylenmektedir (TÜRSAB, 2008). Surrey Üniversitesi ve Avrupa Komisyonu tarafından yapılan bir başka çalışma da 2012 yılında Avrupa Birliği ülkelerine yaşlı ya da engelliler tarafından 783 milyon seyahat yapıldığını ve bu seyahatlerde 394 milyar Euro harcandığını ortaya koymuştur. Bu destinasyonların tam olarak erişilebilir olması halinde talebin %44 oranında artacağı ve 142 milyar Euro ek gelir elde edilebileceği de öngörüler arasındadır (Surrey Üniversitesi, 2014). Öte yandan dünyanın büyüyen ekonomisi Çin'de 60 milyon, gelişmiş Japonya'da ise 5 milyon engelli bulunduğu tahmin edilmektedir (TÜRSAB, 2008). Çin Engelliler Federasyonu tahminlerine göre, Çin'de bulunan 60 milyon engelli, dünyanın en büyük engelli nüfusunu oluşturmaktadır. Bu nüfusun 11 milyonu fiziksel engellilerden meydana gelmektedir ve bu rakam seyahat endüstrisi için oldukça önemli bir potansiyel taşımaktadır. Her ne kadar engelli bireyler, engeli olmayanlara oranla daha az seyahat etseler de, potansiyel pazar gün geçtikçe büyümektedir ve önlerindeki engeller kaldırılırsa engellilerin daha fazla seyahat etme imkanı bulacağı düşünülmektedir (Bi ve diğerleri, 2007, s. 205). Bu bağlamda, günümüzde engellilerin turizm sektörü için önemli bir pazar dilimini oluşturduğu ve bu durumun yadsınmaması gerektiği söylenebilir (Öztürk ve Yaylı, 2006, s. 21).

Sosyal yaşamın bilgi ve hizmet düzeyinde herkes için aynı oranda ulaşılabilir ve kullanılabilir olması, toplumsal gelişmişlik düzeyinin önemli bir göstergesidir (ÖYHGM, 2008) ve her bireyin aynı imkanlardan faydalanması için alışveriş merkezlerinin kullanımında da engelli bireylerin düşünülmesi bir zorunluluktur.

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN ENGELLİLERE UYGUN HALE GELMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKEN DÜZENLEMELER

Alışveriş merkezleri, kapasitelerine göre değişmekle birlikte, sinema, yeme-içme, kuaför, kuru temizleme, süpermarket, giyim, elektronik, terzi, bankacılık, eğlence, spor gibi birçok hizmeti ve yaşamsal ihtiyaçları bünyelerinde bulundurmaktadır. Engelli bireylerin adı geçen hizmetlerden toplu olarak daha kolay ve hızlı faydalanabilmesi için AVM'lerin ulaşılabilir olması büyük önem taşımaktadır (Sabancı Üniversitesi, 2013).

ADA (2010) standartlarına göre, alışveriş merkezleri gibi ticari alanlarda öncelikle otoparklar, girişler, yürüyüş yolları, rampalar, asansörler, tuvaletler, telefonlar ve sebilller gibi hizmet noktalarının fiziksel engelli bireyleri de kapsayacak biçimde mümkün olduğunca ulaşılabilir kılınması gerektiği belirtilmektedir.

Girişler ve Kapılar

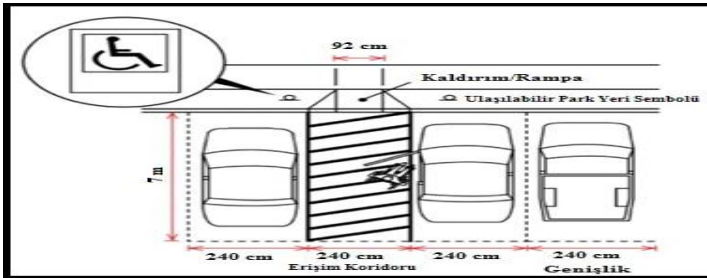
Alışveriş merkezi girişlerinde yol boyunca yürüyüşü engelleyebilecek çiçek saksıları, çöp kutuları veya banklar geçiş alanından kaldırılmalı, görme engelli ya da görme zorluğu çeken misafirlerin güzergahı iyi tanıyabilmeleri amacıyla yol boyunca hissedilebilir ve kaymayan yüzeyler tercih edilmelidir (EU, 1996; Artar ve Karabacakoğlu, 2003). Engellilerin ulaşılabilirliği açısından otomatik kapılar kolaylık sağlamaktadır. Kapıların temiz genişliği en az 90 cm olmalıdır (ADA, 1994; Davies ve Beasley, 1994). Bununla birlikte alışveriş merkezi girişlerinde döner kapılar tercih edilmemeli ve döner kapının olduğu yerlerde bu kapıları kullanmakta zorluk çeken kişiler için mutlaka ek bir kapı bulunmalıdır (TS, 1991; ÖYGHM, 2008).

Otoparklar

Ulaşılabilir park yerleri, engelli kişilerin rahatça manevra yapabileceği alanlara ve tekerlekli sandalyedeki kişilerin araç kapısını açıp, tekerlekli sandalyelerine geçebileceği genişliğe sahip olmalıdır (Mills, 1983). Engelli bireyin binaya ulaşma mesafesi minimuma indirilmeli ve araç park edildikten sonra girişe rahat ulaşım sağlanmalıdır (Davies ve Beasley, 1994). Bunlarla birlikte, iyi aydınlatma, engelli park yerinin belirgin olması, tesisten en fazla 50 m uzaklık ve diğer sürücülerin engelli park yerlerine park etmemesi sağlanmalıdır (Stipanuk ve Roffman, 1996; OFD, 2004; Özürlüler Vakfı, 2009; DEV, 2010).

Engelliler için ayrılan park alanları, 2,4 m araç için ve 1,5 m araç yanındaki boşluk için olmak üzere toplam 4 m genişliğe sahip olmalıdır (Davies ve Beasley, 1988; Davies ve Beasley, 1994). Dünya Engelliler Vakfı da araç park yeri için 3,7 m genişliği yeterli görmekte ancak park alanına veya caddeye ulaşımı daha iyi düzenlemek için bu genişliğin 4 m ve paralel park alanlarını kapsayan her park yeri uzunluğunun da 7 m olmasını önermektedir (DEV, 2010, s. 13) (Şekil 1).

Şekil 1. Ulaşılabilir Park Yeri Ölçüleri



Kaynak: DEV (2010: 13).

OECD (2006) alışveriş merkezleri, eğlence ve dinlenme tesisleri ve kamuya açık alanlardaki otoparklarda toplam kapasitenin %6'sının engellilere ayrılması gerektiğini belirtmektedir. Birleşmiş Milletler ise kapasitesi 50 taşıttan küçük park yerlerinde en az 1

taşıtlık yeri, 50-400 arası taşıtlık park yerlerinde her 50 taşıt için 1 engelli park yeri, kapasitesi 400 taşıttan fazla olan park yerlerinde en az 8 ve ilave her 100 taşıt için de fazladan 1 park yeri ayrılmasını önermektedir (UN, 2004). ADA (2010) ulaşılabilirlik standartlarına göre ise AVM'lerde toplam park yeri sayısına oranla engelliler için ayrılması gereken park yeri sayısı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Engelliler için Park Yeri Standartları

Toplam Park Yeri Sayısı	Engelliler için Ayrılması Gereken Asgari Park Yeri Sayısı
1 ile 25 arası	1
26 ile 50 arası	2
51 ile 75 arası	3
76 ile 100 arası	4
101 ile 150 arası	5
151 ile 200 arası	6
201 ile 300 arası	7
301 ile 400 arası	8
401 ile 500 arası	9
501 ile 1000 arası	Toplamın %2'si
1000'den fazla	20 ve 1000'in üstündeki her 100 otopark yeri için 1 engelli park yeri

Kaynak: ADA (2010, s. 65).

Rampalar

Rampalarla ilgili örnekler incelendiğinde uygulama hataları nedeniyle güvenli biçimde kullanılamamakta olduğu görülmektedir. Bu sebeple rampalar tasarlanırken temel hedef, tekerlekli sandalye kullananlar ve görme engelliler açısından yükseklik farkını aşarken ergonomik açıdan gerekli koşulları sağlamak olmalıdır (ÖZİDA, 2010). Rampaların boyutları kullanım yoğunluğuna, aşılması gereken yükseklik farkına ve seçilen rampa tipine göre değişmektedir. Birleşmiş Milletler, minimum rampa genişliğini düz rampalarda 90 cm, 90° dönüşlü rampalarda 1.4 m ve 180° dönüşlü rampalarda ise 90 cm olarak belirtmiştir (UN, 2004). Buna göre, engellilerin kullanımı açısından tavsiye edilen rampa ölçüleri Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2. BM Ulaşılabilir Rampa Ölçüleri

Maksimum Eğim	Maksimum Uzunluk	Maksimum Yükseklik
1:20 (%5)	-	-
1:16 (%6)	8 m	50 cm
1:14 (%7)	5 m	35 cm
1:12 (%8)	2 m	1.5 cm
1:10 (%10)	1.25 m	1.2 cm
1:8 (%12)	0.5 m	0.6 cm

Kaynak: UN (2004).

ADA (2010) standartlarında rampa genişliği, rampa tipi belirtilmeden 91.5 cm olarak önerilmekte ve rampa eğiminin⁵ %8 (1:12)'in üzerinde olmaması ifade edilmektedir. TS 12576'ya göre, rampaların tekerlekli iki sandalyenin çift yönlü geçişine imkan verecek şekilde minimum genişliğinin 1.8 m ve en fazla eğiminin %8 olması ve uzunluğunun 6 m'yi geçmemesi tavsiye edilmektedir. 1:15 ve 1:12 (yaklaşık %4-5) arasındaki eğimler için rampa uzunluğunun en fazla 10 m olması, uzunlukları 10 m'den daha fazla olan rampalarda ise eğimin en fazla %6 olması önerilmektedir. Bununla birlikte, dinlenme alanlarına banklar konulması ve rampa yatay uzunluğu 18 cm'den uzun veya rampa yüksekliği 15 cm'den fazla olan durumlarda rampanın her iki tarafında da tırabzan bulunması gerekmektedir (TS, 1999; ÖZİDA, 2010).

Tuvaletler

Engellilere yönelik turizm endüstrisi için önerilen tuvaletlerde tercih edilen, kişinin kendi başına veya birinin yardımını alarak kullanabileceği genişlik ve her iki cinsin girebileceği unisex olarak adlandırılan tuvaletlerdir. Bu sayede refakatçinin karşı cinsten olmasına izin verilebilmektedir (EU, 1996, s. 111). TS 8357 ve 12576 ile ADA standartlarına göre, engellilere ait tuvaletlerin kapısında engelli sembolü bulunmalı vetuvalet ile lavabo bölümleri aynı hacimde ve diğer tuvaletlerden ayrı olmalıdır. Bununla birlikte tuvalet kapısı dışarıya doğru açılmalı, herhangi bir acil durumda kapı kilidi dışarıdan açılabilmesi ve kapı kolları engellilerin kolaylıkla açabileceği bir donanıma sahip olmalıdır (Davies ve Beasley, 1994, s. 143; TS, 1999; ÖZİDA, 2010, s. 44). Engellilere uygun tuvaletlerin ölçü ve standartları ise şu şekilde özetlenebilir; tuvalet kapısı, manevra genişliğini daraltmamalı ve minimum 90 cm genişliğinde olmalıdır. Tuvalet içinde 2 x 1.5 m ölçülerinden az olmayacak şekilde rahat manevra imkanı sağlayan açık bir alan bulunmalıdır. Klozet yüksekliği rahat geçişi sağlayabilmek için 45 cm yükseklikte ve çevre duvarlardan 40-50 cm uzaklıkta olmalıdır. Tekerlekli sandalye transfer boşluğunun arka duvardan ön kenara ve tuvaletin açık tarafına en az 75'er cm mesafede olması geçişi kolaylaştırmaktadır. Kabin içindeki klozete geçişe olanak sağlayacak boşluk alan oranı klozete yaklaşma şekline göre değişmekle birlikte, tercih edilen ölçüler 140x150 cm' dir. Tırabzanlar klozete bitişik yapılmalı ve oturma yerinden barın orta noktası arasındaki mesafe 30 cm olmalıdır. Tırabzan tertibatının 120 cm yatay ve 60 cm çapraz uzunlukta ve "L" şeklinde olması önerilmektedir. Ek olarak, 90 cm uzunluğunda yatay bir tırabzan tuvaletin arkasında konumlandırılmalıdır. Lavabo ise tuvalet kabini içindeyse klozetin yanında ve klozetten kullanılabilir durumda olmalı, kabin dışındaysa yaklaşım için 75x120 cm ölçülerinde boş bir alan içermelidir. Bununla birlikte, köşeden 1 m uzunluğa, yerden 85 cm yüksekliğe ve 75 cm diz boşluğuna sahip olması gerekmektedir (Davies ve Beasley, 1994; EU, 1996; ADA, 2010; DEV, 2010).

Asansörler

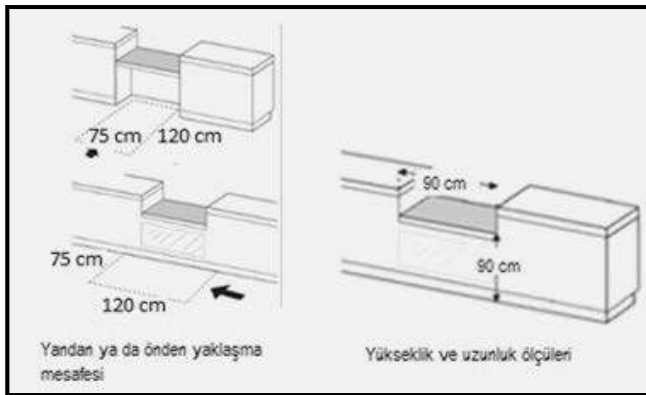
⁵ Eğim= Yükseklik/Uzunluk olarak hesaplanmaktadır.

Asansörlerin engellilerin kullanımına uygun olması için belirlenen standartlar şu şekilde özetlenebilir; asansör önünde en az 1525x1525 mm'lik bir manevra alanı bulunmalı, asansör kapısı otomatik veya fotoselli olmalı ve net açıklığı 90 cm'den az olmamalıdır. Otomatik asansörlerdeki açma-kapama mekanizması en az 20 saniye etkin kalmalı, girişte eşik bulunmamalı, zorunlu olduğu durumlarda ise 13 mm'yi geçmemelidir. Asansör çağırma işleminin yapıldığı ve kabin içindeki düğmelerin kolay görünmesi, bilgilendirme için sesli uyarı özelliğinin olması, en küçük boyutun en az 19 mm olması, yerden 106 cm yükseklikte ve kabartmalı, düzgün ve aralıklı olması gerekmektedir. Asansör kabininin içinde tekerlekli sandalyenin girip, kontrol düğmelerine erişmek için manevra yapabileceği şekilde en az 140 cm uzunluk ve 110 cm genişlik ve yerden 85- 90 cm yükseklikte tirabzanlar olmalıdır. Asansörde ayrıca acil durum alarmı olması tavsiye edilmektedir (TS, 1991; OFD, 2004; ADA, 2010).

Mağaza İçi Dolaşım, Kabinler ve Kasalar

Çok katlı bina ve tesislerde her kat ve asmakatın en az bir ulaşılabilir hat ile bağlanması gerekmektedir (ADA, 2010, s. 56). Mağaza içlerinde sınırlı erişime sahip olan hareket engelli ziyaretçilerin raf ve teşhir alanlarındaki ürünlere erişimi de ayrıca dikkate alınmalıdır (EU, 2004, s. 20). Mağazalardaki tezgahların fiziksel engeller açısından ulaşılabilir olması için ADA (2011) tarafından belirtilen ölçüler; 90 cm yükseklik x 90 cm uzunluk ile önden ya da yandan yaklaşmayı olanaklı kılmak için 75 x 120 cm'lik boş alan şeklindedir (Şekil 2). Bununla birlikte mağaza içindeki rafların zeminden 100 ila 120 cm yükseklikte olması gerekmektedir. Soyunma kabinlerinde ise 75 x 120 cm'lik temiz geçiş mesafesine sahip en az bir tane oturak bulunan kabin olmalı ve kabinler içindeki askılar en fazla 120 cm yüksekliğe sahip olmalıdır (ADA, 2010, s. 206).

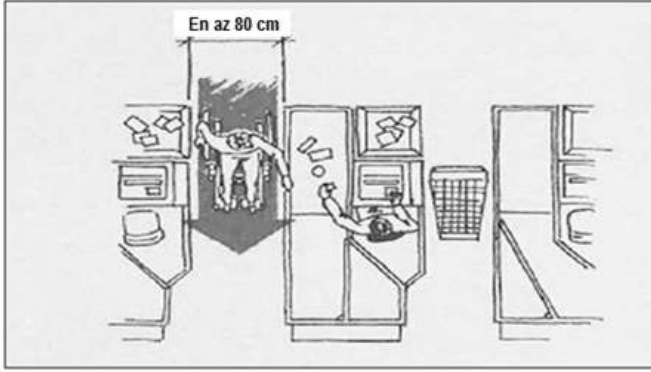
Şekil 2. Ulaşılabilir Mağaza Tezgah Ölçüleri



Kaynak: ADA (2011, 26-27)'den derlenerek hazırlanmıştır.

Mağazalarda yer alan kasalardan geçiş için ise en az 80 cm genişlikte bir mesafeye ihtiyaç duyulmaktadır (ÇBB, 2010, s. 14) (Şekil 3). Mağazalarda çalışan personelin de ihtiyaç duyulan anlarda müşterilere yardım etmeye hazır olması gerekmektedir (EU, 2004 s. 20).

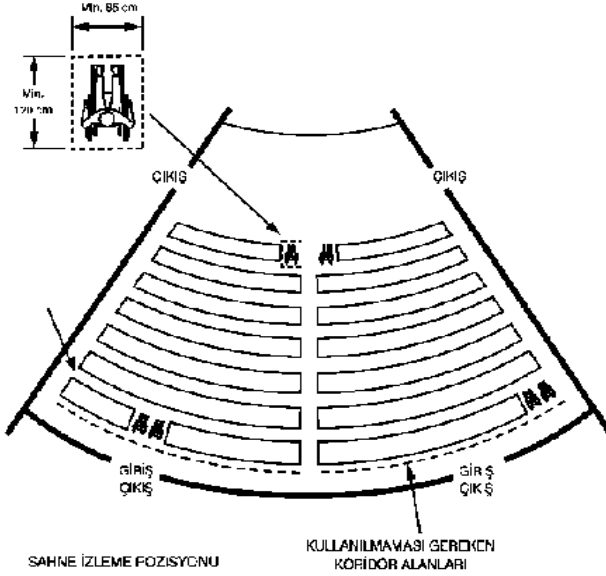
Şekil 3. Kasa Geçişi için Uygun Mesafe



Kaynak: ÇBB (2010, 14).

Sinemalar

Sinema salonlarındaki girişler, çıkışlar, acil çıkışlar ve salon içindeki dolaşım ve oturma alanları ile sahne ve sahne arkasındaki tüm alanların engellilerin kullanımına uygun olarak düzenlenmesi engelli bireylerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden yararlanmalarını kolaylaştıracaktır. İşitme ve görme engelli misafirler için de algılamayı kolaylaştırıcı bazı yardımcı düzenlemeler yapılabilmektedir. Altyazı uygulamaları işitme engelliler için sinema filmlerinin seyredilebilirliğini artırırken sesli betimlemelerin yapıldığı görme engellilere yönelik film sayısı oldukça azdır. Tekerlekli sandalye kullanıcıları için sinema kapıları; en az 90 cm genişliğinde ve eşiksiz olmalı, kapı önünde yeterli manevra alanı bulunmalıdır. Salonlardaki eğim, %6'yı geçmemeli, %5'i geçen yerlerde ise uzun rampaların bulunduğu salonlara sahanlıklar yapılmalı ve duvar kenarında tutunma barları bulunmalıdır. Tekerlekli sandalye kullananlar için ilk ya da son sıralardaki yerlerin ayrılması daha uygundur. Çünkü orta koltuklardaki geçiş alanları daha dardır ve tekerlekli sandalyenin diğer koltuklara göre daha yüksekte olmasından ötürü arkada bulunanların görüş açıları azalabilir. ADA standartlarında, engelliler için ayrılan yerlerin hemen bitişiğinde refakatçileri için ayarlanabilir konumda bir oturma yerinin bulunması ve koltuk sıraları kenarındaki genişliğin en az 85 cm olması gerektiği belirtilmekte tercihen daha rahat dönüşler için 120 cm olması tavsiye edilmektedir. Koltuk sıraları arasında 45-50 cm genişlik olması, tekerlekli sandalye için ayrılan yer varsa, genişliğin 120 cm'e çıkarılması önerilmektedir (Davies ve Beasley, 1994; Yörük, 2003) (Şekil 4).

Şekil 4. Ulaşılabilir Sinema Düzenlemesi

Kaynak: ÇBB (2010, 14).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı; farklı kategorilerdeki mağazalar ve sinema gibi işletmeler ile birçok etkinliğe ev sahipliği yapan alışveriş merkezlerinin fiziksel engeller açısından uygunluğunu incelemek ve bu kapsamda İzmir’deki alışveriş merkezleri ile ilgili bir durum tespiti yapmaktır. Çalışmada öncelikli olarak alışveriş merkezleri için düzenlenen ulaşılabilirlik standartları irdelenmiş ve bu doğrultuda bir kriter listesi hazırlanmıştır. Hazırlanan bu kriterler Amerikan Engelliler Yasası (ADA), Avrupa Birliği (EU) ve Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından belirlenen standartlardan derlenmiştir. Kriter listesi, alışveriş merkezlerine ait girişler, otopark alanları, tuvaletler, asansörler, rampalar, mağaza içi unsurlar ve sinemalardaki oturma düzenleri gibi kullanım alanlarını içermektedir. Araştırma, hazırlanan kontrol listeleri ile birlikte İzmir il merkezinde bulunan alışveriş merkezlerine doğrudan gidilerek ve ölçüm yapılarak Temmuz ve Ağustos 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini, İzmir il merkezindeki faaliyet gösteren ve gerekli izinlerin alındığı 10 adet alışveriş merkezi ile bu alışveriş merkezlerinin bünyesinde faaliyet gösteren 507 mağaza ve 5 sinema oluşturmaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda alışveriş merkezleri önce genel ulaşılabilirliklerine, sonrasında bünyelerinde bulunan mağazaların ulaşılabilirliklerine göre değerlendirilmiştir. Mağazaların ulaşılabilirlikleri belirlenirken ise önce satışa sundukları ürün ve hizmetlerin niteliklerine göre kategorilere ayrılmış, ardından bu kategoriler istenen kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin frekans dağılımları

ulaşılabilirliklerinin uygun olup olmamasına göre ele alınmış ve yorumlanırken mağaza kategorileri arasında karşılaştırmalar yapılmıştır. Alanyazında alışveriş merkezlerinin engelliler için erişebilirliği kapsamında yapılan çok az çalışmaya rastlanmıştır (Düğer ve Kayıhan, 2001; Kaya ve Akyol, 2002; Güngör, 2007). Bu çalışmada ele alındığı üzere mağaza kategorilerinin ayrı ayrı ulaşılabilirliklerinin belirlendiği bir çalışmaya ise rastlanılamamıştır. Bu nedenle elde edilen veriler, mevcut iki çalışmanın genel ulaşılabilirlik sonuçları ile karşılaştırılmıştır.

BULGULAR

Araştırma bulguları alışveriş merkezlerinin genel durumları ve mağazalar ile ilgili bilgiler olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmış ve her kategori belirlenen kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir.

AVM'lerin Genel Ulaşılabilirlikleri ile İlgili Bulgular

Çalışmada fiziksel engellilerin ulaşılabilirliği açısından AVM'lerin genel durumları kapsamında, giriş, otopark, genel dolaşım, tuvalet, asansör ve sinema gibi alanlar değerlendirilmiş olup, elde edilen bilgiler Tablo 3 ve 4'te verilmiştir.

Tablo 3. AVM'lerin Fiziksel Engeller Açısından Genel Durumları

AVM	Giriş	Otopark	Dolaşım	Tuvalet	Asansör	Sinema
AVM 1	+	+	+	+	x	+
AVM 2	+	+	+	+	x	
AVM 3	+	+	+	+	+	+
AVM 4	+	+	+	+	x	
AVM 5	+	x	+	+	+	
AVM 6	+	x	+	x		x
AVM 7	+	+	+	+	+	x
AVM 8	+	+	+	+	+	
AVM 9	+	x	x	+	+	
AVM 10	+	+	+	+	+	x
Toplam	10	10	10	10	9	5

Buna göre AVM girişleri, kapı tipi, kapı genişliği, eşik ve zeminin uygun olması gibi kriterler doğrultusunda; otoparklar, engelliler için ayrılması gereken park yeri sayısı, uyulması gereken ölçüler ve engelli levhalarının ulaşılabilirliği bakımından ve genel dolaşım alanları mevcut rampa ve tirabzanlar, zeminin uygunluğu, koridor genişlikleri ve engelsiz dolaşımın sağlanması açısından kontrol edilmiştir. Tuvaletlerle ilgili durum tespit edilirken, kapıda engelli sembolü bulunması, hem tuvalet içi ortak kullanım alanlarında hem de kabin içinde uygun ölçülerin sağlanması, klozet, lavabo ve tirabzanların doğru ölçü ve niteliklere sahip olmasına dikkat edilmiştir. Asansör ise kapı genişliği, asansör önü manevra alanı, kabin içi ölçüler, sesli uyarı sistemleri, kontrol ve uyarı düğmeleri ile tirabzanların uygunluğu açısından incelenmiştir. Son olarak sinemalarda tekerlekli sandalye kullanan ziyaretçiler için ayrılan yerler, sinema girişleri ve refakatçilere ayrılan alanlar engellilerin kullanımı açısından değerlendirilmiştir.

Tablo 4. AVM'lerin Genel Ulaşılabilirliklerinin Frekans Dağılımları

Kategori	Uygun		Uygun değil		Toplam	
	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)	Sayı (n)	Yüzde (%)
Giriş	10	100	-	-	10	100
Otopark	7	70	3	30	10	100
Dolaşım	9	90	1	10	10	100
Tuvalet	9	90	1	10	10	100
Asansör	6	67	3	33	9	100
Sinema	2	40	3	60	5	100

Alışveriş merkezlerinin fiziksel engelliler açısından genel durumu incelendiğinde, girişlerin tamamının engellilere uygun olduğu, otoparklarda ise hem engellilere ayrılması gereken park yeri sayısı hem de park yerlerinin sahip olması gereken ölçüler açısından 3 AVM'nin (%30) engellilere uygun olmadığı görülmektedir. AVM içi genel dolaşım alanları yalnızca 1 AVM (%10)'de tekerlekli sandalye kullanıcıları için uygun değildir. Bununla birlikte çalışma kapsamındaki AVM'lerde görme engelli ziyaretçilere yönelik uygulamalar da bulunmamaktadır. Tuvaletlerin ulaşılabilirliğine bakıldığında, 1 AVM'deki tuvaletlerin (%10) engelli tuvaleti olarak kullanılıyor olmasına rağmen hem ana giriş hem de kabin kapısı genişliği bakımından fiziksel engelliler için uygun olmadığı görülmüştür. Çalışma dahilindeki 9 AVM'de asansör bulunmaktadır, bunlardan 6'sı (%67) engelliler için ulaşılabilirken, 3'ü (%33) gerek asansör kapısı gerekse kabin içi ölçülerin dar olması bakımından engellilere uygun değildir. Bununla birlikte asansörlerde sesli uyarı sistemleri bulunmaması da görme engelliler için sorun yaratmaktadır. AVM'lerden 5'inde sinema bulunurken, bunların yalnızca 2'si (%40) fiziksel engelliler için gerekli koşulları sağlamaktadır ve bunlardan birinde düz girişe sahip olmayan bir salona tekerlekli sandalye kullanan bireylerin girişini sağlamak için engelli asansörü yer almaktadır. Diğer 3 (%60) sinema ise engelliler için uygun koşullar sunmamaktadır.

Mağazaların Ulaşılabilirlikleri ile İlgili Bulgular

Çalışma kapsamında toplam 10 alışveriş merkezinde 507 mağaza incelemeye dahil edilmiş olup, bu mağazalar satışa sundukları ürün ve hizmetlerin niteliklerine göre toplam 11 kategoriye ayrılmıştır. Buna göre, çalışma dahilindeki 10 AVM'de toplam 190 giyim, 82 ayakkabı/çanta, 51 ev dekorasyon/tekstil, 34 mücevher/aksesuar, 31 sağlık/kozmetik, 30 saat/optik, 28 elektronik/beyaz eşya, 26 çocuk/eğlence, 22 hizmet, 7 büyük mağazacılık ve 6 kitap/müzik mağazası yer almaktadır. Her bir mağaza kategorisi de girişler, dolaşım alanları, kasalar ve kabinler ulaşılabilirlikleri açısından değerlendirilmiş ve elde edilen veriler Tablo 5'te verilmiştir.

Mağazaların fiziksel engeller açısından değerlendirilmesi kapsamında elde edilen bilgilere göre, AVM'lerde en fazla giyim (38%), en az kitap ve müzik (1%) mağazaları bulunmaktadır. Mağazaların tümü giriş, dolaşım, kasa ve kabinlerin uygunluğu açısından değerlendirildiğinde, %85' inin girişi engelliler için uygunken, geriye kalan %15' i yanlış

kapı tipi, giriş açıklığını bölen uygulamalar ya da giriş açıklığını kapatan eşya, mobilya ya da tabela gibi sebeplerle engellilerin ulaşılabilirliğini sınırlandırmaktadır. Mağaza içi dolaşım alanlarının durumuna bakıldığında, tüm mağazaların %76'sının engelliler için temiz bir dolaşım alanı sağlaması ve koridorların uygun genişliğine sahip olması bakımından engellilere uygun olduğu görülmektedir. Mağaza kasalarının ulaşılabilirliği incelendiğinde, engellilere uygun olma ve olmama durumlarının birbirine çok yakın olduğu gözlenmektedir. Kasaların tekerlekli sandalye kullananlar için yüksek olması ve kasa önüne yerleştirilen ürünler nedeni ile kasaya yaklaşılamaması engellilerin en fazla karşılaşılabileceği sorunlar arasındadır. Mağazalardaki giyinme kabinleri ise engelliler açısından en uygun olmayan alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma dahilinde giyim, spor ayakkabı ve çocuk mağazalarında toplam 207 mağazanın kabine sahip olduğu tespit edilmiş olup, bunlardan %82'sinde kabinlerin engelliler için uygun olmadığı belirlenmiştir. Özellikle kapı genişliği, kapının açılma yönü ve kabin içi ölçüler açısından mağazaların çok küçük bir kısmı (%18) engellilerin kullanımına uygun durumdadır. Dolayısı ile tüm mağazalar değerlendirildiğinde engellilere en uygun alanın girişler, en uygun olmayan alanın ise kabinler olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte kasalar da yeniden düzenlenmesi gereken alanlar olarak göze çarpmaktadır.

Tablo 5. Mağazaların Fiziksel Engeller Açısından Değerlendirilmesi

Kategori	Toplam Mağaza Sayısı	Giriş		Dolaşım		Kasa		Kabin	
		Uygun	U. değil	Uygun	U. değil	Uygun	U. değil	Uygun	U. değil
Giyim	190 (38%)	170 (89%)	20 (11%)	168 (88%)	22 (12%)	90 (47%)	100 (53%)	35 (18%)	155 (82%)
Ayakkabı/Çanta ⁶	82 (16%)	71 (87%)	11 (13%)	74 (90%)	8 (10%)	30 (37%)	52 (63%)	3 (21%)	11 (79%)
Ev Dekorasyon/ Tekstil	51 (10%)	47 (92%)	4 (8%)	33 (65%)	18 (35%)	26 (51%)	25 (49%)		
Mücevher/ Aksesuar	34 (7%)	22 (65%)	12 (35%)	14 (41%)	20 (59%)	23 (68%)	11 (32%)		
Sağlık/Kozmetik	31 (6%)	24 (77%)	7 (23%)	15 (48%)	16 (52%)	22 (71%)	9 (29%)		
Saat/Optik	30 (6%)	27 (90%)	3 (10%)	29 (97%)	1 (3%)	25 (81%)	5 (19%)		
Elektronik/ Beyaz Eşya	28 (6%)	22 (79%)	6 (21%)	15 (54%)	13 (46%)	23 (82%)	5 (18%)		
Çocuk/Eğlence	26 (5%)	19 (73%)	7 (27%)	15 (58%)	11 (42%)	9 (35%)	17 (65%)		3 (100%)
Hizmet	22 (4%)	19 (86%)	3 (14%)	15 (68%)	7 (32%)	10 (45%)	12 (55%)		

⁶ Ayakkabı ve çanta mağazalarında kabin bulunmamasına rağmen, spor ayakkabı ve çanta satan bazı mağazalarda kabin bulunmaktadır. Bu nedenle bu mağazaların kabinleri de değerlendirmeye alınmıştır.

Büyük Mağazacılık	7 (1%)	7 (100%)	-	7 (100%)	-	7 (100%)	-		
Kitap/Müzik	6 (1%)	4 (67%)	2 (33%)	2 (33%)	4 (67%)	2 (33%)	4 (67%)		
Toplam	507 (100%)	432 (85%)	75 (15%)	387 (76%)	120 (24%)	267 (53%)	240 (47%)	38 (18%)	169 (82%)
		507 (100%)		507 (100%)		507 (100%)		207 (100%)	

Mağaza kategorileri tek tek incelendiğinde, giyim mağazalarının girişleri %89 ve dolaşım alanları %88 oranında engellilere uygunken, kasaların %53'ünün kabinlerinse %82 oranında engellilere uygun olmadığı görülmektedir. Ayakkabı/çanta mağazalarının girişleri %87, dolaşım alanları ise %90 oranında engellilere uygundur, ancak kasaların % 63'ü, giyinme kabinine sahip 14 mağazadan da %79'u engelliler açısından sorun teşkil etmektedir. Ev dekorasyon/tekstil mağazalarında girişlerin %92'si, dolaşım alanlarının %65'i ve kasaların %51'i engellilere uygundur. Mücevher/aksesuar mağazalarına ait girişlerin %65'i ve kasaların %68'i engellilere açısından ulaşılabilirken, dolaşım alanlarının %59'u engellilere uygun değildir. Sağlık/kozmetik mağaza girişlerinin %77'si ve kasaların %71'i ulaşılabilirken, dolaşım alanlarının %52'si engellilere uygun değildir. Saat/optik mağazalarında girişlerin %90'ı, dolaşım alanlarının %97'si ve kasaların %81'i engelliler için ulaşılabilir. Elektronik/beyaz eşya mağazalarının girişleri %79, dolaşım alanları %54 ve kasaları %82 oranında engellilerin kullanımına uygundur. Çocuk/eğlence mağazalarında girişler %73 ve dolaşım alanları %58 oranında ulaşılabilirken, kasalar %65 oranında engelliler için uygun değildir. Bununla birlikte 3 çocuk giyim mağazasında giyinme kabinleri bulunmaktadır ve bunlardan hiçbirinin engelli çocukların kullanımına uygun olmadığı tespit edilmiştir. Hizmet kategorisinde kuru temizleme, telekomünikasyon, banka ve büfe gibi satış alanları bulunmaktadır. Bu mağaza girişlerinden %86'sı ve dolaşım alanlarından %68'i engelliler açısından ulaşılabilirken, kasaların %55'i engellilere uygun değildir. Büyük mağazacılık kategorisinde yer alan tüm marketlerin giriş, dolaşım alanları ve kasaları engelliler için ulaşılabilir. Özellikle kasalarda engelliler için öncelikli kasalar bulunmakta ve tabelalarla kolayca görünmesi sağlanmaktadır. Bu anlamda mağazaların içinde üst raflara erişememe gibi problemler yaşanlsa da görevliler aracılığıyla bu sorun da ortadan kaldırılabilmektedir. Son olarak kitap/müzik mağazalarının girişleri %67 oranında ulaşılabilirken, dolaşım alanları ve kasalar da %67 oranında engelliler için uygun değildir.

Elde edilen veriler ışığında, AVM'lerde yer alan mağazalardan büyük mağazacılık kategorisindeki marketlerin giriş, dolaşım alanları ve kasalar olmak üzere tüm kriterlerde engelliler açısından ulaşılabilir olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bazı hipermarketlerde giyinme kabinleri mevcut olup, bunlardan da büyük çoğunluğu ulaşılabilirlik standartlarına uygun durumdadır. Bununla birlikte saat/optik mağazalarının ulaşılabilirliğinin tüm kriterlerde yüksek olduğu görülmektedir. Buna ek olarak, girişlerde ev dekorasyon/tekstil, dolaşım alanlarında ayakkabı/çanta ve kasalarda elektronik/beyaz eşya mağazalarının ulaşılabilirlikleri yüksektir. Diğer yandan kitap/müzik mağazalarının

tüm kriterlerdeki ulaşılabilirlikleri düşüktür. Mücevher/aksesuar mağazalarının da giriş ve dolaşım alanlarında diğer mağaza kategorileri ile karşılaştırıldığında engellilere uygun olmama durumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kasalar bakımından durum incelendiğinde de çocuk/eğlence ve ayakkabı/çanta mağazalarının ulaşılabilirlikleri en düşüktür. Daha önce yapılan aynı olmasada benzer çalışmalardan bir kaç ile karşılaştıralım. Alan yazında yerli araştırmacıların çalışmaları var bunlarada atıf yapılabilir.

SONUÇ

İzmir’de yer alan AVM’lerin fiziksel engeller açısından değerlendirildiği bu çalışmada, araştırmaya dahil edilen AVM’lerin hepsinde engellerin kaldırılması yönünde çalışmalar olduğu tespit edilmiş olmakla birlikte, bu çalışmaların büyük çoğunluğunun sadece tekerlekli sandalye kullanıcılarına yönelik olduğu ve bunlar içinde de bazı eksik ya da standartlara uymayan durumlar bulunduğu belirlenmiştir. Kaya ve Akyol (2002) tarafından İzmir’deki 5 AVM’nin örnek alınarak engelliler açısından ulaşılabilirliğinin araştırıldığı benzer bir çalışmada da proglamlama, mimari tasarım ve uygulama aşamalarında yeterli duyarlılığın gösterilmediği vurgulanmaktadır. Öte yandan Güngör (2007)’ün Ankara’daki 2 AVM’nin ulaşılabilirliğini araştırdığı çalışmada, özellikle iç erişilebilirlik yönünden bazı problemler tespit edilse de bu AVM’lerin engelliler için en erişilebilir yaşam alanları olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda, engellilerin her alana erişiminin sağlanabilmesi bakımından İzmir’deki AVM’lerin de ulaşılabilirlik ile ilgili eksiklikleri mutlaka gidermesi gerekmektedir.

Araştırma sonucundaki genel durum değerlendirildiğinde; AVM girişlerinin tamamının engellilere uygun olduğu görülmüştür. AVM’lere erişimi sağlayan ilk adım olması bakımından girişlerin ulaşılabilirliği ile ilgili bu durum oldukça sevindiricidir. Öte yandan girişlerle ilgili veriler diğer araştırmalar ile karşılaştırıldığında, Düğer ve Kayıhan (2001)’in 26 AVM’yi inceledikleri çalışmanın sonuçlarından farklılık gösterirken; Kaya ve Akyol (2002)’ün çalışmasında girişteki rampa eğimi fazla olan bir AVM dışındaki diğer yapıların engelliler için ulaşılabilir olması bakımından benzerdir. Bunun yanında Güngör (2007)’ün araştırmasında yer alan AVM’lerden biri engellilere uygun giriş sağlarken, diğeri ulaşılabilir değildir.

Çalışmadaki otopark alanlarında engelliler için ayrılan park yerleri gerekli ölçüler bakımından engellilere uygun olmasına rağmen, toplam kapasiteye oranla ayrılması gereken park yeri sayısı açısından yetersizdir. Bununla birlikte otoparklarda engelli park yerlerini gösteren uyarı levhalarının daha belirgin ve kolay görülebilir olması gerekmektedir. Güngör (2007)’ün çalışmasında da otoparklarda herhangi bir erişilebilir güzergah düzenlemesi ile uyarı levhaları olmadığı ve park alanlarının ayrıştırılmadığı tespit edilmiştir. Kaya ve Akyol (2001)’un da benzer sonuçlara ulaştıkları çalışmada ek olarak otopark alanında yanlış zemin kaplamasının kullanıldığı görülmüştür. Dolayısı ile

bu eksik ve yanlışlıkların giderilmesi için çeşitli kurum ve kuruluşlarca belirlenen ulaşılabilirlik standartları yeniden gözden geçirilmeli ve ilgili denetimler sıklaştırılmalıdır.

Araştırma kapsamında, genel dolaşım alanlarının düz zemin olması bakımından hareket engelli ziyaretçiler için uygun olduğu görülmüş ancak hiçbir alanın zemininde hissedilebilir yüzeyler olmamasının görme engelliler için sorun teşkil edeceği belirlenmiştir. Bu sonuç Güngör (2007)'ün araştırması ile paralellik göstermektedir. Engelli tiplerinin farklı ihtiyaçları olduğu noktasından hareketle, bir eksiği düzeltirken diğer grubu mağdur etmemek ve unutmamak adına daha duyarlı olunması ve bilinçli davranılması gerekmektedir. Bu kapsamda sadece yasal zorunluluk olarak değil, toplumsal bir davranış olarak bu hassasiyetin benimsenmesi önem taşımaktadır.

İzmir AVM'lerinde yer alan asansör kabinlerinde hareket engelliler için çoğunlukla gerekli ölçüler sağlansa da sesli uyarı sistemlerinin bulunmaması görme engelli misafirler açısından sorun yaratmaktadır. Bu durum Kaya ve Akyol (2001)'ün çalışma sonuçlarından farklılık göstermesi bakımından önemlidir. Bu bağlamda AVM'lerin asansörlerdeki sesli uyarıları mutlaka dikkate alması ve bu eksiği gidermesi gerekmektedir. Bununla birlikte AVM'lerdeki sinemaların engelliler için uygun koşullar sunmadığı, alanyazındaki diğer çalışmalarla da desteklenmektedir. Diğer taraftan tuvaletlerin ulaşılabilirliği olumlu bir tablo çizerken, engelli tuvaleti olarak belirtilmesine rağmen engelliler için uygun olmayan bir örneğe de rastlanmıştır. Bu durum alanyazındaki diğer çalışmalarla da paralellik göstermesi bakımından, ilgili denetimlerde boşluklar olduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamındaki tüm mağaza kategorileri değerlendirildiğinde, engellilere en uygun alanın girişler; en uygun olmayan alanın ise kabinler olduğu tespit edilmiştir. Kabinlerle ilgili bu sonuç Güngör (2007)'ün araştırma sonuçları ile aynıdır. Bununla birlikte kasalar da yeniden düzenlenmesi gereken alanlar olarak göze çarpmıştır. AVM'lerde yer alan büyük mağazacılık kategorisindeki marketlerin giriş, dolaşım alanları ve kasalar olmak üzere tüm kriterlerde engelliler açısından ulaşılabilir olduğu elde edilen önemli sonuçlar arasındadır. Kasaların engelliler açısından erişilebilirliği ile ilgili elde edilen veriler Düğer ve Kayıhan (2001)'in araştırma sonuçları ile benzerken, büyük mağazacılık ile ilgili bulgular aynı çalışma ile farklılık göstermektedir. Çalışma kapsamındaki saat/optik mağazalarının ulaşılabilirliğinin tüm kriterlerde yüksek, diğer yandan kitap/müzik mağazalarının tüm kriterlerdeki ulaşılabilirliklerinin düşük, mücevher/aksesuar mağazalarınınsa giriş ve dolaşım alanlarında diğer mağaza kategorileri ile karşılaştırıldığında engellilere uygun olmama durumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Alışveriş merkezleri, büyük mağazalar ve zincir mağazaların kuruluşuna belediye ya da valilikler tarafından izin verilmektedir. Kuruluş izni ve ruhsat alımı sırasında engellilere yönelik ulaşılabilirlik standartlarına uyma zorunluluğu getirilmesi bu konudaki sorunların ortadan kaldırmasına yardımcı olabilecektir. Bununla birlikte engelli sivil toplum kuruluşlarının görmüş oldukları aksaklıkları AVM yönetimlerine bildirmesi ve

belediyelerin işyeri ruhsatı verme sırasında ulaşılabilirlik kriterlerine uygunluk denetimi sonrası ruhsat vermesi çözüm önerileri olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

- ADA (1994). ADA standards for accessible design. [URL: <http://www.ada.gov/archive>] (Erişim 3 Temmuz 2014).
- ADA (2010). 2010 ADA standards for accessible design. [URL: http://www.ada.gov/regs2010/2010ADASTandards/2010ADASTandards_prt.pdf] (Erişim 8 Temmuz 2014).
- ADA (2011). ADA checklist for readily achievable barrier removal. [URL: www.ADAchecklist.org] (Erişim 18 Temmuz 2014).
- Akoğlu Kozak, M. & Bahçe, A. S. (2012). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Artar, Y. & Karabacakoglu, Ç. (2003). *Türkiye'de engürlüer turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki alt yapı olanaklarının araştırılması*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Bi, Y., Card, J. A. & Cole, S. T. (2007). Accessibility and attitudinal barriers encountered by Chinese travellers with physical disabilities. *International Journal of Tourism Research*, 9, 205-216.
- Bizjak, B., Knežević, M. & Cvetežnik, S. (2011). Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from tourism students. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 842-857.
- Burnett, J. J. & Baker, H. B. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40(4), 4-11.
- Card, J. A., Cole, S. T. & Humphrey, A. H. (2006). A comparison of the accessibility and attitudinal barriers model: Travel providers and travelers with physical disabilities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(2), 161-175.
- Cohen, E. (1995). Touristic craft ribbon development in Thailand. *Tourism Management*, 16(3), 225-235.
- ÇBB (Çankaya Belediye Başkanlığı). (2010). *Engelsiz işyeri kılavuzu*. Ankara: Çankaya Belediyesi.
- Davies, T. D. & Beasley, A. K. (1988). *Design for hospitality: Planning for accessible hotels and motels*. New York: Nichols Publishing.
- Davies, T. D. & Beasley, A. K. (1994). *Accessible design for hospitality: Planning accessible hotels, motels and other recreational facilities*. USA: McGraw-Hill, Inc.
- DEV (Dünya Engelliler Vakfı). (2010). *Engelsiz tasarım kılavuzu*. [URL: <http://www.devturkiye.org/upload/files/Engelsiz-Tasarim-Klavuzu.pdf>] (Erişim 19 Mayıs 2014).
- DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü). (2009). *Türkiye engürlüer araştırması 2002*. Ankara: DİE.
- Düğer, T. & Kayıhan, H. (2001). Tekerlekli sandalye kullanan kişiler için çevresel mimari engellerin incelenmesi. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 1(1), 8-15.

- European Comission (2013). European disability strategy 2010-2020. [URL: http://ec.europa.eu/justice/discrimination/disabilities/disability-strategy/index_en.htm] (Erişim 18 Temmuz 2014).
- EU (European Union). (1996). *Making Europe accessible for tourists with disabilities handbook for the tourism industry*. European Commission Directorate General XXIII - Tourism Unit. Luxembourg: EU.
- EU (2004). Improving information on accessible tourism for disabled people. [URL: <http://europa.eu.int>] (Erişim 8 şubat 2014).
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. & McIntosh, R. W. (2000). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York: Wiley.
- Güngör, C. (2007). *Alışveriş merkezlerinin engelliler için erişebilirlik standartları kapsamında irdelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Heung, V. C. H. & Qu, H. (1998). Tourism shopping and its contributions to Hong Kong. *Tourism Management*, 19(4), 383-386.
- Hsieh, A. T. & Chang, J. (2006). Shopping and tourist night markets in Taiwan. *Tourism Management*, 27, 138-145.
- Jansen-Verbeke, M. (1991). Leisure shopping: A magic concept for the tourism industry? *Tourism Management*, 12(1), 9-14.
- Kaya, İ. K. & Akyol, T. D. (2002). Alışveriş merkezleri ve engelliler: İzmir için bir alışma. *Ege Mimarlık*, 40-41, 46-47.
- Kent, W., Schock, P. & Snow, R. (1983). Shopping: Tourism's unsung hero(ine). *Journal of Travel Research*, 21(4), 2-4.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011). Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik. Resmi Gazete, 25852, 21.06.2005. [URL: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>] (Erişim 8 Temmuz 2014).
- Littrell, M. A., Paige, R. C. & Song, K. (2004). Senior travellers: Tourism activities and shopping behaviours. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 348-362.
- Mills, E. D. (1983). *Design for holidays and tourism*. UK: Butterworths Publishing.
- OECD (2006). Improving transport accessibility for all: Guide to good practice. Paris: OECD.
- OFD (Omurilik Fellileri Derneği). (2004). *Özürlü kişilere uyarlanmış yapı: SN 521 500 normlarıyla ulaşılabilirlik klavuzu*. İstanbul.
- ÖYHGM (2008). *Herkes için ulaşılabilirliğin iyileştirilmesi: Örnek uygulama rehberi*. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 48. Ankara: Anıl Matbaacılık.
- ÖZİDA (2010). *Yerel yönetimler için ulaşılabilirlik temel bilgiler teknik el kitabı*. T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları, 49. Ankara: Anıl Matbaacılık.

- Öztürk, Y. & Yaylı, A. (2006). Türkiye'deki konaklama işletmeleri ve A grubu seyahat acentaları yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *II. Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, 17-35.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. & Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Özürlüler Vakfı (2009). *Mimari erişilebilirlik kılavuzu*. İstanbul: Viraj Reklam.
- Paige, R. C. & Littrell, M. A. (2003). Tourism activities and shopping preferences. *Journal of Shopping Center Research*, 10(2), 7-25.
- Ray, N. M. & Ryder, M. E. (2003). "Eibilities" tourism: An exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, 57-72.
- Reisinger, Y. & Turner, L. W. (2002). The determination of shopping satisfaction of Japanese tourists visiting Hawaii and the Gold Coast compared. *Journal of Travel Research*, 41, 167-176.
- Sabancı Üniversitesi (2013). *Engelsiz Türkiye için: Yolun neresindeyiz? Mevcut durum ve öneriler*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Shaw, G. & Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A preliminary survey. *Tourism Management*, 25, 397-403.
- Stipanuk, D. M. & Roffman, H. (1996). *Facilities management*. Michigan: Ahma Publishing.
- Surrey Üniversitesi (2014). "Lack of accessible tourism costing economy billions", new research finds. [URL: http://www.surrey.ac.uk/mediacentre/press/2014/127843_lack_of_accessible_tourism_costing_economy_billions_new_research_finds.htm] (Erişim 15 Eylül 2014).
- Swanson, K. K. & Horridge, P. E. (2006). Travel motivations as souvenir purchase indicators. *Tourism Management*, 27, 671-683.
- Takeda, K. & Card, J. A. (2002). U.S. tour operators and travel agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 47-61.
- Timothy, D. J. & Butler, R. W. (1995). Cross-border shopping: A North American perspective. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 16-34.
- Tosun, C., Temizkan, S. P., Timothy, D. J. & Fyall, A. (2007). Tourist shopping experiences and satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 9, 87-102.
- TS (Türk Standardı). (1991). *TS 9111 özürlü insanların ikamet edeceği binaların düzenlenmesi kuralları*. Ankara: TSE.
- TS (1999). *TS 12576 şehir içi yollar-özürlü ve yaşlılar için sokak, cadde, meydan ve yollarda yapısal önlemler ve işaretlemelerin tasarım kuralları*. Ankara: TSE.
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği). (2008). *Dünyada ve Türkiye'de engelsiz turizm pazarı*. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 7 Nisan 2014).

- Uca Özer, S. & Tüzünkan, D. (2012). Alışveriş turizmi kapsamında “İstanbul Shopping Fest” ve yansımaları. 13. *Ulusal Turizm Kongresi*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 151-166.
- UN (United Nations). (2004). Accessibility for the disabled a design manual for a barrier free environment. [URL: <http://www.un.org/esa/socdev/enable/designm/AD2-01.htm>] (Erişim 8 Mart 2014).
- Var, T., Yeşiltaş, M., Yaylı, A. & Öztürk, Y. (2011). A study on the travel patterns of physically disabled people. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(6), 599-618.
- WHO (2011). World report on disability. [URL: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/index.html] (Erişim 28 Mart 2014).
- WHO (2012). Disability report by secretariat. [URL: http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA66/A66_12-en.pdf] (Erişim 28 Mart 2014).
- Yau, M. K., McKercher, B. & Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: more than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.
- Yörük, Ü. K. (2003). *Turizm yapılarının tasarımında özürlü etmenin irdelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

KELİME İLİŞKİLENDİRME TESTİ ARACILIĞIYLA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM OLGUSUNUN KAVRAMSAL ANALİZİ: ÜRGÜP ÖRNEĞİ

Emrah KESKİN

*Öğr. Gör.,Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Meslek
Yüksekokulu
ekeskin@nevsehir.edu.tr*

Emrah ÖRGÜN

*Öğr. Gör.,Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Meslek
Yüksekokulu
emrahorgun@nevsehir.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışma Kapadokya Bölgesinde turist yoğunluğunun yüksek olduğu Ürgüp ilçesinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerde çalışmakta olan işgörenlerin sürdürülebilir turizm ile ilişkili kavramlar hakkında bilişsel yapılarını ortaya koymak ve kavram yanlışlarını tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırma 2014 Haziran-Ağustos döneminde Ürgüp ilçesinde yer alan dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 102 işgörene kelime ilişkilendirme testi(KİT) uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Uygulamada teste katılan kişilerle yüz yüze görüşülmüş ve KİT hakkında bilgi verilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Sürdürülebilir Turizm, Kelime İlişkilendirme Testi, Kapadokya (Ürgüp).*

GİRİŞ

Günümüzde turizm sektörü ekonomik, siyasal ve teknolojik değişimlere paralel olarak hızla gelişen ve ülkelerin ekonomilerine önemli katkılarda bulunan bir sektördür. Bu nedenle destinasyonların pozisyonlarını koruyabilmeleri ve mevcut pozisyonlarını sürdürebilmeleri sahip oldukları mevcut kaynakların korunmasıyla mümkündür (Can, 2013: s.24). Gelişmekte olan Türkiye’de turizm ekonomik anlamda alternatif büyüme stratejisi meydana getirmenin yanı sıra, uluslar arası platformda olumlu bir imaj meydana getirmek için gerekli bir araçtır (Tosun ve Jenkins, 1996 akt: Tosun, 1998, s. 595) ve turizm sektöründe meydana gelen yapısal değişiklikler ile ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel değişimler yerel halkın yaşam şeklini etkilemektedir (Lee, 2013). Bu nedenle turizm ile ilgisi olan kurumlar ve yerel halk ellerinde bulundurdıkları doğal, beşeri ve tarihi kaynakları iyi analiz ederek gelecek nesillere de aktarmalıdır. Çalışma Türkiye’nin önemli turistik destinasyonlarından birisi olan Kapadokya’nın Ürgüp ilçesinde dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışmakta olan turizm hizmet sağlayıcılarının sürdürülebilir turizm kavramını ne şekilde algıladıklarını belirlemeye yönelik hazırlanmıştır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Dünya kamuoyunda önemi her geçen gün artan, insanların fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına doğrudan ve dolaylı olarak etki eden (Gürbüz, 2002), turistlerin destinasyon kaynaklarına hareketi olarak adlandırılan (Lennon, Blake, Galt, Greenwood, McMahon-Beattie, 2007), geri dönüşümü çok hızlı olan, emek yoğun özelliğiyle en büyük

sorunlardan biri olan işsizliğin giderilmesinde etkin role sahip (Kalpaklıoğlu, 2005), Türkiye’de 2013 yılı itibariyle 32,309 milyar \$’lık gelir getirisi (Kültür ve Turizm Bakanlığı) ile büyük bir büyüme ivmesi kazanmaya devam eden ve diğer ekonomik sektörlere göre çevresel kaynakları en çok kullanan sektör (Tuna, 2007) olarak adlandırılan turizm; çevresel, sosyal ve ekonomik yönden gelişimin önemli bir unsuru olmakla birlikte kontrol edilmediğinde geri dönüşümü mümkün olmayan olumsuz etkiler meydana getirmektedir (Can, 2013). Turizmin bir ülkede gelişme göstermesi ekonomik büyümenin yanı sıra destinasyonun korunmasına ve gelecek nesillere de bilinçli bir şekilde aktarılmasına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle turizmin sürdürülebilir bir özellik taşıması gerekmektedir.

Turizmin gelişmesi esnasında, turizmin temel unsurları niteliğindeki doğal ve sosyo-kültürel kaynaklar düzeltilmeyecek şekilde zarar görebilmektedir. Bu zararlardan en az düzeyde etkilenmek amacıyla 1970’li yıllarda ve sonrasında sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramları ortaya çıkmıştır (Eser, 2011).

Günümüzde önemi yadsınamayacak bir kavram olan sürdürülebilirlik; Mowforth ve Munt (1998) tarafından çevre ve doğal kaynaklarla ilgili büyüme olarak adlandırılmaktadır. Saka’ya (2011) göre belirli bir amaç veya hedefin belirli bir denge içerisinde gelecek nesillere aktarılması olarak tanımlanan sürdürülebilirlik; Ruckelshaus’a (1989) göre ise ekolojinin en geniş sınırları içinde kalkınmanın ve ekonomik büyümenin karşılıklı ilişki ile sağlanacağı ve zaman içinde korunacağı bir olgu olarak ifade edilmiştir. Bu tanımlar ışığında sürdürülebilirlik yaşam kalite standartlarını değiştirmeden tüketim toplumu olmaktan sıyrılıp, çevreyi koruyan ve toplumsal sorumlulukları ortaya koyan bir unsur olarak tanımlanmaktadır (Özmehmet, 2012). Sürdürülebilirliğin turizm açısından önem kazanması 1987’deki Çevre ve Kalkınma Dünya Komisyonu Brundland Raporuyla başlamıştır. Raporun ardından sürdürülebilirliğin tanımı, gerçekleştirilebilirliği ve sonuçları hakkında yaygın bir tartışma başlamıştır (Cater ve Lowman, 1994; Hunter ve Green, 1995; Erdoğan;2003). Çevreye zarar vermeden ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimi içeren dengeli bir kalkınma modeli (Angelevska, Najdeska ve Rakicevik, 2012) olarak ifade edilen sürdürülebilir turizm, Scharpf (1998) tarafından doğal, sosyal ve kültürel kaynakların uzun vadede güzelleştirilmesi, korunması ve ılımlı bir tarzda ekonomik gelişmeyi desteklemesi olarak tanımlanmıştır.

Tartışmaya açık bir tanımı olan sürdürülebilir turizm (Honey 2008, akt. Ingelmo, 2013), ekoturizm kavramıyla karıştırılmaktadır. Ekoturizm sağlık, kültür, eğlence, gezi gibi turizm türlerinden birisiyken, sürdürülebilir turizm günümüzdeki turizm uygulamalarının bütününe etki etmektedir (Janusz ve Bajdor, 2013). Bu bilgiler ışığında, mevcut kaynakların yok edilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillerinde kullanabileceği biçimde aktarılmasının sağlanması olarak nitelendirilen sürdürülebilir turizm (Tetik,2012: s.8), ekoturizm, kültürel turizm, kırsal çiftlik turizmi ve sorumlu turizm kavramlarıyla iç içe geçmiş ve ilişkilendirilmiş turizm şekli olarak bilinmektedir (Swarbrooke, 1999 akt: İbiş,2013 s.16). Sürdürülebilir turizm; insan ve çevrenin birlikte

var olması ile ilgilidir ve sürdürülebilir turizmde asıl amaç turizmin gelişimine paralel olarak, doğal, kültürel, ekolojik ve biyolojik tüm kaynakların korunması ve sürekliliğinin sağlanmasına uygun turizm planlarının belirlenmesi ve uygulamaya konmasıdır (Kervankıran, 2011: s.62).

ARAŞTIRMANIN AMACI

Sürdürülebilir turizm olgusunun günümüzde çok önemli bir unsur olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle sürdürülebilir turizm kavramının turizm sektöründe istihdam eden kişiler tarafından nasıl algılandığı ve kavram hatalarının neler olduğunun belirlenmesi önemli bir problem olarak düşünülmektedir. Bundan dolayı Ürgüp ilçesinde dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan işgörenlere kelime ilişkilendirme testi(KİT) uygulanmıştır. KİT; bilişsel yapıyı, bu yapıyı oluşturan kavramlar arasındaki bağıntıyı, zihinde kurulmuş olan bilgi ağının gözlemlenmesini sağlayan, hafızadaki kavramlar arasındaki ilişkilerin yeterli ve anlamlı olup olmadığını tespit etmeye katkı sağlayan alternatif ölçme değerlendirme tekniklerinden birisidir (Özatlı ve Bahar, 2010). Fen alanında birçok araştırmada veri toplamak için kullanılan bu tekniğin (Aydın ve Taşar, 2010; Bahar ve Özatlı, 2003; Kostova ve Radoynovska, 2010; Torkar ve Bajd, 2006), günümüzde sosyal alanlarda da kullanıldığı belirlenmiştir (Bahar ve Kılıç, 2001; Çiftçi, 2009; Işıklı ve ark. 2011). Çalışmada sürdürülebilir turizmin daha iyi kavranması ve kavram analizinin yapılabilmesi amacıyla daha önce turizm alanında kullanılmamış kelime ilişkilendirme testi kullanılarak turizm sektöründe istihdam eden turizm personelinin “Sürdürülebilir Turizm” konusundaki kavramsal çatıları araştırılmış ve turizm sektöründe çalışan işgücünün sürdürülebilir turizm kavramını zihinlerinde nasıl yapılandırdıklarını tespit etmek ve bilimsel geçerliliğini ortaya koymak amaçlanmıştır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Kanaatlerin ve algıların daha kolay öğrenilmesini sağlayan nitel araştırma yöntemi (Şimşek, 2013), gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerini kullanır, algıların ve olayların doğal ortamda, gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına imkan verir (Yıldırım ve Şimşek, 2000, akt: Yüksel ve Yüksel, 2004). Bu nedenle çalışmada nitel araştırma modeli kullanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Uygulamanın evrenini Ürgüp İlçesinde yer alan dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan işgörenler oluşturmaktadır. Nevşehir Turizm İl Müdürlüğünden (2014) alınan verilere göre Ürgüp ilçesinde dört ve beş yıldızlı otellerde toplam 2208 yatak yer almaktadır. Verilere göre uluslar arası alanda iki yatağa bir personel düştüğü için (Erdem, 2004) personel sayısı 1104 olarak saptanmıştır. Evrenin bütününe ilişkin verilere sahip olunması ve çalışmanın evren üzerinde yürütülmek istenmesine rağmen verilerin toplanmasında ve analizinde zorluklar meydana geleceğinden, örneklem grubu seçkisiz örnekleme yöntemlerinden basit seçkisiz örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılan 102 kişiye uygulanmıştır. Basit seçkisiz

örnekleme yönteminde, evrende yer alan tüm elemanlar birbirine eşit ve birbirinden bağımsız seçilme şansına sahiptir (Karasar, 2008).

VERİ TOPLAMA ARACI

Bu araştırmada, kelime ilişkilendirme testi (KİT) veri toplama aracı olarak kullanılmış ve “Sürdürülebilir Turizm” anahtar kavram olarak belirlenmiştir. KİT’ten elde edilen veriler önce analize hazır hale getirilmiş, bu işlem tamamlandıktan sonra verilerin yüzde ve frekansları hesaplanmış ve frekans tablosu oluşturulmuştur. Uygulamada “Sürdürülebilir Turizm Kavramı” bir sayfada 10 kez alt alta sıralanmıştır. Alt alta 10 kez yazılmasının nedeni zincirleme cevap riskini önlemektir. Çünkü katılımcı her kavram yazımında anahtar kavram yerine cevap olarak yazdığı kavramın aklına getirdiği kelimeleri yazabilir, bu da testin amacına ulaşmasına engel olabilmektedir (Polat: 2013, s.104). Uygulama öncesinde araştırmaya katılanlara kelime ilişkilendirme testine yönelik açıklamalar yapılmış ve testin uygulanması esnasında katılımcılardan 30 saniye içerisinde anahtar kavramın akıllarına getirdiği ilgili kavramları yazmaları istenmiştir. 30 saniyelik zaman dilimi, daha önceki akademik çalışmalarda (Kempa ve Nicholls, 1983; Bahar ve diğ., 1999; Bahar ve Özatlı; 2003 Özatlı; 2006; Yalvaç; 2008; Polat; 2013) yapılan ön testlerde, en uygun zaman dilimi olarak belirlendiği için uygun süre olarak kabul edilmiştir. Katılımcılar bu süre içerisinde sürdürülebilir turizm kavramıyla ilişki olduğunu düşündükleri cevap kelimeleri yazmışlardır. Ayrıca ilgili cümle kısmı tek bir cevap kelimesine göre daha karmaşık ve üst düzey yapıda olacağından cümlenin bilimsel olup olmaması, farklı nitelikte kavram yanılgıları içerip içermediği gibi durumlar değerlendirme sürecinde önemli rol oynamaktadır (Ercan ve diğ., 2010, akt: Şimşek, 2013; s.68). Bu bölüm içinse 20 saniye ek süre tanınmıştır.

Aşağıda örnek bir sayfa düzeni verilmiştir.

Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 Sürdürülebilir Turizm.....
 İlgili Cümle.....

VERİLERİN ANALİZİ

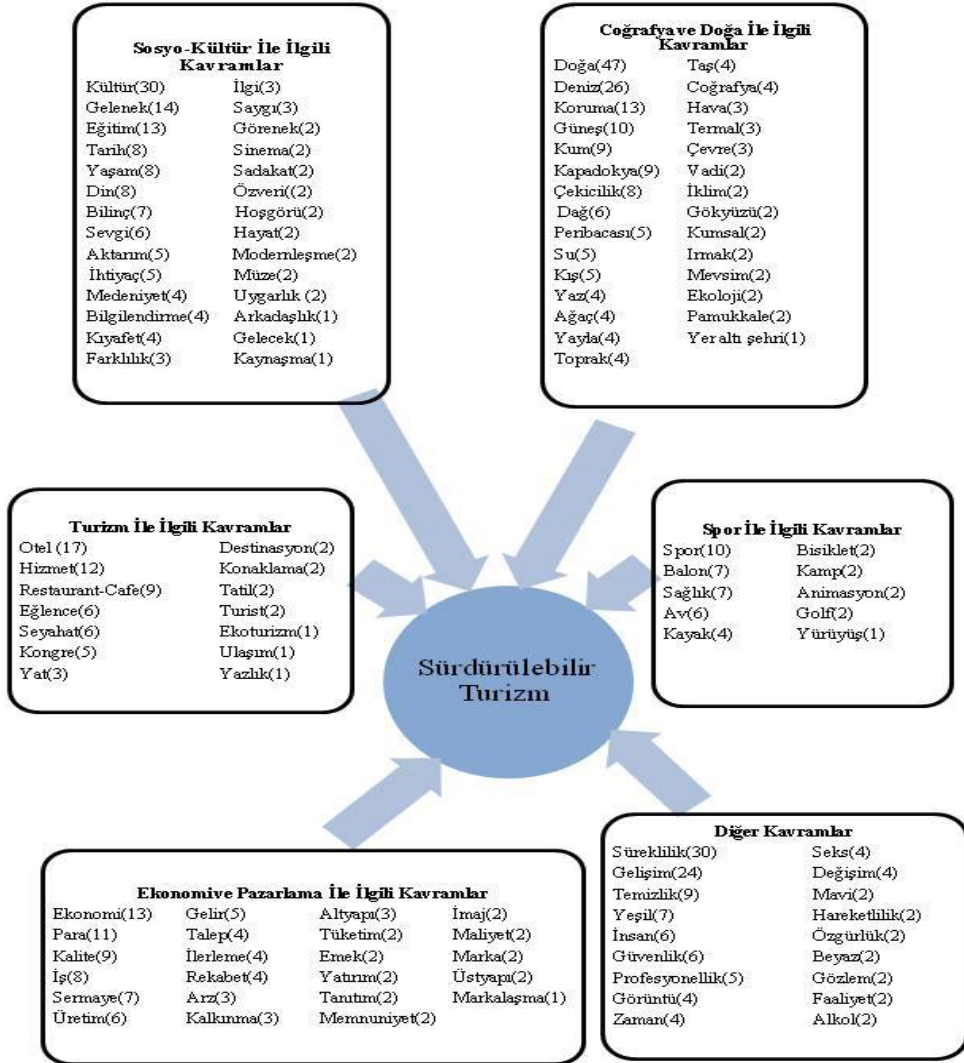
Verilerin analizine geçilmeden önce Ürgüp ilçesinde yer alan dört ve beş yıldızlı otellerde çalışmakta olan işgörenlerin cevap kağıtları 1’den 102’ye kadar numaralandırılmıştır. Daha sonra KİT sonuçlarını değerlendirmek için sürdürülebilir turizm kavramına verilen cevap kelimeler alanında uzmanlaşmış öğretim elemanlarının katkılarıyla gruplandırılmış ve

sürdürülebilir turizm kavramı için hangi kelimelerin kaçar kez tekrar edildiğini gösteren kavram haritası oluşturulmuştur.

BULGULAR

Aşağıda kelime ilişkilendirme testi sonuçlarına göre oluşturulmuş kavram haritası verilmiştir.

Şekil 1: Kelime İlişkilendirme Testi Sonuçlarına Göre Oluşturulmuş Kavram Haritası



Tablo1: Sürdürülebilir Turizm Kavramına Verilen Cevap Kelime Kategorileri

KATEGORİLER	TOPLAM FREKANS (f)	YÜZDE (%)
Turizm İle İlgili Kavramlara Ait Kelimeler	69	10.16
Sosyo-Kültürel Unsurlar İle İlgili Kavramlara Ait Kelimeler	146	21.5
Coğrafya ve Doğa İle İlgili Kavramlara Ait Kelimeler	205	30.19
Spor ile ilgili Kavramlara Ait Kelimeler	43	6.33
Ekonomik ve Pazarlama İle İlgili Kavramlara Ait Kelimeler	99	14.58
Diğer Kavramlara Ait Kelimeler	117	17.23
Toplam: 122 kelime	679	100

Dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan işgörenlerin sürdürülebilir turizm kavramına verdikleri cevaplar incelendiğinde;

- Turizm ile ilgili kavramlar bölümünde yer alan kelimelerin 69 defa tekrarlandığı,
- Sosyo-kültürel unsurlar bölümünde yer alan kelimelerin 146 defa tekrarlandığı,
- Coğrafya ve doğa ile ilgili kavramlar bölümünde yer alan kelimelerin 205 defa tekrarlandığı,
- Spor ile ilgili kavramlar bölümünde yer alan kelimelerin 43 defa tekrarlandığı,
- Ekonomi ve pazarlama ile ilgili kavramlar bölümünde yer alan kelimelerin 99 defa tekrarlandığı,
- Diğer kavramlar olarak kategorize edilen bölümde yer alan kelimelerin 117 kez tekrarlandığı,
- Sürdürülebilir turizm ile ilgili olduğu düşünülen 122 kelimenin söylendiği,
- Sürdürülebilir turizm kavramının en çok doğa(47), süreklilik(30), kültür(30), deniz(26), gelişim(24) kelimeleri ile ilişkilendirildiği,belirlenmiştir.

Tabloda sürdürülebilir turizm kavramı ile ilişkili olan kelimeler (devamlılık, kültür, doğa v.b) ortaya çıktığı gibi sürdürülebilir turizm kavramıyla ilişkisi olmayan kelimelere de (seks,alkol,animasyon,beyaz, mavi v.b) rastlanmıştır.

KİT'in ikinci bölümünde, turizm sektöründe çalışmakta olan işgörenlerin sürdürülebilir turizm kavramı için kurdukları cümleler incelenmiş ve cümleler içerdikleri anlamlara göre kategorize edilmiştir. Cümleler kategorize edilirken Ercan ve diğ. (2010) tarafından geliştirilen tablo dikkate alınmıştır. Bu tabloya göre ilgili cümleler bilimsel bilgi içeren cümleler, bilimsel olmayan veya yüzeysel bilgi içeren cümleler ve kavram yanılgısı içeren cümleler şeklinde kategorilere ayrılmıştır.

Tablo2: Sürdürülebilir Turizm Kavramına İlişkin Sektörde Çalışmakta Olan İşgörenlerin Kurduğu Cümlelerin Frekans Tablosu

Bilimsel Bilgi İçeren Cümleler	Bilimsel Olmayan veya Yüzeysel Bilgi İçeren Cümleler	Kavram Yanılgısı İçeren Cümleler
13(%14,9)	38(%43.7)	36(41.4)

Tablo 2’deki sürdürülebilir turizm ile ilgili cümle sayıları incelendiğinde dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan işgörenlerin %43.7’sinin bilimsel olmayan veya yüzeysel bilgi içeren cümleler kurduğu, %41.4’ünün kavram yanılgısı içeren cümleler kurduğu, %14.9’unun da bilimsel bilgi içeren cümleler kurduğu belirlenmiştir.

Yukarıdaki tabloda sayıları verilen ilgili cümlelere ait birkaç örnek aşağıda gösterilmiştir.

Bilimsel Bilgi İçeren Cümle Örnekleri:

- Turistik bölgelerdeki turizm olgularının farkına varmak ve bu olguları koruma altına alarak gelecek nesillere aktarmaktır(K68).
- Doğaya ve Yaşama zarar vermeden ileriye dönük yaşam biçimi oluşturmaktır(K24).
- Var olan kaynakların ileriki nesillere aktararak devamlılığının sağlanmasıdır(K4).

Bilimsel Olmayan veya Yüzeysel Bilgi İçeren Cümle Örnekleri:

- Sürdürülebilir turizm bölgesel kalkınma açısından çok önemlidir(K3).
- Sürdürülebilir turizm doğa ve tarihle iç içedir(K83)
- Sürdürülebilirlik açısından en önemli olaylardan birisidir(K62).

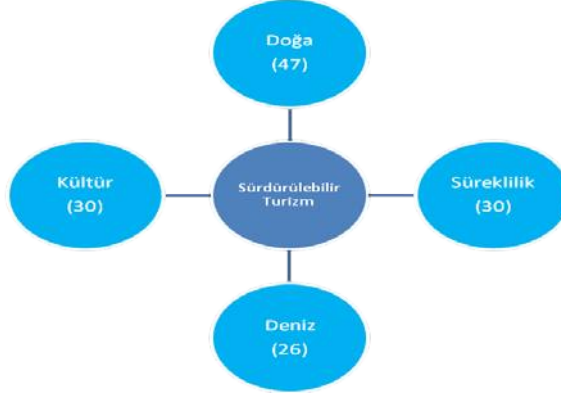
Kavram Yanılgısı İçeren Cümle Örnekleri:

- Halkla ilişkilerde kendini iyi ve rahat hissetmek(K12).
- Gelecekte insanların yapmak isteyecekleri, hatta bu isteklerin git gide artış sağlayacağı turizmdir(K46)
- Ülke içerisinde yapılan turizm sürdürülebilir turizmdir(K73).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada kelime ilişkilendirme testi (KİT) kullanılarak Ürgüp İlçesinde yer alan dört ve beş yıldızlı otellerde istihdam eden işgörenlerin sürdürülebilir turizm kavramına yönelik bilişsel yapıları belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda katılımcılara sürdürülebilir turizm kavramının ne ifade ettiği sorulmuş ve karşılığında katılımcılardan 122 adet cevap kelime elde edilmiştir. Elde edilen kelimeler incelendiğinde sürdürülebilir turizm ile yakın ilişki içerisinde olduğu ifade edilen ve en sık tekrarlanan kelimeler şekil2’de gösterilmiştir.

Şekil2: Sürdürülebilir Turizm ile İlgisi Olduğu İfade Edilen ve En Sık Tekrarlanan Kelimeler



Sonuç olarak ifadeler incelendiğinde sürdürülebilirliğin ne anlama geldiği turizm sektöründe çalışanlar tarafından çok iyi bir şekilde anlaşılmadığı görülebilir. Çünkü sürdürülebilir turizm kavramını ifade eden cümle gruplarına bakıldığında kavram yanılgısı ve sadece duygu ifade eden cümle gruplarının yoğun olarak kullanıldığı, bilimsel bilgi içeren cümlelerin ise sadece %14.9'luk bir kesim tarafından kullanıldığı belirlenmiştir. Bu oranlar kavramın turizm sektöründe çalışan katılımcıların çoğunluğu tarafından tam olarak algılanmadığını göstermektedir.

Katılımcıların bazıları sürdürülebilir turizm kavramını seks, alkol, animasyon, beyaz, mavi, şezlong v.b kelimelerle ilişkilendirmişlerdir. Bu ilişkilendirme sonucunda katılımcıların sürdürülebilir turizm kavramının ne anlam ifade ettiğini tam olarak algılayamadıkları söylenebilir.

KİT'te on adet cevap kelime istenmesine rağmen katılımcıların büyük bir çoğunluğundan dört ile altı arasında cevap kelime elde edilmiştir. Bu durum katılımcıların sürdürülebilir turizm kavramı ile ilgili yeterli kelime dağarcığına sahip olmadıklarını göstermektedir.

1992 Rio dünya zirvesinde kabul edildiği gibi ekonomik büyüme ile çevresel, sosyal, etik amaçların bağdaştırılması ve güçlendirilmesi sürdürülebilirliğin temelini oluşturan unsurlar olarak kabul edilmektedir (Yıkılmaz, 2003). Sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm olgusunun geliştirilmesi ülke ve bölgelerin turizm sektöründen daha fazla pay almalarına katkı sağlayacaktır. Bu nedenle turizm unsurlarının gelecek nesillere aktarılması ve yok edilmeden kullanılması gerekmektedir. Kapadokya destinasyonu dünya ve Türkiye açısından ele alındığında doğal, kültürel ve dinsel açıdan önemli turistik destinasyonlardan biri olarak kabul edilmektedir ve Kapadokya'nın gözde turizm merkezlerinden birisi Ürgüp olarak kabul edilmektedir. Sürdürülebilir turizm anlayışının bölgeye yerleşmesi son derece önemli ve gereklidir.

Bu nedenle Ürgüp ilçesinde turizm sektöründe turistik işletmelerde çalışan işgörenlerin sürdürülebilir turizm konusunda daha fazla bilgilendirilmesi, hizmet içi eğitimlerde sürdürülebilirliğin ve çevre tahribatının azaltılması gibi konulara yer verilerek sürdürülebilir turizm bilincinin oluşturulması bölgenin devamlılığı açısından önemli olabilir.

Bölgeye turistik yatırım yapmış ve yapacak olan girişimcilere sürdürülebilir turizm olgusunun benimsetilmesi ve yeşil otel anlayışının yerleştirilmesi bölgede sürdürülebilir turizm anlayışının güçlenmesine katkı sağlayabilir. Buna ek olarak faaliyetlerine devam eden otellerin yapılarında iyileştirmeye giderek kendi enerjilerini üreten işletmeler haline gelmeleri ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayacaktır.

Bu çalışma Ürgüp ilçesinde yer alan dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan turizm hizmet sağlayıcılarının sürdürülebilir turizm kavramı hakkında ne algıladıklarını belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. İlerleyen zamanlarda yapılacak benzer çalışmalarda çalışma alanı genişletilerek daha fazla kelimeye ulaşılabilir ve turizm terimler sözlüğü oluşturulabilir. Bunun dışında bölgede yer alan bütün turizm işletmelerinde KİT kullanılarak sürdürülebilir turizm hakkında bölgenin genel yapısı ortaya konulabilir ve sürdürülebilir turizm bilinci düşük olan bölgeler tespit edilip söz konusu yerlerde hizmet içi eğitim, seminer gibi etkinlikler düzenlenerek sürdürülebilirlik bilinci artırılabilir.

KAYNAKÇA

- Angelevska, K., Najdeskaa, K., Rakicevik, G. (2012). Planning of Sustainable Tourism Development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 44,210-220.
- Aydın, F. ve Taşar, M. F. (2010). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Teknolojinin Doğası Hakkındaki Bilişsel Yapıları ve Görüşleri. *Kırşehir: Ahi Evran Üniversitesi, Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(4), 209-221.
- Bahar, M., Johnstone, A.H. ve Sutcliffe, R.G. (1999). Investigation of Students' Cognitive Structure in Elementary Genetics Through Word Association Tests. *Journal of Biological Education*, 33, 134-141.
- Bahar, M. ve Kılıç, F. (2001). Kelime İletişim Testi Yöntemi ile Atatürk İlkeleri Arasındaki Kavramsal Bağların Araştırılması. *IX. Eğitim Bilimleri Kongresi*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, BOLU.
- Bahar, M. ve Özatlı, S. (2003). Kelime İlişkilendirme Testi Yöntemi ile Lise 1. Sınıf Öğrencilerinin Canlıların Temel Bileşenleri Konusundaki Bilişsel Yapılarının Araştırılması. *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 75-85.
- Can, E. (2013). Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi. *İstanbul Journal of Social Science*. 4, 23-40.
- Cater, E., Lowman, G. (ED). (1994). *Ecotourism: A Sustainable Option?* New York: Wiley.

- Çiftçi, S. (2009). Kelime Çağrışımlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Gösterdiği Temel Nitelikler Üzerine Bir Deneme. *Turkish Studies*. 4(3), 633-654.
- Ercan, F., Taşdere, A. ve Ercan, N. (2010). Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Bilişsel Yapının ve Kavramsal Değişimin Gözlenmesi. *Türk Fen Eğitim Dergisi* (TÜFED), 7(2), 136-154.
- Erdem, B. (2004). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(11):5-54.
- Erdoğan, N. (2003). Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme. Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, Çankırı.
- Eser, S. (2011). *Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Teknoloji Dergisi*, 1, 49-59.
- Hunter, C., Green, H. (1995). *Tourism and The Environment: A Sustainable Relationship?* London and New York, Routledge.
- Işıklı, M., TAŞDERE, A. ve Göz, N.L. (2011). Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Öğretmen Adaylarının Atatürk İlkelerine Yönelik Bilişsel Yapılarının İncelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 50-72.
- İbiş, S. (2013). Sürdürülebilir Turizm Açısından Acarlar Longozunun Yerel Paydaşlar Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- İngelmo I. A. (2013). Design and Development of a Sustainable Tourism Indicator Based on Human Activities Analysis in Inle Lake, Myanmar. , *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 103 262 – 272.
- Janusza G.K., Bajdora P. (2013). Towards to Sustainable Tourism Framework, Activities and Dimensions, *Procedia Economics and Finance*, 6, 523 – 529.
- Karasar, N. (2008). Bilimsel Araştırma Yöntemi. (18. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kempa, R.F. ve Nicolas, C.E. (1983). Problem Solving Ability and Cognitive Structure – an Explanatory Investigation. *European Journal of Science Education*, 5, 171-184.
- Kervankıran, İ. (2011). *Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi*. (Doktora Tezi) Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Kostova, Z. ve Radoynovskar, B. (2010). Motivating Students' Learning Using Word Association Test And Concept Maps. *Bulgarian Journal of Science and Education Policy*, 4(1), 62-98.
- Lee, H.T., (2013). Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development, *Tourism Management* 34, 37-46.
- Lennonb, J.J, Blackec, A., Galtd, M., Greenwoda C., Beattie-Mcmahon, U. (2007). Oil Depletion: What Does This Mean for Scottish Tourism? *Tourism Management*, 28, 1354-1365.

- Mowforth, M. ve Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability*. New York: Routledge.
- Özatlı, N.S. (2006). *Öğrencilerin Biyoloji Derslerinde Zor Olarak Algıladıkları Konuların Tespiti ve Boşaltım Sistemi Konusundaki Bilişsel Yapılarının Yeni Teknikler İle Ortaya Konması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Biyoloji Eğitimi Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Özatlı, N. S. ve Bahar, M. (2010). Öğrencilerin Boşaltım Sistemi Konusundaki Bilişsel Yapılarının Yeni Teknikler İle Ortaya Konması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 9-26.
- Özmehmet, E. (2012). Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 3, 1853-1876.
- Polat, G. (2013), 9. Sınıf Öğrencilerinin Çevreye İlişkin Bilişsel Yapılarının Kelime İlişkilendirme Test Tekniği İle Tespiti, *NEF-EFMED Cilt 7, Sayı 1, Haziran 2013/sayfa:97-120*.
- Ruckelshaus, W.D. (1989). Toward A Sustainable World. *Scientific Amerikan*, 261(3), 66-175.
- Saka, İ. (2011), Sürdürülebilirlik Açısından İstanbul'da Bir Ofis Binasının Leed Sertifikalandırma Sistemi Kapsamında Değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Scharpf, H. (1998). Sürdürülebilirlik Açısından Bölgesel ve Yerel Yönetimlerin Turizm Politikasındaki Görevleri. 21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları, Uluslar arası Turizm Sempozyumu, 16-17 Aralık.
- Şimşek, M. (2013), Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) Konusundaki Bilişsel Ypılarının ve Alternatif Kavramlarının Kelime İlişkilendirmesi Testi İle Belirlenmesi. 4. Ulusal İlköğretim Bölümleri Öğrenci Kongresi, Nevşehir Üniversitesi, s.65-75.
- Torkar, G. ve Badj, B. (2006). Trainee Teachers' Ideas about Endangered Birds. *Journal of Biological Education*, 41 (1), 5-8.
- Tosun, C. (1998). Roots Of Unsustainable Tourism Development At The Local Level: The Case Of Urgup İn Turkey, *Tourism Management*, Vol. 19, No. 6, pp. 595-610.
- Tuna, M. (2007). *Turizm, Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği)* Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yalvaç, G.H. (2008). *İşbirlikli Öğrenme Yaklaşımının Öğretmen Adaylarının Çevreye İlişkin Zihinsel Yapılarına Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Yıkılmaz, N. (2003). *Yeni Dünya Düzeni ve Çevre*. Sosyal Araştırmalar Vakfı-3. İstanbul
- Yüksel, A., Yüksel, F. (2004). *“Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri”* Turhan Kitabevi, Ankara.
- Kalpaklıoğlu F. Yaşlar Holding (2005) [URL http://www.yasar.com.tr/PDF/Yasa_7.pdf](Erişim tarihi:15 Haziran 2014)
- Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı(2014). Turizm Gelirleri 2013. [Url: <http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/TR,72942/turizm-gelir-gider-ve-ortalama-harcama.html>](Erişim:15 Haziran 2014)

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN TURİZM TALEBİ ÜZERİNE ETKİSİ

Nur ÇELİK

*Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
nur-48@hotmail.com*

Ozan BAHAR

*Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
obahar@mu.edu.tr*

ÖZET

Turizm sektörü hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik, kültürel ve sosyal kalkınmasına büyük katkı sağlamaktadır. Ancak uzun bir süre turizmin sadece ekonomik etkilerinin üzerinde durulması negatif etkilerinin göz ardı edilmesine neden olmuştur. Bu noktada sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmiş ve son yıllarda en çok tartışılan konulardan biri olmuştur. Turizm sektöründe artan rekabet ve talepteki değişiklikler başta konaklama işletmeleri olmak üzere sektörün genelinde sürdürülebilir turizmi bir zorunluluk haline getirmiştir. Bu çalışmada öncelikle sürdürülebilir turizm kavramı incelenmiş, daha sonra sürdürülebilir turizm talebini etkileyen faktörler ortaya konulmuştur. Bu açıdan yaklaşıldığında, çalışma sürdürülebilir turizm ve talep üzerinde çalışan araştırmacılara kavramsal boyutu ile yardımcı olabilecektir. Ulusal ve uluslararası literatür incelemesinden sonra sürdürülebilir turizmin turizm talebini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar sözcükler: *Sürdürülebilir turizm ve turizm talebi.*

GİRİŞ

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen sektörlerden biri haline gelmiştir. Çoğu zaman bölgesel ve ulusal kalkınmada bir araç olarak kullanılan turizm, gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini almıştır (Çımat ve Bahar, 2003). Benzer şekilde turizm, döviz girdisini artırıcı ve istihdam yaratıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisi ile Dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir sektör olmakla birlikte giderek büyüyen bir endüstridir (Bahar, 2004).

Nitekim Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2014) raporuna göre, 2013 yılında dünya genelinde seyahat edenlerin sayısında %5 büyümeye gerçekleşmiş ve seyahat edenlerin sayısı 1.087 milyona, turizm gelirleri ise 1.159 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Turizmin Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası (GSYH) içindeki payı %9 olarak gerçekleşmiş ve her on bir kişiden birine istihdam yaratmıştır. Yine bu rapora göre 2010'dan 2030'a kadar %3.3 oranında bir büyümeye ile turist sayısının 1.8 milyara ulaşacağı beklenmektedir. Bu beklentilerin gerçekleşmesi ülkenin sahip olduğu arz kaynaklarının korunmasına ve devamlılığının sağlanmasına bağlıdır.

Sürdürülebilir turizm, turizmin hem ekonomiye ve topluma katkısının sürdürülebilir olmasını ve hem de çevrenin ve kaynakların sürdürülebilir kullanımını gerektirir. Bu da kavramın tam olarak anlaşılması ve turizm talebinin uygun yönetimi ile gerçekleşir. Ancak, sürdürülebilir turizm ile ilgili yapılan çalışmalarda talep konusunun genellikle göz ardı edildiği görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, sürdürülebilir turizm kavramını açıklamak ve sürdürülebilir turizm talebini etkileyen faktörleri belirlemektir. Böylece sürdürülebilir turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesi çok büyük yatırımlar gerektiren turizm projelerinin gelecekteki pazara ve pazar yapısına uyumlu, rekabet edilebilir düzeyde planlanmasına fayda sağlayacaktır. Yani bölgedeki turistik arz kaynaklarının çevreye duyarlılığını göz önünde bulundurarak talebe uygun hale getirilmesi, planlama çalışmaları açısından da hem kamu ve hem de özel sektör temsilcilerine yol gösterici olacaktır. Bununla birlikte, sürdürülebilir turizm ve turizm talebi konusunda hem dünya genelinde hem de Türkiye’de çalışma sayısı oldukça azdır. Özellikle Türkiye’de bu konuda daha önceden yapılmış bir araştırmanın olmaması bu konu için hem bir kısıt ve hem de bir orijinalliktir. Daha sonraki çalışmalara kaynak teşkil edebilecek nitelikte olması bir diğer amaçtır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMI

Dünyada hızla büyüyen sektörler arasında yer alan turizmin fiziksel, sosyal ve kültürel çevreye yönelik pozitif etkilerinin yanı sıra negatif etkilerinin de olduğu bir gerçektir. Kontrolsüz, plansız ve hızlı gelişmeye dayalı bir turizm anlayışı kıt kaynakların belli bir zaman sonra tükenmesine, bozulmasına ve değerinin kaybolmasına neden olacaktır.

Ortak Geleceğimiz “OurCommonFuture” raporundaki tartışmalara bağlı olarak geride bırakılan son 10 yılda sürdürülebilir turizm daha çok gündeme gelmeye başlamıştır. Son yıllarda dünya üzerindeki yoğun ve hızlı değişimler, çevre sorunları, dışsallık vb. konular turizm sektöründeki değişimleri de beraberinde getirmiştir. Uluslararası turizm pazarında ortaya çıkan yeni eğilimler, destinasyonlar ve yeni pazar arayışlarındaki hızlı artış ve rekabet etkisi uluslararası politik ve ekonomik çevrelerin dikkatini turizme çekmiştir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı ile birlikte gelişen sürdürülebilir turizm kavramına yönelik çeşitli tanımlar Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1:Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tanımlamalar

Sürdürülebilir Turizm Tanımları
Şu anki turistlerin ve ev sahibi toplumların ihtiyaçlarını gözeten, gelecek için fırsatlar yaratan ve koruma altına alan turizmdir (Dünya Turizm Örgütü, 1993,s. 7).
Sürdürülebilir turizm, hem şuan ve hem de gelecek için doğal kaynakların üretkenliğinin devam edebilmesi ve yenilenmesini sağlayan, toplulukların yaşam stilini, geleneklerini yansıtarak insanların turizm deneyimi yaşamalarına katkı sağlayan, ev sahibi bölgelerdeki toplulukların ve yerel halkın ekonomik faydayı adil paylaştıkları turizm ve bağlantılı altyapılar sistemidir (Eber, 1992, s. 3).

Bağlı olduğu çevreye zarar vermeden yerel ekonomileri devam ettiren turizmdir. (CountrysideCommission, 1995, s. 2).
Sürdürülebilir turizm ekonomik faaliyetlerin yapısını olumsuz yönde etkilemeden, ekonomik fırsatlar yaratma yeteneğine sahip olmalı, var olan sosyal örgütlenme formlarına müdahale etmemeli ve son olarak da ekolojik toplum tarafından dayatılan sınırlara saygılı olmalıdır (Payne, 1993, s.154).
Sürdürülebilir turizm mevcut konaklama kapasitesi, yerel nüfus ve çevreyi dikkate alarak gelişen, çevreye duyarlı bir turizmdir ve bunun sonucunda çevrenin bozulmasına, kendi kendini yok etmesine fırsat vermez. Ayrıca sürdürülebilir turizm sorumluluk sahibi bir turizmdir (Bramwell ve diğerleri, 1996).

Kaynak: Butler (1999: 10)

Tablodan da anlaşılacağı üzere doğal kaynakların tükenebilir olduğu göz önünde bulundurularak, gelecek nesillerin gereksinimlerini tehlikeye sokmadan kültürel, çevresel, biyolojik ve estetik tüm kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması gerekmektedir. Dolayısıyla sürdürülebilir turizm ile ilgili yapılan tanımların ortak öğeleri kısaca şunlardır (Demir ve Çevirgen, 2006, s. 104):

- Doğal ve insan yapımı kaynakların *optimum* biçimde uzun süreli kullanımı
- İnsan yerleşim dokusunun korunması
- Ekonomik ve sosyal çeşitlik
- Kalite kavramına bağlılık
- Sosyal katılım

Kısaca ifade etmek gerekirse zor yenilenebilen ve tahrip edildiğinde özgün haline dönüştürülemeyen doğal çevre ve doğal kaynakların, diğer sektörler kadar turizm sektörü tarafından da kullanılırken ‘Sürdürülebilirlik’ yaklaşımı odaklı olması gerekir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ARAÇLARI

Sürdürülebilir turizmde *ekolojik*, ekonomik ve toplumsal amaçlar bir bütün olarak dikkate alınmalıdır. Turizmin ekonomik sürdürülebilirliği, turistik faaliyetlerin devam etmesi anlamına gelir. Toplumsal sürdürülebilirlik denildiğinde ise yerel halkın önceliği, sosyal ve kültürel kimliklerin korunması, kültürel yaşam ve kültürel varlıkların korunması anlaşılmaktadır. *Ekolojiksürdürülebilirliğin* koşulları ise kirleten öder ilkesinin uygulanması, çevresel etki değerlendirmesi yönteminin uygulanması, biyolojik çeşitliliğin korunması, *ekolojik* ayak izi ve taşıma kapasitesi kavramlarının dikkate alınması ve temiz enerji kaynaklarının tercih edilmesidir (Ceylan, 2001).

Bu noktada sürdürülebilir turizmde taşıma kapasitesi, *ekolojik* ayak izi hesaplamaları, çevresel etki değerlendirmesi, eko etiketler birer araç olarak görülebilir. İtalya’da bulunan Elba Adasındataşıma kapasitesinin analizi için yerel kuruma hizmet edecek şekilde matematiksel bir model geliştirilmiştir. Çalışma özellikle turist deneyimlerinin kalitesini korumak ve doğal kaynakların korunmasını güvence altına almayı amaçlamaktadır ve üç aşamadan oluşmaktadır (Mexave diğerleri, 2001, s. 70).

1. Aşama: Ölçülebilir sınırlayıcı faktörlerin belirlenmesi; bu faktörler içinde fiziksel ve sosyal karakterler:

- Su arzı kapasitesi,
- Atık arıtma kapasitesi,
- Temel kaynakların kullanımı (kişi başı plaj yüzeyi) ve
- Nüfus üzerindeki baskıdır (Turist/ nüfus oranı).

2. Aşama: Dört sürdürülebilir senaryonun tanımı; klasik, yüksek sürdürülebilirlik, düşük sürdürülebilirlik, bozulma eğilimli olarak sınıflandırılmaktadır. Her bir senaryonun bir önceki sınırlayıcı faktörlerden biri ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Kritik değerin üzerindeki sınırlayıcı bir faktör (örneğin günlük atık arıtma kapasitesi) bir senaryodan diğerine kaymasına sebep olmaktadır. Ayrıca her senaryo bir alarm derecesi ile ilişkilidir. Sıfır (I), Düşük (II), Orta (III) ve yüksek (IV). Bu faktörler içinde en önemli faktörün ise su arzı kapasitesi olduğu belirlenmiştir.

3. Aşama: Turist sayısının hesaplanması her senaryo ile ilişkilendirilmiştir. İnsan baskısının artması (örneğin turistlerden dolayı adanın toplam nüfusunun artması) bir senaryodan diğerine kaymasına neden olmuştur. Bu adımda turist sayısı her faktörün kritik değeri ile ilişkilendirilmiştir.

Tablo 2. Elba Adası Taşıma Kapasitesi Örneği

Sınırlayıcı Faktörler	Günlük turist	Senaryolar					Alan Derecesi
Su arzı kapasitesi	52,646	Klasik	I				
Plaj kullanımı	60,100	Yüksek sürdürülebilirlik		II			
Atık arıtma	65,428	Düşük sürdürülebilirlik			III		
Turist/ nüfus	89,922	Bozulma eğilimli				IV	

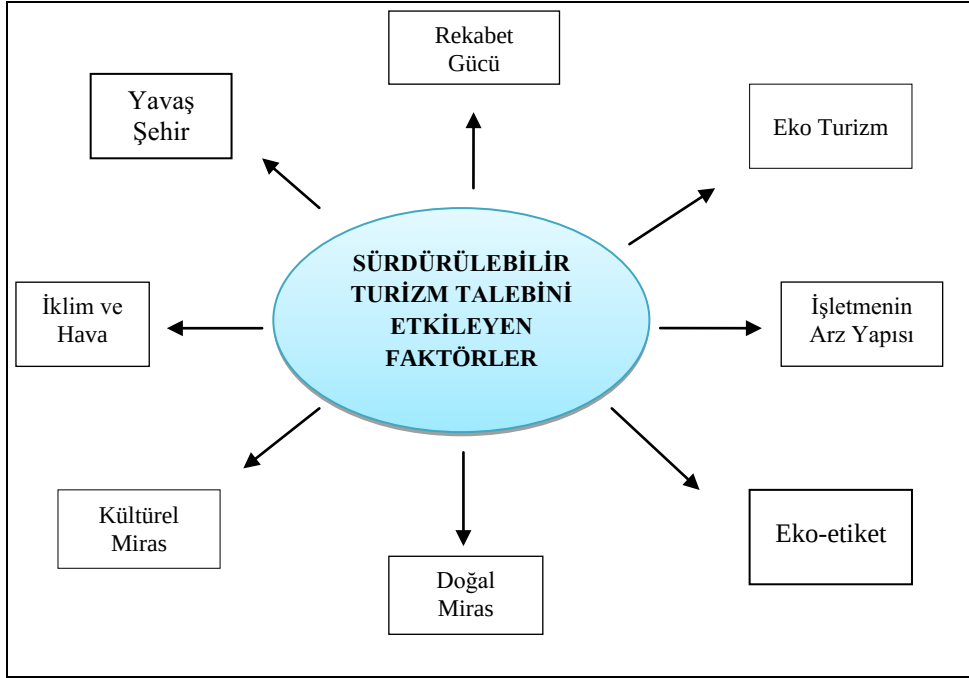
Kaynak:Mexa ve diğerleri (2001:71).

Yukarıdaki modelin kullanımı günlük bazda turist akışının takip edilmesi ve kritik bölgelerde adada turizm taşıma kapasitesinin aşıldığı zamanların belirlenmesini sağlamaktadır. Buna rağmen şuanda uygulanan bir eylem planı bulunmamaktadır. Bu adada sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi gerekmektedir. Şöyle ki, taşıma kapasitesini takip etmek; ziyaretçi sayısını sınırlı tutmak, belli oranda ziyaretçinin aynı anda içeri girmesine izin vermemek, ziyaretçi sayısını azaltıp ücretleri arttırmak ile mümkün olabilir. Taşıma kapasitesiyle ilgili ilk soru “ne kadarı çok fazladır” yerine, o bölgenin gelişme amaçlarına bakılarak çevresel duruma yapılacak değişikliğin “ne kadarının kabul edilebilir” olduğunun tespit edilmesi olmalıdır(Sonuç,2014, s. 27; Mexa ve diğerleri, 2001).

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Tüm dünyada teknolojik gelişmeler son derece hızlı yaşanırken etkilerini de aynı hızda turizm sektöründe göstermektedir. *Twitter*'da takip edilen bir otel, takipçisine özel fiyat politikası belirlediği gibi basit bir tıklama ile çevrimiçi rezervasyon yapılabilir. Akıllı telefonlar aracılığı ile *bloggerların* paylaştığı farklı destinasyonlar anında takip edilebildiği gibi tatil kararlarında *bloggerlar* oldukça etkili olabilmektedir. Uluslararası pazarda rekabet edebilmek için turizmde yer alan paydaşların toplumsal eğilimlere ve değişimlere cevap vermesi gerekmektedir. Artan çevre bilinci, eğitim düzeyi ve yeni nesil turist algılarındaki değişiklik ile birlikte turizm talebi, diğer turizm türlerine oranla çevre üzerinde daha az olumsuz etkiye sahip olan sürdürülebilir turizme doğru kaymaktadır (Seba, 2012). Dolayısıyla sürdürülebilir turizmi etkileyen faktörler Şekil 1'de gösterilmekte ve her bir faktör aşağıda tanımlanmaktadır.

Şekil 1: Sürdürülebilir Turizm Talebini Etkileyen Faktörler



Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Eko-Turizm

Ekoturizm öncelikle çevreye duyarlı bir turizm faaliyetidir. Orman yürüyüşlerinden kuş gözlemciliğine, doğa ile ilgi projelerden *raftinge* her türlü doğa tabanlı seyahatleri kapsamaktadır. Bununla birlikte yerel halkın katılımının yüksek olduğu, yerli rehberlerin yer aldığı, yiyecek ve malzemelerin yerel halktan temin edildiği, turistlerin kırılgan bitki örtüsünü yok etmeyeceği yerlerde yürümesinin planlandığı, çöplerin geri dönüşümlü

olarak toplandığı birçok eylem ve faaliyeti de içermektedir (Grotta ve Grotta, 1992). Böylece doğanın sürdürülebilirliğinin yanı sıra kırsal bölgelerden kentlere olan göç de engellenmiş olmaktadır.

Hızla büyüyen turizm sektöründe, ekoturizm aracılığı ile 2000 yılında dünya çapında 50 milyar dolar kazanç sağlamıştır. Yapılan araştırmalara göre en büyük gelir kaynaklarından biri olan ekoturizmden, Tanzanya’da toplamda 322 milyon dolar brüt hâsılat gerçekleşmiştir (Seba, 2012). Amerika’da Lohas’ın (Lifestyle of Healthy and Sustainability) yaptığı bir araştırmaya göre ise tüketiciler 2005 yılında eko turizme 24.2 milyar dolar harcamışlardır. 2007 yılında ise lüks eko turizm, turizm endüstrisinde en hızlı büyüyen pazarlardan biri olmuştur. Seyahat acentelerinin %23’ü ise çevre dostu ve yeşil seyahat seçenekleri olan destinasyonları tercih etmeye başlamışlardır (Center for Responsible Travel, 2014). Verilerden de anlaşılacağı üzere, sürdürülebilir turizmin bir parçası olan ekoturizme yönelik talep her geçen gün artarak devam etmektedir. Benzer şekilde, Uluslararası Ekoturizm Topluluğu’na göre küresel ölçekte ekoturizm 1990’lı yıllardan günümüze %24-34 arasında büyüme göstermektedir. Deniz, kum, güneş odaklı kitle turizmi pazarının artık olgunlaştığı ve belli bir doyuma ulaştığı, buna karşın gelecek yıllarda ekoturizm pazarında kapasite artışı yaşanacağı tahmin edilmektedir (Kahraman ve Türkay, 2012).

Eko-Etiket (Eko-Sertifikasyon)

Turizm literatüründe eko-etiket kavramını tanımlarken ne olduğuna dair tam bir tanımdan ziyade, eko-etiketin başarmak istediği amaçların ne olduğu üzerinde durulmaktadır. Eko-etiket, turizm ürünü ve üretim metotlarında, hizmet ve çevresel süreçteki olumsuz etkileri azaltma yeteneğine sahip, aynı zamanda turizm bölgelerindeki çevre kalitesinin iyileştirilmesine yönelik etkin piyasa tabanlı bir araçtır. Eko-etiket sayısındaki oran ve çeşitlilik tek bir tanım yapmayı zorlaştırmaktadır (Kozak ve Nield, 2004).

Eko-etiket, tüketici seçiminde bir araçtır. Turizmde eko-etiket, turizm bölgeleri için çevresel kalite etiketleri ve turizm sağlayıcıları için çevresel performans etiketleri olarak iki ana kategoride ele alınabilir. Örneğin, Avrupa’da temiz plajlar ve son zamanlarda ise marinalar için kullanılan Mavi Bayrak, turizm bölgeleri için çevresel kalite etiketi altında ele alınabilecek eko-etiketlerdendir (Buckley, 2001). Turizmde eko-etiket kavramı çevre bilincine sahip tüketiciler ve yöneticiler açısından oldukça önemlidir. Çevre hakkında bilgili olan turist, detaylı ve şeffaf, aynı zamanda etkin bir denetim sürecine sahip eko-etiketleri dikkate almaktadır. “Gidilecek turizm bölgesindeki hava kalitesi nedir?” sorusu, “Gidilecek turizm bölgesindeki hava kalitesini korumak için ne yapılmalıdır?” sorusundan daha önemlidir. Bu nedenle, her iki yönüyle de çevresel kalite standartlarını devam ettirmeyi amaçlamasına karşın “kaliteli yüzme suyu” veya “otantik bir yer” ile bağlantılı eko-etiketlere sahip bölgeler, atık minimizasyonu ile ilgili eko etiketlere sahip bölgelere göre daha fazla ziyaretçi tarafından talep edilmektedir. Lübbert (1998) tarafından yapılan bir çalışmada, turistlere farklı etiketleme *kriterlerinin* önemi sorulduğunda %60’ı

çevresel kalite kriterlerine (kirli su, temiz hava vs.) önem verdiğini belirtirken, %26'sı olumsuz çevresel etkilerin azaltılmasına (atık minimizasyonu, su ve enerji tasarruf programları, arıtma tesisleri vb.) önem verdiklerini belirtmişlerdir (Mihalic, 2001). Diğer bir çalışmada ise Alman turistlerin yaklaşık %50'sinin destinasyon seçimlerinde çevresel kalite konularını dikkate aldığı gözlenmiştir (Kozak ve Nield, 2004).

Tablo 3: Turizmde Eko-etiketlemenin Piyasa İşleyişi

Faktör	Eko-Etiket
Ölçüm	Çevresel etkiler: Bölgeye yönelik (Hava kalitesi, su kalitesi vb.)
Denetleme	Ürün / Hizmet Üretim ve Metot Süreçleri
Ödüllendirme	Ürün / Hizmet Şirket/ Kuruluş (otel, tur operatörü, seyahat acentesi)
Amaç	Çevreye duyarlı potansiyel tüketiciyi, bu alandaki turizm ürünleri ve şirketleri hakkında bilgilendirerek, olumsuz çevresel etkiyi azaltan ürün ve hizmetlere yönelik arz ve talebi canlandırmak
Bilgi	Doğrudan mesaj: Çevreye duyarlı sorumlu turizm ürünleri/ turizm şirketleri Uyarılan mesaj 1: Çevreye karşı sorumlu destinasyon Uyarılan mesaj 2: Çevreye duyarlı destinasyon
Varsayımlar	Tüketiciler çevrenin korunmasına katkıda bulunmak amacıyla çevre sorunlarının farkındalar, çevresel etiklere sahipler, çevre dostu olarak davranış sergiliyorlar, çevre dostu eko-etiketli ürünleri satın alıyorlar.
Piyasa etkisi	Tüketiciler (turistler) çevreye zararı en aza indirilmiş ürün ve hizmetleri tercih ediyor ve satın alıyorlar.

Kaynak: Mihalic (2001 , s. 65).

Turizmde eko-etiket sürdürülebilir turizm endüstrisinin performansını geliştirmek için bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Tablo 3'den de anlaşılacağı üzere turistlerin; turizm ile ilgili eylem ve kararlarında etkilerden haberdar olmalarını, turoperatörü, seyahat acentesi, tatil köyü, otel ve diğer turizm hizmet sağlayıcılarını tercih ederken bilinçli seçimler yapmalarını, satın alma kararlarında çevreye duyarlı turizm işletmelerinin lehine karar vermelerini sağlayan eko-etiket, sürdürülebilir turizm açısından önemli bir rol oynamaktadır. Yine Tablo 3'de piyasa işleyişini incelediğimizde eko-etiketin sürdürülebilir turizm üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir. Turizm ile ilgili eko-etiketlerin kullanımı, sürdürülebilir turizm açısından son derece uyumludur. Turizmin negatif etkilerini en aza indirmeyi amaçlayan eko-etiketlerin faydaları kısaca şunlardır (Hamele, 2001):

- Ekolojik olarak etkin çözümlerin uygulanmasını hızlandırmak, çevresel performansın izlenmesi ve raporlanmasında etkili yolları takip etmek açısından, turizm tedarikçilerine yardımcı olmaktadır.
- Eko-etiket turizm ürünlerinin satılmasına yardımcı olurken, enerji ve su gibi kaynakların kullanımını azaltarak maliyetlerin düşürülmesini sağlamaktadır.
- Pazarlama ve çevre yönetim aracıdır.
- Ürünler arasında en iyi çevresel uygulamalara sahip olanlar hakkında bilgiye kolayca erişim ve tanına bilirlik sağlamaktadır.
- Rekabet anlamında avantaj sağlamada pozitif bir etki yaratmaktadır.

- Ulusal ve uluslararası anlamda tanınırlık sağlamaktadır. Bu durumda marka isimleri, işaretler ve semboller ile potansiyel turistlere kaliteyi bildirmektedir.

Dünyada ve ülkemizde geliştirilmiş çok sayıda ve farklı özelliklere sahip eko-etiketler bulunmaktadır. Artan eğitim düzeyi ve turizm alanındaki gelişmeleri göz önünde bulundurduğumuzda, yeni nesil turistlerin eko-etiketli ürünlere daha çok ilgi gösterecekleri bir gerçektir. Ancak bu noktada önemli olan eko-etiketlerdeki karmaşıklığın giderilmesi ve tek bir isim altında toplanmasıdır. Turistlerin eko-etiketler hakkında bilinçlendirilmesi, eko-etiketlere sahip ürünleri tercih etmeleri için teşvik edilmesi gerekmektedir. Sadece temiz hava, temiz plaj suyu gibi çevresel kalite kriterleri ile ilgili değil atık minimizasyonu, su ve enerji tasarrufu gibi çevresel etkilerin azaltılmasına yönelik konularla ilgili de bilinç oluşturulmalıdır. Etkili bir denetim süreci ise hem eko-etiketlere olan güveni arttıracak ve hem de eko-etiketlerin turizm paydaşları tarafından daha çok tercih edilmesini sağlayacaktır.

Sakin Şehir (Cittaslow)

İtalyanca “Citta (Şehir)” ve İngilizce “Slow (Yavaş)” kelimelerinden oluşan Cittaslow, “Sakin Şehir” anlamında kullanılmaktadır ve SlowFood hareketinden doğmuştur. SlowFood hareketi Carlo Petrini tarafından 1986 yılında İtalya’nın Langhe Bölgesi’ndeki Cuneo kentinde başlatılmıştır (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010, s. 3). Hareketin temelleri ise 1999 yılında Toskana’nın küçük bir kasabası olan Greve in Chianti’nin eski belediye başkanı Paolo Saturnini’nin önderliğinde doğmuştur. Onun düşünceleri Orvieto, Bra ve Positano kentlerinin belediye başkanları tarafından kabul görmüştür. SlowFood başkanı Carlo Petrini ve dört kurucu şehrin (Chianti, Orvieto, Bra ve Positano) belediye başkanlarının Yavaş Şehir Sözleşmesini imzalaması ile Cittaslow resmen kurulmuştur (AboutCittaslowOrganization, 2014).

Yavaş Şehir hareketinin kuruluş amacı, küreselleşme sonucu ortaya çıkan kentlerin kendi kimliklerine sahip çıkmalarını destekleyerek, birbirine benzemesinin önüne geçilmesidir (Vikipedia, Cittaslow, 2014). Nüfusu 50.000’in altında olan kentlerin üye olabildiği uluslararası belediyeler birliği olan Sakin Şehir olgusu, şehrin dokusunun, renginin, müziğinin ve hikâyesinin uyum içinde, yerel halkın ve ziyaret edenlerin memnuniyet duyabilecekleri bir hızda yaşamasını hedeflemektedir. Yerel üreticileri desteklemek, çevreye ve insana zararlı olmayan alternatif ve yenilenebilir enerji kaynaklarının teşvik edilmesi, hava, gürültü ve ışık kirliliklerinin kontrol edilmesi gibi çevresel düzenlemelere öncelik verir. Yerel zanaatları, tatları ve bölgeye özgü kültürel değerleri sadece eskilerin hatırlayabildiği kavramlar olmaktan çıkarak bunları gelecek nesillere aktarmak ve yabancı ziyaretçilerle paylaşmak Sakin Şehir olmanın özelliklerinden biridir (Köstem, 2010).

Kültürün korunması, devamlılığın sağlanması, geleneksel üretim ve organik eğilimin canlandırılması ve kalabalık şehirlerin karmaşasından bunalarak doğal yaşamı özleyenlerin talepleri, yavaş hareket olan destinasyonlarda turizm talebini arttırmıştır. Türkiye’de ilk

Sakin (Yavaş) şehir unvanı alan Seferihisar başarılı bir yerel yönetim profili sergilemiş, gerek doğal gerekse beşeri kaynakları sürdürülebilir bir amaç doğrultusunda kullanma yolunda önemli ilklere imza atmıştır (Günlü,2014). Benzer şekilde, Türkiye'nin 2009 yılında Seferihisar ile tanıştığı, kentlerin özgün kimliklerini koruyarak yaşam kalitesini artırmayı ve sürdürülebilir gelişmeyi öngören Sakin Şehir ağının Akyaka, Gökçeada, Perşembe, Vize, Taraklı, Yalvaç, Yenipazar'dan sonra dokuzuncu üyesi Halfeti'dir.Sakin Şehir olarak seçilen bir yerleşim yerinde (Cittaslow, 2014),

- Geri dönüşüm ve geri kazanıma odaklanan, şehrin veya ilçenin ayırt edici özelliklerini destekleyen bir çevre politikası uygulanmaktadır.
- Çevre dostu arazi kullanımını dikkate alan altyapı olanakları kullanılmaktadır.
- Bölgedeki tarihi yerler ve önemli mimari yapılar belirlenmekte, korunmakta ve devamlılığı sağlanmaktadır.
- Hava ve yerleşim yerindeki yaşamın kalitesini artırarak teknoloji kullanımı teşvik edilmektedir.
- Geleneksel ve yerel ürünler korunmakta ve tanıtılmaktadır.
- Yerel yemeklerin ne olduğu ve nereden geldiği öğretilmektedir.
- Şehre veya ilçeye gelen misafirlere karşı hakiki bir konukseverlik ruhu sağlanmaktadır.

Sakin Şehir olmaya aday veya olan bölgelerde sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin desteklendiği açıkça görülmektedir. Daha kaliteli bir yaşam sürmek isteyen insanların varlığı ve giderek değişen turizm algısı bu bölgelere olan talebi de dolayısıyla arttıracaktır. Sakin Şehir kriterlerini yerine getiren bir yerleşim merkezi yerel sürdürülebilir ekonomik kalkınmayı desteklediği gibi çevresel etkilerin azaltılmasında etkin bir rol oynayacaktır. Böylelikle sakin şehir olgusu kentlerin çekim merkezi olma özelliğini zamanla kaybetmesinin de önüne geçecektir.

İklim ve Hava

İklim ve hava ile turistik destinasyonlar arasındaki ilişki genel olarak bilinen bir konudur. İklim, bir zamanlar turizm bölgesinin pazarlanmasında kullanılan en yaygın çekim unsurlarından birisiydi. Dolayısıyla bugün hala önemini sürdürmekte, küresel ısınma ile birlikte tekrar tartışılmaya ve üzerinde tartışmalar yapılmaya devam edilmektedir. Nitekim iklim ve hava, destinasyonlardaki turizm talebini etkilediği gibi aynı zamanda dolaylı ve dolaysız yönden maliyet, gelir ve karlılığı da etkilemektedir.

Turizm yüksek oranda iklimsel koşullara duyarlı olan ekonomik bir sektördür. İklim değişikliğindeki gözle görülür etkiler, turizm ve iklim arasındaki ilişkinin önemini giderek arttırmaktadır. Turizm ve hava arasındaki geçerliliğini kaybetmemiş olan çalışmalar dört şekilde sınıflandırılır: Seyahat için bir motivasyon unsuru olan hava, imajın bir tamamlayıcısı olarak hava, destinasyonun bir kazancı olarak hava ve turizm faaliyetlerini engelleyen bir unsur olarak hava. İklim genellikle seyahat için bir motivasyon unsuru

olmuştur. İyi hava bir motivasyon unsuru sayılırken, kötü hava caydırıcı bir unsur olabilmektedir. Şöyleki uzun vadede, kötü hava beklentileri, turistik destinasyona olan turizm talebini engelleyebilir. Kısa vadede ise hava koşulları, turizm aktivitelerini engelleyen bir unsur olarak görülmektedir. Örneğin ılıman geçen bir kış, kayak ile ilgili aktiviteler üzerinde olumsuz etki yaratabilmektedir. Lise ve Tol (2002), yaptığı bir çalışmada, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkelerine dayalı turistlerin, yılın en sıcak ayında ortalama 21 °C olan destinasyonları tercih ettikleri ve sıcaklık değişikliklerinin destinasyon seçimlerini etkilediklerini belirtmişlerdir (Day ve diğerleri, 2013). Bu bağlamda turizm endüstrisi açısından iklim değişmesine neden olan küresel ısınma oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörün turizm talebine olan etkisi göz önünde bulundurularak, küresel ısınmanın önüne geçebilmek için düzenlemeler arttırılmalı ve konu ile ilgili daha çok projeler üretilmelidir.

Doğal ve Kültürel Miras

Artan eğitim seviyesi ile birlikte günümüzde bilinçli seyahat edenlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bilinçli ziyaretçi daha fazla eğitimsel ve anlamsal tatil deneyimi yaşamak istemektedir. Gittikleri destinasyonun kültürel değerlerini öğrenme, yerel ekonomilerine katkı sağlama eğilimindedir ve yerel eko-sistemlerine saygılı olmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla kültürel değerlerine sahip çıkan, doğal güzelliklerini koruyan ve geleneksel yaşam stillerini devam ettiren destinasyonlar bölgeye olan turizm talebini etkilemektedir (Guyette, 2013).

Kültürel miras ve turizm arasında oldukça sıkı bir ilişki bulunmaktadır ve kültürel miras sürdürülebilir turizmin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Kavramlar incelendiğinde sürdürülebilirlik, mevcut varlıkların gelecek nesillere aktarılmasını içerirken, kültürel miras, geçmişten gelen turizm merkezli varlıkları ifade etmektedir. Kültürel mirasa konu olan varlıkların geçmişten günümüze kadar gelmiş olması ve sonrasında gelecek nesillere aktarılabilmesi sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önemlidir (Özdoğan,2014).

Kültürel mirasa ait unsurlar hakkında deneyim sahibi olmak için seyahat eden turistler, bununla birlikte bölgedeki doğal miras unsurlarını da görmek istemektedir. Doğal ve kültürel öğeleri bir arada bulunduran yerleşim yerlerine dair fotoğraf, sanal tur ve yorumlar bireylerin seyahat taleplerini etkilemektedir. Günümüzde küresel ısınma ve sera gazı yayılımı gibi kontrol edilmesi güç faktörlerden dolayı tehdit altında bulunan doğal miras, turizmin olumsuz etkisi de eklenince daha da korunmaya muhtaç hale gelmektedir. Yapılacak olan eylem, bu alanlar için sürdürülebilir stratejiler geliştirmektir(Aksatan, 2014).

İşletmenin Arz Yapısı

Giderek artan eğitim seviyesi ve gelirdeki artışla birlikte çevreye duyarlı tüketici kitlesinin, çevreci işletmelerin hizmetlerinden faydalanmak istemeleri seyahat ve tur operatörleri üzerinde bir baskı oluşturmaktadır. Böylece konaklama işletmelerinin çevresel

düzenlemeleri, yiyecek-içecek işletmelerinin üretim aşamasında kullanılan hammadde seçiminde çevreye duyarlı işletmeleri tercih etmeleri, yerel ve organik ürünleri kullanmaları sürdürülebilir turizme doğrudan katkı sağlamaktadır (Dinçer ve Gedik, 2010).

İşletmenin arz yapısı göz önünde bulundurulduğunda sürdürülebilir turizm ile ilgili yaptığı çalışmalarla dikkat çeken, otel işletmelerinden biri de 59 otel ve 64 restoranıyla faaliyette olan Kimpton Otelleridir. Kimpton otellerini incelediğimizde birçok ilke imza attıkları görülmektedir. Tablo 4 incelendiğinde Kimpton otellerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının oldukça uygulanabilir faaliyetler olduğu açıktır. Kâğıt kullanımından personel eğitimine kadar geniş çaplı uygulamaları diğer otellere örnek olabilecek niteliktedir. Bir işletme sadece çevresel düzenlemeler değil aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutta da sürdürülebilir turizmi destekleyici arz yapısına sahip olmalıdır. Yerel kalkınmaya destek olmalı, ziyaretçilerin yerelde harcamasını çoğaltacak, ev sahibi destinasyona fayda sağlayacak faaliyetleri göz ardı etmemelidir. Irk, cinsiyet, engellilik gibi konularda ayrımcılık yapılmaksızın ücret ve hizmet kalitesini iyileştirerek istihdam olanakları sunmalıdır. Aynı zamanda misafir memnuniyetini en üst seviyede tutmalı ve ayrımcılık yapılmaksızın tatmin edici bir hizmet sunmalıdır. Tarihi mirasa, kültüre, geleneklere ve göreneklere saygı duymalı ve bu alanda işletme olarak faaliyetlerde bulunmalıdır. Doğal alanları, biyolojik çeşitliliği ve vahşi yaşamı tehlikeye sokacak mimari yapıdan uzak durmalı doğal yaşam alanları ile parkları desteklemeli ve bütçe dâhilinde konaklama işletmelerinde sürdürülebilir turizme yönelik alanlar oluşturmalıdır. Misafir memnuniyetinin öncelikli olduğu bir otel işletmesinde sürdürülebilirlik için kaygı duyan misafirler, bu tür faaliyetleri yürüten işletmeleri diğer işletmelere göre daha fazla tercih edeceklerdir. Nitekim eğitim düzeyi ile birlikte sürdürülebilirlik alanında bilinç düzeyi her geçen gün artan misafirlerin, işletmeye fazladan kar ve prestij getirecekleri bir gerçektir (Göktepe, 2001).

Tablo 4: Kimpton Otellerin Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutumları

Şirket, otel ve restoran yazıcılarında geri dönüştürülmüş kâğıt kullanmak
Şirket ve otel yazıcılarında soya bazlı mürekkepler kullanmak
Ofis ürünlerini alırken ekolojik sorumluluğa ve sürdürülebilirliğe önem veren firmaları tercih etmek
Otelin yıllık raporlarını mail yoluyla yayınlamak, sadece istek üzerine çıktı olarak almak
Dokümanları yasal mercilere mail ortamında göndermek, eğer çıktı alınmak istenirse iki taraflı almak
Otelin kapı kartları üretiminde çevre dostu materyaller kullanmak (Kartlar %30'u kullanıldıktan sonra geri dönüşümle işlem görüp başka ürün için kullanılan plastiklerden üretiliyor.)
Tüm fitness zeminlerini geri dönüşümlü kauçuktan yapılmasına özen göstermek
Havlu ve çarşafların Oeko-Text 100 standardına sahip ürünlerden oluşmasına dikkat etmek
Sürdürülebilirlikle ilgili personeli eğitici video ve tabelalara personel alanlarında yer vermek
Çevre dostu toplantılar düzenlemek
Ekolojik sorumluluk kapsamında tüm çalışanlara haftalık duyuru, ipucu ve bilgiler dağıtmak

Kaynak: Lanier (2013:10).

Bir işletme sadece çevresel düzenlemeler değil aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutta da sürdürülebilir turizmi destekleyici arz yapısına sahip olmalıdır. Yerel kalkınmaya destek olmalı, ziyaretçilerin yerelde harcamasını çoğaltacak, ev sahibi destinasyona fayda sağlayacak faaliyetleri göz ardı etmemelidir. Irk, cinsiyet, engellilik gibi konularda ayrımcılık yapılmaksızın ücret ve hizmet kalitesini iyileştirerek istihdam olanakları sunmalıdır. Aynı zamanda misafir memnuniyetini en üst seviyede tutmalı ve ayrımcılık yapılmaksızın tatmin edici bir hizmet sunmalıdır. Tarihi mirasa, kültüre, geleneklere ve göreneklere saygı duymalı ve bu alanda işletme olarak faaliyetlerde bulunmalıdır. Doğal alanları, biyolojik çeşitliliği ve vahşi yaşamı tehlikeye sokacak mimari yapıdan uzak durmalı doğal yaşam alanları ile parkları desteklemeli ve bütçe dâhilinde konaklama işletmelerinde sürdürülebilir turizme yönelik alanlar oluşturmalıdır. Misafir memnuniyetinin öncelikli olduğu bir otel işletmesinde sürdürülebilirlik için kaygı duyan misafirler, bu tür faaliyetleri yürüten işletmeleri diğer işletmelere göre daha fazla tercih edeceklerdir. Nitekim eğitim düzeyi ile birlikte sürdürülebilirlik alanında bilinç düzeyi her geçen gün artan misafirlerin, işletmeye fazladan kar ve prestij getirecekleri bir gerçektir (Göktepe, 2001).

Rekabet Gücü

Bir hizmet sektörü olan turizmde, rekabet gücüne ilişkin algının kalite ve uzun vadeli gelişim göz ardı edilerek “pazar payı-toplam gelir-tanınırlık” gibi tamamen niceliğe dayalı faktörler çerçevesinde oluşması kaliteye ilişkin avantaj ve dezavantajların belirlenmesini engellemektedir. Oysa rekabet gücü ekonomik, insani-sosyal ve doğal faktörlerin bileşiminden oluşmaktadır (TÜSİAD, 2012). Turizm sektöründe rekabet gücünü etkilediği düşünülen bazı değişken ya da faktörleri sayısal olarak ölçmenin mümkün olmadığı görülmektedir. Bunlar niteliksel faktörler kapsamında ele alınmaktadır. Rekabet gücünü ortaya koyabilmek için, turizmde söz sahibi birçok ülkenin, son yıllarda sürdürülebilir turizm, hizmet kalitesi, misafir memnuniyeti, verimlilik gibi konular üzerinde yoğunlaşmaya başladığı gözlenmektedir (Bahar ve Kozak,2005). Dolayısıyla sürdürülebilir turizmin rekabet gücüne etkisi, sektör temsilcileri, yerel yöneticiler ve kamu otoriteleri tarafından birlikte ele alınması gereken bir konudur.

Pazarın rekabete duyarlı oluşu ve sürdürülebilir turizm arasındaki ilişki oldukça mantıklı görülmektedir. Eğer turizm endüstrisi, eşsiz çevresel değerlere bağlıysa, turist akışının devamı için kaynakların korunması zorunludur. Sürdürülebilir turizm, kendisini rekabet avantajı sağlayacak şekilde pazarda konumlandırabilmesi için destinasyonlar için alternatif bir rol olarak ele alınmaktadır. Böylece kamu/özel sektör temsilcileri, çevresel ve yerel grupların da dâhil olduğu bir planlama ve kalkınma stratejisi sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmada rekabet gücü açısından gerekli olacaktır.

Öte yandan özel konuma sahip turizm pazar dilimlerinin gelişimi, destinasyonların rekabet güçlerini devam ettirme ve kendi çekiciliklerini geliştirme yollarını değiştirmiştir. Bu küresel ölçekli değişikliklerden bazı örnekler, eko-turizm, “green” yeşil turizm, miras

turizmi, macera turizmi, yumuşak macera turizmi ve *resort* turizmidir. Özel ilgi turizmi, küresel pazarda gelişmekte olan iki unsurun sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bunlar turizm pazarındaki çeşitlilik ve küresel ölçekte devamlı büyüyen çevresel baskıdır. Ziyaretçiler artık destinasyonun çevre ile uyumunun sağlanmasıyla ortaya konan kaliteli turizm deneyimlerinin beklentisi ile seyahat kararı almaktadır. Destinasyonlar, dikkatli analizler ve hedef pazarın ihtiyaçlarına verdikleri yanıtlar sayesinde rekabetten kazançlı çıkmaktadır. Küresel düzeyde, özel ilgi turizminin ortaya çıkması, dünya turizm pazarının varış ve harcama istatistiklerine de yansımaktadır (Hassan, 2000).

Yeni yüzyılda, rekabet koşullarının belirleyici faktörleri hakkında bilgi sahibi olmak, destinasyonlar açısından önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Bu bakımdan, rekabetin dört temel belirleyicisini ortaya koymak mümkündür:

1. *Karşılaştırmalı Üstünlük*: Destinasyonun karşılaştırmalı üstünlükleri, rekabet koşulları açısından kritik öneme sahip makro ve mikro çevreyle ilişkili etmenleri içerir.
2. *Talep Yönlendirme*: Destinasyonun, talebin değişen yapısına cevap verebilme yeteneği, onun rekabet edebilirliğini etkileyecektir.
3. *Endüstriyel Yapı*: Destinasyonda organize bir turizm endüstrisinin varlığı veya yokluğu, rekabet edebilme yeteneği ile bağlantılıdır.
4. *Çevresel Sorumluluk*: Destinasyonun çevresel duyarlılığı, onun rekabet koşullarının devam ettirilebilirliğini etkileyecektir.

Bu temel belirleyiciler üzerinde şekillenen rekabete dayalı pazarlama anlayışı, daha önceki rekabet modellerinden farklı olarak, turizm destinasyonu odaklıdır. Turizm, diğer endüstrilerden daha fazla oranda sürdürülebilir çevreye duyarlı ve bağımlıdır. Bu bağlamda kalkınma planlarında çevreye uyumlu olmak ve “sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak” çok önemlidir. Artan “çevreye duyarlı turizm talebi” bu yönde yeni ürünler üretilmesini özendirilmektedir. Nitekim 21. yüzyıl için sürdürülebilir turizmin, yerel ekonomiler kadar dünya ekonomisi için de bir temel oluşturması beklenmektedir (Hassan, 2000).

Eğer bir destinasyon ya da turistik tesiste, çevre yasaları daha etkili bir şekilde uygulanabilirse, belediyeler gerekli altyapı hizmetlerini tamamlarsa, doğal ve kültürel varlıkların korunması, çevresel sürdürülebilirlik gibi alanlarda yapısal reformlar gerçekleştirilirse, turizm alanında okutulan müfredat sürdürülebilirlik temeline dayanır ve bu alanda farkındalık oluşturulursa, ülkenin rekabet gücü açısından rakiplerine göre büyük bir avantaj sağlayacağı öngörülmektedir. Böylece, sürdürülebilir turizm ve çevre faktörünün rekabet gücü üzerinde olumlu bir etki meydana getirdiği anlaşılmakla birlikte; turizmin varlık nedeni olan fiziksel ve çevresel kaynakların korunması ve uzun dönemde sürdürülebilir bir şekilde kullanılması, destinasyonun rekabet gücünün kısa dönemde olduğu kadar, uzun dönemde de devamlılığı açısından büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, uluslararası turizm pazarında rekabet gücü elde etmek için gerekli olan unsur, destinasyondaki üretim faktörlerinin miktarını arttırmaktan öte, bunların geliştirilmesi,

korunması ve sonuçta ileriye yönelik kullanımının sürdürülebilirliğini sağlayacak politikaların üretilebilmesidir (Bahar, 2004).

SONUÇ

Genellikle ekonomik etkilerine öncelik verilmiş olan turizm ülke ve bölge kalkınmasında en önemli araçlardan biri olarak değerlendirilmiştir. Ancak ekonomik ve sosyo kültürel etkileri göz ardı edilmiştir. 1970’li yılların sonu 1980’li yılların başında ise turizmin gelişmesi ile ortaya çıkan negatif etkiler (ekolojik ve sosyal maliyetler gibi) sürdürülebilir turizm kavramı tartışmalarını gündeme getirmiştir (Bahar, Özkoç ve Samırkaş, 2014).

Son yıllarda özellikle sürdürülebilir turizm kavramının öneminin anlaşılmasıyla birlikte sürdürülebilir turizm faaliyetleri hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. Buna karşılık sürdürülebilir turizm ile ilgili talep konusundaki değerlendirmelerin akademik çalışmalarda ihmal edildiği gözlenmektedir. Bu noktada turizm sektöründe uzun dönemde başarılı olabilmek için kapsamlı bir planlama ve yönetime gereksinim vardır. Sorun ortaya çıktıktan sonra yapılacak düzenlemelerden ziyade sorun ortaya çıkmadan önce alınacak önlemleri içeren kapsamlı bir turizm politikası turizmin geleceği açısından faydalı olacaktır.

Bu çalışma sürdürülebilir turizm ile turizm talebi arasındaki ilişkiyi teorik anlamda ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Elde edilen kavramsal sonuçlara göre turizm talebi üzerinde eko turizm, yavaş şehir, eko etiket, iklim ve hava, kültürel ve doğal miras, rekabet gücü, işletmenin arz yapısı gibi faktörlerin etkili olabileceği düşünülmektedir. Kaynakların uzun dönemde gelecek kuşaklara aktarılabilmesi sürdürülebilir turizmin bir parçasıdır. Bu faktörler sürdürülebilir turizmi desteklediği gibi talep açısından da olumlu bir etki yaratmaktadır. Turizmin gelişimi için geri döndürülmesi zor kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması oldukça önemlidir. Sadece ekolojik sürdürülebilirlik değil sosyal ve ekonomik devamlılık ile bir bütün oluşturulacak politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Yerel turizmin desteklenmesi, kültürel ve doğal mirasın korunması, çevresel fonların araştırılması, gerekli tanıtımlarla (kamu spotları, afişler, tabelalar vs.) sürdürülebilir turizme yönelik farkındalığın oluşturulması turizmin geleceği için oldukça önemlidir. Ayrıca turizm sektöründe ikincil veri bulmanın zorluğu nedeniyle ileriki çalışmalarda bir ölçek geliştirilerek daha kapsamlı bir araştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- About Cittaslow Organization, [URL:<http://www.cittaslow.org/section/association>], (Erişim: 17.09.2014).
- Aksatan, M. (2014). Sürdürülebilir turizm ve doğal çevre. M. Kozak (Ed.) Sürdürülebilir turizm kavramlar-uygulamalar, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. (2004). Türkiye turizm sektörünün rekabet gücü analizi üzerine bir alan araştırması: Muğla örneği (yayınlanmamış doktora tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.

- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). Küreselleşme sürecinde uluslararası turizm ve rekabet edebilirlik, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O., Özkoç, H. H. ve Samırkaş, M. (2014). Turizm ve ekonomik kalkınma ilişkisine ampirik bir yaklaşım: panel koentegrasyon analizi. S. Beklemez (Ed.), Farklı boyutları ile Türkiye’de kalkınma. Ankara: Efil Yayınevi.
- Buckley, R. C. (2001), Major issues in tourism ecolabelling. Font, X. ve Buckley, R. C.(Ed.), Tourism ecolabelling: Certification and promotion of sustainable management. UK: CABI Publishing.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: a state of the art review. *Tourism geographies: an international journal of tourism space, place and environment*, 1(1), 7-25.
- Center for Responsible Travel (2014). Market Trends Series, [URL:http://www.responsibletravel.org/news/Fact_sheets/Fact_Sheet_-_US_Ecotourism.pdf] (Erişim: 17.09.2014).
- Ceylan, T. (2001). Turizm ve sürdürülebilir gelişme .*Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 169-177.
- Cittaslow (2014). [URL: <http://www.cittaslow.org.au/default.asp>], (Erişim: 01.05.2014).
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 6, 1-18.
- Day, J. Ve diğerleri (2013). Weather, climate and tourism performance: A quantitative analysis. *Tourism Management Perspectives*, 5, 51-56.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). Turizm ve çevre yönetimi sürdürülebilir gelişme yaklaşımı, Ankara: Nobel Yayınları.
- Dinçer, M. Z.ve Gedik, S. (2010). Sürdürülebilir turizm yaklaşımı içinde İstanbul’daki 5 yıldızlı çok uluslu konaklama işletmelerinin çevre duyarlılığının değerlendirilmesi. 11. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası, Osman Eralp Çolakoğlu (Ed.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Göktepe, S. (2001). Sürdürülebilir turizm kapsamında İstanbul’daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde enerji verimliliği uygulamaları (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Grotta, D. Ve Grotta, S. W. (1992). The green travel source book: A guide for the physically active, the intellectually curious, or the socially aware, Oxford: Publishing John Wiley&Sons.
- Guyette, S. M. (2013). Sustainable cultural tourism small-scale solutions, USA: Createspace.
- Günlü, E. (2014). Sürdürülebilir turizm ve yönetim. M. Kozak (Ed.), Sürdürülebilir turizm kavramlar uygulamalar, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hamele, H. (2001). Ecolabels for tourism in Europe: The European ecolabel for tourism?. Font, X. ve Buckley, R. C.(Ed.), Tourism ecolabelling: Certification and promotion of sustainable management. UK: CABI Publishing.
- Hassan, S. S. (2000), Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industr. *Journal of Travel Research*, 38 (3), 239-245.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012). Turizm ve çevre. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. Ve Nield, K. (2004). The role of quality and eco-labelling systems in destination benchmarking. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(2), 138-148.

- Köstem, B. (2010). Cittaslow nedir?
[URL:http://www.cittaslowseferihisar.org/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=62] (Erişim: 01.05.2014).
- Lise, W. ve Tol, R. (2002). Impact of climate on tourist demand. *ClimaticChange*, 55, 429-449.
- Lanier, P. (2013). Sustainable tourism: A small handbook for success, California: EcoGo.org Publishing.
- Mexa, A. ve diğerleri (2001). Defining, measuring and evaluating carrying capacity in european tourism destination.
[URL: http://ec.europa.eu/environment/iczmpdf/tcca_material] (Erişim: 01.03.2014).
- Mihalic, T. (2001). Environmental behaviour implications for tourist destinations and ecolabels. Font, X. ve Buckley, R. C. (Ed.), Tourism ecolabelling: Certification and promotion of sustainable management. UK: CABI Publishing.
- Özdoğan, O. N. (2014), Sürdürülebilir turizm ve kültürel miras. M. Kozak (Ed.) Sürdürülebilir turizm kavramlar-uygulamalar, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Seba, A. J. (2012). Ecotourism and sustainable tourism: New perspectives and studies, Canada: Apple Academic Press.
- Sonuç, N. (2014). Sürdürülebilir turizm: tanımı ve içeriği. M. Kozak (Ed.), Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sustainable Development Solition Network (2013), An action agenda for sustainable development. [URL: <http://unsdsn.org>] (Erişim: 23.01.2014).
- TÜSİAD (2012), Sürdürülebilir Turizm Raporu
[URL:http://www.tusiad.org.tr/__rsc/shared/file/SurdurulebilirTurizm-rapor.pdf] (Erişim:17.02.2014).
- UNTWO Highlihts (2014)
[URL:http://dtxq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf], (Erişim: 01.09.2014).
- Vikipedia. Cittaslow. [URL:<http://tr.wikipedia.org/wiki/Cittaslow>], (Erişim:26.04.2014).
- Yurtseven, H. R., Kaya, O., Harman, S. (2010). Yavaş Hareketi. Ankara: Detay Yayıncılık

OTELLERDE PERSONELİN YEŞİL BİLİNCİ: BİR YEŞİLLENEN OTEL ÖRNEĞİ

Nilüfer VATANSEVER TOYLAN

*Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
nilufer.vatansever@klu.edu.tr*

Meltem YALÇIN KAYIKÇI

*Arş. Gör., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
yalcin.meltem@hotmail.com*

Ayşegül KUTLUK

*Arş. Gör., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
aysegulkutluk@gmail.com*

ÖZET

Bu çalışmada, yeşillenen oteller kavramı ile ortaya çıkan çalışanların sahip olduğu çevre duyarlılığının ve çevre bilincinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda TUROB'un yeşillenen oteller listesinde bulunan bir otelde yönetimin bireysel ve yönetsel anlamda bu konu hakkındaki farkındalıkları ortaya konmaktadır. Kanımızca yeşil bir otelde tüm çalışanların yeşil farkındalığa sahip olması önemli iken yöneticilerin bu bilince sahip olması daha da önem taşımaktadır. Otelin genel müdürü ile yapılan yüz yüze görüşme yönteminde önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış ölçek kullanılmıştır. Böylece yeşil bilince sahip bir otelde yönetimin bu bilince sahip olmalarının önemi ortaya konularak, sonuçlar teorik çerçevede tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yeşil oteller, Çevresel farkındalık, Yeşil bilinci,*

GİRİŞ

Küreselleşmenin özellikle çevre üzerinde yarattığı etkilerle birlikte son yıllarda “yeşil olma” kavramı çok fazla gündeme gelmektedir. Yeşile önem veren şirketler ve ürünleri tüketiciler tarafından daha fazla sevilmektedir. Otel işletmelerinin operasyonlarında kullandıkları su miktarı, enerji miktarı ve yiyecek-içecek miktarı hatırı sayılır orandadır. Bu nedenle otel işletmelerinin çevreye gelebilecek zararı düşünerek daha bilinçli hareket etmeleri kaçınılmaz olmaktadır. Ayrıca otel işletmeleri için enerji tüketimi, su tüketimi ve atık yönetimi ile ilgili çevresel programları uygulayarak kurumsal rekabeti sürdürebilmek ve maliyetleri azaltabilmek de önem kazanmaktadır. Birçok yeşil otel işletmesinin çevresel politikaları olduğu ve çevresel girişimlerinin uygulanabilmesi için çalışanlara çeşitli yönlendirmelerde bulunduğu bilinmektedir. Bu nedenle çalışanların çevresel programlara olan tutum ve davranışlarının incelenmesi otellerin bu tür programları etkin bir şekilde uygulamalarında önem taşımaktadır (Chan vd., 2014, s.20). Ancak literatürde konunun yeterli bir şekilde ele alınmadığı görülmüş ve bu nedenle bu çalışma otel çalışanlarının çevresel farkındalıklarını ortaya koymak amacıyla yapılarak konunun önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın araştırma yöntemi, Yeşillenen Oteller (GreeningHotels) sertifikasına sahip bir otelde departman yöneticileriyle yüzyüze mülakat olarak gerçekleştirilmiştir.

YEŞİL OTELLER VE YEŞİL BİLİNCİ

Çevreye duyarlı işletmecilik, işletmelerin tüm faaliyetlerinde çevreyi dikkate alan, çevreye verilen zararı minimuma indiren, üretim/hizmet süreçlerini değiştiren, çalışanlarını çevre duyarlılığı konusunda eğiten, temiz teknolojileri kullanan, ekolojik çevrenin korunması için projeler gerçekleştirmeyi ön planda tutan bir anlayıştır (Küçük, 2008: 3).Örneğin Amerika’da çevreye duyarlı yeşil şirketler haline gelmek isteyen bazı büyük şirketler artık ürün ambalajından geri dönüşüme kadar her şeyi organize eden ve “sürdürülebilirlik koordinatörü” olarak adlandırılan tam zamanlı uzman çalışanlar istihdam etmektedirler (Farrell, 2011, s.12).

Çevre duyarlılığı konusunda özel bir uzman istihdam etmeseler de benzer bir anlayış otel işletmeleri için de söz konusudur. Otel işletmeleri yeni bir imajla çevresel duyarlılığı en üst düzeye çıkarmak adına yeşil otelcilik anlayışını benimsemektedirler. Otellerin çevre duyarlılıkları ve sürdürülebilir turizm faaliyetlerine katılmaları onlara maliyetlerin azaltılması, çalışanların motivasyonlarının ve bağlılıklarının artırılması, ürün ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi, toplumla ve çeşitli paydaşlarla ilişkilerin geliştirilmesi gibi önemli konularda fayda sağlayabilmektedir. Böylece işletmelerin sürdürülebilir turizm anlayışını dikkate aldıkları yönetim anlayışı “yeşil otelcilik” olarak adlandırılmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2012, s.147-148). Yeşil otelcilik anlayışının içerisinde otelin politika ve prosedürlerinin yanı sıra çalışan ve müşterilerin de bu uygulamalara katılımı önem arz etmektedir.

Yapılan çalışmalar otellerin çevreye ilişkin çalışmaları arasında hem çalışanlarına hem de misafirlerine çevresel duyarlılık yarattıklarını ve çevresel duyarlılığı arttırdıklarını belirtmektedir (Atay ve Dilek, 2013, s.216). Örneğin Lee ve arkadaşları (2010)’nın yaptıkları bir çalışmada, tüketicilerin yeşil otellere bakışı araştırılmış ve yeşil otel imajının tüketiciler üzerinde oteli tekrar ziyaret etme, olumlu tavsiyelerde bulunma ve daha yüksek meblağlar ödeme gibi daha olumlu davranışsal yönelimlere katkı sağladığı sonucu elde edilmiştir.Bu türden çalışmaların yeşil ürün satın alımında ve tüketiminde genellikle tüketici bakış açısına odaklandığı görülmektedir (Chan vd., 2014, s.21). Ancak çalışanların ve özellikle yöneticilerin yer almadığı ve uyum sağlamadığı bir yeşil otel kültürü ve yöneticilerde bulunmayan çevreselfarkındalığıotel müşterilerince olumlu karşılanmayacaktır.

Yapılan çalışmalarda turistlerin bir otelin yeşil uygulamalarına yönelik kalite algısına en çok etki eden unsurlardan birinin otel çalışanlarının eko- tavrı olduğu belirtilmektedir (Batstic ve Gojcic, 2012). Bu nedenle bu çalışmada otellerin yönetici konumundaki çalışanlarının yeşil farkındalığına sahip olup olmadıkları ortaya konmaktadır.

Çevre yönetimi ile ilgili yapılan çeşitli sınıflandırmalar arasında özellikle Molina-Azorin ve arkadaşları (2009) ile Gonzalez-Benito ve Gonzalez-Benito (2005)’nın sınıflandırmalarında işletmelerin çalışanlar için çevresel eğitim uygulamaları dikkati çekmektedir. Çünkü Sweetman (2007)’ın da belirttiği üzere işletmelerin politika ve

uygulamaları kağıt üzerinde ne kadar iyi gözükürse gözüksün, kurumdaki çalışanların aktif desteği olmadan bir şeyleri değiştirmek mümkün olmayacaktır.

Çalışanların Çevresel Farkındalıkları

Çevresel farkındalık insan davranışının çevre üzerindeki etkisinin bilinmesi olarak tanımlanmaktadır (Kollmuss ve Agyeman, 2002, s.253). Çevreye ilişkin bireysel davranışlar, kişinin tutum ve inançlarından etkilenmekte ve çevreyi ele alış şekli ahlaki bir mesele olarak görülmektedir. Çevresel farkındalığı olan ve çevresel sorunların kendisini de etkileyebileceğinin kaygısını taşıyan bireyler, yaşamsal faaliyetlerinde çevreyi önemsedikleri yönünde davranışta bulunduklarında, çevreye duyarlılıklarının olduğunu göstermektedirler.(Özbebek, Ömür ve Düren, 2012, s.229). Çalışmalar çevresel farkındalığın otel işletmelerindeki ekolojik davranışları olumlu yönde etkilediğini göstermektedir (Chan vd., 2014, s.22). Yeşil uygulamalarda bulunan oteller bireysel “eko-girişimlere” ihtiyaç duymaktadır. Böylece yeşil otellerde eko-girişimci olarak nitelendirilebilen çalışanların katılımı, önerileri ve etkileri çevresel uygulamaların başarılı bir şekilde yerine getirilmesine katkı sağlamaktadır (Pichel, 2008). Bu nedenle işletme içerisinde tüm çalışanların ancak öncelikle yöneticilerin bireysel çevre farkındalığına sahip olması işyeri çevre farkındalığına sahip olmasını da beraberinde getirebilecektir. Çevresel farkındalık literatürü incelendiğinde, bireysel düzeyde çevresel sorunlar ile ilgili tam olarak bilgi sahibi olunmadığı, hem toplumsal hem de bireysel olarak yeteri kadar önlem alınamadığı ve yeterli ölçüde bilinçlendirme çalışmalarının yapılamadığı sonuçları gözlemlenmektedir (Özbebek vd., 2012, s.230). Bununla birlikte çalışanların çevresel tutumu yeşil aktivistlerinkinden farklıdır. Başka bir deyişle çalışanların işteki çevresel tutumu evlerindeki çevresel tutuma göre farklılık gösterebilmektedir. Örneğin çalışanların evlerinde işyerlerine göre enerji tasarrufu davranışı sergilemelerini sağlayan daha fazla neden bulunmaktadır. Çünkü işteyken elektrik faturasının azatılımı ile ilgili harekete geçirici bir dürtü yoktur. Ayrıca çalışanlar işyerinde genellikle ekipmanlarını paylaştıklarından, çalışanların enerji tasarrufundaki öz-etkinliği azalabilmektedir. Bu nedenle çalışanların çevresel değerleri örgütün değerleri ile uyduğunda çalışanların pozitif etkilendiğini ve daha fazla iş tatminine sahip olduğu savunulmaktadır. Benzer bir biçimde, çalışanların çevresel tutumunun talep ve beklentilerden çok yalnızca teşvik yoluyla aktif edilebilen bir kişisel bağlılık şeklinde ortaya çıktığı da öne sürülmektedir. Böylece bağlamsal, kişisel ve kültürel faktörlerin çalışanların çevresel tutumunu şekillendirmede kritik rol oynadığı söylenebilir (Chou, 2014, s.438). Ek olarak çalışanların bireysel olarak çevresel farkındalığa sahip olmaları eğitimle desteklendiğinde hem evlerinde hem de işyerlerinde bu bilinci uygulamalarını da beraberinde getirebilmektedir. Bu bağlamda çalışma kapsamında Greeninghotels sertifikasına sahip bir oteldeki yönetimin bireysel olarak işyeri ortamında çevresel farkındalığa sahip olduğu varsayılmaktadır.

Otellerin Yeşil Duyarlılığı Kapsamında GreeningHotels Uygulaması

T.C. Kalkınma Bakanlığı'nın "Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Raporu Geleceği Sahiplenmek 2012"'de, Türkiye, sürdürülebilir kalkınmanın bir aracı olarak "yeşil büyüme" vizyonunu belirlemiş ve "insan odaklı" kalkınmayı hedeflemiştir. Ayrıca raporda Türkiye'nin her ne kadar son 20 yılda sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasına yönelik önemli ilerleme kaydetmiş olsa da gelinen aşamanın yeterli olmadığının kabulü önemlidir çünkü farkında olmak değişimin ilk adımıdır.

AB'nin çevre müktesebatı içerisinde en kapsamlı düzenlemelerden biri sanayi kirliliğinin önlenmesine yönelik atık yönetimidir. Bu doğrultuda Türkiye'de de sanayi işletmeleri, lisans ve emisyon limit değerleri temelinde sıkı koşullara tabi tutulacaktır. İşletme izin prosedürlerini yürüten farklı kamu kurumları arasında etkin bir eşgüdüm mekanizması oluşturulacaktır. Ayrıca, atık oluşumu ve bertaraf edilmesi, enerji verimliliği, hammadde kullanımı, gürültü ve kazaların önlenmesi gibi hususlar bütünsel bir yaklaşımla ele alınacaktır. Kirliliğin kaynaktan kontrolü, azaltılması, yeniden kazanımı ve geri dönüşümü gibi önlemler yoğunlaşacaktır (Sungur, 2011, s.157). Bu gelişmeler ışığında turizm sektöründe "yeşile ve çevreye duyarlılık" adına bir takım çalışmalar başlatılmıştır. TUROB'un, greeninghotels projesi; ülkemiz turizm sektörüne öncülük ederken, dünyaya da örnek olmaktadır. Bu projede denetimler, tamamen tarafsız bir şekilde dünyanın en büyük akreditasyon firmalarından biri olan, BureauVeritas tarafından yapılmaktadır. Temizlik ve sanitasyon konusunda ise, dünya liderlerinden Henkel – ECOLAB projenin destekçisidir.

Böylece son yıllarda bozulan ekolojik çevre ve küresel ısınma karşısında otel endüstrisinin "yeşil" gereklilikleri benimsemeye başladığı görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk ve yeşil tüketiciliği benimseyerek, otel endüstrisi kendisini bir kazan-kazan "yeşil ve rekabetçi" durumun gelişmesinde yeşil inovasyonun merkezinde bulmuştur. Görgül araştırmalar yeşil uygulamaların, rekabet avantajı, inovasyon ve tüketici memnuniyeti ve sadakati sayesinde otel ve turizm endüstrisine finansal olarak fayda sağladığını göstermektedir. Buna ek olarak, yeşil uygulamalar karbondioksit salınımını da azaltmaktadır (Chou, 2014, s.436).

Yeşillenen Oteller üyesi olabilmek için; lobi ve açık alanları, odaları, yemek ve çamaşır alanları, otel operasyonları, ofis alanları ve genel anlamda enerji yönetimi, su tasarrufu, iç hava kalitesi artırılması ve atık azaltımı/geri dönüşümü hakkında çalışmalar ve düzenlemeler yapılması gerekmektedir. GreeningHotels-Yeşillenen Oteller' belgesini alabilmek için hayata geçirilmesi gereken genel kriterlerden birkaçı şunlardır (greeninghotels, 2014):

- *Aydınlatmalarda tasarruflu ampuller veya dimmer kullanılması;
- *Güneş ışığından yararlanılması;
- *Isı kayıplarının engellenmesi;
- *Isıtma ve soğutmada otomasyon;

- *Genel alanlardaki aydınlatmalarda, hareket sensörleri kullanılması;
- *Genel alan ve misafir odalarında, su tasarruf sistemleri kullanılması;
- *Tefriş malzemelerinde, ekolojik ve yenilenebilir ürünlerin kullanılması;
- *Kağıt israfının engellenmesi;
- *Ambalaj atıklarının, geri dönüşüme kazandırılması;
- *Yapılan çalışmalardan misafirlerin bilgilendirilmesi;
- *Misafir odalarında, tek kullanımlık sabun ve şampuanların kullanılmaması;
- *A sınıfı enerji verimliliği bulunan cihazların kullanılması;
- *Atık yağların biodisel tesislerine ulaştırılması ve toplanması;
- *Kullanılan kağıtlarda, orman sürdürülebilirlik belgesi aranması (FSC, SustainableForestFibre);
- *Yazıcı kartuşlarının doldurularak kullanılması veya geri dönüşüme kazandırılması;
- *Tehlikeli atık sınıfında ki kullanılmış pillerin uzaklaştırılması (lisanslı kurumca);
- *Entegre ofis ekipmanlarının kullanılması;
- *Periyodik su ve elektrik tesisatı bakımlarının yapılıyor olması;
- *Yağmur suyundan faydalanılması;
- *Serinletmelerde, klima yerine tavan pervanelerinden yararlanılması;

Kontrol listesinde yer alan toplam kriterler üzerinden minimum %60 başarı sağlanmasıyla, başarı durumlarına göre oteller sırasıyla Bronze (%65başarı), Silver (%75başarı) ve Gold(%90başarı) Greening Hotel belgelendirilmeye hak kazanmaktadırlar. Bu kapsamda bu belgeye sahip bir oteldeki yönetimin bireysel anlamda ve işyeri anlamında çevresel farkındalığa sahip olup olmadıkları araştırılmaktadır.

YÖNTEM

Çalışma örnek olay yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Örnek olay çalışmaları daha çok nitel bir araştırma yöntemi olarak bilinir. Farklı kaynaklarda durum çalışması, vaka çalışması ve İngilizce adıyla ‘case study’ olarak da anılmaktadır. Örnek olay incelemesi bir ortamın, tek bir kişinin, tek bir tür dökümanın veya olayın ayrıntılı olarak incelenmesi olarak tanımlanmaktadır (MEGEP, 2007, s.18). Örnek olay çalışmaları özellikle bireysel yürütülen çalışmalar için çok uygun olup, araştırılan problemin bir yönünün derinlemesine ve kısa sürede çalışılmasına imkan sağlamaktadır. Örnek olay araştırma sonuçları her ne kadar çalışılan öge veya öğeleri temsil etse de aynı zamanda bu sonuçlar benzer kişi, olay, grup, vb. durumları anlamak için kullanılabilir. Bir öğeden hareket edip aynı veya benzer öğeler için aynı genellemeler yapılamasa da, en azından benzer öge veya öğeleri anlamada kullanılabilir (Güler vd., 2013, s.320). Örnek olay incelemelerinde sık sık eleştiri konusu olan, geçerlik ve güvenilirlik konularında alınabilecek bazı önlemler vardır. Bu önlemler arasında yer alan “durumu olabildiğince doğru ve yansız betimleyebilmek için araştırmaya dahil edilen bireylerin görüşlerine başvurmak” ve “ulaşılacak sonuçların ne kadar isabetli olduğu konusunda, aynı alanda çalışan diğer araştırmacıların görüşlerine başvurmak” konuları bu çalışmada kullanılmıştır (Şimşek ve Yıldırım, 2003).

Bu çalışmada sürenin kısıtlı olması ve çalışılan alanın hem literatürde hem de sahada ülkemiz için yeni olması sebebiyle (ör. Trakya bölgesinde sadece bir tane yeşil otel bulunması) örnek olay yöntemi tercih edilmiştir. Ancak bundan sonraki çalışmalar daha fazla sayıda otel ile yine nitel ve nicel araştırma yöntemlerinden biri kullanılarak geliştirilebilir. Çünkü çalışma kapsamı gereği otel yöneticilerinin görüşlerine yer verilmesi açısından önem taşımaktadır. Kanımızca üst düzey yöneticiler bu tür çalışmalarda diğer çalışanlara göre daha aktif rol oynamakta ve daha iyi cevaplayıcılar olarak görülmektedir. Çünkü diğer çalışanlar özellikle servis yoğun işletmelerde çalışanların konu kapsamı gereği soruları arzu edilebilir eğilimlerde cevaplandırabileceği düşünülmektedir. Ek olarak, bu çalışanların çalışma saatlerinin de bu tür bilimsel araştırmalara katılabilmeleri açısından esnek olmayıp, yöneticilerin de çalışanlarının bu türden araştırmalara katılmasına sıcak bakmadığı gözlenmektedir. Bu nedenle çalışma, TUROB'un Yeşillenen Oteller (GreeningHotels) Sertifikasına sahip üye oteller listesinde bulunan Trakya bölgesindeki tek yeşil otel olan bir otelde genel müdür ile yüz yüze mülakat yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Morgil ve arkadaşları (2004)'nın çalışmalarında kullandıkları çevresel farkındalık ölçeği kullanılmıştır. Ancak söz konusu ölçekteki sorular kapalı uçlu olup bizim çalışmamızda mülakat tekniği kullanıldığından sorular açık uçlu olarak sorulmuştur. Ayrıca ek olarak araştırmacılar tarafından kavramsal çerçeveye uygun çeşitli açık uçlu sorular da eklenmiştir. Yüz yüze görüşmeler sırasında sorular açık uçlu olarak katılımcılara yöneltilmiş, gerektiğinde “Biraz daha açar mısınız”, “Örnek verebilir misiniz?” gibi sorularla desteklenmiştir. Bu açıdan standart bir soru formu olmakla beraber, görüşmenin yarı yapılandırılmış olarak gerçekleştirildiği söylenebilir. Araştırma problemi ve amacına uygun olarak Morgil ve arkadaşlarının ölçeğindeki sorulara ek olarak katılımcılara yöneltilen açık uçlu sorular şunlardır:

- İşe alımlarda çalışanların yeşil bilince sahip olup olmadıklarını test ediyor musunuz? Eğer yapıyorsanız yeşil bilince sahip çalışanları tercih ediyor musunuz? İş yerinde çalışanların yeşil bilince ve farkındalığa sahip olması için eğitimler düzenliyor musunuz?
- Greeninghotels kavramı sizin ne ifade ediyor? (Daha fazla ve daha sadık müşteri, daha fazla kar, bir pazarlama aracı, sadece bir logo, çevreyi ve geleceği koruma vb...)
- Otelinizde Greening hotel sertifikasına sahip olmadan önce ve olduktan sonraki uygulamalar arasında ne gibi farklılıklar var? Özellikle yöneticilerdeki farklılıklar açısından da değerlendirebilir misiniz?
- Bireysel olarak sizin bu çalışmalara katkılarınız nelerdir? Siz kendinizde bu farkındalığı görüyor musunuz?

BULGULAR

Görüşmede otel genel müdürünün belirttiği görüşlerin bir kaçı tüm örneklemin görüşünü ortaya koyduğundan tırnak işareti içerisinde doğrudan verilmektedir.

Soru 1. Otomobillerin emisyon muayenesi sizin için ne ifade ediyor? Gerekli görüyor musunuz, bu konudaki düşüncelerinizi paylaşır mısınız?

“Emisyon muayenesi mutlaka yapılması gereken bir şeydir. Hatta benim de aracım var ancak yeni aldığım için şuan için böyle bir muayeneye girme şansım olmadı.”

Soru 2. Bir çevre vakfı olan TEMA’den (Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı) haberdar mısınız? Sizce çalışmaları teşvik edilmeli ve desteklenmeli midir?

“Desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum, hatta bizim personellerimizden bazıları “TEMA Bir Milyon Fidan Kampanyası”na destek vermiştir.”

Soru 3. Doğal gaz kullanımı hakkında ne düşünüyorsunuz? Kullanımı arttırılmalı mıdır?

“Kendi açımdan söylersem; maliyeti düşük olduğu için doğal gaz kullanımı herkes tarafından gerçekleştiriliyor şuanda. Belki kullanımı da arttırılmalı. Hatta şöyle bir durum söz konusu otelimizin mensup olduğu şirketler grubuna bağlı doğal gaz şirketimizde olduğu için kullanımı arttırılmalı.”

Soru 4. Daha pahalı olmalarına rağmen geri dönüşümlü malzemeden yapılmış ürünleri tercih ediyor musunuz? Bu konudaki uygulamalarınız hakkında bilgi verir misiniz?

“Otelde geri dönüşüm malzemeleri kullanıyoruz ayrıca otelimizde her departman geri dönüşüm konusunda hassasiyet göstermektedir. Geri dönüşüm malzemelerinin toplandığı (kağıt, pil..) atıklarımızı ayrıştırmaya özen gösteriyoruz. Otel içerisinde ve çevresinde görülebilen alanlarda cam, kağıt, plastik, pil atıkları için geri dönüşüm kutularımız mevcut. Ayrıca restoran bölümünde de geri dönüşüme önem veriyoruz.”

Soru 5. Diğerlerine oranla pahalı olmalarına rağmen enerji tasarruflu ampuller kullanıyor musunuz?

“Pahalı olmalarına rağmen enerji tasarruflu ampuller kullanıyoruz, enerji tüketimini azaltmamız gerekiyor, hem maliyet açısından hem de enerji tasarrufu sağlaması açısından gerekli görüyoruz. Pahalılar ancak uzun vadeli düşündüğümüzde zaten o tasarrufu sağlamış oluyoruz. Hatta otelimizde sensörlü lambalar kullanıyoruz.”

Soru 6. Aeresol deodorant satın alırken, daha az zararlı gaz içerenleri tercih ediyor musunuz?

“Kimyasal satın alımlarımızda deterjan olsun deodorantlar olsun anlaşmalı olduğumuz özel bir şirketimiz var, bu şirketinde yeşile duyarlı olduğunu biliyoruz, çünkü ürünlerini ona göre geliştiriyorlar. Kat hizmetleri departmanımız yeşillenen oteller kriterlerine göre hareket ediyor.”

Soru 7. Sırf taşınmasının kolay olması sebebi ile geri dönüştürülmesi zor olan plastik şişelerdeki içecekleri mi tercih ediyorsunuz yoksa sizin için çevre duyarlılığı mı öncelikli?

“%80-%90 oranında cam şişe kullanıyoruz, sadece %10 luk bir plastik kullanımımız söz konusu. Su ve diğer içeceklerin satın alımında mutlaka cam şişe olmasına özen gösteriyoruz, sadece limonatalar pet şişede satıldığı için alımı plastik şişe doğrultusunda oluyor. Üstelik cam kullanımı müşteri açısından daha şık algılanıyor. Pazar bize limonata satışını cam şişelerde sunduğunda yine tercihimiz cam şişeden yana olacaktır.”

Soru 8. Çevresel yıkıma sebep olması sebebi ile teknolojik gelişmeyi endişelendirici buluyor musunuz? Bu konu hakkındaki düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

“ Teknolojiyi nasıl kullandığınıza bağlı bir durum, teknoloji geliştikçe üretim artıyor dolayısıyla atıkları da artıyor, biliyorsunuz bizim Trakya’da Ergene gibi büyük bir sorunumuz var, çok büyük bir sorun bu, ama yine teknolojinin yenebileceği bir sorun, o yüzden gelişmesi gerekiyor, arıtma tesislerinde ileri teknoloji olacak ki bu sorunlar çözülelsin. Bence gelişmeli ama iyi yönde kullanılmalı tabii ki.”

Soru 9. Cep telefonlarının çevreye ciddi zararlar verdiğini düşünüyor musunuz?

“Cep telefonlarının ve aynı zamanda kablosuz ağlarının ve adaptörlerinin de çevreye zarar verdiğini düşünüyoruz, uzun bir süre kablosuz ağ kullanılmaması için direnmeye çalıştık. Otel olarak 2010 yılında açıldık ve uzun bir süre odalarda ve otelde kablolu internet kullanıyorken, müşterilerimizden teknolojinin gelişmesiyle beraber kablosuz ağ kullanımı yönünde yoğun istek ve şikayet aldık, bunu da şuna bağlıyoruz, 2012 yılından önce odalarda müşterilerimiz yanlarında getirdikleri bilgisayarları ile internete kablolu ağdan bağlanabiliyorlardı, 2012 yılından sonra ise akıllı telefonların, tabletlerin vb cihazların kullanımının artmasıyla beraber müşterilerimiz kablosuz ağı daha fazla arar oldu. Bu sebepten dolayı bizde istemesek de kablosuz ağ kullanımını gerçekleştirdik. Çünkü artık “gittiğimiz çorbacı da bile kablosuz ağ varken otelinizde neden yok” şeklinde eleştirilerle çok daha sık karşılaşır olmuştuk.”

Soru 10. Bireylere anaokulundan başlayarak eğitimin bütün kademelerinde çevre konusunda farkındalık kazandırılmalıdır.

“Hani “ağaç yaşken eğilir” derler ya o yüzden küçük yaşta eğitim başlamalı ki, insanlar yaşam tarzlarını buna göre devam ettirebilsinler, bu bir alışkanlık haline gelsin, ancak böyle çevre konusunda farkındalık kazandırılabilir.”

Soru 11. Bireyler çevresel konularla ilgili olarak medya aracılığıyla (TV, gazete, dergi..) bilgilendirilmelidir.

“Medya aracılığı ile bilgilendirmeye güvenmiyorum özellikle kamu spotları yapılıyor ama bunlar geç saatlerde yayınlanıyorlar, az önceki soruya geri dönüyoruz bu noktada çevresel konularla ilgili bilgilendirmeler eğitimler vasıtasıyla okullarda verilmeli, yeni nesiller için bu bir alışkanlık haline getirtilmelidir, bu sayede kamu spotlarına da gerek kalmayacaktır.”

Soru 12. Otelinizde Greening hotel sertifikasına sahip olmadan önce ve olduktan sonraki uygulamalar arasında ne gibi farklılıklar var? Özellikle yöneticilerdeki farklılıklar açısından da değerlendirebilir misiniz?

“Öncelikle biz kağıt israfına son verdik, ön büro departmanında üzerinde en çok durduğumuz konu kağıt israfıydı. Yeşillenen otel olmadan önce müşterilerin kimlik fotokopileri alınır ve alındıktan sonra bilgilerin korunması adına kağıtlar imha edilirdi, bilinçsiz bir şekilde yaptığımız şeylerdi onlar, daha sonra tabii ki kimliklerin fotokopisini çekmek yerine misafirlerimizden rica ederek önemli bilgileri onlardan talep etmeye başladık. Elimizdeki işe yaramayan kağıtları çöpe atmak yerine müsvedde kağıt olarak tekrar masalarımızda kullanıyoruz. Belediyenin bize sağladığı geri dönüşüm kutularını kullanmaya başladık ve doldukça haber veriyoruz, onlarda bizzat otele almaya geliyorlar. Bu şekilde uygulamalara gittik. Housekeepingdepartmanında özel deterjan ve daha az kimyasal madde kullanımına başladık, çünkü anlaşmalı olduğumuz kurumun bu konudaki çevresel farkındalığa sahip olması bizim onları tercih etme sebebimiz oldu. Müşterilerimiz için özel kartlar bastırarak çarşaflarını havlularının değiştirilmesini ve ek ürün isteyip istemediklerini bu kartlarla kat çalışanlarımıza iletmelerini sağladık böylelikle diğer otellerde uygulanan her gün yastık çarşaf yastık havlu değişimini biz müşterilerin inisiyatifine ve yeşil bilincine bırakmış olduk. Böylelikle yeşil bilinci yüksek olan müşteriler sayesinde su tasarrufu da sağlamış olduk, özellikle çamaşırhane bölümünde makinelerin tam dolu olarak çalıştırılması da bu tasarrufa katkı sağlamaktadır. Ayrıca müşteriler için kullanılan uyku setlerinin temizliği dışarıdan anlaşmalı olduğumuz bir firma tarafından sağlanmaktadır. Genel kullanım alanlarındaki tuvalet ve lavabolarda sensörlü su tasarruf sistemlerimiz mevcut fakat odalarımız da henüz böyle bir sisteme geçilmiş değil.”

Soru 13. İşe alımlarda çalışanların yeşil bilince sahip olup olmadıklarını test ediyor musunuz? Eğer yapıyorsanız yeşil bilince sahip çalışanları tercih ediyor musunuz? İş yerinde çalışanların yeşil bilince ve farkındalığa sahip olması için eğitimler düzenliyor musunuz?

“İlk etapta böyle bir özelliği çok aramıyoruz, çünkü çalışanlarımız işe alımları sonrasında özel bir oryantasyon eğitimi almaktalar, bu eğitimler sırasında yeşil bilinci ve otelin yeşil uygulamaları hakkında bilgiler verilmektedir. Çalışanlar istisnasız bir şekilde yeşil uygulamalarımıza ayak uydurmuş durumdadırlar.”

Soru 14. Greeninghotels kavramı sizin ne ifade ediyor? (Daha fazla ve daha sadık müşteri, daha fazla kar, bir pazarlama aracı, sadece bir logo, çevreyi ve geleceği koruma vb...)

“İlk sırada geleceği korumak anlamı taşıyor. Daha sonrasında prestij ve pazarlama aracı olarak düşünüyoruz. Aynı zamanda özellikle yabancı

misafirlerimiz için tercih edilme sebebi olarak ön plana çıkmaktadır. Maalesef Türk misafirlerimizde otel seçimlerinde aynı duyarlılığı göremiyoruz. Yabancı misafirler gerçekten otele geldiklerinde bu tür uygulamalarımıza dikkat ediyorlar. Yabancı birçok acenta tüm bu greening otel bilgilerini bizden istiyorlar. Bunlara uyup uymadığımızı teyit ederek misafirlerini otelimize yönlendiriyorlar.”

Soru 15. Bireysel olarak sizin bu çalışmalara katkılarınız nelerdir? Siz kendinizde bu farkındalığı görüyor musunuz?

“Ben ve tüm departman müdürü arkadaşlarım bu bilinci tabii ki taşıyoruz. Bireysel farkındalığımızı yaptığımız işlere de yansıtıyoruz. Zaten bu bilinci taşımamak yeşillenen otellere başvurmazdık. tüm departman müdürleri kendi altında çalışan personellerini eğitmektedir. Otokontrol sistemini herkese yerleştirmek mümkün olmuyor tabii ki ama elimizden geldiğince yönlendirmeler yapıyoruz.”

SONUÇ

Çevresel sorunlar hakkındaki kaygılara yönelik eğilimlerin günden güne artmaya başladığı günümüzde, gerek iş dünyasında gerekse gündelik hayatlarımızda çevreye duyarlı birer tüketici, müşteri, yönetici ve çalışan olabilmemiz önem arz etmektedir. Özellikle turizm gibi çevreye bağımlı iş alanlarında bu konuya gösterilmesi gereken hassasiyet daha da önem kazanmaktadır. Turistlerin birer “yeşil tüketici”ye dönüşümü kadar çalışanların da yeşil istihdama yönelmeleri yada yönlendirilmeleri uzun vadede olumlu kazanımları da beraberinde getirecektir.

Greening Oteller kapsamında inceleme yaptığımız otelde en çok dikkat çeken hususlar kablosuz ağlarının zararlı olmasına rağmen müşteri talep ve şikayetleri doğrultusunda kullanılmak zorunda olması ve oda ve genel otel temizliğinde özel üretilmiş çevreye daha az zararlı temizlik ürünleri kullanılması olmuştur. Ayrıca otelin plastik yerine cam ürünler kullanması ve satması, geri dönüşüm kutularının personel ve misafirlerin sürekli ulaşabileceği alanlarda yer alması, misafirlerin havlu ve çarşaf değişim isteklerini özel kartlarla kat hizmetlerine iletmesi, dolayısıyla güneşli değişen takımların gereksiz yere enerji ve su tüketimini en az seviyeye indirmeye çalışmaları, yeşil duyarlılık açısından önemlidir.

Otelde yeşillenen otel kriterleriyle tam olarak uyuşmayan bazı hususlar ise, genel tuvalet kullanım alanlarında sensörlü aydınlatmalar ve fotoselli armatürler kullanılmasına rağmen, misafir odalarında henüz böyle bir sisteme geçilmemiş olması, işe alım süreçlerinde personelin çevreye duyarlılığını göz önüne almamaları ve soğutma sistemi olarak klima yöntemini kullanmalarıdır. Ayrıca otelin yeşillenen otel kriterlerine sahip olması Türk müşterilerin oteli tercih etmesinde öncelikli bir özellik olmazken, özellikle yabancı müşterilerin bu konuya hassasiyet göstermeleri üzerinde düşünülmesi gereken noktalardan birisidir.

Görüşmeler sırasında otel yöneticisinin hassasiyetle üzerinde durduğu bir diğer konuda teknolojinin çift taraflı etkisidir. Teknoloji bir taraftan sürekli gelişip hayatımızı kolaylaştırıcı ürünler ve fırsatlar sunarken bir taraftan da çevreye zarar vermektedir (akıllı cihazlar ve radyasyon etkisi gibi). Bu zararı azaltmanın yolu da ne yazık ki yine teknoloji ile gerçekleştirilebilmektedir.

Günümüzde çevresel bilgi ve çevre bilincini arttırmak bir ihtiyaç olmaktan çıkıp bir zorunluluk halini almıştır. Geçtiğimiz on yıl içerisinde Amerika’da pek çok okulda, doğal çevre ve insanoğlunun ekosistemleri gelecek nesiller için nasıl uzun yıllar koruyup yönetebileceklerine yönelik verilen eğitimler yaygınlık kazanmıştır (Conley, 2012). Bu anlamda yeni neslin çevre bilincini artırmak ve mevcut sorunlara çözümler üretebilmek için “ekolojik eğitmenler” istihdam edilmektedir. Ayrıca çevre bilincini teşvik etmeye yardımcı olmak için Ulusal Çevre Eğitim Vakfı gibi kuruluşlar oluşturulmuştur.

Resmi olarak belirlenmiş çevre yasalarının yanı sıra gayri resmi sosyal beklentiler pek çok firmayı çevrecilik, enerji verimliliği ve yenilenebilir temiz enerji konularında uzmanlaşmış profesyoneller aramaya zorlamaktadır. Bu profesyoneller işletme çıktılarını daha sürdürülebilir yapmanın yollarını ararlar. Bu anlamda, koruma ve sürdürülebilirliği artırmak için çevreye duyarlı tasarım, politika ve teknolojiyi uygulamaktan sorumlu olan yeşil yaka çalışanlar, otel işletmelerinde de istihdam edilebilirler.

Sonuç olarak, çevreye duyarlı işletmecilik anlayışının özellikle çevreye oldukça bağımlı olan otel endüstrisi içerisindeki önemi tartışılmaz. Bu anlayışın tüm otel işletmelerine yerleştirilebilmesi ve çalışanlar açısından örgüt kültürü haline getirilebilmesi elbette kısa vadede zor gibi gözükse de, uzun vadede önemli çevresel, toplumsal ve ekonomik kazanımları beraberinde getirecektir. Yapılmakta veya yapılacak olan en küçük çalışmaların bile gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakılabilmesi açısından önemli olduğunu düşündüğümüzde, yeşillenen oteller bu kapsamda çevresel farkındalığa sahipörnek teşkil eden uygulamalarıyla otel işletmeleri için oldukça önemlidir.

KAYNAKÇA

- Atay, L.,Dilek, S.,E. (2013), Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Ibis Otel Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.18, S.1, s.203-219.
- Batstic, M.,&Gojic, S., (2012), Measurement scale foreco-component of hotel service quality, *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 1012-1020.
- Chan, E. S.W., Hona, A.H.Y., Chan, W. ve Okumuş, F. (2014), What drives employees’ intentions to implement green practices in hotels? The role of knowledge, awareness, concernandecologicalbehaviour, *International Journal of Hospitality Management*, 40, 20-28.
- Chou, C-J, (2014), Hotels’ environmental policies and employee personal environmental beliefs: Interaction sand outcomes, *Tourism Management* 40, s: 436-446.

- Conley, F. (2012), *Top 5 Green Jobs on the Rise in the United States*, [URL:<http://www.triplepundit.com/2012/10/top-5-green-jobs-rise-united-states/>, 12 Ağustos 2014]
- Dolmacı, N., Bulgan G. (2013), Turizm Etiği Kapsamında Çevresel Duyarlılık, *Journal of Yasar University*, 29(9) 4853-4871.
- Farrel, C. (2011), *Inside The Industry Green Jobs*, ABDO Publishing Company.
- Gonzalez-Benito, J. ve O. Gonzalez-Benito (2005). An Analysis of the relationship between environmental motivation sand iso14001 certification, *British Journal of Management*, Vol, 16, No. 2, 133-148.
- Greening Hotels Yeşillenen Oteller, (2014) *Kontrol Listesi*, [URL: <http://www.greeninghotels-turkey.org/Documents.aspx>, 25 Temmuz 2014].
- Güler, A., Halıcıoğlu, M.B., ve Taşgın, S. (2013), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kahraman N., Türkay, O., (2012), *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kollmuss, A., Agyeman, J., (2002). Mindthegap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behaviour? *Environ. Educ. Res.*8 (3), 239–260.
- Lee, J-S, Hsu, L-T., Han, H. ve Kim,Y. (2010), “Understanding how consumers view gren hotels: how a hotel's gren image can influence behavioural intentions ”*Journal of Sustainable Tourism* Vol. 18, Iss. 7.
- Mesleki Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi, (2007), *Kaynak Taraması ve Gözlem*, [URL: http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/halkla_iliskiler/moduller/kaynak_taramasivegozlem.pdf, 01 Ağustos 2014].
- Molina-Azorin, J. F.,Claver-Cortes, E., Pereira-Moliner, J., Tari, J. J., (2009). Green management and financial performance: a literature review, *Management Decision*, Vol. 47, No. 7, s.1080–1100.
- Morgil, İ., Arda, S., Seçken, N., Yavuz, S., Özyalçın Oskay, Ö., (2004). The influence of computer-assist ededucation on environmental knowledge and environmental awareness. *Chem. Educ.:Res. Pract.* 5 (2), 99–110.
- Özbebek T. A., Ömür, G.A., Düren, A.Z. (2012), Çevresel Farkındalık, *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* No:47, Ekim, ss.227-246.
- Pichel, K. (2008). Enhancing ecopreneurship through an environmental management system: a long itudinal analysis of factor sleading to proactive employee behaviour. In R. Wüstenhagen, J. Hamschmidt, S. Sharma, & M. Starik (Eds.), *Sustainable İnnovation and Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing (pp. 141-189).
- Sungur, Z., (2011), Türkiye’de Yeşil Yakalı Mesleklerin Gelişiminde Güncel Eğilimler, *International Conference On Eurasian Economies*, Bishkek/Kyrgyzstan, 154-159.
- Sweetman, P. (2007), Engageemployees in greenissues, *People Management*, September, 42-43.
- Şimşek, H.; Yıldırım, A. (2003).*Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YEREL HALKIN EKOTURİZME YÖNELİK ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: HARMANCIK ÖRNEĞİ

Gencay SAATCI

*Öğr. Gör., Uludağ Üniversitesi, Harmancık Meslek Yüksekokulu
saatci@uludag.edu.tr*

Abdullah ÜLKÜ

*Öğr. Gör., Harran Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
abdullahulku@harran.edu.tr*

ÖZET

Yerel halkın ekoturizm ile ilgili algılarının saptanması, yöredeki turizm faaliyetleri başlamadan yapıldığı ve planlandığı takdirde başarıya ulaşabilecektir. Bu araştırma ile Bursa ili Harmancık ilçesinde yaşayan yerel halkın, ekoturizme yönelik algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Yörede hâlihazırda yapım aşamasında bulunan, Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA) destekli, “Harmancık’ta Ekoturizm Potansiyelinin Ortaya Çıkarılması ve Geliştirilmesi” isimli projenin varlığı, bu bağlamda araştırmanın ikincil amacını oluşturmaktadır. Yerel halkın demografik yapısını ve ekoturizme karşı olan algılarını tespit etmek üzere yapılan çalışma; yörede ekoturizm faaliyetleriyle ilgili olarak verilecek kararlara ve yapılacak uygulamalara temel oluşturabilmesi adına önem taşımaktadır. Araştırmanın, Harmancık’ta, bu alanda, yapılmış ilk çalışma olması bakımından da alanyazın için katkıda bulunması öngörülmektedir. Araştırma sonucunda; yerel halkın büyük çoğunluğunun; ekoturizm bilincine sahip oldukları, yörenin kalkınabilmesi ve yaşam standartlarının yükselebilmesi için ekoturizm faaliyetlerini destekledikleri tespit edilmiştir. Bunların yanında yerel halkın, yörede geliştirilebilecek ekoturizm faaliyetlerinin, yöreye sosyo-kültürel anlamda, olumlu olarak etki edebileceğini düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Ekoturizm, Harmancık, Yerel Halk.*

GİRİŞ

Ülkemizde ilk olarak kıyı alanlarının kullanımıyla başlayan turizm hareketleri, kitle turizminden kaynaklanan olumsuz etkileri en aza indirmek için (Wearing ve Grabowski, 2011, s. 147) zamanla kültürel ağırlıklı ziyaretlerle, eko-turizm öncelikli sportif etkinliklerle çeşitlenmeye başlamıştır. Kıyıların, yoğun kullanımı sonucunda doğal görünüm ve güzelliklerini yavaş yavaş yitirmeye başlaması, günümüz turist beklentilerinin farklılaşması, bireysel turizm isteminin artması, henüz keşfedilmemiş, özgürlüğünü koruyan yer ve değerlere olan ilginin ön plana geçmesi ve çevresel ilginin gelişmesi farklı turizm arayışlarını ve doğaya dayalı tecrübelerle olan talebi gündeme getirmiştir (Ceylan ve Demirkaya, 2009, s. 82; Erdoğan ve Erdoğan, 2005, s. 5; Yılmaz ve Şahin, 2009, s. 350; Kervankıran ve Özdemir, 2013, s. 118). Bu bağlamda da, turizmin geliştiği ve çeşitlendiği ülkemizde, turizme yeni açılacak alanların belirlenmesine yönelik araştırmalar önem kazanmaktadır (Doğan ve Üngüren, 2012, s. 104). Son zamanlarda araştırmacılar turizmin çevre, yerel ekonomi ve yerel kültür üzerine uzun vadeli etkilerini araştırmaya başlamışlardır (Doan, 2000, s. 289). Araştırmalar sonucunda, turizmin, ülke ekonomisine yaptığı olumlu katkılarının yanı sıra, geliştiği sahanın mekânsal yapısının, sosyo-ekonomik

ve kültürel özelliklerinin üzerinde de olumlu ve olumsuz çeşitli sonuçları bulunduğu ortaya çıkmaktadır (Karakuş ve diğerleri, 2011, s. 86; Çetin ve diğerleri, 2012, s. 182; Şahbaz ve Karaçar, 2013, s. 13). Bir yörede turizmin gelişmesi yöreye hem ekonomik, hem de sosyal canlılık getirebilir. Yerel halk, turizm yatırımları sayesinde yeni iş olanaklarına sahip olmakta ve ayrıca turizmin gelişmesiyle yöreye çeşitli altyapı yatırımları yapılarak, yerel halkın çeşitli hizmetlerden yararlanması söz konusu olmaktadır (Avcıkurt, 2013, s. 97).

ALANYAZIN

Turizmin, sürekli çalışan, monoton bir iş yaşantısı sürdüren insanların dinlenme ve enerji kazanarak işlerine tekrar dönmek için tatil yapma ihtiyacını gideren bir olgu olduğu kadar, dünya barışına katkısı ve iktisadi yönden gelir artırıcı, istihdam yaratıcı özellikleri de bulunmaktadır (Tunçsiper ve diğerleri, 2011, s. 96). Turizm; dinlenme, eğlenme, görme, tanıma, sportif karşılaşmalar yapma, temsil veya konser verme, bilgi ve görgüsünü artırma gibi çeşitli amaçlara bağlı olarak ya da sadece zevk için (duygusal amaçlarla) yapılan gezi (seyahate çıkma) anlamına gelmektedir (İncekara ve Savran, 2011, s. 145). Turizm, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutludur (Çetin, 2010, s. 181; Şentürk ve Toprak, 2011, s. 325). Turizmin, olumsuz etkilerini en aza indirgerken olumlu etkilerini maksimum seviyeye çıkarmak bugün tüm dünya ülkelerinin özlemidir. Bu nedenle de ortak arayışlar, çeşitli platformlarda tartışılmış ve turizm aktivitelerinin yörenin doğal ve kültürel kaynaklarını kullanarak, gelecek nesillere de aktarılacak biçimde korunması, geliştirilmesi kapsamlarında sürdürülebilir turizm hareketleri önerilmektedir (Uslu ve Kiper, 2006, s. 305).

Ekolojik dengenin korunması amacıyla ortaya çıkan sürdürülebilirlik kavramı, turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkilerinin fark edilmesi, turizmin kendi geleceğini tehlikeye attığının anlaşılmasıyla, daha uzun vadeli kullanıma dayanan, doğa turizmi, doğal yaşam turizmi, yeşil turizm, çevreye dost turizm, özel ilgi turizmi, kırsal turizm, sürdürülebilir turizm, alternatif turizm, ekoturizm gibi farklı isimlerle anılan ve hepsinin de temelde dayanağı aynı olan turizm türleri ortaya çıkmıştır (Akpınar ve Bulut, 2010, s. 1576). Sürdürülebilirlik kavramı turizme uygulandığında, turizm kaynaklarının tüketilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillerin de kullanabilmesini sağlayacak şekilde kullanılmasının düzenlenmesi olarak ifade edilebilir (Can, 2013, s. 26). Ekoturizm, sürdürülebilir turizmle eş anlamlı olarak kullanılmakla birlikte, sürdürülebilir turizm şekillerinden biridir ve onun bir alt bölümünü oluşturmaktadır Ekoturizm çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı bir seyahattir. Ekoturizm potansiyeli olan dağlık ve ormanlık bölgelerdeki yörelerde yaşayan halkın yoksulluğu da göz önüne alındığında, ekoturizmin aslında sosyal sınıflar arasındaki dengesizliği azaltabilecek bir etken olduğu anlaşılabılır (Çevirgen, 2007, s. 47 – 48; Kaypak, 2010, s. 94 – 97).

Turizmde sürdürülebilir bir gelişmenin sağlanabilmesi için ev sahibi bölgenin doğal, tarihi, kültürel kaynaklarının, temel ekolojik süreçlerinin ve biyolojik çeşitliliğinin zarar

görmemesi ve devamının sağlanması gerekmektedir (Duran, 2011, s. 302). Sürdürülebilir turizm sıklıkla doğa veya ekoturizmle aynı anlama sahiptir, fakat sürdürülebilir turizm kalkınması, turizm gelişmesinin doğayı korumaktan daha fazla anlam içermektedir (Akşit, 2007, s. 444). Sürdürülebilir turizm, hem bir gelişim sürecini, hem de turizmde bütün olarak yol gösterici bir ilkeyi temsil etmesinin yanında (Godfrey, 1998, s. 213), genellikle planlı, uzun dönemli ve doğanın yapısına uygun (Korkmaz ve Başkalkan, 2011, s. 63), politika kararlarında yerel halkın katılımına saygı duyan ve kültürel ve çevresel etkilere duyarlı bir turizm çeşidi (Kuter ve Ünal, 2009, s. 147) olarak tanımlanabilmektedir. Iorio ve Corsale (2014, s. 234), bir yörede sürdürülebilir bir turizm gelişimi yaratabilmek için, yerel halkın turizmden fayda sağlayabilmeleri adına, yerel halkın lehine turizmden girdi sağlayabilecek kararların alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Bunun yanında da, Dal ve Baysan (2007, s. 70), yerel halkın genellikle turizmin olumsuz etkilerinden en fazla zararı gören kesim olduğu belirtmişlerdir.

Yerel halkın turizme yaklaşımı, turizmin o bölgedeki gelişim sürecinde doğrudan etki sahibidir. Yerel halkın turizme olumlu yaklaşımının bulunmadığı, turizm faaliyetlerinin yeterince desteklenmediği bir destinasyonda bu sektörde yeterli gelişmenin sağlanması da mümkün olmayacaktır (Özaltın Türker ve Türker, 2014, s. 82). Turizmin gelişimi hakkında yöre halkı ile geniş katılım sağlanması; hem yerel nüfusun beklentilerini karşılar, hem de yöre halkının turizme katılımını sağlayarak turistik koşulların iyileştirilmesine katkı sağlar (Kervankıran, 2014, s. 136). Birçok araştırmacı, turizm girişimleri gerçekleştirilirken, yerel halkın katılımının ve desteğinin her zaman sağlanması gerektiğini ifade etmişlerdir (Reid ve diğerleri, 2000, s. 20; Keskin ve Çontu, 2011, s. 39; Varnacı Uzun ve Somuncu, 2011, s. 22; Iorio ve Corsale 2014, s. 234), Çünkü söz konusu katılım gerçekleştirilirken oluşturulan planlama evresi, sürecin daha etkili, adil ve meşru olacağını belirtilmiştir. Aynı zamanda genel olarak küresel turizm etiği ilkeleri, turizmin toplumun tüm bireyleri için eşit turizm olanaklarının gerekliliğini, turizmin var olabilmesi için fiziksel ve kültürel değerlerin özgünlüklerini koruyarak kullanılması gerekliliğini vurgulayan maddeleri kapsamaktadır (Uslu ve Kiper, 2006, s. 306).

Yerel ekonomilerin gelişebilmesi için, yörede öncelikle turizmin geliştirilmesi önemli bir faaliyet olarak görülmektedir (Ko ve Stewart, 2002, s. 521). Novelli ve Gebhardt (2007, s. 475), yapmış oldukları çalışmada, turizmin yerel halk tarafından gelir getiren bir araç olarak algılandığını belirtmektedirler. Turizm, istihdam ve gelir kaynağı olmasının yanında, özellikle bölge halkı için altyapı ve üstyapı olanaklarının da gelişmesi anlamını taşımaktadır (Çeken, 2008, s. 298). Bölgesel kalkınma için önemli bir sektör olduğu bilinen turizm endüstrisinin yapısı, bir destinasyonun farklı özelliklerine, onun fiziksel, doğal özelliklerine, üst ve altyapısına, ziyaretçi hizmetlerine ve toplumsal olanaklarına göre değişmektedir. Ancak, turizm kaynakları ve hizmetlerin artırılması, taşıma kapasitelerinin ve sürdürülebilir kazanımların belirlenmesi, yerel organizasyonların etkinliğinin artırılması, uyuşmazlıkların azaltılması, güven ortamının sağlanması, planlama, karar verme, problem çözümü, proje belirleme ve değerlendirme süreçlerinde

sorumluluğun paylaşılması, toplumla diyalogun sağlanması, sürece yerel halkın ve ziyaretçilerin katılımının sağlanması, yerel ve sosyal eşitsizliklerle mücadele edilmesi konularında başarı sağlanabilmesi, modern yönetim anlayışıyla oluşturulacak yeni ortaklıklarla mümkün olabilecektir (Kerimoğlu ve Çıracı, 2008, s. 42).

Günümüzde turizm; bir yörenin yaşam standartlarının yükseltilmesi, yöre halkının ekonomik olarak güçlenmesi, yörenin sosyo – ekonomik problemlerine bir çözüm oluşturabilmesi ve yoksul toplulukların gelişiminin desteklemesi için uluslararası bir strateji olarak kullanılmaktadır (Duran ve Özkul, 2012, s. 502; Ertuna ve diğerleri, 2012, s. 60; Giampiccoli ve Mtapuri, 2014, s. 638). Kırsal alanda istihdam oluşturulması, bu işin turizm sektörü gibi sosyo-ekonomik ve kültürel yönü zengin bir alanda olması, az gelişmiş kırsal alanda hem ekonomik büyüme ve hem de ekonomik kalkınma sağlayabilecektir (Çetin, 2009, s. 16; Türker ve Aydın, 2010, s. 115). Kırsal bölgelerde uygun işgücüne dayalı istihdamın artırılması (Önez Çetin, 2012, s. 99 – 100), yöre halkının gelirlerinin artırılması, kırsal alanlardan kente göçün önlenmesi ve kırsal alandaki insanların hayat şartlarının iyileştirilmesi için ekoturizm yeni bir yaklaşım olarak görülmeye başlanmıştır (Campbell, 1999, s. 535). Kırsal bölgelerin sosyo-ekonomik gelişimi içerisinde anahtar bir birleşen olarak görülen kırsal turizmin, sadece tarıma dayalı bir turizm türü olmadığı, aynı zamanda özel ilgi tatilleri ve ekoturizm, macera, spor ve sağlık turizmi, avcılık ve balık avlama, sanat ve tarih turizmi ve bazı bölgelerde de etnik turizmi kapsadığı söylenebilmektedir (Ayaz, ve diğerleri, 2012, s. 104). Günümüzde orta yaş ve üstü olan turistler kırsal, kültürel ve doğa turizmine daha çok önem vermektedirler. Bu turistler; eğitim ve ekonomik düzeyi yüksek, kültürlerarası etkileşime açıktır (Soykan 2003, s. 2). Kırsal turizm; kalabalık turizm merkezlerinden kaçmak, kırsal alanlardaki tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri görerek dinlenmek isteyen turistler için yeni bir fırsat yarattığı gibi, aynı zamanda kırsal yörelerdeki ekonomik yapıyı güçlendirmek için yeni bir strateji olarak ortaya çıkmaktadır (Çeken ve diğerleri, 2009, s. 3).

Turizm planlamasında, turizmin sağlayacağı ekonomik, sosyal ve siyasal avantajlar kadar, turizm gerçeğini oluşturan insan ve sermaye hareketlerinin, ülkenin ekonomik ve sosyal yaşantısı, kültürel ve doğal çevresi üzerine yapacağı olumsuz etkilerin de gerçekçi bir açıdan değerlendirilmesi zorunluluğu vardır (Özdemir, 2006, s. 240). Kırsal turizm ürününün planlama, üretim ve tanıtımı sürecinde başarılı sonuçların alınması; yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, turizm işletmeleri, üniversite, medya gibi yerel paydaşların etkin rol almasına bağlıdır (Aydın ve Selvi, 2012, s. 133). Bugüne kadar turizm algısı üzerinde yapılan çalışmaların çoğunun yerel halkın turizm algısı, turizme yönelik tutumları veya belli bir turizm çeşidine ilişkin bakış açısının ölçülmesi üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Brayley ve diğerleri, 1990; Ross, 1992; Haralambopoluos ve Pizam, 1996; Korça, 1998; Carmichael, 2000; Williams ve Lawson, 2001; Baysan, 2002; Tatoğlu ve diğerleri, 2002; Haley ve diğerleri, 2005; Kuvan ve Akan, 2005; Akova, 2006; Mansuroğlu, 2006; Alaeddinoğlu, 2007; Baykan, 2007; Dyer ve diğerleri, 2007; Lepp, 2007; Çakıcı ve Aksu, 2008; Kaptan Ayhan, 2008; Choi ve Iain, 2010; Çetin, 2010; Şebin

ve diğerleri, 2010; Jimura, 2011; Varnacı Uzun ve Somuncu, 2011; Deery ve diğerleri, 2012; Duran ve Özkul, 2012). Yerel halkın turizm konusundaki yaklaşımlarının, turizm faaliyetlerinin bulunduğu ya da planlandığı her alan için bağımsız olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Mansuroğlu, 2006, s.37). Yerel halkın turizme olan bakış açısının saptanmasıyla ilgili çalışmalar henüz o yöredeki turizm faaliyetleri başlamadan yapılmalı ve planlamaların bu doğrultuda gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Böylece bireylerin sahip oldukları geleneksel davranış ve yaşam biçimlerine ters düşen ya da onları turizm hareketlerinden uzaklaştıracak faaliyetlerin oluşması baştan engellenebilecektir (Kaptan Ayhan, 2008, s.19). Yerel halkın turizme bakış açısı dikkate alınmadığı takdirde; turizmin gelişmesine yönelik programlar uygulamada başarısız veya etkisiz olabilecektir (Keskin ve Çontu, 2011, s.40). Çetinkaya ve Dedemen (2013, s.3), sürdürülebilir turizmin gelişmesinin, ancak yerel toplum odaklı yaklaşımlarla gerçekleştirilebileceği belirtilmektedirler. Aynı zamanda yöreye yapılan turizm teşvikleri, hem yöre halkının turizmden daha fazla yararlanabilmesi, hem de turizmin çevre ile dengeli ve uyumlu bir şekilde gelişim gösterebilmesi açısından önem arz etmektedir (Snyder ve Sulle, 2011, s. 937).

YÖNTEM

Bursa şehir merkezine bağlı, Harmancık ilçesinde yaşayan yerel halkın ekoturizme ilişkin algılarının belirlenmesine yönelik oluşturulan çalışma, detaylı bir yazın taranması ardından ilgili yazında konu ile ilgili yapılan çalışmaların örnek alınması suretiyle, Harmancık ilçe merkezinde yaşayan yerel halk üzerinde yapılmıştır. Söz konusu çalışmalar; Gülay Özeltin Türker ve Ali Türker (2014) “Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği” ve Emrah Keskin ve Mehmet Çontu (2011) “Mustafapaşa (Sinassos) Kasabasında Yaşayan Halkın Turizme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması”dır. Harmancık ilçesinin; Merkez, Ece, Çamoğlu, Saçaklı, Kılavuzlar, Kepekdere, Yayabaşı, Balısaray ve Karaca olmak üzere toplam 9 adet merkez mahallesi bulunmaktadır (Dinçel, 2011, s. 89). Araştırmanın bu mahalleler ile sınırlı tutulmasındaki temel neden; ekoturizm amaçlı geliştirilen projenin ilçe merkezinde konumlandırılmış olmasıdır. Harmancık ilçe merkezinde bulunan mahallelerin güncel nüfus sayımı verilerine göre toplam nüfusu 3897’dir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2014). Anakütle büyüklüğü 3000 – 4000 arasında yer alan, $\pm$ % 5 tolerans gösterilebilir örneklem hatasına göre ulaşılması gereken örneklem hacimleri dikkate alındığında; ulaşılması gereken minimum örneklem sayısı 341– 351 arasında değişmektedir (Bayram, 2009, s. 26). Çalışmanın amacına uygun olarak, yerel halka toplam 400 adet anket formu dağıtılmıştır. Araştırmaya katılan yerel halkın görüşlerinden ancak değerlendirmeye uygun bulunan toplam 360 adet yerel halkın görüşü analiz edilmiştir. Elde edilen veriler değerlendirildiğinde; söz konusu yerel halkın tümünün çalışmayı destekleyecek niteliklerde rasyonel ve sağlıklı veriler verdiği saptanmıştır. Araştırma verileri 2014 yılı Mayıs ayında toplanmıştır.

BULGULAR

Elde edilen anket verileri, sosyal bilimlerde kullanılan güncel istatistik programına aktarılmış ve araştırma analizleri bu programda tamamlanmıştır. Buna göre; elde edilen ham verilerin analizinden sonra ortaya çıkan istatistikî sonuçlar ve yorumları şu şekildedir:

Program, analizleri yaklaşık % 91 güven düzeyinde gerçekleştirmektedir. Sosyal bilimlerde uygulanan bir test için hesaplanan güvenilirlik katsayısının 0.70 ve daha yüksek olması test puanlarının güvenilirliği için genel olarak yeterli görülmektedir (Alpar, 2011, s. 815; Büyüköztürk, 2011, s. 171). Bu durum da; yapılan çalışmanın istatistikî olarak kabul edilebilir sınırlar dâhilinde şekillendiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Uygulama yapılan yerel halka ait değişkenler, Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1.Demografik Veriler

Değişkenler	Gruplar	f	%
CİNSİYET	Kadın	170	47,2
	Erkek	190	52,8
	TOPLAM	360	100
YAŞ	17 yaş ve altı	17	4,7
	18 – 25	61	16,9
	26 – 33	86	23,9
	34 – 41	54	15,0
	42 – 49	60	16,7
	50 ve üzeri	82	22,8
	TOPLAM	360	100
MEDENİ DURUM	Evli	235	65,3
	Bekâr	125	34,7
	TOPLAM	360	100
EĞİTİM DURUMU	İlköğretim	129	35,8
	Ortaöğretim	145	40,3
	Ön Lisans	47	13,1
	Lisans	36	10,0
	Lisansüstü	3	0,8
	TOPLAM	360	100
MESLEK	Kamu Çalışanı	26	7,2
	Özel Sektör Çalışanı	55	15,3
	Esnaf	88	24,4
	Ev Hanımı	117	32,5
	Emekli	31	8,6
	Diğer	43	11,9
	TOPLAM	360	100
AYLIK GELİR	Kişisel gelire sahip değilim	81	22,5
	0 – 1000 TL arası	152	33,9
	1001 – 2000 TL arası	86	23,9
	2001 – 3000 TL arası	42	11,7
	3001 – 4000 TL arası	14	3,9
	4001 TL ve üzeri	15	4,2
	TOPLAM	360	100

Uygulamaya katılan yerel halktan % 47,2'si kadın, % 52,8'i erkektir. Katılımcılar yaş gruplarına göre değerlendirildiğinde ise; % 23,9'u 26 – 33 yaş arası, % 22,8'i de 50 yaş ve üzerinde bulunmaktadır. Büyük bir çoğunluğa karşılık gelen 235 kişi (% 65,3) evli olduğunu belirtmiştir. Yerel halkın eğitim durumu incelendiğinde ise; 145 kişi (% 40,3) ortaöğretim, 3 kişi (% 0,8) de lisansüstü mezuniyet derecesine sahiptir. 117 kişi (% 32,5) ev hanımı, 88 kişi (% 24,4) esnaf, 26 kişi (% 7,2) de kamu sektöründe çalışmakta olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların aylık ortalama gelir düzeyi araştırıldığında ise 152 kişi (% 33,9); gelir düzeylerinin 0 – 1000 TL arasında değiştiğini ifade etmiştir. Yerel halkın ekoturizme ilişkin algılarının belirlenmesine yönelik sunulan önermeler, Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2.Önermelere İlişkin Analiz Sonuçları

İFADELER	A.O.	S. S.
Ekoturizmin başarılı bir şekilde sürdürülebilmesi için yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalıdır.	4,83	,597
Ekoturizm çevreyi koruyan bir faaliyetir.	4,38	,487
Turizm Harmancık'ta hoşgörü ortamı yaratmayı sağlayacaktır.	4,27	,459
Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği de sağlanmalıdır.	4,19	,398
Ekoturizm projesi ile birlikte halkın doğal ve kültürel kaynaklara ilişkin farkındalıkları artmıştır.	4,58	,525
<i>Turizmin gelişmesi aynı zamanda toplumun ahlakının bozulmasına yol açacaktır.</i>	3,75	1,259
Ekoturizm ile birlikte yerel ürünler değer kazanacaktır.	4,41	,509
Ekoturizm projesi ile ilgili daha etkili tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapılmalıdır	4,16	,397
<i>Ekoturizm çevrenin kirlenmesine yol açacaktır.</i>	2,53	1,297
Ekoturizm projesinin tamamlanması ile birlikte ilçemizin kalkınma hızı yükselecektir.	4,78	,593
Ekoturizm projesi ile birlikte ilçede altyapı kalitesi artmıştır.	4,69	,576
<i>Turizm geleneksel kültürde yozlaşmaya neden olmaktadır.</i>	3,67	1,278
İlçede ekoturizmin faaliyetlerinin gerçekleşmesi ile birlikte yeni iş imkânları ortaya çıkacaktır.	4,67	,576
Ekoturizm, Harmancık'ın yaşam kalitesini yükseltecektir.	4,73	,582
Harmancık'ta ekoturizmin gelişmesi ilçe dışına göç olgusunu önleyecektir.	4,52	,523

Araştırmada, yerel halkın ekoturizme ait düşüncelerinin belirlenmesine yönelik; (1)“Kesinlikle Katılmıyorum” ile (5)“Kesinlikle Katılıyorum” arasında değişen 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Yapılan değişken analizi sonucuna göre; aritmetik ortalama ve standart sapmalarına göre ön plâna çıkan önermeler sırasıyla şu şekildedir:

- “Ekoturizmin başarılı bir şekilde sürdürülebilmesi için yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalıdır.” ifadesi en yüksek katılım oranına sahip önermedir. Yerel halk tarafından ifadeye katılımın yüksek olması, ekoturizmin bir yörede sürdürülebilir bir nitelik kazanabilmesi için kendilerinin desteğine ihtiyaç olduğunu bilincinde olduklarının göstergesi olarak ifade edilebilir.

- “Ekoturizm projesinin tamamlanması ile birlikte ilçemizin kalkınma hızı yükselecektir.” ifadesi ikinci yüksek katılıma sahip önerme olarak analiz edilmiştir. Yöre halkının, kalkınma aracı olarak turizm ve ekoturizm faaliyetlerine ihtiyaç duydukları ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, yerel halkın bir an önce projenin sonuçlanmasını ve faaliyete geçmesini bekliyor olduğunu söyleyebilmek mümkündür.
- “Ekoturizm, Harmancık’ın yaşam kalitesini yükseltecektir.” ifadesine, üçüncü derecede yüksek katılım sağlayan yerel halk, ekoturizm faaliyetlerinin yaşam kalitesini yükseltecek bir özellik gösterebilecek olduğunu ifade etmişlerdir.
- Projenin hayata geçebilmesi için yörede gerekli olan altyapı yatırımlarının yapılmasıyla, yerel halk ekoturizm faaliyetlerine ilişkin somut bir takım veriler ile karşılaşmışlardır. “Ekoturizm projesi ile birlikte ilçede altyapı kalitesi artmıştır.” ifadesinin de yüksek bir katılım oranına sahip olması bu şekilde ifade edilebilmektedir.
- “Ekoturizm çevrenin kirlenmesine yol açacaktır.” ifadesi, en düşük katılım payına sahip önerme olarak ortaya çıkmıştır. Bu aşamada yerel halkın; ekoturizmin çevreye duyarlı ve çevre korunmasına katkı sağlayabilecek sürdürülebilir bir turizm çeşidi olduğunun bilincinde olduğunu söylemek yerinde bir yaklaşım olabilecektir.
- “Turizm geleneksel kültürde yozlaşmaya neden olmaktadır.” ve “Turizmin gelişmesi aynı zamanda toplumun ahlakının bozulmasına yol açacaktır.” ifadelerine katılımların düşük bir oranda olması, turizmin sosyo-kültürel anlamda, yerel halk tarafından olumlu bir faaliyet olarak algılandığını göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması uluslararası turizm pazarında rekabette üstünlük sağlama aracı ve bir zorunluluktur (Selvi ve Şahin, 2012, s. 24). Turizm talebini belirli bir yöreye ya da ülkeye çekebilmek için öncelikle doğal çevrenin sürdürülebilir kılınması gerekmektedir (Çakıcı ve Aksu, 2008, s. 28). Gelenekselleşmiş sürdürülebilir gelişme kavramı; ekonomik, ekolojik ve sosyo-kültürel çapta gelişen farklı boyutları kapsamaktadır (Gümüş ve Özüpekçe, 2009, s. 400). Ekolojik boyut; doğa ve doğal kaynakların korunarak kullanılmasını hedefler, sosyal boyut adaleti ve toplumun bütün kesimlerinin karar verme sürecine katılımını öngörür, sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu ise ekonomik faaliyetlerin çevre ve sosyal öğeleri gözeterek uzun vadeli yapılmasını ifade etmektedir (Bahtiyar Karadeniz, 2014, s. 84). Kaynaklarını etkin kullanamayan ve toplumun önemli bir kesiminin yoksul olduğu azgelişmiş ülkelerin kalkınmasında sürdürülebilir kalkınma yaklaşımıyla, sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi ve uygulanması önemli görülmektedir (Özkök ve Gümüş, 2009, s. 54).

Bursa Eskişehir Bilecek Kalkınma Ajansı (BEBKA) tarafından hibe almaya hak kazanan "Harmancık'ta Ekoturizm Potansiyelinin Ortaya Çıkarılması ve Geliştirilmesi" projesi

kapsamında yapılacak olan (Harmancık Belediyesi, 2014), projenin genel amacı; orta ve uzun vadede yörenin turizm potansiyelinin ortaya çıkarılarak bölge turizminin rekabet gücünün artırılmasına katkıda bulunmaktır. Proje ile ilçede eksikliği hissedilen ekoturizme uygun tesislerin yapılması, yerel halkın turizm etkinliklerine katılması, böylelikle tarım dışı istihdam fazlası bireylerin turizm sektörüne dâhil edilmesini sağlayarak köy kültürünün tanıtılması amaçlanmaktadır. Projenin uygulanmasıyla birlikte Bursa – Harmancık, Balıkesir – Harmancık, Kütahya – Harmancık hattında ve ilçe merkezinde faaliyet gösteren esnafın, Uludağ Üniversitesi Harmancık Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin, köylerde ve ilçe merkezinde yaşayan halkın ve işsizlik nedeniyle göç etmek zorunda kalan kişilerin süreçten olumlu etkilenmesi beklenmektedir. Proje sayesinde orman içine konuşlanmış 14 bungalov ev, 1 restorandan faydalanan kişi sayısının 3.000 kişi/yıl olması, kültürel değerlerin sürekli sergilenebileceği bir müze inşa edilmesi, avcılık ve atıcılık sporu ile uğraşanlara yönelik parkurların oluşturulması, paintball alanlarında rekreasyonel faaliyetlerin yapılması, doğaseverler için dağ yürüyüşü alanlarının oluşturulması düşünülmektedir (Harmancık'ta Eko Turizm Potansiyelinin Ortaya Çıkarılması ve Geliştirilmesi Projesi, 2014). Projenin tamamlanmasıyla birlikte beklenen sonuçlar şu şekilde sıralanabilmektedir (Harmancık Kaymakamlığı, 2014):

- Yörenin ekoturizmde bir cazibe merkezi haline gelmiş olması,
- Yöreyle ait kültürel değerlerin, çeşitli etkinlik ve sergilerle hem tanıtılmış olması ve kazandırılacak bir müze ile korunmuş olması,
- Yöreyle ait doğal değerlerin ve güzelliklerin koruma – kullanma dengesi içerisinde kullanılarak tanıtılmış olması,
- Ekoturizme uygun, farklı turist profillerinin beklentilerine cevap veren farklı türde konaklama tesislerinin ve aktivite alanlarının yapılmış olması,
- Yerel halkın turizm etkinliklerine katılımı teşvik edilerek girişimcilik, üretim ve istihdam alanlarında ihtiyaçları karşılanıp, turizm yeterlilikleri geliştirilmesi ve böylelikle yerel turizmin gelişmesinde ve gelecek dönemlerde yörenin markalaşmasında aktif rol oynamış olması,
- Yerel halk ile ziyaretçiler arasında gerçekleşecek etkileşimlerle, yörede dezavantajlı durumda bulunan grupların sosyo-ekonomik yönünün güçlenmiş olması,
- Yörenin turizmdeki işgücü kalitesinin artmış olması,
- İşsizlikten kaynaklanan göçün azalması, işsizliğin azalıp, istihdamın artmasıdır.

Çalışmada dikkat çeken en önemli sonuç; yerel halkın, ekoturizmin sürdürülebilir bir nitelik kazanabilmesi için kendilerinin desteğine ihtiyaç olduğunun bilincinde olduklarıdır. Genel olarak; yerel halkın katılımı en fazla görüş birliği sağlamış oldukları, bölgesel kalkınma, altyapı yatırımları ve yöredeki yaşam kalitesinin artması için turizme ihtiyaç duyulması, ekoturizm faaliyetlerinin yerel halk tarafından benimsenmiş olduğunu göstermektedir.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, yerel halkın ekoturizme ilişkin ekonomik, çevresel ve sosyal açılardan olumlu sonuçlarının bulunduğunu düşündükleri görülmektedir. Bununla birlikte ekoturizmin yöreye katmış olduğu avantajlardan daha fazla yararlanabilmek adına, altyapı yatırımlarını destekledikleri ve yerel ürünlerin değer kazanabileceği konularına vurgu yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, yerel halkın beklentilerine yönelik olarak yapılacak yatırımlara ağırlık verilmesi ve yerel yönetimler tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Buradan hareketle yerel yönetimler tarafından yerel halk ile işbirliği yapılarak, yörede planlı ve sürdürülebilir bir ekoturizm gelişimi, yöre dışına göçün önlenmesi ve yeni iş imkânlarının sağlanabilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Aynı zamanda yörede turizm adına oluşturulabilecek bir hoşgörü ortamı için gerekli etkinliklere ağırlık verilmelidir. Ekoturizm faaliyetlerinin sağlıklı gelişimini destekleyecek olan çevre duyarlılığının ve bilincinin de, hem yerel halk hem de yerel yönetimler tarafından benimsenmiş olması gerekmektedir.

Çalışma, sadece Harmancık ilçe merkezinde yaşayan yerel halkın özellikleri ve görüşleri ile sınırlandırılmıştır. “Harmancık’ta Ekoturizm Potansiyelinin Ortaya Çıkarılması ve Geliştirilmesi” isimli projenin tamamlanıp hayata geçmesinin ardından, yerel halkın turizm ile ilgili algılarında ve görüşlerinde herhangi bir değişikliğin olup olmadığı da araştırılabilir. Bu bağlamda, ileriki dönemlerde yapılacak olan çalışmalarda araştırmacılar, farklı bölgeleri daha genel sonuçlara ulaşabilmek için inceleyebilirler. Yapılan bu çalışmanın, farklı akademik çalışmalara referans çalışma olabilmesi ve ilgili alanyazına katkı sağlayabilmesi ümit edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akova, Orhan. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1), 1 – 34.
- Akpınar, Elif ve Bulut, Yahya. (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları. *III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi*, 1575 – 1594.
- Akşit, Selahattin. (2007). Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 441 – 460.
- Alaeddinoğlu, Faruk. (2007). Van Halkının Turisti ve Turizmi Algılama Şekli. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5(1), 1 – 16.
- Alpar, Reha. (2011). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Avcıkurt, Cevdet. (2013). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayaz, Nurettin, Yeşiltaş, Murat ve Türkmen, Fatih. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açıları ve Algıları Üzerine Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 103–112.

- Aydın, Ekrem ve Selvi, Murat Selim. (2012). Kırsal Turizm Tanıtımında Yerel Paydaşların Rolü : Arhavi Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 133 – 144.
- Bahtiyar Karadeniz, Cemile. (2014). Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 84 – 108.
- Baykan, Eda. (2007). *Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması : Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bayram, Nuran. (2009). *Sosyal Bilimlerde SPSS İle Veri Analizi*. Ezgi Kitabevi: Bursa.
- Baysan, S. (2002). Didim Kıyı Alanı Örneğinde Turizmin Çevresel Etkileri Konusunda Yerli Halkın Tutumları. Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları. *III. Ulusal Konferansı*, Bildiriler Kitabı, İstanbul.
- Brayley, R., Var, T. ve Sheldon, P. (1990). Perceived Influence of Tourism On Social Issues. *Annals of Tourism Research*, 17(2), 285 – 289.
- Büyüköztürk, Şener. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Pegem Akademi: Ankara.
- Campbell, Lisa M. (1999). Ecotourism in Rural Developing Communities. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 534 – 553.
- Can, Emel. (2013). Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi. *İstanbul Journal of Social Sciences*, 4, 23 – 41.
- Carmichael, B. A. (2000). A Matrix Model for Resident Attitudes and Behaviours in a Rapidly Changing Tourist Area. *Tourism Management*, 21, 601 – 611.
- Ceylan, Salih ve Demirkaya, Hilmi. (2009). Kış Turizmine Bağlı Olarak Gelişen Bir Kırsal Yerleşme: Çobanisa Köyü (Isparta). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21, 79 – 94.
- Choi, Hwansuk Chris ve Murray, Iain. (2010). Resident Attitudes Toward Sustainable Community Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575 – 594.
- Çakıcı, A. Celil ve Aksu, Murat. (2008). Bozcaada Halkının Turizm ve Çevre Bilinci Üzerine Bir Araştırma. *Bozcaada*, 27 – 44.
- Çeken, Hüseyin, Uçar, Metin ve Dalgın, Taner. (2009). Kırsal Turizmin Gelişimi Konusunda Yerel Halkın Algıları: Fethiye Yöresi Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1, 1–31.
- Çeken, Hüseyin. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(2), 293 – 306.
- Çetin, Turhan, Karakuş, Ufuk ve Aksoy, Bülent. (2012). Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Turizm ve Türkiye'nin Turizm Değerlerine İlişkin Algıları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(3), 180 – 197.
- Çetin, Turhan. (2009). Beypazarı'nda Turist – Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15 – 32.
- Çetin, Turhan. (2010). Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı. *Milli Folklor*, 22(87), 181 – 191.

- Çetinkaya, G. ve Dedemen, O. (2013). Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2 (1), 1 – 26.
- Çevirgen, Aydın. (2007). Edremit Yöresinde Ekoturizme Yönelik Bir Talep Araştırması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(12), 45 – 67.
- Dal, Neslihan ve Baysan, Sultan. (2007). Kuşadası’nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekânsal EtkileriKonusunda Yerel Halkın Tutumları. *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 69 -85.
- Deery, Margaret, Jago, Leo ve Fredline, Liz. (2012). Rethinking Social Impacts of Tourism Research: A New Research Agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64 – 73.
- Dinçel, Ömer Faruk. (2011). *Harmancık Tarihi*. Uyum Ajans: Ankara.
- Doan, Tiffany M. (2000). The Effects of Ecotourism in Developing Nations: An Analysis of Case Studies. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(4), 288 – 304.
- Doğan, Hulusi ve Üngüren, Engin. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 103 – 122.
- Duran, Erol ve Özkul, Emrah. (2012). Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden Bir Yapısal Model. *International Journal of Human Sciences*, 9(2), 500 – 520.
- Duran, Erol. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 291 – 313.
- Dyer, P., Gürsoy, D., Sharma, B., Carter, J. (2007). Structural Modeling Of Resident Perceptions Of Tourism And Associated Development On The Sunshine Coast, Australia, *Tourism Management*, 28, 409 – 422.
- Erdoğan, Nazmiye ve Erdoğan, İrfan. (2005). Ekoturizm Betimlemeleriyle İletilenlerin Doğası. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20 (1), 55 – 82.
- Ertuna, Bengi, Güney, Sibel, Güven, Özlem ve Aydemir, Nilay. (2012). Yerel Halkın Kırsal Turizm Gelişimine Katılma İsteğini Etkileyen Unsurlar: Kastamonu Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 59 – 66.
- Giampiccoli, Andrea ve Mtapuri, Oliver. (2014). The Role of International Cooperation in Community-based Tourism. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(4), 638 – 645.
- Godfrey, Kerry B. (1998). Attitudes Towards “Sustainable Tourism” In The UK: A View From Local Government. *Tourism Management*, 19(3), 13 – 224.
- Gümüş, Nevzat ve Özüpekçe, Salman. (2009). Foça’da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398 – 418.
- Haley, A.J., Snaith, Tim ve Miller, Graham. (2005). The Social Impacts of Tourism A Case Study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647 – 668.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos, *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503 – 526.

- Harmancık Belediyesi (2014). [URL : http://www.harmancik.bel.tr/_announcedetail.php?id=284], (Erişim Tarihi: 26.07.2014).
- Harmancık Kaymakamlığı (2014). [URL: http://www.harmancik.gov.tr/default_b0.aspx?id=272], (Erişim Tarihi: 26.07.2014).
- Harmancık'ta Eko Turizm Potansiyelinin Ortaya Çıkarılması ve Geliştirilmesi Projesi. (2014). [URL: http://www.harmancikeco.com/?page_id=23], Erişim Tarihi: 26.07.2014.
- Iorio, Monica ve Corsale, Andrea. (2014). Community-based Tourism and Networking: Viscri, Romania. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), 234 – 255.
- İncekara, Süleyman ve Savran, Zehranur. (2011). Ortaöğretim Öğrencilerinin Turizme Bakış Açısının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Çalışma: Hatay İli Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, 144 – 164.
- Jimura, Takamitsu. (2011). The Impact Of World Heritage Site Designation On Local Communities- A Case Study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, 32(2), 288 – 296.
- Kaptan Ayhan, Çiğdem. (2008). Bozcaada'da Turizm Hareketlerinin Gelişimine Yerel Halkın Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma. *Bozcaada Değerleri Sempozyumu*, Bozcaada, 17 – 26.
- Karakuş, Ufuk, Çepni, Osman ve Kılcan, Bahadır. (2011). İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Turizme Yönelik Görüşlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (Safranbolu'da Nicel Bir Çalışma). *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(4), 85 – 96.
- Kaypak, Şafak. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 93 – 114.
- Kerimoğlu, Ebru ve Çıracı, Hale. (2008). Sustainable Tourism Development And A Governance Model For Frig Valley. *ITU A|Z*, 5(2), 22 – 43.
- Kervankıran, İsmail ve Özdemir, Mehmet Ali. (2013). Turizm Yönüyle Gelişmekte Olan Afyonkarahisar İlinde Turist Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 27, 117 – 142.
- Kervankıran, İsmail. (2014). Beypazarı/Ankara Örneğinde Turizmin Ekonomik, Toplumsal ve Çevresel Etkilerine Yerel Halkın Yaklaşımı. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31, 133 – 153.
- Keskin, Emrah ve Çontu, Mehmet. (2011). Mustafapaşa (Sinassos) Kasabasında Yaşayan Halkın Turizme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(2), 37 – 55.
- Ko, Dong – Wan ve Stewart, William P. (2002). A Structural Equation Model of Residents' Attitudes For Tourism Development. *Tourism Management*, 23 (2002), 521 – 530.
- Korça, K. (1998). Resident Perceptions of Tourism in a Resort Town. *Leisure Sciences*, 20, 193 – 212.
- Korkmaz, Mehmet ve Başkalkan, Sibel Nihal. (2011). Eğirdir Gölü ve Çevresinde Turizm Gelişiminin Sürdürülebilirliği Üzerine Değerlendirmeler. *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi*, 12, 62 – 69.

- Kuter, Nazan ve Ünal, Hasan Emre. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9(2), 146 – 156.
- Kuvan, Yalçın ve Akan, Perran. (2005). Residents' Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26, 691 – 706.
- Lepp, Andrew. (2007). Residents' Attitudes Towards Tourism in Bigodi Village, Uganda. *Tourism Management*, 28, 876 – 885.
- Mansuroğlu, Sibel. (2006). Turizm Gelişmelerinde Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35 – 46.
- Novelli, Marina ve Gebhardt, Kathrin. (2007). Community Based Tourism in Namibia: 'Reality Show' or 'Window Dressing'?. *Current Issues in Tourism*, 10 (5), 443–479.
- Önez Çetin, Zuhâl. (2012). Yoksulluğu Azaltmada Yeni Bir Yaklaşım: Yoksul – Yanlı Turizm. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11, 97 – 108.
- Özaltın Türker, Gülay ve Türker, Ali. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Electronic Journal of Vocational College*, 81 – 99.
- Özdemir, Gökçe. (2006). Resort Planlaması: Turizm Planlaması İçindeki Yeri ve Önemi. *Journal of Yasar University*, 1(3), 239 – 253.
- Özkök, Ferah ve Gümüş, Fadime. (2009). Sürdürülebilir Turizmde Bilginin Önemi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 51 – 73.
- Reid, D. G., Mair, H. and Taylor, J. (2000). Community Participation in Rural Tourism Development. *World Leisure Journal*, 42(2), 20 – 27.
- Ross, G. F. (1992). Resident Perceptions Of The Impact Of Tourism On An Australian City, *Journal of Travel Research*, 30(3), 13 – 20.
- Selvi, Murat Selim ve Şahin, Sedat. (2012). Yerel Yönetimler Perspektifinden Sürdürülebilir Turizm: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 23 – 36.
- Snyder, K. A. and Sulle, E. B. (2011). Tourism in Maasai Communities: A Chance to Improve Livelihoods?. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), 935 – 951.
- Soykan, Füsün. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, (12), 1 – 11.
- Şahbaz, R. P. ve Karaçar, E. (2013). Yerel Çekiciliklerin Turizme Kazandırılmasına Yönelik Yöre Halkının Tutumları: Çankırı Tuz Mağarası Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4), 12 – 19.
- Şebin, Kenan, Serarslan, M. Zahit, Yazıcı, A. Gökhan, Tozoğlu, Erdoğan, Gülbahçe, Öner ve Yorulmazlar, Mehmet. (2010). Erzurum Halkının Kış Sporları Turizmine Karşı Tutumları. *Atabesbd*, 12(2), 23 – 35.

- Şentürk, Faruk Kerem ve Toprak, Lütfullah Sadi. (2011). Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerinin Din Görevlilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi. 12. *Ulusal Turizm Kongresi*, Akçakoca - Düzce, 324 – 335.
- Tatoğlu, E., Erdal, F., Özgür, H., Azaklı, S. (2002). Resident Attitudes Toward Tourism Impacts: The Case of Kuşadası in Turkey, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 3(3), 79 – 100.
- Tunçsiper, Bedriye, Temeloğlu, Erdem ve Altunöz, Özlem. (2011). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolünün Yerel Halkın Görüşleri Çerçevesinde Belirlenmesi: Ayvacık (Assos) Örneği. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 93 – 115.
- Türkiye İstatistik Kurumu [URL: <http://www.tuik.gov.tr/ilGostergeleri/iller/BURSA.pdf>], Erişim Tarihi: 15.05.2014.
- Türker, Mustafa Fehmi ve Aydın, İnci Zeynep. (2010). Ekoturizmin Orman Köyleri Kalkınmaları Üzerindeki Sosyo – Ekonomik Etkilerinin Ölçümü (Camili Biyosfer Alanı Örneği). *III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi*, 1, 115 – 129.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305 – 315.
- Varnacı Uzun, Funda ve Somuncu, Mehmet. (2011). Kültürel Peyzajın Korunması ve Turizm İlişkisi Bağlamında Yerel Halkın Görüşleri: Ihlara Vadisi Örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(2), 21 – 36.
- Wearing, Stephen ve Grabowski, Simone. (2011). International Volunteer Tourism: One Mechanism for Development. *PINTO, Henrique (org.)*, 9, 145 – 165.
- Williams, John ve Lawson, Rob. (2001). Community Issues and Resident Opinions of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269 – 290.
- Yılmaz, Ali ve Şahin, Kemalettin. (2009). Samsun Şehri ve Yakın Çevresinde Turizm ve Turist Algılaması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(7), 345 – 358.

KARİYER ENGELLERİNİN MUTLULUK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE KARİYER MOTİVASYONUNUN ROLÜ: OTEL İŞLETMELERİNDE KADIN İŞGÖRENLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Pelin KANTEN

*Yrd. Doç. Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
pelinkanten@mehmetakif.edu.tr*

Murat YEŞİLTAS

*Yrd. Doç. Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
yesiltas.murat@gmail.com*

Gürkan AKDAĞ

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gurkanakdag@mersin.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmada, kariyer engellerinin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Kariyer engelleri; bireysel, toplumsal ve örgütsel faktörler çerçevesinde değerlendirilmekte ve bu engellerin kadın işgörenlerin tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, çalışmada kariyer engellerinin kariyer motivasyonu ve mutluluk üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda, Antalya’da faaliyet gösteren beş yıldızlı dört otel işletmesinin 166 kadın işgöreninden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, korelasyon analizi, hiyerarşik regresyon analizi ve sobel testi vasıtasıyla değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre, kariyer planlama eksikliğinden, iş-aile çatışmasından, çevreden ve cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan kariyer engellerinin kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Bununla birlikte, kariyer planlama eksikliğinden, iş-aile çatışmasından ve çevreden kaynaklanan kariyer engellerinin kariyer motivasyonunu olumsuz yönde etkilediği ve bu engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun kısmi aracılık etkisine sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca kariyer motivasyonunun kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Kariyer engelleri, kariyer motivasyonu, mutluluk, kadın işgörenler*

GİRİŞ

İş yaşamında, 1970’lerden beri ortaya çıkan ekonomik, teknolojik ve demografik değişimlerin, işgücünün yapısal olarak dönüşmesine neden olduğu ve kadınların çalışma hayatına katılma oranını önemli ölçüde etkilediği görülmektedir. Uluslararası çalışma örgütünün (ILO) raporları, kadınların geçmişe nazaran iş yaşamında artan bir şekilde yer aldığını göstermektedir (Cross ve Linehan, 2006, s.28). Kadın işgörenlerin çalışma yaşamında gün geçtikçe daha fazla yer almasının temel nedeni olarak, kadınların toplumdaki rollerinin değişmeye başlamasıyla birlikte eğitim düzeylerinin de giderek artması gösterilmektedir (Burke ve Mattis, 2005, s.1). Diğer bir ifadeyle, küreselleşme olgusuyla birlikte kadınların annelik, eşlik ve ev hanımlığı gibi toplumsal rollerinin, sosyal

konumlarının ve sorumluluklarının, zaman içerisinde değiştiğini ifade etmek mümkündür (Uşen ve Delen, 2011, ss.129-133). Küreselleşmenin, kadın işgücü arzında, kadınların iş hayatına katılım oranında, ücret düzeylerinde ve çalışma saatlerinde meydana getirdiği değişiklikler, özellikle evli ve çocuklu kadınların da iş dünyasında daha fazla yer almasına olanak tanımaktadır (Önder, 2013, s.43). Böylece, çalışma koşullarına ilişkin ortaya çıkan dönüşümlerin ve düzenlemelerin, kadınların işe ilişkin bakış açılarını değiştirdiği, işi maddi gelir elde etmenin ötesinde bir sosyalleşme ve toplumsal statü elde etme aracı olarak değerlendirmelerine yol açtığı görülmektedir.

Son 30 yıldır çalışma yaşamındaki dönüşümlerin, istihdam imkânlarının artmasının ve eğitim düzeylerinin yükselmesinin kadınların iş yaşamında ilerleme, terfi etme, mesleki ve yönetsel kariyer elde etme ve kariyerlerini devam ettirme düzeylerini ve isteklerini önemli ölçüde arttırdığı belirtilmektedir (Simpson, Sturges, Woods ve Altman, 2004, s. 459). Başka bir ifadeyle, kadınların birçok alanda istihdam edilmelerinin kariyer ilerleme arzusu duymalarına ve kariyer hedefleri belirlemelerine yol açtığı görülmektedir. Ancak literatürde, kadınların kariyer ilerleme arzularının bazı bireysel, örgütsel ve sosyal faktörlerden etkilendiği ileri sürülmektedir (Domenico ve Jones, 2006, s.1; Akpınar-Sposito, 2013, s.3; Anand, 2014, s.60). Bu faktörler, bireylerin kariyer amaçlarını, kariyer tercihlerini ve gelişimlerini sınırlandıran kariyer engellerini oluşturmaktadır. Kariyer engelleri, bireylerin içinde bulunduğu çalışma yaşamında kariyer gelişimini zorlaştıran tüm durum ve koşulları nitelemektedir (Punch, Creed ve Hyde, 2006, s.3). Kariyer engelleri, özellikle kadınların kariyer gelişim süreçlerinde ve kariyer tatmini düzeylerinde olumsuz etkiye sahip bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, kariyer engellerinin ortaya çıkardığı stresli çalışma koşullarının kadınların zihinsel ve fiziksel sağlıklarını olumsuz yönde etkilemesi ve iş tatmini düzeylerini de azaltması beklenmektedir (Bruin ve Yiannakis, 2012, ss.8126-8127). Bununla birlikte, kariyer engellerinin kadınların işlerinden elde ettikleri tatmin ile birlikte genel yaşamlarından sağladıkları tatmin düzeyini de etkilemesi söz konusudur (İnandı ve Tunç, 2012, s.204).

Örgütsel veya toplumsal çevrede sıklıkla algılanan kariyer engellerinin kadınların işe, sosyal çevreye ve örgüte yönelik tutum ve davranışlarını olumsuz yönde değiştirmesi mümkündür. Bu doğrultuda, çalışmada otel işletmelerinde görev yapan kadınların karşılaştığı kariyer engellerinin genel mutluluk düzeyleri üzerindeki etkisinin incelenmesi ve kariyer motivasyonunun bu etki üzerindeki aracılık rolünün araştırılması amaçlanmaktadır. Literatürde, kariyer engellerinin sıklıkla yönetsel kademelerde görev yapan kadın işgörenler üzerinde araştırıldığı ve cam tavan sendromu kapsamında incelendiği görülmektedir. Bu çalışma, otel işletmelerinde yönetsel pozisyonlarda yer almayan kadın işgörenlerin algıladıkları kariyer engellerinin mutluluk düzeyleri üzerindeki etkisini; kariyer motivasyonunun da kariyer engelleri ve mutluluk ilişkisindeki rolünü incelemektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kariyer Engelleri

Kariyer engeli/bariyeri, bireylerin gelişme kaydetmesini engelleyen veya kariyer gelişim fırsatlarına erişmesini zorlaştıran soyut veya somut faktörleri ve olayları ifade etmektedir (İsmail ve İbrahim, 2008, s.54). Kariyer engeli, bireylerin kariyer amaçlarını gerçekleştirmelerini ve kariyerlerinde başarıya ulaşmalarını engelleyen faktörler olarak tanımlanmaktadır (Creed, Patton ve Bartrum, 2004, s.2; Yates, 2009, s.11). Başka bir ifadeyle, kariyer engeli kariyer ilerleme sürecini zorlaştıran ve bireyin üst kademelere geçişini engelleyen herhangi bir durumu veya koşulu nitelemektedir. Kadın işgörenler açısından kariyer engeli, kadınların çalışma yaşamında kariyer elde etme ve kariyer ilerleme arzusunu kısıtlayan faktörleri içermektedir. Bununla birlikte, kariyer engeli, kadınların sahip olduğu yetenekler ve beceriler ile iş yaşamındaki başarıları arasındaki boşluğa işaret etmektedir (Domenico ve Jones, 2006, s.2).

Literatürde son 20 yıldır, kariyer engellerinin sosyal-bilişsel kariyer kuramı çerçevesinde tanımlanmaya çalışıldığı görülmektedir (Fabian, Ethridge ve Beveridge, 2009, s.42). Lent, Brown, ve Hackett (1994, 2000) tarafından geliştirilen sosyal-bilişsel kariyer kuramı; öz yeterlilik, ilgi, amaç ve beklentiler gibi bilişsel ve bireysel özelliklerin; destek ve engel gibi çevresel unsurlarla etkileşiminin kariyer gelişimini etkileyeceğini ileri sürmektedir (Raiff, 2004, s.6). Diğer bir ifadeyle, bireysel veya çevresel engel algılayan bireylerin, kariyer amaç ve hedeflerinin gerçekleşmesi engellenebilecektir (Punch ve diğerleri, 2006, s.3). Dolayısıyla, sosyal-bilişsel kariyer kuramı, algılanan kariyer engellerinin bireylerin kariyer tutum ve davranışlarını şekillendirmesini açıklamaktadır (Lee, Yu ve Lee, 2008, s.157). Literatürde, kariyer engelleri en yaygın olarak bireysel, toplumsal ve örgütsel engeller olmak üzere üç boyut altında ele alınmaktadır (Anand, 2014, s.60). Bununla birlikte, kariyer engellerinin literatürde farklı bakış açıları çerçevesinde dar ve geniş kapsamlı olarak değişik şekillerde sınıflandırıldığı da görülmektedir.

Dar kapsamda kariyer engelleri; Powell (2000) tarafından; kişiye odaklı (kişilik özellikleri, bilgi ve beceriden kaynaklı engeller) ve duruma odaklı (iş ve sosyal çevreden kaynaklı engeller) olmak üzere iki farklı şekilde sınıflandırılmıştır (Simpson ve diğerleri, 2004, s.461). Ayrıca Creed ve diğerleri (2004) kariyer engellerini iç ve dış kaynaklı engeller olmak üzere iki boyut altında ele almıştır (Creed ve diğerleri, 2004, s.2). İsmail ve İbrahim (2008) ise kariyer engellerini kadın işgörenler perspektifinde ele alarak, aile ile ilişkili engeller, toplumsal ve örgütsel engeller olmak üzere üç farklı şekilde sınıflandırmıştır (İsmail ve İbrahim, 2008, s.54). Diğer taraftan, literatürde kariyer engellerinin kadın işgörenler açısından geniş bir perspektif çerçevesinde de ele alındığı görülmektedir. İnandı ve Tunç (2012) çalışmalarında kariyer engellerini; ailevi engeller; okul ve çevreden kaynaklı engeller; kadınların bakış açıları; toplumsal ve cinsiyete ilişkin engeller; yaş, çalışma saati, eğitim düzeyi, ekonomik ve medeni durum olmak üzere beş boyut altında değerlendirmiştir (İnandı ve Tunç, 2012, s.210). Swanson (1996) tarafından geliştirilen

kariyer engelleri envanterine göre ise engeller; cinsiyet ayrımcılığı, güven eksikliği, rollerin çatışması, çocuklara ve kariyere ilişkin taleplerin çatışması, ırk ayrımcılığı, kariyere hazır olmama, çevrenin onaylamaması, karar verme zorluğu, kariyer tatminsizliği, farklı kariyer seçme, sağlık problemleri, iş dünyasının kısıtları, iletişim kurma zorluğu olmak üzere on üç boyut altında ele alınmıştır (Bester, 2011, ss.29-30). Bu doğrultuda Raiff (2004) çalışmasında kariyer engelleri envanterini daraltarak, kariyer planlama ve geliştirme engelleri, iş-aile çatışması, ırk ve cinsiyet ayrımcılığı, işe ilişkin bilgi ve beceri eksikliği ve çevre tarafından onaylanmama olmak üzere beş boyuta indirgemıştır (Raiff, 2004, s.76). Bu çalışmada Raiff'in (2004) araştırmasına dayalı olarak kadın işgörenlerin karşı karşıya kaldığı kariyer engelleri; kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller, iş-aile çatışmasına yönelik engeller, çevreden kaynaklanan engeller ve cinsiyet ayrımcılığına dayalı engeller olmak üzere dört boyut kapsamında ele alınmıştır.

Kariyer Motivasyonu

Çalışma yaşamında, bireylerin motivasyonu olumlu ve olumsuz birçok faktör tarafından yönlendirilmektedir. Motivasyon kavramını daha özel olarak niteleyen kariyer motivasyonu kavramı; bireylerin kişilik özellikleri, ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda kariyere ilişkin davranışlarını içermesi sebebiyle iş motivasyonundan farklılık göstermektedir (Bown-Wilson ve Parry, 2013, s.311). Kariyer motivasyonu, bireylerin kariyerlerine ilişkin karar, tutum ve davranışlarını yansıtan aynı zamanda iş ve aile ile ilgili faktörlerden etkilenen çok boyutlu bir yapı olarak kavramsallaştırılmaktadır (Pas, Peters, Eisinga, Doorewaard ve Lagro-Janssen, 2011, s.490). Başka bir ifadeyle kariyer motivasyonu, kariyer kimliği ve kariyeri kavrama gibi unsurları etkileyen; olumsuz kariyer koşullarında bireyin direncini yansıtan, kariyer kararları ve davranışlarına ilişkin bir takım bireysel özellikleri ifade etmektedir (Lopes, 2006, s.481).

Kariyer motivasyonu teorisi London (1983) tarafından işgörenlerin kariyer ile ilişkili tutum ve davranışlarının anlaşılması amacıyla ortaya çıkarılmıştır. Bu teori, yeni bir iş arama, işi kabul etme, örgütte kalma isteği, kariyer planlarını gözden geçirme, eğitim alma, yeni iş deneyimleri elde etme isteği, kariyer amaçları belirleme ve amaçlara ulaşmaya çalışma gibi çeşitli kariyere ve işe ilişkin davranışların açıklanmasını amaçlamaktadır (Alınacı, Alınacı, Akçin ve Erat, 2012, s.356). Bununla birlikte kariyer motivasyonu, işgörenlerin kariyerlerini nasıl tercih ettiğini, kariyerlerini nasıl gördüğünü, kariyer hedeflerine ulaşmak için nasıl çalışması gerektiğini ve kariyerlerini ne kadar süre devam ettirebileceğini etkileyen bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda London (1983), kariyer motivasyonunu; kariyer kimliği, kariyeri kavrama ve kariyer esnekliği olmak üzere üç farklı şekilde sınıflandırmıştır (Werner ve DeSimone, 2012, s.426). Bu çalışmada kariyer motivasyonu London'un (1983) sınıflandırmasına göre ele alınmıştır.

Kariyer kimliği; bireyin kariyerini önemli görme ve kendisini işiyle özdeşleştirme düzeyini temsil etmektedir. Kariyer kimliği, işe bağlılık, mesleğe uyum, örgütle özdeşleşme, üst kademelere yükselme arzusu gibi unsurlara bağlıdır. Kariyeri kavrama; bireyin kendisi ve görev yaptığı örgütle ilgili gerçekçi algılara sahip olması ve bu algıları gerçekçi kariyer

hedefleriyle ilişkilendirebilmesini ifade etmektedir (Fowke, 1998, s.2). Kariyer esnekliği ise; bireyin değişen koşullar ve kariyerinde engellerle karşılaştığında kendisini toparlayabilme becerisini nitelemektedir. Kariyer esnekliği, öz yeterlilik, risk alabilme ve tek bir tarafa bağlı kalmama gibi özellikler içermektedir (Grzeda ve Prince, 1997, s.172). Literatürde kariyer kimliği ve kariyeri kavrama boyutlarının örgütteki eğitim fırsatları, işten çıkarılma, örgütsel değişim, örgütün yeniden yapılanması ve ücret-ödül gibi insan kaynakları yönetimi politikalarından etkilendiği ileri sürülmektedir. Dolayısıyla, örgütsel koşulların işgörenlerin kariyer kararlarını ve kariyerlerine yönelik tutum ve davranışlarını önemli düzeyde etkilediği ifade edilebilir (Lopes, 2006, s.482). Bu bağlamda, London ve arkadaşları tarafından işgörenlerin kariyer motivasyonlarının geliştirilmesine ve artırılmasına yönelik örgütlere bazı önerilerin sunulduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, başarılı işgörenlerin teşvik edilmesi, işgörenlerin başarı elde etmeleri ve başarı düzeylerini arttırmaları için fırsatlar sağlanması, yeteneklerini geliştirmeleri için imkân tanınması gibi uygulamalar ile kariyer motivasyonunun arttırılacağı ileri sürülmektedir (Day ve Allen, 2004, s.73).

Mutluluk

Mutluluk, bireyin olumlu duyguları daha sık, olumsuz duyguları daha az yaşaması ve yaşamdan yüksek düzeyde tatmin alması olarak tanımlanmaktadır. Mutluluk, bireyin kendi yaşamına ilişkin bilişsel ve duyuşsal değerlendirmelerinin bir sonucu olarak görülmektedir. Bu bağlamda olumlu ve olumsuz duyguların yaşanma sıklığı mutluluğun duyuşsal boyutunu, yaşama ilişkin değerlendirmeler ise bilişsel boyutunu oluşturmaktadır (Demir, Özen, Doğan, Bilyk ve Tyrell, 2011; Doğan ve Sapmaz, 2012, s.298). Literatürde, mutluluk kavramına ilişkin hazcılık (hedonizm) ve mutçuluk (eudaimonizm) olmak üzere iki farklı geleneksel bakış olduğu ileri sürülmektedir. Hazcılık yaklaşımı, mutluluk kavramına; hayatın tüm kesitlerindeki olumlu veya olumsuz olayların değerlendirilmesini içeren öznel iyi oluş hali olarak yaklaşmaktadır. Bu doğrultuda, hazcılık yaklaşımı, mutluluğun fiziksel unsurlarla birlikte hayatın diğer alanlarında karşılaşılan etmenlerle de ilişkili olduğunu savunmaktadır (Ryan ve Deci, 2001, s.144).

Mutçuluk yaklaşımı ise; mutluluğun bireyin özelliklerinden ve yaşam tarzından kaynaklandığını ileri sürmekte ve mutluluğu bir süreç olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte, mutçuluk yaklaşımının öncüleri, hazcılık yaklaşımının kısa süreli, mutçuluk yaklaşımının ise kalıcı ve süreklilik arz ettiğini belirtmektedir (Field ve Buitendach, 2011, s.2). Dolayısıyla, mutluluk kavramının özellik ve evrensel temelli olarak iki boyut çerçevesinde ele alındığı görülmektedir (Tadić, Bakker ve Oerlemans, 2013, s.737). Bununla birlikte, mutluluk kavramını psikolojik iyi oluş halinin (well-being) içerisinde ele alan araştırmacılar, mutluluğu hazcı iyi oluş ve mutçu iyi oluş olarak da sınıflandırmaktadır (Demir ve Özdemir, 2010, s.244). Her iki yaklaşım incelendiğinde, hazcılık temelli mutluluk tanımının içerisinde aynı zamanda öznel iyi oluş halinin yer alması sebebiyle bu yaklaşımın mutluluğu kişisel değerlendirmelerin bir sonucu olarak da ele aldığı görülmektedir (Count, Franklin, Brodaty ve Brodaty, 2013, s.476).

Literatürde öznel iyi oluş hali ve mutluluk kavramlarının birbirinin yerine kullanılabileceği; her iki kavramın da “bireyler tarafından beklenen yaşam düzeyi kalitesinin yargılanması” ile ortaya çıkan sonuç şeklinde değerlendirildiği görülmektedir (Veenhoven, 1995, s.33). Bununla birlikte, öznel iyi oluş hali ve mutluluk kavramlarının bireyin ruhsal ve fiziksel sağlık düzeyi ile yakından ilişkili olduğu; özel yaşam ve iş yaşamı arasındaki ilişkiye de dayandığı ileri sürülmektedir. Aynı zamanda öznel iyi oluş halinin mutluluğun temeli olduğu ifade edilmektedir (Egan, Chan ve Shorter, 2014, s.18). Öznel iyi oluş hali, farklı özelliklere sahip bireylerin yaşamlarına ilişkin değerlendirmeleri içermektedir (Muñoz ve Vergel, 2013, s.96). Öznel iyi oluş hali, duygusal (olumlu ve olumsuz duygular) ve bilişsel (yaşam tatmini) olmak üzere iki boyutlu bir yapıyı nitelendirmektedir. Öznel iyi oluş hali kapsamında mutluluğun; bireyin yaşam kalitesine yönelik öznel değerlendirmeleri içeren içsel bir yapının ifadesi olduğu düşünülmektedir (Kashdan, Diener ve King, 2008, s.221).

Genel olarak, yaşamın bilişsel ve duyuşsal açıdan değerlendirilmesi olarak tanımlanmaya çalışılan mutluluk kavramı bireyin; sevinç, gurur, güven, heyecan gibi olumlu duyguları sık yaşarken; öfke, korku, kaygı, nefret gibi olumsuz duyguları daha az yaşaması ve hayatının aile, iş, sosyal çevre gibi kesitlerinden de tatmin olduğunun bir göstergesi olarak nitelendirilmektedir (Doğan, Sapmaz ve Çötök, 2013, s.392). Bu bağlamda mutlu bireylerin olumlu duygular yaşamaları ve hayatlarında tatmin olmaları sebebiyle, karşılaştıkları olaylara bakış açılarının, tepkilerinin, tutum ve davranışlarının mutsuz bireylere göre daha farklı olması beklenmektedir. Bununla birlikte, mutlu bireylerin kişilerarası ilişkilerde ve iş yaşamında daha başarılı olmaları, yaşam sürelerinin daha uzun olması, fiziksel ve psikolojik açıdan daha sağlıklı olmaları mümkündür (Özdemir ve Koruklu, 2011, s.192).

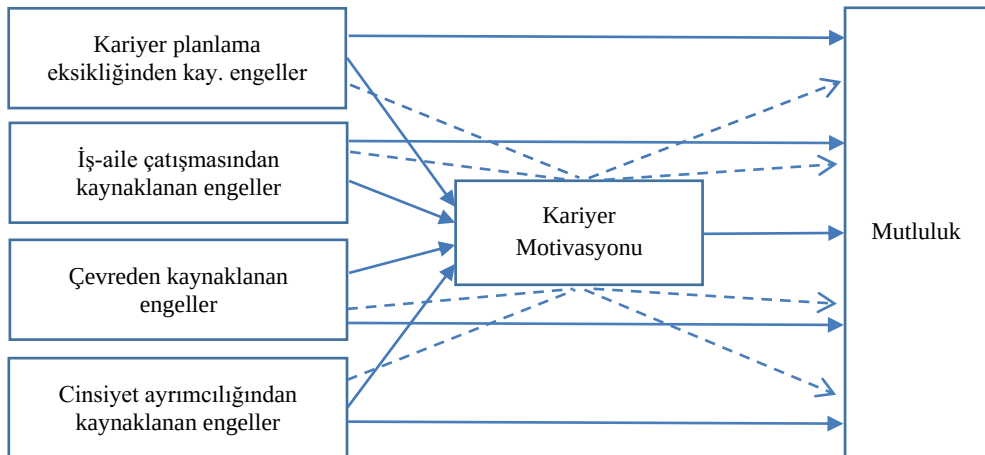
Kariyer Engelleri, Kariyer Motivasyonu ve Mutluluk Arasındaki İlişkiler

Hizmet endüstrisinin önemli bir kısmını oluşturan turizm sektöründe gün geçtikçe kadın işgörenlerin sayısının arttığı ancak çalışma yaşamında genel bir sorun olan kadın işgörenlere yönelik ayrımcılığın bu sektörde de olduğu görülmektedir. Özellikle turizm sektörünün uzun saatler ve tatil dönemlerinde çalışmayı gerektirmesi kadın işgörenlerin iş ve aile yaşamları arasında denge kurmasını zorlaştırmaktadır (Tükeltürk ve Perçin, 2008, s.114-122). Bu nedenle, kadın işgörenlerin, çalışma ve aile yaşamlarındaki rolleri bir arada yürütebilmeleri için fazlasıyla çaba harcamaları gerekmektedir. Diğer taraftan, iş ve aile yaşamında karşılaşılan talepler ve gereksinimler, kadınların üzerinde baskı oluşturmakta, rol çatışması yaşamlarına ve duygusal açıdan tükenmelerine yol açarak, yaşam tatmini düzeylerini azaltmaktadır (Anafarta, Sarvan ve Yapıcı, 2008, s.116). Kadınlar, iş ve aile yaşamındaki sorumlulukları; görev yaptıkları örgütün politika ve prosedürleri, sosyal çevre veya bireysel unsurlar nedeniyle dengeleyememekte ve kariyer ilerleme arzusu duymalarına rağmen; kariyerlerine yönelik faaliyetlerde bulunamamaktadırlar. Böylece, kariyer ilerleme isteği ve çalışma hayatında belirli bir konuma erişme arzusu içerisinde olan kadın işgörenlerin çeşitli sebeplerle karşılarına çıkan engelleri aşamamalarının; iş ve

sosyal yaşamlarında tatminsizliğe yol açarak, genel mutluluk düzeylerinin de olumsuz olarak etkilenmesine neden olması beklenebilir.

Literatürde, kariyer engellerinin bireysel ve örgütsel sonuçlarını ele alan, bu engellerin işgörenlerin tutum ve davranışlarını ne yönde etkilediğini inceleyen az sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. Var olan çalışmaların genelinde; kariyer engellerinin örgütsel bağlılık ve iş tatmini üzerindeki etkisi incelenmektedir. Briggs, Jaramillo ve Weeks (2011) çalışmalarında, kariyer engellerinin işgörenlerin örgütsel bağlılık ve iş tatmini düzeylerini olumsuz yönde etkilediği bulgusunu elde etmişlerdir. Chovwen (2007) ise çalışmasında kariyer engellerinin kadın işgörenlerin kariyer tatminlerini olumsuz yönde etkilediğine dikkat çekmiştir. İsmail ve İbrahim (2008) ise toplumsal, örgütsel ve aileden kaynaklanan kariyer engellerinin kadın işgörenlerin kariyer gelişimini etkilediğini belirtmektedir. Bununla birlikte, Özyer ve Orhan (2012) çalışmalarında kariyer engellerinin kadın işgörenlerin korku düzeyleri üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Diğer taraftan İnandı ve Tunç (2012) kariyer engellerinin kadın işgörenlerin iş doyumu düzeylerini etkilediğini ileri sürmüştür.

Kariyer engellerinin işgörenlerin iş rollerine, kariyerlerine ve sosyal yaşamlarına ilişkin birçok tutumu olumsuz yönde etkilemesi beklenebilir. Diğer bir ifadeyle, işgörenler tarafından algılanan kariyer engellerinin bireysel ve örgütsel olumsuz sonuçlar doğurabileceği ifade edilebilir. Bu doğrultuda, çalışmada otel işletmelerinde görev yapan kadın işgörenler tarafından algılanan kariyer engellerinin bireysel sonuçlar bağlamında değerlendirilebilen kariyer motivasyonu ve mutluluk üzerindeki etkisi irdelenmeye çalışılmaktadır. Bununla birlikte, kariyer engellerinin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonun aracılık rolünün araştırılması amaçlanmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda kariyer engelleri, kariyer motivasyonu ve mutluluk arasındaki ilişkilerin test edilmesi için geliştirilen araştırma modeli ve hipotezleri aşağıdaki gibidir:



*Modeldeki kesik çizgiler aracılık etkisini göstermektedir.

Şekil 1. Araştırma Modeli

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

H₁: Kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₂: İş-aile çatışmasından kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₃: Çevreden kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₄: Cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₅: Kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin kariyer motivasyonu düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₆: İş-aile çatışmasından kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin kariyer motivasyonu düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₇: Çevreden kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin kariyer motivasyonu düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₈: Cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan engeller kadın işgörenlerin kariyer motivasyonu düzeylerini negatif yönde etkilemektedir.

H₉: Kariyer motivasyonu kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.

H₁₀: Kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolü vardır.

H₁₁: İş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolü vardır.

H₁₂: Çevreden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolü vardır.

H₁₃: Cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolü vardır.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmanın Yöntemi

Kariyer engellerinin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonun aracılık rolünü belirlemeye yönelik olan bu çalışmada, öncelikle araştırmanın kapsamı, araştırmanın örnekleme ve araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra araştırma modelinde yer alan tüm değişkenlere keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmış, değişkenler arası birlikteliği belirlemek için korelasyon analizi

gerçekleştirilmiştir. Araştırma hipotezlerin test edilmesinde ise hiyerarşik regresyon analizi uygulanmış ve aracılığın kapsamlı olarak belirlenebilmesi için Sobel testi kullanılmıştır.

Araştırmanın Kapsamı ve Örneklemi

Araştırmanın konu açısından kapsamı; kariyer engelleri, kariyer motivasyonu ve mutluluk arasındaki ilişkilerin açıklanmasıyla sınırlandırılmıştır. Araştırmanın uygulama açısından kapsamını; kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen ve Antalya’da faaliyet göstermekte olan 4 adet beş yıldızlı otel işletmesinin kadın çalışanları oluşturmaktadır. Bu otellerin yönetimlerinden alınan izin doğrultusunda teslim edilen 250 adet anket formundan geriye dönen 170 adet (%68) anket formunun, 166 (%66) adedi değerlendirme kapsamına alınmıştır.

Araştırmanın Ölçekleri

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formlarının oluşturulmasında yabancı literatürden alınıp Türkçe’ye uyarlanan ölçekler kullanılmıştır. Ölçeklerin Türkçe uyarlanmasında İngilizce-Türkçe ve Türkçe-İngilizce çeviri yöntemi kullanılarak, çeviriler yabancı dil okutmanlarıyla gerçekleştirilmiştir. Ölçekler, Türkçe’ye çevrildikten sonra, pilot araştırma (n=30) vasıtasıyla gözden geçirilmiş ve gerekli düzeltmeler gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerde bulunan ifadelerin yanıtları için eşit aralıklı olduğu varsayılan beş aralıklı Likert tipi derecelendirme (“1=Kesinlikle katılmıyorum”...“5=Kesinlikle katılıyorum”) kullanılmıştır. Ayrıca anket formunda 4 adet demografik soruya yer verilmiştir.

Kariyer Engelleri Ölçeği: Kadın işgörenler tarafından algılanan kariyer engellerinin ölçülmesinde Swanson (1996)’un geliştirdiği kariyer engelleri envanterinin Raiff (2004) tarafından daraltılan şekli kullanılmıştır. Ölçekte, kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller 9 ifade (“kariyer hedefimin ne olduğundan emin değilim”, “çevremde alternatif kariyer fırsatları olduğunu düşünmüyorum” vb.); iş-aile çatışmasından kaynaklanan engeller 10 ifade (“aile hayatıma yönelik planlarım ile kariyer planlarım arasında çatışma yaşarım”, “ev yaşamındaki sorumluluklarım iş performansımı olumsuz etkiler” vb.); cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan engeller 6 ifade (“yöneticim, bayan olduğum için bana önyargılı davranır”, “bu işi yapan erkekler bayanlara göre daha çabuk terfi eder” vb.); çevreden kaynaklanan engeller 7 ifade (“ailem seçtiğim kariyer yolunu onaylamıyor”, “toplumda erkeklerin bu işi daha yaptığına dair bir önyargı var” vb.) olmak üzere 32 ifade yer almaktadır. Kariyer engelleri ölçeğine ilişkin verilere, ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlanması amacıyla açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi uygulanmıştır. Temel bileşenler analizinde, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri .933) göstermiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda 13 madde faktör yüklerinin 0.50’nin altında kalması sebebiyle analiz dışında bırakılmış ve kalan maddelerin dört faktörlü yapıya uyum sağladığı görülmüştür. Kalan maddelerin faktör yüklerinin .69 ile .86 arasında olduğu belirlenmiştir. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .94 olarak bulunmuştur.

Kariyer Motivasyonu Ölçeği: Kadın işgörenlerin kariyer motivasyonu düzeylerini ölçmek amacıyla Grzeda ve Prince (1997) çalışmasında yer alan ölçek kullanılmıştır. Ölçekte, kariyer esnekliği boyutuna ilişkin 8 ifade (“işimi veya çalıştığım yeri değiştirmek benim için normal bir durumdur”, “değişen çalışma şartlarına uyum sağlarım” vb.); kariyeri kavrama boyutuna ilişkin 5 ifade (“neyi iyi yapabileceğimi neyi yapamayacağımı biliyorum”, “ileriye yönelik belirli kariyer hedeflerim var” vb.); kariyer kimliği boyutuyla ilgili 8 ifade (“kariyer hedeflerime uygun bir yerde çalışmak isterim”, “edindiğim yeni bilgi ve deneyimlere göre kariyer hedeflerimi gözden geçiririm” vb.) olmak üzere toplam 21 ifade yer almaktadır. Temel bileşenler analizinde, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri .748) göstermiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda, 11 madde faktör yüklerinin 0.50’nin altında kalması sebebiyle analiz dışında bırakılmış ve kalan maddelerin üç faktörlü yapıya uyum sağladığı görülmüştür. Kalan maddelerin faktör yüklerinin .59 ile .88 arasında olduğu belirlenmiştir. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .71 olarak bulunmuştur.

Mutluluk Ölçeği: Kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini ölçmek amacıyla Hills ve Argyle (2002) çalışmasından elde edilen Oxford Mutluluk Envanterinin kısa formu kullanılmıştır. Toplam 8 ifadeden (“kendimden, mesleğim, işim, yaşantımdan memnunum”, “hayatın oldukça ödüllendirici olduğunu düşünüyorum” vb.) oluşan ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlanması amacıyla açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi uygulanmıştır. Temel bileşenler analizinde, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri .826) göstermiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda 1 madde faktör yükünün 0.50’nin altında kalması sebebiyle analiz dışında bırakılmış ve kalan 7 maddenin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiş, faktör yüklerinin ise .52 ile .77 arasında olduğu görülmüştür. Yapılan güvenirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .80 olarak bulunmuştur.

Keşfedici faktör analizlerinin sonucunda Lisrel 8.80 programı kullanılarak, doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve her bir ölçeğin uyum iyiliği değerleri hesaplanmıştır. Tablo 1’de araştırmanın ölçeklerine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları verilmektedir. Bu değerlerin, literatürde kabul edilen sınırlar içerisinde olduğu görülmektedir (Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003, s.52; Meydan and Şeşen, 2011, s.35).

Tablo 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucunda Ölçeklerin Uyum İyiliği Değerleri

Değişkenler	χ^2	d.f.	χ^2/df ≤ 5	GFI $\geq .85$	AGFI $\geq .80$	CFI $\geq .90$	NFI $\geq .90$	NNFI $\geq .90$	RMSEA ≤ 0.08
Kariyer Engelleri	241.50	145	1.66	0.87	0.83	0.99	0.97	0.98	0.064
Kariyer Motivasyonu	48.26	24	2.01	0.94	0.89	0.96	0.93	0.94	0.076
Mutluluk	21.29	13	1.63	0.97	0.93	0.98	0.96	0.97	0.066

ARAŞTIRMA BULGULARI

Demografik Bulgular

Kadın işgörenlerin %43'ü 21-26 yaş aralığında, %40'ı 27 yaş ve üzeri, %17'si ise 21 yaşın altındadır. Kadınların %46'sının lisans, %31'sinin lise ve %23'ünün ise ön lisans mezuniyet düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Kadınların, görev yaptıkları birimlere bakıldığında; %23'sinin önbüro, %25'sinin yiyecek ve içecek, %20'sinin kat hizmetleri, %20'sinin muhasebe ve insan kaynakları gibi idari bölümlerde, %11'inin ise mutfak bölümünde görev yaptığı görülmektedir. Çalışma sürelerine bakıldığında ise kadınların %46'sının 1-5 yıl arası, %30'unun 1 yıldan daha kısa bir süredir, %24'ünün ise 6 yıl ve daha uzun bir süredir aynı işletmede çalıştıkları görülmüştür.

Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırma verilerinin analizinde öncelikle korelasyon analizi gerçekleştirilmiş ve değişkenlere ilişkin ortalamalar hesaplanmıştır. Bu çerçevede, kadın işgörenlerin algıladıkları engellere, kariyer motivasyonu ve mutluluk düzeylerine ilişkin ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2. Değişkenlere ilişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S	1	2	3	4	5	6
Kariyer Planlama Eksikliği Kayn.	2.63	1.17	1					
İş-aile Çatışmasından Kayn.	2.60	1.02	.675**	1				
Cinsiyetten Kaynaklanan	2.34	1.00	.476**	.502**	1			
Çevreden Kaynaklana	2.64	1.03	.570**	.539**	.605**	1		
Mutluluk	3.20	.86	-.475**	-.395**	-.303**	-.392**	1	
Kariyer Motivasyonu	3.83	.57	-.336**	-.291**	-.109	-.264**	.378**	1

** $p < 0.01$

Tablo 2'deki korelasyon matrisindeki bulgular incelendiğinde, kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller ($r = -.475$, $p < 0,01$); iş-aile çatışmasından kaynaklanan engeller ($r = -.395$, $p < 0,01$); cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan engeller ($r = -.303$, $p < 0,01$) ve çevreden kaynaklanan engeller ($r = -.392$, $p < 0,01$) ile kadın işgörenlerin mutluluk düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller ($r = -.336$, $p < 0,01$); iş-aile çatışmasından kaynaklanan engeller ($r = -.291$, $p < 0,01$) ve çevreden kaynaklanan engeller ($r = -.264$, $p < 0,01$) ile kadın işgörenlerin kariyer motivasyonu düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Ayrıca kariyer motivasyonu düzeyi ile mutluluk düzeyi arasında ($r = .378$, $p < 0,01$) pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda, kariyer engellerinin kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini ve kariyer motivasyonu düzeylerini azaltması beklenmektedir. Diğer taraftan kariyer motivasyonunun ise kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini arttırabileceği ifade edilebilir.

Hiyerarşik Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırma hipotezlerinin test edilmesinde ve kariyer engellerinin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolünün açıklanmasında, Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen üç aşamalı regresyon analizinden yararlanılmıştır. Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen modele göre aracılık etkinin incelenebilmesi için aşağıdaki ön koşulların sağlanması gerekmektedir.

- 1) Bağımsız değişkenin (kariyer engelleri) bağımlı değişken (mutluluk) üzerinde bir etkisi olmalıdır.
- 2) Bağımsız değişkenin (kariyer engelleri) aracı değişken (kariyer motivasyonu) üzerinde bir etkisi olmalıdır.
- 3) Bağımsız değişken (kariyer engelleri), aracı değişken (kariyer motivasyonu) ile birlikte regresyon analizine dâhil edildiğinde, bağımsız değişkenin (kariyer engelleri) bağımlı değişken üzerindeki (mutluluk) katsayısı düşmeli aynı zamanda aracı değişkenin (kariyer motivasyonu) bağımlı değişken üzerindeki anlamlı etkisi (mutluluk) devam etmelidir.

Analizler sonucunda bağımsız değişkenin katsayısında düşüş olması kısmi aracılık etkisini, bu ilişkinin tamamen ortadan kalkması ise tam aracılık etkisini göstermektedir. Diğer taraftan bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişkilerin azalması ya da ortadan kalkmasının istatistiksel olarak açıklanabilmesi için de Sobel testinin kullanılması ve z değerinin hesaplanarak, anlamlılık düzeyine bakılması gerekmektedir (Gücel, 2013, s.181). Bu doğrultuda, kariyer engellerinin mutluluk üzerindeki etkisi ve kariyer motivasyonunun aracılık rolü hiyerarşik regresyon analizleri aracılığıyla incelenerek, Sobel testi yapılmıştır. Aracılık testine ilişkin bulgular Tablo 3 ve Tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 3. Kariyer Engellerinin Mutluluk Üzerindeki Etkisinde Kariyer Motivasyonun Aracılık Etkisi Sonuçları

Kariyer Engelleri	β	
	Kariyer Motivasyonu	Mutluluk
Kariyer Planlama Eksikliğinden Kaynaklanan Engeller	Test 1	
	Kariyer Planlama Eks.Kayn.	-.475***
	R ²	.225
	Düz. R ²	.221
		(F=47.741***)
	Test 2	
	Kariyer Planlama Eks.Kayn	-.336***
	R ²	.113
	Düz. R ²	.107
		(F=20.842***)
	Test 3	
	Kariyer Planlama Eks.Kayn	-.392***
	Kariyer Motivasyonu	.246**
	R ²	.279
	Düz. R ²	.271
		(F=31.593***)
	Sobel Test	z=2.95 p<0.01)

İş-Aile Çatışmasından Kaynaklanan Engeller	Test 1		
	İş-aile Çatışmasından Kayn.		-.395***
	R ²		.156
	Düz. R ²		.151
			(F=30.358***)
	Test 2		
	İş-aile Çatışmasından Kayn.	-.294***	
	R ²	.085	
	Düz. R ²	.079	
		(F=15.223***)	
	Test 3		
	İş-aile Çatışmasından Kayn.		-.311***
	Kariyer Motivasyonu		.287**
	R ²		.232
	Düz. R ²		.222
			(F=24.584**)
	Sobel Test	z=2.93	p<0.01)

p< 0.01 ** p< 0.001***

Tablo 3’de görüldüğü üzere; ilk aşamada kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisi incelenmiş ve kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan kariyer engellerinin mutluluğu $\beta = -.475$ ($p < 0.001$) negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H_1 hipotezi desteklenmiştir. İkinci aşamada, kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engellerinin kariyer motivasyonunu $\beta = -.336$ ($p < 0.001$) negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H_5 hipotezi desteklenmiştir. Bununla birlikte, kariyer motivasyonunun mutluluk üzerindeki etkisi incelenmiş ve kariyer motivasyonunun mutluluğu $\beta = .378$ ($p < 0.001$) pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H_9 hipotezi desteklenmiştir. Son aşamada ise, kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller, kariyer motivasyonu ile birlikte analiz edilerek, mutluluk üzerindeki etkileri incelenmiştir. Kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinin devam ettiği ancak $\beta = -.392$ ($p < 0.001$) olarak azaldığı, kariyer motivasyonunun mutluluk üzerindeki anlamlı etkisinin de $\beta = .246$ ($p < 0.01$) sürdüğü görülmüş, kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonun kısmi aracılık rolüne sahip olduğu belirlenmiş ve H_{10} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. Kariyer Engellerinin Mutluluk Üzerindeki Etkisinde Kariyer Motivasyonun Aracılık Etkisi Sonuçları

Kariyer Engelleri	β		
	Kariyer Motivasyonu	Mutluluk	
Çevreden Kaynaklanan Engeller	Test 1		
	Çevreden Kaynaklanan		-.392***
	R ²		.154
	Düz. R ²		.149
			(F=29.830***)
	Test 2		
	Çevreden Kaynaklanan	-.264**	
	R ²	.070	
	Düz. R ²	.064	
		(F=12.275**)	
	Test 3		
	Çevreden Kaynaklanan		-.314***
	Kariyer Motivasyonu		.295**
	R ²		.235
	Düz. R ²		.226
			(F=25.027***)
	Sobel Test	z=3.03	p<0.01)

p<0.01 ** p<0.001***

İş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisi incelendiğinde ise; iş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerin mutluluğu $\beta = -.395$ ($p < 0.001$) negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H₂ hipotezi desteklenmiştir. Ayrıca, iş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerinin kariyer motivasyonunu $\beta = -.294$ ($p < 0.001$) negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H₆ hipotezi desteklenmiştir. Diğer taraftan bu engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolü sorgulandığında; iş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinin devam ettiği ancak $\beta = -.311$ ($p < 0.001$) olarak azaldığı, kariyer motivasyonunun mutluluk üzerindeki anlamlı etkisinin de $\beta = .287$ ($p < 0.01$) sürdüğü görülmüştür. İş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonun kısmi aracılık rolüne sahip olduğu belirlenmiş ve H₁₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4’de; çevreden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisi incelenmiş; çevreden kaynaklanan engellerinin mutluluğu $\beta = -.392$ ($p < 0.001$) negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H₃ hipotezi desteklenmiştir. Bununla birlikte, çevreden kaynaklanan engellerinin kariyer motivasyonunu $\beta = -.264$ ($p < 0.01$) negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H₇ hipotezi desteklenmiştir. Diğer taraftan çevreden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolü sorgulandığında; çevreden kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinin devam ettiği ancak $\beta = -.314$ ($p < 0.001$) olarak azaldığı, kariyer motivasyonun mutluluk üzerindeki anlamlı etkisinin de $\beta = .295$ ($p < 0.01$) sürdüğü görülmüş, iş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun kısmi aracılık rolüne sahip olduğu belirlenmiş ve H₁₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan kariyer engellerinin, mutluluk üzerindeki etkisi incelendiğinde, bu engellerin kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini $\beta = -.303$ ($p < 0.001$) negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmüş ve H_4 hipotezi desteklenmiştir. Bununla birlikte, cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan engellerinin kariyer motivasyonunu $\beta = -.109$ ($p > 0.001$) anlamlı olarak etkilemediği görülmüş ve H_8 hipotezi desteklenmemiştir. Dolayısıyla, Baron ve Kenny (1996) tarafından önerilen şartların sağlanmaması (bağımlı değişkenin aracı değişken üzerinde anlamlı bir etkisi olmaması) nedeniyle cinsiyet ayrımcılığına dayalı kariyer engellerinin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun aracılık rolüne sahip olmadığı belirlenmiş ve H_{13} hipotezi desteklenmemiştir.

SONUÇ

Endüstri devrimi sonrasında tüm dünyada meydana gelen değişimlerin çalışma yaşamına ve sosyal yaşama olumlu yansımalarının olduğu görülmektedir. Endüstri devrimi, iş kollarının ve örgütlerinin sayısının artmasını sağlamakla birlikte, eğitim olanaklarını ve fırsatlarını da yaygınlaştırmıştır. Bu gelişmelerin, kadınların eğitim almasının ve çalışma yaşamında yer almasının zeminini oluşturduğu ve toplumdaki klasik rollerinin de belirli ölçülerde değişmesine yol açtığı görülmektedir. Böylece, toplumda kadınların meslek edinme, iş dünyasında aktif olarak rol alma, geleceğe yönelik hedefler belirleme ve kariyerlerinde ilerleme konusunda daha duyarlı hale gelmeye başladıklarını ifade etmek mümkündür. Ancak, kadınların çalışma ve kariyer elde etme konusunda istek ve heves duymalarına rağmen bazı engellerle karşılaştıkları, engelleri aşamadıkları durumda ise aile ve iş yaşamları arasında tercih yapmak zorunda kaldıkları kaçınılmaz bir gerçektir.

Günümüz iş yaşamında, kadın çalışanlar bazen kendi bilgi ve beceri eksikliklerinden, geleceğe yönelik kariyer planları yapmamalarından ve tam olarak hedeflerini belirlememelerinden dolayı bireysel engellerle karşılaşmakta ve kariyerlerini sonlandırmaktadırlar. Bazen ise ailevi sorumluluktan ve iş ile aile yaşamındaki rollerin çatışmasından kaynaklanan sorunlar sebebiyle bir tercih yapmak durumunda kalmaktadır. Bunlara ilaveten, toplumun değer yargıları, toplumdaki baskılar, aile üyelerinin olumsuz bakış açıları sebebiyle çevreden kaynaklanan engellere takılarak, iş yaşamına adım atamamakta veya kariyer ilerleme sürecinin içerisine dâhil olamamaktadırlar. Ayrıca çoğu zaman kadın çalışanların görev yaptıkları örgütün işe alım süreçlerinde, ücret ve terfi politikalarında cinsiyet temeline dayanan ayrımcılığa uğrayarak, kariyer engelleriyle karşılaştıkları görülmektedir. Birey, sosyal çevre, iş-aile yaşamı veya cinsiyet temelli olarak ortaya çıkan kariyer engellerinin; kadın işgörenlerin kariyer gelişimlerinin yavaşlamasına veya durmasına yol açmakla birlikte moral ve motivasyon düzeyleri üzerinde de olumsuz etkiler oluşturması beklenmektedir. Dolayısıyla, kadın çalışanlar tarafından algılanan kariyer engellerinin iş yaşamında getirdiği olumsuzlukların sosyal yaşama da yansıyabileceğini ve hayatın tümünde mutsuzluk oluşturabileceğini ifade etmek mümkündür.

Özellikle, iş yoğunluğu olan, uzun saatler, hafta sonu ve tatil günleri çalışmanın gerektirdiği otel işletmelerinde görev yapan kadınların da kariyer engelleriyle karşılaşabileceği, bu engeller sebebiyle tutum ve davranışlarının da olumsuz olarak etkileneceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, otel işletmelerinde çalışan kadınların algıladıkları kariyer engellerinin mutluluk düzeyleri üzerindeki etkisinde, kariyer motivasyonun rolünü açıklamaya çalışan araştırmada anlamlı bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma bulguları; kariyer planlama eksikliğinden, iş-aile çatışmasından, çevreden ve cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan kariyer engellerinin kadınların mutluluk düzeylerini olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Bu bağlamda, kadın işgörenlerin algıladıkları kariyer engellerinin mutluluk düzeylerini azalttığı ifade edilebilir. Kariyer engelleri kapsamlı olarak incelendiğinde, en çok kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engellerin en az ise cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan engellerin kadın işgörenlerin mutluluk düzeylerini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Elde edilen bu sonuç, araştırma kapsamındaki otel işletmelerinde görev yapan kadın işgörenlerin daha çok kariyer hedeflerinin belirli olmaması, kariyerlerine ilgi duymamaları veya kariyerlerine nasıl yön vereceklerini bilmemelerinden kaynaklı bireysel engellerle karşılaştıklarını göstermektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen diğer bulguya göre ise; kariyer planlama eksikliğinden, iş-aile çatışmasından, ve çevreden kaynaklanan engeller, kadınların kariyer motivasyonu düzeylerini olumsuz yönde etkilemekte ancak cinsiyet ayrımcılığına dayanan engeller ise kariyer motivasyonu üzerinde herhangi bir etki oluşturmamaktadır. Bu bağlamda, araştırma kapsamındaki işgörenlerin çok fazla cinsiyet ayrımcılığına dayalı engel algılamadığı ve bu engelin de kariyer motivasyonlarına yansımadağı ifade edilebilir. Ayrıca kariyer engelleri incelendiğinde, kadınların kariyer motivasyonlarının en fazla kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engelden etkilendiği görülmektedir. Diğer bir araştırma bulgusu; kadın işgörenlerin kariyer motivasyon düzeylerinin mutluluk düzeylerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bununla birlikte; kariyer planlama eksikliğinden, iş-aile çatışmasından, ve çevreden kaynaklanan kariyer engellerinin mutluluk üzerindeki etkisinde kariyer motivasyonunun kısmi aracılık rolüne sahip olduğu sonucu elde edilmiştir.

Araştırma bulguları; araştırma kapsamındaki kadın işgörenlerin mutluluk ve kariyer motivasyonu düzeylerinin en çok kariyer planlama eksikliğinden kaynaklanan engeller sebebiyle olumsuz olarak etkilendiğini göstermektedir. Otel işletmelerinin geçici ve sezonluk çalışanlar istihdam etmeleri, esnek çalışma saatlerine sahip olmaması, oldukça fiziksel ve zihinsel çaba gerektirmesi, kadın işgörenlerin bu sektörde kariyerlerine ilişkin kararlar verme, hedef belirleme ve kariyerlerini devam ettirme gibi konularda soru işaretlerinin oluşmasına neden olabilecektir. Dolayısıyla otel işletmelerinin aile dostu insan kaynakları politika ve prosedürleri uygulamalarıyla, kadın işgörenler tarafından algılanan bazı engellerin belirli bir ölçüde azaltılabileceği ifade edilebilir. Diğer bir ifadeyle, mesleki eğitim almış, nitelikli kadın işgörenlerin cezbedilmesi ve elde tutulması için otel

işletmelerine, kariyer planlama eksikliğinden ve iş-aile çatışmasından kaynaklanan engellerin azaltılmasını sağlayacak politika ve prosedürleri uygulamaları önerilebilir. Araştırmacılara ise; ileride aile dostu politika ve prosedürlerin kariyer engelleri, kariyer motivasyonu ve mutluluk üzerindeki etkisinin incelenmesi önerilebilir. Bununla birlikte, araştırmanın otel işletmelerinde yönetsel kademelerde görev yapan kadın işgörenler üzerinde uygulanması sonucunda yönetici olan ve olmayan kadınlar tarafından algılanan kariyer engelleri arasındaki farklar incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Almıaçık, Ü., Almıaçık, E., Akçin, K. ve Erat, S. (2012). Relationships between career motivation, affective commitment and job satisfaction. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 355-362.
- Anand, A. (2014). Overcoming obstacles to career advancement: A study of female executives in India's service sector. *The IUP Journal of Organizational Behavior*, 13 (2), 58-77.
- Akpınar-Sposito, C. (2013). The glass ceiling: Structural, cultural and organizational career barriers for french and Turkish women executives. *Le 24ème congrès de l'AGRH*, Paris, France.
- Anafarta, N., Sarvan, F. ve Yapıcı, N. (2008). Konaklama işletmelerinde kadın yöneticilerin cam tavan algısı: Antalya ilinde bir araştırma. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 15, 111-137.
- Baron, R. M. ve D. A. Kenny (1986) . The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173–1182.
- Bester, J. (2011). *The perception of career barriers Among south African university students (Unpublished Master Thesis)*. Stellenbosch University.
- Bown-Wilson, D. ve Parry, E. (2013). Career progression in older managers. *Employee Relations*, 35 (3), 309-321.
- Briggs, E., Jaramillo, F. ve Weeks, W.A. (2011). Perceived barriers to career advancement and organizational commitment in sales. *Journal of Business Research*, 65, 937–943.
- Bruin, K. ve Yiannakis, C. (2012). Self-directed learning, job demands and job resources as predictors of job satisfaction among South African women. *African Journal of Business Management*, 6 (27), 8126-8135.
- Burke, R. J. ve Mattis, M.C. (2005). *Advancing women's careers: small wins but unfinished business*. In R.J. Burke & M.C. Mattis (Eds), *Supporting Women's Career Advancement: Challenges and Opportunities*, UK: Edward Elgar Publishing.
- Chowwen, C. (2007). Barriers to acceptance, satisfaction and career growth. *Women in Management Review*, 22 (1), 68-78.
- Creed, P.A., Patton, W. ve Bartrum, D. (2004). Internal and external barriers, cognitive style, and the career development variables of maturity and indecision. *Journal of Career Development*, 30 (4), 277-294.

- Count, B.S., Franklin, J., Brodaty, N.E. ve Brodaty, H. (2013). Exploring the causes of subjective well-being: A content analysis of peoples' recipes for long-term happiness. *Journal Happiness Studies*, 14, 475–499.
- Cross, C. ve Linehan, M. (2006). Barriers to advancing female careers in the high-tech sector: empirical evidence from Ireland. *Women in Management Review*, 21(1), 28-40.
- Day, R. ve Allen, T.D. (2004). The relationship between career motivation and self-efficacy with protégés career success. *Journal of Vocational Behavior*, 64, 72–91.
- Demir, M., Özen, A. Doğan, A., Bilyk, N.A. ve Tyrell, F.A. (2011). I matter to my friend, therefore I am happy: Friendship, mattering, and happiness, *Journal Happiness Studies*, 12, 983-1005.
- Demir, M. ve Özdemir, M. (2010). Friendship, need satisfaction and happiness, *Journal Happiness Studies*, 11, 243–259.
- Doğan, T. ve Sapmaz, F. (2012). Oxford mutluluk ölçeği Türkçe formunun psikometrik özelliklerinin üniversite öğrencilerinde incelenmesi. *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi*, 25, 297-304.
- Doğan, T., Sapmaz, F. ve Çötök, N.A. (2013). Öz-eleştiri ve mutluluk. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21 (1), 391-400.
- Domenico, D.M. ve Jones, K.H. (2006). Career aspirations of women in the 20th century. *Journal of Career and Technical Education*, 22 (2), 1-7.
- Egan, V., Chan, S. ve Shorter, G.W. (2014). The Dark Triad, happiness and subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 67, 17–22.
- Fabian, E.S. Ethridge, G. ve Beveridge, S. (2009). Differences in perceptions of career barriers and supports for people with disabilities by demographic, Background and case status factors. *Journal of Rehabilitation*, 75 (1), 41-49.
- Field, L.K. ve Buitendach, J.H. (2011). Happiness, work engagement and organisational commitment of support staff at a tertiary education institution in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology*, 37(1), 1-10.
- Fowke, K.G. (1998). Layoffs and Survivors' Career Motivation, Industrial Relations Centre, Queen's University, IRC Press.
- Gücel, C. (2013). Örgütsel bağlılığın örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi örgütsel adaletin aracılık rolü: İmalat işletmelerine yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 173-190.
- Grzeda, M.M. ve Prince, J.B. (1997) Career motivation measures: A test of convergent and discriminant validity. *The International Journal of Human Resource Management*, 8(2), 172-196.
- Hills, P. ve Argyle, M. (2002). The Oxford happiness questionnaire: A compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 33, 1073–1082.
- Ismail, M. ve Ibrahim, M. (2008). Barriers to career progression faced by women. *Gender in Management: An International Journal*, 23 (1), 51 – 66.

- İnandı, Y. ve Tunç, B. (2012). Kadın öğretmenlerin kariyer engelleri ile iş doyumu düzeyleri arasındaki ilişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 203-222.
- Kashdan, T. B., Diener, R. B. ve King, L. A. (2008). Reconsidering happiness: The costs of distinguishing between hedonics and eudaimonia. *The Journal of Positive Psychology*, 3(4), 219-233.
- Lee, S.H., Yu, K. ve Lee, S.M. (2008). A typology of career barriers. *Asia Pacific Education Review*, 9(2), 157-167.
- Lopes, T.P. (2006). Career development of foreign-born workers: Where is the career motivation research? *Human Resource Development Review*, 5, 478-493.
- London, M. (1983). Toward a theory of career motivation. *Academy of Management Review*, 8, 620-630.
- Meydan, C.H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları* (1.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Muñoz, A.R. ve Vergel, A.I.S. (2013). Happiness and well-being at work: A special issue introduction. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 29, 95-97.
- Önder, N. (2013). Türkiye’de kadın işgücünün görünümü. *Çalışma Dünyası Dergisi*, 1(1), 35-61.
- Özdemir, Y. ve Koruklu, N. (2012). Üniversite öğrencilerinde değerler ve mutluluk arasındaki ilişkinin incelenmesi. *YYÜ, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(1), 190-210.
- Özyer, K. ve Orhan, U. (2012). Cam tavan sendromunun çalışanların korku düzeylerine etkisi var mıdır? Eğitim sektörü üzerinde bir uygulama. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5 (8), 971-987.
- Pas, B., Peters, P., Eisinga, R., Doorewaard, H. ve Lagro-Janssen, T. (2011). Explaining career motivation among female doctors in the Netherlands: The effects of children, views on motherhood and work-home cultures. *Work, Employment and Society*, 25(3) 487–505.
- Punch, R., Creed, P.A. ve Hyde, M.B. (2006). Career barriers perceived by hard-of-hearing adolescents: Implications for practice from a mixed methods study. *Journal of Deaf Studies and Deaf Education*, 11(2), 224-237.
- Raiff, G.W. (2004). *The influence of perceived career barriers on college women's career planning* (Unpublished Doctoral Thesis), University of North Texas, USA.
- Ryan, R.M. ve Deci, E.L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review Psychology*, 52, 141–166.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research*, 8 (2) pp.23-74.
- Simpson, R., Sturges, J., Woods, A. ve Altman, Y. (2004). Career progress and career barriers: Women MBA graduates in Canada and the UK. *Career Development International*, 9 (5), 459 – 477.

- Tadić, M., Bakker, A.B. ve Oerlemans, W.G.M. (2013). Work happiness among teachers: A day reconstruction study on the role of self-concordance. *Journal of School Psychology*, 51, 735–750.
- Tükeltürk, Ş.A. ve Perçin, N. Ş. (2008). Turizm sektöründe kadın çalışanların karşılaştıkları kariyer engelleri ve cam tavan sendromu: Cam tavanı kırmaya yönelik stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 113-128.
- Uşen, Ş. ve Delen, M. (2011). Eğitimli kadınların çalışma hayatına ilişkin tercihleri: İstanbul örneği. *Kamu-İş Dergisi*, 11 (4), 127-182.
- Werner, J.M. ve DeSimone, R.L. (2012). *Human Resource Development* (6th edition), USA: South-Western Cengage Learning.
- Veenhoven, R. (1995). The cross-national pattern of happiness: Test of predictions used in three theories of happiness. *Social Indicators Research*, 34(1), 33–68.
- Yates, D. (2009). *The relationship between personality traits and perceived career barriers amongst young adults in South Africa (Unpublished Master Thesis)*, University of Johannesburg, South Africa.

İSTANBUL'DA FAALİYET GÖSTEREN DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞAN YİYECEK-İÇECEK HİZMETLERİ (F&B) PERSONELİNİN KARIYER ENGELLERİ

Ümit SORMAZ

*Yrd. Doç. Dr., Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi
usormaz@konya.edu.tr*

Eda GÜNEŞ

*Yrd. Doç. Dr., Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi
egunes@konya.edu.tr*

Yasin BİLİM

*Yrd. Doç. Dr., Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi
yasinbilim@yahoo.com.tr*

ÖZET

Kariyer gelişimi; kişinin yaşam süreci boyunca iş ile ilgili pozisyonları ve deneyimleri düşünülerek yapılan mesleki ilerleme olarak ifade edilmektedir. Bu çalışma, İstanbul'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan yiyecek-İçecek personelinin (F&B) kariyer engellerinin belirlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Sosyo-demografik özellikler ve kariyer engeline ait sorular bulunan anketler rastgele örneklemeyle seçilen F&B personeline uygulanarak elde edilen veriler SPSS 17.0 programında istatistiki olarak değerlendirilmiştir. Çalışmada, otel işletmelerinde çalışan F&B personelinin sosyo-demografik olarak benzer olmasına rağmen kariyer geliştirme sürecinden farklı etkilendiği, 4 yıldızlı otel çalışanlarının önemli kısmı çalıştıkları işletmenin sahiplik yapısı (%25,3) ve bulunduğu yer (%24,1) açısından kariyer planlarına engel olduğunu düşünmektedir. Ayrıca personelin eğitim düzeylerinin yetersiz olması turizm sektöründe kariyer engeli açısından en büyük sorun olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Yiyecek-İçecek Hizmetleri, Kariyer Engeli.*

GİRİŞ

Kariyer, bireyin belirli bir işte gösterdiği ilerleme ya da yaşamı boyunca yapmış olduğu işlerin toplamı olarak kabul edilmektedir (Kitapçı ve Sezen, 2002). Bireyin hayatı boyunca mesleki etütler ve davranışlarından kazandığı tecrübelerin tümü olarak ifade de edilen kariyer 1970'li yıllarda ele alınmaya başlamıştır (Güney, 2004; Sevinç, 2010). Günümüzde kariyer kavramı günlük konuşmalarda; ilerlemek, meslek, iş hayatı, başarı, kişinin iş hayatı boyunca üstlendiği rolleriyle ilgili deneyimleri anlamında kullanılmaktadır (Sevinç, 2010).

Geleneksel kariyer yaklaşımı, bir çalışanın aynı meslek alanı içinde bir işten diğerine dikey olarak (yukarıya doğru) ilerlediği, tek bir meslekte veya işin fonksiyonel bir alanı içinde çalışanların yukarıya doğru hareket ederek ilerlediği yol kariyer yolu olarak tanımlanmaktadır (Soysal, 2003). Hızla değişen iş dünyasında yaşanan değişim yöneticilerin daha nitelikli elemanları işte tutma, daha güvenli ve hızlı bir biçimde gelişimlerini sağlama amacı gütmekte, çalışanlar ise, işlerine daha ciddi bir biçimde

sarılarak mevcut yeteneklerini sürekli ilerletecek, geliştirecek ve örgüt içinde ilerlemelerini sağlayacak çabalar içerisine girmektedirler (Mayrhofer ve ark., 2005).

Kariyer geliştirme, bireyin kariyerini etkileyen psikolojik, sosyolojik, ekonomik, eğitimsel, fiziksel ve kültürel faktörlerin birbirleri ile etkileşimde bulunduğu, ömür boyu süren bir süreçtir (Brown, 2003). Kariyer seçiminde kültürel ve sosyal etkenlerin varlığı önem taşımaktadır. Bu etkenler, sosyal sınıf, aile statüsü, ailenin gelir düzeyi gibi faktörleri içermektedir (Aytaç, 2005). Bazı insanların kariyer seçimi yapamadıkları söylenebilir. Oysa kariyer seçimi beklenmedik bir biçimde gerçekleşmiş de olabilmektedir. Ama planlanmış olduğu halde dahi, insanların hedeflerine erişmiş olduğu anlamını taşımamaktadır (Baruch, 2004). Çağımızın koşulları, hem organizasyonlar hem de çalışanlar açısından çalışma ilişkilerinde ve biçimlerinde önemli değişiklikler oluşturmuştur. Organizasyon yapılarından, çalışma saatlerine, iş güvencesinden, kariyer tercihlerine kadar birçok konuda geleneksel yaklaşımdan uzaklaşmıştır. Çalışanların kariyerle ilgili yeni, birtakım güncel sorunlarla karşı karşıya oldukları görülmektedir (Dündar, 2010).

Kariyer engelleri, bireyin çalışma yaşamında beklediği yükselme, yetki, prestij ve ücret gibi sonuçları elde edebilmesinin önünü kesen ve kendisinden kaynaklanmayan etkenleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Anafarta ve ark., 2008). Turizm sektöründe kariyerle ilgili çalışmalara bakıldığında, kariyer imkanları ve kariyer engelleri yönünden turizm çalışanları açısından tartışmaların olduğu, ancak bu tartışma ve çalışmaların henüz çok yeni olduğu görülmektedir (Ayres, 2006). Sektörün kendine has özellikleri, ücret dengesizliği, yönetsel sorunlar, çalışma koşulları, sosyal imkanlar gibi konular turizmde kariyer geliştirme ile ilgili çalışmaların tartışma alanlarından olmuştur (Üngören, 2008). Farklı boyutlarıyla turizm sektöründe kariyer imkanları özellikle pratikte çok tartışmalı hale gelmiştir. Bu tartışmalar farklı alt departmanlardan oluşan otel işletmelerinde de yoğunlaşmaktadır. Her departmanın işleyiş ve personel şartlarına bağlı olarak kariyer imkanları değerlendirilmesi gereken bir konu haline gelmektedir. Bu bağlamda çalışma, otel işletmelerinde çalışan yiyecek-içecek hizmetleri personelinin kariyer engellerinin değerlendirilmesi amacıyla yürütülmüştür.

LİTERATÜR ÖZETİ

Teknolojik gelişmelere rağmen hizmet üretiminde insan rolü devam etmektedir. Turizm sektörü de yoğun bir emek gerektirmektedir (Kuşluvan, 2003). Üretim ve tüketimin eş zamanlı olması, eğitilmiş, nitelikli işgücünün önemini ortaya çıkarmaktadır (Yurtseven ve Dönmez, 2003). İşgücünün önemiyle birlikte, sayısal anlamda yoğun olan bu işgücünün yönetilmesi, sektör içinde yönlendirilmesi ve uygun iş – uygun personel eşleştirmesinin zorlukları da vurgulanmalıdır. Turizm sektörü farklı disiplinlere sahip, alt çalışma alanları bulunan (konaklama, seyahat vd.), küçüklü - büyüklü çok çeşitli işletmenin yer aldığı bir sektör olarak da, işgücünün kariyer gelişimiyle ilgili tanımlamaların zorlaştığı bir uygulama alanı olduğu görülmektedir (Ayres, 2006). Demirdelen ve Ulama'nın (2013)

ifadelerine göre, her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de çalışanlar sorunsuz bir çalışma ortamı, yüksek kariyer imkanları ve terfi imkanlarından faydalanma gibi beklentiler içindedir. Bu beklentiden hareketle, konaklama sektörünün kariyer hareketliliğinin yoğun olduğu bir sektör olduğu gerçeği de gözler önündedir (Türkay ve Eryılmaz, 2010).

Ayres'e (2006) göre, otel işletmeleri özelinde turizm sektöründe kariyer gelişimi konusunda çok fazla bilimsel çalışma yapılmamıştır. Turizm sektöründe kariyer geliştirme konusunda yapılan değerlendirmede vurgulanan en önemli nokta, turizm sektörünün çok farklı ve geniş çalışma alanlarına sahip olduğudur. Buna bağlı olarak, sektörün içinde eğitimli-eğitimsiz, sektörle ilişkili-ilişkisiz, doğrudan-dolaylı yönde turizm alanında hizmet veren işgücü oranı yüksektir. Dolayısıyla turizm sektöründe kariyer gelişiminde karmaşık ve sınırları çok zor çizilen farklı yollar bulunmaktadır. Konaklama başta olmak üzere, kongre organizasyonu da dahil, rehberlik, ulaşım gibi alanlar bile kendi içinde çok fazla alt çalışma ve kariyer yollarına sahiptir (Ayres, 2006; McKercher ve ark., 1995). Tüm bu karmaşıklık başlı başına kariyer gelişiminin önündeki engeller olarak ortaya koyulabilmektedir. Aksoy ve Metin'in (2005) konaklama işletmelerinde departmanlar arası çatışmanın sebeplerini inceledikleri çalışmalarında, çatışmanın oluşmasında en önemli etken olarak "adil terfilerin yapılmaması" olduğu ortaya çıkarılmıştır. Buna göre otel işletmelerinde kariyer engellerinden en önemlisi terfi konusunda adil olunmaması olarak görülmektedir. diğer bir faktör olarak turizm sektöründe çalışmaya başlangıç şekli de kariyer engeli açısından değerlendirilmiştir. Turizm işletmelerinde çalışanların bir kısmı, alt kademelerden başlayarak belirli bir noktaya gelmişlerdir. Bir kısmı ise, herhangi bir seviyede turizm eğitimi aldıktan sonra sektöre girmiştir. Bu durum "okullu-alaylı" ayrımını kariyer hedefi açısından engel teşkil eder bir boyuta taşıyabilmektedir (Gürkan, 2005).

Turizm sektöründe kariyer engelleri konusunda farklı çalışmalar olmakla birlikte, bu çalışmaların önemli bir kısmı cinsiyet ayrımına dayalı kariyer engelleri ile ilgilidir. Sparrowe ve Iverson (1999), cinsiyet üzerine konaklama sektöründe yapılan çalışmalarda, kadınların konaklama sektöründe istihdam edilmelerindeki artışın bu sektörün cinsiyet açısından nötr hale geldiğini işaret ettiğini, ancak idare düzeyinde daha fazla temsil edilmelerine rağmen, kadınlar yaptıkları iş için eşit derecede ödül almadıklarını saptamıştır. Zeybek (2010), 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin üst yönetiminde bulunanların %73'ünün turizm sektöründe kadınlara yönelik engeller bulunduğuna inandığını belirtirken, bu oranı alt kademedeki çalışanlar arasında %89 olarak belirlemiştir; işletmede kariyer planlarını geliştirmek adına verilen terfilerde cinsiyet ayrımcılığının yapılmasına ilişkin alt kademedeki çalışan personelin %11'inin, üst kademedeki çalışan personelin ise %60'ının terfilerde cinsiyet ayrımcılığının gözetilmediğine inandığını; kadın çalışanların %53'ünün, erkek çalışanların ise %15'inin terfilerde cinsiyet ayrımcılığının yapıldığına inandıklarını (Güzel, 2009).

Yapılan farklı çalışmalarda, F&B departmanına ve eğitim programlarına tercih edilecek adayların bilinçli ve istekli bireyler olması halinde, sektörü ve F&B departmanını tesadüfen seçmediklerinden kariyer planlarını yapma ve gerçekleştirmede daha başarılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Aksu ve Köksal, 2005; Chen ve Gürsoy, 2007; Roney ve Öztin, 2007; Pizam ve Shani, 2009). Zengin ve diğ. (2011), turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin mezun olduktan sonra, iyi bir iş bulabilmeleri ve kariyerlerinde başarılı olabilmeleri için üniversitelerde verilen dersler kadar, öğrencilerin ilgi ve kişisel becerilerine uygun kariyer düşüncelerini belirlemesini ve bu hedeflere ulaşmalarını sağlayacak etkili bir kariyer planı geliştirmelerinin önemli olduğunu vurgulamaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırma, otel işletmelerinde çalışan yiyecek-içecek hizmetleri personelinin kariyer engellerinin değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın evreni İstanbul'da faaliyet gösteren beş ve dört yıldızlı otel işletmeleri yiyecek-içecek hizmetleri (F&B) personelinin oluşmaktadır. İstanbul'da faaliyet gösteren 72 adet 5 yıldızlı, 100 adet 4 yıldızlı otel işletmesi bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Otel işletmelerinde çok sayıda F&B personelinin çalışması, tüm hedef kitleye ulaşmada, zaman ve maliyet kısıtlılıkları gibi problemleri ortaya çıkaracağından (Pelit ve Öztürk, 2010), araştırmada, rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 5 ve 4 yıldızlı otellerden araştırmaya katılmayı kabul edenler örneklem seçilerek yürütülmüştür. Çalışmada kullanılan anketler, araştırmaya katılmaya gönüllü olan örneklemdeki 340 F&B personeline yürütülmüştür.

Verilerin toplanmasında kullanılan anket, daha önce yapılan benzer çalışmalarda kullanılan sorulardan yararlanılarak hazırlanmıştır (Güzel, 2009; Aydın, 2010; Zeybek, 2010). Soru formu; personelin demografik özellikleri ve işyerinde kariyer engellerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 17.0 programı kullanılmıştır. Değerlendirilen veriler sayı, yüzde ve Khi-kare testi ile tablolar halinde gösterilmiştir (Büyüköztürk, 2004; Eymen, 2007).

BULGULAR

Çalışmaya; İstanbul'un farklı ilçelerde faaliyet gösteren rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesinden, 3 adet 4 yıldızlı ve 3 adet 5 yıldızlı otel olmak üzere toplam 6 otel işletmesinde çalışan 340 F&B personeli katılmıştır.

Çalışmaya katılan F&B personelinin %76,2'si erkek, % 23,8'i bayandır. Personelin demografik özellikleri incelendiğinde; %42,9'u 41-50 yaş aralığında ($p<0.05$), %65,9'u evli, %23,2'si 2 çocuk sahibidir. Personelin %37,9'u ilköğretim mezunu, %11,8'i meslek lisesinden mezunuyken, sadece %10,13'i üniversite (Ön lisans ve lisans) mezunudur ($p<0.001$). Personelin; %24,1'i 21-25 yıl, %23,8'i 16-20 yıl ve %16,2'si 11-15 yıl sektörde çalışmıştır (Tablo 1).

F&B personelinin çalıştıkları otellerin sahiplik durumuna göre değerlendirildiğinde; 4 yıldızlı otellerde çalışan personelin çoğunluğunun (%56,5) ulusal zincir otellerde ve

%8,8'inin uluslararası zincir otellerde; 5 yıldızlı otel personelin çoğunluğunun ise (%84,1) uluslararası zincir oteller ve %5,3'ünün ulusal bağımsız otellerde çalıştığı tespit edilmiştir. Bu durum (F&B personelinin çalıştıkları otellerin sahiplik durumuna göre dağılımı) istatistiksel açıdan önemli bulunmuştur ($p<0.001$) (Tablo 2).

Tablo 1. F&B personelinin otellerin yıldız derecesine göre demografik özellikleri

Değişkenler	4 Yıldızlı Oteller		5 Yıldızlı Oteller		TOPLAM		
	n	%	n	%	n	%	
Cinsiyete Göre Dağılım							
Kadın	40	23.5	41	24.1	81	23.8	$\chi^2=0.016$
Erkek	130	76.5	129	75.9	259	76.2	p=0.899
Yaşa Göre Dağılım							
18-25 yaş	29	17.0	30	17.6	59	17.4	$\chi^2=12.897$ p<0.05
26-30 yaş	31	18.2	22	12.9	53	15.6	
31-40 yaş	19	11.2	7	4.2	26	7.6	
41-50 yaş	72	42.4	74	43.5	146	42.9	
51 yaş ve üstü	19	11.2	37	21.8	56	16.5	
Medeni Duruma Göre Dağılım							
Bekar	56	3.9	51	30.0	107	31.5	$\chi^2=0.505$
Evli	109	64.2	115	67.6	224	65.9	p=0.777
Dul	5	2.9	4	2.4	9	2.6	
Çocuk Sayısına Göre Dağılım							
Çocuk sahibi değil	69	40.6	59	34.7	128	37.6	$\chi^2=9.786$ p=0.082
1 çocuk sahibi	21	12.4	9	5.3	30	8.8	
2 çocuk sahibi	32	18.8	47	27.7	79	23.2	
3 çocuk sahibi	32	18.8	39	22.9	71	20.9	
4 ve daha fazla çocuk sahibi	16	9.4	16	9.4	32	9.5	
Eğitim Durumuna Göre Dağılım							
İlkokul	62	36.5	67	39.4	129	37.9	$\chi^2=36.947$ p<0.001
Ortaokul	58	34.1	50	29.4	108	31.8	
Anadolu lisesi	23	13.5	5	2.9	24	7.1	
Meslek lisesi mutfak bölümü	5	2.9	19	11.2	24	7.1	
Meslek lisesi servis bölümü	13	7.6	3	1.8	16	4.7	
Meslek yüksek okulu	9	5.3	20	11.8	29	8.5	
Üniversite	0	0.0	6	3.5	6	1.8	

Sektörde Çalışma Yılına Göre Dağılım

1 yıldan az	5	2.9	9	5.3	14	4.1	
1-5 yıl	16	9.4	19	11.2	35	10.3	
6-10 yıl	19	11.2	12	7.1	31	9.1	$\chi^2=8.479$
11-15 yıl	32	18.8	23	13.5	55	16.2	$p=0.205$
16-20 yıl	39	22.9	42	24.7	81	23.8	
21-25 yıl	34	20.0	48	28.2	82	24.1	
26 yıl ve üstü	25	14.7	17	10.0	42	12.4	
TOPLAM	170	100.0	170	100.0	340	100.0	

F&B personelinin çalıştıkları departman incelendiğinde; 4 yıldızlı otel çalışanlarının %61,2'sinin, 5 yıldızlı otel çalışanlarının ise %64,6'sının mutfakta çalıştıkları belirlenmiştir. F&B personelinin çalıştıkları otellere göre çalıştıkları departmanın dağılımı istatistiksel açıdan önemli bulunmuştur ($p<0.001$) (Tablo 2).

Çalışmaya katılan F&B personelinin sektörde çalışmak için aldığı eğitim istatistiksel açıdan önemli bulunmuş ($p<0.05$); buna göre 4 yıldızlı otel çalışanlarının büyük çoğunluğu (%67,1) çekirdekten yetişirken sadece %15,9'u okul mezunu oldukları; 5 yıldızlı otel çalışanların ise %54,7'sinin çekirdekten yetiştiği ve % 28,2'sinin okul mezunu oldukları tespit edilmiştir (Tablo 2).

Çalışmada istatistiksel olarak önemli ($p<0.001$) bulunan F&B personelinin sektörde çalışma yeterliliğine göre; 4 yıldızlı otel çalışanlarının büyük çoğunluğunun (%58,8) herhangi bir diploması veya belgesinin olmadığı; 5 yıldızlı otel çalışanlarının ise %76,5'inin diploması veya belgesinin olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan F&B personeli; 4 yıldızlı otel işletmelerinin kariyer planlarını gerçekleştirmede engel olduklarını (%71,8) düşünürken, 5 yıldızlı otelde ise bu düşüncenin bulunmadığını (%78,8) tespit edilmiştir. 4 yıldızlı otel çalışanları önemli kısmı çalıştıkları işletmenin sahiplik yapısı (%25,3) ve bulunduğu yer (%24,1)'den dolayı kariyer planlarına engel olduğunu düşünmekte olduğu bulunmuştur. Bu durum (otellerin yıldız derecesine göre kariyer planlarına engel olma durumları ve sebepleri) istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.001$) (Tablo 3).

İstatistiki açıdan önemli ($p<0.001$) bulunan F&B personelinin kariyer planları açısından işletmelere göre dağılımında; 4 yıldızlı otel işletmelerinin kariyer planları açısından herhangi bir tedbir almadıkları (%68,8), 5 yıldızlı otellerin ise bütün etkinliklerin yapıldığı ve çalışanların katıldıkları (%89,4) belirlenmiştir (Tablo 3). Bununla birlikte kariyer planları açısından otellerin tedbir alma durumlarında; 4 yıldızlı otellerin yeterince profesyonel olmadığı (%69,4), 5 yıldızlı otellerin ise profesyonel olduğunun (%91,2) düşünüldüğü, ayrıca 5 yıldızlı otellerin çalışanları tatmin etmesine (%85,9) rağmen 4

yıldızlı otellerin çalışanları yeterince tatmin etmediği (%81,2) tespit edilmiş ve bu durum istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.001$) (Tablo 3).

Tablo 2. F&B personelinin otellerin yıldız derecesine göre çalışma durumları

Değişkenler	4 Yıldızlı Oteller		5 Yıldızlı Oteller		TOPLAM		
	n	%	n	%	n	%	
Çalıştıkları Otelin Sahiplik Durumuna Göre Dağılım							
Ulusal bağımsız otel	59	34.7	9	5.3	68	20.0	$\chi^2=193.829$
Ulusal zincir otel	96	56.5	18	10.6	114	33.5	p<0.001
Uluslararası zincir otel	15	8.8	143	84.1	158	46.5	
Çalıştıkları Departmana Göre Dağılım							
Servis departmanı	66	38.8	60	35.4	126	37.0	$\chi^2=58.392$
Mutfak departmanı	104	61.2	110	64.6	214	63.0	p<0.001
Sektörde Çalışmak İçin Aldığı Eğitime Göre Dağılım							
Çekirdekten yetişme	114	67.1	93	54.7	207	60.9	$\chi^2=8.295$
Özel yetiştirme kurslarından	16	9.4	18	10.6	34	10.0	p<0.05
MEB meslek edindirme kurslarından	13	7.6	11	6.5	24	7.1	
Okulda mezun olduğum bölümden	27	15.9	48	28.2	75	22.1	
Sektörde Çalışma Yeterliliğine Göre Dağılım							
Belge veya diploması yok	100	58.8	40	23.5	140	41.2	
Kalfalık Belgesi'ne sahip	8	4.7	15	8.8	23	6.8	$\chi^2=56.997$
Ustalık Belgesi'ne sahip	6	3.5	38	22.4	44	12.9	p<0.001
Kurs bitirme belgesine sahip	29	17.1	29	17.1	58	17.1	
Diplomaya sahip	27	15.9	48	28.2	75	22.0	
TOPLAM	170	100.0	170	100.0	340	100.0	

Çalışmada 4 yıldızlı oteller işletmelerinde görevde yükselme politikasının çalışanların mesleki ve kişisel gelişimine göre yapılmadığı (%55,9), 5 yıldızlı otellerde ise mesleki ve kişisel gelişimine göre yapıldığının (%61,2) düşünüldüğü ($p<0.001$) belirlenmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. F&B personelinin kariyer planları ve kariyerlerinde karşılaştıkları engeller

Değişkenler	4 Yıldızlı Oteller		5 Yıldızlı Oteller		TOPLAM		
	n	%	n	%	n	%	
İşletmenin çalışanlarının kariyer planlarını gerçekleştirmede engel olma durumu							
Evet	122	71.8	36	21.2	158	46.5	$\chi^2=87.447$
Hayır	48	28.2	134	78.8	182	53.5	p<0.001
İşletmenin kariyer planlarına engel olunmasının ilişkilendirilmesi durumu							
Engel olmuyor	48	28.2	134	78.8	182	53.5	
İşletmenin sahiplik yapısı	43	25.3	12	7.1	55	16.2	
İşletmenin bulunduğu yer	6	3.5	8	4.7	14	4.1	$\chi^2=107.730$
İşletmenin yönetim yapısı	26	15.3	9	5.3	35	10.3	p<0.001
Birimdeki diğer çalışanlar	6	3.5	7	4.1	13	3.8	
İşletmenin büyüklüğü	41	24.1	0	0.0	41	12.1	
İşletmenin çalışanlarının kariyer planları açısından tedbir alma durumu							
Hiçbir etkinlik ve teşvik yoktur	117	68.8	0	0.0	117	34.4	
Kişisel gelişimle ilgili eğitimler verilir	16	9.4	5	2.9	21	6.2	$\chi^2=295.805$
Mesleki gelişimle ilgili eğitimler verilir	37	21.8	9	5.3	46	13.5	p<0.001
Mezuniyetin yükseltilmesinde teşvik edilir	0	0.0	4	2.4	4	1.2	
Bütün etkinlikler yapılır	0	0.0	152	89.4	152	44.7	
İşletmenin çalışanlarının kariyer planları açısından aldığı tedbirlerin yeterince profesyonel olma durumu							
Evet	20	11.8	155	91.2	175	51.5	$\chi^2=224.298$
Hayır	118	69.4	2	1.2	120	35.3	p<0.001
Kısmen	32	18.8	13	7.6	45	13.2	
İşletmenin çalışanlarının kariyer planları açısından aldığı tedbirlerin çalışanları tatmin etme durumu							
Evet, tatmin ediyor	21	12.4	146	85.9	167	49.1	$\chi^2=188.910$
Hayır, tatmin etmiyor	138	81.2	17	10.0	155	45.6	p<0.001
Kısmen tatmin ediyor	11	6.5	7	4.1	18	5.3	
İşletmenin görevde yükselme (pozisyon terfi) politikasının mesleki ve kişisel gelişime göre verilme durumu							
Evet	45	26.5	104	61.2	149	43.8	$\chi^2=43.881$
Hayır	95	55.9	43	25.3	138	40.6	p<0.01
Kısmen	30	17.6	23	13.5	53	15.6	

Çalışanların kariyer planları için kişisel ve mesleki gelişim yöntemleri tercih durumları						
Mesleki ve kişisel gelişim kurslarına katılmak	43	25.3	26	15.3	69	20.3
Mesleki ve kişisel gelişim kitaplarını okumak	33	19.4	39	22.9	72	21.2
TV programlarını takip etmek	45	26.5	36	21.2	81	23.8
Seminer/Fuarlara katılmak	22	12.9	21	12.4	43	12.6
Akademik eğitime devam etmek	27	15.9	48	28.2	75	22.1
TOPLAM	170	100.0	170	100.0	340	100.0

$\chi^2=11.592$
p<0.05

Kariyer planları için mesleki ve kişisel gelişim yöntemlerinden 4 yıldızlı otel çalışanlarının çoğunluğunun TV programları (%26,5) ve gelişim kurslarını (%25,3) tercih ettikleri, 5 yıldızlı otel çalışanlarının ise akademik eğitim (%28,2), gelişim kitapları (%22,9) ve TV programlarını (%21,2) tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu dağılımı istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (p<0.01) (Tablo 3).

Çalışmaya katılan F&B personeline göre turizm sektöründe en büyük kariyer engelini; 4 yıldızlı oteller için yabancı dil bilmemek (%60,0), 5 yıldızlı otellerde çalışanlar ise okul mezunu olmamak (%46,5) olarak cevaplamıştır. Bu sonuç istatistiki olarak da anlamlı bulunmuştur (p<0.001) (Tablo 4).

Tablo 4. F&B personelinin kariyer planları için tercih ettikleri otel yönetiminin özellikleri

Değişkenler	4Yıldızlı Oteller		5 Yıldızlı Oteller		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Çalışanlara göre; turizm sektöründe en büyük kariyer yapma engeli,						
Bayan olmak	40	23.5	41	24.1	81	23.8
Yabancı dil bilmemek	102	60.0	50	29.4	152	44.7
Okul mezunu olmamak	28	16.5	79	46.5	107	31.5
Çalışanlara göre; otellerde F&B personelinin kariyer planlarının gerçekleşmesi için,						
Türk yöneticiler olmalı	58	34.1	23	13.5	81	23.8
Yabancı yöneticiler olmalı	112	65.9	147	86.5	259	76.2
Çalışanlara göre; F&B personelinin görevde yükselmesinin (pozisyon terfi) personelin mesleki ve kişisel gelişime göre yapılması için F&B yönetici tercihleri,						
Bayan olması	127	74.7	122	71.8	249	73.2
Erkek olması	43	25.3	48	28.2	91	26.8
TOPLAM	170	100.0	170	100.0	340	100.0

$\chi^2=42.110$
p<0.001

$\chi^2=19.853$
p<0.001

$\chi^2=0.375$
p=0.540

F&B personelinin kariyer planlarının gerçekleşmesi için otellerde yabancı yöneticiler olmasını tercih ettikleri (4 yıldızlı otel çalışanları: %65,9; 5 yıldızlı otel çalışanları: %86,5) ($p<0.001$), görevde yükselmenin personelin mesleki ve kişisel gelişimine göre yapılması için F&B yönetici tercihinin bayan olması (4 yıldızlı otel çalışanları: %74,7; 5 yıldızlı otel çalışanları: %71,8) tercih edildiği belirlenmiştir (Tablo 4).

SONUÇ

Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB)'nin yapmış olduğu istatistiklere göre İstanbul'da; Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ve işletme belgeli 443 otel işletmesinden 63'ü beş yıldızlı, 97'si 4 yıldızlı otel işletmesi; yatırım belgeli 172 otel işletmesinden 50'si 5 yıldızlı, 57'si 4 yıldızlı otel işletmesidir (TUROB, 2014). Çalışmamızda İstanbul'un farklı ilçelerde faaliyet gösteren 5 adet 4 yıldızlı ve 5 adet 5 yıldızlı otel olmak üzere toplam 10 otel işletmesi dahil edilmiştir. Çalışmaya katılan F&B personelinin; %76,2'sinin erkek, %23,8'inin bayan, %42,9'unun 41-50 yaş aralığında olduğu, %65,9'unun evli olduğu, %46,5'inin uluslararası zincir otelde, %63,0'ünün mutfak departmanında çalıştığı, %24,1'inin sektörde 21-25 yıl çalışmakta olduğu tespit edilmiştir. Kılıç ve Öztürk (2010)'ün çalışmalarında beş yıldızlı otel çalışanlarının %40,8'inin turizm alanında hiç eğitim almadığını belirlemişlerdir. Çalışmamızda 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri F&B personelinin %37,9'unun ilköğretim mezunu, %60,9'unun çekirdekten yetiştiği, %41,2'sinin meslek ile ilgili herhangi bir diploma ya da belgesinin olmadığını belirlenmesi yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir.

Bireyin yaşam süreci boyunca iş ile ilgili pozisyonları ardı ardına gerçekleştirmesi durumu (Baruch, 2004) kariyer olarak düşünülmekte, buna göre işletmelerin çalışanlarına kariyer ve mesleki gelişimleri için; hangi kitapları okumaları, hangi kursları almaları, belli yetenekleri geliştirmek için hangi danışmanların talimatlarına uymaları gerektiği, kariyer olanakları, işletme içinde ve dışındaki eğitim olanakları hakkında bilgi vererek, bireylere yön gösterilmesine kariyer rehberliği denilmektedir (Akyüz, 2001; Sarı, 2007). Öztürk ve Teber (2006); çalışanlar için kurum içerisinde kişisel gelişim olanaklarının fazla olmasının kuruma bağlılık duygusunu geliştirdiğini, kurumun insan kaynaklarının gelişimi için kaynak ayırmasının kişisel gelişimi de hızlandıracağını ifade etmiştir. Çalışmamızdaki 5 yıldızlı otel işletmelerin F&B personelinin (%78,8) kariyer planlarını engellemediğini fakat 4 yıldızlı otellerde çalışanlarının %71,8'inin çalıştıkları işletmenin kariyer planlarını engellediğini, bunda en büyük engelin işletmenin sahiplik yapısı (%25,3) ve bulunduğu yerin (%24,1) olduğunu düşünüldüğü belirlenmiştir. Yapılan bir çalışmada; beş yıldızlı otel işletmelerinde uygulanan kariyer planlama ve geliştirme ile çalışanların örgütsel bağlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuş (Kılıç ve Öztürk, 2010); farklı çalışmalarda ise işverenlerin, iş görenleri kariyer planları konusunda bilgilendirmesi gerektiği ve danışmanlar aracılığıyla iş görenlerin bireysel kariyerlerine ve hedeflerine ulaşmaları konusunda destek olması gerektiği saptanmıştır (Mat, 2004). Bu sonuçlara göre işletmelerde F&B personelinin eğitiminin sürekli hale getirilmesi ve eğitime fırsat

verilmesiyle kariyer gelişimine destek olarak hem işveren-işçi memnuniyeti sağlanacağı hem de iş verimliliğinin artacağı düşünülmektedir.

Personelin kariyer yönetimine yardımcı olmak için yapılan kariyer geliştirme süreci bireyin tüm çalışma hayatını kapsayan uzun bir süreçtir (Baruch, 2006; Khalsa ve Pearson, 2007; Ferreira ve ark., 2007). Kariyer geliştirme programları içinde eğitim, insanların işe girdikten sonra ilerlemelerine ve gelişimlerini devam ettirmelerine yardımcı olmaktadır (Ok, 2008). Çalışmamızda; 4 yıldızlı otel çalışanları kariyer planları açısından çalıştıkları işletmenin hiçbir tedbir almadığı (%68) gibi alınan tedbirleri profesyonel bulmadıkları (%69,4) ve tatmin olmadıklarını (%81,2) dile getirirken, 5 yıldızlı otel çalışanları ise çalıştıkları işletmenin bütün tedbirleri aldığı (%89,4) ve profesyonel oldukları (%91,2) gibi çalışanları tatmin ettiğini (%85,9) ifade etmişlerdir. Yapılan bir araştırmaya göre; işletmenin bireyin gereksinimlerini ve ihtiyaçlarını tanımaması ve gerekli önlemleri almaması durumunda çalışanların motivasyonlarında düşüş gözlenmekte ve uğranılan hayal kırıklığı sonucunda verimsiz bir çalışma sergilenmektedir (Cole, 1987). Bu sonuçlara göre 4 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan personelin kariyer geliştirme sürecinden etkilendiği ve tatmin olmadığı için çalışma kapasitesinin yeterli düzeyde olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Otel işletmelerinde çalışanlar turizm sektöründeki kariyer yapma engelinin nedenini yabancı dil bilmeme (4 yıldızlı otel çalışanları için: %60,0) ve okul mezunu olmama (5 yıldızlı otel çalışanları için: %46,5) olarak gördükleri tespit edilmiş yani eğitim düzeylerinin yetersiz olması sektörde kariyer engeli açısından en büyük sorun olarak görüldüğü ifade edilmektedir. Bu sonuç kariyer geliştirmede eğitime öncelik verilmesinin gerekliliğini güçlendirmektedir.

Otel işletmelerinin emek-yoğun yapısına bağlı olarak insan unsuruna son derece bağımlı olması, bu işletmelerde insan kaynakları planlamasını daha da önemli hale getirmektedir. Otel işletmelerinde kaliteyi insan kaynaklarının nitelikleri oluşturmaktadır (Erdem, 2004). Çalışmamızda; F&B personelinin kariyer planlarının gerçekleşmesi için yabancı yöneticilerle (%76,2) çalışmayı tercih ettikleri ve bayan yöneticilerle çalışmanın (%73,2) personelin mesleki ve kişisel gelişimine göre görevde yükselmenin yapılmasını sağlayacağı belirlenmiştir.

Bu sonuçlara göre çalışmamızda; 4 ve 5 yıldızlı otellerin kariyer yönetimi ve geliştirme sürecinde çalışanın farklı etkilendiği, bu süreçte işletmenin sahiplik yapısı ve bulunduğu yerin kariyer planlarına engel olduğu, F&B personeli açısından eğitim düzeylerinin yetersiz olması turizm sektöründe önemli bir sorun olarak tespit edilmiştir.

Otel işletmelerinin F&B personelinin çalışma hayatındaki engellerin kaldırılması için;

- İş başı, sonrası eğitimlere önem verilmesi ve devam ettirilmesi,
- Personelin kariyer gelişimine destek olunması,
- Çalışanın özlük haklarını bilmesi sağlanarak engellerin aşılmasına yardımcı olunması,
- Ödül sistemi gibi yöntemlerle çalışan memnuniyetinin sağlanması gerekmektedir.

Bu sayede oluşacak nitelikli ve nicelikli personelle, iş-işçi-işveren başarısının artacağı ve müşteri memnuniyetinin daha fazlalaşarak Ülkemiz açısından Turizme katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, Ö. F. (2001). *İnsan Kaynakları Planlaması*. İstanbul: Sistem Yayınları.
- Aksoy, A. ve Kaplan, M. (2005). Konaklama işletmelerinde departmanlar arası çatışmanın analizi ve bir uygulama. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (1), 133-154.
- Aksu, A.A. & Köksal, C.D. (2005). Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 436-447.
- Anafarta, N., Sarvan, F. ve Yapıcı, N. (2008). Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, s. 25.
- Ayres, H. (2006). Career Development in Tourism and Leisure: An Exploratory Study of the Influence of Mobility and Mentoring. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13 (2), 113-123.
- Aydın, A. (2010). *İzmir'deki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Kariyer Yönetimi Uygulamaları ve Ekonomik Krizin Otel Çalışanlarının Kariyer Planlarına Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Aytaç, S. (2005). *Çalışma Yaşamında Kariyer*. Bursa: Ezgi Kitapevi.
- Baruch, Y. (2004). *Managing Careers Theory And Practice*. England; Prentice Hall.
- Baruch, Y. (2006). Career Development İn Organizations And Beyond: Balancing Traditional And Contemporary Viewpoints. *Human Resource Management Review*, 16, 125-138.
- Brown, D. (2003). *Career Information, Career Counseling and Career Development*. USA: Allynand Bacon.
- Büyüköztürk, Ş. (2004). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Chen, B.T. & Gürsoy, D. (2007). Preparing Students for Careers in the Leisure, Recreation, and Tourism Field. *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 7(3), 21-41.
- Cole, D. W. (1987). *Meslek İntiharı*, (Çev.Yakup Koşar) Modern Yönetim Dizisi, İstanbul: İlgi Yayıncılık.
- Çalışkan, A. (2012). *Kamu Sektöründe İstihdam Edilen Kadınların Kariyer Engellerini ve Cam Tavan Sendromu Algılamalarına İlişkin Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Demirdelen, D. ve Ulama, Ş. (2013). Demografik değişkenlerin kariyer tatminine etkileri: Antalya'da 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1 (2), 65-89.
- Dündar, G. (2010). Kariyer Geliştirme, Cavide Uyargil vd. "İnsan Kaynakları Yönetimi". Beta Yayıncılık: İstanbul.

- Erdem, B. (2004). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 6 (1), [Http://Www.İsgucdergi.Org/Index.Php?P=Makale&İd=196&Cilt=6&Sayi=1&Yil=2004](http://www.İsgucdergi.Org/Index.Php?P=Makale&İd=196&Cilt=6&Sayi=1&Yil=2004) (Erişim 24 Mayıs 2007).
- Eymen, U.E. (2007). *SPSS 15.0 veri analiz yöntemleri*. [www.istatistikmerkezi.com] (Erişim 01 Aralık 2012).
- Ferreira, J.A., Santos, J.R.E., Foncesa, A.C. & Haase, R.F. (2007). Early Predictors Of Career Development: A 10-Year Follow-Up Study. *Journal Of Vocational Behavior*, 70, 61-77.
- Günel, S. (2010). *Yeni Kariyer Yaklaşımları*. [<http://www.yenimakale.com/bilgi/1483-yeni-kariyer-yaklasimlari.html>] (Erişim 20 Temmuz 2010).
- Güney, S. (2004). *Açıklamalı Yönetim-Organizasyon ve Örgütsel Davranış Terimler Sözlüğü*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürkan, A. (2005). Alaylı-Mektepli. [<http://www.turizmgaazetesi.com/articles/article.aspx?id=19485>] (Erişim 01 Ağustos 2011).
- Güzel, B. (2009). *Kadın Çalışanların Kariyer Engellerinin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Khalsa, P.S. & Pearson, N.J. (2007). Financial Support For Research Training And Career Development In Complementary And Alternative Medicine From The National Institutes Of Health. *Journal Of Manipulative And Physiological Therapeutics*, 483-490.
- Kılıç, G ve Öztürk, Y. (2010). Kariyer yönetim sistemi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10 (3), 981-1011.
- Kitapçı, H. ve Sezen, B. (2002). Çalışanların Tatminini Belirleyici Unsurlar Üzerine Bir Araştırma, Kariyer Süreci Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (1), 219-230.
- Kozak, M.A. (2009). Tarihsel Gelişim İçinde Kadının Toplumdaki Yeri. *Turizmde Bu Sabah Gazetesi* (Erişim 17 Temmuz 2009).
- Kuşluyan, S. (2003). "Characteristics of Employment And Human Resource Management in the Tourism And Hospitality Industry", İçinde, Salih Kusluyan (editor). *Managing Employee Attitudes And Behaviors in the Tourism And Hospitality Industry*, NovaScience Publishers, Inc, New York.
- Mat, N. (2004). *İnsan Kaynakları Yönetiminde Kariyer Yönetiminin Değerlendirilmesi Kardar Trade Company (Turkuaz) Uygulaması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek.
- Mayrhofer, W., Steyrer, J., Meyer, M., Strunk, G., Schiffringer, M. & Iellatchitch, A. (2005). Graduates Career Aspirations and Individual Characteristics. *Human Resource Management Journal*, 15 (1), 38-56.
- McKercher, B., Williams, A., & Doughlan, I. (1995). Career progress of recent tourism graduates. *Tourism Management*, 16(17), 541-545.

- Ok, A. (2008). *Kariyer Yönetimi Sistemi: İlaç Endüstrisinde Uygulamadan Bir Örnek* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Öztürk, Z. ve Teber, S. (2006). Kariyer Yönetiminin Çalışan Motivasyonuna Etkileri: Jandarma Havacılık Komutanlığı Örneği. *Gazi Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, (19), 67-91.
- Pelit, E.ve Öztürk, Y. (2010). Otel İşletmeleri İşgörenlerinin İş Doyum Düzeyleri: Sayfiye ve Şehir Otel İşletmeleri İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 43-72.
- Pizam, A. & Shani, A. (2009). The Nature of The Hospitality Industry: Present and Future Managers. *Perspectives*, 6(1), 134-150.
- Roney, S.A. & Öztin, P. (2007). Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6 (1), 4-17.
- Sarı, S. (2007). *Kariyer Yönetimi ve Kariyer Planlama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Sevinç, E. (2010). *Kariyer Planlama ve Yönetimi*. İstanbul: Etap Yayınları.
- Soysal, A. (2003). Küreselleşen İş Hayatında Yeni Kariyer Yaklaşımları. *II.Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 17- 18 Mayıs, İzmit.
- Sparrowe, R. T. & Iverson, K. M. (1999), Cracks in the Glass Ceiling: An Empirical Study of Gender Differences in Income in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 23.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). Turizm İşletme belgeli tesisler [<http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html>] (Erişim 16 Eylül 2014).
- TUROB (2014). İstanbul Turizm İstatistikleri, Ocak-Haziran 2014, İstanbul il Kültür ve Turizm Müdürlüğü [http://www.turob.com/tum_haberler.aspx] (Erişim 25 Temmuz 2014).
- Türkay, O. ve Eryılmaz, B. (2010). Kariyer Değerleri ve Kariyer Yolu Tercihleri İlişkisi; Türk Turizm Sektöründen Örnekler. *Muğla Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (1), 179-199.
- Üngüren, E. (2008). Örgütsel çatışma yönetimi üzerine konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (5), 880-909.
- Yurtseven, R. ve Dönmez, D. (2003). Etkinlik Kriteri Olarak Müşteri Tatmini, Örgüt ve Müşteri Boyutuyla Karşılaştırmalı Bir Pilot Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 132-140.
- Zengin, B., Şen, L.M. ve Taşar, O. (2011). Marmara Bölgesinde Turizm Lisans Öğrencilerinin Konaklama Sektöründe Cinsiyete Göre Kariyer Düşünceleriyle İlgili Bir Araştırma. *International Conference On Eurasian Economies*, 217-225.
- Zeybek, E. (2010). *Kariyer Engelleri ve Cam Tavan: Ankara'da Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara

KADIN İŞGÖRENLERDE ALGILANAN KARİYER ENGELLERİ VE KARİYER SONLANDIRMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ: KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Bayram ŞAHİN

*Yrd. Doç. Dr. Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
bsahin@balikesir.edu.tr*

Burçin SÖNMEZ

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
burcinsonmez86@gmail.com*

İbrahim Halil KAZOĞLU

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ibrahimhalilkazoglu@gmail.com*

Aslı Ceren SAYGI

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
cerensa@hotmail.com*

ÖZET

Günümüz iş dünyasında gerek kadın işgören sayısında gerekse ilanlarda kadınlara yönelik kadroların sayısında büyük artış görülmektedir. Bu sayıdaki artışın aksine kadınlar üst düzey yönetim kademelerinde yeterince yer alamamaktadırlar. Toplumda yer edinmiş olan kalıp yargılar, iş-aile çatışması, ücret ve kariyer eşitsizliği ve model rol olarak benimseyebilecekleri çok fazla sayıda kadının olmaması gibi temel sorunlar kadınların kariyerler engelleri arasında sayılabilmektedir. Bu engeller zamanla kadın işgörenler üzerinde psikolojik baskı yaratmakta ve kariyer sonlandırma eğilimi göstermelerine sebebiyet vermektedir. Çalışmanın temel amacı, kadınların karşılaştığı kariyer engellerini tanımlamak ve bu engellerle kadınların kariyer sonlandırma eğilimleri arasındaki ilişkiyi ölçmektir. Bu amaçla literatür taraması yapılmış, kadınların karşılaştığı kariyer engelleri detaylı şekilde açıklanmış ve Antalya ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan kadınları kapsayan bir araştırma yürütülmüştür. Verilerde elde edilen bulgular neticesinde kadınların kariyer engelleri ile kariyer sonlandırma eğilimleri arasında pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Ayrıca, bulunduğu otelde uzun süredir çalışmakta olan kadınların yeni başlayanlara göre daha yüksek bir kariyer sonlandırma eğilimine sahip oldukları çalışmanın çarpıcı sonuçları arasındadır.

Anahtar Kelimeler: *Kariyer Engelleri, Kariyer Sonlandırma, Turizm, Kadın İşgören.*

GİRİŞ

Birçok toplum tarih boyunca kadının rolü üzerinde tartışmış ve zamanla kadınlara verilen değerler değişiklik göstermiştir. Türk toplumunda da benzer bir durum geçerli olmuştur. Toplumdaki genel yaklaşım kadını sadece ev içinde öneme sahip bir varlık olarak görmüş ve dışarıda çalışmasına pek sıcak bakmamıştır. Kimi zaman hemşirelik, terzilik, ebelik, sekreterlik gibi meslekleri yapmalarına onay verirken daha ötesine geçmelerine izin vermemiş, kimi zaman da belirli bir işte çalışmasını onaylasa dahi işin yönetici pozisyonlarına yükselmelerini onaylamamışlardır (Özdanlı, 2007). Cinsiyet faktörünün

çalışma hayatındaki önemi gün geçtikçe daha iyi anlaşılmaya başlanmıştır. Günümüzde, kadın ve erkek işgörenlerin oranı sektörler göre değişiklik göstermekte, özellikle hizmet sektöründe erkekler kadar kadınlara da ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak, toplumun genel bakış açısında kadınların iş yaşamı herkes tarafından olumlu karşılanmayabilmektedir (Tükeltürk ve Perçin, 2008). Kadınlar erkeklere nazaran daha az kazanmakta, yönetimde daha az yer almakta ve daha az kariyer tatmini yaşamaktadırlar (Bierama, 1998). Gerek toplum içerisinde kadına biçilen rollerin kadının üzerinde yarattığı psikolojik baskı gerekse kadının kişisel, maddi ve manevi çıkarlarını elde edememesi kadını çalıştığı işletmeden ayrılarak başka bir işletmeye yönlendirmekte bazen de kariyerini tamamen sonlandırmaya itmektedir.

Kadın işgörenlere yönelik kariyer engelleri ve kariyer sonlandırma eğilimleri arasında nasıl bir ilişkinin olduğu bu çalışmanın temel araştırma sorusunu oluşturmaktadır. Bu çerçevede kadınlara yönelik kariyer engelleri ve kariyer sonlandırmaya ilişkin literatür taranarak teorik çerçevede sunulmuş ve hipotezler test edilmiştir.

KADIN İŞGÖRENLERDE KARİYER ENGELLERİ

Küreselleşme süreci, kadınların iş yaşamındaki etkinliğini arttırmıştır. Endüstri toplumunun iş gücünü erkekler oluştururken, bilgi toplumunda kadınların da ön plana çıktıkları görülmektedir (Bingöl, Aydoğan, Şenel ve Erden, 2011). Kadın işgörenler çalışma dünyasında, önceliğin annelik ve iyi eş olma olduğu gibi toplumsal inançlar nedeniyle sorunlarla karşılaşmakta, zaman zaman bu sorunlarla başa çıkamamaktadır (Salihoğlu, 2014).

Çalışma yaşamında kadın, elli yıl öncesine kadar erkeklere oranla ikincil nitelikte, genelde düşük ücretli ve yarı zamanlı işlerde istihdam edilmekteydi. Gün geçtikçe, kadınlar açısından ücretli bir işte çalışmak erkeklerle teorik anlamda eşitlik, ekonomik yönden bağımsızlık ve geniş bir bakış açısı sağlamıştır (Adak, 2007; Türkkahraman ve Şahin, 2010). 1970'li yıllardan itibaren yönetsel ve profesyonel kariyer hedefleyen kadınların sayısında gözle görülür bir artış olmasına rağmen kadınlar mesleğe erkeklerle aynı beklentilerle girmiş fakat çeşitli sebeplerle kariyerlerini sonlandırmışlardır (Çelikten, 2004). Daha önce yapılan çalışmalar eğitim, finans eksikliği ve aile gibi rollerin yanında cinsiyet farklılığının kariyer için en büyük engel olduğunu göstermektedir (Creed, Conlon ve Zimmer-Gembeck, 2007). Toplumlarda yerleşmiş olan cinsiyete dayalı basamaklıp yargılar çalışan kadının üstesinden gelmesi gereken bir kariyer engeli oluşturmaktadır (Anafarta, Sarvan ve Yapıcı, 2008). Kadınların üst basamaklara gelememelerine ilişkin açıklamalar iki kategori altında sınıflandırılmıştır. Birincisi; işe alma, işte tutma, özendirme gibi cinsiyet eşitsizliklerini azaltabilecek örgütsel engellerdir. İkincisi ise; kalıp yargılar, simgecilik, güç, liderlik tarzları ve kadın-erkek ilişkilerindeki davranışsal ve kültürel nedenlerdir (İnandı ve Tunç, 2012, Oakley, 2000).

Kadınların iş hayatında yaşadıkları ayrımcılık ve karşılaştıkları engeller farklı nedenlere dayanmaktadır (Mercanlioğlu, 2009). Bireysel nedenler; kadınların çoklu rol üstlenmeleri,

çocukları ve eşleri için ihtiyaç duyulduğu anda hazır olmayı benimsemeleri gibi kendi zamanlarını ve sınırlarını tam olarak çizememelerine sebep olan nedenlerdir (Mızrahi ve Aracı, 2010). Örgütsel nedenler; örgütlerde işle alakalı sorumluluklar ve görevlerin tanımlanması bireylerin performansına göre değil, cinsiyete dayalı olarak ortaya çıkan nedenlerdir (Avuka, 2009; Kara, 2011). Toplumsal nedenler; erkek egemen bir toplumsal yapıda kadına yönelik ayrımcılık baskın bir ideoloji olarak karşımıza çıkmaktadır (Öğüt, 2008). Kadınlar, günümüzde hedeflerine ulaşmak için birçok imkana sahip iken, bunu yapmak için eşlerinin, çocuklarının ve ebeveynlerinin ihtiyaçlarını karşılamaları beklenmekte böylece toplumsal olarak kabul edilebilmektedirler. Bunlar yerine getirilmezse, kadınlıkları sorgulanabilmektedir (Mercanlıoğlu, 2009). Çalışma yaşamında ve eve dair sorumlulukları arasında çabalayan kadın işgörenlerin aile faktörü önemli bir engeldir (Köstek, 2007).

Kadınların karşılaştığı kariyer engelleri şu şekilde sıralanabilir: Cam tavan ve anneliğe özgü duvarlar, göstermelik ödün verme, kadınların işletmedeki yüksek kademelere gelmesiyle ilgili yasal düzenlemelerdeki eksiklikler, iş-aile çatışması, iş yükünün fazla olması, toplum ve ailenin beklentileri, ‘Kadının yeri evidir.’ gibi önyargılar ve cinsiyet ayrımcılığı vb. engellerdir (Tükeltürk ve Perçin, 2008). Kadınların karşılaştığı gizli veya hemen fark edilemeyen cam tavan, kadın işgörenlerin işletmede üst yönetici pozisyonlarına gelmelerini engelleyen, herhangi bir şekilde görünür olmayan yapay engellerdir (Çelikten, 2004; Alicant, 2007; Aksu, Çek ve Şenol, 2013; Özyer ve Azizoglu, 2014).

Cam tavan genel olarak birkaç boyutta ele alınmaktadır. Erkek yöneticilerden kaynaklanan engeller; kadınların yönetimde yetersiz kalacaklarını düşünmelerinden ziyade cinsiyeti temel alarak koydukları engellerdir. Kadın yöneticiler tarafından konulan engeller ise kendi içerisinde iki bölüme ayrılmaktadır. Bunlardan birincisi, kendini referans alma yanılgısıdır. Kadın yöneticilerin kendi kariyer geçmişini referans alarak “Ben bu noktaya nasıl geldiysem diğerleri de o şekilde gelmelidir.” düşüncesinde olmasıdır. İkinci ise, kraliçe arı sendromu yani kadınların birbirlerini çekememe durumudur. Kadın yöneticilerin, üst düzey yönetimde tek kadın olmanın bir başarı ve ayrıcalık göstergesi olduğu inancına sahip olmaları, kendi konumunu korumak istemeleri ve hemcinslerine engeller koyma durumudur. (Örücü, Kılıç ve Kılıç, 2007; Karakuş, 2014). Maternal engeller, çocuk sahibi kadınlara sınırlı kariyer fırsatları verilmesi, anneliğe özgü duvarlar olarak adlandırılmaktadır. Çocuklu kadınların kariyer yapamayacakları varsayımına dayanmaktadır ve annenin doğum sonrası işe dönmesini engellemektedir (Tükeltürk ve Perçin, 2009; Sayıl, Güre, Uçanok ve Pungello, 2009). Tokenizm (göstermelik ödün verme) ise, bir kuruluşun cinsiyet, ırk, yaş, din, ya da etnik kimliklere karşı duyarsızlık suçlamasından kurtulmak amacıyla bireyi ya da önemsiz sayıda insanı saflarına almasıdır (Tükeltürk ve Perçin, 2009).

Konaklama İşletmelerinde Kadın İşgörenlerin Karşılaştıkları Kariyer Engelleri

Konaklama sektöründe kadınlar çoğunlukla mutfak, ön büro, kat hizmetleri, insan kaynakları, pazarlama ve banket organizasyonlarında çalışmaktadır. Kadın işgörenler genelde alt kademelerde iken erkekler ise çoğunlukla genel müdür, birim müdürü veya şef konumundadırlar (Doherty ve Manfreti, 2001). Konaklama sektöründe istihdamın artması somut ve soyut engeller oluşturabilmektedir. Somut engeller hükümet kararları ile giderilebilse de soyut engellerin kalkması için kadına bakış açısının değişmesi gerekmektedir (Güzel, 2009). Yapılan çalışmalar, konaklama işletmelerinde kadın işgörenlerin en önemli kariyer sonlandırma nedenlerinden birinin cinsel taciz olduğunu göstermektedir (Gilbert, Guerrier ve Guy, 1998; Demir ve Tütüncü, 2009).

KARİYER SONLANDIRMA

Kariyer sonlandırma eyleminin bir önceki basamağı işten ayrılma niyetidir. İşgörenin işinden ayrılmamış olması ve işletme için çalışma devamlılığının sağlanması işletme için oldukça önemlidir (Poyraz ve Kama, 2008; Begenirbaş ve Çalışkan, 2014). İşgörenin işten ayrılma niyeti her zaman işinden ayrılması ile sonuçlanmasa da kariyer sonlandırma konusunda bir sinyal olarak kabul edilebilmektedir (Arı, Bal ve Bal, 2010; Polat ve Meydan, 2010; Yıldız, Yalavaç ve Meydan, 2013). Kariyerin en uzun safhası olup, kariyer yaşamının sona geldiği aşamadır (Çalışkan, 2012). Kariyer sonlandırma, bireyin çalışma ortamında karşılaştığı durumlardan (yönetim tarzı, çalışma arkadaşları ile ilişkiler vb.) kaçmasıdır (Eren, 2011; Örüçü ve Özafşarlıoğlu, 2013).

Kadınlar erkeklere oranla kariyer sonlandırmaya daha yatkındır (Totan ve Doğan, 2010). Günümüzde çok sayıda işgörenin işten çıkarıldığı çevrede kadınlar da doğum ve çocuk yetiştirme gibi çeşitli nedenlerle kariyerlerine son vermektedir. (Smart, 1998). Kadınların iş ve aile yaşamları arasında çatışma yaşamaları (çalışma saatlerinin yoğunluğu, yönetici ile sorun, işin fiziksel ve psikolojik yönünün çokluğu, çocuk bakımı, hamilelik vb.) kariyerlerini sonlandırmalarına neden olabilmektedir (Wentling, 1998; Akın, 2007). İşletmeler kadın işgörenin kariyerini sonlandırmasını önlemek için işgörenin yaptığı işi cazip hale getirme yoluna başvurabilirler (Şahin, 2011). İşten ayrılmaya karar vermiş işgören, bu düşüncesini davranışlarına yansıttığı zaman çalışma arkadaşları ve çevresi bu durumdan zarar görecektir (Yıldız, Yalavaç ve Meydan, 2013).

YÖNTEM

Amaç ve Kapsam

Araştırmanın temel amacı, konaklama işletmelerinde istihdam edilen kadın işgörenlerin kariyer engelleri algılamalarını ölçerek kariyer sonlandırma eğilimlerine etkisini ortaya koymak ve elde edilen bulguların olası sebeplerine odaklanarak çözüm önerileri getirmektir. Çalışmanın ana kütlesi ise; 2014 yaz sezonu içerisinde Antalya ili ve ilçelerinde bulunan dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan kadınlardan oluşmaktadır.

Örnekleme Süreci ve Veri Toplama Yöntemi

Antalya ili sınırları içerisinde 4 ve 5 yıldızlı otellerde istihdam edilen personel sayısına dair istatistiki bir bilgiye ulaşılamamıştır. Konaklama işletmelerinde yapılan çalışmalar, bir işletmede yatak sayısının yarısı kadar personel istihdam edildiğini (Erdem, 2004; Ertuğral, 2002) ve bu sayının %17,4'ünün ise kadınlardan oluştuğunu göstermektedir (Demirkol, Fidan ve Pelit, 2004; Boz, 2006). Araştırma esnasında en güncel veri olarak 2012 istatistiki verilerine ulaşılmıştır. 2012 verilerine göre Antalya ilindeki 4 ve 5 yıldızlı işletmelerde toplam 309.575 yatak bulunmaktadır. Bu da ortalama 154.787 personelin istihdam edildiğini göstermekte ve bu sayının %17,4'ü ise 26.933 sayısına tekabül etmektedir. Buradan hareketle araştırma evreninin 26.933 kadın işgörenden oluştuğu varsayılabilir. Evren'e göre örneklem sayıları incelendiğinde 26.933 kişi için 379 örneklemin yeterli olduğu tespit edilmiştir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012).

Araştırmanın örneklem tespitinde kolayda örneklem yöntemi uygulanmış, verilerin toplanmasında ise yüz yüze ve internet üzerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konaklama işletmelerinde çalışan kadınların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular ve çalışmaya yön verecek bazı kapalı uçlu sorular bulunmakta, ikinci bölümde ise kadınların kariyer sonlandırma eğilimlerini ölçmeye yönelik 14 önerme yer almaktadır. Ankette kullanılan ölçek ifadeleri Totan ve Doğan (2010)'ın geliştirdiği "Kadınlarda olası kariyer sonlandırma nedenlerini belirleme ölçeğinden alınmıştır. Kadınların kariyer sonlandırma nedenlerini belirlemeye yönelik ölçek (1) Hiç uygun değil ile (5) Tamamen uygun arasında yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise, kadınların kariyer engellerini belirlemeye yönelik olarak Balın (2008)'ın tezinde kullandığı "Kariyer Engelleri Ölçeği"'ne yer verilmiştir. Bu ölçekte de ifadeler (1) Hiç engel değil ile (5) Tamamen engel arasında yer almaktadır.

Anket uygulama süreci 8 Temmuz ile 10 Ağustos tarihleri arasında sınırlandırılmıştır. Bu süreçte toplam, 520 anket konaklama işletmelerinde çalışan kadınlara ulaştırılmış ve sadece 368'inden geri dönüş sağlanmıştır. İnternet üzerinden yapılan anket çalışmasından ise toplamda 88 anket elde edilmiştir. Elde edilen toplam 456 anketin 32'si çeşitli sebeplerden (eksik cevaplanmış sorular/ifadeler, ölçeklerden birine veya ikisine aynı cevabın verilmiş olması vb.) değerlendirilmeye alınmamış ve böylelikle örneklemin son büyüklüğü 424 olarak belirlenmiştir.

Araştırmada Cevap Aranacak Sorular ve Hipotezler

Araştırmada cevap aranacak temel soru, konaklama işletmelerinde istihdam edilen kadınların kariyer engelleri algılamalarının kariyer sonlandırma eğilimleri ile arasında nasıl bir ilişki olduğudur. Literatür taraması esnasında çalışmamıza yön verecek bazı çalışmalara rastlanmış ve bu çalışmalarda kadınların kariyer engelleri algılamalarını ve kariyer sonlandırma eğilimlerini etkileyen çeşitli unsurlara değinilmiştir. Burada sözü geçen benzer çalışmalardan yola çıkılarak, araştırmamızda test edilecek hipotezler aşağıda sıralanmıştır.

- **H₁**Kadınların kariyer engelleri algılamaları ile kariyer sonlandırma eğilimleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **H₂**Kadınların kariyerlerini sonlandırmaları ile bulundukları otelde çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark vardır.
- **H₃**İşyerinde cinsiyet ayrımı yapıldığını düşünen ve düşünmeyen kadınların kariyer engelleri algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.
- **H₄**Kadınların kariyer engelleri algılamaları ile yaş değişkeni arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **H₅**Kadınların kariyerlerini sonlandırmaları ile kadınların aylık gelir değişkeni arasında anlamlı bir fark vardır.

BULGULAR

Araştırma verilerinin analizinde farklı istatistik yöntemleri kullanılmış ve araştırma sonucunda elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 1. Örneklemin Demografik Profili

	Frekans (N)	Yüzde (%)		Frekans (N)	Yüzde (%)
Yaş			Aylık Gelir		
18 yaş altı	35	8,3	801-1.600	340	80,2
18-25 yaş arası	209	49,3	1.601-2.400	70	16,5
26-44 yaş arası	161	38,0	2.401-3.000	10	2,4
45 yaş ve üzeri	19	4,5	3.001 ve üzeri	4	0,9
Medeni Durum			Mesleki Turizm Eğitimi Aldınız mı?		
Bekar	287	67,7	Evet	246	58,0
Evli	137	32,3	Hayır	178	42,0
Çocuğunuz Var mı?			Sektörde Çalışma Süreniz		
Evet	110	25,9	1 yıldan az	130	30,7
Hayır	314	74,1	1-5 yıl arası	191	45
			6-10 yıl arası	77	18,2
			10 yıldan fazla	26	6,1
Eğitim Durumu			Bulunduğunuz Otelde Çalışma Süreniz		
İlköğretim	60	14,2	1 yıldan az	225	53,1
Lise	161	38,0	1-5 yıl arası	161	38
Üniversite	195	46,0	6-10 yıl arası	30	7,1
Lisansüstü	8	1,9	10 yıldan fazla	8	1,9

Katılımcıların demografik özelliklerin tespit etmeye yönelik sorulara verdikleri cevapların dağılımı Tablo 1’de yer almaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların % 49,3’ü 26-44 yaş arası, % 67,7’si bekar, % 74,1’i çocuklu % 46’sı üniversite mezunu katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların % 80,2’si 801-1.600 TL arası gelire sahip, % 45’i 1-5 yıl arasında sektörde çalışan 53,1’i 1 yıldan az süredir aynı otelde çalışan katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 2. Kadın İşgörenlerin Karşılaştıkları Engellere Bakış Açısına İlişkin Dağılım Tablosu

	N	%
<i>İşyerinizde kadın ve erkek işgörenlere farklı davranıldığını düşünüyor musunuz?</i>		
Evet	252	59,4
Hayır	172	40,6
<i>Kadınlara yönelik kariyer engellerinin erkelere kıyasla daha fazla olduğunu düşünüyor musunuz?</i>		
Evet	309	72,8
Hayır	115	27,1
<i>Hiyerarşisi altında çalıştığınız kişinin hemcinsiniz olmasını tercih eder misiniz?</i>		
Evet	218	51,4
Hayır	206	48,6

Tablo 2’ de “İş yerinizde kadın ve erkek işgörenlere farklı davranıldığını düşünüyor musunuz?” sorusuna katılımcıların % 59,4’ü evet cevabını vermiştir. “Kadınlara yönelik kariyer engellerinin erkelere kıyasla daha fazla olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna katılımcıların % 72,8’i evet cevabını vermiştir. “Hiyerarşisi altında çalıştığınız kişinin hemcinsiniz olmasını tercih eder misiniz?” sorusuna katılımcıların % 51,4’ü evet cevabını vermiştir.

Tablo 3’de Kadınlarda Olası Kariyer Sonlandırma Nedenleri Ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ayrıca güvenilirliğin testi için split-half yöntemi kullanılmış ve part1 (ilk 7 ifade) için 0,716, part2 (son 7 ifade) için 0,698 Cronbach’s Alpha değeri elde edilmiştir. Önermeler içerisinde en yüksek ortalama ($x=3,5094$), “İş ortamımdaki huzursuzluklar işimi bırakmama neden olacaktır” şeklindeki 9. Önermede gerçekleşmiştir. 3. önerme ($x=2,1415$) “Eşim istemezse terfi etmekten vazgeçebilirim” şeklindeki önerme, en düşük katılım düzeyi olan önerme olarak belirlenmiştir. Kadınlarda kariyer sonlandırma ölçeğinin genel ortalaması ise $x=2,7490$ ’dır. Ayrıca her ifade için bağıl değişkenlik katsayısına bakılmış, standart sapmaların yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum ifadelerle verilen cevapların homojen dağılmadığını göstermektedir.

Tablo 3. Kadınlarda Olası Kariyer Sonlandırma Nedenleri Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi Tablosu

	Arit. Ort.	Std. Sap.	Soru Silindiğinde Cronbach’s Alpha
Çocuk sahibi olmayı düşündüğümde işimi bırakırım.	2,3844	1,45568	,863
Meslek hayatımda çalışma koşullarının kadınlar için uygun olmadığını düşündüğümde işimi bırakırım.	2,9057	1,42274	,859
Eşim istemezse terfi etmekten vazgeçebilirim.	2,1415	1,40373	,859
Kadının çocukları işinden önce gelir.	3,4434	1,47848	,861
Eşimin iş yerindeki pozisyonu benden üstte olmalıdır.	2,5943	1,45721	,862
Meslek hayatımda cinsel ayrımcılıkla karşılaşsam işimi bırakırım.	2,9340	1,47489	,866

Tablo 3'ün devamı

	Arit. Ort.	Std. Sap.	Soru Silindiğinde Cronbach's Alpha
Evlendiğimde eşimin işiyle ilgili öncelikler benimkinden önde gelecektir.	2,3208	1,40783	,865
İş yerimde kadınların işle ilgili görüşleri daha az önemsersenir işimi bırakırım.	2,7524	1,37609	,863
İş ortamımdaki huzursuzluklar işimi bırakmama neden olacaktır.	3,5094	1,45862	,864
Kadının eşi işinden önce gelir.	2,8703	1,46016	,864
Çalışırken erkek meslektaşlarımdan daha çok sorumluluğum olursa bu durum işimi bırakmama neden olacaktır.	2,2618	1,35788	,863
İş gereği taşınmamız gerekse öncelik eşime aittir.	2,8467	1,48518	,866
Sonucunda çocuğuma daha az zaman ayıracaksam mesleğimde bir üst kademeye çıkmaktan vazgeçerim.	3,0660	1,44738	,865
Çocuk sahibi olduğumda işimi bırakırım.	2,4552	1,41015	,813
Standart Sapma 0,79813 Cronbach's Alpha 0,828 Ortalama 2,7490			

Tablo 4'de kariyer engelleri ölçeğine ilişkin güvenilirlik test edilirken de split-half yöntemine başvurulmuştur. İlk 6 ifade (part1) için Cronbach's Alpha değeri Kariyer Engelleri Ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizi Tablo 4'te verilmiştir. Tabloda aritmetik ortalamalar, standart sapmalar ve ifade çıkarıldığındaki Cronbach's Alpha değerleri verilmiştir. Kariyer engelleri ölçeğine ilişkin güvenilirlik test edilirken de split-half yöntemine başvurulmuştur. İlk 6 ifade (part1) için Cronbach's Alpha değeri 0,723, son 5 ifade (part2) için ise 0,650'dir. Önermeler içerisinde en yüksek ortalama ($x=3,0920$), **“İş koşulları”** şeklindeki 8. önermede gerçekleşmiştir. 1. önerme ($x=1,9151$) **“Kişisel özelliklerim”** şeklindeki önerme, en düşük katılım düzeyi olan önerme olarak belirlenmiştir. Kariyer ölçeğinin genel ortalaması ise $x=2,5418$ 'dir. Ayrıca ifadelerin bağlı değişkenlik katsayılarına bakılmış değerlerin standart sapmalarının yüksek olduğu dolayısıyla ifadelere verilen cevapların homojen dağılım göstermediği görülmüştür.

Tablo 4. Kariyer Engelleri Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi Tablosu

	Arit. Ort.	Std. Sap.	Soru Silindiğinde Cronbach's Alpha
Kişisel özelliklerim	1,9151	1,19588	,761
İlgilerim	2,0425	1,19419	,756
Yeteneklerim	1,9741	1,23265	,761
Cinsiyetim	2,1769	1,34896	,760
Mesleki Bilgim	2,1274	1,35891	,768
Maddi kazanç olanağı	2,7500	1,33643	,760

Tablo 4'ün devamı

	Arit. Ort.	Std. Sap.	Soru Silindiğinde Cronbach's Alpha
İş bulma olanağı	2,7358	1,36523	,755
İş koşulları	3,0920	1,39859	,770
İş dışındaki yaşam seçimlerim (evlilik, çocuk vb.)	2,9080	1,30231	,764
Ailemin beklentileri/tutumu	2,6651	1,44762	,765
Erkek arkadaşımın / eşimin beklentisi	2,5825	1,37446	,772
Standart Sapma,74064			
Cronbach's Alpha 0,780			
Ortalama 2,5418			

Tablo 5'e bakıldığında, kadınlarda olası kariyer sonlandırma nedenleri ölçeğinin faktör analizi sonucunda özdeğeri birden büyük 3 boyut belirlenmiştir. Totan ve Doğan (2010) yaptıkları çalışmada aynı ölçeğin faktör analizini yapmış ve onlar da 3 boyut elde etmişlerdir açıklanan toplam varyans %43,44' dür. Bu çalışmada ise benzer 3 boyut elde edilmişken "Çocuk sahibi olmayı düşündüğümde işimi bırakırım", "Kadının eşi işinden önce gelir ve "Çocuk sahibi olduğumda işimi bırakırım." ifadeleri (ifade 1, 10 ve 14) farklı boyutlarda çıkmış fakat ifadeler girdiği faktörün bütünlüğünü bozmadığı için maddeleri çıkarmaya gerek duyulmamıştır. Böylelikle çalışmamızda belirlenen bu 3 boyutun toplam varyansın %49,970'ini açıkladığı görülmektedir. Bu boyutlar sırasıyla, "İş Yaşamı Sorunları (İYS)", "Eşin ve Çocuğun Önceliği (EÇÖ)" ve "Çocuk ve Eş Sorumluluğu (ÇES)" olarak adlandırılan boyutlardır.

Tablo 5. Kadınlarda Olası Kariyer Sonlandırma Nedenleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları Tablosu (n=424)

	İYS	EÇÖ	ÇES
İfade 1	0,527		
İfade 2	0,450		
İfade 6	0,783		
İfade 8	0,707		
İfade 9	0,546		
İfade 11	0,579		
İfade 3		0,641	
İfade 5		0,726	
İfade 7		0,760	
İfade 12		0,410	
İfade 14		0,440	
İfade 4			0,724
İfade 10			0,634
İfade 13			0,545
Açıklanan Toplam Varyans (%)		49,970	
KMO Örneklem Yeterliliği Ölçümü		,843	
Bartlett Küresellik Testi		,000	

Tablo 6. Kariyer Sonlandırma Eğilimi ile Bulundukları Otelde Çalışma Süresinin Karşılaştırılmasına İlişkin Analiz Tablosu,

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p	Anlamlı Fark
Kariyer Sonlandırma Eğilimi	Gruplar Arası	5,353	3	1,784	2,838	0,038	10 yıldan fazla
	Grup İçi	264,105	420	,629			>
	Toplam	269,459	423				1 yıldan az

Tablo 6'ya bakıldığında, konaklama işletmesinde çalışan kadın işgörenlerin kariyer sonlandırma ortalaması ile bulundukları otelde çalışma süreleri arasında ($F=2,838$ $p<0,05$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Kariyer sonlandırma açısından bulunduğu otelde 10 yıldan fazla süredir ($x=3,4821$) çalışan katılımcılar ile 1 yıldan az süredir çalışan ($x= 2,7206$) katılımcılar arasında 10 yıldan fazla süredir çalışan katılımcılar lehine anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu bulgudan hareketle H_2 kabul edilmiştir.

Tablo 7. Kariyer Sonlandırma ile Aylık Gelir Değişkenlerine İlişkin Analiz Tablosu

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p	Anlamlı Fark
Kariyer Sonlandırma Eğilimi	Gruplar Arası	8,801	3	2,934	4,727	0,003	801-1600
	Grup İçi	260,658	420	,621			>
	Toplam	269,459	423				1600-2400 TL

Tablo 7'ye bakıldığında, katılımcıların kariyer sonlandırma eğilimi ile katılımcıların aylık gelirleri arasında ($F=4,727$ $p<0,05$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Kariyer sonlandırma eğilimi açısından geliri 801-1600TL ($x=2,8046$) arası olan katılımcılar ile geliri 1600-2400 TL ($x=2,4378$) olan katılımcılar arasında 801-1600 TL gelire sahip katılımcılar lehine anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu bulgudan hareketle H_3 kabul edilmiştir. Ayrıca “iş yaşamı sorunları” boyutu ve “eşin ve çocuğun önceliği” boyutu ile aylık gelir değişkeni arasında da anlamlı bir fark bulunmuştur. Geliri 800-1600 TL olan katılımcılar ile geliri 1600-2400 TL olan katılımcılar arasında geliri 800-1600 TL olan katılımcılar lehine anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Tablo 8. Kariyer Engelleri Algılamaları Ölçeği ile İşyerinde Cinsiyet Ayrımı Yapıldığını Düşünen ve Düşünmeyen Kadınlar Arasındaki t-Testi Sonuçları Tablosu

Kariyer Engelleri Algısı	Levene Testi			t testi		
		F	p	t	sd	p (2-uçlu)
	Eşit Varyanslar	4,987	,026	2,737	422	,006
	Eşit Olmayan Varyanslar			2,659	329,385	,008
	İşyerinde Kadın ve Erkeklerle Farklı Davranıldığını düşünüyor musunuz?			N	X	Standart Sapma
	Evet			252	2,5325	,68687
	Hayır			172	2,3335	,80048

Tablo 8’de İşyerinde cinsiyet ayrımı yapıldığını düşünen kadınların kariyer engelleri algılamalarının cinsiyet ayrımı yapılmadığını düşünenlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda Levene Testi anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ kritik değerinin altında olduğu için varyansın eşit olmama durumuna ilişkin değerleri dikkate alınmıştır. Bu durumda, kadınların işyerinde cinsiyet ayrımı yapıldığını düşünme durumları ile kariyer engelleri algılamaları arasında ($p=0,08$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu durumda H_3 kabul edilmiştir.

Tablo 9. Korelasyon Analiz Tablosu

	KKEA	KKSE	Yaş	KEFD	KEFO	HHAÇ	ÇO
KKEA	1						
KKSE	,152**	1					
Yaş	-,184**	-,073	1				
KEFD	-,132**	-,011	,120*	1			
KEFO	-,040	,192**	,140**	,393**	1		
HHAÇ	-,038	-,088	,022	,187**	,097*	1	
ÇO	,057	,066	-,464**	-,026	-,063	-,006	1

Not: **KKEA:** Kadın İşgörenlerin Kariyer Engelleri Algılamaları, **KKSE:** Kadın İşgörenlerin Kariyer Sonlandırma Eğilimleri, **KEFD:** İşyerinde Kadın ve Erkeğe Farklı Davranılması, **KEFO:** Kadınların Kariyer Engelinin Fazla Olması, **HHAÇ:** Hemcinsin Hiyerarşisi Altında Çalışma, **ÇO:** Çocuk Olması

Tablo 9 incelendiğinde ise kadın işgörenlerin kariyer engelleri algılamaları ile kadın işgörenlerin kariyer sonlandırma eğilimleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu [$KKEA \leftrightarrow KKSE$ ($r = ,152^{**}$)] görülmektedir. Bu durumda H_1 kabul edilmiştir. Ayrıca, kadın işgörenlerin kariyer engelleri algılamaları ile yaş arasında [$KKEA \leftrightarrow YAŞ$ ($r = -,184^{**}$)] anlamlı ve negatif yönlü, işyerinde kadın ve erkeğe farklı davranıldığına düşünülmesi arasında [$KKEA \leftrightarrow KEFD$ ($r = -,132^{**}$)] anlamlı ve negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Bu durumda H_4 reddedilmiştir.

Kadın işgörenlerin kariyer sonlandırma eğilimleri ile kadınların kariyer engellerinin daha fazla olması arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu [$KKSE \leftrightarrow KEFO$ ($r = ,192^{**}$)] anlaşılmaktadır. İşyerinde kadın ve erkeğe farklı davranılması ile kadınların kariyer engellerinin daha fazla olması arasında anlamlı ve pozitif yönlü [$KEFD \leftrightarrow KEFO$ ($r = ,393^{**}$)] bir ilişki, İşyerinde kadın ve erkeğe farklı davranılması ile hemcinsin hiyerarşisi altında çalışma arasında anlamlı ve pozitif yönlü [$KEFD \leftrightarrow HHAÇ$ ($r = ,187^{**}$)] bir ilişki görülmüştür. Kadınların kariyer engelinin daha fazla olması ile hemcinsinin hiyerarşisi altında çalışması arasında anlamlı ve pozitif yönlü [$KEFO \leftrightarrow HHAÇ$ ($r = ,097^{*}$)] bir ilişki olduğu görülmüştür.

BULGULARIN YORUMLANMASI

Bulundukları otelde 10 yıldan fazla süredir çalışan katılımcıların 1 yıldan az süredir çalışan katılımcılara göre kariyer sonlandırma eğilimlerinin daha yüksek olduğu bulgusu elde

edilmiştir. Yani kadın işgörenlerin, bulundukları otelde çalışma süreleri arttıkça kariyer sonlandırma eğilimleri de artmaktadır. Farklı bir sektörde, Gündüz (2010) yapmış olduğu çalışmada 15 yıldan fazla süredir öğretmenlik yapan kadınların işlerini sonlandırmaya daha yatkın oldukları sonucunu bulmuştur.

Kariyer sonlandırma eğilimi açısından geliri 801-1600 TL olan kadın işgörenlerin geliri 2400-3000 TL olan kadın işgörelere oranla kariyer sonlandırmaya daha meyilli oldukları bulgusu elde edilmiştir. Anafarta ve arkadaşları ise (2008) yapmış oldukları çalışmada kadın işgörenlerin iş yaşamında karşılaştıkları sorun olarak gelirlerinin erkeklere göre daha düşük olduğu sonucunu bulmuşlardır.

Kadın işgörenlerin kariyer engelleri algılamaları ile kadın işgörenlerin kariyer sonlandırma davranışları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yani işyerinde kariyerinde engelle karşılaşan kadın işgören kariyerine son vermek istemektedir. Totan ve Doğan (2010) yapmış oldukları çalışmada kadınların çalışmamalarının ve işlerine son vermelerinin nedeni olarak ev, iş yükü, çalışmaktan yorulmak, aile/eşin izin vermemesi, çalışma koşullarının ağır olması gibi nedenler olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, kadın işgörenlerin kariyer engelleri algılamaları ile yaşları arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Kadın işgörenlerin yaşları küçüldükçe kariyer engelleri de artmaktadır. Yaş olarak daha büyük olan işgörenlerin genç kadın işgörelere göre iş yaşamındaki kariyer engelleri daha azdır. Aksu ve arkadaşları (2010) yapmış oldukları araştırmada daha genç olan kadın işgörenlerin üst kademelere yükselme aşamasında daha fazla engelle karşılaştıkları ve bu durumun toplumsal önyargıdan kaynaklandığı sonucunu bulmuşlardır.

Çalıştığı ortamda cinsiyet ayrımı yapıldığı kanaatinde olan kadın işgörenler bundan psikolojik olarak etkilenmekte ve kariyer yaparken zorlanacakları hissine kapılmaktadırlar. Çalıştıkları örgüt içerisinde cinsiyet ayrımına şahit olmuş kadınların özgüvenlerini yitirerek kariyer aşamasında önyargılara kapıldığı düşünülmektedir.

İşyerinde kadın ve erkeğe farklı davranılması ile kadınların kariyer engellerinin daha fazla olması arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Yani işyerinde kadın ve erkeğe farklı davranıldığını düşünen kadınlar aynı zamanda erkeklere nazaran daha fazla kariyer engeliyle karşılaştıklarını düşünmektedirler.

Kadınların kariyer engelinin daha fazla olması ile hemcinsinin hiyerarşisi altında çalışması arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Erkeklere göre kadınların daha fazla kariyer engeline maruz kaldığını düşünen kadın işgörenler hemcinslerinin altında çalışmayı tercih etmektedirler. Örucü, ve arkadaşları (2007) yapmış oldukları araştırmada kadın yöneticilerin, hemcinslerinin üst düzey yönetici pozisyonlarına gelmelerini istememesi kadınlar arasında çekememezliklere sebep olması kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmesinde en önemli engellerden biri olduğu sonucunu bulmuşlardır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kadının çalışma hayatına girmesi ve ev içi rollerinden sıyrılması bir takım sorunları da beraberinde getirmiştir. Kendisinden hem annelik yapması hem de işinde başarılı olması beklenen kadın, ailesi ve iş yaşamı arasında kalmakta, zaman zaman rol çatışması yaşamakta ve kariyer yaparken erkeklere nazaran daha fazla engelle karşılaşmaktadır.

Kıdemli işgörenler işe yeni giren işgörelere göre işlerini sonlandırmaya daha fazla eğilimlidirler. Kıdemli işgörelner belirli bir yaşı geçtikleri için kariyer yapma yaşını geçtikleri düşüncesine kapılmakta, emeklilik yaşının yaklaştığını düşünüp kariyer yapmaktan vazgeçmektedirler. Yaşları daha genç olan kadın işgörelner ise yükselme aşamasında daha fazla kariyer engeline maruz kalmaktadırlar. Bunun nedeni yaşlarının küçük olması ve üst kademeyi daha büyük yaşta ve deneyimli bir işgörelnerin hakettiği görüştür. Düşük gelire sahip kadın işgörelner gelirlerinden tatmin olmadıkları ve düşük gelirle temel gereksinimlerini karşılayamadıklarını düşündükleri için yüksek gelire sahip kadın işgörelnerle göre kariyerlerini sonlandırmaya daha yatkındırlar.

İşyerinde kadın ve erkeğe farklı davranılması kadının işyerinde adil davranılmadığını düşünmesine yol açmakta ve kadını işinden soğutmaktadır. Cinsiyet ayrımcılığı yapıldığını düşünen kadın, kariyer sürecinde fırsat eşitliği olmadığına inanmakta ve özgüvenini yitirmektedir. Dolayısıyla bu durum kadın işgörelnerin kariyerini sonlandırma eğilimini tetiklemektedir. Cinsiyet ayrımcılığı yapıldığını düşünen işgörelner çareyi hemcinsinin hiyerarşisi altında çalışmakta bulmaktadır.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda geliştirilen öneriler şu şekilde özetlenebilmektedir. Kadın işgörelnerin çalışma saatleri esnek tutulabilir ve kariyer yapma çabaları desteklenebilir. Ayrıca kariyer yapmada yaşın önemli bir etken olmadığı yöneticiler tarafından kadın işgörelnerle benimsetilebilir. Çalışma ortamında, her çalışana fırsat eşitliği tanınarak hem kadın hem de erkeklerin örgüte olan bağlılık düzeyleri artırılabilir ve kariyer sonlandırma davranışlarının önüne geçilebilir. Bu fırsat eşitliği örgüte yeni katılanları da uzun yıllardır örgütte çalışanları da kapsamalıdır. Sağlanacak fırsat eşitliğinin aynı zamanda düşük ücret ile çalışan kadınların kariyer sonlandırma eğilimlerini en aza indirgeyeceği düşünülmektedir. Ayrıca kadın ve erkeklere farklı davranıldığı düşüncesini olumlu yönde iyileştirici uygulamalar geliştirilerek kadınların erkeklere kıyasla daha fazla kariyer engeline sahip olduğu önyargısı kırılabilir. Kadın işgörelnerle de örgütün bir parçası oldukları hissi aşlanarak karar verme sürecine katılmaları teşvik edilebilir. Özgüvenlerini destekleyici politikalar geliştirilerek hem yapılan işin kalitesi artırılabilir hem de yapılan iş kadın işgörelner için daha cazip hale getirilmiş olur. Kadınların kariyer yükselmelerinde kolaylaştırıcı düzenlemeler getirilerek rol model olarak kadın yönetici sayısında iyileştirmelere gidilmeli ve kadın işgörelner cesaretlendirilebilir. Örgüt içerisinde cam tavan sendromu doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen uygulamalara yönelik eğitimler verilebilir hatta işletmeler psikolog ya da yol gösterici uzman bulundurarak kariyer yapmak isteyen kadınlara destek olabilir aynı zamanda kariyerlerini sonlandırmalarının

önüne geçebilirler. Erkek yöneticilerin kadın işgörenlere yönelik olumsuz tutumlarının önüne geçecek önlemler alınarak kadın işgörenlerin nispeten erkeklere göre daha fazla kariyer engeline sahip oldukları düşünceleri pozitif yönde değiştirilebilir. Gerek burada geliştirilen öneriler gerekse benzer konudaki çalışmalarda yer alan öneriler dikkate alınarak kadın işgörenlerin kariyer engelleri algılamaları olumlu yönde değiştirilebilecek ve dolayısıyla kariyer sonlandırma eğilimleri azaltılabilecektir.

Benzer konuda çalışma yapacak araştırmacıların yürütecekleri çalışmaları sadece konaklama işletmeleri ile değil turizm sektörünün diğer bileşenleri ile de ele almalarının akademik anlamda faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adak, N. (2007). Kadınların İkilemi: İş ve Aile Yaşamı. *Sosyoloji Dergisi Ülgün Oskay'a Armağan Özel Sayısı*, 137-132.
- Akın, A. (2007). Muhasebe Meslek Mensuplarında İş Tatmini ile İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 34: 144-151.
- Aksu, A., Çek, F. ve Şenol, B. (2013). Kadınların Müdür Olmalarının Önündeki Cam Tavan ve Cam Tavanı Aşma Stratejileri'ne İlişkin İlköğretim Okulu Müdürlerinin Görüşleri, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25: 133-160.
- Alican, A. (2007). *Kamu Memur Sendikalarında Çalışan Yönetici Kadınlar*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E., (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Anafarta, N., Sarvan, V. ve Yapıcı, N. (2008). Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 15, 111-137.
- Arı, S., Bal, H. ve Bal, Ç. (2010). İşe Bağlılığın Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisindeki Aracılık Etkisi: Yatırım Uzmanları Üzerinde Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3): 143-166.
- Avuka, G. (2009). *Genel Liselerde Çalışan Yönetici ve Öğretmen Görüşlerine Göre, Kadın Öğretmenlerin Kariyer Engelleri*, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Bajdo, L., M. ve Dickson, M., W. (2011). Perceptions of Organizational Culture and Women's Advancement in Organizations: A Cross-Cultural Examination, *Sex Roles A Journal Of Research*, 45(5-6): 339-414.
- Begenirbaş, M. ve Çalışkan, A. (2014). Duygusal Emeğin İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Kişilerarası Çarpıklığın Aracılık Rolü. *Business and Economics Research Journal*, 5(2): 109-127.
- Bierama, L. L. (1998). A Synthesis of Women's Career Development Issues, *New Directions For Adult and Continuing Education*, 80, 95-103.

- Bingöl, D., Aydoğan, E., Şenel, G. ve Erden, P. (2011). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Hiyerarşik Yükselmelerindeki Engeller: T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Ankara Merkez Teşkilatı Örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 12(1), 115-132.
- Boz, C., (2006). *Dünya’da Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Koşulları*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Cam, E. (2004). Çalışma Yaşamında Stres ve Kamu Kesiminde Kadın Çalışanlar, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*.
- Creed, P. A., Conlon, E. G., ve Zimmer-Gembeck, M. J. (2007). Career Barriers and Reading Ability as Correlates of Career Aspirations and Expectations of Parents and Their Children. *Journal of Vocational Behavior*, 70, 242-258.
- Çalışkan, A. (2012). *Kamu Sektöründe İstihdam Edilen Kadınların Kariyer Engellerini ve Cam Tavan Sendromunu Algılamalarına İlişkin Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Çelikten, M. (2004). Okul Müdürü Koltuğundaki Kadınlar: Kayseri İli Örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 91-188.
- Demir, M. ve Tütüncü Ö. (2009). Ağırlama İşletmelerinde Örgütsel Sapma ile İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1): 64-74.
- Demirkol, Ş., Fidan, F. ve Pelit, E., (2004). Turizm Sektöründeki Bayan İşgörenlerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(8): 71-88.
- Doherty, L., & Manfreti S. (2001). Women’s Employment in Italian and UK Hotels. *Hospitality Management*, 20, 66-68.
- Erdem, B., (2004). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(11): 35-54.
- Eren, A. (2011). İş Memnuniyeti Boyutları (İşe İlişkin Algıları) İle Personel Devri Arasındaki İlişkinin Kantitatif Analizi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal Of International Social Research*, 4(18): 404-419.
- Ertuğral, S. M., (2002). İstihdam Yapımızın İncelenmesi ve İstanbul’daki 5 Yıldızlı Otelere Yönelik Bir Alan Çalışması, *İ.Ü. İktisat Mecmuası*, 52(2): 2-12.
- Gilbert, D., Guerrier, Y., & Guy, J. (1998). Sexual Harassment Issues in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(2), 48-53.
- Gündüz, Y. (2010). Öğretmen Algılarına Göre Kadın Öğretmenlerin Kariyer Engellerinin İncelenmesi, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 10(1).
- Güzel, B. (2009). *Kadın Çalışanların Kariyer Engellerinin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- İnandı, Y. ve Tunç, B. (2012). Kadın Öğretmenlerin Kariyer Engelleri ile İş Doyum Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 203-222.

- Kara, F.M. (2011). *Spor Örgütlerinde Kadın Yöneticilerin Kariyer Engelleri*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Karakuş, H. (2014). Kraliçe Arı Sendromu - Pembe Taciz, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1): 334-356.
- Köstek, H. (2007). *Resmi İlköğretim Okullarında Çalışan Yönetici ve Öğretmen Görüşlerine Göre, Kadın Öğretmenlerin Kariyer Engelleri*. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Mercanlıoğlu, Ç. (2009). Cinsiyete Dayalı Eşitsizlik; Kadın Yöneticilerin İş ve Özel Hayatlarını Dengeleme Zorlukları ve Bedelleri. *Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 35-44.
- Mızrahi, R. ve Aracı, H. (2010). Kadın Yöneticiler ve Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 149-156.
- Oakley, J. G. (2000). Gender-based Barriers to Senior Management Positions: Understanding the Scarcity of Female CEOs, *Journal of Business Ethics*, 27, 321-334.
- Öğüt, A. (2008). *Örgüt Kültürü İçinde Cinsiyet Ayrımcılığı Algılamasının Kadın Kariyeri Üzerine Etkileri: Kavramsal ve Uygulamalı Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Kılıç, T. (2007). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2): 117-135.
- Örücü, E. ve Özafşarlıoğlu, S. (2013). Örgütsel Adaletin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde Bir Uygulama. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(23): 335-358.
- Özdanlı, Ö. (2007). Türkiyede Kadın Akademisyenler. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 32: 144.
- Özyer, K. ve Azizoğlu, Ö. (2014). İş Hayatında Kadınların Önündeki Cam Tavan Engelleri İle Algılanan Örgütsel Adalet Arasındaki İlişki. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 139-156.
- Polat, M ve Meydan, C.H. (2010). Örgütsel Özdeşleşmenin Sinizm ve İşten Ayrılma Niyeti ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 9(1): 145-172.
- Poyraz, K. ve Kama, B. (2008). Algılanan İş Güvencesinin, İş Tatmini Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2): 143-164.
- Salıhoğlu, G. H. (2014). *Çalışanların Kariyer Yolculuğunda İşkolikliğin Rolü Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi, Çorum.
- Sayıl, M., Güre, A., Uçanok, Z. Ve Pungello, E., P. (2009). Summary Working First Time Mothers' Infant Care Selection and Transition Back to Work: A Prospective Study, *Turkish Journal of Psychology*, 24(64): 15-18.

- Smart, M. R. (1998). Career Stages in Australian Professional Women: A Test of Super's Model. *Journal of Vocational Behavior*, 52, 379-385.
- Şahin, F. (2004). İşe Devamsızlığın Nedenleri, Sonuçları ve Örgütler İçin Önemi. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1), 24-39.
- Totan, T. ve Doğan T. (2010). Kadınlarda Olası Kariyer Sonlandırma Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 12(4), 33-50.
- Tükeltürk, Ş. A. ve Perçin, N. Ş. (2008). Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavanı Kırmaya Yönelik Stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 113-128.
- Türkkahraman M. ve Şahin, K. (2010). Kadın ve Kariyer. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), 75-88.
- Yıldız, S., Yalavaç, S. ve Meydan, C. E. (2013). Tükenmişliğin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Örgüte Bağlılığın Aracı Rolü: Türkiye'deki Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Personeli Üzerinde Bir Araştırma. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 26, 164-189.
- Wentling, R. M. (1998). Work and Family Issues: Their Impact on Women's Career Development. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 80, 15-24.

BAĞIMSIZ KARAR VERME (OTONOMİ) DÜZEYİNE GÖRE LİSANS TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN SEKTÖR ALGISI VE PROFİLİ

A.Celil ÇAKICI

*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
celilcakici@mersin.edu.tr*

Ferhat ŞEKER

*Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ferhatseker@ymail.com*

ÖZET

Otonomi, kişinin kendini yönetmesi, hareket ve davranışlarda bağımsızlığı, kendini keşfetme, seçme özgürlüğü ve eylemde bulunma serbestliği anlamlarına gelmektedir. Otonomik özellik gösteren kişiler özgür düşünüp hareket edebilen, kendisi ile ilgili kararları kendi verip uygulayabilen, başkalarından bağımsız hareket edebilen kişilerdir. Bu çerçevede araştırmanın amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otonomi düzeylerine göre turizm sektör algısının karşılaştırılmasıdır. Ayrıca, otonomi düzeyleri düşük veya yüksek olan öğrencilerin profilleri de belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada veriler, geliştirilen bir anketin kota örnekleme tekniği ile 28 Nisan-16 Mayıs 2014 tarihleri arasında yüz yüze uygulanmasıyla toplanmıştır. Bulgular, öğrencilerin otonomi düzeyi yüksek ve düşük olmak üzere iki kümeye ayrılabilceğini ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçlarına göre otonomi düzeyi yüksek olanlar, turizm sektörüne daha olumlu bakabilmektedir. Diğer taraftan, otonomi düzeyi yüksek olan öğrencilerin; çoğunlukla erkek, büyükşehirlerde yetişmiş, ekonomik açıdan orta halli ve demokrat aile ortamında yetişmiş, otelcilik ve turizm ile ilgili liselerden mezun ve lisans düzeyinde turizm eğitimi almayı bilinçli olarak seçmiş öğrenciler olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Bağımsız karar verme (otonomi), turizm sektör algısı, lisans turizm eğitimi, öğrenci*

GİRİŞ

Türkiye’de insanların, genellikle yakınlarının istek ve yönlendirmeleriyle hareket ettiği, özellikle daha geleneksel ortamlarda insanların kararlarını da kendilerinden çok yakınlarının aldığı, ailenin sevdiği ve istediği şeylerin meslek ve eş kadar önemli konularda bile belirleyici olduğu söylenebilir (Özdemir, 2011, s. 152). Bu geleneksel yapının aksine iş hayatında kişinin, işini isteyerek seçmiş olması, işiyle ilgili kararları başkalarından bağımsız verebilmesi, kişisel başarıya önem vermesi ve eleştirel bakış açısına sahip olmasının, işgören verimliliğini etkileyen önemli kişilik özellikleri olduğu belirtilmektedir (Adams ve Miller, 2001, s. 206).

Öğrencilerin çalışma yaşamı için turizm sektörünü seçmemelerinde etkili olan faktörleri; sektörün yapısı ve istihdamın sezonluk olması (Roney ve Öztin, 2007, s. 10), çalışanlara düşük ücret verilmesi (Kuşluyan ve Kuşluyan, 2000, s. 261), iş tanımlarının ve mesleki standartların eksik oluşu (Tuyluoğlu, 2003, s. 12), uzun ve yoğun çalışma temposu (Yılmaz, 2011, s. 283) şeklinde çoğaltmak mümkündür. Bunlara ek olarak turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörü hakkındaki düşünceleri üzerinde ailelerinin etkisi olduğu

görülmüştür (Kwan, 2005, s. 79). Bireyin hayatı boyunca alacağı en önemli kararlardan biri olan meslek seçiminde birey birçok iç ve dış unsurdan etkilenmektedir (Krumboltz, Mitchell ve Jones, 1976, s. 71). Bu noktada bireyin kendisine ilişkin kararları kendisinin alabilmesi, özgür düşünüp karar vermesi, sahip olduğu özelliklerinin farkında olması doğru meslek seçiminde hayati önem taşımaktadır (Haren, 1979, s. 119).

Doğru meslek seçiminde kişinin özellikleri belirleyici olabilmektedir. Otonom (özerk) bireyler sorumluluk üstlenen, kişisel başarıya önem veren, risk alabilen, rekabetçi bireyler olup; otonominin onlara sağladığı özgürlükle dünyaya açılıp, rekabet edebilme ve imaj yaratma şansına sahip kişilerdir (Deci ve Ryan, 2000, s. 238). Çevre koşullarının sürekli değişmesi, bireysel sorumluluk, yaratıcılık, rekabetçilik ve uzmanlaşma gerektiren işleri ön plana çıkarırken; bu tür işlerde, özerk davranabilen kişilerin daha başarılı olabileceği düşüncesi ön plana çıkmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2005, s. 412). Turizm sektöründe inisiyatif almanın önemli olması, öznesini ve nesnesini insanın oluşturması gibi nedenler, otonomik kişilik özelliği gösteren bireylere ihtiyaç duyulmasına yol açabilir.

Özerklik kavramı, özgürlük, bağımsızlık, bireysel başarı, kendini tanıma, kendine güvenme, kendini düzenleme, kendi kendine yetebilme gibi kavramlarla benzer anlamlı olarak kullanılmaktadır (Morsünbül, 2012, s. 261). Bu durumdan kaynaklı olarak literatüre bakıldığında zaman, özerkliğin ve özerklikle ilişkili kavramların açıklanmasında araştırmacılar arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu çalışmada otonomi (özerklik) kavramı, Beck'in (1983) yaptığı gibi "özgür düşünüp hareket edebilme, kendi kararlarını kendi alabilme ve kişisel başarıya önem verme" olarak tanımlanmakta ve ele alınmaktadır.

Diğer taraftan, turizm sektörü algısı ile ilgili daha önce yapılan bazı çalışmalar turizm eğitimi almakta olan veya almış öğrencilerin sektöre yönelik algılarının olumsuz olduğunu göstermektedir (Getz, 1994; Koko ve Guerrier, 1994; Kuşluvan ve Kuşluvan, 2000; Jenkins, 2001; Pehlivan, 2008; Richardson, 2009; Baltacı vd. , 2012; Richardson ve Butler, 2012, vb). Algı, kişinin yaşantısı boyunca elde ettiği bilgilerin beyin tarafından örgütlenip, yorumlanıp, anlamlı hale getirilmesi durumu olup; kişiden kişiye farklılık gösterebilmektedir (Morgan, 2000). Algılamanın özünde yorum vardır ve algılama çalışmaları, bireylerin çevrelerindeki olayları, kişileri ve nesneleri nasıl algılayıp yorumladıklarını inceler (İnceoğlu, 2010, s. 63). Nitelikli personel ihtiyacı duyan turizm işletmelerinin, personel ihtiyacını karşılamada turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik algılamalarını göz ardı etmeleri, hizmet kalitelerine ve müşteri memnuniyeti hedeflerine zarar verebilme potansiyelindedir (Roney ve Öztin, 2007, s. 5). Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik algılamaları turizmin alt sektörlerine (konaklama, seyahat, ulaştırma vb.) göre farklılıklar gösterebilir (Avcı, 2011, s. 9).

Turizm sektöründe çalışma koşullarının ağırlığı, yoğun çalışma saatlerinin varlığı, başarı için istikrar ve sabırlı olmanın önemli olması, istihdam garantisinin düşüklüğü (Duman, 2006, s. 53) gibi nedenler, bağımsız karar verebilen insanlar için cazip bir sektör olabilir. Özgür düşünüp hareket edebilen, kendi kararlarını kendi alabilen, kişisel başarıya önem

veren kişiler Beck'e (1983) göre otonomik (bağımsız, özerk) özellik gösteren kişilerdir. Bu çalışmada bağımsız hareket edebilme düzeyine göre öğrencilerin turizm sektörü algılarının karşılaştırılması ve profillerinin ortaya konması çalışılmaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Doğru meslek seçimi, kişisel başarı için ön koşuldur. Doğru mesleğin seçiminde ise, kişilik özelliklerinin yadsınamaz bir yeri bulunmaktadır (Haren, 1979, s. 119). Turizm, insan ilişkilerinin ve etkileşimlerinin yoğun yaşandığı, başarı odaklı bir sektördür. Bu sektörde, başarı odaklı, inisiyatif kullanabilen, özgürlüğüne düşkün, bağımsız karar alabilme (otonomik) kişilik özelliğindeki insanların gerek sektörün bir bütün olarak başarısında, gerekse turist tatmini yaratılmasında önemli bir faktör olabilecekleri beklenebilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, turizm işletmelerinde etkin insan kaynağı kullanımı ve verimlilik açısından turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin araştırılmasının önemli olduğu söylenebilir (Tokmak, 2013, s. 85). Bu çerçevede araştırmanın amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin bağımsız karar alabilme düzeylerine göre turizm sektörü algısının karşılaştırılmasıdır. Ayrıca, bağımsız karar alabilme düzeyleri düşük veya yüksek olan öğrencilerin profilleri de belirlenmeye çalışılacaktır. Böylece, bağımsız karar alabilme potansiyeli yüksek olan öğrencilerin profili ortaya konacaktır. Çalışmanın, öğrencilerin lisans bölümü tercihleri ile kendi kişilik özelliklerinin uyumu konusunda yol gösterici olabileceği ve böylece özellikle tercih aşamasında olan öğrencilere katkı sağlayabileceği öngörülebilmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tanımlayıcı türde tasarlanan çalışmada veriler, geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette demografik soruların yanı sıra, iki de ölçek yer almaktadır. Ölçeklerden ilki, otonomik kişilik özelliği ölçeği olup; Beck ve arkadaşları tarafından 1983 yılında geliştirilmiş, Şahin ve arkadaşları tarafından ise 1997 yılında Türkçeye uyarlanmıştır. Orijinalinde sosyotropi için 30 madde ve otonomi için de 30 madde bulunmaktadır. Bu çalışmada sadece otonomik kişilik özelliğini belirlemeye dönük ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek maddelerinin yanıt kategorileri, “....., sizi ne kadar tanımlıyor” sorusuna karşılık “0=Hiç tanımlamıyor”dan başlayıp “4=Çok iyi tanımlıyor”a kadar giden 5’li derecelemeyle tabi tutulmuştur.

Diğer taraftan, öğrencilerin turizm sektörü algılarını belirlemek amacıyla Çatı ve Bilgin (2013) tarafından yapılan çalışmadan yararlanılmıştır. Ölçek 26 maddeden oluşmakta olup; yanıt kategorileri “1=Kesinlikle katılmıyorum”dan başlayıp “5=Kesinlikle katılıyorum”a kadar giden 5’li Likert derecelemesi şeklindedir. Hazırlanan anket, her sınıftan 10 öğrenci olmak üzere, 7-11 Nisan 2014 tarihleri arasında toplam 40 öğrenci üzerinde ön teste tabi tutulmuş olup; anlaşılabilirlik açısından herhangi bir sorun ile karşılaşmamıştır.

Araştırmanın evrenini, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Türkiye’de yaklaşık 30000 lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencinin varlığı

(Türkeri, 2014, s. 5) düşünüldüğünde, örnekleme yoluna gidilmesi kaçınılmazdır. Bu nedenle, Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümüne kayıtlı ve 2013-2014 eğitim-öğretim yılı bahar yarıyılında kayıt yenileme işlemi yapan öğrenciler, örnekleme çerçevesi olarak tanımlanmıştır. Tanımlanan çalışma evrenini toplam 812 öğrenci oluşturmaktadır. Sınıfların daha iyi temsilini sağlamak için, her sınıftaki öğrencinin en az yarısına ulaşılması hedeflenerek, toplam 409 öğrenciden oluşan bir kota belirlenmiştir.

Anket 28 Nisan – 16 Mayıs 2014 tarihleri arasında uygulanmıştır. Ancak, toplanan 409 anketin incelenmesi sonucu, 10 anket değerlendirme dışı tutularak, analizler 399 anket üzerinden yapılmıştır. Analizlerde, tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, kümeleme, t-testi ve ki-kare istatistiğinden yararlanılmıştır.

Araştırmada kullanılan 30 maddeli otonomik kişilik özelliğini belirleme ölçeğinin Alfa Güvenirlik katsayısı 0,971 olarak bulunmuştur. Aynı katsayı, turizm sektörü algısı ölçeği için 0,988 olarak hesaplanmıştır. Ölçekler ikiye ve örneklem rastgele ikiye bölünerek ve ayrıca tek ve çift numaralı ölçek maddelerine göre ölçeklerin güvenirlilik katsayıları hesaplanmış ve hepsinin 0,900'ün üstünde olduğu görülmüştür. Böylece ölçeklerin “yüksek” derecede güvenilir olduğu (Alpar, 2013, s. 847) sonucuna ulaşılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin %65,2'si (260 kişi) erkek olup, %44,9'u (179 kişi) otelcilik ve turizm ile ilgili liselerden mezundur. Program türüne bakıldığında öğrencilerin %55,4'ü (221 kişi) birinci öğretim öğrencisi olup, %57,4'ü (229 kişi) büyükşehirde büyümüştür. Araştırmamıza katılan öğrencilerin ailelerinin genel yapısına bakıldığında %45,6'sı (182 kişi) ailelerinin demokratik olduğunu söylerken, %41,6'sı (166 kişi) ailelerinin ekonomik durumlarının ‘orta’ olduğunu beyan etmiştir. Öğrencilerin %39,1'i (156 kişi) hayatlarıyla ilgili kararları kendilerinin aldığını ifade etmektedir.

Bağımsız karar alabilme (otonomi) ölçeği 30 maddelidir ve orijinali Beck ve arkadaşları tarafından 1983 yılında geliştirilmiştir. Türkçeye uyarlaması ve geçerlik çalışmaları, Şahin ve arkadaşları tarafından 1997 yılında yapılmıştır. 30 maddeli ölçek kullanılarak iki aşamalı kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. Kümeleme analizi sonucunda 399 öğrenciden oluşan örneklem, bağımsız karar alma düzeyi yüksek 209 (%52,4) ve bağımsız karar alma düzeyi düşük 190 (%47,6) öğrenci olmak üzere iki kümeye ayrılmıştır.

Turizm sektör algısı ölçeği 26 maddeli olup 5 boyuttan oluşmaktadır. Beş boyut; “Bireysel özelliklere uygunluk”, “Ekonomik gelir”, “Kolaylık”, “İstihdam” ve “Çevresel etki” olarak belirtilmektedir (Çatı ve Bilgin, 2013, s. 30). Herbir boyutun madde-toplam korelasyonlarında 0,250'nin altında değer olmadığı, negatif madde-toplam korelasyonunun bulunmadığı ve en düşük iç tutarlık katsayısının 0,921 olduğu tespit edildiğinden herbir boyutun puanlarının toplanarak, karşılaştırma kolaylığı sağlamak için madde sayısına bölünmesine karar verilmiştir.

Tablo 1, bağımsız karar alma düzeylerine göre öğrencilerin turizm sektör algısı karşılaştırmasını göstermektedir. Tabloya göre, turizm sektör algısı, bağımsız karar alabilme özelliği yüksek olan öğrencilerle düşük olan öğrenciler arasında anlamlı farklılıklar göstermektedir. Bağımsız karar alabilen öğrenciler, sektöre daha yüksek ortalama atamışlardır. Başka bir ifade ile, kararlarında özerk davranabilen öğrenciler, kendine güvenen, bağımsız karar alabilen, rekabetçi, yaratıcı, riske girebilen, başarı odaklı olduklarından sektörü kendi bireysel özelliklerine daha uygun görmektedirler. Ekonomik açıdan bakıldığında otonomi düzeyi yüksek olan öğrenciler turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebileceklerini düşünmektedirler. Yine bu öğrenciler turizm sektörünü diğer sektörlerle kıyasla çalışmanın daha kolay olduğu bir sektör olarak görmektedirler. Son olarak bağımsız karar alabilme özelliği yüksek olan öğrenciler düşük olan öğrencilere kıyasla turizm sektöründe iş bulmanın daha kolay olduğunu ve çevresel açıdan da olumlu değerlendirmelerle karşılaşabileceklerini düşünmektedirler.

Tablo 1. Otonomi Düzeyine Göre Turizm Sektör Algısının Karşılaştırılması

Sektör algısı faktörü	Küme	N	Ortalama	Std.Sapma	t-değeri	p-değeri
Bireysel özelliklere uygunluk	Otonomisi yüksek	209	4,3131	,64315	33,216	,000
	Otonomisi düşük	190	1,8035	,84178		
Ekonomik gelir	Otonomisi yüksek	209	4,3529	,71274	25,402	,000
	Otonomisi düşük	190	2,1697	,97036		
Kolaylık	Otonomisi yüksek	209	3,7863	1,07270	27,061	,000
	Otonomisi düşük	190	1,3421	,66263		
İstihdam	Otonomisi yüksek	209	3,7049	,63957	24,319	,000
	Otonomisi düşük	190	2,1123	,66818		
Çevresel etki	Otonomisi yüksek	209	3,3971	,83504	25,270	,000
	Otonomisi düşük	190	1,5105	,65204		

Bağımsız karar alma eğilimi yüksek ve düşük öğrencilerin profili, sektöre demografik özellikler bakımından ne tür öğrencilerin daha uygun olduğu konusunda bir fikir sağlayabilir. Tablo 2, bağımsız karar alma düzeyi ile cinsiyet arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Buna göre, özerk davranış eğilimi yüksek olanların %30'u kadın iken, düşük olanların %40'ı kadındır. Başka bir açıdan, kadınların %46'sı yüksek özerk davranış içinde iken erkeklerde bu oran %56'dır. Dolayısıyla, erkeklerin kadınlara kıyasla daha yüksek bağımsız karar alma eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 2. Otonomi Düzeyi İle Cinsiyet İlişkisi

Otonomi		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Otonomisi yüksek	n	64	145	209
	Küme içindeki %	30,6%	69,4%	100,0%
	Cinsiyet içindeki %	46,0%	55,8%	52,4%
Otonomisi düşük	n	75	115	190
	Küme içindeki %	39,5%	60,5%	100,0%
	Cinsiyet içindeki %	54,0%	44,2%	47,6%
Toplam	n	139	260	399
	Küme içindeki %	34,8%	65,2%	100,0%
	Cinsiyet içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 3,435; s.d.:1, Tek taraflı p:0,040;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 66,195

Tablo 3, bağımsız karar alma düzeyi ile mezun olunan lise türü arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Buna göre, özerk davranış eğilimi yüksek olanların %71'i otelcilik ve turizm meslek liselerinden mezun iken, düşük olanların %85'i diğer liselerden mezundur. Farklı bir açıdan; turizm meslek liselerinden mezun olanların %83'ü yüksek otonomi özelliğinde iken, diğer liselerden mezun olanların %72'si düşük özerk davranış gösterme eğilimindedir. Bu durum, turizm ile ilgili meslek lisesinden mezun olan bir öğrencinin çalışma yaşamını daha yakından tanıması nedeniyle diğer liselerden mezun olanlara kıyasla daha bağımsız karar alabildiğini gösterir.

Tablo 3. Otonomi Düzeyi İle Mezun Olunan Lise Türü İlişkisi

Otonomi		Mezun Olunan Lise		Toplam
		Diğer Liseler	Otelcilik Ve Turizm İle İlgili Liseler	
Otonomisi yüksek	n	60	149	209
	Küme içindeki %	28,7%	71,3%	100,0%
	Lise içindeki %	27,3%	83,2%	52,4%
Otonomisi düşük	n	160	30	190
	Küme içindeki %	84,2%	15,8%	100,0%
	Lise içindeki %	72,7%	16,8%	47,6%
Toplam	n	220	179	399
	Küme içindeki %	55,1%	44,9%	100,0%
	Lise içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 123,943; s.d.:1, İki taraflı p<0,0001;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 85,24

Tablo 4, bağımsız karar alma düzeyi ile sınıf arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Sınıflar açısından bir değerlendirme yapmak gerekirse, birinci sınıftaki öğrencilerin %80'e yakını özerk davranış gösterirken, bu oran son sınıfa doğru %50'ye düşmektedir. Burada biraz çelişkili bir durum ile karşılaşmaktadır. Şöyle ki, gerek staj süresince gerekse ücreti karşılığı çalışma olsun, öğrenciler iş yaşamını daha yakından görebilerek lisansın son sınıfına gelince daha özerk davranış içine girebilmektedir. Benzer bir şey de, otonomisi düşük olanlar için de söz konusudur. Bağımsız davranış eğilimi düşük olanlar, iş yaşamını tanıdıkça son sınıfa geldiklerinde, biraz da Türkiye koşulları gereği başkalarına bağlı olarak karar alma eğilimine girebilmektedir. Burada kilit olan staj ve çalışma koşullarının öğrenciye kazandırdıklarıdır.

Tablo 4. Otonomi Düzeyi İle Sınıf İlişkisi

Otonomi		Sınıf				Toplam
		1.Sınıf	2.Sınıf	3.Sınıf	4.Sınıf	
Otonomisi yüksek	n	37	38	27	107	209
	Küme içinde %	17,7%	18,2%	12,9%	51,2%	100,0%
	Sınıf içinde %	78,7%	46,3%	55,1%	48,4%	52,4%
Otonomisi düşük	n	10	44	22	114	190
	Küme içinde %	5,3%	23,2%	11,6%	60,0%	100,0%
	Sınıf içinde %	21,3%	53,7%	44,9%	51,6%	47,6%
Toplam	n	47	82	49	221	399
	Küme içinde %	11,8%	20,6%	12,3%	55,4%	100,0%
	Sınıf içinde %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 15,813; s.d.:3; p:0,001;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0; En küçük beklenen değer: 22,38

Tablo 5, bağımsız karar alma ile program türü arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Buna göre, özerk davranış eğilimi yüksek olanların %63'ü birinci öğretim öğrencisi iken, bağımsız hareket edebilmesi düşük olanlarda bu oran %47'ye gerilemektedir. Sütunlar itibariyle bir değerlendirme yapılacak olursa, birinci öğretim öğrencilerinin %60'ı otonomik kişilik özelliği daha yüksek iken, bu oran ikinci öğretim öğrencilerinde %43'tür. Dolayısıyla, birinci öğretim öğrencilerinin bağımsız hareket edebilme eğilimlerinin ikinci öğretim öğrencilerine kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmektedir.

Tablo 5. Otonomi Düzeyi İle Program Türü İlişkisi

Otonomi		Program Türü		Toplam
		Birinci öğretim	İkinci öğretim	
Otonomisi yüksek	n	132	77	209
	Küme içindeki %	63,2%	36,8%	100,0%
	Program içindeki %	59,7%	43,3%	52,4%
Otonomisi düşük	n	89	101	190
	Küme içindeki %	46,8%	53,2%	100,0%
	Program içindeki %	40,3%	56,7%	47,6%
Toplam	n	221	178	399
	Küme içindeki %	55,4%	44,6%	100,0%
	Program içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 10,722; s.d.:1, İki taraflı $p<0,001$;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 84,76

Tablo 6, özerk davranış ile büyünülen yerleşim yerinin büyüklüğü arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Büyünülen yer ile bağımsız hareket edebilme arasında, ancak $\alpha:0,10$ düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunabilmektedir. Bu anlam düzeyi dikkate alınarak, özerk davranış eğilimi yüksek olanların %63'ü büyükşehirlerde büyüyen öğrenciler iken, otonomisi düşük olanlarda bu oran %52'dir. Diğer taraftan yerleşim yerinin nüfusu arttıkça, özerk davranış eğilimi daha yüksek olmaktadır. Örneğin; köy veya kasabada büyüyenlerden özerk davranış gösterme eğilimi %40 iken, bu oran şehirlerde %47'ye ve büyükşehirlerde ise %57'ye çıkmaktadır. Tersine yerleşim yerinin nüfus miktarı arttıkça, başkalarına bağlı hareket etme oranı düşmektedir.

Tablo 6. Otonomi Düzeyi İle Büyünülen Yerleşim Yeri İlişkisi

Otonomi		Büyüdüğünüz Yer			Toplam
		Köy+Kasaba	Şehir	Büyük Şehir	
Otonomisi yüksek	n	11	67	131	209
	Küme içindeki %	5,3%	32,1%	62,7%	100,0%
	Yerleşim içindeki %	40,7%	46,9%	57,2%	52,4%
Otonomisi düşük	n	16	76	98	190
	Küme içindeki %	8,4%	40,0%	51,6%	100,0%
	Yerleşim içindeki %	59,3%	53,1%	42,8%	47,6%
Toplam	n	27	143	229	399
	Küme içindeki %	6,8%	35,8%	57,4%	100,0%
	Yerleşim içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 5,355; s.d.:2; p:0,069;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 12,86

Tablo 7, otonomi düzeyi ile turizm fakültesini bilinçli olarak seçim arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Otonomisi yüksek olanların %86'sı turizm fakültesini isteyerek tercih etmişken, özerk davranış eğilimi düşük olanlarda istemeden tercih etme oranı %83'tür. Başka bir açıdan, turizm fakültesini bilinçli olarak seçenlerin %85'i bağımsız hareket edebilen öğrencilerden oluşurken, bu oran istemeden tercih yapanlarda %15'e düşmektedir.

Tablo 7. Otonomi Düzeyi İle Bilinçli Seçim Arasındaki İlişkisi

Otonomi		Turizm Fakültesini İsteyerek Seçme Durumu		Toplam
		İsteyerek	İstemeden	
Otonomisi yüksek	n	180	29	209
	Küme içindeki %	86,1%	13,9%	100,0%
	Seçme içindeki %	84,9%	15,5%	52,4%
Otonomisi düşük	n	32	158	190
	Küme içindeki %	16,8%	83,2%	100,0%
	Seçme içindeki %	15,1%	84,5%	47,6%
Toplam	n	212	187	399
	Küme içindeki %	53,1%	46,9%	100,0%
	Seçme içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 191,840 s.d.:1, İki taraflı p<0,0001;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 89,05

Tablo 8, otonomi düzeyi ile öğrencinin yetiştiği aile yapısı arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Otonomisi yüksek olanların %61'i demokratik ailelerden gelirken, bağımsız karar alma eğilimi düşük olanların %36'sı aşırı ilgili ailelerin çocuklarıdır. Aile yapısına göre oranlar dikkate alınırsa, demokratik ve ilgisiz ailelerden gelen öğrencilerin bağımsız karar alma oranı, otoriter, aşırı ilgili ve koruyucu ailelerden gelen öğrencilere kıyasla daha yüksektir.

Tablo 8.Otonomi Düzeyi İle Aile Yapısı Arasındaki İlişkisi

Otonomi		Ailenin Genel Yapısı					Toplam
		Otoriter	Demokratik	İlgisiz	Aşırı ilgili	Koruyucu	
Otonomisi yüksek	n	16	128	31	24	10	209
	Küme içindeki %	7,7%	61,2%	14,8%	11,5%	4,8%	100,0%
	Aile yapısı içindeki %	34,8%	70,3%	77,5%	25,8%	26,3%	52,4%
Otonomisi düşük	n	30	54	9	69	28	190
	Küme içindeki %	15,8%	28,4%	4,7%	36,3%	14,7%	100,0%
	Aile yapısı içindeki %	65,2%	29,7%	22,5%	74,2%	73,7%	47,6%
Toplam	n	46	182	40	93	38	399
	Küme içindeki %	11,5%	45,6%	10,0%	23,3%	9,5%	100,0%
	Aile yapısı içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 76,017 s.d.:4, $p<0,0001$;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 18,10

Tablo 9, otonomi düzeyi ile öğrencinin ailesinin ekonomik durumu arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Otonomisi yüksek olanların %55'i ekonomik durumu orta halli olan ailelerden gelmektedir. Özerk karar alması düşük olan öğrencilerin %55'i ekonomik durumu iyi olan ailelerin çocuklarıdır. Ailelerin ekonomik durumlarına göre bir değerlendirme yapılırsa, ekonomik durumu kötü ve orta olan ailelerden gelen öğrencilerin bağımsız karar alma düzeyleri daha yüksek iken, ekonomik durumu iyi ve çok iyi olan ailelerin çocuklarının ise daha ziyade bağımsız karar alma bakımından düşük düzeydedir.

Tablo 9.Otonomi Düzeyi İle Ailenin Ekonomik Durumu Arasındaki İlişkisi

Otonomi		Ailenin Ekonomik Durumu				Toplam
		Kötü	Orta	İyi	Çok iyi	
Otonomisi yüksek	n	31	115	60	3	209
	Küme içindeki %	14,8%	55,0%	28,7%	1,4%	100,0%
	Ekonomik durum içindeki %	88,6%	69,3%	36,6%	8,8%	52,4%
Otonomisi düşük	n	4	51	104	31	190
	Küme içindeki %	2,1%	26,8%	54,7%	16,3%	100,0%
	Ekonomik durum içindeki %	11,4%	30,7%	63,4%	91,2%	47,6%
Toplam	n	35	166	164	34	399
	Küme içindeki %	8,8%	41,6%	41,1%	8,5%	100,0%
	Ekonomik durum içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 79,643 s.d.:3, $p < 0,0001$;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 16,19

Tablo 10, otonomi düzeyi ile öğrencinin Turizm Fakültesini tercih sıralamaları grubu arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Otonomisi yüksek olanların %57'si Turizm Fakültesini 1-3.tercih arasında isterken, otonomisi düşük olanların %30'u 7-10. ve başka bir %30'u da 11-20. sıralarda tercih etmiştir. Tercih grupları dikkate alındığında; ilk altı tercih arasında turizmi isteyen öğrencilerin bağımsız karar alma oranları yüksek iken, 7 ve sonraki sıralarda tercih yapanlarda bağımsız karar alma oranı daha düşüktür.

Tablo 10.Otonomi Düzeyi İle Turizm Fakültesi Tercih Sıralaması Arasındaki İlişkisi

Otonomi		Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Kaçınıcı Tercihiniz İdi?					Toplam
		1-3.tercih	4-6.tercih	7-10.tercih	11-20.tercih	21-29.tercih	
Otonomisi yüksek	n	119	46	22	14	8	209
	Küme içindeki %	56,9%	22,0%	10,5%	6,7%	3,8%	100,0%
	Tercih grubu içindeki %	75,3%	63,0%	27,5%	19,7%	47,1%	52,4%
Otonomisi düşük	n	39	27	58	57	9	190
	Küme içindeki %	20,5%	14,2%	30,5%	30,0%	4,7%	100,0%
	Tercih grubu içindeki %	24,7%	37,0%	72,5%	80,3%	52,9%	47,6%
Toplam	n	158	73	80	71	17	399
	Küme içindeki %	39,6%	18,3%	20,1%	17,8%	4,3%	100,0%
	Tercih grubu içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 87,045 s.d.:4, p<0,0001;

Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0;

En küçük beklenen değer: 8,10

Tablo 11, özerk davranış gösterme eğilimi ile ikamet edilen ilin bulunduğu bölge arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Her ne kadar bölge ile otonomik kişilik özelliği arasında bir ilişki bulunmamış olsa da, çapraz tablo bazı ipuçlarını ima eder niteliktedir. Örneğin, otonomisi yüksek olanlar içinde %38 ile Akdeniz Bölgesinden gelen öğrenciler dikkat çekicidir. Aynı durum, düşük otonomik kişilik özelliğinde olan öğrenciler için de geçerlidir. Bölgeler dikkate alındığında, Güneydoğu ve Karadeniz bölgesinden gelen öğrencilerin bağımsız karar alma oranları diğer bölgelere kıyasla belirgin şekilde fazladır.

Tablo 11.Otonomi Düzeyi İle Geline Bölge Arasındaki İlişkisi

Otonomi		Bölge							Toplam
		Akdeniz Böl.	Doğu Ana. Böl.	Ege Böl.	Güney Doğu Ana. Böl.	İç Ana. Böl.	Kara Deniz Böl.	Mar. Böl.	
Otonomisi yüksek	n	80	10	19	18	30	25	27	209
	Küme içindeki %	38,3%	4,8%	9,1%	8,6%	14,4%	12,0%	12,9%	100,0%
	Bölge içindeki %	51,0%	40,0%	44,2%	60,0%	51,7%	67,6%	55,1%	52,4%

Otonomisi düşük	n	77	15	24	12	28	12	22	190
	Küme içindeki %	40,5%	7,9%	12,6%	6,3%	14,7%	6,3%	11,6%	100,0%
	Bölge içindeki %	49,0%	60,0%	55,8%	40,0%	48,3%	32,4%	44,9%	47,6%
Toplam	n	157	25	43	30	58	37	49	399
	Küme içindeki %	39,3%	6,3%	10,8%	7,5%	14,5%	9,3%	12,3%	100,0%
	Bölge içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

NOT: Pearson χ^2 : 7,097 s.d.:6, p:0,312; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0; En küçük beklenen değer: 11,90

SONUÇ

Bu çalışmada lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otonomi düzeylerine göre turizm sektörüne yönelik algıları karşılaştırılmıştır. Daha önce turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik algılarını araştıran bir çok çalışma yapılmıştır. Baron ve Maxwell (1993), Getz (1994), Waryszak (1999), Jenkins (2001), Kozak ve Kızıllırmak (2001), Richardson ve Butler (2012) çalışmalarında turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm algılamalarının zaman içerisinde olumsuzlaştığını ve staj yapan öğrencilerin yapmamış öğrencilere göre daha olumsuz tutum içinde olduklarını saptamıştır. Johnstone (1994), turizm eğitimi alan öğrencilerin sektör temsilcilerinin beklentilerini karşılamadığı saptamıştır. Kuşluyan ve Kuşluyan (2000), Ünlüönen (2004) ve Aksu ve Köksal (2005) çalışmalarında öğrencilerin mezuniyet sonrası iş imkanlarına yönelik olumsuz düşüncelere sahip olduklarını ve sektörde kariyer yapma eğilimlerinin düşük olduğunu saptamışlardır. Son olarak Çatı ve Bilgin (2013), yapmış oldukları çalışmalarında turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik algılamalarının yaşlarına, cinsiyetlerine, mezun oldukları liseye ve ailelerinin ekonomik gelir düzeylerine göre farklılıklar gösterdiğini saptamıştır.

Öte yandan sosyotropik-otonomik kişilik özelliklerine ilişkin yapılan araştırmalarda Robins ve Luten (1991), Kabakçı (2001), Lynch, Robins ve Morse (2001), McBride, Bacchiocchi ve Bagby (2005), Sato ve Mcann (2007) sosyotropi-otonomi kişilik özelliğinin demografik değişkenlere göre karşılaştırmış ve sosyotropi-otonomi kişilik özelliğinin depresyonla ilişkisini araştırmışlar. Sonuçlara göre erkeklerin kadınlara göre daha otonom davrandıkları ve sosyotropik kişilik özelliğine sahip bireylerin otonomik kişilik özelliğine sahip bireylere göre depresyona girmeye daha yatkın oldukları gözlenmiştir. Seren (1998), hemşireler üzerine yaptığı çalışmasında hemşirelerin çalıştığı kurum, çalıştığı yıl, daha önce çalışma durumu ve mezun olunan liseye göre otonomi düzeylerinin farklılık gösterdiğini bulgulamıştır. Son olarak Tokmak (2013), turizm eğitimi alan öğrencilerin sosyotropik-otonomik kişilik özelliklerinin iletişim becerilerine etkisini araştırdığı

çalışmasında sosyotropinin alt boyutu olan ‘ayrılık kaygısı’ ve ‘başkalarını memnun etme kaygısı’ ile otonominin alt boyutu olan ‘kişisel başarı’nın iletişim becerilerini anlamlı ve pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Biz bu çalışmada literatürde daha önce karşılaşılmayan lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otonomi düzeylerine göre turizm sektör algılarının değişebileceğine dikkat çekmeyi amaçladık. Lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrenciler üzerinde yapılan araştırmaya göre, öğrenciler bağımsız karar alma düzeyi yüksek ve düşük olmak üzere iki kümeye ayrılmaktadır. Yüksek düzeyde özerk davranış sergileyebilen öğrenciler, sektörün kendi bireysel özelliklerine daha uygun olduğunu, kariyer ve iş olanakları bakımından kolay bir sektör olduğunu düşünmektedirler. Aynı şekilde gelir ve sosyal statü açısından da uygun bir sektör olarak değerlendirmektedirler.

Kümeleme analizi sonucuna bağlı olarak üretilen çapraz tablolardan yararlanılarak, özerk karar alma eğilimi yüksek olan öğrencilerin profili şu şekilde özetlenebilir: Çoğunlukla erkek, büyükşehirlerde yetişmiş, ekonomik açıdan orta halli ve demokrat aile ortamında yetişmiş, otelcilik ve turizm meslek lisesi mezunu ve lisans düzeyinde turizm eğitimi almayı bilinçli olarak seçmiş öğrenciler. Bu profildeki öğrencilerin sektörde daha başarılı olabileceği beklenebilir. Bu kapsamda uygulama açısından aşağıdaki öneriler geliştirilebilir.

- Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumlar, yukarıda belirtilen profile uygun lise öğrencilerini hedef kitle olarak belirleyebilirler ve bu kitleye kurumlarının tanıtımını yapabilirler.
- Yüksek otonomi düzeyinde olan öğrencilerin, misafirlerle doğrudan iletişimi ve etkileşimi gerektiren departmanlarda veya işlerde çalışmaları tavsiye edilebilir. Diğer taraftan düşük otonomi düzeyindeki öğrencilerin ise, muhasebe-finance gibi daha arka plan işlerde çalışmaları, kişisel başarıları için daha uygun olabilir.

Birçok araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da sınırlamaları söz konusudur. Bu araştırma, sadece turizm eğitimi veren tek bir yüksek öğretim kurumunda yapılmıştır. Daha sağlıklı bir değerlendirme için turizm eğitimi veren tüm yüksek öğretim kurumlarından örneğe öğrenci alınmasının yolları bulunabilir. Söz konusu yüksek öğretim kurumunda eğitim gören öğrencilerin yaklaşık yarısı örneğe alınmıştır. Araştırmanın örnekleme, örnekleme çerçevesini temsil kabiliyeti yüksek olmakla birlikte, sonuçların Türkiye geneline genelleme yapabilme olanağı sunmamaktadır. Bu sınırlamalar çerçevesinde; lisans düzeyinde turizm eğitimi almış ve fiilen sektörde çalışan mezunlar üzerinde benzer bir araştırma yaparak sonuçları öğrenciler üzerinde yapılanlarla karşılaştırılabilir. Diğer taraftan, sadece otonomik (özerk) kişilik özelliği değil, sosyotropik (bağımlı) kişilik özelliği de hem öğrenciler hem de mezunlar üzerinde yeni araştırmalarla ortaya konabilir.

KAYNAKÇA

- Adams, D. ve Miller, B. K. (2001). Professionalism in Nursing Behaviors of Nurse Practitioners. *Journal of Professional Nursing*, 17 (4), 203-210.
- Aksu, A. A. ve Köksal, C. D. (2005). Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 436-447.
- Alpar, R. (2013). *Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcı, N. (2011). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin İş Değerleri: Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 7-18.
- Baltacı, F., Üngüren, E., Avsallı, H. ve Demirel, O. N. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 17-25.
- Baron, P. ve Maxwell, G. (1993). Hospitality Management Students' Image Of The Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5 (5), 5-8.
- Beck, A. T., Epstein, N., Harrison, R. P. ve Emery, G. (1983). *Development of the Sociotropy-Autonomy Scale: A Measure of Personality Factors in Psychopathology*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Çatı, K. ve Bilgin, Y. (2013). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 23-45.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Duman, T., Tepeci, M. ve Unur, K. (2006). Mersin'de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Bahar, 17(1), 51-69.
- Getz, D. (1994). Students' Work Experiences, Perceptions And Attitudes Towards Careers in Hospitality and Tourism: A Longitudinal Case Study in Spey Valley, Scotland. *International Journal of Hospitality Management*, 13(1), 25-37.
- Haren, V. A. (1979). A Model of Career Decision Making for College Students. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 119-133.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum Algı İletişim*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınevi.
- Jenkins, K. A. (2001). Making A Career of It? Hospitality Students' Future Perspectives: An Anglo-Dutch Study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13, 13-20.
- Johnstone, D. (1994). College At Work: Partnerships and Rebuilding of American Competence. *Journal of Higher Education*, 65(2), 168-181.
- Kabakçı, E. (2001). Üniversitesi Öğrencilerinde Sosyotropik/Otonomik Kişilik Özellikleri, Yaşam Olayları ve Depresif Belirtiler. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 12(4), 273-282.

- Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). Autonomy and Relatedness in Cultural Context: Implications for Self and Family. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36(4), 403-422.
- Koko, J., Guerrier, Y. (1994). Overeducation, Underemployment And Job Satisfaction: A Study Of Finnish Hotel Receptionist. *International Journal of Hospitality Management*, 13(4), 375-386.
- Kozak, M. A. ve Kızıllırmak, İ. (2001). Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Bahar, 12, 9-16.
- Krumboltz, J. D. , Mitchell, A. M. ve Jones, G. B. (1976). A Social Learning Theory of Career Selection. *The Counselling Psychologist*, 6(1), 71-81.
- Kuşlivan, S. ve Kuşlivan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry in Turkey. *Tourism Management*, (21), 251-269.
- Kwan, F. (2005). Effect of Supervised Work Experience on Perception of Work in the Tourism and Hospitality Industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 4(2), 65-82.
- Lynch, T. R. , Robins, C. J. ve Morse, J. Q. (2001). Couple Functioning in Depression: The Roles of Sociotropy and Autonomy. *Journal of Clinical Psychology*, 57, 93-103.
- McBride, C., Bacchiocchi, R. ve Bagby (2005). Gender Differences in The Manifestation of Sociotropy and Autonomy Personality Traits. *Personality and Individual Differences*, 38(1), 129-136.
- Morgan, C. T. (2000). *Psikolojiye Giriş*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları.
- Morsünbül, Ü. (2012). Özzerklik ve Ruh Sağlığına Etkisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(2), 260-287.
- Özdemir, Y. ve Çok, F. (2011). Ergenlikte Özzerklik Gelişimi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36), 152-164.
- Pehlivan, R. (2008). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta olan Öğrencilerin Sektör ile İlgili Tutumlarının Mezuniyet Sonrası Kariyer Seçimine Etkisi*. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Aydın.
- Richardson, S. (2009). Undergraduates' Perceptions of Tourism and Hospitality as a Career Choice . *International Journal of Hospitality Management*, 382-388.
- Richardson, S. ve Butler, G. (2012). Attitudes of Malaysian Tourism and Hospitality Students' Towards A Career in The Industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 262-276.
- Robins, C. ve Luten, A. G. (1991). Sociotropy and Autonomy: Differential Patterns of Clinical Presentation in Unipolar Depression. *Journal of Abnormal Psychology*, 100(1), 74-77.
- Roney, S. A. ve Öztin, P. (2007). Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*. 6(1), 4-17.
- Sato, T. ve McCann, D. (2007). Sociotropy-Autonomy and Interpersonal Problems. *Depression and Anxiety*, 24(3), 153-162.

- Seren, Ş. (1998). *Hemşirelerin Otonomi Düzeylerinin Belirlenmesi ve Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Anabilim Dalı Hemşirelikte Yönetim Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Tokmak, İ., Turgut, H. ve Öktem, Ş. (2013). Turizm ve Otelcilik Öğrencilerinin Sosyotropik-Otonomik Kişilik Özelliklerinin İletişim Becerilerine Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Bahar, 24(1), 83-95.
- Tuyluoğlu, T. (2003). *Türkiye’de Turizm Eğitiminin Niteliği*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- 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.
- Ünlüönen, K. (2004). Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Karşılaştırılması (1998-1999 ve 2003-2004 Öğretim Yılları). *Ticaret ve Turizm Eğitim Dergisi*, 1, 108-130.
- Waryszak, R. Z. (1999). Students’ Expectations From Their Cooperative Education Placements in The Hospitality Industry: An International Perspective. *Education & Training*, 41(1), 33-40.
- Yılmaz, G. Ö. (2011). Lisans Düzeyinde Turist Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Mesleğe Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26), 281-298.

GASTRONOMİK DENEYİMLERİN TEKRAR ZİYARET NİYETİNE ETKİSİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Mehmet KAŞLI

*Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
mkasli@ogu.edu.tr*

Barış DEMİRCİ

*Arş. Gör., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
bdemirci@ogu.edu.tr*

Üzeyir KEMENT

*Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
ukement@bingol.edu.tr*

ÖZET

Bu araştırma Eskişehir’de gastronomik deneyimlerde bulunan ziyaretçilerin gastronomik deneyimlerine ilişkin değerlendirmelerini ortaya koymak ve bu değerlendirmelerin tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemine göre 367 kişiden toplanan veriler, güncel istatistik programında analiz edilmiş ve araştırmanın amacına uygun olarak yorumlanmıştır. Araştırmada gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisi olduğu ($r = ,299$); tekrar ziyaret niyetinin % 7,4’ü gastronomik deneyimler ile açıklanabileceği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi Turizmi, Gastronomik Deneyim, Tekrar Ziyaret Niyeti, Eskişehir*

GİRİŞ

Yiyecek, insan hayatında temel bir ihtiyaç olarak görüldüğü gibi, aynı zamanda kültürel değerlerin yansıtılmasında da önemli bir yere sahiptir (Mason ve Pagguario, 2012, s. 1330). Ayrıca yiyeceklerin hazırlanması ve sunulması süreci de, yıllar itibari ile çeşitli şekillerde yapılarak ülkelerin ve bölgelerin kendine özgü kültürel bir değeri olarak ortaya çıkmaya başlamıştır (Hegarty ve Mahony, 2001, s. 3-4). Bu bağlamda, insanlar yedikleri ve içtikleriyle her geçen gün daha fazla ilgili olmaya başlamıştır. Herhangi bir gazetede hemen hemen her gün yiyecek veya içecek ile ilgili bir haberin yer alması bunun en belirgin kanıtı olarak gösterilebilir (Kesici, 2012, s. 33).

Etimolojik olarak gastronomi kelimesi karın anlamına gelen Yunanca “gastros” ve bilgi ya da kural anlamına gelen “gnomos” kelimelerinden türemiştir. Yunanca “Culinaria” sözcüğü diğer bir ifade ile gastronomi kelimesinin içeriğini ifade eden, bir ülkenin veya bölgenin mutfak ekipmanları, yiyecek, içecek ve yemek hazırlama tekniklerini açıklamaktadır. Dolayısıyla bir ülke veya bölgenin kendine özgü mutfak kültürüne sahip olduğunu göstermektedir (Kivela ve Crotts, 2006, s. 355).

Yeme ve içme ile ilgili bileşenlerin ifade edilmesinde kullanılan gastronomi teriminin açıklanması ve tanımlanması biraz karmaşıktır. Bu bağlamda gastronomi genel görüş birliği doğrultusunda: bir ülkenin yiyecek içecek çeşitleri ve bu çeşitlerin üretimi ve

tüketimi şeklinde açıklanırken daha geniş bir ifade ile bir ülke, bölge ve restoranda hazırlanan yiyecek ve içecekler olarak ifade edilebilir (Santich, 2004, s. 15-16). Ayrıca birçok sözlükte gastronomi, yiyecek ve içecek bilimi/sanatı şeklinde de tanımlanmaktadır (Willkins ve Hill, 1994, s. 35; Santich, 2004, s. 16; Ferguson, 1998, s. 597). Daha geniş bir ifade ile Hegarty ve O'Mahony (2001, s. 4-5) gastronomiyi yemeğin hazırlanmasında kullanılan temel yiyecek malzemelerini, yiyeceklerin saklanma, hazırlanma ve pişirilme yöntemlerini, yiyecek ve içecek çeşitlerini ve miktarlarını, sevilen ve sevilmeyen lezzetleri, yiyecek-içecek sunumu ile ilgili gelenek ve görenekleri, kullanılan sofraya malzemelerini ve yiyecek ve içecek ile ilgili inanışları içeren bir kavram olarak tanımlamaktadır.

Literatür incelendiğinde turizm ve gastronomi ve turistlerin gastronomik deneyimleri ile ilgili birtakım çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Wastering, 1999; Ferguson, 1998; Hegarty ve Mahony, 2001; Cohen, 2002; Quan ve Wang, 2004; Santich, 2004). Kivela ve Crofts (2006) yapmış olduğu çalışmada turistlerin gastronomik deneyimlerinin destinasyonu ziyaret etmelerine etkisini incelemiştir. Quan ve Wang (2004) yapmış oldukları çalışmada turizm sektöründe yiyecek ve içeceğin destinasyon seçiminde etkisini incelemiştir.

Bu çalışmada, ziyaretçilerin gastronomik deneyimlerinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu doğrultuda Kivela ve Crofts (2006)'un yapmış olduğu çalışma temel alınarak Eskişehir ilini ziyaret eden ziyaretçilerin gastronomik deneyimlerinin tekrar ziyaret etme niyetine etkisini belirlemek amacıyla hipotezler oluşturulmuş ve çalışmanın verileri Eskişehir'de toplanmıştır. Bu kapsamda öncelikle gastronomi ve turizm arasındaki ilişki ifade edilmekte ve sonrasında çalışmanın değişkenleri açıklanmaktadır. İlerleyen bölümlerde çalışmada önerilen hipotezler ve bu hipotezleri test etmeye yönelik analizler ele alınmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünyada turizmle ilgili gelişmeler incelendiğinde, turistik destinasyonların pazarlanmasında "gastronominin" önemli bir role sahip olduğu görülmektedir (Rand, Heath ve Alberts, 2003; Rand ve Heath, 2006; Fox, 2007; Mossberg, 2007; Henderson, 2009). Dolayısıyla turizm alanında gerçekleştirilen etkinliklerde gastronomik değerlerin dikkate alınmasında fayda vardır. Ayrıca bölgesel yönden incelendiğinde bir destinasyon için gastronomik kültür, farkındalık yaratma, bölgenin diğer yerlerden farklılaşması gibi hususlarda o bölgeye katkılar sağlayabilir. Long (2004, s. 24)'un çalışmasında "*Bir bölgeye (yöre) ait kültürü ve kimliği diğerlerinden ayıran önemli sistemlerden biri yöre mutfığıdır*" sözü de bir önceki cümleyi kanıtlar niteliktedir. Bu bağlamda gastronominin turizmde önemli bir alan olduğu söylenebilir.

Turizm merkezlerinde yer alan veya turistik ürün ve hizmetler sunan yiyecek-içecek kuruluşları açısından yerel mutfak en doğru çekicilik unsurları arasındadır. Yerel el sanatları gibi, yerel mutfak da turistler için popüler bir destinasyon çekiciliği olabilmektedir (Cohen ve Avieli, 2004, s. 759). Böylelikle, bir destinasyonun sahip olduğu

gastronomikkültürüdestinasyonun ziyaret edilmesinde öncelikli hedeflerden biri olarak kabul edilmekte ve bu nedenle önem taşımaktadır. Turistlerin yeni veözgün deneyimleri ve alternatif turizm biçimlerini aramak istemesi ile gastronomi en önemli ziyaret nedenlerinden biri haline gelmektedir (Rand ve Heat, 2006, s. 210).Dolayısıyla,bir destinasyonun sahip olduğu gastronomik kültür, o destinasyonun kültürel özelliklerini taşıdığı için ziyaretçilerin destinasyonu daha iyi tanımlarını sağlamaktadır. Ayrıca bir ülkenin veya bölgenin, turistik kaynaklarının çeşitliliği, daha aktif ve farklı hizmetlerin oluşması, turistlerin tatmin deneyiminin artırılması, bölgenin nüfusu oranında değişikliklerin olması, üretimi artışı, ekonomik refahın sağlanması ve sürdürülebilirlik gibi noktalarda kalkınmalarınısağlamaktadır (Lopez ve Martin, 2006, s. 171).

Klasik hizmet anlayışının ötesinde Türkiye’de turistlere gastronomik deneyim yaşatan birçok destinasyon bulunmaktadır (Batı, 2012, s. 273). Eskişehir geleneksel mutfağında yer alan bazı yiyecekler (Toyga Çorbası, Kuru Bamya Çorbası, Tutmaç,Kelem (Lahana) Dolması, Mercimekli Bulgur Pilavı, Mercimekli Mantı, Balaban, Çibörek, Göbete, HaşhaşlıGözleme, Ağzı Açık Met Helvası) bu destinasyongastronomik değerlerine örnek olarak gösterilebilir (Üsküdar, Çakır ve Temizkan, 2014, s. 71).

Eskişehir ili sahip olduğu gastronomik kültürü ile birlikte turistlerin diğer turistik faaliyetler dışında faydalanabileceği bir alan olarak gösterilebilir. Alternatif bir turizm etkinliği ve yerel kültürün korunması ve geliştirilmesi amaçlı yerel tatların tanıtılması, pazarlanması ve bu alana yönelik çalışmaların yapılması, şehrin ürün çeşitliliğini artıracığı gibi ekonomik yönden vb. birçok noktada katkılar sağlayabilir.Hsu, Tsai ve Wu, 2009 yılında yapmış oldukları çalışmada, artık mutfak kültürünün,destinasyon çekicilik unsurlarından biri olarak ortaya çıktığını ifade etmektedirler. Ayrıca, Evren ve Kozak (2012) yapmış olduğu çalışmada Eskişehir ilinin sahip olduğu mutfak kültürününügnübürlükçiler için önem arz ettiği sonucunu elde etmişlerdir. Üsküdar vd. (2014)’nin de yapmış olduğu çalışmaya göre kültürel yönden turistik ürünler arasında, Eskişehir ilinin sahip olduğu yiyecek ve içecekler önemli görülmektedir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Turistik destinasyonlar arasında artan rekabet ile birlikte destinasyonların sahip olduğu yerel kimlik turistlerin daha fazla dikkatini çekmek amacıyla kullanılan bir nokta olarak ortaya çıkmıştır. Bir destinasyonun sahip olduğu gastronomik kültür de bu yerel kimlikler arasına girmektedir (Hjalager ve Richards, 2003, s. 3). Dolayısıyla turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda geldikleri yer ve diğer yerlerden farklı yiyecek ve içecekler tatmak istemektedirler (Kivela ve Crotts, 2006, s. 357).

Turistler gittikleri destinasyonda yemek yemek zorundadırlar ve yerel yemek deneyimlerine katılmaktadırlar. Dolayısıyla gastronomi, dolaylı olarak turizm deneyimlerinin bir parçası olarak ortaya çıkmaktadır (Matson ve Vermingnon, 2006, s.

21). Bu bağlamda, turistlerin gastronomik deneyimleri ziyaret etme niyetlerinde önemli bir husus olabilir.

Ayrıca bir destinasyonungastronomik değerleri, sadece turistik bir beklenti değil, son yıllarda o destinasyonun pazarlanmasında önemli bir nokta olarak görülmektedir (Hjalager ve Richards, 2003 , s. 3). Dolayısıyla destinasyonların, turistik değerleri arasında yer alan gastronomi kültürü o destinasyona seyahat eden bireylerin ziyaretleri esnasında beklentilerinden biri olduğu söylenebilir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulan modele göre, gastronomik deneyimlerin alt faktörleri çalışmada kullanılacak değişkenleri oluşturmaktadır. Bu değişkenler, Kivela ve Crotts (2006, s. 364)'un hazırlamış olduğu çalışmadoğrultusunda belirlenmiştir. Bu değişkenler ise şunlardır:

1. Gastronomik Beklentiler
2. Gastronomik Önem
3. Destinasyondaki Gastronomik Deneyim
4. Bir Seyahat Nedeni Olarak Gastronomi
5. Destinasyondaki Gastronomik Deneyimlerin Değerlendirilmesi
6. Kültür ve Gastronomi

Hosany ve Witham (2010) yapmış olduğu çalışmada kruvaziyer yolcularının deneyimlerinin ziyaret niyetine etkisi olduğu sonucuna ulaşırken, Hsu ve Crotts (2006) yapmış olduğu çalışmada Çin'de yaşayan bireylerin turizm amaçlı Hong Kong'u ziyaret etme niyetlerinde deneyimlerinin önemli olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca Kivela ve Crotts (2006) yapmış olduğu çalışmada,gastronomik deneyimlerin, ziyaretçilerin destinasyonu tekrar ziyaret etme hususunda önemli olduğu sonucuna varmıştır. Buna göre araştırmanın hipotezleri ve modeli şu şekildedir:

H₁:Gastronomik beklentilerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Gastronomiye verilen önemin tekrar ziyaret etme niyetiüzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

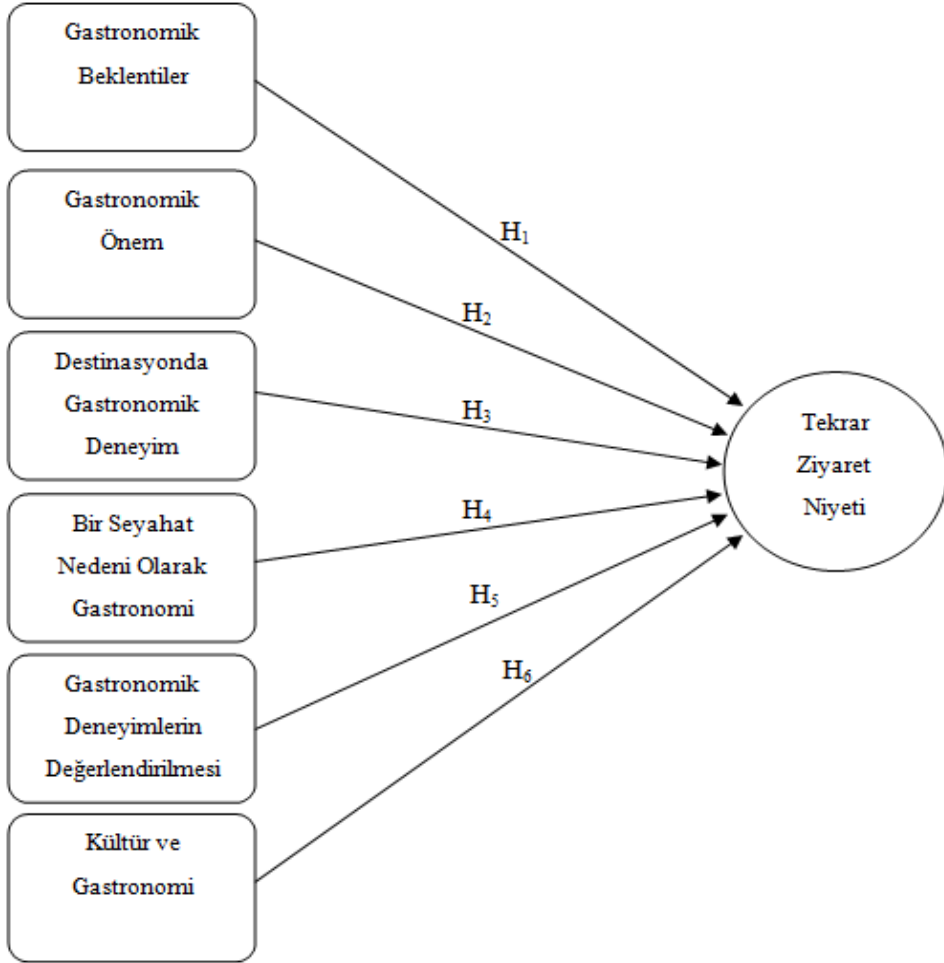
H₃: Destinasyonda elde edilen gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₄:Seyahat nedeninin gastronomik deneyimler olmasının tekrar ziyaret etme niyetiüzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₅: Destinasyonda elde edilen gastronomik deneyimlere yönelik değerlendirmelerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₆: Kültür ve gastronomi deneyimlerinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



YÖNTEM

Eskişehir’de gastronomik deneyimlerde bulunan ziyaretçilerin Eskişehir’in gastronomisiyle ilgili değerlendirmelerini ortaya koymak ve bu değerlendirmelerinin Eskişehir’i tekrar ziyaret etme niyetlerini ne ölçüde etkilediğini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma, amaç ve düzey yönünden uygulama araştırmaları kapsamındadır (Dinler, 1998, s. 9). Araştırma, Eskişehir’i ziyaret eden edenlerin gastronomik deneyimlerini ortaya koyduğu için yöntem açısından tanımlayıcı sınıftadır. Belirlenen değişkenler arasında hipotezler kurup ilişki analizleri de yapıldığından araştırma aynı zamanda açıklayıcı özelliğe de sahiptir (Clark, Wood, Wilkie ve Riley, 1998, s. 9).

Araştırmanın evrenini Eskişehir’de yaşamayan, çeşitli nedenlerle (tatil, iş, eş dost ziyareti, geçerken uğrama vb.) Eskişehir’i ziyaret eden ve Eskişehir’de gastronomik deneyimlerde

bulunan ziyaretçiler oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2013 yılında Eskişehir’i 191.987 kişi ziyaret etmiştir. Yalnız, Eskişehir’de gastronomik deneyimlerde bulunan ziyaretçilerle ilgili herhangi bir istatistik olmadığından, evrenle ilgili tam bir sayı söylemek mümkün değildir. Araştırmada örneklem alma yoluna gidilmiş ve kolayda örnekleme yöntemine göre Eskişehir’de gastronomik deneyimlerde bulunan 400 kişiye anket dağıtılmıştır. Söz konusu anketlerin 33 tanesinde çok fazla doldurulmamış alan olduğundan değerlendirilmeye alınmamış ve 367 anket analize tabi tutulmuştur.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket, Kivela ve Crofts’un (2006) çalışmasından uyarlanmıştır. Söz konusu anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların Eskişehir’deki gastronomik deneyimlerini değerlendirmeye yönelik 18 soru yer almaktadır. Bu sorular 5’li Likert ölçeğine uygun olarak sıralanmıştır. İkinci bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 7 soru bulunmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, Eskişehir’de gastronomik deneyimlerde bulunan ziyaretçilerin bu deneyimleriyle ilgili değerlendirmelerini ortaya koymak ve gastronomik deneyimlerinin Eskişehir’i tekrar ziyaret etme niyetleri üzerindeki etkisini belirlemektir.

Gastronomik deneyimler, destinasyonların turistik çekicilik unsuru niteliği taşıması bakımından önemli bir noktadır. Gelişen ve değişen turizm anlayışı ile birlikte, destinasyonların sahip oldukları yerel mutfak ve hizmet şekilleri, turistlerin destinasyon seçim kararlarında ve ziyaret niyetlerinde etkili olmaya başlamıştır (Rand, Heath ve Alberts, 2003; Rand ve Heath, 2006; Mossberg, 2007; Henderson, 2009). Bununla birlikte, Eskişehir ili eşsiz doğa güzellikleri, tarihi ve kültürel yapısının yanı sıra birbirinden lezzetli yemekleri ile Türkiye’nin görülmeye değer şehirlerinden birisidir (Kayar, Çeltek ve Kaya, 2006; Seçilmiş, 2011; Üsküdar, 2012). Yapılan bu çalışma, Eskişehir’i ziyaret edenlere yöresel yemek hizmeti sunan ticari yiyecek-içecek işletmelerine yön göstermesi, destinasyonun pazarlanmasında gastronomik değerlerin ne derecede etkisi olduğunu belirleme ve ziyaretçilerin Eskişehir ilinin sahip olduğu gastronomik kültür ile ne derece ilgili olduklarının belirlenmesi açısından önem arz etmektedir.

Verilerin Analizi ve Güvenirlik

Gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi ile ilgili kullanılan ölçek Cronbach Alpha yöntemiyle güvenirlik analizine tabi tutulmuş ve $\alpha = ,794$ olarak bulunmuştur. Anket formlarından elde edilen veriler güncel istatistik programlarında analiz edilmiş ve sonuçlar aritmetik ortalama ve standart sapma yardımıyla tablo haline getirilip yorumlanmıştır. Hipotezleri test etmek için korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine, gastronomik deneyimlerini değerlendirilmesine ve gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bulgular yer almaktadır.

Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların genel özellikleri incelendiğinde % 53,7'si erkek, yarıdan fazlası (% 55,3) 18-25 yaş aralığında ve lisans (%51,2) mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 1:Katılımcıların Genel Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Kadın	170	46,3
	Erkek	197	53,7
Yaş	18-25	203	55,3
	26-35	83	22,6
	36-45	49	13,4
	46-55	28	7,6
	55+	4	1,1
Eğitim durumu	İlköğretim	18	4,9
	Lise	78	21,3
	Önlisans	61	16,6
	Lisans	188	51,2
	Lisansüstü	22	6,0
Aylık gelir	1000 ve altı	148	40,3
	1001-3000	152	41,4
	3001-5000	36	9,8
	5001 +	31	8,4
Konaklama süresi	1-3 gün	170	46,3
	4-7 gün	118	32,2
	7-14 gün	36	9,8
	15 gün +	43	11,4
Seyahat nedeni	Tatil	102	27,8
	İş	82	22,3
	Eş dost ziyareti	145	39,3
	Geçerken uğrama	20	5,4
	Eskişehir mutfağı	18	4,9

Araştırmaya katılanların %41,4'ü 1001 – 3000 TL aylık gelire sahip ve % 46,3'ü Eskişehir'de 1-3 gün arasında konaklarken %39,3'ü temel seyahat nedenlerinin eş dost ziyareti olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların Gastronomik Deneyimlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin gastronomik deneyimleriyle ilgili ifadelere verdikleri cevapların aritmetik ortalama ve standart sapmaları Tablo 2'de verilmiştir. Buna göre

katılımcıların tamamına yakını Eskişehir’i tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını belirtmişlerdir. Yine katılımcılar için en önemli boyutlardan biri de “gastronomik önem” boyutu olduğu araştırma bulgularından anlaşılmaktadır. Buna göre, katılımcıların tatile gittikleri yerlerde değişik yemek ve mutfak kültürlerini deneyimlemek istedikleri söylenebilir. Ayrıca katılımcıların turist olarak gittikleri zaman konakladıkları yer dışında yemek yemenin önemli olduğunu belirtmeleri de onların gastronomik deneyimler için seyahat etme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Tablo 2:Katılımcıların Gastronomik Deneyimlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar

Faktörler	İfadeler	x	s.s.
Gastronomik beklentiler(GB)	Genel olarak, Eskişehir restoranlarında yediğiniz yemekleri nasıl değerlendirirsiniz?	3,44	0,944
	Genel olarak Eskişehir’deki yiyeceklerin kalitesinden ne kadar memnun kaldınız?	3,44	0,932
	Eskişehir ziyaretiniz sırasında dışarıda yediğiniz yemekleri değerlendirdiğinizde Eskişehir’deki yemek deneyiminizi nasıl hatırlayacaksınız?	3,38	0,923
Gastronomik önem (GÖ)	Tatile gittiğiniz bölgede değişik bir kültür deneyimi yaşamak sizin için ne kadar önemlidir?	4,31	0,985
	Tatile gittiğiniz bölgede yemek ve mutfak deneyimi sizin için ne kadar önemlidir?	4,15	1,037
Destinasyondaki gastronomi deneyimi (DGD)	Eskişehir restoranlarında örnek olarak gösterebileceğiniz bir mutfağı nasıl tarif edersiniz?	3,38	0,936
	Genel olarak, Eskişehir restoranları beklediğiniz gibi miydi?	3,33	0,966
	Daha önce hiç tatmadığınız bir yemeği sipariş verirken nasıl hissettiniz?	3,22	1,072
	Kendinizi yemek ve mutfak konusunda bilgili biri olarak değerlendirir misiniz?	3,56	1,285
Seyahat nedeni olarak gastronomi (SNG)	Genellikle rahatlamak ve dinlenmek için mi tatile çıkarsınız?	4,09	1,157
	Genellikle günlük hayattan uzaklaşmak amacıyla herhangi bir yere gitmek için mi tatile çıkarsınız?	3,82	1,239
	Turist olarak bir yere gittiğiniz zaman oteliniz dışında bir yerde yemek yemek sizin için ne kadar önemlidir?	3,86	1,088
Destinasyondaki gastronomik deneyimlerin değerlendirilmesi (GDD)	Yemek yeme keyfi açısından Eskişehir restoranlarını nasıl değerlendirirsiniz?	3,38	0,976
	Kendi yaşadığınız yerle kıyasladığınızda Eskişehir’de sokakta satılan yiyecekleri nasıl değerlendirirsiniz?	3,05	1,121
	Sizce yerel restoranlarda yemek yiyerek Eskişehir’in yemek kültürü hakkında bilgi sahibi olunabilir mi?	3,05	1,074
Kültür ve Gastronomi (KG)	Eskişehir’i ziyaret etmeden önce Eskişehir’in yemek kültürü hakkında ne kadar bilgi sahibiydiniz?	2,49	1,232
	Eskişehir’i ziyaret etmeden önce Eskişehir mutfağı hakkında ne kadar okumuştunuz?	2,16	1,209
Tekrar Ziyaret Niyeti	Eskişehir’e tekrar gelmek isterim	4,80	0,865

Araştırmaya katılanların gastronomik deneyimleri incelendiğinde en az önemli olan boyutun “kültür ve gastronomi” olduğu görülmektedir. Bundan katılımcıların Eskişehir’e gelmeden önce Eskişehir’in gastronomisi ile ilgili herhangi bir ön araştırma yapmadıkları anlaşılmaktadır. Temel seyahat nedeni olarak katılımcıların yalnızca % 4,9’unun Eskişehir Mutfağı’nı deneyimlemek olduğunu düşündüğümüzde bu sonucun normal bir durum olduğu söylenebilir.

Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Gastronomik deneyimlerin alt boyutları ile tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 3:Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	x	s.s.	GB	GÖ	DGD	SNG	GDD	KG	TZN
GB	3,41	0,845	1						
GÖ	4,23	0,921	0,066	1					
DGD	3,37	0,670	0,560**	0,326**	1				
SNG	3,92	0,887	-0,007	0,377**	0,235**	1			
GDD	3,15	0,835	0,650**	0,020	0,495**	0,013	1		
KG	2,32	1,126	0,149**	0,017	0,235**	0,078	0,280**	1	
TZN	4,80	0,865	0,261**	0,010	0,103*	0,014	0,255**	0,032	1

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

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

Korelasyon analizi sonuçlarına göre “gastronomik beklentiler” (,261**), “destinasyondaki gastronomi deneyimi” (,103*) ve “destinasyondaki gastronomik deneyimlerin değerlendirilmesi” (,255**) ile tekrar ziyaret niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların gastronomik beklentileri, destinasyondaki gastronomi deneyimleri ve bu deneyimleri olumlu anlamda değerlendirmeleri arttıkça tekrar ziyaret etme niyetlerinin de artacağı söylenebilir.

Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Analizde hataların bağımsızlığı için Durbin-Watson testi uygulanmış ve test değeri 1,890 olarak bulunmuştur. Söz konusu değer kabul edilebilir sınırlar olan 1-3 arasındadır. Çoklu doğrusal bağlantı olup olmadığını belirlemek amacıyla VIF (VarianceInflationFactor) ve TV (Tolerance Value) değerleri incelenmiştir. VIF değerleri 10’un altında olduğundan ve Tolerance değerleri de 0,1’den küçük olduğundan çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığını göstermektedir.

Tablo 4: Tekrar Ziyaret Niyetinin Yordanmasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	3,815	0,306		12,471	0,000		
GB	0,214	0,073	0,209	2,908	0,004	0,490	2,040
GÖ	0,015	0,053	0,015	0,272	0,786	0,779	1,283
DGD	-0,144	0,088	-0,111	-1,630	0,104	0,542	1,846
SNG	0,035	0,054	0,036	0,643	0,521	0,827	1,209
GDD	0,188	0,072	0,182	2,609	0,009	0,522	1,915
KG	-0,021	0,041	-0,027	-0,508	0,611	0,898	1,114
R= ,299	R ² = ,089	ΔR ² = ,074	Durbin-Watson= 1,890				
F _(6,360) = 5,883		p< 0,001					

Analiz sonuçlarına göre tekrar ziyaret niyetinin yordanmasına ilişkin kurulan model bir bütün olarak anlamlıdır ($p<0,001$). Modele en önemli katkısı gastronomik deneyimlerin “gastronomik beklenti” ($\beta= ,209$) boyutu yapmıştır. Gastronomik deneyimlerin tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisi olduğu ($r= ,299$); tekrar ziyaret niyetinin % 7,4’ü gastronomik deneyimler ile açıklanabileceği tespit edilmiştir. Model incelendiğinde gastronomik beklentiler ve gastronomik deneyimlerin değerlendirilmesi boyutları tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Gastronomik önem, destinasyondaki gastronomi deneyimleri, seyahat nedeni olarak gastronomi ve kültür ve gastronomi boyutlarının ise tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu durumda H_1 ve H_5 ($p<0,01$) hipotezleri kabul edilirken; H_2 , H_3 , H_4 ve H_6 hipotezleri kabul edilememiştir ($p>0,05$).

SONUÇ VE TARTIŞMA

Çalışma Eskişehir’de gastronomik deneyimlerde bulunan ziyaretçilerin bu deneyimleriyle ilgili değerlendirmelerini ortaya koymak ve gastronomik deneyimlerinin Eskişehir’i tekrar ziyaret etme niyetleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Eskişehir ilini ziyaret eden edenlerin gastronomik deneyimleri sonucu destinasyonu tekrar ziyaret niyetini ölçmek amacıyla ziyaretçilerin gastronomi alanında elde ettikleri deneyimleri ifade ettiği düşünülen; gastronomik beklentiler, gastronomik önem, destinasyondaki gastronomik deneyim, bir seyahat nedeni olarak gastronomi, destinasyondaki gastronomik deneyimlerin değerlendirilmesi ve kültür ve gastronomi değişkenlerinin, tekrar ziyaret etme niyetine etkisi incelenmiştir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin gastronomik deneyimleri incelendiğinde; katılımcıların tamamına yakını Eskişehir’i tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını belirtmişlerdir. Evren ve Kozak (2012) yapmış olduğu çalışma da konaklama, ulaşım ve diğerleri faktörü altında ele aldıkları Eskişehir mutfağı destinasyonun çekici özelliklerinden biri olarak

gösterilmektedir. Ayrıca kadın ziyaretçilerin, evli çiftlerin ve yaş gurubu 40-45 arasında olan ziyaretçilerin bu faktörü daha fazla önemsedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum gastronomik kültür deneyimi ile ilgili yapılmış olan bu çalışmayı destekler niteliktedir. Ayrıca Üsküdar vd. (2014)'nin yapmış olduğu çalışma bu durumu destekleyen bir diğer araştırmadır. Üsküdar vd., (2014)'ne göre Eskişehir'in geleneksel yiyeceklerinden olan çibörek ve mantı, Eskişehir size ne çağırıştırıyor? denildiğinde ziyaretçilerin aklına %4,7 oranında gelmektedir. Dolayısıyla ziyaretçilerin az bir kısmı da olsa ziyaretlerinde Eskişehir'ingastronomik kültürünü dikkate aldığı söylenebilir. Ayrıca Eskişehir'in sahip olduğu gastronomik kültürün daha aktif şekilde kullanılması ve tanıtımının yapılması gerekliliği de bu sonuçtan hareketle söylenebilir. Kivela ve Crotts (2006)'un yapmış olduğu çalışma incelendiğinde gastronomik deneyimlerin alt boyutları olan 6 boyuttan gastronomik önem, seyahat nedeni olarak gastronomi ve kültür ve gastronomi boyutları tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etki göstermez iken diğer boyutların anlamlı bir etki gösterdiği sonucuna varılmıştır. Elde edilen sonuçlar bu çalışmanın hipotezlerini destekler niteliktedir.

Ayrıca Eskişehir'de gastronomik deneyimlerde bulunan ziyaretçilerin Eskişehir ilinin sahip olduğu gastronomik değerlerle ilgili beklentilerinin fazla olduğu söylenebilir. Gastronomik beklentilere yönelik oluşturulan hipotezin kabul edilmesi bu fikri destekler niteliktedir. Ayrıca modele en yüksek katkıyı yapan değişken olması da, ziyaretçilerin beklentilerinin yüksek olduğunun bir kanıtı olarak gösterilebilir. Eskişehir ilini ziyaret edenlerindestinyasyonda edindikleri gastronomik deneyimlerin bu şehri tekrar ziyaret etmesi için bir neden olabileceği söylenebilir. Destinasyonda elde edilen gastronomik deneyimler değişkeni ile oluşturulan hipotezin pozitif yönde çıkması bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Ayrıca katılımcıların ziyaretleri esnasında edindikleri gastronomik deneyimlere yönelik değerlendirmeleri çalışma sonuçlarına göre pozitif yönde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Eskişehir ilini sahip olduğu gastronomik kültür, ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkilediği gibi destinasyonun turistik veya gastronomik yönden geliştirilmesinde de önemli bir etken olabileceği söylenebilir.

Eskişehir ilinin sahip olduğu gastronomik kültür, artık alternatif turizm çeşitlerinin daha fazla dikkate alındığı da göz önünde bulundurulursa destinasyonun pazarlanmasında, tanıtılmasında, farklı kültürel aktiviteleri, zengin tarihi geçmişinin yanında oldukça önemli bir boyut olarak yerini almasında fayda vardır. Gastronomik değerlerinin olumlu yönde değerlendirilmesi bu kültürel zenginliğin bölgede bulunan işletmeler tarafından kullanılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Gelecek dönemlerde, Eskişehir destinasyonunun sahip olduğu yöresel yiyecek ve içeceklerle yönelik daha kapsamlı araştırmaların gerçekleştirilmesi ve bu gastronomik kaynakların, şehrin turistik ürünleri arasında yer alması için gerekli çalışmaların yapılması önemli bir husus olarak belirtilebilir.

Eskişehir ilinin sahip olduğu gastronomik kültür, aynı zamanda yiyecek içecek sektöründe yeni bir akım olan slowfood (yavaş yemek) hareketinin gelişmesini, buna paralel olarak da

Eskişehir'in gastronomik yönden tanınırlığının artmasını sağlayabilir. Böylelikle şehir turistik ürün açısından çeşitlilik kazanmış olur. Şehrin sahip olduğu gastronomik kültürün slowfood hareketine uyarlanması bu akımın ardından ortaya çıkan ve Türkiye'de birçok şehrin aday olduğu ve bazılarının da uygulamaya katıldığı cittaslow (sakin şehir) uygulamasının, Eskişehir'e de gelmesinde öncülük edebilir. Dolayısıyla gastronomik kültür sadece gastronomi turizmi için değil, şehrin gelişmesi ve turistik çekiciliklerin artması bakımından da önem arz ettiği söylenebilir. Ayrıca gelecek çalışmalarda Eskişehir'de var olan gastronomik kültürün slowfood uygulamasına yönelik potansiyeli hakkında araştırmalar yapılabilir.

Gelecek çalışmalarda Eskişehir ilinin gastronomik kaynakları üzerine araştırmalar yapılarak ziyaretçilerin hangi tür yiyecek ve içeceklerle önem verdiği ve bu deneyimler sonucu neler hissettiğine yönelik uygulamalar dikkate alınabilir. Ayrıca Eskişehir ilinin sahip olduğu mutfak kültüründe, turistler tarafından daha fazla dikkat çeken ve tercih edilen yiyeceklerin, şehrin gastronomik simgesi olarak kullanılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Batı, U. (2012). *Markethink ya da farkethink: Deneyimsel pazarlama ve duyuşal markalama*. İstanbul: İyi Yayınlar.
- Chang, K. C. (1981). *Food in Chinese culture: Anthropological and historical perspectives*. Yale University Press, New York.
- Clark, M. A., Riley, M., Wilkie, E. & Wood, R. C. (1998). *Researching and writing dissertations in hospitality and tourism*, London: International Thomson Business Press.
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Foodin tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Dinler, Z. (1998). *Bilimsel araştırma ve internet'e bağılı bilgi merkezleri el kitabı*. Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2012). Eskişehir'in çekici faktörlerinin günübirlik ziyaretçilerin bakış açılarıyla değerlendirilmesi. *Anatolia*, 23(2), 220-232.
- Ferguson, P. P. (1998). A culturalfield in themaking: Gastronomyin 19th-century France 1. *American Journal of Sociology*, 104(3), 597-641.
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 546-559.
- Hegarty, J. A. ve Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317-326.
- Hjalager, A. M. & Richards, G. (Eds.). (2003). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- Hosany, S. & Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364.

- Hsu, C. & Crotts, J. C. (2006). Segmenting mainland Chinese residents based on experience, intention and desire to visit Hong Kong. *International Journal of Tourism Research*, 8(4), 279-287
- Hsu, T. K., Tsai Y. F. & Wu, H. H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan, *Tourism Management*, 30, 288–297.
- Kayar, Ç. H., Çeltek, E., ve Kaya, İ. (2006). *Bir kültür turizmi destinasyonu: Eskişehir. Eskişehir turizm geliştirme projeleri*, Editör: İrfan Arıkan, TC Anadolu Üniversitesi Yayınları, (1715), 1-67
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinarytourism*. Lexington: UniversityPress of Kentucky.
- Lopez, X. A. & Martin, B. G. (2006) Tourism and quality agro-food products: an opportunity for the Spanish Countryside. *Journal of Economic & Social Geography*, 97(2), 166-177.
- Matson, S. & Vermignon, V. (2006). Gastronomy tourism: A comparative study of two French regions: brittany and la martinique. In *Sustainable Tourism with Special Reference to Island and Small States Conference*.
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74.
- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Rand, G. E. D., Heath, E. & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Rand, G. E. D. & Heath, E. (2006). Towards a frame work for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Seçilmiş, C. (2011). Ziyaretçilerin gözüyle Eskişehir turizminin gelişmesini etkileyen sorunlar. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 37-57.
- Üsküdar Ş. (2012). *Eskişehir'in kültür turizmi potansiyeli ve yerli turistlerin buna ilişkin algıları üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Üsküdar, Ş., Çakır, M., ve Temizkan, S. P. (2014). Yerli turistlerin Eskişehir'in kültür turizmine ilişkin algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 67-76.
- Westering, J. V. (1999). Heritage and gastronomy: the pursuits of the 'new tourists'. *International Journal of Heritage Studies*, 5(2), 75-81.
- Wilkins, J., Hill, S., 1994. *The life of luxury, prospect books*. Blackawton, Totnes.

GASTRONOMİ TURİZMİNDE BESLENME ENGELLERİ KAPSAMINDA VEGAN BESLENME ÖRNEĞİ

Menekşe CÖMERT

*Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
meneksecomert@gazi.edu.tr*

Fügen Durlu ÖZKAYA

*Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
fdozkaya@gmail.com*

ÖZET

Günümüzde özellikle gastronomi turizmi amacıyla seyahatlerin tüm dünyada arttığı görülmektedir. Kişilerin tatil seçimlerinde yeme içme deneyimlerinin önemli olduğu ve yiyecek içeceklerin o bölge için çekicilik unsuru oluşturduğu bilinmektedir. Son dönemlerde bununla birlikte tüketiciler gerek sağlık sebepleri gerekse birtakım beslenme alışkanlıkları nedeniyle farklı nitelikteki işletme arayışına girmektedir. İşletmelerin ise bu isteklere yönelik olarak alternatif menüler oluşturmaları ve bu menüleri tanıtımda kullanmaları önemlidir. Özellikle birtakım rahatsızlıklara (diyabet, çölyak gibi) ve birtakım beslenme tercihlerine yönelik (vejetaryen) yiyecekler hazırlanması rekabet ortamında işletmeler açısından fark yaratacaktır. Yapılan bu çalışmada, işletmelere örnek teşkil etmesi açısından vejetaryen beslenme düzenine uygun *vegan* reçete geliştirilmiştir. Standart reçete ve geliştirilmiş reçete arasındaki farklar belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi Turizmi, Mönü, Vejetaryen (Vegan) Beslenme*

GİRİŞ

Turizm amaçlı seyahat eden kişilerin temel gereksinimleri içerisinde konaklama ihtiyacı bulunmaktadır. Otel işletmeleri kişilerin konaklama, yeme-içme ve eğlence gereksinimini karşılamak amacıyla kurulmuş olan ticari işletmelerdir. Ticari işletmeler kar amacı güdülerek kurulmuşlardır ve bu sebeple sunacakları konaklama hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ve yardımcı diğer hizmetlerde müşteri memnuniyetine önem vererek istedikleri karlılığa ulaşabilirler.

Ekonomik etkisi açısından bakıldığında, konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek hizmetlerinin önemli olduğu bilinmektedir. Turizm sektörünün birincil bütünleyicisinin yiyecek ve içecek faaliyetleri olduğu kabul edilmektedir. (Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008). Bir otel işletmesinde yiyecek içecek hizmetlerinden elde edilen gelirler, oda gelirlerinden sonra ikinci sırada yer almaktadır. Otel işletmelerinin yiyecek içecek bölümünde sunulan hizmetler çok çeşitli ve karmaşık faaliyetlerden oluşmaktadır. Bu nedenle bu bölümün organizasyonu çok iyi düzenlenmeli ve yapılan farklı uygulamalar pazarlama aracı olarak tanıtımda kullanılmalıdır (Aktaş ve Özdemir, 2005,s.3; Kozak, 2008,s.271). Tüketicilerin gerek bir takım rahatsızlıklar sebebiyle gerekse beslenme engelleri sebebiyle yiyecek içecek işletmelerinde farklılık arayışı işletmeler açısından rekabet ortamında önem kazanmaktadır.

Yiyecek içecek endüstrisinin her geçen gün büyümesi ile yeni işletmelerin açılması, rekabeti artırmaktadır. Bu sebeple hizmet sektöründe yer alan otel ve yiyecek içecek işletmelerinin karlılıkları için yenilikler yapması zorunlu olmaktadır (Sezgin, Zerenler, Karaman,2008,s.129). Turizm hareketine katılan bireylerin her birinin birbirinden farklı istek ve beklentileri olması sebebiyle işletmelerin kişilerin isteklerine yönelik planlar yapması önemlidir (Kozak, 2006). Bu sebeple işletmelerinin farklı müşteri gruplarına(beslenme engeli olarak diyabet, lyak, vegan vb.) yönelik menüler hazırlamaları ve bu mönüleri tanıtımda kullanmaları işletmelerin yararına olacaktır.

GASTRONOMİ TURİZMİ VE MENÜLERDE BESLENME ENGELLERİ

Yiyecek ve içecek her yönüyle turizm etkinlikleri için bir çekicilik ögesidir. Turizm faaliyetine katılan kişilerin yiyecek ve içeceklerin tüketimiyle geçirdikleri zamanın en yüksek faydayla geçmesi ise gastronominin ana konusudur. Gastronomi kavramı yiyecek içecek maddeleriyle kültür arasındaki ilişkiyi ve yeme içme sanatını inceleyen bir disiplin olarak da tanımlanabilir. Dünyanın birçok destinasyonunda gastronomi artık turistik ürünleri bütünleyici özelliklerinin yanında tamamen kendi başına bir turistik ürün haline gelmiştir ve destinasyon imajı yaratmada çok önemli rol oynamaktadır. Gastronomi turizmine verilen önem dünya’da ve Avrupa’da gittikçe artmaktadır ve bazı turistik yerlerin pazarlamasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Ülkemizde de birçok destinasyona değer katarak bölge ya da ülke açısından rekabet ve marka olma avantajı da sağlamaktadır. (Durlu-zkaya ve Can; 2012; Henderson, 2009,s.321; Kesici, 2012,s.35).

Gastronomi turizmi kapsamında pazarlama aracı olarak mnlerden yararlanılmaktadır. Başarılı bir satışın ilk halkası olarak sunulan mnler düşünülmektedir.İşletmeler açısından mn, sadece, basit bir yemek listesi olarak değil, aynı zamanda bir işletmenin satışla ilgili aracı olarak da tanımlanabilir. Bu nedenle yiyecek içecek işletmelerinde misafirlere sunulan mnlerin şekilleriyle, renkleriyle, resimleriyle ve gsterişleriyle müşterileri ikna edici bir biçimde olması gerekmektedir (Türkan, 2003, s.91).

İşletmelerde mn planlamasının kimler için yapılacağı da önemlidir. Geçmişten günümüze değişen yaşam koşulları, işletme sayılarının artması, bununla birlikte rekabet ortamının değişmesi ve misafirlerin isteklerinin değişkenlik göstermesi işletmelerin farklı mnler oluşturmalarını zorunlu kılmaktadır. Kişilerin kültürel özellikleri, milliyetleri, eğitim düzeyleri, cinsiyetleri, yaşları, gelir dağılımları, beslenme gereksinimleri ve engelleri, meslekleri, istek ve arzuları gibi nitelikler planlama sürecinde dikkate alınmalıdır. (Bulduk, 2002,s.1 69; Denizler, 2005, s.67-69; Durlu-zkaya ve Cömert, 2010; Sökmen, 2005, s.97-99).

Bu kapsamda seyahat eden kişilerin genel özellikleri önemli olmaktadır. Son yıllarda ülkemize gelen turistler içerisinde üçüncü yaş grubu (emeklilik çağına gelmiş ve 60 ve daha st yaşlarda olan) kişilerin olduğu görülmektedir. Bu grubun özel sağlık durumları nedeniyle beslenme programlarına daha fazla dikkat ettikleri görülmektedir. Örneğin, kolesterol, kalp rahatsızlığı, şeker, lyak ve benzeri rahatsızlıklar farklı beslenme

gerekleri ortaya çıkarmaktadır. Bu grup turistlerle birlikte sağlık sebepleri dışında sadece kişisel tercihleri nedeniyle birtakım beslenme engeli (vegan vb) bulunanlar da turizm hareketine katılmaktadır. Beslenme engelleri nedeniyle turistlerin yiyecek içecek hizmeti ile ilgili farklı istekleri bulunmaktadır. İşletmelerin mönü planlama sürecinde bu kriterlere dikkat etmesi önemli olacaktır. Mönülerinde diyet yemeklere ve içeceklerle ve yer vermeleri bununla birlikte beslenme engellerine yönelik yeni mönüler oluşturmaları rekabet ortamında avantaj sağlayacaktır (Kozak,2006; Sökmen, 2005).

VEJETARYEN BESLENME

Vejetaryen beslenme, çeşitli nedenlerle bitkisel kaynaklı besinlerin ağırlıklı olarak tüketilmesiyle ortaya çıkan bir beslenme alışkanlığıdır. Vejetaryenler bitkisel besinleri tüketirken hayvansal besinlerden et, balık, kümes hayvanları ile bazı durumlarda yumurta, süt ve süt ürünlerini tüketmeyen veya sınırlı miktarda tüketen kişilerdir. Vejetaryen beslenme biçimleri tek tip olmayıp farklılık göstermektedir. *Semi* vejetaryen olarak bilinen grup kırmızı et tüketmemektedir, az miktarda beyaz et tüketmektedir. Bu grup beslenme alışkanlıklarından dolayı gerçek vejetaryen olarak düşünülmemekte ve birçok kişi etoburluktan geçiş sürecinde bu ara dönemi kullanmaktadır. *Lakto* vejetaryen grubu ise, hayvanın kendisini yememekte buna karşılık süt, peynir, yoğurt ve bal gibi ürünleri tüketmektedir. Bu gruptaki bireylerden yumurta tüketimi olanlar da bulunmaktadır. *Vegan* olarak bilinen grup ise hiçbir şekilde hayvansal ürün tüketmemektedir. Sadece tahıl, sebze ve meyve gibi gıdalarla beslenmektedir (Amit, 2010; Winckel, Velde, De Bruyne ve Biervliet, 2011; Karabudak, 2012).

Vejetaryen beslenme tarzının birçok nedenden dolayı tercih edildiği bilinmektedir. Vejetaryen beslenme, temelde ekonomik olgularla ortaya çıkmıştır. Bu olgulardan biri, belirli miktar arazide bitkisel ürün yetiştirmenin, hayvan yetiştirmeye oranla daha çok sayıda insanın kısa sürede ve daha ucuza doyurulabileceği prensibidir. Diğer bir nedeni ise, küçük ve büyük baş hayvanların sütüyle ve bazı kümes hayvanlarının yumurtasıyla uzun süre insana besin sağlanırken, bu hayvanların kesilmesi ile bu kaynakların kısa sürede tüketilmiş olmasıdır. Son yıllarda vejetaryenliğin gelişmesinde hayvanların öldürülmesine karşı çıkan ahlaki değerlerin ve dinsel inanışların da etkisi olmaktadır. Bu sayılan sebeplerden dolayı tercih edilebileceği gibi, kalp-damar hastalıkları, hipertansiyon, şeker, kanser gibi kronik hastalıklardan korunma amacı ile de vejetaryen beslenme biçimini seçenler bulunmaktadır (Karabudak, 2012, s.8-9).

Vejetaryen beslenmeyi tercih eden kişilerin sayısı günden güne artmaktadır. Son yıllarda Avrupa'daki vejetaryen yetişkin bireylerin sayısının %2' den %5'e ulaştığı da görülmektedir (Winckel, Velde, De Bruyne ve Biervliet, 2011). Bu sebeplerden dolayı turizm işletmelerinde konaklayacak kişilerin istekleri de farklılaşacaktır ve işletmelerin beslenme engeli bulunan kişilerin pazarını ele geçirmek için yeni menüler oluşturmaları zorunlu olmaktadır.

YÖNTEM

Beslenme engelleri kapsamında turizm işletmelerine yol gösterici olacağı düşünüldüğü için bu çalışmada *vegan* beslenmeye yönelik olarak örnek reçete oluşturulmuştur ve standart reçete ile geliştirilmiş reçete arasındaki farklar duyuusal analiz testi yapılarak tespit edilmiştir. Bunun için birbirinden uzak masalara konumlandırılmış eğitimli panel grubu oluşturulmuştur. Eğitimli panel grubuna aynı anda her iki ürünü tadıp yorumlamaları için anket formu verilmiştir. Her iki ürün için aynı formatta düzenlenmiş iki ayrı anket formu kullanılmıştır. Yüz yüze görüşme yapılarak da söz konusu ürünler eğitimli panel grubunun görüşleri sonucunda değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Duyuusal analiz testi yapmak amacıyla hazırlanmış olan standart ürün (Kakaolu Kek) ve geliştirilen ürün (*Vegan* Kakaolu Kek) ile ilgili reçeteler aşağıda verilmektedir.

Standart Kakaolu Kek Reçetesi



Malzemeler:

- 2 yumurta (ortalama 130 gr.)
- 3/4 su bardağı (150 gr.) toz şeker
- Yarım su bardağı (90 gr.) sıvıyağ
- Yarım su bardağı (100 gr.) süt
- 1 su bardağı (125 gr.) un
- Yarım paket (5 gr.) kabartma tozu
- 1 paket (5 gr.) vanilya
- 15 gram kakao

Yapılışı:

- Yumurta ve toz şeker köpük oluşturana kadar çırpılır
- Sıvıyağ eklenir ve yavaşça karıştırılır
- Süt eklenir ve yavaşça karıştırılır
- Kabartma tozu, vanilya ve kakao una karıştırılır

- Un elenerek karışıma eklenir ve büyük bir kaşık yardımıyla karıştırılır. Un eklendikten sonra hamur kesinlikle çırpılmaz
- Kek hamuru yağlanıp unlanan kalıba dökülür

Önceden ısıtılmış fırında 160°C’de 40 dakika pişirilir.

Geliştirilen *Vegan* Kakaolu Kek Reçetesi



Malzemeler:

- 1,5 su bardağı (190 gr.) un
- 3/4 su bardağı (150 gr.) pudra şekeri
- 1 paket (5 gr.) vanilya
- 1 paket (5 gr.) karbonat
- 1 silme çay kaşığı tuz
- 10 gram kakao
- 1 su bardağı (200 gr.) soğuk su
- Yarım su bardağı (90 gr.) sıvıyağ
- 1 yemek kaşığı sirke
- 1 orta boy portakal kabuğu rendesi

Yapılışı:

- Un, pudra şekeri, vanilya, karbonat, tuz ve kakao uygun bir kapta iyice karıştırılır
- Ayrı bir kapta soğuk su, sıvıyağ ve sirke karışımı hazırlanır
- Hazırlanan sıvı karışımı, un karışımına azar azar eklenerek homojen bir kek hamuru elde edilene dek birbirine yedirilir
- Rendelenmiş portakal kabuğu da hamura eklenir ve karıştırılır
- Elde edilen kek hamuru yağlanıp unlanmış kalıba dökülür
- Önceden ısıtılmış fırında 160°C’de 40 dakika pişirilir.

Standart Reçete ve Geliştirilen *Vegan* Reçete Arındaki Farklılıklar

Standart reçeteden yumurta çıkarılarak yerine 1 paket karbonat ve 1 çorba kaşığı sirke kullanılmıştır. Yumurtanın eksikliği *vegan* kekin lezzetine ve dokusal özelliklerine etki

etmiştir. Normalde yumurta ile elde edilen kekin istenen yapısal özellikleri *vegan* kekte tam olarak yakalanamasa da ona çok yakın bir ürün elde edilmiştir.

Standart reçeteden süt çıkarılarak yerine su kullanılmıştır. Sütün eksikliği *vegan* kekin lezzetine, rengine ve yumuşaklığına etki etmiştir.

Vegan kekte süt bulunmamasından dolayı olduğu düşünülen kabuk sertliğini önlemek için toz şeker yerine pudra şekeri kullanılmıştır. Bu değişiklik ile kabuk sertliği büyük oranda azaltılmış ve dolayısıyla iç yumuşaklık da dengelenmiştir.

Aynı şekilde sütün eksikliğinden kaynaklanan *vegan* kekteki renk koyuluğu kakao miktarı azaltılarak dengelenmiştir.

Yumurta ve süt kullanılmamasından kaynaklanan lezzet eksikliği rendelenmiş portakal kabuğu kullanılarak giderilmiştir.

Araştırma kapsamında standart ürün ve geliştirilmiş ürün ile ilgili eğitimli panel grubu yorumları aşağıdaki şekilde özetlenmektedir:

- Geliştirilen ürünün (*Vegan* kakaolu kek) rengi standart ürüne göre daha açık, yüzey dokusu biraz daha ıslak, yüzey görünümü biraz daha parlak bulunmuştur.
- Ürünlerin dokusal özellikleri ile ilgili değerlendirme sonuçlarına bakıldığında geliştirilen ürün standart ürüne göre daha yapışkan ve biraz daha sert bulunmuştur.
- Ürünlerin lezzeti ile ilgili değerlendirme sonuçlarına bakıldığında Geliştirilen ürün koku ve tat beğenisi yönünden standart ürünü geride bırakmıştır.
- Geliştirilen ürünün genel beğeni açısından da standart ürünü geride bıraktığı görülmektedir.

SONUÇ

Günümüzde tüketicilerin daha bilinçli hale gelmesiyle birlikte tüketiciler pazarda yeni arayışlar içerisine girmeye başlamışlardır. Özellikle kişilerin beslenme ile ilgili birtakım engellerinin olması sebebiyle beslenme konusunda daha dikkatli davranmaktadırlar. Bu durum tüketicileri farklı nitelikteki işletme arayışına yönlendirmektedir. Özellikle son dönemlerde rekabet ortamında işletmelerin farklılık yaratması zorunluluk haline gelmiştir. Bu sebepten yola çıkarak işletmeler farklı rahatsızlıklara yönelik ortaya çıkan beslenme engelleri açısından alternatifler yiyecekler hazırlamalıdır. Bu ürünleri tanıtımda kullanmaları bu müşteri grubunun dikkatini çekecek ve işletmelerin karlılıkları açısından önemli olacaktır. Yapılan çalışmada beslenme engelleri kapsamında *Vegan* beslenme ele alınmıştır. Bu amaçla işletmeler için örnek teşkil etmesi açısından ürün geliştirilmiştir. Geliştirilen bu ve benzeri ürünlerin beslenme engeli olan müşteriler için dikkat çekici olacağı ve böylece turizm sektörü içerisinde fark yaratmak amacıyla kullanılabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Amit V (2010). Vegetarian diets in children and adolescents. *Paediatr Child Health* (15), 303–314.
- Aktaş, A., Özdemir, B.(2005).*Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*.Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karabudak, E.(2012). *Vejetaryen Beslenmesi*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Bulduk, S.(2002). *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Denizer, D.(2005). *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğdubay, M., Giritlioğlu, İ. (2008). Mutfak Turizmi. C. Avcıkurt ve N. Hacıoğlu(Ed.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayın.
- Durlu-Özkaya, F., Cömert, M.(2010). Menü Planlama ve Analizi. Sarıışık M., Çavuş, Ş., Karamustafa, K.(Ed.), *Profesyonel Restoran Yönetimi İlkeler, Uygulamalar, Örnek Olaylar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durlu-Özkaya, F., Can, A.(2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Türk Tarım, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Dergisi*, Temmuz-Ağustos,(206), 28-33.
- Henderson, Joan C. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*, 111(4),317-326.
- Sezgin, M.,Zerenler, M.,Karaman, A.(2008).Otel İşletmelerinin Menü Planlamasında Yaratıcılık, Yenilikçilik, Girişimcilik Faaliyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyo Ekonomi*, 4(8), 127-142.
- Kesici, M.(2012).Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kozak, N. (2006). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M.A.,Azaltun, M., Sarıışık, M., Çakıcı, C., Sökmen, A., Çetinsöz, B.C.(2008). *Otel işletmeciliği*. Kozak, N.(Ed.).Ankara: Detay Yayıncılık.
- Myriam Van Winckel, Saskia Vande Velde, Ruth De Bruyne ,Stephanie Van Biervliet (2011).Vegetarian Infant and Child Nutrition. *European Journal of Pediatrics*,170(12),1489-1494.
- Sökmen, A.(2005).Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkan, C.(2003). *Turizmde Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama*, Ankara: Detay Yayıncılık

TURİSTİK BİR ÇEKİCİLİK OLARAK GASTRONOMİ MÜZELERİ

Hakan YILMAZ

*Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
hyilmaz5@anadolu.edu.tr*

Pınar ŞENEL

*Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
pinargoksu@anadolu.edu.tr*

ÖZET

Günümüzde gastronominin yükselen bir değer olması, gastronomi turizmine olan ilginin ve gastronomiye dayalı ürünlerin bir çekicilik olarak sunumunun artmasıyla sonuçlanmaktadır. Bu kapsamda değerlendirilebilecek ürünlerden biri de gastronomi amacıyla düzenlenen turlardır. Gastronomi turları sayesinde, yiyecek ve içeceklerin başta tarihi, kültürel etkileşimi, üretimi ve hazırlanışı gibi bilgiler ile tadımı gibi deneyimlerin kazanılması amaçlanmaktadır. Gastronomi müzeleri genellikle bu ihtiyaca cevap vermek amacıyla oluşturulan çekim merkezleridir. Bu yönüyle gastronomi müzeleri farklı misyonlar üstlenmektedir. Günümüz gastronomi müzeleri, yiyecek-içeceklerin tarihini sunma dışında ziyaretçilere bu yiyecek ve içecekleri tadabilme, satın alabilme ve eğlenceli vakit geçirebilme imkânı da vermektedir. Ülkelerin önemli bir kültürel öğesi olan yeme ve içme alışkanlıklarının unutulmaması, turizmin çeşitlenmesi ve destinasyon çekiciliğinin artırılması bakımından gastronomi müzeleri, üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu çalışmada, gastronomi müzeleri Türkiye’den ve dünyadan örnekler verilerek, edindiği farklı işlevlere göre dört ana başlık altında incelenmektedir. Yapılan değerlendirmeler sonunda önemli bir turistik çekicilik olan gastronomi müzelerinin artırılmasına ve sürdürülmesine yönelik öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi turizmi; Müzecilik; Gastronomi müzeleri; Kültürel ve endüstriyel miras*

GİRİŞ

Yeme ve içmenin, eski zamanlardan beri fizyolojik bir ihtiyaç olmasının yanında sosyolojik bir yönü de olduğu görülmektedir. Bir kültür biçimi olarak yeme ve içme, aile toplantıları ve arkadaşlarla yapılan etkinlikler, düğünler gibi sosyal yapı öğelerinin ayrılmaz bir parçasıdır (Şanlıer, 2005). Bu özellik günümüzde de devam etmektedir. Artan gelir, boş zaman artışı, endüstriyelleşme ve kentleşmeyle gelen sosyalleşme isteği, yemek yeme faaliyetinin dışarıda, restoran, lokanta ve turistik otellerde gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır (Akbay ve Boz, 2005). Öte yandan farklı bölgelerin mutfak kültürüne duyulan ilgi git gide çoğalmaktadır (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013). Bunlara paralel olarak gelişen gastronomi turizmi ve gastronomi turları dünyada artış göstermektedir (Cohen ve Avieli, 2004).

Gastronomi turizmi, kültür ve mirasın önemli bir göstergesi olan yiyecek-içeceklerin tarihini ve yapılışını öğrenme, tadımını yapma gibi nedenlerle farklı bölgelere gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Hall, Sharples, Mitchell, Macions, ve

Cambourne, 2011). Gastronomi turları ise bu amaçlar doğrultusunda müze, turistik bölge, festival, kırsal alan gibi farklı bölgelere yönelik düzenlenen turlar olarak tanımlanabilir (Ryu ve Jnag, 2006). Gastronomi turizmine yönelik ilgi, bu temaya sahip müzelerin artmasıyla sonuçlanmıştır. Gastronomi müzeleri, gerek yiyecek ve içeceklerin günümüze kadar nasıl elde edildiğini görme, gerekse bu değerleri unutmama adına gastronomi turizminin en önemli öğelerindendir.

Çalışma, turistik bir çekicilik olarak gastronomi konulu müzeleri sundukları temel turistik işlev ekseninde kültürel miras, endüstriyel miras, kırsal turizm ve popüler kültür olmak üzere dört kategoride incelemeyi amaçlamaktadır. Her bir kategoriye ilişkin uygulamadan örnekler verilmekte ve ilgili müzelere ilişkin öneriler sunulmaktadır.

MÜZECİLİK VE MÜZE KAVRAMI

Müzeler, geçmişi günümüze taşıyarak toplumu bilinçlendiren ve kültür seviyesini yükselten kurumlar olarak tanımlanabilir. Müzeler içerikleri, birikimleri ve mekânsal konumlarıyla toplumsal belleğin bir gösterim alanıdır (Gökalp, 2010, s.183). 15. ve 16. yüzyıllarda yaşanan Rönesans ile başta İtalya olmak üzere İngiltere, Fransa ve Almanya gibi ülkelerde antik medeniyetlere ilgi duyulmaya başlanmış, bu medeniyetlerin kültür ve yapıtları merak konusu haline gelmiştir. Avrupa’da hızla yayılan bu akım ile eski medeniyetlere ait resim, yazın ve heykel gibi yapıtlar, soylu kesimi etki altına almakla birlikte bu eserleri kendi evlerinde sergilemek, zenginliklerinin ve kültürel birikimlerinin bir sembolü haline gelmiştir (Yavuz, 2005).

Rönesans dönemindeki diğer bir gelişme sanata duyulan ilginin artmasıdır. Ünlü ressam ve heykeltıraş gibi sanatçıların eserleri hızla çoğalmıştır. Bu eserlere farklı kişilerce sahip olunmak istenmesi, eserlerin çoğaltılmasına yol açmış dolayısıyla da eserlerin asılları bir değer konusu olmuştur (Berger, 1986). Ancak gerek eski medeniyetlere ve Rönesans dönemine ait eserler gerekse soylu kesimin gelecekteki çocuklarına miras resimler hızla çoğalınca, bu eserlerin özenli bir şekilde korunup saklanması bir sorun haline gelmiştir (Alexander ve Alexander, 2008). Bu gelişmeler ile ilk adımları atılan müzecilik, 1734’de Roma’daki Kapitol Kilisesi’nde açılan antika eşya sergisi ile hayata geçirilmiştir. Bu süreci, başta İtalya olmak üzere Fransa ve İngiltere gibi Avrupa’nın çeşitli yerlerinde açılan müzeler izlemiştir (Ulu ve Şahiner, 2010). Türkiye’de ise ilk müze, 1846’da Ahmet Fethi Paşa tarafından Bizans yazıtları üzerine kurulmuş Mecma-ı Âsâr-ı Atika’dır (Sezgin ve Karaman, 2009).

Müzeler doğa ve insanlık geçmişine dayalı değer ve eserleri koruyan bir kültür mirası olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak modern toplumun bir göstergesi olarak geçmiş topluma sunan müzeler (Özkasım ve Ögel, 2005), son zamanlarda ürüne dayalı olan koleksiyonculuk anlayışından farklı bir boyutta hizmet vermektedir. Müzeler, gerek bulundukları ülkelere sağladıkları maddi ve manevi imkânlar, gerekse kültür paylaşımını topluma sosyal sorumluluk olarak sunması bakımından ülkelerin birer artı değeri ve pazarlama aracı haline gelmiştir. Bu pazarlama anlayışı ise müzeleri sadece koruyan ve

gözeten araçlar olmaktan çıkarmış, toplumla etkileşimli, toplumun talep ve ilgilerini izleyen birer kurum haline getirmiştir. (Sezgin, Haşiloğlu ve İnal, 2011). Müzelerin müşteri odaklı pazarlanması, kültürel aktivite sunan kurumların artıp farklılaşması ve toplumun bu aktivitelere duyduğu ilgi ile şekillenmiştir. Etnografya, arkeoloji, bilim, sanat, havacılık ve askeri müze gibi klasik müzelerin yanında insan vücudu, azınlık, kutsal ruhlar ve işkence müzeleri gibi oldukça farklı kategorilere yayılan müzeler, müzecilik alanındaki rekabet nedeniyle fonksiyonlarını arttırma ve farklılaşma çabası içine girmiştir (Tobelem, 1997). Bu çabanın içerisinde yer alan farklı kategorideki müzelerden biri de gastronomi müzeleridir.

GASTRONOMİ MÜZELERİ

Yiyecek ve içecek alışkanlıkları tatilin önemli bir parçasıdır (Kim, Eves ve Scarles, 2009). Çoğu zaman turist harcamalarının üçte birini oluşturmaktadır (Blichfeldt ve Therkelsen, 2010. s. 1). Kim ve diğerlerinin (2009), yiyeceklerin turistlerin destinasyon seçimini etkileyen en önemli faktör olduğuna yönelik yorumları tartışmaya açık olsa da gastronomi turizminin gelecekte çok daha önemli bir konuma sahip olacağına ilişkin çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Kivela ve Crotts, 2006; Henderson, 2009). Bu durum dikkate alındığında gastronomi turizmine katılanların amaçlarının sadece fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak olduğunu söylemek mümkün değildir.

Talebe duyarlı olarak şekillenen müzecilik yaklaşımı, gastronomi turizmine yönelik ilgiden etkilenmeye devam etmektedir. Bunun bir sonucu olarak turistlere tamamen gastronomi temasına sahip ya da gastronomi bölümleri olan müzeler sunulmaktadır.

Çalışma gastronomi müzelerini işlevlerine göre sınıflamayı amaçlamaktadır. Çünkü gastronomi müzelerini konu alan çalışmaların, müzeleri sınıflama odaklı olmadığı görülmektedir (Lam, 2011). Örneğin, Lam (2011) gastronomi müzelerini tasarım ekseninde incelemiştir. Uygulamadaki örnekleri ve işlevleri dikkate alındığında gastronomi eksenli müzeler kültürel miras, endüstriyel miras, kırsal turizm ve popüler kültür başlıkları altında incelenmektedir. Gastronomi müze türleri ve tanımları Tablo 1.'de belirtilmektedir.

Tablo 1. Gastronomi Müze Türleri

Müze Türü	Tanım
Kültürel Mirasa Dayalı	Bölgenin kendine has yiyecek-içeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve kültürel değerlerini yansıtan müzelerdir.
Endüstri Mirasına Dayalı	Yiyecek-içecek üreten eski fabrika gibi üretim yerlerini tekrar değerlendirmeye yönelik, üretim tarihini yansıtan müzelerdir.
Kırsal Turizme Dayalı	Yiyecek-içeceklerin üretimini, tarım halinden nihai ürün haline gelinceye kadar izleme, hatta bu üretim sürecine katılma imkanı tanıyan müzelerdir.
Popüler Kültüre Dayalı	Popüler kültür yiyecek-içeceklerinin tarihini yansıtan müzelerdir.

Kültürel Mirasa Dayalı Gastronomi Müzeleri

Turizm ve kültür, birbirleri ile etkileşimli ve birbirlerinin devamlılığını sağlayan iki önemli kavramdır. Turizm, başka ülke ya da bölgelerin kültür, yaşayış ve değerlerin görülüp birebir yerinde yaşanması için yapılan bir faaliyetken buna karşılık ülke ya da bölgelerin kendilerine has kültür ve değerlerinin devamlılığının sağlanması, turizmin sürdürülebilirliği bakımından önemlidir. (Uslu ve Kiper, 2006). Turizm doğası gereği dinamik bir yapıdadır ve mirasla olan etkileşimi genellikle mirasın yeniden yorumlanmasıyla sonuçlanmaktadır. Özünde turizm ile kültürel miras arasındaki ilişki günümüzde modernlik ve gelenekselcilik arasında yaşanan tartışmalarla paralellik göstermektedir (Nuryanti, 1996). Aslında turizm ile kültürel miras ayrılmaz bir şekilde birbiriyle iç içe geçmiş durumdadır.

Kültürel miras, geçmiş nesillerden günümüze aktarılan, yalnızca bulunduğu ülkenin insanları için değil tüm insanlar için bir değer konusu olan evrensel eserler olarak tanımlanmaktadır. Kültürel mirasların korunması kavramı, bir armağan olarak görülen bu eserlerin, zaman içinde bozulması nedeniyle Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından yapılan 16. Konferansta karar verilen ve 1972’de kabul edilen “Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi” ile gündeme gelmiştir (Dinçer ve Ertuğral, 2000).

Farklı bir ekonomi, tarih ve yaşayışın simgesi olarak görülen kültürel mirasın modern yaşam içinde hiçbir müdahale olmadan korunması neredeyse olanaksızdır. Yeniden değerlendirme sürecindeki önemli bir tartışma konusu ise kültürel mirasın özgünlüğünün yitirilmemesidir. Tasarım, konum ve malzeme başlıkları altında incelenen özgünlük, birer kültürel miras olarak müzelerde tam anlamıyla yaşatılmaya çalışılmaktadır. Öte yandan kültürel mirası korumada yaşanan maddi güçlüklerin, bu mirasların müze olarak kullanımıyla sağlanacak artı gelirle yok edilmesi, müzelerin olumlu özelliklerini oluşturmaktadır (Madran, 1999, s.87). Bu kapsamda kültürel mirasa dayalı gastronomi müzelerinde ziyaretçi gelirlerin yanına eklenen ve burada pazarlanan yiyecek, içecek ya da araç gereçlerle elde edilen gelir, bu müzelerin artı bir değerini oluşturmaktadır.

Kültürel mirasa dayalı gastronomi müzeleri, gerek farklı kültürlerin yeme içme alışkanlıklarının devam ettirilmesi ve hatırlanması, gerekse bu değerlerin birer turistik pazarlama ürünü haline gelmesi bakımından kentlerin önemli destinasyon çekiciliklerindendir. Mutfak kültürünü, yiyecek- içeceklerini, bunların yapılışını ve bölgenin yaşayış tarzını yansıtan kültürel mirasa dayalı bu müze örneğine, Antep’te bulunan Emine Göğüş Mutfak Müzesi’nde rastlamaktayız. Yöresel yemeklerini ve yapılışlarını mankenler aracılığıyla canlandıran müze, ayrıca Antep mutfağında kullanılan araç ve gereçleri de sergilemektedir (Emine Göğüş Mutfak Müzesi, 2014).

Şanlıurfa Mutfak Müzesi, kültürel mirasa dayalı gastronomi müzeleri için önemli bir diğer örnektir. 2011 yılında Şanlıurfa Belediyesi tarafından Hacıbanlar Evi’nden dönüşen müze, geleneksel Urfa mutfağını sergilemek dışında ayrıca Urfa’ya ait yaşayış ve kültürü de

canlandırılmış mankenler aracılığıyla yansıtmaktadır. Açıldığı tarihten itibaren dört ay içerisinde beş bine yakın ziyaretçiye ulaşan Şanlıurfa Mutfak Müzesi, verdiği yemek kursu hizmetiyle kadınlara geleneksel Urfa yemeklerinin yapımını da öğretmekte ve Urfa mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılmasına katkıda bulunmaktadır (Mutfak Müzesi, 2014).

Müzelerin olumlu özellikleri arasında eğitsel yönüne de değinmek gerekmektedir. Müzeler, tarihsel mekân ve zengin kaynaklar aracılığıyla tarih eğitimi oldukça zevkli ve verimli kılmaktadır (Haydn, Arthur ve Hunt, 2001). Gerekli donanımına sahip gastronomi müzelerinin bu eğitimi uygulamalı olarak sağlayabilmesi, bu müzelere önemli bir ayrıcalık katmaktadır. Ayrıca uygulamalı bu eğitimin, daha çok ziyaretçi ve maddi gelir için farklı hizmetleri sağlamaya çalışan müzelerin ilave bir özelliği olarak görülebilir.

Endüstriyel Mirasa Dayalı Gastronomi Müzeleri

Endüstri mirası kavramı ilk olarak İngiltere’de, yazar Lionel Thomas Caswall Rolt tarafından kişisel bir hareket olarak ortaya çıkmıştır. İngiltere’deki endüstrinin kullanılmayan yığınlarını fark eden Rolt, kanal, demiryolu ve eski arabaların bakımını yaparak ziyaretçilerin görüşüne açmıştır (Cocroft, 2009). 1971’de ise endüstri arkeolojisi uzmanı Neil Cossons tarafından yapılan FICCIM (Birinci Uluslararası Endüstri Anıtlarını Koruma Kongresi) ve devamındaki kongrelerle özellikle de endüstri devriminin yoğun olarak yaşandığı ülkelerde yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan endüstri mirası kavramı, sonraları tüm dünyaya hızla yayılmıştır (Seely ve Martin, 2006).

Zamanında birer çekim noktası olan endüstriyel bölgeler ve yapılar, yeni gelişmelerle birlikte “çöküntü” alanlar olarak olumsuz bir dönüşüm içine girmiştir (Madran, Nalbant ve Öngönül, 2006, s. 60). Dünya genelinde yakın bir zamana kadar bir an önce yıkılması istenilen endüstriyel yapıların yeniden kullanım potansiyelinin fark edilmesiyle birlikte, endüstriyel bölgeler endüstriyel miras turizmi adıyla yeniden işlevlendirilmeye başlanmıştır (Timothy ve Boyd, 2003, s. 36; Falk, 2005, s. 97).

Avrupa Birliği de endüstriyel miras turistlerine yönelik aktiviteler geliştirilmesini teşvik etmektedir. Bu kapsamda “Avrupa Endüstriyel Miras Güzergâhı” (European Route of Industrial Heritage-ERIH) adıyla, birlik fonlarıyla finanse edilen bir proje oluşturulmuştur (Hosper, 2002). 1999 yılında kurulmuş ERIH, birçok Avrupa ülkesini kapsayan, İngiltere’de Ironbridge’den başlayarak Almanya’da Ruhr kömür havzasında sona eren ve toplamda 72 noktadan oluşan bir seyahat ve endüstri miras yolundan oluşmaktadır (Köksal, 2005, s.116).

Eskiden kitlesel üretimin yapıldığı endüstriyel yapılar, günümüzde farklı işlevlerle karşımıza çıkabilmektedir. Bunlardan biri de endüstri mirası müzeleridir. Endüstri mirasına dayalı müzeler, koruyup, saklama işlevinden ziyade geçmişte neler olduğunu tam anlamıyla yansıtan ve geleceğe ışık tutan daha çok yakın tarih ile ilgili müzelerdir (Skramstad, 2000). Endüstri mirasına dayalı gastronomi müzeleri ise yiyecek ve içeceklerle ilgili gerek geçmişte kullanılan pişirme kabı, el aletleri, makineler, fabrika ve benzeri

unsurları sergileyen gerekse yiyecek ve içeceklerin tadımına imkân veren keyifli müzeler olarak nitelendirilebilir.

Zeytinyağı üretiminde kullanılan endüstriyel yapıların daha sonra müze olarak işlevlendirilerek kullanımına Çanakkale Küçükkuyu’da rastlanmaktadır. Adatepe Zeytinyağı Fabrikası Müzesi, 2001 yılından beri hizmet vermekte, çok sayıda yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır. Zeytinyağından elde edilen sabunların üretildiği binayı restore ederek, zeytinyağı üretimine dair eski tüm araç, gereçleri ve mevcut üretimin tüm aşamalarını sergileyen müze, zeytinyağının tadımını da köy ekmeği eşliğinde yaptırmakta ayrıca mutfağa dair çeşitli aksesuarları, kitapları ve zeytinyağından yapılmış sabunları satmaktadır (Adatepe Zeytinyağı Fabrikası Müzesi, 2014).

Koleksiyon, tarihi anlatım ve canlandırma ile 3500 m²’lik yüz ölçümü bakımından dünyanın en büyük zeytinyağı müzesi, Kuşadası’ndaki Oleatrium’dur. 2011 yılında açılan Oleatrium, buharlı ve elektrikli sanayi ürünleri ile birlikte Roma dönemi öncesine uzanan neredeyse 2500 yıllık geçmişe dayalı zeytinyağı üretim araçlarını sergilemektedir (Oleatrium, 2014).

Endüstriyel mirasa dayalı gastronomi müzelerinden ülkemizdeki bir diğer örnek, Atatürk Orman Çiftliği’nde 2010 yılında restore edilerek yeniden açılan Şarap Fabrikası müzesidir (Atatürk Orman Çiftliği, 2014). Dünyada ise endüstriyel binaların müze olarak tekrar kullanım amacıyla yeniden işlev kazandırılmasına yönelik en güzel gastronomi müzesi, Kopenhag’a gelen ziyaretçilerinin en çok ziyaret ettiği yerler arasında yer alan Carlsberg Müzesi’dir. Müze, 1840 yılından kalma fabrikasında oluşum öyküsünü, eski bira şişelerini ve biranın tarihine dayalı objeleri sergilemektedir. Ayrıca ziyaretçilerine ücretsiz olarak taze bira servisi yapmaktadır (Visit Carlsberg, 2014).

Kırsal Turizme Dayalı Gastronomi Müzeleri

Farklı yerler ve bu yerlerin fiziki olduğu kadar kültürel özellikleri eski zamanlardan beri insanların ilgi odağı olmuştur. İnsanlar farklı yaşayış ve bu yaşayışın ürünlerini kendi yerlerinde ve kendilerine has biçimde denemek istemektedirler (Emekli, 2007). Yine günümüzde boş zaman aktivitelerinin ve gelirin artması, sürdürülebilir turizm olgusunun ortaya çıkması ve turizmin çeşitlenmesi, turizm konusunda daha deneyimli ve kitle turizminden uzaklaşan turist arzına neden olmuştur. Giderek artan kent yaşamının stresi, bireyleri çevreye duyarlı hale getirdiği gibi çevreyi yaşama arzusuna da itmiştir (Kesici, 2012). Kırsal turizm, bu sürecin sonunda ortaya çıkan bir turizm türüdür.

Kırsal turizm, diğer turizm çeşitleriyle de kolayca uyum sağlayabilen, kent yaşamından uzaklaşıp doğayla, bölgedeki tarım ve tarım ürünleriyle, yerel halkla ve yerel halkın kültür ve yemek kültürüyle bütünleşmek için yapılan bir turizm faaliyetidir (Soykan, 2003). Tanımdan da anlaşılabilirliği üzere kırsal turizm, bölgenin coğrafi özellikleri buna bağlı olarak da tarım ürünleri ve beslenme tarzıyla ilişkilidir. Yiyecek ve içecekler ülkeden ülkeye olduğu gibi bölgeden bölgeye göre bile değişiklik göstermekte, turistler için bu

yemekleri tatma ve yapılışına ilişkin bilgi sahibi olma bölgenin çekiciliklerini oluşturmaktadır (Amira, 2009). Yaşanan küreselleşmeyle farklı mutfak kültürlerine artan bu ilgi kırsal turizm ile gastronomi turizmi arasındaki bağları güçlendirmiştir.

Gastronomi turizmine katılanlar maddi bir kaygı gütmemekle birlikte pahalı ve popüler restoranları tercih etmemekte, yiyecek-içeceklerin yapılışı, tarihi ve yerel halkın bu yiyecek-içecekleri nasıl elde ettiğini öğrenmek adına özgün ve yerel restoranlara, tarlalara ve müzelere ziyaret gerçekleştirmektedir (Kivela ve Crotts, 2005). Kırsal turizme dayalı gastronomi müzeleri, yiyecek-içeceklerin üretimi ve hazırlanması hakkında detaylı bilgi sunmaktadır. Özellikle şarap üretimindeki bağcılık ve peynir üretimindeki çiftlik gibi kırsal alanları da sunarak eko turizme katkıda bulunmaktadır.

Türkiye'nin önemli bir değeri olan Kars gravyeri ve kaşar peynirinin müzesi Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı desteği ile Kars'ta, Büyük Boğatepe'de kurulmuştur. Halen peynir üretimini devam ettiren eko müze ziyaretçilerine, peynirlerine aroma veren otların çayırılarını, bu alanlarda otlayan ineklerini ve sütlerini sergileyerek baştan sona bir peynir öyküsünü aktarmaktadır. Ayrıca özel tadımların yapılabildiği ve fotoğrafların çekilebildiği müzede ziyaretçiler piknik tadında bir gün geçirebilmektedir (Peynir Müzesi, 2014).

Türkiye'nin önemli müzelerinden Feyzi Kutman Şarap Müzesi, 1888 yılında şarap imal edilen eski bir Rum evinden kalmadır. Yüz küsur yıllık şarap üretimini gözler önüne sererken bir fiil şarap üretimine sahip olduğu 90 hektarlık bağ ile devam etmektedir. Ziyaretçilerine bu bağları gezme ve buradan elde edilen şarapları tatma imkânı veren müze, öte yandan bağ bozumu festivali gibi kırsal etkinlikler düzenlemektedir (Feyzi Kutman Şarap Müzesi, 2014).

Popüler Kültüre Dayalı Gastronomi Müzeleri

Popüler kültür, toplumdaki, belli bir döneme ait, hızlı bir şekilde ortaya çıkan ve hızlı bir şekilde geçerliliğini yitiren değerler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Halkın belirli bir zaman diliminde benimsediği bu değerler ise toplumu yöneten ve yönlendiren fakat açık bir şekilde görünmeyen siyasi birlik, zengin sınıf vb. toplulukların topluma dayatmalarıdır (Oktay, 2002). Yani popüler kültürün, endüstri devrimi sonrası yaşanan toplumsal değişimle, çağa hizmet eden fakat realist bir yaklaşımı benimseyen düzenin, yani kapitalizmin bir ürünü olduğu söylenebilir (Özkan, 2006). Popüler kültür ve gastronomi ilişkisinin günümüzdeki en göze çarpıcı örnekleri ise hızlı servis sunan restoranlardır.

Hızlı servis sunan restoranlar, genellikle ulaşımı kolay yerlerde kurulan, hızlı bir servis anlayışını benimseyen ve aynı şekilde hızlı bir şekilde tüketilen doyurucu ve ucuz yiyecekleri sunmaktadır (Tayfun ve Uygur, 2008). Hızlı servis sunan restoran kavramının ilk olarak ABD'de, hamburger satışları ile ortaya çıkmıştır. Maliyeti düşük olan hamburgerlerin daha sonraları patates kızartması ve içeceklerle servisi yapılmaya başlanarak tüm dünyaya hızlı bir şekilde yayıldığı görülmektedir (Yaman, 2007). Hızlı servis akımının dünya geneline yayılması, uzun çalışma saatlerinde zorunlu, ucuz ve hızlı olarak

yenilen öğle yemekleri, kadınların çalışma hayatında daha fazla yer almaya başlaması ve sosyalleşme isteği ile bağdaştırılmaktadır (Özcan, 2007). Bu anlamda hızlı servis restoranlarının günümüzün hızlı yaşam koşullarının ve popüler kültürünün birer ürünü olduğu söylenebilir.

Popüler kültürün bir armağanı olarak hızlı servis sunan restoranlara yoğun bir talep bulunmaktadır. Hızlı servis sunan restoranların geçmişini günümüze taşıyan müzeleri de gastronomi turizmi açısından önem arz etmektedir. Örneğin servis restoranı öncülerinden McDonald's'ın, popüler kültüre dayalı iki adet gastronomi müzesi bulunmaktadır. McDonald's, 1955 yılında Des Plaines'teki ilk McDonald's restoranını, açılıştaki tasarımıyla, ekipmanlarıyla ve o döneme ilişkin çalışan kıyafetleriyle müzeye dönüştürmüştür. Diğerisi ise McDonald's'ın franchise işletmesi olarak North Huntingdon'da kurulan Big Mac restoranı da müze olarak hizmet vermektedir (McDonald's, 2014).

Popüler kültüre dayalı gastronomi müzelerine ilişkin bir diğer çarpıcı örnek de Coca Cola müzesidir. Coca Cola'nın müzesi Atlanta'da bulunmakta ve ziyaretçilerine Coca Cola'nın gizli formülünün bulunduğu şişeye yakın olup, bugüne kadar kullanılan Coca Cola şişelerini görebilme imkanı sunmaktadır. Ayrıca müze, Coca Cola tiyatrosunda mutluluğun filmini çekip Coca Cola Store'dan alışveriş yapma gibi eğlenceli aktiviteleri de ziyaretçilerine sunmaktadır (The World of Coca-Cola, 2014).

SONUÇ

Gastronomi turizmi, yiyecek ve içecek kültürlerini tanımak, bu yiyecek ve içeceklerin tarihini ve nasıl elde edildiğini öğrenmek ya da tatmak için yapılmaktadır. Gastronomi turizminin önemli öğelerinden biri de gastronomi müzeleridir. Gastronomi müzeleri gerek yeme ve içme kültürlerinin unutulmaması gerekse destinasyon çekiciliğinin artırılması bakımından önemli turizm ürünlerindendir. Dünya genelinde gastronomi müzelerine olan ilgi gastronomi turizmine olan talebin artışıyla birlikte yükselmektedir. Bu tür müzeler aynı zamanda geçmişin günümüzdeki modern bir sunumu anlamına gelmektedir. Bu yönüyle gastronomi müzeleri, gastronomiye dayalı değerlerimizin nesilden nesile aktarılmasında önemli bir köprü görevi üstlenmektedir.

Bu çalışma, turizmin iki önemli değeri müze ve gastronomiyi birleştirmiş, gastronomi müzelerini bir destinasyon çekicilik unsuru olarak ele almıştır. Gastronomi müzeleri ile ilgili çalışmaların literatürde oldukça sınırlı sayıda olması ve konunun bir turizm öğesi olarak ele alınmaması bu çalışmanın literatüre bir katkısıdır. Gastronomi müzeleri, işlevlerine göre kültürel mirasa dayalı, endüstri mirasına dayalı, kırsal turizme dayalı ve popüler kültüre dayalı olmak üzere dört başlık altında incelenmiştir. Gastronomi müzesi türlerine dünyadan ve Türkiye'den örnekler verilerek öneriler geliştirilmiştir. Gastronomi müzelerini turistik bir çekicilik olarak sunulmasına ilişkin öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Atıl durumda olan veya günümüzde kullanılmayan endüstriyel yiyecek ve içecek fabrikaları tekrar düzenlenerek müze haline getirilebilir.

- Özellikle eski zeytinyağı fabrikaları, zeytin, zeytinyağı ve zeytinyağlı ürünlerin üretiminde kullanılan araç-gereç ve ekipmanla birlikte sergilenerek ziyaretçilere açılabilir.
- Yiyecek ve içecek üretiminde kullanılan eski fabrikaları müze olarak değerlendirilebileceği gibi içecek üretiminde kullanılan yeni fabrikaları da ziyarete açılabilir.
- Gastronomi ile ilgili çok sayıda festival düzenlenmektedir. Festivallerin düzenlendiği destinasyonlarda, festivallerin ana temasını oluşturan ürünlerin tarihine, üretimine ve tadımına yönelik müzeler oluşturulabilir.
- Erişte, tarhana gibi yiyeceklerin geçmişten günümüze üretim aşamasının seyredileceği ve tadımının yapılabileceği kırsal turizm ile bağlantılı müzeler açılabilir.
- Popüler kültürün önemli bir ürünü olan hızlı servis sunan restoran müzelerinde olduğu gibi Türkiye’de de kebabların, şerbetlerin sergilenip, tadıldığı farklı müzeler oluşturulabilir.

Bu çalışmada gastronomi müzeleri kültürel ve endüstriyel miras, kırsal turizm ve popüler kültür başlıkları altında incelenmiştir. Bu sınıflandırmayı arttırmaya yönelik yeni çalışmalar yapılabilir. Ayrıca daha sonra farklı türdeki gastronomi müzelerini ziyaret eden turistlerin güdülerini belirlemeye yönelik karşılaştırmalı araştırmalar da yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Adatepe Zeytinyağı Fabrikası Müzesi (2014). Adatepe Zeytinyağı Müzesi. <http://www.adatepe.com/tr/default453c.html?ild=GDIDFL> (Erişim 02 Eylül 2014).
- Akbay, C. & Boz, İ. (2005). Kahramanmaraş’ta hanehalklarının gıda tüketim talebi ekonometrik analizi. *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi*, 8(1), 114-121.
- Alexander, E. P. & Alexander, M. (2008). *Museums in motion: An introduction to the history and function of musuems*. Plymouth: AltaMira.
- Amira, F. (2009). *The role of local food in maldives tourism: A focus on promotion and economic development* (Unpublished master’s dissertation), New Zealand Tourism Research Institute, Auckland.
- Atatürk Orman Çiftliği (2014). Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu. <http://www.aoc.gov.tr/index.php?view=cnt&cinf=49%7C12%7C12> (Erişim 02 Eylül 2014).
- Berger, J. (1986). *Ways of seeing*. London: Penguin.
- Blichfeldt, B. S. & Therkelsen, A. (2010). *Food and tourism: Michelin, Mousakka and Mcdonal’s*. Aalborg: TRU & Department of Culture and Global Studies.
- Cocroft, W. (2009). The rolt memorial lecture 2008 ‘Dan Dare’s Lair’- The industrial archaeology of Britain’s post-war technological renaissance. *Industrial Archaeology Review*, 31(1), 5-19.

- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.
- Deveci, B. Türkmen, S. & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Diñer F. İ. & Ertuğral S. M. (2000). Kültürel Mirasın Korunması ve İstanbul İlindeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 69-78.
- Emekli, G. (2007). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- Emine Göğüş Mutfak Müzesi (2014). Gaziantep Emine Göğüş Mutfak Müzesi. <http://www.kentmuzeeri.com/Gaziantep-Mutfak-Muzesi> (Erişim 02 Eylül 2014).
- Falk, N. (2005). New Uses for Old Industrial Buildings. M. Stratton (Ed.), *Industrial Buildings Conservations & Renegation* (İkinci baskı). New York: Taylor and Francis Group.
- Feyzi Kutman Şarap Müzesi (2014). Kutman Şarapçılık Özel (VIP) 2010 Yılı Bağbozumu Rüyası. <http://www.tourismlifeinturkey.com/newsdetail/1068-KUTMANsARAPciLiKoZELViP2010YiLiBAgBOZUMURuYASi.html> (Erişim 02 Eylül 2014).
- Gökalp, D. Z. (2010). Müzecilik. M. Çakır (Ed.), *Kültürel miras yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Hall, C. M. Sharples, L. Mitchell, R., Macions, N. & Cambourne, B. (2011). *Food tourism around the world*. New York: Routledge.
- Haydn, T. Arthur, J. & Hunt, M. (2001). *Learning to teach history in the secondary school*. London: RoutledgeFalmer.
- Henderson, J. C. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*, 111(4). 317-326.
- Hospers, G.-J. (2002), Industrial Heritage Tourism and Regional Restructuring in the European Union. *European Planning Studies*, 10 (3), 397-404.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23). 33-37.
- Kim, Y. G. Eves, A. & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4). 423-431.
- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3). 39-55.
- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Köksal, G. (2005). *İstanbul'daki endüstri mirası için koruma ve yeniden kullanım önerileri* (Yayınlanmamış doktora tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

- Lam, A. (2011). *Designing is Cooking: A museum of Gastronomy*. (Unpublished master's dissertation), Virginia Polytechnic Institute, Virginia.
- Madran, E. (1999). Tarihi miras niteliğindeki yazılara müze işlevinin verilmesinde kullanılacak değerlendirme ölçütleri. T. Atagök (Ed.), *Yeniden Müzeciliği düşünmek* içinde (ss.87-97). İstanbul: İstanbul Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.
- Madran, E. Nalbant, K. & Öngönül, N. (2006). Eskişehir, Kılıçoğlu Tuğla ve Kiremit Fabrikası. *Dosya*, 3, 60-67.
- McDonald's (2014). McDonald's No. 1 Store Museum. http://en.wikipedia.org/wiki/McDonald's_No._1_Store_Museum (Erişim 02 Eylül 2014).
- Mutfak Müzesi (2014). Mutfak Müzesi. <http://www.sanliurfa.bel.tr/detay.asp?u=86&f=24&b=%7CM%FCzeler> (Erişim:13.08.2014).
- Nuryanti (1996). *Heritage and Postmodern Tourism, Annals of Tourism Research*, 23(2), 249-260.
- Oktay, A. (2002). *Popüler kültürler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Oleatrium (2014). Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Sergi Alanı. <http://www.oleatrium.com/oleatrium/> (Erişim 02 Eylül 2014).
- Özcan, B. (2007). *Sosyolojik olarak tüketim ve boş zaman: İstanbul Alivium Outlet Center ve Galleria alışveriş merkezi örnekleri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Özkan, H. H. (2006). Popüler kültür ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1), 2938.
- Özkasım, H. & Ögel, S. (2005). Türkiye'de müzeciliğin gelişimi. *İTÜ Dergisi/B Sosyal Bilimler*, 2(1), 96-102.
- Peynir Müzesi (2014). Ekomüze Türkiye'nin ilk ve tek peynir müzesi <http://www.peynirmuzesi.org> (Erişim 02 Eylül 2014).
- Ryu, K. & Jang, S. (2006). Intention to experience local cuisine in a travel destination: The modified theory of reasonable action. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(4), 507-516.
- Seely, B. & Martin, P. (2006). 11. A doctoral program in industrial heritage and archaeology at Michigan tech. *The Journal of Heritage Stewardship*, 3(1), 24-35.
- Sezgin, M. Haşıloğlu, S. B. & İnal, E. (2011). Müze pazarlamasında müşteri ilişkileri ve deneyimleri üzerine bir araştırma. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 201-220.
- Sezgin, M. & Karaman, A. (2009). *Müze yönetimi ve pazarlaması*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Skarmstad, H. (2000). The mission of the industrial museum in the postindustrial age. *The Public Historian*, 22(3), 25-32.
- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.

- The World of Coca-Cola (2014). World of Coca-Cola. <http://www.worldofcoca-cola.com/> (Erişim 02 Eylöl 2014).
- Timothy, D. J.& Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Printice Hall, Essex.
- Tobelem, J. M. (1997). The marketing approach in museums. *Museum Management and Curatorship*. 16(4). 337-354.
- Ulu, B. & şahiner, M. (2010).Bir geleneğin kırılma noktası: Ekfrasis ve İngiltere’de müzecilik. *Edebiyat Faköltesi Dergisi*, 27(2), 129-147.
- Uslu, A. & Kiper, T. (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Faköltesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Visit Carlsberg (2014). The Carlsberg History. <http://www.visitcarlsberg.dk/HISTORY/Pages/Default.aspx> (Erişim 02 Eylöl 2014).
- Tayfun, A. & Uygur. S. M. (2008). Öğrencilerin Fast Food (Hızlı Servis) Restoranlarını Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, 1, 120-131.
- Yaman, H. B. (2007). *Tüketicilerin hazır yemek tüketim alışkanlıklarında küreselleşmenin etkileri ve konuya ilişkin bir uygulama* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylöl Üniversitesi. İzmir.
- Yavuz, H. (2005). *Edebiyat ve sanat üzerine yazılar*. İstanbul: YKY

GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İNCELEME

Burhanettin ZENGİN

*Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
bzengin@sakarya.edu.tr*

Hande UYAR

Öğr. Gör., Bartın Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu

Gül ERKOL

*Öğr. Gör., Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
glerkol@harran.edu.tr*

ÖZET

Yeme-içme bilimi anlamına gelen gastronomi, son dönemlerde özel ilgi turizmi içerisinde sıklıkla adı duyulan bir kavramdır. Her ne kadar bu kavram yabancı yazında kültür turizmi içerisinde değerlendirilse de seyahatin en önemli unsurlarından birini oluşturan yeme-içme, turistlerin bir destinasyonu ziyaretinde genellikle ikincil veya diğer alt amaçlar olarak ortaya çıkmakta, son dönemlerde tercih edilen destinasyonun yerel yiyecek ve içeceklerinin hazırlanması, pişirilmesi ve sunumu ile ilgili oluşturulan özel ilgi turları ile birincil amaç olarak alternatif turizm çeşitleri arasında yerini almaktadır. Araştırmacılar tarafından yazında sıklıkla kullanılan “yaşamın sanatı” olarak bilinen gastronomi birçok kişi için yaşamın mutluluğa açılan penceresi olarak görülmekte; bazıları içinse insanlığın vazgeçilmezi olan sağlık unsurunun temel taşı olarak kabul edilmektedir. Gastronominin bu hayati unsurların giriş kapısı olması; onu insanlık tarihi için nesilden nesile aktarılabilecek bir bilim haline getirmiştir. Gastronominin turizm olup olmadığı hala tartışılabilir; turizmin “deneyim” ve “katılma” gibi unsurlarını fazlasıyla içerdiği bilinen bir gerçektir. Bu çalışma ile gastronomi ve gastronomi turizmi hakkında açıklayıcı bilgi verilmiş, ülkemiz için diğer turizm çeşitlerine kıyasla neden geliştirmesi gerektiği ile ilgili kavramsal bir yaklaşım ortaya koyulmuştur. Ayrıca ulaşılabilir kitap, makale, dergi, yayınlanmamış akademik çalışmalardan bir gastronomi indeksi oluşturulmuş, bu indekste yapılan çalışmaların hangi konular üzerine yoğunlaştığı ile ilgili tespitlerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Şarap Turizmi, Gastronomi İndeksi*

GİRİŞ

Yemeklerin popüleritesinin ve buna ilişkin seyahatlerin artması yemek ve turizm arasındaki ilişkiyi, bir turist çekiciliği olarak yemek unsurunun rolünü çalışmayı arttırmıştır (Hall,2003;Richards,2002;Joppe,2003; Cohen ve Avieli, 2004; Wood, 2001; Bessire, 1998). Turistler için, beslenme ihtiyacının memnuniyeti gastronomik deneyimi oluşturmuştur. Yemeklerin imajı kültürel kimliklerinin pazarlanması olarak turizm destinasyonları için kullanılmakta (Law ve diğ.2004) ve yemek turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği için özgün bir potansiyellik oluşturmaktadır (Durand,2003).

Gastronomi ve turizm arasındaki ilişkiyi bazı yazarlar kültür turizmi içinde değerlendirmektedir (Hjalager ve Corigliano, 2000).Gastronomi tüketiciler için çekim sağlayan, değerli bileşenler oluşturan, kültürel ürünlerin geleneksel öncülüğünü yapan,

mimari, sanat, müzeler, etkinlikler gibi kültürde önemli değere sahip bir turizm çeşididir. Turistlerin seyahat motivasyonları incelendiğinde gastronomi ve turizm arasındaki ilişki doğrulanır niteliktedir. Turistik harcamalarda yiyecek-içecek harcamaları kayda değer bir orandadır. Gastronomi üzerine yapılan çalışmaların yoğunlukla memnuniyet ve motivasyonların belirlenmesi üzerine olması gastronominin daha yeni gelişen bir bilim dalı olduğunu gösterebilir. Bu noktada gastronomi bilimine kazandırılacak her bir veri; onun daha net anlaşılması adına kazanım olacaktır.

Bu çalışmanın amacı gastronomi turizminin kapsam ve içeriğini belirtmek, daha önceki çalışmaların gastronomiyi hangi yönünden ele aldığını belirlemek, bu çalışmaların içerik ve amacını mümkün olduğunca tespit etmek ve gastronomi turizmine yönelik çalışmaların bibliometrik analizi yaparak; konuya ilişkin bir takım öneriler sunmaktır.

GASTRONOMİ TURİZMİ

9.yüzyıl sonunda Charles Monselet'in "bütün şart ve yaşlarda tadılabilen sanat" olarak tanımladığı gastronomi, Joseph Berchoux'un *Gastronomie ou L'Homme des champs a Table* (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan) adlı eseriyle birlikte 1801 yılından itibaren literatüre girmiştir. İki yıl sonra Croze Magnan'in *Gastronomie a Paris* (Gastronomi Pariste) adlı eseri basılmış ve literatür zenginleşmeye başlamıştır (Gökel, 2011). Gastronomi terimini ilk ortaya çıkaran Fransız yazar Berchoux'un 1804 yılındaki eserini aktarmış (Scarpato, 2002), ilk resmi çalışma Fransız Jean Anthelme Brillat Savarin tarafından "tat fizyolojisi" çalışması ile literatür güçlenmiş (Kivela ve Croots, 2006: 354-355), Ranhofer 1893 yılında yayımladığı kitabında 3500'ün üzerinde yemek tarifi vermiştir (Akgöl, 2012).

Gastronomi üzerine pek çok tanımlama mevcuttur. Antik Yunan dönemine dayanan bu tanımlama (Wilkins ve Hill, 1994: 35), günümüze değin farklı anlamlar kazanarak devam etmektedir. Scarpato (2000) gastronomik kültür ile gastronomiyi açıklamaya çalışmış; Gillespie ve Cousins (2001:2) yiyecek ve içecek zevki ile bu tanımlamaya benzer bir tanımlama geliştirmiş, Richards (2002:17) ise hazırlama sürecinin önemine değinmiştir. Gastronomi bir bilim dalıdır (Wilkins ve Hill, 1994: 35, Eren, 2007:74; Santich, 2004: 17).

Konaklama endüstrisindeki müşteri algısı; kişilerin evlerinden çıktıkları andan itibaren temel ihtiyaçlarını karşılamaları adına yeme, içme, konaklama ve ulaşım hizmeti sunmaktır (Brotherton ve Wood, 2000: 137; Santich, 2004:19). Konaklama endüstrisine farklı bir yaklaşım Brotherton (1999: 168) tarafından şu şekilde getirilmiştir; "Yiyecek, içecek, konaklamanın uyum içinde olduğu bir sistem olarak tasarlanan gönüllü katılımı gerektiren çağdaş bir insan değişimidir". Brotherton'nun tanımı uygun konaklama davranışlarını ve bu davranışlara verilen tepkileri içeren ilişki değişimlerini ifade etmektedir. Bu tanımı sonuca ulaştırsak; konaklama endüstrisini " ilgili bölümlerin uyumlu bir beraberlik için çağdaş ve ilerleyen gönüllü insan değişimi çerçevesiyle içecek, yiyecek, konaklama sağlayan ve kendi içinde özgünlük oluşturan ticari organizasyonlardır" olarak tanımlamaktadır (Brotherton ve Wood, 2000).

Bu organizasyonlardaki en önemli unsurlardan biri olan yeme- içme gastronomi ile turizmi giderek birbirine bağlamıştır. Turistlerin yemek yeme ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlarını yerel yemek kültüründen deneyimleme isteği, daima turizmle gastronominin iç içe olmasını gerekli kılmıştır. Turizm ürününün bütünleşmiş bir parçası ve değerli bir kısmını oluşturan gastronomi turizminin son yıllarda değişen yüzüne rağmen, bir takım kısıtlılıkları mevcuttur. Bunun temel sebebi ise bazı turistlerin yerel yiyeceklerden etkilenmemiş olmasıdır (Cohen ve Avieli, 2004). Gastronomi bazı destinasyonlar için rekabet avantajı sağlar ve ilgili turizm segmentlerini harekete geçirir.

Gastronomi turizmi; temel motivasyon faktörü özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmektir. Bununla birlikte özel bir yemeği tatmak, yemeklerin farklı üretim süreçlerini görmek veya ünlü bir şefin elinden yemek yeme yine bu kapsamda ele alınmaktadır (herhangi bir restorana yapılan günlük olağan ziyaretler gastronomi turizmi kapsamına girmemektedir) (Hall ve diğerleri, 2003: 60). Bir bölgenin yemekleri o bölgenin seçiminde ve o bölgede turistlerin yaşadığı deneyim üzerinde önemli etkiye sahiptir (Mc Kercher, ve Okumuş, 2008: 137). Ayrıca gastronomi turizmi, restoran ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanması yerine, yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamak amacıyla turistlerin seyahat etmesidir. Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşam tarzını ifade şeklidir. Kültür gastronomi turizminin göz ardı edilemez önemli bir parçasıdır. Yemek turizmi bir özel ilgi turizmi olmasının yanı sıra, ev sahibi bölgenin yemek sayesinde kültürel özelliklerinin de öğrenilmesi, yemek turistini aynı zamanda kültür turisti haline getirmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama ve doküman analizi yapılmıştır. Çalışmada gastronomi kavramı üzerine gerçekleştirilen araştırmalar ve bu çalışmaların içeriği ile ilgili bir indeks çalışması hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında ulaşılabilen yerli ve yabancı tez ve makalelerin taranması ile gerçekleştirilmiştir. İndeksin oluşturulabilmesi için gastronomi kavramı ile ilgili hazırlanmış 7 adet tez, 69 yabancı ve 16 yerli makale ve 5 internet sitesi taranmış, ancak bu çalışmada sayfa kısıtından dolayı 50 adet çalışmaya yer verilmiştir. Hazırlanan çalışmaların gastronomi kavramında en çok hangi konuları işlediği ve bulguları kronolojik sıra ile listelenmiş, gastronomi turizmi literatürünün günümüze değin gelişim süreci yakından incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmaya esas oluşturan çalışmaların derlenmesi için öncelikle tüm yayınlar tespit edilmiş, çeşitli veri tabanları taranmış, gerek elektronik ortamda gerekse basılı halde elde edilebilen tüm çalışmalar araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Çalışmada yanıtlanmaya çalışılan sorular aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- Gastronomi turizmi alanındaki araştırmacıların elde ettikleri temel bulgu nedir?
- Araştırmaların kavramsal/ ampirik olma açısından durumu nedir?
- Araştırmalar ağırlıklı olarak hangi yıllarda yayınlanmıştır?

Tablo 1: 1983-2014 Yılları Arası Gastronomi Turizmine Yönelik Çalışmaların Bibliometrik Analizi

SIRA	YAZAR	YIL	ÇALIŞMANIN İÇERİĞİ	TEMEL BULGULAR
1	Belisle	1983	Turizm ve yerel yiyecek üretimi ve yerel ekonomiye etkilerini araştırmıştır.	Bölgesel kimliği sürdürmek ve yeni sosyal bir bütünlük oluşturmak için mutfak mirasının korunması ve devamlılığının önemine vurgu yapmıştır.
2	Hobsbaw n ve Ranger	1983	Mutfakların turistik ürün olarak geliştirilip geliştirilemeyeceği araştırılmıştır.	Tatları ve nitelikleri ile bilinen mutfakların turistik ürün içerisinde gelişebileceği sonucunu bulmuşlardır.
3	Bordieu	1984	Özel ve özgün yemeklerin üst gelir grubu turistlerin tercihinde önemi incelenmiştir.	Özel ve özgün yemek kültürünün üst-sınıf turist tercihlerinde önemli bir unsur olabileceğini belirtmiştir.
4	Marris	1986	Alman, İngiliz ve İsveçli seyahatçilerin yemeklere verdikleri önemi incelemiştir.	Almanların en önem veren; İsveçlerin orta düzeyde önem veren, İngilizlerinde en az önem veren milliyet olduğunu bulmuştur.
5	Reynolds	1993	Sürdürülebilir turizm çabaları içinde özgün yemek kültürünün korunmasını Balinese bölgesinde incelemiştir.	Özgünlük kavramına değer vermediklerini gözlemlemiştir.
6	Tefler ve Wall	1996	Endonezya’da yerel yemek üretimi sektörü ile turizm sektörü arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.	Oldukça sıkı ve başarılı bir ilişkinin olduğunu bulmuştur.
7	Sheldon ve Fox	1998	Yemek servisi ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir	Amerikan, Japon ve Kanadalı turistler arasında Japonların yemek servisine oldukça önem verdiğini bulmuştur.
8	Chartes, Ali ve Knight	2000	Şarap turizmi ve şarap eğitimi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.	Turistlerin şarap konusunda bilgili ve tecrübeli kişilerden memnun oldukları sonucunu bulmuşlardır.
9	Hjialager ve Crigliano	2000	Yemeklerin turizm olarak kültürel aktivite içinde bir kültür olup olmadığı hipotezini araştırmışlardır.	Yemeklerin turizm olarak kültürel aktivite içinde bir kültür olduğu hipotezini kabul etmişlerdir.
10	Nield, Kozak ve LeGrays	2000	Romanya’daki yemek servisinde turist memnuniyetinin rolünü araştırmışlardır.	Turistlerin memnuniyetlerini etkileyen en önemli unsurun yemek kalitesi ve beraberinde verdikleri ücretin karşılığını bulması, yemek çeşitliliği, ortam ve yemek sunumu olduğunu ortaya çıkarmışlardır.

SIRA	YAZAR	YIL	ÇALIŞMANIN İÇERİĞİ	TEMEL BULGULAR
11	Tezcan	2000	Türk Yemek Antropolojisi Yazıları" adlı kitap, "Mutfak Kültürü" konusuna antropolojik açıdan ele almış, kültürde yiyeceklerin rolü, yemeklerin toplumsal işleri ve yörelere göre farklılaşmaları da geniş ölçüde işlenmiştir.	Türk Mutfak kültürünün genel özelliklerinin yanı sıra uluslararası mutfaklar hakkında da genel bilgiler verilmiş ve vejetaryenlik, yemek kültüründe cinsel farklılaşma, dinsel etkiler ile sosyal kültürel değişme de örneklerle açıklanmıştır.
12	Williams	2001	Şarap üreticileri ile görüşerek destinasyon imajında şarapların etkisini araştırmıştır.	Pazarda yer alan şarap üretimi bölgelerini incelemiştir. Bu bölgelerin algılarında değişiklikler gözlemlemiş, önceleri şarap üretim aşamalarına yoğunlaşılırken, şimdi ise bu bölgelerde rekreasyon faaliyetler ve turist deneyimlerine yoğunlaşmaktadır.
13	Au ve Law	2002	Hong Kong yemek pazarını incelemişlerdir.	Turistler için yemek bilgi teknolojisine ilişkin model oluşturulmuştur.
14	Boyne, Williams ve Hall	2003	Turistlerin harcamaları üzerine araştırma yapmışlardır.	Turist giderlerinin % 40'ının yiyecek ve içecek üzerine olduğunu ortaya çıkarmışlardır
15	Macionis ve Cambourne	2002	Canberra Bölgesindeki turizm sektörü, restoranlar ve şarap arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.	Bölgenin mutfak ve şarap turizminin başarılı bir şekilde bütünleştiğini bulmuştur.
16	Boniface	2003	Gastro turistlerin sınıflandırılması incelenmiştir.	Gastoronomi Turizmi amacıyla gelen turistleri kendi içerisinde beş gruba ayırmış, buna uygun sınıflandırmalarda bulunmuştur.
17	Alant ve Bruwer	2004	Şarap turistlerini araştırmışlardır.	Davranış ve motivasyonları bilen şarap turistlerinin şarap turizminin ihtiyaç ve beklentilerini yükselteceğini savunmuşlardır.
18	Cohen ve Avieli	2004	Destinasyonun birincil çekiciliği olarak yemeklerin algısını ölçmüşlerdir.	Araştırmacılar iki sonuçla karşılaşmıştır; yemek bir destinasyon için çekicilik kaynağı olabilir fakat turistler yemek ürünlerini temel motivasyon unsuru olarak görmemektedir.
19	Ganter	2004	Gastronomi kavramının ülke imajı üzerine etkisi incelenmiştir.	Gastronominin ülke imajında, ülke kültürünü yansıtan bir özellik olduğunu vurgulamıştır
20	Josiam, Mattson ve Sullivan	2004	Geleneksel restoranlar ile tarihi restoranları karşılaştırılmıştır.	Turistlerin yeni deneyimler peşinde olduğunu; bunu uygulayan restoranların geleneksel-tarihi fark etmeksizin başarılı olduğunu savunmuşlardır.

SIRA	YAZAR	YIL	ÇALIŞMANIN İÇERİĞİ	TEMEL BULGULAR
21	Quan ve Wang	2004	Yiyecek tüketiminin turizm deneyimi sayılıp sayılmayacağını incelemiştir.	Yiyecek tüketiminin zirve turizm deneyimi veya destekleyici turizm deneyimi olup olmadığını hususunda kesin bir kanının olamayacağını belirtmişlerdir.
22	Hall ve Mitchell	2005	Gastronominin önemi, amacı ile gastro turistleri incelemiştir.	Gastronomi terimini “yemek turizmi” olarak tanımlamış ve birincil ve ikincil amacı; yemek, yemek festivalleri, restoranlar, özel ve geleneksel yemekler olan turistleri bu grubun içine dahil etmişlerdir.
23	Long	2005	Din-yiyecek, içecek ilişkisi incelenmiştir.	Dinin yiyecek ve içecek alanında ciddi bir öneme sahip olduğunu; bu kültürün tanıtılması gerektiğini savunmuştur.
24	Santich	2004	Gastronomi “yaşamın sanatı” olarak nitelendirilmiş,gastronomi turizminin otelcilik eğitiminde üzerinde durulması gereken bir kavram olduğu ifade edilmiştir.	Yiyecek ve içecek ile ilgili becerilerin yiyecek-içecekten alınacak zevk ve mutluluğu arttıracığı, bu memnuniyetinse kültür turizminin alt dalı olarak gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlayacağı ifade edilmiştir.
25	Hashimoto ve Telfer	2006	Kanada mutfak turizmi potansiyelinin bölgesel ve küresel düzeyde pazarlanması ve markalaşmasını incelemiştir.	Swot analizi ile Kanada mutfak turizminin farklı birimlerden kaynaklı eksikliklerini belirtmişlerdir.
26	Kivela ve Crofts	2006	Gastronominin Sınıflandırılması yapılmıştır.	Gastronomiyi mutfak (yiyecek, yemekler, hazırlama yöntemleri) ve önoloji (şarap bilim) olarak ikiye ayırmıştır.
27	Correia, Oom do Vale ve Moço	2007	Turistlerin destinasyon seçimlerini incelemiştir.	Yemek unsurunun önemli bir beklenti olduğunu tespit etmişlerdir.
28	Fox	2007	Gastronomi turizminin destinasyon başarısındaki rolü incelenmiştir.	Turizm kaynaklarıyla beslenen bölgelerin destinasyon başarısı için öne çıkan bir gastronomi kimliğinin dezavantaj olacağını belirtmiştir.
29	Molz	2007	Gastronomi hakkında betimsel bilgi verilmiştir.	Gastronominin; alışkanlıklar, gelenekler ve diğer yerler ile karşılaşma yolu olarak bilinmeyen yemeklere olan kişisel bir seyahat tanımında bulunmuştur..
30	Okumus, Okumuş ve McKercher	2007	Hong Kong ve Türkiye mutfaklarının pazarlama stratejilerine olan etkilerini karşılaştırmışlardır.	Türkiye’nin tanıtım konusunda mutfak kültürünü Hong Kong kadar etkili kullanmadığını tespit etmişlerdir.

SIRA	YAZAR	YIL	ÇALIŞMANIN İÇERİĞİ	TEMEL BULGULAR
31	Correia, Moital, Costa ve Peres	2008	Portekiz bölgesindeki gastronomi turistlerinin memnuniyetlerini ölçmek için birincil ve ikincil faktörleri araştırmışlardır.	Gastronominin üç faktörden oluşan çok boyutlu bir yapıda olduğunu bulmuş; “gastronomi”, “ücret ve kalite”, “atmosfer, ortam” olarak bu faktörleri belirlemiş, en önemli faktörün “ücret ve kalite” sonrasında “atmosfer, ortam” olduğunu belirtmiştir.
32	Kivela ve Crotts	2008	Hong Kong gastronomi turizmi üzerine çalışma hazırlamışlardır.	Gastronominin turistlerin destinasyondan beklentilerinde esas rolü oynadığını, bölgeyi tekrardan ziyaret etme amaçlarının arasında olduğunu bulmuşlardır.
33	Smith ve Xiao	2008	Gastro turistleri seyahate iten motivasyon kaynakları incelenmiştir.	Yerel mutfak kaynaklarını tercih eden turist gruplarının esas amacının yemek olmadığını; bu unsurun motivasyon kaynaklarının bir bileşeni olduğunu bulmuşlardır.
34	Barrere, Bonnard ve Chossat	2009	Popüler Gastronomi araştırılmıştır.	Popüler gastronominin “slow food” yaklaşımıyla ilerlediğini savunmakla birlikte; gastronominin üst sınıf turistlere hitap eden lüks turizm türleri içerisinde yer alması gerektiğini savunmuşlardır.
35	Sims	2009	Sürdürülebilir turizmde yerel yemeklerin rolünü araştırmıştır.	Turistlerin kültür ve miras kaynakları ile yerel yemekleri eş değer gördüğü sonucunu ortaya çıkarmıştır.
36	Yurtseven	2009	Gökçeada’da sürdürülebilir turizm için gastro turistler incelenmiştir.	Gökçeada’nın sürdürülebilir gastronomik turistler için önemli bir sürdürülebilir turizm destinasyonu olduğunu sonucuna varmıştır.
37	Harrinton ve Ottenbacher	2010	Geleneksel gastronomi bölgeleri ile geleneksel olmayan gastronomi bölgeleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.	Gastronomi turizmi için gelenekselliğin önemli bir faktör olduğunu tespit etmiştir.
38	Karim ve Geng-Qung Chi	2010	İtalya, Fransa ve Tayland yemek imajlarını ölçmüşlerdir.	İtalya’nın en olumlu yemek imajına ve yüksek potansiyele sahip ve gelecekte ziyaret edilmek istenilen ülke olduğu sonucunu bulmuşlardır.
39	Ismoilv, Sanchez ve Sanches	2010	Santiago’de Compostela şehrinin gastronomi turistlerinin sınıflandırması yapılmıştır.	Bu sınıflandırmanın turist profili temelli pazarlamada büyük faydalar sağlayacağı görüşünü dile getirmişlerdir.
40	Guzman ve Canizaes	2011	İspanya’ya gelen turist beklentileri üzerine bir araştırma hazırlamışlardır.	Yüksek eğitim düzeyinde olan kişilerin gastronomiye verdikleri önemin daha fazla olduğu, şehrin sahip olduğu diğer çekicilikler ile birlikte yerel mutfakların bir bütünlük sağladığı sonucunu bulmuşlardır.
41	Londono	2011	Katalon bölgesinde gastronomi turizminin avantaj ve dezavantajlarını incelemiştir.	Bölgenin gelişmeye müsait kaynaklarını, gelişmedeki engellerini swot analizi ile belirtmiştir.

SIRA	YAZAR	YIL	ÇALIŞMANIN İÇERİĞİ	TEMEL BULGULAR
42	Bratec	2012	Slovenya'daki yavaş yemek kavramının etkisini sürdürülebilir turizm çerçevesinde incelemiştir.	Sosyal ve kültürel çevre tarafından turizme arz ve talep açısından olumlu etkilerinin olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır.
43	Canizares ve Guzman	2012	Cordoba'yı ziyaret eden turistlerin özellikleri ve motivasyon kaynakları incelenmiştir.	Cordoba destinasyonunu ziyaret eden gastronomi turistlerinin motivasyonlarını ve özelliklerini incelemiş; üç farklı gastronomi turist tipi olduğunu ortaya koymuşlardır.
44	Colovic, Cerovic ve Millic-Beran	2012	Küçük ve orta büyüklükteki konaklama işletmelerinde gastronominin gelişimiyle ilgili stratejik ağların durum ve üstünlüğünü araştırmışlardır.	Bu konaklama işletmeleri ile üretici firmalar arasında stratejik ağların oluşturulmasının güvenilir gıda üretiminde önemli bir unsur olduğu ortaya koyulmuştur.
45	Hillel, Belhassen ve Shani	2013	İsrail-Negev bölge halkının gastronomi destinasyonu olma hakkındaki yaklaşımları incelenmiştir.	İsrail Negev bölgesindeki yerel halkın gastronomi destinasyonunun oluşmasına yaklaşımının olumlu yönde olmadığını tespit edilmiş, bu durumun bölgenin gelişmesini engelleyici temel faktör olduğu belirtilmiştir.
46	Hjalager ve Johansen	2013	Korunana alanlar ve yiyecek turizmi ilişkisi sürdürülebilir turizm kavramı içerisinde incelenmiştir.	Korunan alanlarda yiyecek turizmi, üretici, çevre ve turizm için sürdürülebilirliğini araştırmış, korunan alan oluşturulmasının üretici kesim tarafından olumlu karşılanmadığını bulmuştur
47	Horng, Horng ve Tsai	2012	Hong Kong ve Singapur mutfak turizmi pazarlama stratejilerini incelemişlerdir.	Etkin ve özel bir doğal ve tarihi mirasa sahip olmasa da; nitelikli ve güçlü bir mutfak turizmine, yenilikçi stratejik ortaklıklara ve çeşitlendirmiş gastronomi turizmi kaynaklarına sahip olduklarını bulmuşlardır.
48	Hussain, Lema ve Agrusa	2012	Maldivler'deki turistlerin gastronomi aracılığı ile kültür turizmine katılmasını araştırmışlardır.	Turistler deniz, güneş, kum unsurlarını dikkate alarak geldiklerini, turizm işletmelerinin ise yerel ve özgün sunumlar ile bu beklentiye farklılaştırdığını bulmuşlardır.
49	Lakicevic, Zarevac ve Pantic	2012	Festivallerin bölge ve yörenin yerel yiyecek ve içeceklerinin tanıtılmasındaki rolü incelemişlerdir.	Festivallerin yiyecek ve içecek tanıtımında özel bir öneme sahip olduğunu, bu önemin kırsal ve kentsel bölgeler tarafından benimsenmesi gerektiğini savunmuşlardır
50	Özkaya; Sünnetçioğlu; Can	2013	Bu kuramsal çalışmada destinasyondaki yerel tarımsal faaliyetleri ve yerel gastronomik mirası destekleyen bir gastronomi turizmi anlayışını ifade eden sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği ve yöresel gastronomik mirası koruma, tanıtma ve ekonomik değer katama aracı olarak ele alınan coğrafi işaretleme sistemi ele alınmıştır.	Bu amaçla sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği ve coğrafi işaretleme kavramları ayrıntılı bir literatür taraması ile analiz edilmiştir. Ekonomik değer katan ve coğrafi işareti alan bölgenin tanıtımını sağlayan bir sistem olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgulardan hareketle sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü bir model ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm faaliyetleri içerisinde hızla yerini almaya başlayan gastronomi turizmi, gerek eğitilmiş, gerekse gelir seviyesi yüksek turistlere yönelik bir turizm çeşidi olması dolayısıyla ülkelerin önem vermeye başladığı bir turizm çeşididir. Turistlerin destinasyon tercihlerinde birincil nedenin yeme- içme hizmetleri olmadığı düşünülse de bir turist için yeme içme hizmetlerinin kalitesi, tatil seçiminde önemli bir etkidir.

Son dönemlerde ülkelerin turizm gelirlerini arttırmaya yönelik olarak doğal kaynakları el verdiği sürece turizmde çeşitliliğe gitmeye çalıştıkları görülmektedir. Özellikle Avrupa kıtasında Michelin yıldızlı bir restoranda ünlü bir aşçının yemeğini tatmak ve ya, kendisine yabancı bir coğrafyada yaşayan insanların yiyecek ve içeceklerini deneyimlemek hatta özel ilgisinden dolayı şarap turlarına katılmak isteyen insanların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Böyle bir talebin oluştuğunu gözlemleyen tur operatörleri de hazırladıkları gastro turlar ile turistlerin seyahat nedenlerini çeşitlendirmiş olmaktadır. Özellikle Fransa, İspanya ve İtalya, gastronomi turizmi ile ilgili gerçekleştirdikleri etkinlikler ile dünyada gastronomi adına önemli bir yere sahiptir.

Ülkemiz, birçok ülkeye göre geniş bir coğrafyada, büyük bir mutfağa sahip olmasına rağmen elindeki zenginliklerin henüz farkında değildir. Dolayısıyla gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları henüz yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmada 7 adet tez, 69 yabancı ve 16 yerli makale ve 5 internet sitesi taranmıştır. Tarama sonucunda yapılan çalışmaların çoğunlukla 2000 yılı ve sonrasına ait olduğu söylenebilir. Bu durum bize az öncede belirtildiği üzere gastronomi- gastronomi turizmi, gastro turist vb kavramların ilgili yazında yeni yeni yer bulduğunu göstermektedir. Elde edilen verilere göre gastronomi ve gastronomi turizmi ile ilgili yapılan çalışmalarda birbirine benzer konuların işlendiğini görülmektedir.. Öncelikle Gastronomi turizminin çerçevesinin çizilmesi gerekliliği ortadadır. Bunun yanında çalışmaların bir destinasyonun gastronomi potansiyelinin ortaya çıkarılması ile ilgili olduğu ancak amprik de olsa bu çalışmalarda sağlıklı sonuçlara ulaşamadığı; bir destinasyonun gastro turistleri çekebilecek zengin yeme-içme kültürüne sahip olup olmadığının araştırılmadığı sadece gastro turist ve/veya turistlerin bir destinasyonda ne yenilip- ne içtiklerine yönelik olarak çalışmaların yoğunlaştırıldığı görülmektedir. Çalışmalarda hem betimsel hem de amprik çalışmalara yer verilmiştir. Lokal boyutta bir yöre, bölge yada destinasyonun yeme-içme envanterinin çıkarılmış olması önemlidir. Bunun yanında tur operatörü ve seyahat acentalarının sadece gastronomi turizmine yönelik tur sayılarını arttırmaları da bu turizm çeşidine olan ilgiyi arttıracaktır.

Yukarıdaki verilerden hareketle ülkemizde gastronomi turizminin nasıl geliştirilebileceği ile ilgili şu öneriler dikkate alınabilir:

- ◆ Türkiye'nin yeme- içme envanteri çıkarılmalıdır.(Kültür Turizm Bakanlığı koordinatörlüğünde Türkologlar ve yerel bazda İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin

desteği ile geçmişten günümüze o yöreye özgü yemekler, bu yemeklerin hangi maddeleriyle hazırlandığı, pişirme yöntemleri ve sunum tekniklerini içeren detaylı bir envanter çıkarılmalıdır.

- Otellerin mnlerinde Türk yemeklerine yer vermeleri hususunda konaklama tesis yönetmelikleri güncellenmelidir.
- Restoranlarda Türk yemeklerin özüne uygun hazırlanması ve sunumu ile ilgili gerekli tedbirler alınmalıdır.
- Seyahat acenteleri ve tur operatörleri hazırladıkları turlarda gidilen destinasyonun yerel yiyecek ve içecekleri konusunda bilgili tur rehberleri ile çalışmalı ve turistlerin yerel yiyecek ve içecekleri tatmaları sağlanmalıdır.
- Türkiye'nin tanıtılması için gidilen fuarlarda Türk yemekleri daha fazla teşhir edilmeli, stantlarda gastronomi temasına daha fazla değinilmelidir.
- Türkiye şarap güzergahları tespit edilerek, bağların ve şarap üretim yerlerine yönelik turların acente ve tur operatörlerini tur programlarında yer alması sağlanmalıdır.
- Üniversitelerin gastronomi bölümlerinin son dönemlerde büyük ilgi gördüğü açıktır. Bu bölümlerde, Türk Mutfağı derslerinde unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin ders içeriklerine eklenmesi sağlanmalıdır.
- Gastronomi konusunda yapılan çalışmalar ülkemizde yeterli seviyede değildir. Çalışma sayısının arttırılması gerekmektedir.
- Bu alanda doktora seviyesinde programların arttırılması gerekmektedir.
- Ülkemizin mutfak kültürü konusunda akademik veya akademik olmayan yayınların Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından envanterinin çıkarılması gerekmektedir.
- Gastronomi turizmi bir kültürü yansıtır ve kültür bütünlük içinde birbirinden ayrılmayacak unsurları bir arada oluşturan bir form sergilemektedir. İşletmelerin sahip olduğu mimari yapılar, tasarım ve renkler hatta çalan fon müziği bile gastronomi turizmini etkilemektedir. şanlıurfa sıra gecelerinde yöreye özgü bir kebab yenirken, Urfa türkülerini dinlemeniz, size tarif edilemeyecek bir keyif verecektir. Bu noktada işletmeler kültürel bütünlük ve uyum olayına dikkat etmelidir.
- Yemeklerin kültürel öğeleri sergilenirken, evrensel yaklaşım ile hazırlanmalıdır.
- İşletmelerde alışan personele gastronominin bilimsel yönüyle ilgili eğitimler verilmeli, bağlı oldukları işletmelerin hangi mutfakları sunduğu, bu mutfakların kültürünün ne olduğu gibi derin eğitimler düzenlenmeli, bilinç farkındalığı oluşturulmalıdır.
- Turizm Bakanlıklarının web sitelerinde ülkenin mutfak kültürünü yansıtan daha detaylı bilgiler verilmeli, ülkelerin başlıca yemeklerinin tarifleri olmalı, resimlerin görselliği nitelikli olmalıdır.

Gelecekte Yapılacak Araştırmalara İlişkin Öneriler

- Çalışma kavramsal bir incelemedir. Konuya ilişkin uygulamalı çalışmaların daha fazla yapılması, yeni yeni gelişen bu bilim dalına büyük katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.
- Çalışmanın farklı ülkelerden araştırmacılar ile gerçekleştirilmesi, farklı turist gruplarının özellik, beklenti ve memnuniyetleri ölçmesinin de anlamlı sonuçlar doğuracağı düşünülebilir.

KAYNAKÇA

- Alant, K., & Bruwer, J. (2004). *Wine tourism behavior in the context of a motivational framework for wine regions and cellar doors*. Journal of Wine Research, 15(1), 27-37.
- Akgöl Y.(2012), “Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi”, Mersin Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Au, L. & Law, R. (2002). *Categorical classification of tourism dining*. Annals of Tourism Research, 29(3), 819-833.
- Barrere, Christian-Bonnard, Quentin- Chossat, Veronique, (2009), “Luxury Gastronomy as An Attractive Activity For Luxury Tourism”, Oenometriie XVI- Namur.
- Belisle, F. (1983). *Tourism and Food Production in the Caribbean*. Annals of Tourism Research, 10, 497-513.
- Bessière, J. (1998), “Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas”, Sociologia Ruralis, 38(1), 21-34.
- Boniface P. (2003). *Tasting tourism: traveling for food and drink*. Ashgate Publishing Limited
- Boyne, S., Hall, D. Williams, F. (2003) Policy, Support and Promotion for Food-Related Tourism Initiatives: A Marketing Approach to Regional Development. In Hall C.M. içinde Wine, Food, and Tourism Marketing. The Harworth Hospitality Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.
- Bratec M.(2012), *Sustaining through Gastronomy: The Case of Slow Food Movement in Slovenia, its Impacts on Socio-cultural Environments and Tourism Development*.
- Brotherton, B.,(1999). “Toward a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management”, International Journal of Contemporary Hospitality Management 1, 49–57.
- Canizares-S.S ve Guzman L.T.(2012), *Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist*, Current Issues in Tourism, 15:3, 229-245
- Charters, S. ve Ali-Knight, J. (2000). *Who is the Wine Tourist?*. Tourism Management, 23.
- Cohen E, Avieli N (2004). *Food in Tourism: Attraction and Impediment*. Annals of Tourism Research 31:755–78.
- Canizares-S.S ve Guzman L.T.(2012), *Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist*, Current Issues in Tourism, 15:3, 229-245

- Cohen E, Avieli N (2004) “ Food in tourism: attraction and impediment”, *Annals of Tourism Research* 31:755–78.
- Correia A, Valle P, Moço C (2007). Modeling Motivations and Perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research* 60:76–80.
- Correia A., Motial M., Da Costa F. ve Peres R. (2008), The determinants of Gastronomic Tourists’ Satisfaction: A Second- Order Factor Analysis, *Journal of Food Service*, 19:164-176
- Ganter, H. D. (2004). Changes in Work Organizations in French Top-Quality Restaurants. *Business History*, 46(3), 439–460.
- Göker, G.,(2011). “*Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi , Balıkesir.
- Guzman L.T. ve Canizares S.S. (2011) Gastronomy, Tourism and Differentiation: A Case Study in Spain, *Review of Economics & Finance*.
- Fox.R., (2007). Reinventing the Gastronomic Identity of Croatian Tourist Destinations. *International Journal of Hospitality Management* 26:546–59.
- Ismailov, Jasur –Sanchez, Fernando ve Sanchez, Eduardo, (2010), “Tourist Clasifications in Gastronomy of Santiago de Compostela: Based on the Data Collected From Santiago”, *Tapas Contest*.
- Hall. M. C., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. ve Cambourne B. (2003)” *Food Tourism Around the World: Development, management and markets*”, Butterworth-Heinemann: Elsevier.
- Hillel, D., Belhassen Y. Ve Shani Am (2013), What Makes Gastronomic Destination Attractive? Evidence from the Israeli Negev, *Tourism Managemeny*, 36:200-209.
- Hjalager A.M ve Johansen H.P.(2013), Food Tourism in Protected Areas- Sustainability for producers, the environment and tourism?, *Journal of Sustainable Tourism*, 21:3, 417-433.
- Hjalager, A., M., Corigliano, M., A. (2000)” *Food for Tourists Determinants of an Image*”, *International Jsnal Of Tourism Research*, 2, 281-293.
- Hornig, J.-S., & Tsai, C. T. (2012). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- Hussain Z., Lema J. Ve Agrusa J. (2012), Enhancing The Cultural Tourism Experience Through Gastronomy in the Maltives, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 5:2 p.71-84
- Law, R, Cheung,C and Lo, A.(2004),”The Relevance of Profiling Travel Activities for improving Destination Marketing Strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*”, vol 16: 6.
- Londono P.M.(2011), *Gastronomy Tourism: An Opportunity For Local Development in Catalonia? A Stakeholder Analysis*, Erişim Tarihi: 02.05.2013, http://www.academia.edu/1551323/Culinary_Arts_and_Sciences_VII_Global_National_and_Local_Perspectives
- Josiam, B., Mattson, M., & Sullivan, P. (2004). The Historount: heritage tourism at Mickey’s Dining Car. *Tourism Management*, 25(2004), 453-461.

- Kivela J, Crofts JC (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 30:354–77.
- Lakićević M., Zarevac M. Ve Pantić N.(2012), Gastronomic Festivals In Rural Regions of Serbia, 9:73-82.
- Kivela, Jaksa and Crofts C.John,(2006), "Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination ", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, V.30, 354
- Macdonald, N. ve Cambourne, B. (Ed.), (2002), *Food Tourism Around The World* içinde ss. 26-59). London: Butterworth Heinemann. 1. Baskı.
- Molz, J. G. (2007). Eating difference: the cosmopolitan motilities of culinary tourism. *Space And Culture*. 10, 1, 77-93
- Okumus, B., Okumus, F. And Mckercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: the cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28,1, 253-261.
- Hall, M. ve Mitchell, R.(2005). Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42, 4, 445- 465.
- Harrington, Robert, J., ve Ottenbacher, Michael, (2010), " Culinary Tourism – A Case Study of the Gastronomic Capital ", *Journal of Culinary Science & Technology*, p:14-32.
- Hashimoto A. ve Telfer D.J. (2006): Selling Canadian Culinary Tourism: Branding the Global and the Regional Product, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 8:1, 31-55.
- Hobsbawm, E. ve Ranger T..(1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hjalager, A., M., Corigliano, M., A. (2000), " *Food for Tourists Determinants of An Image* ", *International Journal Of Tourism Research*, 2, 281-293.
- Gillespie, C. ve Cousins J. A. (2001) " *European gastronomy into the 21st century.* " Butterworth-Heinemann.
- Joppe, Marion, (2003) " *Optimising tourism Destination Development in Canada* " *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol 15, issue 6.
- Long, L. (2005). *Culinary Tourism*. Lexington, Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Karim, A. S. ve Chi, C.G.Q. (2010), " *Culinary Tourism as a Destination Attraction: an Empirical Examination of Destinations Food Image* ", *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, p. 531-555.
- Kivela J ve Crofts C.J.(2008), *Gastronomy Tourism*, *Journal of Culinary Science & Technology*, Vol.4 (2/3)
- Nield K, Kozak M, LeGrays G (2000). *The Role of Food Service in Tourist Satisfaction*. *Hospitality Management* 19:375–84.

- Okumus, B., Okumus, F. And Mckercher, B. (2008). *Incorporating local and International Cuisines in the Marketing of tTourism dDestinations: The Cases of Hong Kong and Turkey*. Tourism Management, 28,1, 253-261.
- Reynolds, P.,(1993). *Culinary Heritage in the Face of Tourism*. Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management 6, 189–194
- Richards, G. (2002), ‘ ‘ *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption Tourism and Gastronomy*’, London: Routledge.
- Richards, G. (2002), ‘ ‘ *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption Tourism and Gastronomy*’, London: Routledge.
- Santich, B. (2004). *The study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training*. Hospitality Management, 23, 15-24
- Sheldon, P., and Fox, M. (1998). The role of foodservice in vacation choice and experience: A cross-cultural analysis. Journal of Travel Research, 26(30), 9-15
- Sims R. (2009), Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience, Journal of Sustainable Tourism, 17:3, 312-336.
- Smith, S. and Xiao, H. (2008), ‘ ‘Culinary TourismSupply Chains: A Preliminary Examination’’,Journal of Travel Research, 46: 289-299.
- Tefler, D., and Wall, G., (1996). Linkages Between Tourism and Food Production. Annals of Tourism, 23(3), 635-653
- Tezcan, M. (2000), ‘ ‘*Türk Yemek Antropolojisi Yazıları*’’,Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Torres, R. (2001). *Linkages between Tourism and Agriculture in Mexico*. Annals of Tourism, 30(3), 546-566.
- Marris, T. (1986). Does food matter. The Tourist Review, 41 (40), 17-20.
- Yurtseven R.H. (2009), *Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives*, International Journal of Humanities and Social Science, 1:18
- Williams, P. (2001). The evolving images of wine tourism destinations. Tourism Recreation Research, 28(2), 3-10.
- Quan, S. And Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. Tourism Management. 25, 3, 297-305
- Wood,N.E. (2001). ‘ ‘ *The interdependence of farming and tourism in Vermont: quantifying the value of the farm mindscape*’, Unpublished Masters thesis, Department of Community Development and Applied Economics, University of Vermont.
- Wilkins, J. ve Hill, S. (1994), ‘ ‘*The life of luxury, Prospect Books*’, Blackawton, Totnes

DUYGUSAL EMEK BOYUTLARI, SÜRECİ VE SONUÇLARININ ENGELLİ TURİZM PAZARINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Merve BAŞ

*Öğr. Gör., İstanbul Maltepe Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
mervebas@maltepe.edu.tr*

Burhan KILIÇ

*Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi
bkilic@mu.edu.tr*

ÖZET

Hizmet sektöründe, hizmet üretim sürecinde çalışanlarından bedensel çalışmalarının yanında kendilerine verilen ücretin karşılığında müşteriye memnun edecek duyguları da sergilemesi istenmektedir. Bunun temel nedenlerinin başında hizmet sürecine müşterinin de katılması ve hizmetin karakteristik özellikleri gelmektedir; çalışanlardan bir duygu gösterimi beklenmektedir. Bu çalışmada engelli turizm pazarında hizmet eden çalışanların duygusal emek süreci ve sonuçlarının analizi amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklemini otel işletmelerinde engelli turistlere hizmet etmiş olan çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda engelli turizm pazarında 18-29 yaş grubundaki çalışanların duygusal çaba düzeyinin daha yüksek olduğu; kültür ve yönetici desteği gibi faktörlerin engelli turizm pazarı çalışanlarının duygusal emek süreci üzerinde etkili olabildiği gibi farklı sonuçlar tespit edilmiştir. Duygusal emek sürecinin sonucuna ilişkin yapılan analizlerde çalışanların büyük çoğunluğunun engelli müşterilere hizmet ederken yabancılaşma yaşamadıkları ve yine büyük çoğunluğunun engelli müşterilere memnun edici hizmet sunabildiklerinde kendilerinin kişisel başarı düzeylerinde artış olduğunu hissettikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal emek, Duygusal çaba, Duygusal çelişki, Engelli turizm pazarı*

GİRİŞ

Dünyada turizm faaliyetine katılım gittikçe artış gösterirken turizme katılımı herkes için erişilebilir kılmak önemlidir. Erişilebilirliğin sağlanması sonucunda engelli bireylerin de turizm faaliyetine katılımı sağlanacaktır. Dünya üzerinde 650 milyon engelli birey yaşamaktadır (unesap.org); Avrupa Birliği (AB)'nde ise yaklaşık 80 milyon engelli bulunmaktadır (ec.europa.eu). Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde ise nüfusun yaklaşık %27'si engellidir (Fox, 2011, s. 2). 2002 yılı araştırmasına göre Türkiye'de nüfusun %12,5'u engellidir (1).

Engelli müşterilerin memnuniyeti sadece teknik imkânlar ile değil aynı zamanda personel yaklaşımlarıyla da sağlanmaktadır. İşletme personelinin samimiyet, yüzysellik veya çelişki barındıran davranışları engelli misafirlerin memnuniyet düzeylerini etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, çalışmada personel tutumu ve davranışları duygusal emek kapsamında değerlendirilerek araştırılmaya çalışılmıştır. Duygusal emek, personelin çalıştığı işletme tarafından kendilerinden beklenen davranışların ve psikolojik durumun sergilendiği süreç olarak tanımlanabilir (Akoğlu Kozak ve Güçlü 2008, s. 52). Duygu düzenleme aşamasında ortaya çıkan duygusal emek boyutlarına ilişkin ilk olarak

Hochschild (1983) derin davranış ve yüzeysel davranış boyutlarını açıklamıştır. Daha sonra yapılan çalışmalarda ise samimi davranış boyutu ortaya konmuştur (Ashforth ve Humphrey, 1993).

Duygusal emek süreci ve sonuçlarına ilişkin literatürde farklı araştırmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları duygusal emeği etkileyen yaş, cinsiyet gibi bireysel özellikleri içerdiği gibi yönetici ve çalışan desteği gibi örgütsel faktörleri de içermektedir (Hochschild, 1983; Grandey, 2000; Kruml ve Geddes, 2000; Ericson ve Ritter, 2001; Öz, 2007; Güngör, 2009; Gardner, Fischer ve Hunt, 2009; Wong ve Wang, 2009; Avcı ve Boylu, 2010; Avcı ve Kılıç, 2010; Dahling ve Perez, 2010; Türkay, Ünal ve Taşar 2011).

Duygusal emek kavramı bir süreç olarak ele alınmış ve duygusal emeği etkileyen faktörler olduğu gibi sürecin sonuçlarını tespit etmeye yönelik çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Duygusal emek sürecinin sonucunda ise ortaya çıkabilecek olumlu (iş tatmini, kişisel başarıda artış vb.) ve olumsuz sonuçlar (yabancılaşma, tükenmişlik, işten ayrılma niyetinde artış vb.) üzerinde durulmuştur (Grandey, 2000; Botheridge ve Grandey, 2002; Johnson, 2007; Kim, 2008; Kozak ve Güçlü, 2008; Öz, 2007; Türkay ve diğerleri, 2011). Personelin uygun duygu durumunu sergilemek için çaba göstermesi duygusal çaba boyutunu ortaya çıkarırken; personelin gerçekte hissettiği duygular ile yansıttığı duyguların farklı olması yaşanan çelişki ise duygusal emek kavramının duygusal çelişki boyutunu ortaya çıkarmıştır ve literatürde duygusal çelişki ve duygusal çaba boyutuna ilişkin çeşitli araştırmalarda yapılmıştır (Kruml ve Geddes, 2000; Wharton, 1993; Morris ve Feldman, 1996; Chu ve Murrman, 2006; Çukur ve Şahin, 2007; Öz, 2007; Kozak ve Güçlü, 2008; Kılıç, Baş ve Sop, 2013).

Duygusal emek kapsamında turizm pazarında farklı araştırmalar yer almaktadır (Hochschild, 1983; Chu ve Murrman, 2006; Kim, 2008; Wong ve Wang, 2009; Avcı ve Boylu, 2010; Avcı ve Kılıç, 2010; Kozak ve Güçlü, 2008; Kılıç ve diğerleri, 2013); ancak konuya ilişkin engelli turizm pazarında yeterli sayıda çalışma tespit edilememiştir. Engelli turizm pazarı gibi diğer engelli olmayan misafirler ile karşılaştırıldığında daha fazla duyarlı ve bilinçli olunması gereken bir pazar bölümünde personelin duygusal emek sürecini başarı ile yönetmesi engelli misafirin memnuniyetinin sağlanması açısından önemlidir. Bu çalışmada engelli turizm pazarında hizmet eden çalışanların duygusal emek süreci ve sonuçlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Duygusal Emek Kavramı

Duygusal emek kavramı ilk olarak Arlie Russel Hochschild'in kullandığı ve literatüre kazandırdığı görülmektedir. Duygusal emeği Hoschcshild (1983, s. 7), "The Managed Heart" adlı eserinde "işin gereklerine uyum sağlayabilmek amacıyla açık bir yüz ve bedensel ifade oluşturabilmek için hislerin yönetimi" olarak ifade etmektedir (Avcı ve Kılıç, 2011). Morris ve Feldman (1996, s. 987) duygusal emek kavramını organizasyon

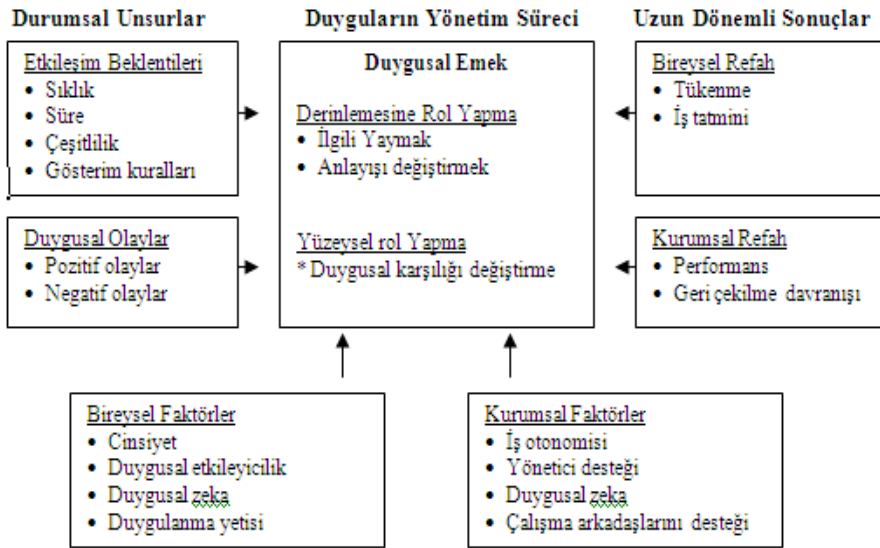
tarafından misafir ilişkileri sırasında istenilen duygunun gösterilmesi çabası, planlanması ve kontrolü olarak; Grandey (2000, s. 95)'e göre duygusal emek kavramı duygusal ifadeyi şekillendirmek için duyguların bastırımı, değiştirimi ve taklit edilmesini içermektedir. Bu tanımlamalardan da faydalanılarak duygusal emek kavramı, iş rolü kapsamında talep edilen davranış biçimini sergilemek amacı ile duyguların olağan bir biçimde dışa vurumunu veya değiştirilerek ortaya çıkarılmasını içeren bir süreç olarak tanımlanabilmektedir.

Duygu düzenleme sürecinin kişiler üzerinde olumlu veya olumsuz sonuçları oluşabilmektedir. Bu açıdan duygusal emek kavramı; duygusal emeği etkileyen faktörler, faktörlerin etkisi ile gerçekleşen duygu düzenleme aşaması ve kişiler üzerindeki sonuçlarından oluşan bir süreci kapsamaktadır.

Duygusal Emek Süreci ve Sonuçları

Duygusal emek süreci ve sonuçları Şekil 1'de belirtildiği gibi bütüncül olarak açıklanabilir:

Şekil 1.Duygusal Emek Süreci



Kaynak: Grandey, A.A. (2000). "Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor", *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), s.101'den aktaran: Güngör, M. (2009). "Duygusal Emek Kavramı: Süreci ve Sonuçları", *Kamu-İş Dergisi*, 11(1), s.175.

Duygusal emek süreci iş karakteristiğinden kaynaklanan etkileşim beklentilerinden etkilenmektedir; iş karakteristiğine ilişkin olarak oluşan duygusal emek sıklığı, sürekliliği, çeşitliliği ve farklı gösterim kuralları personelin duygusal emek kalitesini ve başarısını etkileyebilmektedir. Sık sık müşteri ile ilgilenmek zorunda kalan bir personel ile nadiren

müşteri ile karşı karşıya gelen bir personelin duygusal emek kalitesi değişiklik gösterebilir. Bu değişimin nedeni ise personelin sergilemesi gereken duygusal emeğin ilgilendiği müşteri sayısına bağlı olarak sıklık göstermesidir (Morris ve Feldman, 1996, s. 989-995).

Çalışma ortamında oluşan negatif ve pozitif olaylar personelin duygu düzenleme sürecini etkileyebilmektedir. Olumsuz durumların sürekli tekrar etmesi personelin duygu düzenlemesi yapma sıklığı artırabilir. Bu durumda personel algılamasında bir takım değişiklikler yapıp bilişsel değişim metodunu tercih edebilir (Grandey, 2000, s. 103).

Bireysel karakteristiklerden dolayı çalışanlar kendilerinden beklenen duygu düzenlenmesini yapabilmeleri için zaman zaman mücadele etmektedirler (Öz, 2007, s. 8). Bazı araştırmacılara göre kadın çalışanlar duygusal emek konusunda, doğal bir biçimde daha başarılıdırlar (Schaubroeck ve Jones, 2000, s. 181; Hochschild, 1983, s. 328). Dahling ve Perez (2010, s. 577) çalışanlar üzerinde yapmış oldukları araştırmada yaş faktörünün derin davranış ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Johnson (2007, s. 64) yapmış olduğu çalışmada duygusal zekâ ile derin davranış arasında doğrusal bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Duygulanma yetisi bireylerin yaşadıkları farklı durumlar karşısında gösterdikleri genel duygusal eğilim olarak tanımlanabilir (Morris ve Feldman, 1996, s. 1000). Duygulanma yetisi bireyin pozitif ya da negatif olmasını, bir şeyi yapabileceğine inanıp inanmamasını etkileyebilmektedir (Yiğitbaş ve Yetkin, 2003, s. 5-6). Bu durum motivasyon düzeyini etkileyebileceğinden dolayı duygusal emek kalitesini de etkileyebilmektedir.

Duygusal emek sürecini etkileyen çevresel faktörler açısından "kültür" faktörü değerlendirildiğinde, bireylerin içinde yetiştikleri toplumsal kültür, onların karakterlerinin oluşumunu, olaylara bakış açılarını ve algılamalarını etkilemektedir (Güney, 2006, s. 31). Yardımseverliliğin ön planda olduğu bir kültürde yetişen bir çalışan engelli müşterilerine samimice yardımda bulunabilmektedir. Personelin duygusal emek sürecini etkileyen kurumsal faktörler ise iş otonomisi, yönetici desteği, duygusal zeka ve ekip arkadaşlarının desteği olarak belirtilebilir. Türkay ve diğerlerinin (2011, s. 218-219) yapmış olduğu çalışmada yönetici desteğinin çalışanların derin davranış sergilemesinde etkili olduğunu; Öz (2007, s.69) ise yönetici desteğinin işe bağlılığı artırdığını tespit etmiştir. İşletme içinde ayrıca çalışanların iletişimlerinin sağlıklı ve motive edici olması, duygusal çaba düzeyinin daha düşük olmasına neden olabilecektir (Kozak, 2009: 28; Bothheridge ve Grandey, 2000, s. 105).

Personelin etkileşim beklentileri, duygusal olaylar, bireysel faktörler, kurumsal faktörler sonucunda yüzeysel davranış ve derin davranış gibi farklı boyutlar ortaya çıkabilmektedir. Yüzeysel davranış çalışanın içselleştirmeden uygun duygu durumunu gerçekleştirmesi olarak tanımlanırken, derin davranış ise çalışanın içselleştirerek uygun duygu durumunu gerçekleştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Hochschid, 1983, aktaran: Ashforth ve Humphrey, 1993, s.92-94).

Bazen çalışanlar, uygun davranışı sergilemek için bu tür koşullandırmalara ihtiyaç duymadan, olağan bir biçimde uygun davranışı sergilerler; samimiyetle ortaya çıkan bu davranış duygusal emek konusunun “samimi davranış” boyutunu oluşturur (Ashforth ve Humphrey, 1993, s. 94). Örneğin, bir barmenin morali bozuk olan müşterinin derdini dinlemesi gibi (Chu ve Murrman, 2006, s. 1182). Personelin sürekli yüzeysel davranış sergilemesi, derin davranış veya samimi davranıştan uzak kalması; gerçekte hissettiği duygular ile yansıttığı duygular arasında uyumsuzluk olmasına neden olabilmektedir. Bu uyumsuzluk ise “duygusal çelişki” boyutunu ortaya çıkarmaktadır (Morris ve Feldman, 1996, s. 992). Duygusal çelişki durumunda artış olması, duygusal emek konusunda başarılı olabilmek için fazla çaba harcamayı gerekli kılabilir (Öz, 2007, s. 9). Bu durum duygusal çaba boyutunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Avcı ve Kılıç, 2010, s. 290). Derin davranış kapsamında doğru duygu düzenlemesini gerçekleştirebilmek için güzel anıları hatırlamak gibi kendi kendini motive etme davranışları duygusal çaba boyutuna örnek teşkil edebilir.

Yapılan duygu düzenlemesi aşamasından sonra ortaya çıkan sonuçlar olumlu ve olumsuz olabilmektedir; sürekli yüzeysel davranış sergileyen bir personel bir süre sonra kendi duygularından uzaklaşıp, yabancılaşma gibi olumsuz bir sonuç ile karşılaşabilir (Kim, 2008, s. 159; Pugliesi, 1999, s. 130; Güngör, 2009, s. 167). Ericson ve Ritter (2001, s. 139) yapmış oldukları araştırmada sinirlilik ve tedirginlik gibi olumsuz duyguların tükenmişlik sonucunun ortaya çıkmasında etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Duygu düzenleme sürecinde başarılı olan bir personel ise sürecin sonucunda iş tatmini yaşayabilmektedir. Yüzeysel davranış sergilenmesinde artış olması durumunda ise performans düşüklüğü veya geri çekilme gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir.

Engelli Turizm Pazarı ve Duygusal Emek Süreci

Turizm kişilerin para kazanma amacı olmaksızın, sağlık kazanmak, tatil yapmak ve bu gibi amaçlar nedeniyle yaptıkları seyahat ve en az 24 saat kalış gerektiren geçici konaklamalarını içeren faaliyetlerinin tümüdür (Eralp, 1983, s. 26). *Engelli turizmi*; engelli bireylerin, sürekli ikame ettikleri yer dışına, para kazanma amacı gütmeksizin spor, sağlık ve kültür gibi farklı amaçlar doğrultusunda gerçekleşen, en az 24 saatten oluşan geçici konaklamalarından oluşan faaliyetlerini içermektedir.

Engelli turizm pazarında sunulan hizmetin ulaşılabilir olması önemlidir; ulaşılabilirlik kavramı; engelli bireylerin turistik ürüne sorunsuz ulaşımının ve faydalanmasının sağlanması olarak tanımlanabilmektedir. Otel işletmelerinde, hem fiziki açıdan ulaşılabilirlik hem de iletişim açısından ulaşılabilirliğin sağlanması önemlidir (Vos ve Ivor, 2008, s. 10). Buhalis ve Michopoulou (2011, s. 159) her bir engel türünün farklı bir pazar segmentasyonu oluşturduğunu ve talep özelliklerinin farklı olduğunu tespit etmiştir. Darcy (2010, s. 816) yapmış olduğu araştırmada engelli misafirlerin konaklama işletmesi seçiminde sahip oldukları engel boyutunun ve ihtiyaç duydukları desteğin önem arz ettiğini tespit etmiştir.

Turizm işletmelerinde ulaşılabilirlik kavramının doğru şekilde uygulanması müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından gereklidir. Ossate (One-Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe)'in dünya engelliler günündeki çalıştayında Open Door Organization'ın raporuna göre (2005), engelli turistlerin %82'si havaalanlarında kapılara olan uzaklık nedeni ile % 27'si iletişim kaynaklı sorunlar yaşamaktadır. “Tercih ettiğim bir konaklama işletmesinde odamdaki banyo girişinin genişliğinin tekerlekli sandalyem ile giriş yapmama imkân verecek uygun ölçüde olmamasından dolayı banyo kapısını sökmüşlerdi. Bu durum üzücü bir olaydı”; 35 yaşındaki yürüme engelli bir turist tarafından belirtilmiştir (Baş, 2012, s. 139). Pagan (2012, s. 1534-1535) ise çalışmasına hem engelli bireyleri hem de engelli olmayan bireyleri dâhil etmiştir; yapmış olduğu karşılaştırmada engelli bireylerin, engelli olmayan bireylere göre turizm faaliyetine daha az katılım gösterdiğini; ayrıca engelli bireyler için turizm faaliyetinin karışık bir yapıya sahip olduğunu tespit etmiştir.

Kim, Stonesifer ve Han (2012, s. 1315) yapmış oldukları araştırmada engelli misafirlerin; iletişim, eğitim ve teknik ulaşılabilirliğin sağlanması konusuna önem verdiğini tespit etmişlerdir. Yeterince ulaşılabilir olan bir işletmede sağlanan teknik destek ile personel daha başarılı hizmet edebilmektedir; aksi takdirde ulaşılabilirliğin sağlanamamış olması çalışanın motivasyonunun düşmesine neden olabilmektedir. Bu durum bireysel ve örgütsel faktörlerin etkisi kapsamında personelin duygusal emek sürecini de olumsuz etkileyebilmektedir. Duygu düzenleme aşamasından sonra personel zaman zaman duygusal çelişki yaşayabilmektedir. Bu durum yabancılaşma, kişisel başarıda düşüş gibi sonuçlar oluşturabilmektedir (Grandey, 2000, s. 104-107). Duygusal çelişki durumunda artış olması duygusal çaba düzeyinde de artış meydana getirebilmektedir (Kruml ve Geddes, 2000, s. 177). Duygusal çabanın yükselmesi sonucunda iyi bir performans ortaya çıkması memnuniyeti artırıcı bir etmen olabilmektedir (Güngör, 2009, s. 175; Gardner ve diğerleri, 2009, s. 169; Grandey, 2000, s. 101); ancak engelli turizm pazarında engelli misafirlerin beklentilerinin memnuniyet düzeylerinin özellikle fiziksel ve iletişim açısından ulaşılabilir uygulamaları içeren işletme çabaları ile daha fazla bağlantılı olabilmektedir. Kılıç ve diğerleri (2013, s. 114), engelli turizm pazarında yapmış oldukları çalışmalarında engelli müşterilerin duygusal çelişki algılamalarının, müşteri memnuniyetini azaltıcı yönde etkilemediğini tespit etmişlerdir; ancak uzun vadede personel motivasyonunun düşmesi ile devamında gelebilecek olan olumsuz sonuçlar (tükenmişlik gibi) engelli müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyebilir. Duygusal çelişki düzeyinin artması sonucunda duygusal çaba düzeyinin de artması uzun vadede personelin iş tatminini de duygusal yorgunluk kaynaklı olarak düşürebilmektedir (Morris ve Feldman, 1996, s. 989-995). Engelli turizm pazarında personelin duyarlı, bilinçli ve yardımsever olmak gibi iş rolünün gereği olan uygun duygu durumunu sergilemesi gerekmektedir. Bu durum personelin duygusal emek sürecini ne kadar başarılı yönettiği ile ilgili olabilmektedir.

YÖNTEM

Turizm Tesislerinin Yönetmeliği'nin 19. maddesinde belirtildiği üzere; *“toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan konaklama tesisleri ile eğlence merkezleri, günübirlik tesisler ve temalı parklarda, müşteriler tarafından kullanılan tüm genel mahaller ile açık alanların bedensel engelli müşteriler tarafından da kullanılabilmesini sağlayıcı fiziki düzenlemeler yapılır. Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir. Tesis başına en az bir oda olmak üzere, oda sayısının %1'i oranındaki yatak odası ve banyosu, bedensel engellilerin kullanımına uygun olarak inşa ve tefriş edilir”* (2). Söz konusu yönetmeliğe göre dört ve beş yıldızlı otellerin engelli odasına sahip olmalarından dolayı engelli bireyler tarafından tercih edilebileceği düşünülmüş ve bu nedenle anket uygulamaları İstanbul'da dört ve beş yıldızlı otellerde yapılmıştır. Bu çalışmada araştırma modeli olarak alan araştırması kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye'de engelli bireylere hizmet eden turizm sektöründe çalışan personel oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini ise İstanbul'da dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan ve engelli misafirlere hizmet etmiş olan 299 personel oluşturmaktadır.

Bu çalışmada otel işletmelerinde engelli müşterilere hizmet eden çalışanların duygusal emek boyutlarına ilişkin değerlendirmeleri demografik özellikler, iş yaşamına ilişkin özellikler ile duygusal emek sürecinin sonuçlarının ne şekilde ortaya çıktığına ilişkin sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, engelli turizm pazarında başarılı bir duygusal emek sürecinin oluşturulmasına yönelik olarak, gelecek akademik çalışmalar ve sektör çalışanları için tavsiyelerde bulunulması amaçlanmıştır.

Uygulanan anketlerin 90 tanesi otellere bırakılıp daha sonra toplanmak suretiyle elde edilmiş, 247 anket ise otel işletmesi içerisinde personel ile yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Toplam 299 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Veri toplama aracı olarak geliştirilen anket formu konu ile ilgili çalışmalar (Ashforth ve Humphrey, 1993; Morris ve Feldman, 1996; Grandey, 2000; Chu ve Murrman, 2006; Güngör, 2009; Gardner, ve diğerleri, 2009) incelenerek hazırlanmış ve uzman görüşleri alınmıştır. Hazırlanan ölçeğin duygusal emek boyutları ile ilgili olan kısmı Chu ve Murrman (2006) tarafından geliştirilen HELS (Konaklama İşletmeleri Duygusal Emek Ölçeği – Hospitality Emotional Labor Scale) uyarlanarak, duygusal emeği etkileyen faktör, süreç ve sonuçları farklı araştırmacıların (Ashforth ve Humphrey, 1993; Morris ve Feldman, 1996; Grandey, 2000; Chu ve Murrman, 2006; Güngör, 2009; Gardner ve diğerleri, 2009) konuyla ilgili araştırmaları incelenerek oluşturulmuştur.

Tablo 1. Duygusal Emek Boyutları

Duygusal Çelişki	Duygusal çelişki, kişinin gösterim kuralları çerçevesinde uygun gördüğü için sergilediği veya yansıttığı duygular ile içten hissettiği ancak yansıtılmasının uygun olmayacağını düşündüğü duygular arasındaki farklılığa denir. Duygusal çelişkinin çalışanı olumsuz yönde etkilediği savunulmaktadır (Çukur ve Şahin, 2007:487). Duygusal çelişki, kurumun çalışandan sergilemesini istediği duygular ile çalışanın gerçekte hissettiği duygular arasındaki farktan kaynaklanır. Çelişki düzeyi arttıkça çalışanın duygusal emek ihtiyacı o düzeyde fazla olmaktadır (Öz, 2007:9).
Duygusal Çaba	Duygusal çaba, çalışanların örgütün belirlediği davranış kurallarını yerine getirmek için verdikleri mücadeleyi ifade etmektedir. Genellikle, örgüt tarafından gösterilmesi arzulanan her türlü duygu için belli düzeyde çaba harcanması gerektiği düşünülmektedir. (Öz, 2007:8). Duygusal çaba, duygusal çelişkinin var olduğu durumlarda istenilen duyguları sergileyebilmek için daha fazla gerekmektedir (Kruml ve Geddes, 2000: 177-188).

Kaynak: Avcı, U. ve Kılıç, B. (2010). “Konaklama Sektöründe Duygusal Emek Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma”. 11. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı: 294. 2-5 Aralık 2010, Kuşadası.

Bu çalışma için uyarlanan anket formu oluşturulurken ilk olarak Türkçe’ye çevrilmiştir. İkinci olarak bu ifadelerin anlaşılabilirliğini belirleyebilmek amacıyla 30 önlisans öğrencisine ön uygulama yapılmıştır. Ön uygulamadan sonra ölçekte yer alan ifadelerin anlaşılır olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Uygulanan anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde “duygusal çelişki” ve “duygusal çaba” olmak üzere duygusal emek boyutları 19 önerme, duygusal emek sürecinin sonuçlarını ilişkin ise 5 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde, çalışanların müşterilerle ilgilenme süre ve sayısına ilişkin 2 soru, üçüncü bölümde iş yaşamına ilişkin 3 soru, dördüncü bölümde ise personelin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin 5 soru bulunmaktadır.

Duygusal emek boyutlarını ve duygusal emek sürecinin sonuçlarını temsil eden ifadeler için 5’li likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte 5- kesinlikle katılıyorum, 1-kesinlikle katılmıyorum yargılarına rast gelmektedir.

Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotlardan (frekans, yüzde, ortalama, standart sapma) yararlanılmıştır. Yapı geçerliliğini test etmek için Açıklayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. Ölçekler arası ilişkileri saptamak için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Nicel verilerin karşılaştırılmasında iki grup durumunda, gruplar arası karşılaştırmalarda bağımsız örnekler (Independent samples) t testi kullanılmıştır. Değişkenlerin ikiden fazla grup olması durumunda parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Tek yönlü (One way) Anova testi ve farklılığa neden olan grubun tespitinde Bonferroni testi kullanılmıştır. Sonuçlar % 95 güven aralığında, $p < 0,05$ ve $p < 0,01$ ileri anlamlılık düzeyinde çift yönlü olarak değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Tablo 2. Katılımcılara ilişkin demografik özellikler

		n	%
Cinsiyet	Erkek	181	60,5
	Kadın	118	39,5
Yaş	18-29 yaş	155	51,8
	30-39 yaş	100	33,4
	40 ve üstü	44	14,7
Medeni Durum	Bekar	166	55,5
	Evli	133	44,5
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	41	13,7
	Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	27	9,0
	Lise	89	29,8
	Ön Lisans (Meslek YO.)	50	16,7
	Lisans ve üstü	92	30,8
Çalıştığı Departman	Yiyecek İçecek	111	37,1
	Ön büro	88	29,4
	Kat hizmetleri	56	18,7
	Diğer departmanlar (Güvenlik, Sağlık ve Spor merkezi, Satış pazarlama, Yiyecek-içecek)	44	14,7

Çalışanlara ilişkin demografik özellikler incelendiğinde katılımcıların % 60,5'i erkek, % 39,5'i kadındır. Çalışanların % 85'inin 40 yaş ve altı, ve çoğunluğunu bekar olduğu görülmektedir. Eğitim durumu incelendiğinde % 13,7'si ilköğretim, % 9'u otelcilik ve turizm meslek lisesi, % 29,8'i lise, % 16,7'si ön lisans, % 30,8'i lisans ve üstü mezunu olduğu görülmektedir. Çalıştıkları departmana göre % 37,1'i yiyecek içecek, % 29,4'ü ön büro, % 18,7'si kat hizmetleri, % 14,7'si diğer departmanlarda (Güvenlik, sağlık ve spor merkezi, satış pazarlama, yiyecek-içecek) çalışmaktadır.

Çalışmanın bu aşamasında değerlendirmeye alınan ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucu Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,809 olarak hesaplanmıştır. Anlamlılık düzeyi p (sig.)=0.000 < 0,05 olduğundan Bartlett testinin sonucu anlamlıdır.

Duygusal çelişki alt boyutunda 4 ifade, duygusal çaba alt boyutunda 2 ifadenin güvenilirliği düşürdüğü görülmüş ve çalışmadan çıkarılmıştır. Duygusal çelişki ve duygusal çaba ölçeğindeki 13 maddenin genel güvenilirliği 0,697 olarak bulunmuştur. Bu aşamada değerlendirmeye alınan ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. KMO örneklem değeri 0,800 olarak hesaplanmış, anlamlılık düzeyi p = 0,000 < 0,05 den küçük olduğu ve dolayısıyla buna göre Bartlett testinin sonucu anlamlıdır. Faktör analizi sonucunda toplam varyansı açıklama oranı %46,09 olan 2 faktör ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. Faktör Analizi

Boyut	Madde	Faktör Yükü	Varyans	Cronbach's Alpha
Duygusal Çelişki	Engelli müşterilerle ilgilenirken sahte duygular sergilerim	0,710	26,620	0,818
	Engelli müşterilerle ilgilenirken işim için doğru olan duyguları sergilemek maksadıyla maske takarım.	0,660		
	Engelli müşterilerle ilgilenirken müşterilere yansıttığım duygular ile gerçekte hissettiklerim birbirine uymaktadır.	0,657		
	Engelli müşterilerle uygun şekilde ilgilenebilmek için rol yaparım.	0,792		
	Engelli müşterilerle ilgilenirken iletişimim oldukça yüzeyseldir (cansızdır).	0,670		
	Engelli müşterilerle ilgilenirken gerçekte hissetmediğim duyguları sergilerim.	0,660		
	Engelli müşterilerle ilgilenirken gerçek duygularımı gizlemek zorundayım.	0,665		
Duygusal Çaba	Engelli müşterilerin karşısında iken, çalıştığım firmanın arzuladığı imajı sergileyecek belli başlı duyguları yansıtmaya çalışırım.	0,543	19,474	0,707
	İşe hazırlanırken aklımdan güzel şeyler geçiririm.	0,697		
	İşe hazırlanırken, kendime güzel bir gün geçireceğimi söylerim.	0,631		
	Engelli müşteriler ile iletişim kurarken sergilemem gereken duygularımı, gerçekte tecrübe edinerek kazanamaya çalışırım.	0,684		
	Engelli müşterilere karşı sergilemem gereken duyguları anımsamak için çaba sarf ederim	0,676		
	Engelli müşterilere karşı gerçekte hissetmediğim bir duyguyu sergilemem gerektiği zaman, davranışına daha çok konsantrite olmam gerekmektedir.	0,562		
Toplam Varyans %46,09				

Tablo 4. Duygusal Emek Boyutlarının Cinsiyete Göre Analizi

	Grup	n	$\bar{X}$	Ss	t	P
Duygusal Çelişki	Erkek	181	3,616	0,882	1,084	0,279
	Kadın	118	3,726	0,817		
Duygusal Çaba	Erkek	181	3,581	0,795	-2,376	0,018*
	Kadın	118	3,357	0,797		

*p<0,05 **p<0,01

Araştırmaya katılanların duygusal çelişki düzeyi puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. (t=1,084; p=0,279>0,05). Duygusal çaba düzeyi puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. (t=-2,38; p=0,018<0,05). Erkek çalışanların duygusal çaba düzeyi puanları

($x=3,581$), kadın çalışanların duygusal çaba düzeyi puanlarından ($x=3,357$) yüksek bulunmuştur.

Tablo 5. Duygusal Emek Boyutlarının Yaşa Göre Analizi

	Grup	n	$\bar{X}$	Ss	F	p
Duygusal Çelişki	18-29 yaş	155	3,522	0,922	4,963 1-3	0,008**
	30-39 yaş	100	3,754	0,766		
	40 ve üstü	44	3,932	0,731		
Duygusal Çaba	18-29	155	3,597	0,727	3,716 1-3	0,025*
	30-39 yaş	100	3,442	0,812		
	40 ve üstü	44	3,242	0,967		

* $p<0,05$ ** $p<0,01$

Çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanları ortalamalarının yaş grubu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=4,963$; $p=0,008<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı Post-hoc Bonferroni analizi sonucunda; 18-29 yaş grubundaki çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanları, 40 ve üstü yaş grubundaki çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanlarından düşük bulunmuştur.

Duygusal çaba düzeyi puanları ortalamalarının yaş grubu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,716$; $p=0,025<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan tamamlayıcı post-hoc Bonferroni analizi sonucunda; 18-29 yaş grubundaki çalışanların duygusal çaba düzeyi puanları, 40 ve üstü yaş grubundaki çalışanların duygusal çaba düzeyi puanlarından yüksek bulunmuştur.

Tablo 6. Duygusal Emek Boyutlarının Çalışılan Departmana Göre Analizi

	Departman	n	$\bar{X}$	Ss	F	P
Duygusal Çelişki	Yiyecek içecek	111	3,515	0,817	3,255	0,022
	Ön büro	88	3,607	0,871		
	Kat hizmetleri	56	3,901	0,804		
	Diğer departmanlar	44	3,825	0,928		
Duygusal Çaba	Yiyecek içecek	111	3,589	0,834	1,388	0,246
	Ön büro	88	3,508	0,687		
	Kat hizmetleri	56	3,333	0,962		
	Diğer departmanlar	44	3,424	0,692		

* $p<0,05$ ** $p<0,01$

Duygusal çelişki düzeyi puanları ortalamalarının departman değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,255$; $p=0,022<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla

yapılan tamamlayıcı post-hoc Bonferroni analizi sonucunda; yiyecek İçecek departmanında çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanları, kat hizmetleri departmanında çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanlarından düşük bulunmuştur.. Duygusal çaba düzeyi puanları ortalamalarının departman değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,388$; $p=0,246>0,05$).

Tablo 7. Mesleki Yaşama İlişkin Bulgular

	n	$\bar{X}$	S.s	Min.	Max.
Yüksek sezonda, günlük ortalama kaç engelli müşteri ile yüz yüze ilgilenirsiniz?	299	4,458	6,668	0	50
Bir müşteriyle ilgilenirken geçirdiğiniz ortalama süre kaç dakikadır?	298	9,799	11,015	0	90
Staj yılları dahil, toplam kaç yıldır çalışmaktasınız?	299	8,477	6,603	1	35
Staj yılları dahil, turizmde kaç yıl?	299	7,617	6,121	1	35
Turistlerle yüz yüze kaç yıl?	299	7,147	5,894	1	35

Araştırmaya katılan çalışanların yüksek sezonda, günlük ortalama $4,458 \pm 6,668$ engelli müşteri ile yüz yüze ilgilendiğini; bir müşteriyle ilgilenirken ortalama $9,799 \pm 11,015$ dakika geçirdiğini; staj yılları dahil ortalama $8,477 \pm 6,603$ yıl çalıştığını; staj yılları dahil ortalama $7,617 \pm 6,121$ yıldır turizm sektöründe çalıştığını; turistlerle yüz yüze ortalama $7,147 \pm 5,894$ yıl çalıştığını belirtmiştir.

Tablo 8. Çalışanların Duygusal Çelişki ve Duygusal Çaba Değerlendirmelerinin Mesleki Deneyimleri ile İlişisine İlişkin Korelasyon Analizi

		Duygusal Çelişki	Duygusal Çaba
Bir müşteriyle ilgilenirken geçirdiğiniz ortalama süre kaç dakikadır?	r	-0,032	0,030
	p	0,578	0,611
Staj yılları dahil, toplam kaç yıldır çalışmaktasınız?	r	0,115	-0,078
	p	0,047*	0,176
Staj yılları dahil, turizmde kaç yıl?	r	0,090	-0,087
	p	0,122	0,133
Turistlerle yüz yüze kaç yıl?	r	0,084	-0,069
	p	0,147	0,232

Bir müşteriyle ilgilenirken ortalama geçirilen zaman ile duygusal çelişki düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında

istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır ($r=-0,032$; $p=0,578>0,05$). H_{11} hipotezi reddedilmiştir. Staj yılları dahil, toplam çalışma süresi ile duygusal çelişki düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %11,5 pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0,115$; $p=0,047<0,05$). Buna göre toplam çalışma süresi arttıkça duygusal çelişki düzeyi de artmaktadır. H_{12} hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışanların engelli turizm pazarında hizmet ederken, duygusal emek süreci ve sonucuna ilişkin; yabancılaşma, kişisel başarı düzeyi vb. süreç çıktılarını tespit etmenin yanı sıra duygusal emek sürecini etkileyen eğitim, örgütsel faktörler vb. etmenlerin duygusal emek sürecine olan etkisini tespit amaçlı olarak “duygusal emek süreci ve sonucu” başlığı altında aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir.

Tablo 9 incelendiğinde, çalışanların “Engelli müşterilere hizmet ederken gerçek duygularıma yabancılaştığımı hissediyorum.” sorusuna göre dağılımı incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların %63’ünün yabancılaşmadığı belirtilmiştir.

Tablo 9. Duygusal Emeği Etkileyen Faktörler ve Sonuçları

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		$\bar{X}$	Ss.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Engelli müşterilere hizmet ederken gerçek duygularıma yabancılaştığımı hissediyorum.	75	25	113	38	46	15	46	15	19	6	2,4	1,2
Engelli müşterilere içimden gelen tatmin edici hizmeti sunabildiğim için kendimi daha başarılı hissediyorum	25	8	33	11	30	10	139	46	72	24	3,7	1,2
Engelli turistlere hizmet konusunda yeterince eğitime sahip olmadığım için tatmin edici hizmet sunduğumu düşünmüyorum.	56	19	97	32	63	21	59	20	24	8	2,7	1,2

Engelli müşterilere tatmin edici hizmet sunmak konusunda işletme yöneticilerini çalışanlara eğitim vermek ve otelin teknik yeterliliğini sağlamak konusunda yeterli buluyorum.	38	13	73	24	69	23	89	30	30	10	3,0	1,2
Yetiştığım ortamdaki toplumsal kültür nedeniyle engelli turistler adına kendimi üzgün hissedip samimice yardımcı oluyorum.	27	9	42	14	33	11	123	41	74	25	3,6	1,3

“Engelli müşterilere içimden gelen tatmin edici hizmeti sunabildiğim için kendimi daha başarılı hissediyorum.” sorusuna araştırmaya katılanların % 70’i kendini daha başarılı hissettiğini belirtmiştir. “Engelli turistlere hizmet konusunda yeterince eğitime sahip olmadığım için tatmin edici hizmet sunduğumu düşünmüyorum.” sorusuna araştırmaya katılanların % 51’i tatmin edici hizmet sunduğunu düşündüğünü belirtmiştir. “Engelli müşterilere tatmin edici hizmet sunmak konusunda işletme yöneticilerini çalışanlara eğitim vermek ve otelin teknik yeterliliğini sağlamak konusunda yeterli buluyorum.” sorusu incelenmiş, araştırmaya katılanların %40’ı yeterli bulmuştur. % 23’ü fikrinin olmadığını belirtmiştir. “Yetiştığım ortamdaki toplumsal kültür nedeniyle engelli turistler adına kendimi üzgün hissedip samimice yardımcı oluyorum.” sorusu incelenmiştir. Araştırmaya katılanların %65’i yetiştikleri ortamdaki toplumsal kültür nedeniyle engelli turistler adına kendilerini üzgün hissedip samimice yardımcı olduklarını belirtmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Duygusal emek kavramı; durumsal unsurlar, bireysel faktörler ve kurumsal faktörlerden etkilenebilen, personelin duygu yönetimine dayanan hassas bir süreçtir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar; personelin engelli turizm pazarında da farklı durumsal faktörlerden, bireysel faktörlerden ve kurumsal faktörlerden etkilenecek duygusal emek sürecini gerçekleştirdiği tespit edilmiştir.

Literatürde yapılan bazı çalışmalara göre (Hochschild, 1983; Schaubroeck ve Jones, 2000; Johnson, 2007; Wong ve Wang, 2009) kadın çalışanlar, doğal bir biçimde, erkek çalışanlara göre duygusal emek konusunda daha başarılı olmaktadırlar. Çalışmanın sonucunda erkek çalışanların duygusal çaba düzeyi puanları kadın çalışanların duygusal çaba düzeyi puanlarından yüksek bulunmuştur. 18-29 yaş grubundaki çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanları, 40 ve üstü yaş grubundaki çalışanların duygusal çelişki

düzeyi puanlarından düşük bulunmuştur. Bu durum yaş grubu daha genç olan çalışanların engelli turizm pazarının gerektirdiği dinamiklik, yardım severlilik ve özen gerektiren durumlara daha kolay uyum sağlayabilmeleri kaynaklı olduğu düşünülebilir. Duygusal çaba düzeyi puanları ortalamalarının yaş grubu değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip; 18-29 yaş grubundaki çalışanların duygusal çaba düzeyi puanları, 40 ve üstü yaş grubundaki çalışanların duygusal çaba düzeyi puanlarından yüksek bulunmuştur. Duygusal çelişki düzeyinde artış olması duygusal emek ihtiyacını artırabilir (Öz, 2007, s. 8), bu durum daha fazla duygusal çaba harcanmasına neden olabilmektedir; ancak çalışmada duygusal çaba gösterilmesi ve sürecin olumlu sonuçlanmasının etkisi ile duygusal çelişki durumu 18-29 yaş arasındaki çalışanlarda daha düşük düzeyde tespit edilmiştir. Ayrıca yaş faktörüne ek olarak çalışanların, staj yılları dahil toplam çalışma süresi arttıkça duygusal çelişki düzeyi yükselmektedir; bu durum çalışanların engelli turizm pazarında değerlendirilmeleri ile bağlantılı olabileceği gibi aynı zamanda işe bağlılık, yönetici desteği, motivasyon vb. konular ile de ilgili olabilmektedir.

Duygusal çelişki düzeyi puan ortalamalarının departman değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir; yiyecek ve içecek departmanında çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanları, kat hizmetleri departmanında çalışanların duygusal çelişki düzeyi puanlarından düşük bulunmuştur. Kozak ve Güçlü (2008, s. 52) yapmış olduğu araştırmada turizm işletmeleri personel işe alım sırasında duygusal çaba faktörlerine önem verildiğini ve yiyecek içecek, animasyon gibi müşterilerin yoğun olduğu, yüz yüze iletişim gerektiren departmanlarda samimi davranış arandığı tespit edilmiştir. Botheridge ve Grandey (2002, s. 25) yapmış oldukları çalışmada kişisel başarı duygusu düzeyinin fiziksel işlerde çalışan personelde daha düşük düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir.

Çalışanların “Engelli müşterilere hizmet ederken gerçek duygularıma yabancılaştığımı hissediyorum.” sorusuna göre dağılımı incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların %63’ünün yabancılaşmadığını belirtilmiştir. Bu durumun nedeni olarak personelin, yüksek sezonda, günlük ortalama hizmet ettiği engelli müşteri sayısının $4,458 \pm 6,668$ olması ve bu sayının personelin yabancılaşma sorunu yaşamasına neden olacak derecede olmaması düşünülebilir. Ayrıca personel içinde yetiştiği toplumsal kültür nedeniyle engelli müşterilere samimice yardımcı olabilmesi de yabancılaşma sorununun yaşanmamasına neden olabilmektedir. “Engelli müşterilere içimden gelen tatmin edici hizmeti sunabildiğim için kendimi daha başarılı hissediyorum” sorusuna araştırmaya katılanların % 70’i kendini daha başarılı hissettiğini belirtmiştir. Engelli müşteriler, engelli olmayan müşteriler ile mukayese edildiğinde, konaklama ve seyahatleri sırasında biraz daha fazla yardıma gereksinim duyabilmektedirler. Bu durumda personelin engelli müşteriye başarılı bir şekilde yardımcı olması onun daha başarılı hissetmesini sağlayacaktır. “Engelli turistlere hizmet konusunda yeterince eğitime sahip olmadığım için tatmin edici hizmet sunduğumu düşünmüyorum” sorusuna araştırmaya katılanların % 51’i tatmin edici hizmet sunduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Ancak bu oran yeterince eğitime sahip olduğunu göstermez. “Engelli müşterilere tatmin edici hizmet sunmak konusunda işletme

yöneticilerini çalışanlara eğitim vermek ve otelin teknik yeterliliğini sağlamak konusunda yeterli buluyorum.” sorusu incelenmişti. Araştırmaya katılanların %40’ı yeterli bulmuştur. Engelli müşteriye karşı başarılı hizmet sunmak için personel gayretinin yanı sıra teknik imkânların yeterli olması ve yönetim tarafından gereken desteğin sağlanması gereklidir. Bu durum sonucunda sergilenen duygusal emeğin kalitesi yükselabilir ve yabancılaşma, tükenmişlik gibi olumsuz sonuçlar ortadan kalkabilir. Türkay ve diğerleri (2011) yapmış oldukları çalışmada motivasyonel ve yapısal etmenlerin işe bağlılığı etkilediğini tespit etmiştir. Amirin destek vermesi duygusal emeği etkilemektedir. “Yetiştığım ortamdaki toplumsal kültür nedeniyle engelli turistler adına kendimi üzgün hissedip samimice yardımcı oluyorum.” sorusu incelenmiştir. Araştırmaya katılanların %65’i yetiştikleri ortamdaki toplumsal kültür nedeniyle engelli turistler adına kendilerini üzgün hissedip samimice yardımcı olduklarını belirtmişlerdir. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde (Grandey, 2000; Güngör, 2009; Gardner ve diğerleri, 2009) duygusal emek sürecini etkileyen etmenler arasında çevresel etmenleri de belirtmiştir. Bireylerin içinde yetiştikleri toplumsal kültür, onların karakterlerinin oluşumunu, olaylara bakış açılarını ve algılamalarını etkilemektedir (Güney, 2006, s. 31). Bu durumda personel, içinde yetiştiği kültürün etkisi ile engelli bireylere yardım edip, şefkat gösterebilir. Bu durum samimi davranışın sergilenmesine neden olmaktadır. Araştırma sonuçları doğrultusunda çıkarılan öneriler aşağıdaki gibidir:

1. Kadın çalışanların doğal olarak duygusal emek konusunda daha başarılı olmalarından dolayı kadın çalışanların, daha fazla engelli müşterilerle yüz yüze iletişim kurmalarını gerektirecek departmanlarda görevlendirilebilir,
2. Engelli bireylere, özellikle çeşitli aktiviteleri gerçekleştirmeyi gerektirecek bölümlerde (animasyon vb.), hizmet edecek olan personelin daha çok yaş grubu 40 yaşın altındaki personelden seçilmesi, duygusal çabanın yüksek olması sonucunda, müşteri memnuniyetini artırabilir ayrıca aktivite gerektirmeyecek, durağan hareketler gerektirecek departmanlarda ise 40 yaş altındaki personelden seçim yapılabileceği gibi 40 ve üzeri yaş grubundaki personelden de görevlendirme yapılması engelli müşterinin memnuniyetini artırıcı rol oynayabilir,
3. Duygusal çelişki sonucunda yabancılaşma, tükenmişlik gibi durumların ortaya çıkmaması için ödüllendirme, iş rotasyonu, teknik destek sağlamak gibi farklı yöntemlerle personel motivasyonu artırabilir,
4. Yiyecek içecek, ön büro ve animasyon gibi engelli müşterilerle yüz yüze iletişim kurmayı gerektirecek departmanlarda, engelli müşterilere karşı samimi davranış sergileyebilecek ya da engelli müşteri memnuniyetini sağlayabilecek derecede duygusal çaba gösterebilecek personel görevlendirilebilir,
5. İşletmelerin engelli turizm pazarında başarılı olabilmeleri için ulaşılabilir imkânların sağlanmasının yanı sıra yöneticilerinde engelli misafirlere sunulan hizmet kalitesi konusunda duyarlı olmaları gereklidir,
6. Personele yöneticiler tarafından engelli müşterilere yaklaşım konusunda profesyonel eğitim imkânının sağlanması, personelin engelli bir müşteri karşısında

gereken ölçüde sabırlı, hoşgörülü ve yardımsever olması gerektiğinin bilincine vardırılması önemlidir.

7. Engelli turizm pazarında çalışanların duygusal emek süreci farklı bireysel ve örgütsel etmenlerden etkilenebileceği için, akademik çalışmaların, özellikle engelli müşterilere yönelik farklı düzeyde ulaşılabilir hizmet imkânına sahip olan, ülke veya farklı işletme çalışanları üzerinde yapılması, ortaya çıkan sonuçların farklılık göstermesine neden olabilir. Farklı sonuçların oluşması durumunda, nedenlerinin analiz edilmesi yol gösterici nitelikteki sonuçların oluşması açısından önemli olabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Asforth, B. E. ve R. H. Humphrey. (1993). Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*, 18 (1), 88-115.
- Avcı, U. ve B. Kılıç. (2010). Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, O. E. Çolakoğlu (Ed.). *11. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde. (ss. 290-302). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcı, U. ve Boylu, Y. (2010). Türk Turizm Çalışanları için Duygusal Emek Geçerleşmesi. *SOID Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 7 (2), 21.
- Baş, M. (2012). *Duygusal Emek - Müşteri Memnuniyeti İlişki: Engelli Turizm Pazarında Bir Araştırma*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Botheridge, C. M. ve A. A. Grandey. (2002). Emotional Labor and Burnout: Comparing Two Perspectives of "People Work". *Journal of Vocational Behaviour*, 60, 17-39.
- Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: Addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 145-168.
- Chu, K. H. L. ve S. K. Murrman. (2006). Development and Validation of the Hospitality Emotional Labor Scale. *Tourism Management*, 27, 1181-1191.
- Çukur, Ş. C. ve Şahin, Z. (2007). "Duygusal İşçilik Bağlamında Duygu ve Kültür İlişkisi", (Editörler: Ramazan Erdem ve Cem Ş. Çukur), Yönetişel-Örgütsel Davranış, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, No.31, ss.461-516
- Dahling, J.J. ve L.A. Perez. (2010). Older worker, different actor? Linking age and emotional labor strategies. *Personality and Individual Differences*, 48, 574-578.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31(6), 816-826.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları. (3), s: 36.
- Erickson, R. J., & Ritter, C. (2001). Emotional labor, burnout, and inauthenticity: Does gender matter?. *Social Psychology Quarterly*, 146-163.
- Gardner, W. L., D. Fischer ve J. G. (H.) Hunt. (2009). *The Leadership Quarterly*, Emotional Labor and Leadership: A threat to Authenticity, 20, 466-482.
- Grandey, A. A. (2000). Emotional Regulation in Workplace: A New Day to Conceptualize Emotional Labor. *Journal of Occupation Health Psychology*, 5,(1), 95-110.
- Güney, S. (2006). *Davranış Bilimleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güngör, M. (2009). Duygusal Emek Kavramı: Süreci ve Sonuçları. *Kamu-iş Dergisi*, 11, (1), 167-182.

- Hochschild, A. (1983). *The Managed Heart*. University of California Press.
- Johnson, H. A. M., (2007), *Service with a smile: Antecedents and consequences of emotional labor strategies*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of South Florida, ABD.
- Kılıç, B., Baş, M. ve Sop, A. S., Emotional Dissonance and Costumer Satisfaction: An Unexpected Relationship in Disabled Tourism Market, International Conference: Sustainability Issues and Challanges in Tourism, S.s. 110-114, 3-5 October 2013, İstanbul, Turkey.
- Kim, H. J. (2008). Hotel service providers' emotional labor: The antecedents and effects on burnout. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 151-161.
- Kim, W. G., Stonesifer, H. W., & Han, J. S. (2012). Accommodating the needs of disabled hotel guests: Implications for guests and management. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1311-1317.
- Kruml S. M. ve Geddes D.(2000). Exploring the dimensions of emotional labor: The heart of Hochschild's work. *Management Communication Quarterly* 14(1): 8-49.
- Kozak, M. A. ve N. Güçlü. (2008). Turizm İşletmelerinde Duygusal Çaba Faktörlerinin İşe Alma Süreci Üzerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma,. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 8, (2), 39-56.
- Morris, J A. ve D. C. Feldman, (1996). The Dimensions, Antecedents and Consequences of Emotional Labor. *Academik of Management Rewiev*. 21 (4), 906-1010.
- Öz, E. Ü. (2007). Duygusal Emek Davranışlarının Çalışanların İş Sonuçlarına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Pagán, R. (2012). Time allocation in tourism for people with disabilities. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1514-1537.
- Pugliesi, K. (1999). The Consequences of Emotional Labor: Effects on Work Stress, Job Satisfaction ve Weil-Being. *Motivation and Emotion*, 23 (2), 125-154.
- Schaubroeck, J. ve J. R. Jones. (2000).Antecedents of Workplace Emotional Labor Dimensions and Moderators of their Effects on Physical Symptoms. *Journal of Organizational Behaviour*, 163-183.
- Türkay, O., Ünal, A. ve Taşar, O. (2011). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Motivasyonel Ve Yapısal Etkenler Altında Duygusal Emeğin İşe Bağlılığa Etkisi. 7(14), 201-222.
- Ünal, S., R. Karlıdağ ve S. Yoloğlu, (2001). "Hekimlerde tükenmişlik ve iş doyumunu düzeylerinin yaşam doyumunu düzeyleri ile ilişkisi." *Klinik Psikiyatri*, 4: 113- 118.
- Vos, S. ve Ivor A., 2008, *Services and facilities for accessible tourism in Europe*, ENAT, 10.
- Wharton, A. S. (1993). The Affective Consequences of Service Work Managing Emotions On The Job. *Work and Occupations*, 20(2) , 205-232.
- Wong, J.-Y. ve C.H. Wang. (2009). Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study, *Tourism Management*, 30, 249-259.
- Yığıtbaş, Ç. ve Yetkin, A. (2003). Sağlık yüksekokulu öğrencilerinin öz-etkililik-yeterlik düzeyinin değerlendirilmesi, *C. Ü. Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 7 (1).

İnternet Kaynakları

- (1) <http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri#temel> Erişim Tarihi: 26/08/2014
- (2) <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2000/07/20000706.htm> Erişim Tarihi: 14/07/2014
<http://www.unescap.org/our-work/social-development> Erişim Tarihi: 28/05/2014
http://ec.europa.eu/justice/discrimination/disabilities/disability-strategy/index_en.htm Erişim Tarihi: 26/08/2014

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİREY ÖRGÜT UYUMUNUN İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE YÖNETİCİ DESTEĞİNİN ARACILIK ROLÜ

Güney ÇETİN GÜRKAN

*Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Y.O.
cguney@trakya.edu.tr*

Şule AYDIN TÜKELTÜRK

*Doç. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O.
suleaydin2002@hotmail.com*

Derman KÜÇÜKALTAN

*Prof. Dr., Arel Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Y.O.
dermankucukaltan@arel.edu.tr*

ÖZET

Örgütlerde çalışanların değerleri ile örgütlerin değerlerinin örtüşmesi ile ortaya çıkan birey örgüt uyumunun birçok olumlu sonuç doğurduğu ortaya konmaktadır. Bu sonuçlardan biri de birey örgüt uyumunun iş tatmini üzerindeki olumlu etkisidir. Aynı zamanda çalışanların yöneticilerinden gördükleri destek de iş tatminini arttıran önemli bir olgudur. Bu ilişkiler ışığında, bu çalışma, birey örgüt uyumu ve yönetici desteğinin iş tatmini üzerindeki etkisini incelemiş ve birey örgüt uyumunun iş tatmini üzerindeki etkisinde yönetici desteğinin aracılık rolü olup olmadığını araştırmıştır. Araştırmanın sonuçları, birey örgüt uyumu ve yönetici desteğinin iş tatmini üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte birey örgüt uyumunun iş tatmini üzerindeki etkisinde yönetici desteğinin aracılık rolü olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler:*Birey Örgüt Uyum, Yönetici Desteği, Genel İş Tatmini*

GİRİŞ

Çalışanlar, bireysel değerleri ile örgütün değerlerinin örtüştüğü durumlarda o örgütte çalışmaya, örgütler de kendi değerleri ile uyumlu bireyleri istihdam etmeye eğilimlidirler (Latif ve Usman, 2013, s.385). Birey ile örgüt uyumunun sağlandığı bu gibi durumlarda çalışanın iş tatmin düzeyinin de arttığı ve dolayısıyla işten ayrılma niyetinin düştüğü yapılan bazı çalışmaların (Liu, Liu ve Hu, 2010; Chunjiang ve diğerleri, 2011) sonuçlarında görülmektedir. Personel devir hızının oldukça yüksek olduğu turizm sektöründe birey örgüt uyumunu (BÖÜ) sağlamak ve bu vesileyle iş tatminini artırarak işten ayrılmaları azaltmak örgütlerin sürdürülebilir büyümelerine önemli düzeyde katkı sağlayabilir. Ayrıca çalışanların BÖÜ'lerinde yöneticileri ile uyumları da önemli bir bileşendir. BÖÜ'nu üç alt boyut olarak (birey-şirket değerleri uyumu, birey-yönetici uyumu, birey-iş arkadaşları uyumu) inceleyen araştırmalar (Autry ve Daugherty, 2003; Chunjiang, Honglan ve Ye, 2011) özellikle birey ve yöneticisi arasındaki uyumun bireylerin iş tatminleri üzerindeki olumlu ve dolaylı olarak işte kalma kararları üzerinde etkisini ortaya koymuşlardır.

Bu çalışmada, BÖÜ ve yönetici desteğinin iş tatmini üzerindeki etkisi ve BÖÜ'nün iş tatmini üzerindeki etkisinde bireylerin algıladığı yönetici desteğinin rolü incelenmiştir. Araştırmanın kapsamını Türkiye’de faaliyet gösteren 4-5 yıldızlı otel işletmeleri ve 1. sınıf tatil köyleri oluşturmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Birey Örgüt Uyumu (BÖÜ)

Bireyin çevresi ile uyumu çerçevesinde, işletme yazınında birey-iş uyumu (İplik, Kılıç ve Yalçın, 2011; Lee ve Antonakis, 2012), birey-meslek uyumu (Marcus ve Wagner, 2013; Feij, van der Valde, Taris ve Taris, 1999) ve birey-örgüt uyumu (O'Reilly, Chatman ve Caldwell, 1991; Kristof, 1996; Pekdemir, Koçoğlu ve Çetin Gürkan, 2013) incelenen önemli konular arasında yerini almıştır. Günümüzde iş arayan kişiler kendileri için en uygun örgütü ve en iyi performansı gösterebilecekleri işi seçebilmek için oldukça fazla çaba göstermektedir (Morley, 2007). Örgütler de kendi değerleri ile uyumlu bireyleri işe alma konusunda daha titiz davranmaktadır (Latif ve Bashir, 2013). Bu durumda kişinin çalışacağı örgüt ve örgütlerin de çalıştıracakları kişilerle uyumlu olma eğilimleri gün geçtikçe önem kazanmaktadır. BÖÜ, Kristof (1996, s.3) tarafından (a) en az bir tarafın diğerinin ihtiyacını karşılaması, (b) her iki tarafın benzer temel özellikler paylaşmaları veya (c) her iki durumun da mevcut olması şeklinde ifade edilmiştir. Farooqui ve Nagendra (2014, s.124) ve Tepeci ve Barlett (2002, s.152) BÖÜ'nu çalışanın bakış açısından değerlendirerek çalışanın kişisel değerleri ile örgütün değerlerinin uyumu şeklinde açıklamaktadır. BÖÜ, birey ve çevrenin birbirinden bağımsız özelliklerinden kaynaklanan bir sonuç olmaktan ziyade birey ve örgütün ilişkilerinden kaynaklanan bir durumdur (Westerman ve Vanka, 2005).

İş Tatmini

İş tatmini ilk incelenmeye başladığı 1920’li yıllardan beri alanyazında en fazla araştırma konusu olan kavramlardan birisidir. Bu kavramın, bireyin yaşam doyumu, fiziksel ve ruhsal sağlıkları ile ilgisi başta olmak üzere, örgütlerin de iş tatminsizliğinin olumsuz sonuçlarından kaçınması açısından önemi göz ardı edilemez (Yıldırım, 2007). İş tatmini Locke (1976, s.1300) tarafından “kişinin işi veya işi ile bağlantılı deneyimlerinden kaynaklanan zevkli veya olumlu durum” şeklinde tanımlanmıştır. İş tatmini, bireyin işine ait çeşitli boyutlara gösterdiği duygusal tepki/yanıt olarak da ifade edilmektedir (Kasimati, 2011). Duygusal olumlu bu tür tepkiler bireylerin daha mutlu olmalarını sağlamaktadır. “Mutlu çalışanlar tatmin olmuş çalışanlardır” ve “tatmin olmuş çalışanlar daha üretken çalışanlardır” fikri ise örgütlerde iş tatminini sağlama ve artırma eğilimini ortaya çıkarmaktadır (Fisher, 2003, s.754; Cleare, 2013, s.201).

Algılanan Yönetici Desteği

Eisenberger, Huntington, Hutchison ve Sowa (1986), yöneticilerin, çalışanlarının örgüte katkılarına değer vermeleri ve onların iyiliğini istemelerini ifade etmek için “yönetici

desteği” kavramını önermişlerdir. Yöneticiler çalışanların performanslarını değerlendiren ve yönetme sorumluluğu olan örgütün temsilcileri olarak hareket etmektedir (Eisenberger, Stinglhamber, Christian, Sucharski, Rhoades, 2002, s.565). Bu anlamda oldukça önem arz eden yönetici desteği kavramı Yoon ve Lim (1999, s.925) tarafından “odak noktası olan çalışanın birincil yöneticisinin desteği” olarak tanımlanmıştır. Çalışanların yöneticileriyle ilişkili algı ve davranışları, örgütleriyle ilişkili algı ve davranışlarından ayrı olarak örgütü ilgilendiren çıktıları etkileyebilmektedir (Maertz, Griffeth, Campbell ve Allen, 2007, s.1071).

KAVRAMLAR ARASI İLİŞKİLER

Birey Örgüt Uyumu ve İş Tatmini İlişkisi

Yazında BÖÜ ile iş tatmini arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koyan bir çok ampirik araştırma mevcuttur (Song ve Chatboth, 2011; Liu ve diğerleri, 2011; Silverthorne, 2004). Ng ve Sarris (2009) birey-örgüt uyumunu inceledikleri çalışmalarında, birey-örgüt uyumu yüksek olan çalışanların iş tatmin düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kasimati (2011) tarafından Arnavutluk kamu çalışanları ile yürütülen çalışmada BÖÜ ile iş tatmini arasında kuvvetli pozitif ilişkisi ortaya konmuştur. Birçok farklı değişken ile BÖÜ arasındaki ilişkiyi inceleyen Netemeyer, Boles, McKee ve McMurrian (1997) BÖÜ’nun iş tatminin bir öncülü olduğunu vurgulamıştır.

BÖÜ’nu şirket değerleriyle uyum, yönetici ile uyum ve çalışma arkadaşlarıyla uyum şeklinde üç boyutta inceleyen Autry ve Daugherty (2003) şirket değerleri ve yönetici ile uyumun iş tatmini ile anlamlı ilişkisini ortaya koyarken, iş arkadaşları ile uyum ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamışlardır.

Bazı araştırmalarda ise, ters bir bakış açısı ile iş tatmininin BÖÜ’nu pozitif yönlü etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Turunç ve Çelik, 2012; Gutierrez, Candela ve Carver, 2012).

Turizm sektöründe BÖÜ ve iş tatmini ilişkisini inceleyen araştırmalar (Song ve Chathoth, 2011) pozitif ilişkiyi doğrular sonuçlar elde etmişlerdir. Türkiye bağlamında yapılan araştırmalarda, Türk turizm sektörü çalışanlarının iş tatminini etkileyen faktörler konusunda yapılan çeşitli araştırmalar (Akıncı, 2002; Aksu ve Aktaş, 2005; Toker, 2007; Küçükaltan, Talih ve Özhan, 2010) demografik faktörlerin etkisini araştırırken, bazı araştırmalar ise (Tarlan ve Tütüncü, 2001; Örücü ve Esenkal, 2005; Rızaoğlu ve Ayyıldız, 2008; Altay, 2009; Akgündüz, 2013) yaşam doyumu, öz yeterlilik, örgüt kültürü, çalışma koşulları, iş başarımı, tükenmişlik gibi kavramlarla ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın konusu olan, BÖÜ’nun iş tatmini ile pozitif ilişkisi diğer endüstrilerde incelenmiş (Yahyagil, 2005; Turunç ve Çelik, 2012) ve aynı zamanda turizm sektöründe de konaklama işletmelerinde BÖÜ ile iş tatmininin pozitif yönlü ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır (İplik ve diğerleri, 2011; Tepeci ve Barlett, 2002). Yukarıda incelenen araştırmalarda ortaya konan ilişkiler ışığında aşağıdaki hipotez kurgulanmıştır.

1.H₁: Çalışanların birey örgüt uyumları iş tatminlerini pozitif ve anlamlı bir biçimde etkiler.

Yönetici Desteği ve İş Tatmini İlişkisi

Algılanan yönetici desteğinin yüksek olması iş tatmininin de yüksek olmasını sağlayan önemli bir durumdur (Hsu, 2011) Bu yöndeki pozitif ilişki çeşitli araştırmaların sonuçlarında (Babin ve Boles, 1996; Griffin, Patterson ve West, 2001; Elias ve Mittal, 2011) ortaya konmuştur. Balayi, van Waveren ve Chan (2014) Güney Afrika’da Petro kimya endüstrisinde yürüttükleri bir araştırmada, yönetici desteğinin iş tatminini arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Yine Yoon, Seo ve Yoon (2004) tarafından müşterilerle sürekli iletişim halinde bulunan satış personeli ile yürütülen kapsamlı bir araştırmada, yönetici desteğinin iş tatmini üzerindeki pozitif yönlü etkisi olduğu görülmektedir. Anderson, Coffey ve Byerly (2002) tarafından yürütülen araştırmada da bu ilişki doğrulanmıştır.

Türkiye bağlamında yönetici desteğinin iş tatmini üzerindeki pozitif etkisi Emhan (2012) ve Emhan, Mengenci, Taşdöven ve Garayev (2014) tarafından ortaya konmuş fakat yazında bu konuda çok fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Ayrıca konaklama işletmeleri kapsamında, Karatepe ve Kılıç (2007) tarafından Kuzey Kıbrıs otellerinde yürütülen araştırmada da yönetici desteği ile iş tatmini arasındaki pozitif yönlü ilişkiyi destekler sonuçlar elde edilmiştir.

Yukarıda incelenen çeşitli araştırmalarla ilişkileri ortaya konmuş BÖÜ, iş tatmini ve algılanan yönetici desteği kavramları ile ilgili çalışmanın ikinci ve üçüncü hipotezleri şu şekilde kurulmuştur.

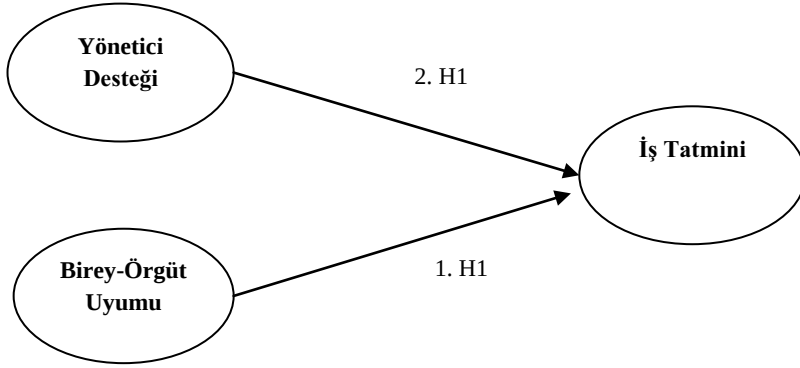
2.H₁: Çalışanların algıladıkları yönetici desteği iş tatminlerini pozitif ve anlamlı bir biçimde etkiler.

3.H₁: Birey örgüt uyumunun iş tatmini üzerindeki etkisinde algılanan yönetici desteğinin aracılık etkisi mevcuttur.

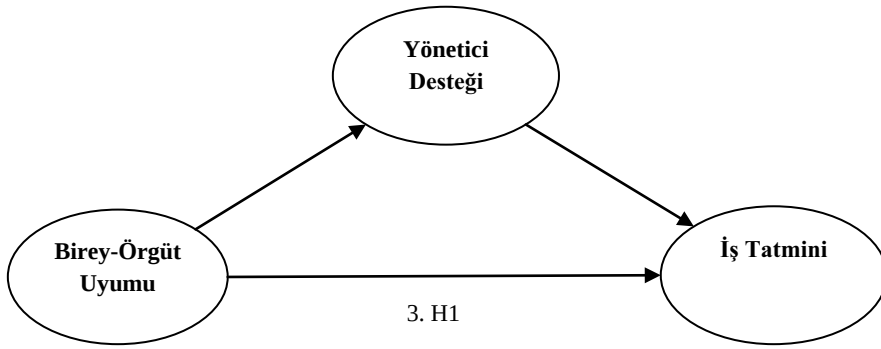
ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı, birey örgüt uyumu, yönetici desteği ve iş tatmini arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır. Ayrıca birey örgüt uyumu ile iş tatmini arasındaki ilişkide yönetici desteğinin aracılık rolü olup olmadığı da incelenecektir. Bu kapsamda oluşturulan araştırma modelleri Şekil 1 ve Şekil 2’de görülmektedir.



Şekil 1. Birinci Araştırma Modeli



Şekil 2. İkinci Araştırma Modeli (Aracılık)

Araştırmanın amacı doğrultusunda, araştırmada kullanılan veriler, veri toplama yöntemlerinden "anket" yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma modeli kapsamındaki ilişkiler nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve bağıntısal modeller yardımıyla incelenmiştir. Betimsel model kapsamında, ortalama değerler ve standart sapmalar raporlanmıştır. Bağıntısal model kapsamında ise, regresyon analizleri ile değişkenler arası ilişkiler incelenmiştir.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamı, farklı konaklama işletmesi türlerinden seçilen ana kitlenin karşılaştırma yapma olanağı sağlayabilecek olması gözetilerek Türkiye’de faaliyet gösteren 4-5 yıldızlı otel işletmeleri ve 1. sınıf tatil köyleri olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan soru formu, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak, web, e-posta aracılığı ile dağıtılmış ve aynı zamanda araştırmacılar tarafından posta yoluyla konaklama

işletmelerinin çalışanlarına ulaştırılarak toplanmıştır. Geri dönen 328 anket formundan 2 adedi eksik veriler nedeniyle elenerek, 326 geçerli anket örneklem hacmi olarak kesinleşmiştir. Araştırmaya katılan çalışanlara ait demografik ve mesleki özellikler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik ve Mesleki Özellikleri

Otel Kategorisi	F	%	Departman	f	%
5 Yıldızlı	165	50,6	Önbüro	58	17,8
4 Yıldız	145	44,5	Yiyecek&İçecek/Banket	77	23,6
1.Sınıf Tatil Köyü	7	2,1	Mutfak	57	17,5
Mevcut Otelde Çalışma Yılı	F	%	Kat Hizmetleri	27	8,3
2 Yılden Az	224	68,7	Satış Pazarlama	19	5,8
3-5 Yıl Arası	60	18,4	Muhasebe/Finans/Satın Alma	30	9,2
6 Yıl ve Üstü	30	9,2	Spa/Wellness	14	4,3
Meslekte Çalışma Yılı	F	%	Üst Düzey Yönetici/Sahip	3	,9
1-3 Yıl Arası	147	45,1	Diğer	32	9,8
4-7 Yıl Arası	71	21,8	Eğitim	f	%
8 Yıl ve Üstü	96	29,4	Lise	159	48,8
Otelin Konumu	F	%	Önlisans	59	18,1
Şehir	234	71,8	Lisans	88	27,0
Kıyı/Dağ	91	27,9	Lisansüstü	6	1,8
Otelin Sahiplik durumu	F	%	Statü	F	%
Yerli Zincir	258	79,1	Yönetici	26	8,0
Yabancı Zincir	25	7,7	Çalışan	292	89,6
Bağımsız	35	10,7	Cinsiyet	f	%
Yaş	F	%	Kadın	135	41,4
18-23 Arası	91	27,9	Erkek	191	58,6
24-29 Arası	108	33,1	Medeni Durum	F	%
30-35 Arası	63	19,3	Evli	119	36,5
36 ve Üstü	46	14,1	Bekar	204	62,6

Kullanılan Ölçekler

Demografik ve Mesleki Bilgi Formu;katılımcıların cinsiyet, medeni durum ve yaşları yanında statüleri, öğrenim durumları, meslekte ve mevcut otelde çalışma süreleri, mevcut otelin ilk işyerleri olup olmadığı, departmanları, otelin yıldız kategorisi, konumu ve sahiplik durumu gibi bilgileri içermektedir.

Birey Örgüt Uyumu; Bu çalışmada birey-örgüt uyumu ölçeği olarak, Netemeyer, Boles, McKee, McMurrian (1997) tarafından geliştirilen 4 ifadeli ölçek kullanılmıştır. Söz konusu ölçek, Kristof (1996) tarafından ifade edilen uyum ölçüm yöntemlerinden öznel uyum ölçüm yöntemi ile değerlendirilmiş olup, bireyin kendisi örgütü ile uyumunun düzeyini değerlendirmiştir. Birey örgüt uyumu ölçeğinin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .89 olarak tespit edilmiştir.

Yönetici Desteği; Algılanan yönetici desteği ölçeği olarak, Eisenberger, Huntington, Hutchison, Sowa tarafından geliştirilmiş olan algılanan örgüt desteği ölçeğine ait en fazla faktör yükü olan yönetici desteği ilişkili 8 ifadeli kısaltılmış versiyonu kullanılmıştır (Eisenberger ve diğerleri, 1986, s.502). Orijinal ölçekte kullanılan “örgütüm...” ile başlayan ifadeler, “yöneticim...” ile başlayacak şekilde değiştirilmiştir. Ölçeği geliştiren araştırmacılar ve bu konuda araştırma yapanlar ölçeği bu haliyle kullanmışlardır (Rhoades ve Eisenberger, 2006, s.689; Dawley, Andrews ve Bucklew 2008, s.238). BÖÜ ve Yönetici desteği ölçeklerinde ifadeler 5’li likert tipi ile ölçümlenmiştir. Yönetici desteği ölçeğinin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .76 olarak tespit edilmiştir.

İş Tatmini;

İş tatmini ölçeği olarak Weis, Davis, England ve Lofquist (1967) tarafından geliştirilen, Baycan (1985) tarafından Türkçe’ye uyarlanan Minnesota İş Tatmini ölçeği kullanılmıştır. Orijinal ölçek 100 maddeden oluşmakta fakat 20 maddelik kısaltılmış versiyonu birçok araştırmada (Yelboğa, 2007, Yılmaz ve Karahan, 2009) kullanılmıştır. Ayrıca, Özsoy, Uslu, Karakiraz ve Aras (2014, s.237) tarafından Türkiye’de yürütülen tez çalışmalarının incelendiği araştırmada, Minnesota İş Tatmini ölçeğinin Türkiye’de en yaygın kullanılan ölçek olduğu belirtilmektedir. Bu çalışma kapsamında, BÖÜ’nün genel iş tatmini üzerindeki etkisi araştırıldığından, alt boyutlar bağlamında değerlendirmeye gidilmemiştir. İş tatmini ölçeğinde ifadeler 5’li likert ölçeği ile 1-Hiç memnun değilim ve 5-Çok memnunum aralığında ölçümlenmiştir. İş tatmini ölçeğinin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı .93 olarak tespit edilmiştir.

BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen veriler istatistik programına aktararak analizler yapılmıştır. İlk aşamada, birey-örgüt uyumu, yönetici desteği ve genel iş tatmini değişkenlerinin ortalama değer, standart sapma ve korelasyonları incelenmiştir. Tablo 2.’den de görülebileceği araştırma kapsamındaki birey örgüt uyumu, yönetici desteği ve genel iş tatmini değişkenlerine ait ortalamalar sırasıyla 3.53, 3.37 ve 3.70’tir. Katılımcıların söz konusu değişkenler arasında en yüksek puanlamayı iş tatminine, en düşük puanı ise yönetici desteğine verdikleri görülmektedir. Buna karşın her üç değişken de ortalamalar bakımından orta düzeyin üzerindedir ve bu sonuçlar katılımcıların örgütleri ile uyumlu oldukları, yöneticilerinden destek gördükleri ve genel olarak işlerinden tatmin oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Ortalama Değer, Standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	1	2
1. Birey-Örgüt Uyumu	3,5355	1,20863		
2. Yönetici Desteği	3,3713	,86428	,312**	
3. İş Tatmini	3,7020	,77090	,733**	,283**

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı (2-kuyruk)

Tablo 2.'deki korelasyon katsayıları incelendiğinde, birey örgüt uyumu ile genel iş tatmini arasında pozitif yönlü ve kuvvetli ($r = .733$, $p \leq .01$) bir ilişki görülürken, birey örgüt uyumu ile yönetici desteği ($r = .312$, $p \leq .01$) ve yönetici desteği ile iş tatmini ($r = .283$, $p \leq .01$) arasında zayıf fakat pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırmanın birinci modelini test etmek amacıyla yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 3.'te görülmektedir.

Tablo 3. Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Genel İş Tatmini (Bağımlı Değişken)			
	R	R ²	F Değeri	P Değeri
Birey Örgüt Uyumu	,733	,538	377,008	,000
Yönetici Desteği	,283	,080	28,1107	,000

Yapılan analizler, birey örgüt uyumunun genel iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu doğrular şekilde sonuçlanmıştır. Genel iş tatminindeki değişimin %53,8'i birey örgüt uyumu değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu sonuç ile 1.H₁ hipotezi kabul edilmiştir. Yönetici desteğinin iş tatmini üzerinde pozitif etkisi de yine regresyon analizleri sonucu ortaya çıkmıştır. Fakat yönetici desteği iş tatmini değişkeninin yalnızca %8'ini açıklamaktadır. Sonuç olarak, çalışmanın 2.H₁ hipotezi de desteklenmektedir.

Araştırmaya katılan konaklama işletmesi çalışanlarının birey örgüt uyumlarının iş tatminleri üzerindeki etkisinin yöneticilerinden aldıkları destek aracılığıyla değişiklik gösterebileceği varsayımından hareketle oluşturulan 3.H₁ hipotezinin sınanması için Baron ve Kenney (1986) tarafından önerilen üç aşamalı yöntem uygulanmıştır. Birinci aşamada, bağımsız değişken olan birey örgüt uyumunun iş tatmini üzerinde etkisi incelenmektedir. Bu etki 1.H₁ hipotezi ile sınanmış ve Tablo 4.'te tekrar verilmiştir.

Tablo 4. Yönetici Desteğinin Birey Örgüt Uyumunun İş Tatmini Üzerindeki Etkisinde Aracılık Rolü

Birinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları (Model 1)

Bağımlı Değişken: Genel İş Tatmini			
Bağımsız Değişken:	Beta	t değeri	p değeri
Birey Örgüt Uyumunu	,733	19,417	,000
R= ,733 Düzeltilmiş R²= ,536 F değeri= 377,008 p değeri= ,000			

İkinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları (Model 2)

Aracı Değişken: Yönetici Desteği			
Bağımsız Değişken:	Beta	t değeri	p değeri
Birey Örgüt Uyumunu	,312	5,916	,000
R= ,312 Düzeltilmiş R²= ,095 F değeri= 35,002 p değeri= ,000			

Üçüncü Basamak Regresyon Analizi Sonuçları (Model 3)

Bağımlı Değişken: Genel İş Tatmini			
Bağımsız Değişkenler:	Beta	t değeri	p değeri
Birey Örgüt Uyumunu	,715	18,014	,000
Yönetici Desteği	,059	1,495	,136
R= ,736 Düzeltilmiş R²= ,538 F değeri= 190,341 p değeri= ,000			

Birey örgüt uyumunun iş tatmini üzerinde anlamlı etkisinin olması ilk koşulu yerine getirmektedir. İkinci aşamada, bağımsız değişken olan birey örgüt uyumunun aracı değişken olan yönetici desteği üzerinde anlamlı etkisi olup olmadığına bakılmıştır. Bu analiz sonucunda, birey örgüt uyumunun yönetici desteği üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmüştür. Analizin son aşamasında bağımsız değişken olan birey örgüt uyumu ve aracı değişken olan yönetici desteğinin birlikte iş tatmini üzerindeki etkisine bakılmış ve yönetici desteğinin iş tatmini üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı ($p=,136$) görülmüştür. Bu sonuç, yönetici desteğinin bu ilişkide aracılık rolü olmadığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle araştırmanın 3.H₁ hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ

Konaklama işletmesi çalışanlarına uygulanan bu çalışmada birey örgüt uyumu, yönetici desteği ve iş tatmini arasındaki ilişkileri ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışma sonuçları, hem çalışanlar ile örgütlerinin uyumunun hem de algıladıkları yönetici desteğinin iş tatmini üzerinde pozitif etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Birey örgüt uyumu ile iş tatmini arasındaki pozitif ilişki yazında yer alan Ng ve Sarris (2009), Song ve Chatboth (2011), Liu ve diğerleri (2011), İplik ve diğerleri (2011) tarafından yürütülen çalışmaların sonuçları ile de uyumludur. Yönetici desteği ile iş tatmini arasında pozitif ilişki de Babin ve Boles (1996), Griffi ve diğerleri (2001), Elias ve Mittal (2011), Anderson ve diğerleri (2002)'nin çalışma sonuçları ile örtüşmektedir.

İş tatmini yüksek çalışanlara sahip olmak isteyen örgütlerin çalışanlarının değerleri ile kendi değerlerinin uyumunu gözeterek işe alım, oryantasyon, eğitim gibi fonksiyonlarını planlamaları oldukça önemlidir. Yöneticilerinden destek gördükleri şeklinde algıya sahip çalışanlar örgütlerinden de destek gördüklerini düşünmekte (Eisenberger ve diğerleri, 2002) dolayısıyla örgütleri ile uyumları da bundan olumlu etkilenebilmektedir.

Yönetici desteğinin birey örgüt uyumunun iş tatmini üzerindeki etkisindeki aracılık rolünün incelendiği analizlerde, yönetici desteğinin aracılık rolü üstlenmediği ortaya çıkmıştır. Bu durum, birey ile örgütün uyumunun sağlandığı durumlarda iş tatmininin olumlu etkilendiğini fakat çalışanın yöneticisinden destek algılayıp algılamamasının bu ilişkiyi etkilemediğini göstermektedir. Araştırma kapsamında yöneticinin desteği ele alındığından pozitif algı değerlendirilmiştir, çalışanların yöneticileri ile uyumlu ilişki içerisinde olmadığı, aralarındaki etkileşimin negatif olduğu durumlarda birey-örgüt uyumunun iş tatmini üzerindeki etkisi başka araştırmalara konu teşkil edebilir. Ayrıca, yöneticilerden görülen desteğin birey ile örgütün uyumunu olumlu yönlü etkileyebilmesi mümkündür. Bu bağlamda yönetici desteğinin birey-örgüt uyumunun bir öncülü olup olmadığı da ileride gerçekleştirilecek çalışmalarda yer alabilir.

İş tatmini yüksek çalışanların aynı zamanda üretkenliği yüksek çalışanlar olacağı düşünüldüğünde, çalışanların işlerinden duydukları tatmin düzeyini etkileyen değişkenler de oldukça önem kazanmaktadır. Örgütler, kendileri ile uyumlu değerlere sahip çalışanları istihdam ederlerse dolaylı olarak verimi yüksek ve hatta işten ayrılma niyeti düşük çalışanlara sahip olacaklardır. Çalışmanın sonuçları yönetici desteğinin iş tatmini üzerindeki etkisinin birey örgüt uyumu kadar etkili olmadığını göstermiştir. Fakat bu sonuç, yönetici desteğinin önemsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Etki oranı küçük olmasına rağmen yönetici desteğinin iş tatmini üzerindeki pozitif etkisi yine de mevcuttur.

Araştırmanın kapsamı itibariyle konaklama işletmeleri ele alınmıştır ve konaklama işletmelerinde işgören devir hızlarının yüksek olması önemli bir problemidir. Çalışanların örgütleri ile uyumlu olmaları, iş tatminlerini olumlu etkilediği gibi, işte kalma niyetlerini de olumlu etkileyebilecektir. Bu nedenle öncelikle işe alım aşamasında potansiyel adayların örgüt değerleri ile uyumu gözetilerek, daha sonraki olumlu çıktıların önü açılabilir.

Çalışmanın bir takım kısıtları da mevcuttur. Öncelikle konaklama işletmelerinde anket çalışmasının yürütülmesinde, çalışanların zaman kısıtları ve düşük ilgi düzeylerinden kaynaklanan engeller mevcuttur. Bu nedenle örneklem büyüklüğünün arttırılarak çalışmanın daha geniş bir kitle ile tekrarlanması daha genellenebilir sonuçlar ortaya koymak açısından önemlidir. Araştırmanın değişkenlerinden iş tatmini genel düzeyde ele alınmıştır. Daha sonraki çalışmalarda alt boyutlar üzerinde birey örgüt uyumu ve yönetici desteğinin etkilerinin araştırılması alana daha fazla katkı sağlayabilecektir. Ayrıca araştırmanın mevcut değişkenlerine ek olarak, ilerideki çalışmalara birey grup uyumu,

birey iş uyumu gibi faktörler de eklenerek iş tatmini üzerinde bireyin etkisi daha açıklayıcı hale getirilebilir.

KAYNAKÇA

- Altay, H. (2009). Antakya ve İskenderun otel çalışanlarının tükenmişliği ve iş tatmini üzerine bir araştırma, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(12), 1-17.
- Akgündüz, Y. (2013). Konaklama İşletmelerinde İş Doyumu, Yaşam Doyumu ve Özyeterlilik Arasındaki İlişkinin Analizi, *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 180-204.
- Akıncı, Z. (2002). Turizm sektöründe işgören iş tatminini etkileyen faktörler: beş yıldızlı konaklama işletmelerinde bir uygulama, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4, 1-25.
- Aksu, A. Ve Aktaş, A. (2005). Job satisfaction of managers in tourism, *Managerial Auditing Journal*, 20(5), 479 – 488.
- Anderson, S. E., Coffey, B.S. ve Byerly, R.T. (2002). Formal Organizational Initiatives and Informal Workplace Practices: Links to Work-Family Conflict and Job-Related Outcomes, *Journal of Management*, 28(6), 787-810.
- Autry, C.W. ve Daugherty, P.J. (2003). Warehouse operations employees: Linking person-organization fit, job satisfaction, and coping responses, *Journal of Business Logistics*, 24(1), 171-197.
- Babin, B.J. ve Boles, J.S. (1996). The Effects of Perceived Co-Worker Involvement and Supervisor Support on Service Provider Role Stress, Performance and Job Satisfaction, *Journal of Retailing*, 72(1), 57-75.
- Baloyi, S., van Waveren, C.C. ve Chan, K.Y. (2014). The role of supervisor support in predicting employee job satisfaction from their perception of the performance management system: A test of competing models in engineering environments, *South African Journal of Industrial Engineering*, 25(1), 85-95.
- Baron, R. M. ve Kenney, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Baycan, A. (1985), An Analysis of the Several Aspects of Job Satisfaction Between Different Occupational Groups (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chunjiang, Y., Honglan, W. ve Ye, L. (2011). The Effects of Person-Organization Fit on Job Satisfaction and Turnover Intention, *Business Management and Electronic Information (BMEI), 2011 International Conference (Volume:2)*, 320-323.
- Cleare, L. (2013). Personality as a Predictor of Job Satisfaction: Study of the Relationship between Personality and Job Satisfaction amongst Workers in the Bahamas, *Journal of Management Research*, Vol. 5, No. 3, 200-229.
- Dawley, D.D., Andrews, M.C. ve Bucklew, N.S. (2008). Mentoring, Supervisor Support and Perceived Organizational Support: What Matters Most?, *Leadership & Organization Development Journal*, 29(3), 235-247.

- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison S. ve Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support, *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500- 507.
- Eisenberger, R. ve Rhoades, L. (2001). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature, *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698- 714.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Christian, V., Sucharski, I.L., Rhoades, L., (2002). Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention, *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 565- 573.
- Elias, S.M. ve Mittal, R. (2011). The importance of supervisor support for a change initiative”, *International Journal of Organizational Analysis*, 19(4), 305-316.
- Emhan, A. (2012). Relationship among Managerial Support, Job Satisfaction and Organizational Commitment: A Comparative Study of Nonprofit, For-Profit and Public Sectors in Turkey, *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 2(5), 179-190.
- Emhan, A., Mengenci, C., Taşdöven, H. ve Garayev, V. (2014). Yapısal Eşitlik Modeli Kullanılarak İş Memnuniyeti, Yönetici Desteği ve Tükenmişlik Kavramları Arasındaki İlişkilerin Analizi: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(27), 75-96.
- Farooqui, S. ve Nagendra, A. (2014). The impact of person organization fit on job satisfaction and performance of the employees, *Procedia Economics and Finance*, 11, 122-129.
- Feij, J.A., van Der Velde, M.E.G., Taris, R. ve Taris, T.W. (1999). The Development of Person-Vocation Fit: A Longitudinal Study among Young Employees, *International Journal of Selection and Assessment*, 7(1), 12-24.
- Fisher, C.D. (2003). Why do lay people believe that satisfaction and performance are correlated? Possible sources of a commonsense theory, *Journal of Organizational Behavior*, 24, 753-777.
- Griffin, M.A., Patterson, M.G. ve West, M.A. (2001). Job Satisfaction and Teamwork: the role of supervisor support, *Journal of Organizational Behavior*, 22, 537-550.
- Gutierrez, A.P., Candela, L.L. ve Carver, L. (2012). The structural relationships between organizational commitment, global job satisfaction, developmental experiences, work values, organizational support, and person-organization fit among nursing faculty, *Journal of Advanced Nursing*, 68(7), 1601-1614.
- Hsu, Y.R. (2011). Work-Family Conflict and Job Satisfaction in Stressful Working Environment, *International Journal of Manpower*, 32(2), 233-248.
- İplik, F.N., Kılıç, K.C. ve Yalçın, A. (2011). The simultaneous effects of person-organization and person-job fit on Turkish Hotel Managers, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 644-661.
- Karatepe, O.M. ve Kılıç, H. (2007). Relationship of Supervisor Support and Conflicts in the Work-Family Interface with the Selected Job Outcomes of Frontline Employees, *Tourism Management*, 28, 238-252.
- Kasimati, M. (2011). Job satisfaction and turnover under the effect of person-organization fit in Albanian public organization, *Journal for East European Management Studies*, 16(4), 315-337.

- Küçükaltan D., Talih D. ve Özhan, Ş. (2010). Otel İşletmelerindeki İşgörenlerin İş Tatmini: Kocaeli ve Yalova Örneği, 2. *Trakya Bölgesi Kalkınma-Girişimcilik Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Kırklareli, 433-446.
- Lam, T., Zhang, H. ve Baum, T. (2001). An investigation of employees' job satisfaction: the case of hotels in Hong Kong, *Tourism Management* 22, 157-165.
- Latif, A. ve Bashir, U. (2013). Person organization fit, job satisfaction and turnover intention: An empirical study in the context of Pakistan, *Global Advance Research Journal of Management and Business Studies*, 2(7), 384-388.
- Lee, Y. ve Antonakis, J. (2014). When Preference Is Not Satisfied but the Individual Is: How Power Distance Moderates Person–Job Fit, *Journal of Management*, 40(3), 641-675.
- Liu, B., Liu, J. ve Hu, J. (2010). Person-Organization Fit, Job Satisfaction, and Turnover Intention: An Empirical Study in the Chinese Public Sector, *Social Behavior and Personality*, 38(5), 615-626.
- Locke, E. (1976). “The nature and causes of job satisfaction”. In Dunnette, M.D. (Eds) *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Chicago: Rand McNally.
- Maertz, C.P. Jr., Griffeth, R.W., Campbell, N.S. ve Allen D.G. (2007). The effects of perceived organizational support and perceived supervisor support on employee turnover, *Journal of Organizational Behavior*, 28, 1059–1075.
- Marcus B. ve Wagner U. (2013). What Do You Want To Be? Criterion-Related Validity of Attained Vocational Aspirations Versus Inventoried Person–Vocation Fit, *Journal of Business Psychology*, DOI 10.1007/s10869-013-9330-9.
- Morley, M.J. (2007). Person-Organization Fit, *Journal of Managerial Psychology*, 22(2), 109-117.
- Ng, C., Sarris, A., (2009). Distinguishing Between the Effect of Perceived Organizational Support and Person-Organization Fit on Work Outcomes, The Australian and New Zealand, *Journal of Organizational Psychology*, 2, 1-9.
- Netemeyer, R.G., Boles, J.S., McKee, D.O., McMurrian, R., (1997). An Investigation into the Antecedents of Organizational Citizenship Behaviors in a Personal Selling Context, *Journal of Marketing*, 61, 85-98.
- O'Reilly III, C. A., Chatman, J. ve Caldwell, D.F. (1991). People and Organizational Culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit, *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516.
- Örücü, E. ve Esenkal, F. (2005). Konaklama İşletmelerinde İş Gören Tatminini Etkileyen Faktörler (Bandırma ve Erdek örneği), *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(14), 141-166.
- Özsoy, E., Uslu, O., Karakiraz, A. ve Aras, M. (2014). İş Tatmininin Ölçümünde Ölçek Kullanımı: Lisansüstü Tezleri Üzerinden Bir İnceleme, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 232-250.
- Pekdemir, I., Koçoğlu, M. ve Çetin Gürkan, G. (2013). Birey-Örgüt Uyumunun Açıkça Konuşma Davranışı Üzerindeki Etkisinde Algılanan Yönetici Desteğinin Aracılık Rolü: Mba Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 24(75), 83-104.

- Rhoades S.L. ve Eisenberger, R., (2006). When Supervisors Feel Supported Relationship With Subordinates' Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Performance, *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 689-695.
- Rızaoğlu, B. ve Ayyıldız, T. (2008). Konaklama İşletmelerinde Örgüt Kültürü ve İş Tatmini: Didim Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 7-20.
- Silverthorne, C. (2004). The impact of organizational culture and person-organization fit on organizational commitment and job satisfaction in Taiwan, *Leadership & Organization Development Journal*, 25(7), 592 – 599.
- Song, Z. ve Chathoth, P.K. (2011). Intern newcomers' global self-esteem, overall job satisfaction, and choice intention: Person-organization fit as a mediator, *International Journal of Hospitality Management*, 30, 119-128.
- Tarlan, D. ve Tütüncü, Ö. (2001). Konaklama işletmelerinde başarımlı değerlendirme ve iş doyumu analizi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 141-163.
- Tepeci, M. ve Barlett, A.L.B. (2002). The hospitality industry culture profile: a measure of individual values, organizational culture, and person-organization fit as predictors of job satisfaction and behavioral intentions, *Hospitality Management*, 21, 151-170.
- Toker, B. (2007). Konaklama işletmelerinde iş doyumu: demografik değişkenlerin iş doyumu faktörlerine etkisi üzerine bir çalışma, *Journal of Yasar University*, 2(6), 591-614.
- Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2012). İş Tatmini-Kişî-Örgüt Uyumu ve Amire Güven-Kişî-Örgüt Uyumu İlişkisinde Dağıtım Adaletinin Düzenleyici Rolü, *"İşGücü" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14(2), 57-78.
- Weiss, D.J., Dawis, R.V., England, G.W., Lofquist, L.H. (1967). Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation, Vol. 12, University of Minnesota Industrial Relation Center, Minneapolis, MN.
- Westerman J. W. ve Vanka S. (2005). A Cross-Cultural Empirical Analysis of Person-Organization Fit Measures as Predictors of Student Performance in Business Education: Comparing Students in the United States and India, *Academy of Management Learning and Education*, 4(4), 409-420.
- Yahyagil, M.Y. (2005). Birey ve organizasyon uyumu ve çalışanların iş tutumlarına etkisi, *Öneri*, 6(24),137-149.
- Yelboğa, A. (2007). Bireysel demografik değişkenlerin iş doyumu ile ilişkisinin finans sektöründe incelenmesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 1-18.
- Yıldırım, F. (2007). İş Doyumu İle Örgütsel Adalet İlişkisi, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(1), 253-278.
- Yılmaz, H. ve Karahan, A. (2009). Bireylerin kişisel özellikleri yönünden iş doyum düzeylerine göre tükenmişlikleri: Afyonkarahisar ilinde bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3),197-214.
- Yoon, M.H., Seo, J.H. ve Yoon, T.S. (2004). Effects of contact employee supports on critical employee responses and customer service evaluation, *Journal of Services Marketing*, 18(5), 395-412

İŞGÖREN YALNIZLIĞININ BİR ÖNCÜLÜ OLARAK ÖRGÜTSEL DIŞLANMA: BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Korhan KARACAOĞLU

*Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
kkaracaoğlu@nevsehir.edu.tr*

Yurdanur YUMUK

*Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
yurdanur.yumuk@deu.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; Antalya'nın Manavgat İlçesi'ne bağlı Kızılot Beldesi'nde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının örgütsel dışlanma ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek ve demografik değişkenler açısından örgütsel dışlanma ve yalnızlık düzeylerinde anlamlı farklılıklar olup olmadığını ortaya koymaktır. Söz konusu otel işletmelerinde çalışan kişi sayısı 850 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini ise 249 işgören temsil etmektedir.

Anket tekniğinden yararlanılarak toplanan verilerin analizi sonucunda örgütsel dışlanma ile işgören yalnızlığının alt boyutu olan duygusal yoksunluk arasında pozitif yönlü; sosyal arkadaşlık boyutuyla ise negatif yönlü bir ilişkinin olduğu ortaya konulmuştur. Elde edilen farklılık analizi sonuçlarına bakıldığında; cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi değişkenlerine göre örgütsel dışlanmada anlamlı farklılıklar tespit edilmesine karşın; medeni durum, çalışma şekli, departman, işletmedeki hizmet süresi ve pozisyonadaki hizmet süresi değişkenlerine göre anlamlı farklılıklara rastlanamamıştır. Aynı şekilde yaş değişkenine bağlı olarak yalnızlığın sosyal arkadaşlık boyutunda anlamlı farklılıklar elde edilirken; diğer değişkenlere göre yalnızlığın her iki boyutunda da anlamlı farklılıkların bulunmadığı görülmüştür.

Uygulama alanının Antalya-Kızılot Beldesi'nde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri ile sınırlandırılmış olması araştırmanın en önemli kısıtı olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatürde örgütsel dışlanma ile işgören yalnızlığı arasındaki ilişkiyi inceleyen uygulamalı bir çalışmaya rastlanmaması nedeniyle araştırmanın gelecekte konu ile ilgili gerçekleştirilmesi düşünülen çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *İşgören Yalnızlığı, Örgütsel Dışlanma, Otel İşletmeleri*

GİRİŞ

İletişim hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin iç ve dış müşterileriyle olan ilişkilerinde büyük önem taşımaktadır. Özellikle işgörenler arasında sağlıklı iletişim kurulamadığında; bireylerde bazı fiziksel ve ruhsal sorunlar görülebilmektedir. Aynı zamanda grup içinde dışlanan ve örgüt tarafından yeterince desteklenmeyen bireyler zaman zaman yalnızlık duygusuyla da karşı karşıya kalabilmektedirler.

Turizm sektörünün insan odaklı ve/veya insan ilişkileri üzerine kurulmuş bir sektör olduğu düşünüldüğünde; yalnızlık ve örgütsel dışlanma gibi olumsuz ve hizmet kalitesini

düşürücü etkiye sahip davranışların en aza indirgenmesi gerekmektedir. Sektörde işgörenler arası ve müşterilerle olan ilişkilerin niteliği hizmet kalitesini etkilemektedir. Öyle ki işgören bağlılığı örgütsel üretim ve hizmet performansı bakımından önemli faktörlerdir. Örgüt içerisinde bireyin hiçbir neden belirtilmeksizin diğerleri tarafından dikkate alınmaması ya da bireyden uzak durulması anlamına gelen dışlanma (ostracism) ise işgören bağlılığını etkileyen temel faktör sayılmaktadır (Leung, Wu, Chen ve Young, 2011). Örgütsel dışlanma bireyde zihinsel ve fiziksel hasara yol açmakta; bireyi yalnızlığa sürüklemektedir.

İlgili literatürde örgütsel dışlanma ile yalnızlık arasındaki ilişkileri ele alan uygulamalı her hangi bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Ancak bazı kuramsal çalışmalarda, örgütsel dışlanmanın duygusal etkileri arasında; sosyal kaygı, utanma, düşük öz saygı, sinirlenme, depresyon, işten ayrılma niyeti ve işgören yalnızlığı gibi bazı sonuçlara işaret edilmektedir (Baumeister ve Tice, 1990; Chow, Tiedens ve Govan, 2008; Finne, Knardahl ve Lau, 2011, s. 277). Bu çalışmada söz konusu teorik öngörünün otel işletmeleri çalışanları özelinde yapılacak bir uygulamalı çalışma ile ne ölçüde geçerli olduğu ortaya konulmaya çalışılırken; ilgili literatürün derinlik ve zenginlik kazanmasına da katkıda bulunulmaya çalışılacaktır. Dolayısıyla bu çalışmadaki temel amaç; örgütsel dışlanmanın, örgütsel yalnızlık üzerindeki etkisinin ortaya konulmaya çalışılmasıdır. Bunun yanı sıra çalışmanın bir diğer amacı; işgörenlerin örgütsel dışlanma ve yalnızlığa ilişkin algılamalarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesidir. Çalışma örgütsel dışlanma ve işgören yalnızlığı ile ilgili kuramsal açıklamaların yer aldığı bölüm ve örgütsel dışlanma ve işgören yalnızlığı arasındaki ilişkinin otel işletmeleri çalışanlarından toplanan verilerle incelendiği bölüm olmak üzere toplam iki bölümden oluşmaktadır.

ÖRGÜTSEL DIŞLANMA

“Örgütsel dışlanma (ostracism), bir grup içerisinde diğerleri tarafından dikkate alınmama ya da gruba dâhil edilmeme anlamına gelmektedir” (Ferris, Brown, Berry ve Lian, 2008, s. 1348). William ve arkadaşları tarafından yapılan bir diğer tanıma göre dışlanma; bireyin kasıtlı olarak dikkate alınmaması ya da bireyden uzak durulmasıdır. Hitlan ve diğerlerine (2006, s. 217) göre ise; “dışlanma, bir bireyin ya da grubun diğer bir birey ya da grup tarafından kişilerarası ilişkileri, iş başarısını ve itibarını sürdürmeyi engelleyecek düzeyde dışlanması, reddedilmesi ya da dikkate alınmamasıdır”.

Literatürde “ostracism” kavramı ile aynı anlamda kullanılan “exclusion” kavramına rastlanmaktadır. İki kavram genellikle birbirlerinin yerine kullanılmasına rağmen; kavramlar arası anlam farklılığı bulunmaktadır. “Exclusion” bireyin bir gruba ne derece dahil olduğu ile ilgiliyken; “ostracism” bireyin grup tarafından dikkate alınmaması anlamını taşımaktadır ve bu durum bireyin grup dışı bırakılmasını gerektirmemektedir (Liu and Wang, 2011). Scott (2007) da çalışmasında iki kavram arasındaki anlam farklılığını benzer şekilde ifade etmektedir. Örneğin grup içerisindeki herhangi bir bireyin diğer grup

üyelerince etkinliklere davet edilmemesi “exclusion” ile açıklanırken; bireye karşı sessiz kalma ya da bireyle göz temasından kaçınma gibi davranışlar “ostracism” ile açıklanmaktadır. Dolayısıyla bireye yönelik sergilenen olumsuz davranışların sınırlandırılması “ostracism” dir.

Dışlanma (ostracism) tek boyutlu bir olgu olmayıp; üç farklı türe sahiptir. Fiziksel dışlanmada; uzaklaştırmaya ya da sürgün etmeye başvurularak ilişkiyi sonlandırma ve fiziksel bağlantıyı koparma yoluna gidilmektedir. Ancak dışlanma her zaman fiziksel boyutuyla karşımıza çıkmamaktadır. Bireye karşı sessiz muamelenin yapıldığı sosyal dışlanmada da birey sosyal çevresi tarafından yok sayılmakta ve birey çevresiyle etkileşimde bulunamamaktadır. Dışlanmanın üçüncü türü ise yüz yüze etkileşim dışında gelişen teknoloji odaklı dışlanma (cyberostracism) dır. Sohbet odalarında, cepten mesajlaşma esnasında ya da bilgisayar oyunu oynarken beklenen zamanda etkileşime geçilememesi bireyde fiziksel ve sosyal dışlanma etkisi yaratmaktadır (Schechtman, 2008).

Örgütlerde bireyler kasten ya da kasıtlı olmayarak dışlanmaya maruz kalabilmektedirler. Bireye karşı gösterilen sessiz tepki kasten dışlanmanın en çok bilinen halidir. Kasıtlı olmayan dışlanmada ise bireyin gruptan dışlanmasında herhangi bir kötü niyet bulunmamaktadır. Örneğin örgüte yeni katılan birey etkinliklere davet edilmemekte unutulmaktadır. Örgüt yapısı ve kültürünün dışlanma üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Görev bağlılığının düşük düzeyde olduğu ve basık yapıya sahip olan örgütlerde kasten dışlanmaya rastlanmamaktadır. Kasıtlı olmayan dışlanmalarda ise örgütsel stres ve örgütsel çeşitlilik önemli faktörler arasında yer almaktadır (Robinson, O'Reilly ve Wang, 2013).

Örgütsel dışlanma; işgörenin iş ve günlük hayatını etkileyen önemli bir stres faktörüdür (Wu, Yim, Kwan ve Zhang, 2012). Dışlanma bireyin özsaygı, ait olma, kontrol ve anlamlı varoluş ihtiyaçlarını tehdit etmektedir. Grup tarafından dışlanan birey grup içerisinde hoş karşılanmayan davranışlarda bulunduğunu düşünmekte ve bu durum bireyin özsaygısında azalmaya sebebiyet vermektedir. Aynı şekilde grup tarafından dışlanma bireyin grup içerisindeki tanınırlılığını zedelemekte; kontrol mekanizmasını zayıflatmakta ve sonunda bireyin varoluşunu anlamsızlaştırmaktadır (Ferris et al. 2008).

Dışlanma sonucu bireyde görülen endişe ve depresyon hali ise iş tatminsizliği, örgüte bağlılığın azalması ve sonunda işten ayrılmaya niyeti ile sonuçlanmaktadır. Örgütsel dışlanma işgören performansını da olumsuz etkilemektedir. Dışlanma sonucu zamanını ve enerjisini işinde kullanmak yerine kişilerarası ilişkilerini düzeltmek adına harcayan birey; işinin gereklerini yerine getirememekte ve performansı düşmektedir. Yine dışlanma sebebiyle örgütteki hedef çalışanlarla sosyal bağları kopan işgören; işle ilgili önemli bilgi ve kaynaklara ulaşamamakta ve bu durum performansının düşmesine neden olmaktadır (Wu, Wei ve Hui, 2011).

İŞGÖREN YALNIZLIĞI

“Yalnızlık örgütlerde bireyin diğerlerinden uzaklaştığını, diğerleri tarafından yanlış anlaşıldığını ya da reddedildiğini hissettiğinde; bireylerarası duygusal yakınlığı ve samimiyeti destekleyen etkinliklerde iletişime geçebileceği bir örgüt üyesine rastlamadığı durumlarda ortaya çıkan psikolojik rahatsızlığın sürekli halidir” (Wright, 2005, s. 125).

İşgören yalnızlığının genel olarak bireyin sosyal ilişkilerindeki niceliksel ya da niteliksel eksikliklerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak yalnızlık; sosyal çevrenin sahip olduğu niteliklerden ziyade; bireyin bu nitelikleri nasıl algıladığı ile ilgilidir. Bireyin gruptan soyutlanması ve yeterince sosyal destek görememesi (isolasyon) bireydeki yalnızlık hissini kuvvetlendirse bile; yalnızlık daha çok öznel değerlendirmelerle ilişkilendirilebilecek psikolojik bir durumdur (Wright, Burt ve Strongman, 2006). İzolasyonda ise işgören destekleyici ağlar dışında bırakılmakta; iş gereklerinin yerine getirilmesinde yardım ve desteğin sağlandığı sosyal ağ içerisinde yer alamamaktadır. Dolayısıyla yalnızlık (loneliness) ve izolasyon (isolation) birbirinden farklı anlamlarda ele alınması gereken kavramlardır (Erdil ve Ertosun, 2011).

Yalnızlığın duygusal ve sosyal olmak üzere iki farklı boyutu bulunmaktadır. Sosyal yalnızlıkta birey herhangi bir sosyal ağ içerisinde yer alamamakta; iş ve arkadaşlık ilişkileri geliştirememektedir. Duygusal yalnızlıkta ise bireyin çevreyle yakın duygusal bağ kuramaması bireyi yalnızlaştırmaktadır ve yalnızlıkla birlikte bireyde depresyon, düşmanlık, karamsarlık, sosyal uzaklaşma, yabancılaşma ve utangaçlık gibi tutum ve davranışlar gözlemlenmektedir (Chan ve Qiu, 2011).

Örgütlerde yalnızlığa iletişimde bulunulan kişi sayısının azlığı değil; iletişimden duyulan tatminsizlik sebebiyet vermektedir (Wright et al. 2006). İşgörenlerin sahip olduğu değerler ve bu değerler arasındaki uyum kişilerarası ilişkileri etkilemektedir. Örgüt içerisinde benzer değerlere sahip olanların daha iyi bir ilişki içerisinde oldukları ve bu ilişkinin iletişim sürecindeki engelleri ortadan kaldırdığı; iş tatminini artırdığı belirtilmektedir. Örgütlerde yalnızlık bir bireyin diğerini tehdit kaynağı olarak görmeye, endişe duymaya ve diğerleriyle iletişime geçememesi sebebiyle kendini sosyal çevresinden soyutlamaya başlaması sonucu ortaya çıkmaktadır (Yılmaz, 2011).

“Kötü iş dizaynı, rotasyon, terfi ve yönetimdeki yanlış uygulamalar yalnızlığa yol açan örgütsel faktörler arasında yer almaktadır” (Wright, 2005, s. 127-128). Bireyin örgütte bulunduğu pozisyon da yalnızlık üzerinde etkili olan bir diğer faktördür. Literatür genel olarak yönetici ya da lider konumundakiler ile diğer işgörenler arasında duygusal bağa ve sosyal arkadaşlığa rastlanmadığını ve bu durumun yöneticilerin ve liderlerin diğerlerine göre daha fazla yalnızlık hissetmelerine sebebiyet verdiğini ortaya koymaktadır. Ancak, diğerlerine göre eğitilmiş ve yüksek gelire sahip bireylerin işten elde ettikleri başarıyı iş ilişkilerinden daha ön planda tutmaları nedeniyle daha az yalnızlık hissettiklerini açıklayan çalışmalar da bulunmaktadır (Wright, 2012).

İşgörenler arasında işbirliğinin desteklenmediği ve rekabetçiliğin tetiklendiği bir örgütte yalnızlık daha fazla hissedilmektedir (Wright, 2005). Birey- örgüt arası etkileşimi olumsuz etkileyen yalnızlık ise örgütlerde iletişim kopukluğuna, iş performansının düşmesine ve örgütsel bağlılığın azalmasına sebebiyet vermektedir. Bu nedenle örgütlerde işgörenlerarası sosyal ilişkileri geliştirmek adına sosyal etkinliklerin ve eğitimlerin düzenlenmesinde yöneticilere büyük görevler düşmektedir (Ertosun ve Erdil, 2012).

ÇALIŞMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Antalya Manavgat İlçesi Kızılot Beldesi'nin uygulama alanı olarak belirlendiği çalışmanın temel amacı; işgörenlerin örgütsel dışlanma ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ve ilişkinin yönünü ortaya koymaktır. Araştırma aynı zamanda işgörenlerin demografik özelliklerine göre örgütsel dışlanma ve yalnızlık düzeylerinde anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemeyi hedeflemektedir.

Yerli ve yabancı literatürde örgütsel dışlanma ve işgören yalnızlığı ile ilgili çalışmalar bulunmasına karşın; örgütsel dışlanmanın işgören yalnızlığı üzerine etkisini inceleyen uygulamalı bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu nedenle araştırmanın literatürdeki boşluğu dolduracağı ve konu ile ilgili yapılacak çalışmalara önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Doğal güzellikleri ve kültürel çekicilikleriyle iç ve dış turizmde önemli paya sahip olan Antalya'da, mevcut payın korunması ve artırılması otel işletmelerindeki hizmet kalitesiyle paralellik göstermektedir. Otel işletmelerinde hizmet kalitesi ise dış müşteri (turist) ile birlikte iç müşterinin (işgören) de tatmin edilmesiyle sağlanabilmektedir. Bireyin örgütte herhangi bir nedenle diğerleri tarafından dışlanması zamanla bireyi yalnızlaştırmakta ve bu durum örgütlerde istenmeyen tutum ve davranışlara yol açmaktadır. Dolayısıyla çalışma işletmelerin özdeğerlendirme yapmaları açısından da önem arz etmektedir.

ÇALIŞMANIN KAPSAMI, YÖNTEMİ VE KISITLARI

Araştırmanın evrenini Antalya'nın Manavgat İlçesi'ne bağlı Kızılot Beldesi'nde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. 2014 yılı itibarıyla Kızılot Beldesi'nde toplam 7 adet 5 yıldızlı otel işletmesi bulunmaktadır ve bu işletmelerde çalışan toplam kişi sayısı 850 olarak belirlenmiştir. Bu sayıya anket formlarını cevaplandırmayı kesinlikle reddeden 2 otel işletmesi dâhil edilmemiştir. Otel işletmelerine bırakılan anket formlarının sadece 259'unun geri dönüşü sağlanabilmiştir. Analize tabi tutulan anket sayısı ise 249 dur.

Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada yüz yüze anket tekniğinden yararlanılmıştır. Katılımcılara yöneltilen soru formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde işgörenlerin yalnızlık düzeylerini ölçmeye yönelik 16 ifade; ikinci bölümde örgütsel dışlanmaya ilişkin 10 ifade ve son bölümde demografik sorular yer almaktadır. İşgörenlerin yalnızlık düzeylerini ölçmek için Wright vd. (2006) tarafından geliştirilen ve Doğan vd. (2009) tarafından Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan

“Loneliness at Work Scale (LAWS)” kullanılmıştır. Ölçek duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Örgütsel dışlanmayı ölçmek için kullanılan ölçek ise Ferris vd. (2008) tarafından geliştirilmiştir ve tek boyuttur. Anket formunda 5’li Likert Ölçeği temel alınmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde ise sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan istatistik programından (SPSS 19.0) yararlanılmıştır.

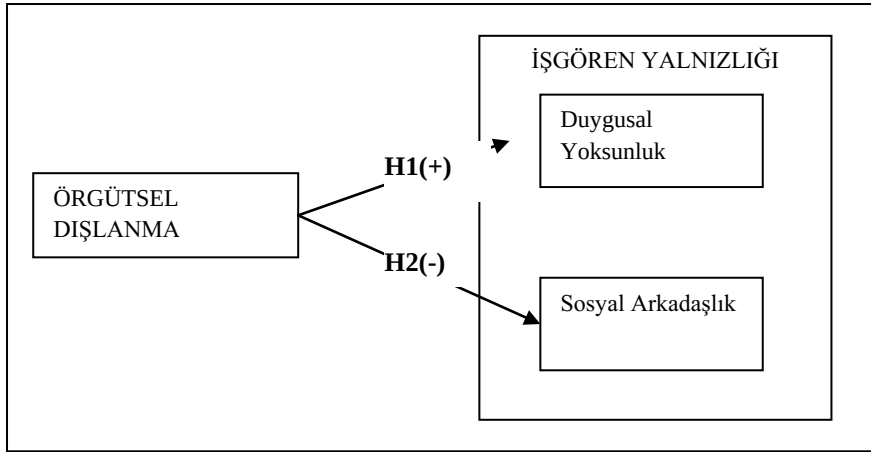
Araştırmanın Kızılot Beldesi’nde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri ile sınırlandırılmış olması ve bazı otel işletmelerinin uygulamaya katılmamaları araştırmanın kısıtları arasında en önemlileridir. Elde edilen verilerde katılımcıların işletmedeki pozisyonlarının birbirine eşit/yakın dağılım göstermedikleri görülmüştür. Bu nedenle departman bazında değerlendirme yapılmıştır. Anket formunda yer alan bazı ifadelerin katılımcılar tarafından yeterince anlaşılmamış olması ve soruların içtenlikle cevaplandırılmamış olma olasılığı araştırmanın diğer kısıtlarıdır.

ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Şekil 1’de gösterilen araştırma modeline göre, örgütsel dışlanmanın işgören yalnızlığını etkilediği varsayılmaktadır. Araştırmanın bağımsız değişkeni örgütsel dışlanma; bağımlı değişkeni ise duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık boyutlarından oluşan işgören yalnızlığıdır.

Araştırma modeli ve araştırmanın temel hipotezleri şu şekildedir:

Şekil 1. Araştırma Modeli



H₁= Örgütsel dışlanma ile duygusal yoksunluk arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₂= Örgütsel dışlanma ile sosyal arkadaşlık arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

Demografik Değişkenler		n	%	Demografik Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	86	34,5	Medeni Durum	Evli	80	32,1
	Erkek	163	65,5		Bekâr	169	67,9
Yaş	20 ve altı	44	17,7	Çalışma Şekli	Yarı Zamanlı	15	6,0
	21-29	142	57,0		Tam Zamanlı	234	94,0
	30-39	63	25,3	Eğitim Düzeyi	İlköğretim	49	19,7
Departman	Önbüro	13	5,2		Lise	140	56,2
	Kat Hizmetleri	22	8,8		Önlisans	46	18,5
	Yiyecek İçecek	195	78,3		Lisans	14	5,6
	Diğer	19	7,6	Pozisyon. Hizmet Süresi	0-12 Ay	141	56,6
İşletmedeki Hizmet Süresi	0-12 Ay	163	65,5		13- 36 Ay	68	27,3
	13- 36 Ay	71	28,5		37-60 Ay	40	16,1
	37-60 Ay	15	6,0				

Tablo 1 incelendiğinde; ankete katılan 249 işgörenen 163'ünün erkek 86'sının kadın olduğu görülmektedir. Bu sayı oran olarak ifade edildiğinde; katılımcıların % 65,5 i erkeklerden % 34,5 i ise kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların % 17,7 si 20 yaş ve altı yaş aralığında, % 25,3 ü 30-39 yaş aralığında, % 57, 0 si 21-29 yaş aralığında bulunmaktadır. Medeni durum açısından tablo incelendiğinde; ankete katılanların % 32,1 inin evli, % 67, 9 unun bekâr olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyine göre örneklem dağılımına bakıldığında; % 56, 2 ile en fazla katılımı lise mezunları gerçekleştirmiştir. En az katılım ise % 5,6 ile oranı ile lisans eğitim düzeyine sahip bireylere aittir. Tablo değerlendirildiğinde uygulamaya % 78, 3 oranı ile en fazla yiyecek- içecek departmanından katılım sağlanmıştır. Önbüro departmanı ise 13 kişi sayısı ile en az katılımı gerçekleştirmiştir. Yine tabloya göre; işgörenlerin % 94,0 ünün tam zamanlı, % 6, 0 sının yarı zamanlı olarak çalıştığı görülmektedir. İşletmedeki hizmet süresi değişkenine göre; ankete en fazla katılım gösterenlerin işletmedeki toplam hizmet süreleri 0-12 ay arasındadır. En az katılım gösterenler ise % 6, 0 oranı ile işletmeye 37-60 hizmet verenlerdir. Pozisyonadaki hizmet süresi değişkenine göre ise; uygulamaya % 56,6 oranıyla en fazla katılımı 0-12 ay arası hizmet verenler gösterirken, en az katılım % 16,1 oranı ile 37-60 ay hizmet verenlerden sağlanmıştır.

Araştırmada Kullanılan Ölçekler ile İlgili Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Tablo 2. İşgören Yalnızlığı Ölçeği ile İlgili Faktör Analizi Sonuçları

Faktör/Değişken	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Alpha
Faktör 1: Sosyal Arkadaşlık			
İY14: İşyerinde mola zamanlarında beraber vakit geçirebileceğim biri var.	,822	28,56	,87
İY15: Kendimi işyerindeki arkadaş grubunun bir parçası olarak hissedirim.	,815		
İY16: İşyerinde beni dinleme zahmetinde bulunan insanlar var.	,802		
İY12: İşyerinde gerektiğinde işle ilgili günlük sorunlarımı konuşabileceğim biri var.	,800		
İY11: İşyerindeki sosyal etkinliklere (piknik, parti, yemek vs.) katılırım.	,760		
İY10: İşyerinde sosyal ilişkilerim vardır.	,665		
Faktör 2: Duygusal Yoksunluk			
İY4: Kendimi iş arkadaşlarımdan duygusal olarak uzak hissediyorum.	,795	27.88	,85
İY2: Çoğunlukla iş arkadaşlarımdan bana mesafeli durduklarını hissediyorum.	,771		
İY8: İşyerinde çoğu zaman diğer çalışanlarla aramda bir kopukluk hissedirim.	,738		
İY1: İş ortamında baskı altındayken iş arkadaşlarımdan tarafından yalnız bırakıldığımı hissedirim.	,717		
İY3: Birlikte çalıştığım insanlarla arama mesafe koyduğumu hissediyorum.	,707		
İY9: İşyerindeyken kendimi genel bir boşluk duygusu içinde hissedirim.	,686		
İY7: İş arkadaşlarımla birlikteyken çoğu zaman kendimi dışlanmış hissediyorum.	,614		
Kaiser-Meyer-Olkin – KMO: 0,83 Açıklanan Toplam Varyans: % 56,44			

İşgören yalnızlığı ölçeğinin faktör yapısını belirlemek için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Her bir faktör altında yer alan değişkenlere ilişkin faktör yüklerinin 0,50 ve üzerinde olması istenilen değerdir (Nunnally, 1978). Tablo 2’deki her iki faktör ya da boyut altında toplanan değişkenlerin faktör yüklerinin 0,64 ile 0,82 aralığında değiştiği, dolayısıyla istenilen koşulu sağladığı görülmektedir. Örneklemin faktör analizine uygunluğunu ifade eden KMO katsayısı 0,83’dur. Dolayısıyla veri yapısı faktör analizi için uygundur. Barlett testi sonuçlarına göre elde edilen ki-kare değerinin 0,00 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğini ve dolayısıyla faktör analizinin bir başka varsayımını sağladığı anlamına gelmektedir.

Temel bileşenler yöntemi (principal components) ve varimax rotasyonu ile yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin orijinal formunda olduğu gibi iki faktör şeklinde ortaya çıktığı

Tablo 2’de görülmektedir. Faktör isimleri; duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık olmak üzere yine orijinal ölçekteki gibi belirlenmiştir. Ölçekte bulunan tüm maddelerden İY13, İY5 ve İY6 dışında kalan diğer maddelerin faktör yükleri 0,50 kesme değerinin üzerindedir. Özdeğeri birden büyük olan bu iki faktörden sosyal arkadaşlık adlı faktörün toplam varyansı açıklama oranı %28,56, duygusal yoksunluk adlı faktörün toplam varyansı açıklama oranı ise % 27,88’dir. Her iki faktörün kümülatif olarak toplam varyansı açıklama oranı %56,44 ile kabul edilebilir değer olan %60’a oldukça yakındır. Zira sosyal ve davranışsal ölçümlerde birden fazla faktörlü yapı için toplam varyansı açıklama oranının %40’tan fazla olması yeterli görülmektedir (Çokluk, vd. 2010). Sonuç olarak çalışmanın verileriyle yapılan boyutlandırmanın ölçeğin özgün formdaki boyutlandırmayla büyük ölçüde örtüştüğü görülmüştür.

Orijinal formunda olduğu gibi çalışmada da tek boyut olarak ortaya çıkan örgütsel dışlanma ölçeğinin alfa güvenilirlik katsayısı ise 0,95’dir.

Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyonlar

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyonlar

Değişkenler	$\bar{X}$	1	2	3
1. Örgütsel Dışlanma	1,62	-		
2. Duygusal Yoksunluk	2,43	.464**	-	
3. Sosyal Arkadaşlık	3,35	-.188**	.014	-

Tablo 3’teki örgütsel dışlanmanın ortalama değeri 1,62 ile “katılmıyorum” seçeneğine oldukça yakındır. Buna göre işgörenlerin yanıtlarından dışlanma hissine sahip olmadıkları söylenebilir. İşgören yalnızlığının boyutlarından olan duygusal yoksunluk 2,43 ile ne katılıyorum ne katılmıyorum seçeneğine yakın bir ortalamaya sahiptir. Sosyal arkadaşlık boyutu ise 3,35 değeri ile katılıyorum seçeneğine yaklaşmaktadır.

Tablo 3’deki - 0.188 değeri işgörenlerin dışlanma algılamaları ile yalnızlığın sosyal arkadaşlık boyutu ile ilgili algılama düzeyleri arasında ters yönlü fakat zayıf düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir. Yine dışlanma ile yalnızlığın boyutlarından duygusal yoksunluk arasında 0,464 ile pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişkinin varlığından söz edilebilir.

Bu sonuçlar, her ne kadar iki değişken arasında bir neden sonuç ilişkisinin varlığını göstermese de işgörenlerin dışlanma algılamaları arttıkça, duygusal yoksunluklarının da arttığı, sosyal arkadaşlık algılamalarının ise azaldığı sonucuna varılmaktadır.

Örgütsel Dışlanmanın İşgören Yalnızlığı Üzerindeki Etkilerinin Analizi

Tablo 4. Örgütsel Dışlanma ve Duygusal Yoksunluk Regresyon Modelinin Özeti

Model	R	R ²	Düz. R ²	Tah.Stnd Hatası	DW
1	.464 (a)	.216	.212	.77324	1.816

a. Tahmin Değişkeni: Örgütsel Dışlanma

b. Bağımlı Değişken: Duygusal Yoksunluk

Yapılan regresyon analizi ile araştırma modeli ve modele ilişkin geliştirilmiş olan hipotezler test edilmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmaya çalışılmıştır. Tablo 4'teki tanımlayıcılık katsayısı (R²), doğrusal modelin uyum iyiliğinin en yaygın ölçüm biçimidir. Söz konusu katsayı, bağımlı değişkendeki değişimin ne kadarının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir. Bu durum regresyon modelinin açıklayıcılık gücünün iyi bir ifadesidir. Buradan hareketle, duygusal yoksunluk algısındaki değişimin 0.216'sı araştırma modelinde yer alan dışlanma bağımsız değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bir başka deyişle duygusal yoksunluğun ortaya çıkmasında, çok sayıda etkileyici faktörden biri olan dışlanmanın 0,22 gibi önemli kabul edilebilecek bir istatistiksel etkiye sahip olduğundan bahsedilebilir. Araştırmada kullanılan Durbin Watson (DW) testi, modeldeki değişkenler arasında otokorelasyon olup olmadığını ortaya koyan bir testtir. Otokorelasyon hata terimlerinin birbirleriyle ilişkili olma durumudur. Söz konusu test değerinin 1.5 ile 2.5 aralığında olması istenmektedir. Tablo 4'te görüleceği gibi analiz sonucuna göre Durbin Watson değeri 1.816 ile arzulanan aralıkta yer almaktadır.

Tablo 5. Örgütsel Dışlanma ve Duygusal Yoksunluk Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Stand. Edilmemiş Katsayılar		Beta (β)	Sig.	Doğrusal Bağlantı	
	B	Stn. Hata				
1 (Sabit)	1.350	.115		.000	Tolerance	VIF
Dışlanma	.531	.064	.464	.000	1,000	1,000

Bağımlı Değişken: Duygusal Yoksunluk

İşgörenler tarafından algılanan dışlanma bağımsız değişkeninin, bağımlı değişken olan duygusal yoksunluk üzerindeki etkisini görebilmek için regresyon analizi sonuçlarının yer aldığı Tablo 5'e bakıldığında; örgütsel dışlanmanın (p. .000) işgörenlerin duygusal yoksunlukları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda korelasyon katsayısı da olan β katsayısı .464 değeri algılanan dışlanma ile duygusal yoksunluk arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlara göre “Örgütsel dışlanma ile duygusal yoksunluk arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır” şeklindeki H₁ hipotezi desteklenmektedir.

Tablo 6. Örgütsel Dışlanma ve Sosyal Arkadaşlık Regresyon Modelinin Özeti

Model	R	R ²	Düz. R ²	Tah.Stnd Hatası	DW
1	.188 (a)	.035	.031	.94984	1.584

a. Tahmin Değişkeni: Örgütsel Dışlanma

b. Bağımlı Değişken: Duygusal Yoksunluk

Tablo 6'daki değerlere göre; sosyal arkadaşlık algısına ilişkin değişimin 0.035'i araştırma modelinde yer alan örgütsel dışlanma bağımsız değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bir başka deyişle sosyal arkadaşlığın ortaya çıkmasında, çok sayıda etkileyici faktörden biri olan dışlanma algılamalarının 0,035 gibi çok düşük düzeyde bir istatistiksel etkiye sahip olduğundan bahsedilebilir. Modeldeki DW değeri 1.946 ile yine istenilen aralık olan 1,5 ile 2,5 arasındadır.

Tablo 7. Örgütsel Dışlanma ve Sosyal Arkadaşlık Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Stand. Edilmemiş Katsayılar		Beta (β)	Sig.	Doğrusal Bağlantı	
	B	Stn. Hata				
1 (Sabit)	3.922	.142		.000	Tolerance	VIF
Dışlanma	-.238	.079	-.188	.003	1,000	1,000

Bağımlı Değişken: Sosyal Arkadaşlık

İşgörenler tarafından algılanan dışlanma bağımsız değişkeninin, bağımlı değişken olan sosyal arkadaşlık üzerindeki etkisini görebilmek için regresyon analizi sonuçlarının yer aldığı Tablo 7'e bakıldığında; dışlanmanın (p. .003) işgörenlerin sosyal arkadaşlıkları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda korelasyon katsayısı da olan β katsayısı -.188 değeri algılanan dışlanma ile sosyal arkadaşlık arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlara göre “Çalışanların dışlanmaları ile sosyal arkadaşlıkları arasında negatif yönlü bir ilişki vardır” şeklindeki H_2 hipotezi desteklenmektedir.

Katılımcıların Demografik Özellikleri Açısından Örgütsel Dışlanma ve Yalnızlık Düzeylerine İlişkin Farklılık Analizi Sonuçları

Tablo 8. Cinsiyet Değişkenine Göre T Testi Sonuçları

	N	$\bar{X}$	t	df	Sig. (2-tailed)
Örgütsel Dışlanma	Kadın= 86 Erkek =163	Kadın: 1,48 Erkek: 1,69	2,087	247	.038

Tablo 8'de görüldüğü üzere işgörenlerin cinsiyetlerine göre örgütsel dışlanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (sig. 0.038). Ortalama değerlerine bakıldığında erkeklerin (1,69) kadınlara (1,48) oranla daha fazla dışlanma algıladıkları ortaya çıkmaktadır.

Cinsiyete göre işgören yalnızlığının duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık alt boyutları itibari ile yapılan t testi sonucunda her hangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 9. Yaş Gruplarına Göre Örgütsel Dışlanma ve Sosyal Arkadaşlığa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

	N	df	Mean squ.	F	Sig.
Örgütsel Dışlanma	20 yaş altı=44 21-29=142 30-39 =63	2	2,209	3,889	,022
Sosyal Arkadaşlık	20 yaş altı=44 21-29=142 30-39 =63	2	2,847	4,500	,012

Tablo 9’a göre; ANOVA testi sonuçlarının (sig. 0.022) anlamlı olduğu görülmektedir. Scheffe testi sonuçlarına bakıldığında; “20 yaş ve altı” yaş aralığındaki işgörenlerle “21-29” yaş aralığındaki işgörenler arasında anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Yaş gruplarının dışlanmaya ilişkin sorulara verdikleri yanıtların ortalama değerlerine bakıldığında ise “20 yaş ve altı” grubunun ortalaması 1,86 ile “katılmıyorum” değerine yakın iken “21-29” yaş aralığının yanıtlarının ortalaması 1,56 ile “kesinlikle katılmıyorum” seçeneğine daha yakın bir değerdir. Bu nedenle “20 yaş ve altı” yaş grubunda olanların daha fazla örgütsel dışlanma algıladıkları söylenebilir.

Yaş Değişkeni ile Sosyal Arkadaşlık Boyutu Arasındaki ANOVA Testi Sonuçları için de Tablo 9’a bakıldığında; F testi sonuçlarının (sig. 0.012) anlamlı olduğu görülmektedir. Scheffe testi sonuçlarına göre farklılığın “20 yaş ve altı” yaş aralığındakilerle “21-29” yaş aralığındaki işgörenlerden kaynaklandığı belirlenmiştir. Buna göre 3,44 ortalama ile “21-29” yaş aralığındaki işgörenlerin “katılıyorum” seçeneğine yakın olduğu, “20 yaş altı” grubunda ise bu ortalamanın 3,02 değeri ile “ne katılıyorum ne katılmıyorum” seçeneğine yakın olduğu görülmektedir. Dolayısıyla yaşça daha büyük olanların sosyal arkadaşlık düzeylerinin de daha yüksek olduğu ileri sürülebilir.

Yaş değişkeni ile duygusal yoksunluk boyutu arasında yapılan ANOVA testi sonucuna göre ise her hangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 10. Eğitim Düzeyi Değişkeni ile Örgütsel Dışlanma Arasındaki ANOVA Testi Sonuçları

	N	df	Mean squ.	F	Sig.
Dışlanma	İlk öğretim=49 Lise=140 Ön lisans =46 Lisans=14	3	2,185	3,891	,010

Tablo 10’a göre; F testi sonuçlarının (sig. 0.010) anlamlı olduğu görülmektedir. Scheffe testi sonuçlarına bakıldığında farklılığın eğitim düzeyi lisans olanlarla ilköğretim olanlardan kaynaklandığı söylenebilir ve eğitim düzeyi “ilköğretim” olan işgörenlerin 1,90

ortalama ile eğitim düzeyi 1,27 ortalama ile “lisans” olan işgörenlerden daha fazla dışlanma hissi taşıdıkları açıklanmıştır..

Yapılan ANOVA testleri sonucu eğitim düzeyi değişkeni ile duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık boyutları arasında her hangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Yine yapılan T ve ANOVA testleri sonucunda diğer demografik değişkenler ile örgütsel dışlanma ve yalnızlığın boyutları arasında her hangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada Antalya Manavgat İlçesi Kızılot Beldesi’nde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının örgütsel dışlanma düzeylerinin yalnızlık üzerine olan etkisi ortaya konulmuştur. İşletme çalışanlarına uygulanan anketler aracılığıyla elde edilen veriler analize tabi tutularak; örgütsel dışlanma ve yalnızlık arasındaki ilişkinin yönü belirlenmiş ve demografik değişkenlerin kavramlar üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre; otel işletmeleri çalışanlarının dışlanma hissi taşımadıkları; yalnızlık algılamaları bakımından ise ortada yani kararsız bir konumda oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel dışlanma ile işgören yalnızlığının alt boyutlarından biri olan sosyal arkadaşlık arasında ters yönlü fakat zayıf düzeyde bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Örgütsel dışlanma ile yalnızlığın diğer boyutu olan duygusal yoksunluk boyutu arasında ise pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Örgütsel dışlanmanın işgören yalnızlığı üzerine etkisini belirlemeye yönelik yapılan regresyon analizi sonucu; örgütsel dışlanmanın duygusal yoksunluk boyutunu % 21,6 oranında açıkladığı anlaşılmaktadır. Sosyal arkadaşlık algısına ilişkin değişimin ise 0.035’i örgütsel dışlanma tarafından açıklanmaktadır. Kişisel değerler, kişi- örgüt uyumu (Yılmaz, 2011), iş dizaynı, rotasyon, terfi ve yönetimdeki uygulamalar (Wright, 2005) gibi faktörlerin de işgören yalnızlığı üzerinde örgütsel dışlanma kadar etkili olduğu düşünüldüğünde; işgören yalnızlığının sadece örgütsel dışlanmayla birlikte gelişen bir olgu olmadığı ifade edilebilir.

Literatürde turizm sektörünün uygulama alanı olarak belirlendiği ve örgütsel dışlanmanın işgören yalnızlığı üzerine etkisini doğrudan ele alan bir çalışma bulunmamasına karşın; örgütsel dışlanma ve işgören yalnızlığı kavramlarının farklı değişkenlerle ilişkilendirildiği çalışmalara rastlanmaktadır. Zhao, Peng ve Sheard (2013) tarafından örgütsel dışlanma ile zarar verici iş davranışları ilişkisinin proaktif kişilik ve politik beceri aracı değişkenleri kapsamında incelendiği çalışmada; zarar verici iş davranışları ile örgütsel dışlanma arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu keşfedilmiştir. Aynı zamanda yüksek proaktif kişiliğin ve politik becerinin örgütsel dışlanma ve zarar verici iş davranışları üzerinde negatif etki yarattığı belirtilmiştir. Balliet ve Ferris (2013) tarafından dışlanma ile olumlu sosyal davranışlar arasındaki ilişkinin ele alındığı çalışmada ise; dışlanmanın olumlu sosyal davranışlar üzerinde beklenildiği gibi pozitif etkiye sahip olmadığı saptanmıştır. Wright (2005); Erdil ve Ertosun (2011)’un gerçekleştirmiş olduğu çalışmalarda örgüt

iklimi ve örgütsel destek ile işgören yalnızlığı arasında ters yönlü bir ilişkinin var olduğu sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların demografik özellikleri açısından örgütsel dışlanma düzeylerine ilişkin yapılan farklılık analizleri; erkeklerin kadınlara, “20 yaş ve altı” yaş grubunda olanların “21-29” yaş aralığındakilere ve eğitim düzeyi düşük olanların yüksek olanlara oranla daha fazla örgütsel dışlanma algıladıklarını ortaya koymaktadır. Diğer demografik değişkenlere göre örgütsel dışlanma algılarında herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Keklik, Saygın ve Kara (2013) tarafından araştırma görevlileri üzerine yapılmış çalışmada da cinsiyet değişkeni açısından örgütsel dışlanmada anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulardan farklı olarak Hitlan, Clifton ve DeSoto (2006) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise; erkeklerdeki dışlanma algısının kadınlara oranla daha fazla ve tatmin düzeylerinin daha düşük olduğu açıklanmıştır.

İşgören yalnızlığı ile demografik değişkenler arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan farklılık analizleri sonucunda ise “21-29” yaş aralığındaki işgörenlerin sosyal arkadaşlık düzeylerinin “20 yaş altı” grubundakilere göre daha yüksek olduğu ileri sürülmektedir. Diğer demografik değişkenlere göre ise duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık algılarında herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Chan ve Qiu (2011)’in göçmen işçiler üzerinde yapmış oldukları çalışmada ise cinsiyet ve yaş değişkenlerinin işgören yalnızlığı üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı; bekâr işçilerin evli işçilere göre daha fazla yalnızlık algıladıkları ortaya konmuştur.

Araştırmadan elde edilen sonuçların, örgütsel dışlanma ve iş gören yalnızlığı ile ilgili uygulamalı çalışmanın sınırlı olduğu literatüre mütevazı bir katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca araştırma bulgularına göre otel işletmeleri çalışanlarının düşük dışlanma algısı ve orta düzeyde yalnızlık duygusu içinde olmaları olumlu sayılabilecek bir sonuçtur. Zira dışlanma ve yalnızlık algısı yüksek personelin fiziksel ve ruhsal sağlığının bozulabileceği ve bu durumun sunacağı hizmetin kalitesi üzerinde de olumsuz etki yaratabileceği göz önünde bulundurulduğunda; işgörenlerarası etkin bir iletişim ortamı sağlayabilecek ve takım ruhunu geliştirebilecek yönetsel uygulamaların hayata geçirilmesi işletmelerin amaçlarına ulaşmaları bakımından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca yönetim uygulamalarında işgörenlere gerekli örgütsel desteğin verilmesi de dışlanma ve yalnızlık duygusu yaşayabilecek işgörenin bu olumsuz durumlardan daha kolay kurtulabilmesine de yardımcı olacaktır.

Bütün alan araştırmalarında olduğu gibi bu araştırmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Çalışmanın temel kısıtlayıcısı, alan araştırmasının Antalya Manavgat İlçesi Kızılot Beldesi’nde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleriyle sınırlı olmasıdır. Bu nedenle yapılacak olan değerlendirmeler sadece Kızılot ölçeğinde geçerlidir. Ancak ve ancak bölgesel ve sektörel ölçekte yapılacak olan çalışmaların bir araya getirilmesiyle konuya yönelik genel bir çerçeve oluşturulabilecektir. Dolayısıyla araştırmanın diğer sektörlerde bazında gerçekleştirilecek çalışmalar için yol gösterici olduğu düşünülmektedir. Araştırma

bulgularının diğer sektörlerde geçerli olup olamayacağı ise, söz konusu sektörlerde yapılacak çalışmalar sonucunda ulaşılabilecek bulguların mevcut bulgularla karşılaştırılması neticesinde görülebilecektir.

KAYNAKÇA

- Balliet, D. & Ferris, D. L. (2013). Ostracism and prosocial behavior: a social dilemma perspective. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 120 (2013), 298-308.
- Baumeister, R. F. & Tice D. M. (1990). Anxiety and social exclusion. *J Soc Clin Psychol.* , 9 (2), 165-195.
- Chan, S. H. & Qiu, H. H. (2011). Loneliness, job satisfaction, and organizational commitment of migrant workers: Empirical evidence from China. *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 22, No. 5, 1109-1127.
- Chow, R. M. , Tiedens, L. Z. & Govan, C. L. (2008). Excluded emotions:The role of anger in antisocial responses to ostracism. *J. Exp Soc Psychol.* , 44 (3), 896-903.
- Çokluk, Ö. , Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları. Ankara: Pegem Akademi.
- Doğan, T. , Çetin, B. ve Sungur, M. Z. (2009). İş Yaşamında Yalnızlık Ölçeği Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 10: 271-277.
- Erdil, O. & Ertoşun, Ö. G. (2011). The relationship between social climate and loneliness in the workplace and effects on employee well-being. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24 (2011), 505-525.
- Ertoşun, Ö. G. & Erdil, O. (2012). The effects of loneliness on employees' commitment and intention to leave. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 41 (2012), 469-476.
- Ferris, D. L., Brown, D. J. , Berry, J. W. and Lian, H. (2008). The development and validation of the workplace ostracism scale. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 93, No. 6, 1348-1366.
- Finne, L. B. , Knardahl, S. & Lau, B. (2011). Workplace bullying and mental distress – a prospective study of Norwegian employees. *Scand J Work Environ Health*, 37 (4), 276-287.
- Hitlan, R. T. , Clifton, R. J. , DeSoto, M. C. (2006). Perceived exclusion in the workplace: The moderating effects of gender on work-related attitudes and psychological health. *North American Journal of Psychology*, Vol. 8, No. 2, 217-236.
- Keklik, B. , Saygın, T. ve Kara, N. O. (2013). Akademik camianın çirkin ördek yavruları ÖYP' lilerde örgütsel dışlanma (ostracism) kavramının incelenmesi. *1. Örgütsel Davranış Kongresi*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 351-355.
- Leung, A. S. M. , Wu, L. Z. , Chen, Y. Y. and Young, M. N. (2011). The impact of workplace ostracism in service organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (2011), 836- 844.

- Liu, J. and Wang, Wei (2011). Employee behaviors, supervisor- subordinate guanxi, and workplace exclusion. *International Conference on Management and Service Science (MASS)*, Renmin University, Wuhan, China, 1-5.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw- Hill.
- Robinson, S. L. , O'Reilly, J. , Wang, W. (2013). Invisible at work: An integrated model of workplace ostracism. *Journal of Management*, Vol. 39, No. 1, 203-231.
- Schechtman, G. M. (2008). *When silence speaks louder than words: Computer- mediated communications and perceived ostracism*, Washington State University, Washington, ABD.
- Scott, K. D. (2007). *The development and test of an exchange-based model of interpersonal workplace exclusion*, University of Kentucky, Lexington, ABD.
- Wright, S. L. (2005). Organizational climate, social support and loneliness in the workplace. In Neal M. Ashkanasy, Wilfred J. Zerbe, Charmine E. J. Hartel (Eds.), *The effect of affect in organizational settings (Research on emotion in organizations, Volume 1)*. Emerald Group Publishing Limited.
- Wright, S. L. , Burt, C. D. B. , Strongman, K. T. (2006). Loneliness in the workplace: Construct definition and scale development. *New Zealand Journal of Psychology*, Vol. 35, No. 2, 59-68.
- Wright, S. (2012). Is it lonely at the top? An empirical study of managers' and nonmanagers' loneliness in organizations. *The Journal of Psychology*, 146 (1-2), 47-60.
- Wu, L. , Wei, L. , Hui C. (2011). Dispositional antecedents and consequences of workplace ostracism: An empirical examination. *Front. Bus. Res. China*, 5 (1): 23-44.
- Wu, L. , Yim, F. H. , Kwan, H. K. and Zhang, X. (2012). Coping with workplace ostracism: The roles of ingratiation and political skill in employee psychological distress. *Journal of Management Studies*, 49:1, 178-199.
- Yılmaz, E. (2011). An investigation of teachers' loneliness in the workplace in terms of human values they possess. *African Journal of Business Management*, 5(13), 5050-5075.
- Zhao, H. , Peng, Z. and Sheard, G. (2013). Workplace ostracism and hospitality employees' counterproductive work behaviors: the joint moderating effects of proactive personality and political skill. *International Journal of Hospitality Management*, 33 (2013), 219-227.

OTEL İŞLETMELERİNDE İŞYERİ ZORBALIĞININ ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNE ETKİLERİNİN BELİRLENMESİ

Göksel Kemal GİRĞİN

*Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
girgin@balikesir.edu.tr*

Nuray TETİK

*Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ntetik80@yahoo.com*

ÖZET

Turizm sektörü, işgören devir hızı yüksek olan bir sektördür. İşgören devir hızının azaltılabilmesi için de çalışanların ihtiyaç ve beklentilerine önem verilmesi gereklidir. Üst kademeden alt kademeye kadar bütün çalışanlar, birbiri ile olan ilişkilerinde dikkatli ve hassas olmalı, birbirlerine karşı olumsuz davranışlardan sakınmalıdırlar. Çünkü işletmenin başarısında kilit faktörlerden biri çalışanlardır.

Bu çalışmanın amacı, işletmelerin başarısında büyük bir engel teşkil eden ve turizm işletmelerinde çok fazla araştırılmamış olan otel işletmelerinde işyeri zorbalığının örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerinin belirlenmesidir. Bu amaçla, Einarsen, Hoel ve Notelaers (2009) tarafından geliştirilen Olumsuz Eylem Anketi (NAQ – Negative Act Questinnaire) ile Meyer ve Allen (1991) tarafından geliştirilen örgütsel bağlılık ölçeği kullanılarak, işyeri zorbalığının örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Hazırlanan anket formu Antalya'da faaliyet gösteren 5 adet 5 yıldızlı otel işletmesinin çeşitli departmanlarında görev yapan toplam 414 kişiye uygulanmıştır.

Araştırma sonucunda işyeri zorbalığını oluşturan alt değişkenler ile örgütsel bağlılığı oluşturan alt değişkenler arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. İş ilişkili ve kişi ilişkili zorbalığın işgörenlerin normatif ve devam bağlılıklarını olumsuz yönde etkilediği, fiziksel gözdağı veren zorbalığın ise tüm örgütsel bağlılık unsurları (duygusal, normatif ve devam bağlılıkları) üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: *İşyeri zorbalığı, örgütsel bağlılık, turizm, otel işletmeleri.*

GİRİŞ

Çalışma hayatında örgütlerin sahip olduğu değerler, normlar çalışan ilişkilerini ve davranışlarını şekillendirmektedir. Bireylerin işle ilgili davranışlarını yönlendirecek yeterli normatif düzenlemeler olmadığında, örgütlerde gözlemlenen zorba davranışların, çalışanların performansını olumsuz etkilediği, çalışanlara hem zihinsel hem de bedensel açıdan zarar verdiği görülmüştür (Kuşçu, 2011b, s. 373).

İşyeri zorbalığı her ne kadar yıldırma (mobbing), psikolojik şiddet, psikolojik terör, duygusal taciz, bezdirme gibi ifadelerle çeşitli şekillerde tanımlanmaya çalışılsa da (Kuşçu, 2011b, s. 373) sayılan bu kavramlardan farklı olarak oluşturulan kendine özgü bir ölçeğe sahiptir (Olumsuz Eylem Anketi - NAQ – Negative Act Questinnaire). Araştırmanın uygulama aşamasında da Einarsen ve arkadaşları tarafından geliştirilen bu ölçek kullanılacaktır.

Örgütsel bağlılığı etkileyen ve aralarında ilişki tespit edilen unsurlar üzerine ise birçok çalışma yapılmıştır (ör., Seymen, 2008; Seymen vd., 2009; Pelit ve Kılıç, 2012; Pelit ve Kılıç, 2014; Dilek, 2005; Efeoğlu, 2006; Özşahin vd., 2013; Yang vd., 2014; Namasivayam ve Zhao, 2007). Söz konusu çalışmalarda örgütsel bağlılık ile örgüt kültürü, etkileşim adaleti, liderlik tarzları ve adalet algısı, iş-aile yaşam çatışması, yıldırma ve iş tatmini arasındaki ilişkiler ve birbiri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Ancak işyeri zorbalığının otel işletmeleri çalışanlarının örgütsel bağlılıklarına etki düzeyleri ya da aralarındaki ilişki ile ilgili yapılan bir çalışma bulunamamıştır.

İŞYERİ ZORBALIĞI

İşyeri zorbalığı (workplace bullying), bir veya birden fazla kişinin, belirli bir zamandan beri sürekli olarak, bir kişi tarafından olumsuz davranışlara maruz bırakılması ve tacize maruz kalan kişinin kendisini savunamaz hale gelmesi durumudur. Bir defaya mahsus meydana gelen vakalar işyeri zorbalığı olarak kabul edilmemektedir (Hoel ve Cooper, 2000, s. 6).

İşyeri zorbalığı çağdaş iş yaşamında hem hedef kitle hem de organizasyonlar üzerinde yıkıcı etkileri olan yaygın bir sorun haline gelmiştir (Einarsen, Hoel ve Notelaers, 2009, s. 25). Bunun sonucunda son on yılda birçok ülkede sendikalar, meslek örgütleri ve insan kaynakları departmanları, sindirme, insanların arasında küçük düşürme, rahatsız edici isim takma, sosyal dışlanma ve istenmeyen fiziksel temas gibi çalışanların bütünlüğünün ve güveninin sarsılması ve verimliliklerinin azalması potansiyeline sahip davranışlara karşı daha bilinçli hale gelmişlerdir (Cowie vd., 2002, s. 34).

Geleneksel olarak okul kapsamında öğrenciler arasında ele alınan bir kavram olan zorbalık, 90'lı yıllarda İskandinav ülkeleri, Almanya ve Avusturya, Portekiz, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nde işyeri kapsamında da sistematik olarak ele alınmaya başlamıştır (Cowie vd., 2002, 34, McCormack vd., 2006, s. 318).

Einarsen'in (2000, s. 381) belirttiğine göre iş arkadaşların, üstlerin, astların, hatta müşterilerin çalışanlarla sistematik bir biçimde alay etmesi, çalışanları taciz etmesi veya çalışanlara rahat vermemesi gibi durumlar ile ilgili olarak farklı terim ve kavramlar kullanılmaktadır. Örneğin bu konuda Leymann (1990) "psikolojik terör" ve "yıldırma (mobing)", Bassman (1992) "görevi suiistimal", Olweus (1994) "mağduriyet", Brodsky (1976), Nolf ve diğerleri (2008) "taciz", Adams (1992) "zorbalık" kavramlarını kullanmışlardır (Chirila ve Constantin, 2013, s. 1177; , Durgun, 2011, s. 3; Einarsen, 2000, s. 381).

Özellikle yapılan çalışmalarda yıldırma ve zorbalık kavramlarının birbirinin yerine kullanıldığı ve iç içe geçtiği görülmektedir (Birik, 2009, s. 7; Chappell ve Martino, 2006, s. 22; Güngör, 2007, s. 5; Şen, 2009, s. 47;). Örneğin, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 1998 yılında yayınlanan işyerinde şiddet başlıklı raporunda yıldırma ve zorbalık ayrı ayrı tanımlanmakla birlikte, işyerinde psikolojik taciz başlığı altında birlikte ele alınmıştır (Birik, 2009, s. 7). Bununla birlikte işyeri açısından ele alındığında bu iki kavramın

birbirinden farklı olduğunu savunan çalışmalar (Leymann, 1996) da mevcuttur. Chappell ve Martino'nun (2006, s. 22) çalışmalarında zorbalık, "bireysel taciz durumları" olarak ifade edilirken, yıldırma ise "toplu tacizleri kapsayan durumlar" olarak ifade edilmiştir. Diğer bir ifade ile yıldırma çoğunlukla bir grup tarafından gerçekleştirilen; işyeri zorbalığında ise, tek bir kişi tarafından yapılan tacize atıf yapılmaktadır (Akgeyik, vd., 2009, s. 93; Kuşçu, 2011a, ss. 21-22; Sperry, 2009, s. 191).

Salin (2003) işyeri zorbalığını, bir ya da daha fazla kişiye yönelik olarak yapılan, kurban-zorba boyutlarını içeren ve düşmanca bir iş ortamının oluşmasına neden olan, devamlılığı bulunan, tekrarlanan ve olumsuz davranışları içeren bir durum olarak tanımlamıştır (Akgeyik, vd., 2009, s. 101; Aydın, 2009, s. 95; Güngör, 2007, s. 8; Karşlıoğlu Yeni, 2013, s. 25).

Başka bir tanımda ise iş arkadaşı, üst ya da astın saldırgan ve kötü davranışlarına (ör. sözlü taciz, hakaret, alay, iftira ya da sosyal dışlama gibi) sürekli maruz kalma durumu olarak tanımlanmaktadır (Einarsen, Hoel ve Notelaers, 2009, s. 24).

Einarsen ve Raknes (1997, s. 249), iş yerindeki olumsuz davranışların fiziksel şiddetten, aşağılama ve alay etme amacıyla yapılan sözlü saldırılara kadar geniş bir yelpazede gerçekleştiğini vurgulamıştır. Çalışmada araştırmacılar "Olumsuz Eylem Anketi'ni (Negative Acts Questionnaire-NAQ)" geliştirerek işyerindeki olumsuz davranışları işle ilgili, kişiyle ilgili ve cinsel taciz içerikli olmak üzere üç gruba ayırmıştır (Durgun, 2011, s. 11). Ardından Einarsen, Hoel ve Notelaers 2009 yılında bu ölçeğe dayanarak yeni bir ölçek geliştirmişler ve işyeri zorbalığı davranışını; işle ilgili, kişiyle ilgili ve fiziksel bezdiri olarak üç sınıfta ele almışlardır (Einarsen, Hoel ve Notelaers, 2009, s. 32). Günümüzde de işyeri zorbalığı ile ilgili gerçekleştirilen çalışmalarda yaygın olarak bu ölçek kullanılmaktadır (Samnani ve Singh, 2012, s. 582).

Yukarıda ifade edilen zorba davranışlarda bulunan kişiler genellikle gösterdikleri bu olumsuz eylemler sonucunda mutluluk duymaktadırlar. Ayrıca zorbalar eylemlerini bireysel veya grupla yapabilecekleri gibi, mağdurlar da bu eylemlerden bireysel veya grup olarak zarar görebilirler (Çinkır ve Kepenekci, 2003, s. 239). Bu şekilde gücün kötüye kullanılması sonucu, hedef seçilen kişi kendini altüst olmuş, tehdit altında, dışlanmış, aşağılanmış ve yaralanmış hisseder, yeteneklerinden şüphe etmeye başlarlar (Demir ve Çavuş, 2009, s. 14; Gardner ve Johnson, 2001, s. 28). Örneğin, zorbalığa uğrayan kişiler, stres, depresyon ve kendine saygıda azalma gibi en çok görülen şikayetler ile fiziksel ve zihinsel olarak etkilendiklerini belirtmektedirler. Aşırı durumlarda, zorbalığa uğrayan çalışanların danışmanlık ya da psikiyatrik tedavi görmeleri gerekebilir (Cowie vd., 2002, s. 34). Sonuç mutlaka işten ayrılma ya da atılmadır (Demir ve Çavuş, 2009, s. 14).

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

Örgütsel bağlılık ile ilgili süreçlerin hem çalışanlara hem de örgüte yönelik etkileri bulunmaktadır. Bireysel açıdan düşünüldüğünde, örgütsel bağlılık ikramiye ve ödül gibi

bireye dışsal katkılar sağlarken, iş tatmini ve iş arkadaşları ile olumlu ilişkiler gibi içsel katkılar da sunmaktadır. Bir örgütün bakış açısından ise, örgütsel bağlılığı oluşmamış ya da oluşturulamamış bir çalışanın, işe geç kalma, devamsızlık ve işgören devri gibi genel örgüt performansı üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır (Subramaniam, McManus ve Mia, 2002, s. 304). Örgütsel bağlılığın başarısı, kişisel özellikler, mesleki statü, iş özellikleri, grup/lider ilişkileri ve örgütsel özellikler ile ilgilidir (Sun, Ayoun ve Calhoun, 2013, s. 196). Bununla birlikte çalışanların motivasyonu genellikle daha yüksek bir örgütsel bağlılık hissi sağlayabilir (Upchurch, Dipietro, Curtis ve Hahm, 2010, s. 130).

Örgütsel bağlılık, çalışan bireylerin iş davranışlarına olan etkileri açısından, endüstri ve örgüt psikolojisi ve örgütsel davranış yazınında kuramsal ve görgül çok sayıda araştırmaya konu olan önemli bir kavramdır ve 1980'lerden itibaren artan bir ilgiye konu olmaktadır (Seymen, 2008, s. 133). Örgütsel bağlılık kavramının farklı tanımları incelendiğinde, çalışanın örgüt amaçlarına bağlılığı, örgütten ayrılmanın çalışan açısından olası maliyetleri ve çalışan üzerinde örgüte bağlı kalma yönünde baskı yaratan manevi yükümlülüklerin bu farklı tanımlarda üzerinde durulan esas temalar olduğu görülmektedir (Seymen, Girgin, Giritlioğlu ve Aksu, 2009, s. 172).

Örgütsel bağlılık kısaca, bir örgüt (işletme) ile bir çalışanın ilişkisinin büyüklüğü olarak tanımlanabilir (Upchurch ve diğerleri, 2010, s. 130). Bu ayrıca çalışanın, örgüt özelliklerini ya da değerlerini hangi ölçüde benimsediğinin ya da içselleştirdiğinin bir fonksiyonudur (Bai, Brewer, Sammons ve Swerdlow, 2006, s. 41).

Örgütsel bağlılık, diğer sektörlerde ve işletmelerde olduğu gibi otel işletmelerinin başarılı bir şekilde çalışması için de oldukça önemlidir. Araştırmalar, işyeri ortamının yapısı eğer çalışanların iş tatminini destekliyorsa, işletmenin daha az sorun yaşayacağını göstermektedir. Örgütsel bağlılık ile işgören devri, örgütsel etkinlik ve iş performansı arasında da bir bağlantı bulunmaktadır (Bai ve diğerleri, 2006, s. 42). Çünkü örgütsel bağlılığın yüksek olması sonucunda, örgütteki personel devri azalmakta, verimlilik, kişilerin iş tatmini, performansları ve kendilerine olan güvenleri artmaktadır (Pelit ve Kılıç, 2012, s. 125). Sonuç olarak örgütsel bağlılık, örgütsel gelişme, büyüme ve varlığını sürdürme gibi örgütsel iklim üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Young-Ki, Kwon ve Lee, 2007, s. 112).

Meyer ve Allen (Allen ve Meyer, 1990; Meyer ve Allen, 1984, 1991), örgütsel bağlılık konusunda mevcut çok boyutlu kavramlaştırmalarda hem benzerlikler hem de farklılıklar olduğunu gözlemlemişler ve bundan yola çıkarak üç unsurlu bir model geliştirmişlerdir. Bu model, önce yalnızca duygusal ve devam bağlılığını içermekteyken; yazarlar bu modele 1990 yılında, orijinali Winer ve Vardi (1980)'nin çalışmalarına dayanan normatif bağlılık isimli üçüncü bir unsuru da eklemişlerdir (Seymen, 2008, s. 173-174).

Duygusal bağlılık, çalışanların kendilerini örgüte bağlı hissetmeleri ve kendisini örgüt ile birlikte özdeşleştirmeleri anlamına gelmektedir (Bilgin ve Demirer, 2012, s. 471). Başka bir ifadeyle duygusal bağlılık, bir örgütün hedeflerinin gerçekleştirilmesine yardımcı

olmak isteyen bir çalışanın, belirli bir örgüte olan duygusal bağlılığı olarak tanımlanmaktadır (Su, Baird ve Blair, 2009, s. 2496). Çalışanların örgütün değerlerini içselleştirme derecesi anlamına da gelmektedir (Curtis, Upchurch ve Severt, 2009, s. 254). İşyerine yönelik duygusal bağlılığa sahip olan bir işgören, örgütün parçası olarak kalmayı istemektedir (Shen ve Zhu, 2011, s. 3023).

Normatif bağlılık, çalışanların kendilerine örgüte karşı sorumlulukları olduğundan örgütte kalmaları anlamına gelmektedir (Bilgin ve Demirer, 2012, s. 471). Normatif bağlılık özetle, örgüte yönelik ahlaki yükümlülük duygusu olarak tanımlanır (Shen ve Zhu, 2011, s. 3020) ve çalışanların ahlaki ve etik nedenlerden dolayı (Zopiatitis, Constanti ve Theocharous, 2014, s. 131) örgütsel değerlere sadık kalmasını içermektedir (Curtis, Upchurch ve Severt, 2009, s. 254).

Devam bağlılığı, örgütten ayrılmanın ekonomik ve sosyal maliyetlerine dayalı çalışan bağlılığı olarak tanımlanmaktadır (Shen ve Zhu, 2011, s. 3023). Devam bağlılığı yüksek olan bireyler, finansal veya diğer kayıplardan kaçınmak için gerekli olan örgüt üyeliğini sürdürürler (Seymen, 2008, s. 176). Devam bağlılığı, örgüt üyeliğini sürdürmek ya da örgütten ayrılmanın değişken maliyetleri ile ilgilidir (Curtis, Upchurch ve Severt, 2009, s. 254; Sun, Ayoun ve Calhoun, 2013, s. 197).

YÖNTEM

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmesi çalışanlarından oluşmaktadır. Antalya'nın seçilmesinin nedeni işletme sayısının ve dolayısıyla çalışan sayısının fazla olması ve ulaşımın kolay olmasıdır. Söz konusu otel işletmelerinin tüm departmanlarında görev yapan çalışanlar araştırmaya dahil edilmeye çalışılmıştır. Bölgedeki 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan personel sayıları ile ilgili net bir istatistiğin bulunmaması sebebiyle örneklem büyüklüğü sınırsız evrenler için olan ($N > 10.000$) minimum 384 çalışana ulaşılması hedeflenmiştir. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem tercih edilmiştir.

Öncelikle yapılan çalışmada hazırlanan ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini analiz etmek ve muhtemel hatalardan kaçınmak için bir ön test yapılmıştır. Ön test Şubat-Mart ayları arasında 110 otel işletmesi çalışanı üzerinde uygulanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda örgütsel bağlılık ölçeğininve işyeri zorbalığı ölçeğinin güvenilirliği test edilmiş ve örgütsel bağlılık ölçeği için Cronbach's Alpha katsayısı 0,907; işyeri zorbalığı ölçeği için Cronbach's Alpha katsayısı 0,968 olarak bulunmuştur. Ardından anket formu Nisan-Ağustos ayları arasında 450 çalışana ulaştırılmış, toplanan 450 anketten çeşitli nedenlerle (eksik, hatalı doldurma vb.) toplam 414 anket değerlendirmeye alınmıştır.

Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Veri toplama aracı olarak üç bölümden oluşan anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde, çalışanların işletmeye yönelik örgütsel bağlılık düzeylerini belirlemek

amacıyla Allen ve Meyer (1990)'in örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu örgütsel bağlılık ölçeği, duygusal, normatif ve devam bağlılığı olmak üzere 3 grup-boyut altında toplanmış olup toplam 18 ifadeyi içermektedir. Örgütsel bağlılık ölçeğinde yer alan ifadeler için 5'li Likert tipi derecelendirme (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

Anketin ikinci bölümünde, çalışanların son 6 ay içinde işyeri zorbalığına maruz kalma düzeylerini belirleyebilmek için Einarsen, Hoel ve Notelaers (2009) tarafından revize edilen NAQ ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, iş ilişkili, kişi ilişkili ve fiziksel gözdağı veren zorbalık olmak üzere 3 grup-boyutta toplanmış olup toplam 22 ifadeyi içermektedir. İşyeri zorbalığı ölçeğinde yer alan ifadeler için 5'li likert tipi derecelendirme (1: Hiçbir Zaman; 5: Her Gün) kullanılmıştır. Anketin son bölümünde ise çalışanların sosyo-demografik özelliklerine yer verilmiştir.

Verilerin Analizi ve Güvenirlik

Çalışmada elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Güvenirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeğinin güvenirlik katsayısı Cronbach's Alpha 0,906; işyeri zorbalığı ölçeğinin güvenirlik katsayısı 0,965 olarak bulunmuştur. Araştırmada frekans analizlerinin yanı sıra veriler normal dağılım göstermediği için Mann-Withney U, Kruskal-Wallis ve Spearman Korelasyon testleri ile bulguların değerlendirilmesi yapılmıştır.

BULGULAR

Katılımcılara İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin, bazı çalışma sürelerinin ve çalıştıkları departmanların ortaya konması amaçlanmıştır.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Katılımcıya İlişkin Bilgiler	Sıklık (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Erkek	206	49,8
Kadın	208	50,2
Yaş		
25 yaş ve altı	155	37,4
26-40 yaş	189	45,7
41-55 yaş	62	15,0
56 yaş ve üstü	8	1,9
Medeni Durum		
Evli	195	47,1
Bekar	219	52,9

Katılımcıya İlişkin Bilgiler	Sıklık (N)	Yüzde (%)
Eğitim Durumu		
İlköğretim	72	17,4
Ortaöğretim	207	50,0
Önlisans	90	21,7
Lisans	34	8,2
Lisansüstü	11	2,7

Tablo 1'e göre, araştırmaya katılan toplam 414 çalışanın % 50,2'si (n=208) kadın, % 49,8'i (n=206) erkek olup, % 45,7'sinin 26 ile 40 yaş arasında olduğu görülmektedir. % 37,4'lük bölümü de 25 yaş ve altındaki çalışanlardan oluşmaktadır. Anketi yanıtlayanların % 52,9'unun bekar, % 47,1'inin evli olup, % 50'si ortaöğretim, % 21,7'si önlisans ve % 17,4'ünün ilköğretim mezunudur.

Katılımcıların çeşitli çalışma sürelerine ait bilgiler Tablo 2'de gösterilmektedir. Tabloya göre çalışanların % 52,7'sinin 6 ay ile 1 yıldır mevcut işletmede çalıştıkları, % 40,6'sının 6 ile 10 yıldır turizm sektöründe çalıştıkları ve % 38,6'sının 6 ay ile 1 yıldır mevcut pozisyonlarında çalıştıkları görülmektedir.

Tablo 2:Katılımcıların Çeşitli Çalışma Süreleri

Katılımcıya İlişkin Bilgiler	Sıklık (N)	Yüzde (%)
İşletmedeki Çalışma Süresi		
6 ay - 1 yıl	218	52,7
2-5 yıl	139	33,6
6-10 yıl	52	12,6
10 yıldan fazla	5	1,2
Turizm Sektöründeki Çalışma Süresi		
6 ay - 1 yıl	78	18,8
2-5 yıl	120	29,0
6-10 yıl	168	40,6
10 yıldan fazla	48	11,6
Mevcut Pozisyonundaki Çalışma Süresi		
6 ay - 1 yıl	160	38,6
2-5 yıl	157	37,9
6-10 yıl	77	18,6
10 yıldan fazla	20	4,8

Katılımcıların çalıştıkları departmanlara ait bilgiler tablo 3'te verilmiştir. Tablo 3'te görüleceği üzere çalışanların yaklaşık yarısının (% 49,8) yiyecek-içecek departmanında çalıştıkları ve % 26,8'inin ise kat hizmetleri departmanına bağlı çalıştıkları görülmektedir.

Diğer departmanlarda çalışanların oranlarının ise % 6 ve altında olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Çalıştıkları Departmanlar

Departman	Sıklık (N)	Yüzde (%)
Önbüro	22	5,3
Kat Hizmetleri	111	26,8
Halkla İlişkiler	16	3,9
Teknik Servis	25	6,0
Yiyecek-İçecek	206	49,8
Muhasebe	18	4,3
İnsan Kaynakları	10	2,4
Diğer	6	1,4

Araştırma Alanına İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma alanına ilişkin olarak hazırlanmış kapalı uçlu sorularla araştırmanın örneklemini oluşturan otel işletmeleri çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeyleri ve bu kişilerin karşılaştıkları işyeri zorbalık düzeylerinin belirlenmesine yönelik sorulardan elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

Örgütsel Bağlığa İlişkin Genel Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde otel işletmeleri çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerinin ortaya konulmasına çalışılmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeği, duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı olmak üzere üç alt unsurdan oluşmaktadır. Bu ölçeği oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 4’te verilmiştir. Tablo incelendiğinde araştırmaya katılan işgörenlerin örgütsel bağlılık değişkenini oluşturan 3 alt faktörden duygusal ve normatif bağlılığı oluşturan ifadelerin ortalamalarının "katılıyorum" seçeneğine yakın olduğu; devam bağlılığı faktörüne ait ifadelerin ortalamalarının ise "karasızım" seçeneğine yakın olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4:Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar

İFADELER	$\bar{X}$	S.S.
Duygusal Bağlılık		
İşletmeme karşı güçlü bir aitik duygusu hissetmiyorum.	3,98	1,22
Kendimi bu işletmeye “duygusal olarak bağlı” hissetmiyorum.	3,78	1,29
Bu işletmede çalışmak, kişisel olarak benim için büyük anlam taşımaktadır.	3,63	1,32
Bu işletmede kendimi “ailenin bir üyesi” gibi hissetmiyorum.	3,72	1,29
Meslek hayatımın geriye kalan süresini bu işletmede geçirmem söz konusu olursa kendimi çok mutlu hissederim.	3,58	1,35
İşletmemin karşılaştığı sorunları, kendi kişisel sorunummuş gibi düşünür ve çözmeye çalışırım.	3,86	1,26

Normatif Bağlılık		
Bu işletme benim sadakatimi hak ediyor.	3,48	1,46
Bu işletmeye çok şey borçluyum.	3,49	1,41
Bu işletmede çalışmaya devam etmemi gerektirecek herhangi bir yükümlülük hissetmiyorum.	3,62	1,32
Burada çalışan insanlara karşı kendimi sorumlu hissettiğim için işten ayrılmayı düşünmem.	3,61	1,41
Şimdi işten ayrılısam kendimi suçlu hissederim.	3,54	1,41
Şu an başka bir işletmeden daha avantajlı bir iş teklifi alsaydım, çalıştığım işletmeden şimdi ayrılmak bana doğru gelmezdi.	3,65	1,30
Devam Bağlılığı		
Bu işletmede kendimden bu kadar çok şey vermemiş olsaydım, başka işletmede çalışmayı düşünebilirdim.	3,71	1,35
Bu işletmede çalışmaya devam etmemin en önemli nedenlerinden biri de, başka seçeneğimin olmamasıdır.	2,29	1,27
Bu işletmede çalışmaya devam etmem, kendi tercihim olduğu kadar, aynı zamanda da bir zorunluluktur.	3,25	1,10
Bu işletmeden ayrılmayı düşünmem için gerekli başka iş fırsatlarının mevcut olduğuna inanıyorum.	2,41	1,34
Bu işletmeden şimdi ayrılma kararı alsam, hayatım büyük ölçüde alt üst olur.	3,42	1,52
İstesem bile, şu an bu işletmeden ayrılmak benim için çok zor olurdu.	3,54	1,50

İşyeri Zorbalığına İlişkin Genel Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde otel işletmeleri çalışanlarının karşılaştıkları işyeri zorbalığı düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. İşyeri zorbalığı ölçeği, iş ilişkili zorbalık, kişi ilişkili zorbalık ve fiziksel gözdağı veren zorbalık olmak üzere üç alt faktörden oluşmaktadır. Bu ölçeği oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 5'te verilmiştir. İş ilişkili zorbalık alt faktörüne ilişkin ifadelerin ortalamalarına bakıldığında 7 ifadenin ve kişi ilişkili zorbalık alt faktörüne ait 12 ifadenin ortalamasının 2 yani "Bazen" seçeneğine yakın olduğu görülmektedir. Diğer alt faktörleri oluşturan ifadelerin ortalamalarından farklı olarak, fiziksel gözdağı veren zorbalık alt faktörüne ait 3 ifadeden "Korkutucu davranışta bulunulması (Örneğin, parmakla işaret etme, yolunu kesme, gözdağı verme, vb.)" ifadesinin ortalaması ölçek içerisindeki en düşük ifade olarak "Hiçbir zaman" seçeneğine yakın belirlenmiştir.

Tablo 5: İşyeri Zorbalığı Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar

İFADELER	$\bar{X}$	S.S.
İş İlişkili Zorbalık		
Performansınızı etkileyecek bilgilerin saklanması	2,03	1,03
Becerilerin altında iş verilmesi	2,11	,93
Düşünce ve görüşlerinizin göz ardı edilmesi	2,22	,91
Makul olmayan imkansız hedefler veya süreler içeren görevlerin verilmesi	2,04	1,03
İş yaparken gereğinden fazla izlenilmesi	2,21	,97
Haklı olsanız bile bazı konularda bunu açıklamamanız için üzerinizde baskı oluşturulması	1,91	1,02
Altından kalkılamayacak bir iş yüküne maruz kalınması	2,03	1,05

Kişi İlişkili Zorbalık		
İşiniz ile ilgili küçük düşürülme ve alay edilmesi	1,80	,98
İş tanımı içinde olmayan/sizin sorumluluğunuzda olmayan işlerin verilmesi	1,89	1,14
Hakkınızda dedikodu ve söylentilerin yayılması	1,81	1,03
Umursanmama, dışlanma ve arkadaşlık ilişkilerinin engellenmesi	1,79	1,06
İrk/etnik köken gibi kişiliğe, tutuma ve özel yaşama ilişki hakaret veya saldırı	1,83	1,11
İş arkadaşlarınız tarafından işten ayrılmanız gerektiği konusunda ima veya uyarı	1,82	1,08
Yaptığınız hata ve yanlışların sürekli hatırlatılması	1,86	1,03
Bu kişilere (çalışma arkadaşlarınız ve şefleriniz) yaklaştığınızda düşmanca tepki gösterilmesi veya samimiyetinizin düşmanca karşılanması	2,08	1,18
İşinizin veya çabanızın sürekli eleştirilmesi	1,98	1,05
Sevmediğiniz bir personel tarafından el şakalarına maruz kalınması	1,87	1,10
Size yönelik sahte iddiaların / suçlamaların ortaya atılması	1,97	1,18
Aşırı alay ve iğneleyici söze maruz kalınması	1,82	1,05
Fiziksel Gözdağı Veren Zorbalık		
Kızgınlığın ya da öfkenin hedefi olunması ya da bağırılması	1,98	1,13
Korkutucu davranışta bulunulması (Örneğin, parmakla işaret etme, yolunu kesme, gözdağı verme, vb.)	1,44	,78
Şiddet tehdidi alma veya fiziksel olarak suiistimal edilme	1,78	1,11

Çalışmanın bundan sonraki analizlerinde hangi testlerin (parametrik veya parametrik olmayan) yapılmasının doğru olacağını belirlemek amacıyla anket yoluyla elde edilen verilerin “Tek Örneklem Kolmogorov-Smirnov Testi” ile normal dağılıma uygunluğu test edilmiştir. Söz konusu test sonucunda, hem “Örgütsel Bağlılık” değişkeni hem de “İşyeri Zorbağılığı” değişkenine ait verilerin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ($P=0,00$; $p<0,05$). Dolayısıyla bundan sonraki testlerde parametrik olmayan testlerden yararlanılarak söz konusu değişkenler arasındaki ilişki ve bu değişkenleri etkileyen bağımsız değişkenler arasında bir farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

İşyeri zorbağılığı değişkenini oluşturan 3 alt faktör olan iş ilişkili, kişi ilişkili ve fiziksel gözdağı veren zorbalık faktörlerinin iki gruptan oluşan cinsiyet ve medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Mann-Withney U testi yapılmıştır. Yapılan test sonucunda sadece medeni durum ile iş ilişkili zorbalık arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Test ile ilgili veriler incelendiğinde ise bekarların evlilere göre daha çok iş ilişkili zorbalığa uğradıkları tespit edilmiştir ($z=-2,01$, $p=0,04$). Benzer şekilde Deniz ve Ertosun (2010) da araştırmalarında işyeri zorbağılığı konusunda cinsiyete göre bir farklılık olmadığını belirtmektedirler. Bununla birlikte bu çalışmanın sonucundan farklı olarak Kuşçu (2011a) çalışmasında medeni durum ile sadece kişi ilişkili zorbalık arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Yapılan Kruskal-Wallis testine göre işgörenlerin eğitim durumları ile kişi ilişkili zorbalık arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Söz konusu test verilerine göre ortaöğretim mezunu işgörenlerin diğer eğitim durumundaki işgörelere göre daha fazla kişi ilişkili zorbalığa uğradıkları belirlenmiştir ($H=13,909$; $SD=4$; $p=0,008$). Bu sonuç Kuşçu (2011a) tarafından

gerçekleştirilen çalışmanın sonucundan farklılık göstermektedir. Nitekim Kuşçu çalışmasında medeni durum ile işyeri zorbalığının alt boyutları arasında anlamlı bir fark bulamamıştır. Deniz ve Ertosun (2010) ise araştırmalarında fiziksel şiddetin eğitim durumuna göre farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Buna göre ilköğretim mezunları, lise ve üniversite mezunları ile kıyaslandığında daha çok fiziksel gözdağı veren zorbalığa uğramaktadırlar.

Yine Kruskal-Wallis testine göre işgörenlerin şimdiki pozisyonlarında çalışma sürelerine göre kişi ilişkili ve fiziksel gözdağı veren zorbalık arasında anlamlı fark bulunmuştur. Test sonucuna göre mevcut pozisyonlarında 6 ay ile 1 yıl aralığında çalışmakta olan işgörenlerin diğer işgörelere göre kişi ilişkili zorbalığa daha fazla maruz kaldıkları ($H=11,634$; $SD=3$; $p=0,009$) ve yine 6 ay ile 1 yıl arasındaki sürelerde çalışmakta olan işgörenlerin diğer işgörelere göre daha fazla fiziksel gözdağı veren zorbalığa uğradıkları belirlenmiştir ($H=11,087$; $SD=3$; $p=0,011$).

İşyeri Zorbalığı ile Örgütsel Bağlılık arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 6’da görüldüğü gibi işyeri zorbalığını oluşturan alt değişkenler ile örgütsel bağlılığı oluşturan alt değişkenler arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 6: İşyeri Zorbalığı ve Örgütsel Bağlılık Ölçeği Korelasyon Matrisi

		DUY	NORM	DEV	İŞ	KİŞİ	FİZİK
DUY	Spearman’s Correlation	1,000	,254**	,199**	,038	-,022	-,134**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,435	,652	,006
	N	414	414	414	414	414	414
NORM	Spearman’s Correlation	,254**	1,000	,580**	-,367**	-,540**	-,450**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000
	N	414	414	414	414	414	414
DEV	Spearman’s Correlation	,199**	,580**	1,000	-,153**	-,217**	-,107*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,002	,000	,030
	N	414	414	414	414	414	414
İŞ	Spearman’s Correlation	,038	-,367**	-,153**	1,000	,727**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,435	,000	,002	.	,000	,000
	N	414	414	414	414	414	414
KİŞİ	Spearman’s Correlation	-,022	-,540**	-,217**	,727**	1,000	,740**
	Sig. (2-tailed)	,652	,000	,000	,000	.	,000
	N	414	414	414	414	414	414
FİZİK	Spearman’s Correlation	-,134**	-,450**	-,107*	,694**	,740**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,030	,000	,000	.
	N	414	414	414	414	414	414

(**) Korelasyon 0,01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.

(*)Korelasyon 0,05 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.

Tablo 6 incelendiğinde “İş İle İlgili Zorbalık” ile “Duygusal Bağlılık” arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ancak “İş İlişkili Zorbalık ” ile “Normatif [İŞ↔NORM ($r=-.367**$)] ve Devam Bağlılığı [İŞ↔DEV ($r=-.153**$)]” arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Tespit edilen bu sonuçlar dikkate alındığında iş ilişkili

zorbalığın, işgörenlerin normatif ve devam bağlılıklarını olumsuz yönde etkileyebileceğini söylemek mümkündür.

Yine benzer şekilde “Kişi İlişkili Zorbalık” ile “Duygusal Bağlılık” arasında da anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. İş ilişkili zorbalıkta olduğu gibi “Kişi İlişkili Zorbalık” ile “Normatif [KİŞİ↔NORM ($r=-.540^{**}$)] ve Devam Bağlılığı [KİŞİ↔DEV ($r=-.217^{**}$)]” arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçlar dikkate alındığında kişi ilişkili zorbalığın söz konusu olduğu işletmelerde, işgörenlerin normatif ve devam bağlılıklarının azalabileceği tahmin edilmektedir.

Daha önceki sonuçlardan farklı olarak “Fiziksel Gözdağı Veren Zorbalık” değişkeninin tüm örgütsel bağlılık değişkenleri ile arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir [FİZİK↔DUY ($r=-.134^{**}$); FİZİK↔NORM ($r=-.450^{**}$); FİZİK↔DEV ($r=-.107^{*}$)]. Bu bulgudan hareketle, işletmelerde fiziksel gözdağı veren zorbalık arttığında, işgörenlerin duygusal, normatif ve devam bağlılıklarının azalması söz konusu olabilecektir.

Mc Cormack vd.nin (2006) Çin’de okul öğretmenleri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada da benzer sonuçlar ortaya çıkmış, işyeri zorbalığının örgütsel bağlılığı olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir. Benzer şekilde Tepper (2000) tarafından yöneticilerin kötü davranışlarının örgütsel bağlılığa etkisi üzerine yapılan çalışmada olumsuz davranışların bağlılığı olumsuz yönde etkilediği, çalışanların memnuniyet düzeylerinin azaldığı tespit edilmiştir. Einarsen’in (2000, 388) belirttiğine göre Niedl (1996) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da işyeri zorbalığının çalışanların örgütsel bağlılığını azalttığını ve sonunda örgütü terk etmeye neden olduğunu belirlemiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmada işgörenlerin demografik özellikleri göz önünde bulundurulduğunda kadın ve erkek işgörenlerin oranlarının birbirine çok yakın olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen bu sonuç, turizm istihdamının özelliklerinde de yer alan “istihdam edilen kadın personel sayısı diğer sektörlere göre daha fazladır (Hacıoğlu vd., 2008: 104)” ifadesini doğrular niteliktedir. Araştırmada ayrıca işgörenlerin % 83,1’inin 40 yaş ve altındaki kişilerden oluştuğu bu da turizm sektörünü genellikle orta yaş ve genç kesimindeki kişilerin daha çok tercih ettiğini göstermektedir. Yine sektörün en çok eleştirilen kalifiye eleman konusu bu araştırma sonuçlarında da kendini göstermektedir. Araştırmaya katılan işgörenlerin % 67’4’ü gibi büyük bir oranının ortaöğretim ve ilköğretim mezunu kişilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Araştırmada belirlenen diğer önemli bir sonuç işgörenlerin çalışma süreleri ile ilgilidir. Anketi cevaplayan işgörenlerin yarısından fazlası (% 52,2) 6 yıl ve üzeri süredir turizm sektöründe çalıştıklarını ifade etmiş olsalar da mevcut işletmelerinde çalışma süreleri 6 ay ile 1 yıl arasında olan işgörenlerin çoğunlukta (% 52,7) olduğunu göstermektedir. Ortaya çıkan bu sonuç, turizm sektörünün (araştırmada otel işletmeleri için bu söylenebilir) işgören devir hızının yüksek olan bir sektör olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın yapıldığı otel işletmelerinde işgörenlerin son altı ay içerisinde işyeri zorbalığına uğrama düzeylerinin belirlenmesine yönelik ifadeler verilen yanıtlar, işgörenlerin fiziksel gözdağı veren zorbalığa göre iş ilişkili ve kişi ilişkili zorbalığa daha çok uğradıkları sonucunu vermektedir. Araştırmaya katılan işgörenlerin demografik özellikleri ve diğer çalışma durumlarına göre işyeri zorbalığı ile karşılaşma durumlarına yönelik yapılan testler sadece bekarların evlilere göre daha çok iş ilişkili zorbalığa, ortaöğretim mezunu işgörenlerin diğer eğitim grubundaki işgörelere göre daha çok kişi ilişkili zorbalığa uğradıklarını ortaya koymuştur. Bununla birlikte 6 ay ile 1 yıl aralığında sürelerde mevcut pozisyonlarında çalışmakta olan işgörenlerin diğer sürelerdeki işgörelere göre daha çok kişi ilişkili ve fiziksel gözdağı veren zorbalık ile karşı karşıya oldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

İşyeri zorbalığı ile örgütsel bağlılık değişkenleri arasındaki ilişkinin belirlendiği spearman korelasyon testi sonuçları, işyeri zorbalığının işgörenlerin örgütsel bağlılıklarını etkilediğini göstermektedir. Spearman korelasyon testi, iş ilişkili zorbalığın işgörenlerin normatif ve devam bağlılıklarını olumsuz yönde etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Yine kişi ilişkili zorbalığın işgörenlerin normatif ve devam bağlılıkları üzerinde ve fiziksel gözdağı veren zorbalığın tüm örgütsel bağlılık unsurları (duygusal, normatif ve devam bağlılıkları) üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu ortaya konan diğer bir sonuçtur.

Araştırmada mevcut pozisyonlarında yeni olan (6 ay ile 1 yıl) işgörenlerin görevinde daha uzun sürelerde çalışmakta olan işgörelere göre işyeri zorbalığı ile karşılaşma düzeylerinin daha çok olduğu belirlenmiştir. İşletme yöneticileri, mevcut pozisyonlarında yeni çalışmaya başlamış olan işgörelere destek vermeli, bu kişilerden tam verim elde edebilmeleri ve işletmeye olan bağlılıklarını artırmaları için bu kişilerin diğer çalışanlarla iyi ilişkiler kurmasını sağlamalıdır.

Turizm sektörü diğer sektörlerle karşılaştırıldığında işgören devir hızı yüksek olan bir sektördür. İşgörenlerin örgütsel bağlılıklarının önündeki engelleri fark edebilen işletmeler yüksek olan bu işgören devir hızını azaltabilirler. Yapılan bu araştırmada işyeri zorbalığının işgörenlerin örgütsel bağlılıkları üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğu belirlenmiştir. İşletmelerde işgörenlerin karşı karşıya kaldıkları işyeri zorbalığı, işgörenlerin işletmeye olan duygusal, normatif ve devam bağlılıklarını negatif yönde etkilemektedir. Bu noktada yöneticilere önemli görevler düşmektedir:

Öncelikli olarak işyeri zorbalığı hakkında yöneticiler de dahil olmak üzere farkındalık yaratılmalıdır. İşyerinde zorbalık davranışlarının mevcut durumu ortaya konulmalı eğer varsa etkisinin ne düzeyde olduğu tespit edilmelidir. Yöneticilerin bu konuda taraflar arasında objektif olması ve anlaşmazlıklara ilişkin görüşlerini alarak somut çözüm önerileri getirmesi gerekmektedir. Bu duruma zamanında ve etkin bir şekilde müdahale edilmediği sürece çalışanlar arasındaki zorbalık davranışı giderek artış gösterecek, çalışanların hem yönetime hem de örgüte karşı güveni azalacaktır.

Yine yöneticiler zorbalığı azaltmak için daha yapıcı ve yaratıcı davranmalı, empati yoluyla çalışanları ile sağlıklı iletişim kurmalıdırlar. Çalışanları ile iyi iletişim kuran yöneticiler hem çalışanların iş arkadaşları ile ilgili sorunlarına çözüm bularak onların iş başarısına olumlu katkı sağlamış olacak hem de buna bağlı olarak işletme verimliliğini de arttırmış olacaklardır.

Benzer şekilde yönetimde şeffaflık sağlanmalı, bunun için de çalışanların düşüncelerine değer verilmeli ve katılımcı bir ortam yaratılmalıdır. Örgütsel güven ortamının geliştirilmesi için kurallar ve prosedürler açıkça ortaya konmalı ve adil bir şekilde uygulanmalıdır. Bunun yanı sıra işletmelerde zorbalık davranışını anlama ve buna karşı önlem alma noktasında hizmetiçi eğitimlerin yapılması örgütsel bağlılığı artırıcı etkenlerden biri olacaktır.

Özellikle çalışanlar arasında eğer mevcutsa eşitsizliği ve adaletsizliği ortadan kaldırma yoluna gitmelidirler. Çünkü işyeri zorbalığının en önemli özelliklerinden biri güç eşitsizliğidir. Bu nedenle benzer iş tanımına ve iş yüküne sahip çalışanlar arasında dengeli bir çalışma ortamının yaratılması önem arz etmektedir. Bu noktada görev tanımlarının ve sorumlulukların doğru belirlenmesi ve netleştirilmesi gereklidir. Nitekim çıkan sonuçlar değerlendirildiğinde iş ilişkili zorbalığın örgütsel bağlılığı olumsuz etkilediği görülmüştür.

Ayrıca sektör yöneticileri, işyeri zorbalığının olumsuz etkilerini azaltmak için işyeri zorbalığına karşı politikalar geliştirmelidir. Geliştirilecek bir anketle işgörenlerin işyeri zorbalığına uğrama düzeylerini ölçüp buna karşı geliştirdikleri politikaları uygulayabilen işletmeler, hem işgörenlerin memnuniyetlerini artıracak hem de bu kişilerin işletmeye olan bağlılıklarını artıracaklardır.

KAYNAKÇA

- Akgeyik, T., Güngör, M., Uşen, Ş. & Omay, U. (2009). İşyerinde Psikolojik Taciz Olgusu: Niteliği, Yaygınlığı ve Mücadele Stratejisi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 56, 91-150
- Aydın, O. & Öcel, H. (2009). İşyeri Zorbalığı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Türk Psikoloji Yazıları*, 12 (24), 94-103.
- Bai, B., Brewer, K. P., Sammons, G. & Swerdlow, S. (2006). Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Internal Service Quality: A Case Study of Las Vegas Hotel/Casino Industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 5 (2), 37-54.
- Birik, I. (2009). *İşyerinde Psikolojik Taciz: Bir Tıp Fakültesi Hastanesinde Çalışan Asistan Doktor ve Hemşirelerin Algıları Üzerine Bir Çalışma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Chappell, D. & Martino, V. D. (2006). *Violence at Work*. (3. Baskı), International Labour Office, Geneva.

- Chappell, D. & Martino, V. D. (2006). *Violance at Work, International Labour Organization*. (3rd Edition), Geneva.
- Chirila, T. & Constantin, T. (2013). Understanding Workplace Bullying Phenomenon through its Concepts: A Literature Review. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, 1175-1179
- Cowie, H., Naylor, P., Rivers, I., Smith, P.K. & Pereira, B. (2002). Measuring Workplace Bullying, *Aggression and Violent Behavior*, 7, 33-51.
- Curtis, C. R., Upchurch, R. S. & Severt, D. E. (2009). Employee Motivation and Organizational Commitment: A Comparison of Tipped and Nontipped Restaurant Employees. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10, 253-269.
- Çinkır, Ş. & Kepenekci, Y. K. (2003). Öğrenciler Arası Zorbalık, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 34, 236-253.
- Demir, Y. & Çavuş, M. F. (2009). Mobbing'in Kişisel ve Örgütsel Etkileri Üzerine Bir Araştırma, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(1), 13-23.
- Deniz, N. & Ertoşun, Ö. G. (2010). The Relationship Between Personality and Being Exposed to Workplace Bullying or Mobbing", *Journal of Global Strategic Management*, 7, 129-142.
- Dilek, H. (2005). *Liderlik Tarzlarının ve Adalet Algısının; Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkilerine Yönelik Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- Durgun, C. (2011). *İş Yerinde Bezdiri ve Bezdiriyle Başa Çıkma stratejileri: Üniversiteler Arasında Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Efeoglu, İ. E. (2006). *İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi, İş Doyumu ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Einarsen, S. (2000). Harassment and Bullying at Work: A Review of the Scandinavian Approach, *Aggression and Violent Behavior*, 5(4), 379-401.
- Einarsen, S., Hoel, H. & Notelaers, G. (2009). Measuring Exposure to Bullying and Harassment at Work: Validity, Factor Structure and Psychometric Properties of the Negative Acts Questionnaire-Revised, *Work & Stress*, 23(1), 24-44.
- Gardner, S. & Johnson, P. (2001). The Leaner, Meaner Workplace: Strategies for Handling Bullies at Work, *Employment Relations Today*, 28(2), 23-36.
- Güngör, M. (2007). *Çalışma Hayatında Psikolojik Taciz Olgusu: Türkiye'de Hizmet Sektörüne İlişkin Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. & Tetik, N. (2008). *Türkiye'de Turizm Eğitimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hoel, H. & Cooper, C. (2000). Destructive Conflict and Bullying at Work, *Manchester Institute Science and Technology (UMIST)*, Manchester.
- Karşlıoğlu Yeni, G. (2013). *Mobbing İşyerinde Psikolojik Taciz*, (1. Baskı), Ziraat Gurup Matbaacılık A.Ş., Ankara.

- Kuşçu, P. Ç. (2011a). *Örgüt Kültürü ve İş Yeri Zorbalığı: İşkur Ve Ors Örneği*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Kuşçu, P. Ç. (2011b). İş Yeri Zorbalığı ve Örgüt Kültürü İlişkisi Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (19), 371-394.
- Leymann, H. (1996). The Content and Development of Mobbing at Work, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(2), 165-184.
- Mc Cormack, D., Casimir, G., Djurkovic, N. & Yang, L. (2006). The Concurrent Effects of Workplace Bullying, Satisfaction with Supervisor, and Satisfaction with Co-workers on Affective Commitment among Schoolteachers in China, *International Journal of Conflict Management*, 17(4), 316-331.
- Namasivayam, K. & Zhao, X. (2007). An Investigation of the Moderating Effects of Organizational Commitment on the Relationships Between Work-Family Conflict and Job Satisfaction Among Hospitality Employees in India. *Tourism Management*, 28 (5), 1212-1223.
- Özşahin, M., Zehir, C., Acar, A. Z. & Sudak, M. K. (2013). The Effect of Leadership and Market Orientation on Organizational Commitment. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 99 (6), 363-372.
- Pelit, E. & Kılıç, İ. (2012). Mobbing ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Şehir ve Sayfiye Otellerinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 122-140.
- Pelit, E. & Kılıç, İ. (2014). Çalışma Hayatının Bir Sorunu Olarak Mobbing ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Türkiye ve Kazakistan Otellerinde Bir Uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 9, 90-126.
- Samnani, A.-K. & Singh, P. (2012). 20 Years of workplace bullying research: A review of the antecedents and consequences of bullying in the workplace. *Aggression and Violent Behavior*, 17, 581–589.
- Seymen, O. A. (2008). *Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Örgüt Kültürü Tipleri Üzerine Bir Araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Seymen, O.A., Girgin, G. K., Giritlioğlu, İ. & Aksu, M. (2009). İşgörenlerin Etkileşim Adaleti Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Çanakkale İlinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. 17. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 21-23 Mayıs, Eskişehir.
- Shen, J. & Zhu, C. J. (2011). Effects of Socially Responsible Human Resource Management on Employee Organizational Commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 22 (15), 3020-3035.
- Sperry, L. (2009). Mobbing and Bullying: The Influence of Individual, Work Group, and Organizational Dynamics on Abusive Workplace Behavior, *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 61(3), 190–201.
- Su, S., Baird, K. & Blair, B. (2009). Employee Organizational Commitment: The Influence of Cultural and Organizational Factors in the Australian Manufacturing Industry. *The International Journal of Human Resource Management*, 20 (12), 2494-2516.

- Subramaniam, N., McManus, L. & Mia, L. (2002). Enhancing Hotel Managers' Organisational Commitment: An Investigation of the Impact of Structure, Need for Achievement and Participative Budgeting. *Hospitality Management*, 21, 303-320.
- Sun, T., Ayoun, B. & Calhoun, J. (2013). The Effect of ORganizational Commitment on Word-of-Mouth Intentions in Recruitment in China. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 12, 192-216.
- Şen, S. (2009). *Psikolojik Taciz ve İş Kanunu Boyutu*, Çimento İşveren Dergisi, 23(5), 46-68.
- Tepper, B. J. (2000). Consequences of Abusive Supervision. *Academy of Management Journal*, 43, 178-190.
- Upchurch, R., Dipietro, R. B., Curtis, C. & Hahm, J. (2010). Research Note: Organizational Commitment in the Restaurant Industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 13, 127-143.
- Yang, J., Liu Y., Chen Y. & Pan, X. (2014). The Effect of Structural Empowerment and Organizational Commitment on Chinese Nurses' Job Satisfaction. *Applied Nursing Research*, 27 (3), 186-191.
- Young-Ki, L., Kwon, Y. & Lee, K. A. (2007). Investigating the Effects of Relationship Quality on Organizational Commitment and Prosocial Behavior in Hotel Food & Beverage Division. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 17 (3), 109-132.
- Zopiatis, A., Constanti, P. & Theocharous, A. L. (2014). Job Involvement, Commitment, Satisfaction and Turnover: Evidence from Hotel Employees in Cyprus. *Tourism Management*, 41, 129-140.

BELEDİYELERİN TURİZME YÖNELİK FAALİYETLERİNİN YEREL HALK TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ

Elbeyi PELİT

*Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi
elbeyipelit@aku.edu.tr*

Yusuf GÖKÇE

*Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ysfgokce@hotmail.com*

ÖZET

Bu araştırmada, Afyonkarahisar’da ikamet eden yerel halkın, belediyenin turizme yönelik faaliyetlerinin yeterliliği ile ilgili değerlendirmelerine yer verilmiştir. Belediyenin turizm ile ilgili faaliyetleri; kültürel faaliyetler, tanıtım-pazarlama faaliyetleri, çevre faaliyetleri ve denetim faaliyetleri olarak dört boyutta incelenmiştir. Araştırmada konuyla ilgili verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmış ve Afyonkarahisar il merkezinde ikamet eden 2044 kişiye uygulanmıştır. Uygulanan anket sonucunda yerel halk, belediyenin turizmle ilgili, kültürel, tanıtım, çevre ve denetim boyutlarındaki faaliyetlerinin pek de yeterli olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca yerel halkın söz konusu bu değerlendirmelerinin bazı bireysel özelliklerine göre de (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, ikametgâh süresi, gelir durumu, meslek durumu) farklılık gösterdiği araştırmadan elde edilen bulgular arasındadır.

Anahtar Kelimeler:*Turizm, Belediye, Afyonkarahisar.*

GİRİŞ

Önemli bir yerel yönetim birimi olan belediyeler, 5393 sayılı belediye kanununda; “belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi” şeklinde tanımlanmıştır (5393 Sayılı Belediye Kanunu, 2014). Belediyeler belde sakinlerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılarlarken, aynı zamanda bölgeye gelen turistlerin de ihtiyaçlarına karşılık verirler. Genel olarak turizm tanımları incelendiğinde turizmin; bir yerden başka bir yere hareket/seyahat ve bu seyahatler esnasında gidilen yerdeki çeşitli imkânlardan yararlanmayı içeren sosyal ve ekonomik yönü olan bir olay olduğu vurgulanmaktadır (Toskay, 1989; Bayer,1992; Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2009; Kozak, Kozak ve Kozak, 2012). Bu doğrultuda, özellikle turizm faaliyetinin özünde yer alan yer değiştirme esnasında insanların gittikleri yerdeki turizm işletmelerinin olanaklarına ek olarak, bölgedeki belediyenin faaliyetlerinden de etkileneceği açıktır. Belediyelerin görevi ise tam olarak burada karşımıza çıkmaktadır. Belediyeler görevleri içerisinde yer alan belde sakinlerinin ihtiyaçlarını karşılarlarken bölgenin turizm imkânlarının gelişmesi ve turizm çekiciliğinin artması anlamında faydalar sağlayabilmektedir. Bu kapsamda “belediyeler turizme yönelik faaliyetleri çerçevesindeki görevlerini ne derecede yerine getiriyorlar” sorusu önem arz etmektedir. Nitekim bu araştırmada bu sorunun yanıtlanmasına dönük ülkemizin özellikle termal turizm başkenti olarak nitelendirilen ve bu yönüyle önemli bir turizm potansiyelini bünyesinde barındıran Afyonkarahisar

örneğinde betimsel nitelikte bir çalışma gerçekleştirilerek, belediyelerin turizm konusunda ne derece etkin rol üstlenmelerinin gerekliliği/önemi vurgulanmıştır.

BELEDİYELERİN TURİZME İLİŞKİN FAALİYETLERİ

Belediyelerin görevleri incelendiğinde insanları doğrudan ilgilendiren alt yapı, çevre düzenlemesi, kültürel ve sosyal yapı, tarihi değerler, eğitim, sağlık hakkında yapması gerekenler, yapabilecekleri veya yaptırabilecekleri sıralanmıştır. Belediyelerin; alt yapı, çevre, kültürel ve sosyal yapı tarihi değerler hakkındaki görevleri turizmle direkt ya da dolaylı olarak ilgilidir. Bu görevlerin neler olduğu 5393 sayılı belediye kanununda ayrıntılı olarak verilmiştir (5393 Sayılı Belediye Kanunu, 2014).

Türkiye’de turizm sektöründe hizmet kapasitesinin buna bağlı olarak da turizm gelirlerinin artırılması için temel koşullardan birisi, sadece sektör yatırımcılarının ya da çalışanlarının değil turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlayabilecek olan yerel kurum ve kuruluşların da desteğinin var olmasıdır. Türkiye’de yerel yönetimlerin turizm sektörünü doğrudan ilgilendiren yasal görevleri olduğu gibi, mahalli ve müşterek ihtiyaçların karşılanması üzerine olup, turizmi de olumlu yönde etkileyebileceği düşünülen görevleri de bulunmaktadır (Atar, 2010, s. 156). Bu doğrultuda 1580 sayılı Belediye Yasası’nın 15. maddesinde yer alan belediye görevleri arasında turizm ile ilgili olanları şu şekilde sıralamak mümkündür (Yeter, 1993a, s. 46-47):

1. Otel, motel, pansiyon, kamping ve benzeri konaklama tesisleri yapmak,
2. Plaj, sinema, tiyatro, diskotek, park, bahçe, spor tesisleri yapmak; umumi helâlâr, banyolar, kaplıcalar kurup işletmek,
3. Arkeolojik kazılarda ortaya çıkan tarihi eserler ve diğer konularda müzeler kurmak, halk kütüphaneleri tesis etmek ve işletmek,
4. Umumi mahalleri temizlemek, süprüntüleri kaldırmak, temiz şehir imajını en üst düzeyde belgelemek,
5. Beldenin; sokak, meydan ve geçitlerini bir plan dahilinde tanzim ve ıslah ederek şehir içi ulaşımını kolaylaştırmak,
6. Genel sağlık, esenlik ve huzura etkili tesislerin yerlerini ve şartlarını tespit etmek,
7. İmar planları yapımı ve uygulamasında turistik hedefleri gözden uzak tutmayarak en iyi şekilde gerçekleştirmek,
8. İçme ve kullanma suyunun bol ve temiz olarak belde halkının ve turistlerin istifadesine sunulmasını sağlamak,
9. Yiyecek, içecek, kullanılacak maddelerin satıldığı ve saklandığı yerler, konaklama tesisleri ve seyahat araçlarının denetlenmesini yerine getirmek,
10. Turizmin halka mal edilmesi, tanıtılması, turistlerle yöre halkı arasındaki iletişimin en iyi şekilde gerçekleştirmesi için halkın eğitilmesi konusunda çalışmalar yapmak,
11. Tercüman, rehber ve benzeri uzmanlık dallarında yeterli eleman yetiştirilmesi için merkezi idare ile işbirliği halinde çalışmak,
12. Fuar, sergi, panayır ve festivaller düzenlemek.

Konuyla ilgili olarak Kılıç (2006), “belediyelerin turizme ilişkin faaliyetlerini değerlendirmeye yönelik bir uygulama” adlı çalışmasında, belediyelerin bölgede yapmış

oldukları ya da yapacakları faaliyetlerin gerek yöre halkı gerekse bölgeye gelen turistler açısından oldukça önemli olduğu üzerinde durmaktadır. İlgili çalışmada da belirtildiği üzere belediyelerin ağırlıklı olarak turizme ilişkin söz konusu bu faaliyetleri; pazarlama-tanıtım, kültürel, çevre ve denetim faaliyetleri olmak üzere dört boyutta ele alınabilir (Kılıç, 2006). Bu çalışmanın uygulama kısmı da belediyenin bu faaliyetlerinin yerel halk tarafından değerlendirilmesi üzerine kurgulandığından, çalışmanın izleyen kısmında, belediyelerin söz konusu bu faaliyet alanları kapsamına giren uygulamalarına ilişkin özet bilgiler sunulmuştur.

Tanıtım-Pazarlama Faaliyetleri: Bir bölgenin pazarlama çalışmaları yerel yönetim birimi olan belediyelerin gerçekleştirmesi gereken faaliyetler arasındadır. İyi bir pazarlama çalışmasıyla bölgeye gelecek turist sayısında önemli artış sağlanabilecektir ve bunun sonucunda bölgenin kalkınması çok daha kolay olabilecektir. Konuyla ilgili olarak Güçer, Hassan ve Pelit (2012) araştırmalarında, gelişen internet teknolojisinin önemli bir tanıtım aracı olduğundan bahsetmişlerdir. Belediyelerin web siteleri aracılığı ile söz konusu tanıtım faaliyetlerini etkin olarak gerçekleştirebileceğinden bahsedilen araştırmada belediyelere, ilgili literatüre ve ileride yapılacak çalışmalara ilişkin öneriler sunulmuştur. Nitekim belediyelerin geleneksel ve en önemli görevlerinden birisi de o yöreye gelebileceklerin ilgisini çekmek, gelenlerin ilgisini canlı tutmak ve yörenin tanıtımını yapmaktır (McKercher ve Ritchie, 1997, s. 67’den akt. Azaklı ve Özgür, 2004, s. 123).

Kültürel Faaliyetler: Tarihi değeri olan abidelerin, şehirlerin, müze, saray, bahçe vb. yerlerin yaşayan insan gereksinimlerine uyacak biçimde korunmaları gerekir. Çünkü bunlar kültür varlığımızın zenginlikleridir ve gelecek kuşakların yaşantıları için zorunludur. Şehirlerin yeni gelişme planlarının doğal zenginliklerin korunmasını sağlayacak yerel zevkleri ve yerel mimari tipleri devam ettirecek güzelleşmeyi destekleyecek nitelikte hazırlanmaları gerekir (Tortop, 1988, s. 4). Yerel kalkınmanın sağlanmasında itici sektörlerden biri olan turizm, bir yandan ekonomik kalkınmaya destek olurken, diğer yandan da tarihi ve kültürel alanların korunması, restore edilmesi, çekiciliği olan ekolojik alanların korunmasına da katkı sağlamaktadır (Küçük ve Güneş, 2013, s. 29). Nitekim belediyelerin bünyesinde “Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü” adı altında bir birim bulunmaktadır. Bu birim belediyenin kültürel ve sosyal faaliyetlerini yerine getirmek için çeşitli faaliyetlerde bulunur (Afyonkarahisar Belediyesi, 2014). Ayrıca Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunun 10. Maddesinde belediyeleri de ilgilendiren bir ibare bulunmaktadır. “Her kimin mülkiyetinde veya idaresinde olursa olsun, taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunmasını sağlamak için gerekli tedbirleri almak, aldırarak ve bunların her türlü denetimini yapmak veya kamu kurum vekuruluşları ile belediyeler ve valiliklere yaptırmak, Kültür ve Turizm Bakanlığına aittir.” Bu maddeye göre Kültür ve Turizm Bakanlığı, belediyelere veya valiliklere kültür ve tabiat varlıklarının korunması konusunda gerekeni yaptırabilir (2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 2014).

Çevre Faaliyetleri: Doğa güzellikleri ve manzaralar insan çevresini kuşatan koşulları iyileştiren hayati önemde varlıklardır. Bunların korunması ve denetlenmesi önemli bir sorundur. Şehirlerin estetik görünüşten yoksun monoton bir görünüşe sahip oluşu, şehrsel yaşantıda insan zevkine indirilen önemli bir darbedir. (Tortop, 1988, s. 4). Belirli bir yöre ya da ülkeye yönelik turizm talebinin oluşması ve bu talebin sürdürülmesi sırasında fiziksel (tarihi ve doğal) çevre önemli bir etken olmaktadır. Ayrıca turistlerin gidecekleri yerin seçiminde ve kalış sürelerinin saptanmasında da fiziksel çevre önemli bir belirleyicidir. Daha açık anlatımla turizm ve fiziksel çevre, birbirinden ayrılmaz bir ilişki içerisinde. Turizm, tümüyle fiziksel çevrede oluşmakta ve fiziksel çevrenin çekim öğeleri turizm talebi üzerinde bir etkiye sahip olmaktadır (Kınacı, Pehlivan ve Seyhan, 2011, s. 16). Belediyelerin bu noktada özellikle, alt yapı, çevrenin korunması ve düzenlenmesi ve imar konularında gerçekleştirdikleri uygulamalar o bölgedeki turizm faaliyetlerini doğrudan etkileyecek unsurlar içermektedir (Kılıç, 2006).

Denetim Faaliyetleri: Yerel yönetimler açısından turizmde denetim boyutu, yerel yönetimlerin turizm konusundaki görevlerinin bir kesitini oluşturmaktadır. Yerel yönetimlerin turizm konusundaki denetim yetkilerini üç başlık altında incelemek mümkündür. Bunlar; planlama ve yapılaşma denetimi, çevre denetimi, tesis ve işletmelerin denetimidir (Yeter, 1993a; Yeter, 1993b; Kılıç, 2006; Dede ve Güremen, 2010). Belediyeler söz konusu bu denetimler yoluyla, bölgenin/yörenin turizm ortamının gelişmesinde de katkıda bulunmuş olacaktır. Örneğin, Belediye Yasası'nın 15. maddesinin üçüncü fıkrasında; lokanta, birahane, gazino, kahvehane, kiraathane, meyhane, otel, hamam, sinema, bar, *dansing* ve benzeri yerlerin açılmalarında ve işletilmelerinde, temizliklerinin ve servislerinin denetlenmesinde, tarifelerinin onayında, bu yerlerde çalışanların ehliyet şartlarının tespit edilmesinde belediyelerin görevli olduğu belirtilmiştir (Yeter, 1993a, s. 52).

Yukarıda sunulduğu üzere belediyelerin turizm ile ilgili başta pazarlama-tanıtım faaliyetleri, kültürel faaliyetler, çevre faaliyetleri ve denetim faaliyetleri olmak üzere birçok etkinliği vardır. Turizmin yapısı nedeniyle belediyelerin bu faaliyetleri turizmin gelişmesi açısından önem arz etmektedir. Bu faaliyetler belediyelerin turizm hakkında yaptığı asgari faaliyetleri içerir. Oysaki belediyeler bölge turizminin gelişmesi için yasal sorumluluğu olmasa dahi çeşitli faaliyetleri de yerine getirebilir. Aşağıda belediyelerin yukarıda sayılan faaliyetlerine ek olarak yapabilecekleri diğer belli başlı konulara yer verilmiştir (Ünal, 1992, s. 6):

- Düzenleyecekleri yeşil alanlar yoluyla doğayı kentsel alanların içine almak suretiyle kent ekolojisini geliştirerek,
- Turistin alışkın olduğu çevredeki yapıları taklit yerine, yöresel yapı ve mimari özellikleri ön plana çıkararak,
- Kültürel eserleri restore etmek suretiyle, kendi kültürel kimliklerini çekicilik unsuru olarak kullanarak,

- Hafta sonu ve tatillerde “kentlerden kaçış” ve “boş kent imajı” sorununa karşı, ileri teknolojiler ile estetik değerleri bütünleştirip, insanların serbest zaman faaliyetlerine uygun bir ortam yaratmak suretiyle “Kentsel Turizm” faaliyetlerine ağırlık vererek,
- Kent yakın çevresinde ise; su kenarları, plajlar, eğlence olanaklarının yoğunlaştığı tesisler, motel, kamping, çocuk ve gençlik kampları, sağlık ve tedavi tesisleri, yürüyüş ve spor alanları, küçük tarımsal üretim yapılan kişisel rekreasyon alanları yaparak, hem de tek fonksiyonlu ve sezonluk turizmin dezavantajlarını ortadan kaldırmak suretiyle, “Yıl Boyu Turizm” çerçevesinde turizmden daha çok gelir elde edilmesine katkıda bulunabilirler.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, Afyonkarahisar Belediye’sinin turizme ilişkin gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerin (tanıtım, kültürel, çevre, denetim faaliyetleri) yerel halk tarafından nasıl değerlendirildiğinin belirlenmesidir. Ayrıca araştırmada söz konusu bu değerlendirmelerin, yerel halkın bazı bireysel özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir.

YÖNTEM

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Söz konusu anket, konuyla ilgili Kılıç (2002)’in, “Belediyelerin Bölge Turizmine Olan Etkileri” isimli çalışmasında kullandığı anket olup, ilgili anketin kullanılmasında yazardan gerekli izin alınmıştır. Afyonkarahisar’da ikamet etmekte olan yerel halka uygulanan anket, iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların bazı bireysel (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, ikamet süresi, aylık ortalama gelir, meslek) özelliklerine yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, belediyelerin görev, sorumluluk ve faaliyetleri ile ilgili yerel halka kültürel, tanıtım, çevre ve denetim faaliyetlerinden olmak üzere 4 boyutta yöneltilen 30 yargı yer almaktadır. Bu yargıları oluşturan her bir madde beşli Likert tipi derecelendirmeye göre tasarlanmıştır (1=hiç katılmıyorum, 5=tamamen katılıyorum).

Araştırmanın evrenini, Afyonkarahisar il merkezindeki yerel halk oluşturmaktadır. Bu doğrultuda TÜİK (2014) verilerine göre, Afyonkarahisar il merkezi nüfusu 2013 yılında toplamda 203443’tür. Araştırmanın zaman, maliyet, ulaşılabilirlik ve kontrol güçlükleri açısından kısıtlılıklara sahip olduğu için evrenin tamamına ulaşmanın mümkün olmayacağı düşünülmüştür. Bu bağlamda evrenin tamamı yerine, örneklem seçilerek anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Araştırma evrenini oluşturan birimlerin sayısı on binden büyük olduğundan, Özdamar (2001) tarafından sınırsız evrenler ($n > 10.000$) ve nicel araştırmalar için önerilen örneklem hacmi ($n = \sigma^2 \cdot Z_{\alpha}^2 / H^2$) hesaplama formülünden yararlanılmıştır. Formülü oluşturan parametrelerden; standart sapma ve hata değeri için pilot uygulama (120) yapılmış olup, bu husus, özellikle anketin anlaşılabilirlik kontrolü için de fayda sağlamıştır. Bu bilgiler doğrultusunda, ilgili formül uygulamaya konulduğunda Afyonkarahisar için (

$n = \frac{1^2 \cdot 1,96^2}{0,1^2} = 384$) 384 minimum örneklem sayısına ulaşılmaktadır. Bununla birlikte

hata payı, güvenilirlik düzeyi ve eksik dolum ya da geri dönmeyen anketler ve yazarların olanakları da dikkate alınarak Afyonkarahisar İl merkezinde yerel halka uygulanmak istenen 2500 anketten, geri dönmeyen ve eksik veya hatalı dolumlar nedeniyle değerlendirmeden çıkarılan anketlerden sonra 2044 adet anket değerlendirmeye alınmıştır.

Elde edilen verilerin SPSS paket programı ile çözümlendiği araştırmada, katılanların bireysel özelliklerine göre dağılımı frekans ve yüzde yöntemi ile betimlenmiş olup, buna ilave olarak yerel halkın belediyelerin turizme yönelik faaliyetleri hakkındaki değerlendirmeleri yüzde, frekans ve aritmetik ortalama değerleri hesaplanarak yorumlanmıştır. Ayrıca yerel halkın Afyonkarahisar belediyesi faaliyetlerini algılamalarında bazı bireysel özelliklerine göre önemli bir farklılık gösterip göstermediği parametrik testlerden bağımsız örneklem için t testi (independent samples t test) ve tek faktörlü varyans analizi (one way anova) ile çözümlenmiştir. Bununla birlikte güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmış olup, sonuçlar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Araştırmada Kullanılan Ankete İlişkin Güvenirlik Analizi

Boyutlar	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Kültürel Faaliyetler	10	0.924
Tanıtım Faaliyetleri	5	0.887
Çevre Faaliyetleri	9	0.932
Denetim Faaliyetleri	6	0.865
GENEL	30	0.972

Tablo 1'e göre, belediyelerin genel faaliyetlerine ilişkin Cronbach's Alpha katsayısı 0.972 olarak hesaplanmıştır. Faaliyetlere ilişkin alt boyutların Cronbach's Alpha değerleri incelendiğinde 0.865 ile 0.932 arasında değiştiği görülmektedir. Bu kapsamda, bu araştırmada kullanılan anketin, gerek her bir boyutuna gerekse geneline ilişkin güvenilirlik katsayılarına ilişkin sonuçlar anketin güvenilir olduğuna dair bir ipucudur (Ural ve Kılıç, 2006).

BULGULAR VE TARTIŞMA

Katılımcılara İlişkin Bireysel Özellikler

Tablo 2'de, araştırmaya katılan kişilerin bazı bireysel özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Bireysel Değişkenler		f	%	Bireysel Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	1080	52,8	İkamet Süresi	1 yıldan az	158	7,7
	Erkek	964	47,2		1 – 4 yıl arası	808	39,5
Yaş Grubu	18 – 25 yaş arası	1251	61,2		5 – 8 yıl arası	217	10,6
	26 - 35 yaş arası	381	18,6		9 – 12 yıl arası	87	4,3
	36 - 45 yaş arası	228	11,2		13 – 16 yıl arası	99	4,8
	46 - 55 yaş arası	143	7,0		17 yıl ve fazlası	675	33,0
	56 yaş ve üzeri	41	2,0	Gelir	Asgari Ücretten Az	768	37,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	191	9,3		Asgari Ücret	421	20,6
	Ortaöğretim (Lise)	402	19,7		1000 – 2000 TL arası	433	21,2
	Önlisans	232	11,4		2001 – 3000 TL arası	294	14,4
	Lisans	1127	55,1		3001 – 4000 TL arası	62	3,0
	Lisansüstü	92	4,5		4000 TL’den fazla	65	3,2
Meslek	Memur	93	4,5	Meslek	Öğrenci	1122	54,9
	İşçi	227	11,1		Sağlık Personeli	57	2,8
	Esnaf	79	3,9		Emekli	55	2,7
	Öğretmen/Eğitimci/Akademisyen	121	5,9		Mühendis	23	1,1
	Serbest Meslek	90	4,4		Turizm	47	2,3
	Ev Hanımı	74	3,6		Diğer	56	2,7

Tablo 2’ye göre, araştırmaya katılan 2044 kişiden %52,8’i kadın, %47,2’si erkektir. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde çoğunluğu 18- 25 yaş aralığındaki (%61,2) katılımcılar oluştururken, onu sırasıyla 26-35 (%18,6) ve 36–45 (%11,2) yaş aralığındaki katılımcılar takip etmektedir. Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında lisans eğitimi alan veya almış bireylerin %55,1 oran ile çoğunluğu oluşturduğu, görülmektedir. Katılımcıların Afyonkarahisar’da ikamet etme durumları incelendiğinde 1-4 yıl arası seçeneğini işaretleyenler 808 kişi (%39,5) ile çoğunluğu oluşturmaktadır. Katılımcıların gelir durumuna bakıldığında asgari ücretten az (%37,6) ücret alanların çoğunluğu oluşturduğu görülmekte olup; 1000 – 2000 TL arası (%21,2) ve asgari ücret (%20,6) gelire sahip olanlar ise ikinci ve üçüncü sırada yer almıştır. Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımında ise öğrenciler (%54,9) çoğunluğu oluşturmakta olup onu sırasıyla; işçi (%11,1), öğretmen/eğitimci/akademisyen (%5,9), memur (%4,5), serbest meslek (%4,4), esnaf (%3,9), ev hanımı (%3,6), sağlık personeli (%2,8), emekli (%2,7). Meslek gruplandırmasının dışında kalan diğer meslek çalışanları (%2,7), turizm çalışanları (%2,3) ve mühendisler (%1,1) izlemektedir.

Belediyelerin Turizm ile İlgili Faaliyetlerine İlişkin Yerel Halkın Değerlendirmeleri

Tablo 3’de Afyonkarahisar’da ikamet eden yerel halkın belediyenin turizme yönelik faaliyetlerini değerlendirmeleriyle ilgili görüşlerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 3’e göre *kültürel faaliyetler hakkında* çıkan sonuçlar neticesinde en olumsuz görüş, “turizm konusunda halkı bilinçlendirme ve eğitim çalışmaları yapmaktadır” ($\bar{X}=1,88$) ifadesinde gerçekleşmiştir. Söz konusu boyutta en olumlu ifadeler ise “il için müze, kültür

merkezi ve kütüphane gibi hizmetler sunmaktadır” ($\bar{X}=2,94$) ile “tarihi yapıların restorasyonuna katkı sağlayıp, tarihi kültürel değerleri korumaktadır” ($\bar{X}=2,91$) ifadelerinde ortaya çıkmış olup, söz konusu ifadeler, aritmetik ortalamalardan da anlaşılacağı üzere, oldukça düşük bir ortalamaya sahiptir. Bu sonuçlar, belediyelerin kültürel faaliyetler konusunda halkın beklentilerini karşılayamadığı noktasında ipuçları sunmaktadır. Konuyla ilgili Tortop (1988, s. 4), belediyelerin bu faaliyetinin önemini şu şekilde vurgulamıştır: “Turizm alanındaki gelişme kültürel alanda gelişmeyi de etkilemiştir. Kendi kültürümüzü tanımak ve tanıtmak bir ihtiyaç haline gelmiştir. Tarihi değeri olan abidelerin, şehirlerin, müze, saray, bahçe vb. yerlerin yaşayan insan gereksinimlerine uyacak biçimde korunmaları gerekir. Çünkü bunlar kültür varlığımızın zenginlikleridir ve gelecek kuşakların yaşantıları ve dinlenmeleri için zorunludur. Şehirlerin yeni gelişme planlarının doğal zenginliklerin korunmasını sağlayacak yerel zevkleri ve yerel mimari tipleri devam ettirecek ve güzelleşmeyi destekleyecek nitelikte hazırlanmaları gerekir.”

Belediyelerin **tanıtım faaliyetleri** hakkındaki katılımcı görüşleri incelendiğinde “ile yılın diğer mevsimlerinde de turist gelmesi için çaba harcamaktadır” ifadesi, $\bar{X}=2,27$ aritmetik ortalamaya sahiptir ve boyut içerisindeki en olumsuz görüş bildirilen ifadedir. Tanıtım faaliyetleri içerisinde en yüksek aritmetik ortalamaya sahip ($\bar{X}=2,62$) ifade ise “ilin gazete, radyo, TV, reklam ve ilan gibi yollarla tanıtımını yapmaktadır” ifadesi olmuştur. Bir başka deyişle ilgili ifade faaliyet içerisindeki en olumlu görülen ifadedir. Bu sonuçlar katılımcıların belediyenin ilgili faaliyeti hakkında yapılanlardan memnun olmadıkları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar neticesinde ortaya çıkan sonuç bu faaliyet konusunun önemini ortaya koymaktadır. Özellikle turizm açısından önem taşıyan, ilgi gören bir destinasyondaki en önemli yerel yönetim birimi olarak belediyelerin faaliyetleri oldukça önemli bir hal almaktadır. Çünkü söz konusu birimler o yöreye yönelik tüm alt ve üst yapı faaliyetlerinde direkt sorumlu olan kuruluşlardır. Öte yandan belediyelerin bu hizmetlerinden doğal olarak yöreye gelen turistler de yararlanacaktır. Buna ilave olarak, belediyelerin turizmle ilişkisi belirtilen bu hususlarda sınırlı olmayıp, o yörenin tanıtılmasında da önemli ölçüde görev ve sorumlulukları olduğu aşikârdır (Kılıç, 2002; 2006). Bu kapsamda özellikle turizm açısından gelişmiş olan yörelerdeki belediyelerin bu tanıtımda gelişen teknolojiyen yararlanmaları ve bu paralelde interneti bu amaçla ve diğer hizmetlerini yerine getirmede, önemli bir tanıtma aracı olarak kullanmaları konusu gündeme gelmektedir. Belediyeler özellikle web siteleri aracılığıyla söz konusu bu faaliyetleri etkin olarak gerçekleştirme gayreti içerisindeyler (Güçer ve diğerleri, 2012, s. 326). Bunlara ek olarak Güçer ve diğerleri, (2012), konuyla ilgili olarak belediyelerin web sitelerinin incelendiği araştırmada; “tarihçe, coğrafya, müzeler, sanat, kültürü gibi başlıkların hepsi incelenen belediye web sitelerinde mevcut olmakla birlikte söz konusu bu unsurlar sadece bilgi amaçlı yer almaktadır” sonucuna ulaşmışlardır. Oysa pazarlamanın en önemli unsurlarından birini oluşturan çekicilik özelliklerinin ön plana çıkartılması hususlarına ilişkin faaliyetler/bilgiler eksik kalmaktadır. Bu kapsamda

araştırma kapsamındaki belediyenin ilgili faaliyeti yerine getirmesi tanıtım ve pazarlama açısından son derece önemlidir.

Tablo 3: Yerel Halkın Belediyenin Turizme Yönelik Faaliyetleriyle İlgili Görüşlerine İlişkin Bulgular

BOYUTLAR	İfadeler	Katılım Düzeyi										$\bar{X}$	s.s.
		Hiç (1)		Az (2)		Orta (3)		Çok (4)		Tamamen (5)			
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
KÜLTÜREL FAALİYETLER	Turizm konusunda halkı bilinçlendirme ve eğitim çalışmaları yapmaktadır.	1077	52,7	456	22,3	284	13,9	107	5,2	109	5,3	1,88	1,16
	Halkın sosyal alanda gelişmesi için (tiyatro, sinema, konser, vb.) etkinlikler düzenlemektedir.	557	27,3	640	31,3	506	24,8	176	8,6	158	7,7	2,38	1,19
	Turizmi herkesin yararına sunabilmek için önlemler almaktadır.	728	35,6	619	30,3	385	18,8	167	8,2	127	6,2	2,18	1,19
	Tatil dinlenme olgusunu halka yayıp onları teşvik etmektedir.	774	37,9	504	24,7	394	19,3	189	9,2	127	6,2	2,19	1,23
	Turizmin gelişmesi için üniversite ile işbirliği içerisinde araştırmalar yapmaktadır.	647	31,7	532	26,0	489	23,9	206	10,1	136	6,7	2,33	1,21
	Ziyaretçilere danışma, rehberlik ve diğer enformasyon(bilgilendirme) hizmetleri sunmaktadır.	641	31,4	531	26,0	521	25,5	188	9,2	146	7,1	2,34	1,21
	İlde konukseverliği geliştirici önlemler almaktadır.	643	31,5	545	26,7	446	21,8	215	10,5	168	8,2	2,37	1,26
	Bilimsel ve kültürel etkinlikler (panel, konferans, seminer vb.) düzenlemektedir.	442	21,6	580	28,4	584	28,6	261	12,8	161	7,9	2,57	1,19
	Tarihi yapıların restorasyonuna katkı sağlayıp, tarihi kültürel değerleri korumaktadır.	310	15,2	468	22,9	615	30,1	363	17,8	273	13,4	2,91	1,25
İl için müze, kültür merkezi ve kütüphane gibi hizmetler sunmaktadır.	315	15,4	415	20,3	636	31,1	379	18,5	272	13,3	2,94	1,25	
TANITIM FAALİYETLERİ	Turizm sektörüyle işbirliği yaparak ilin tanıtım ve pazarlamasını yapmaktadır.	510	25,0	531	26,0	551	27,0	257	12,6	171	8,4	2,53	1,23
	İlin gazete, radyo, TV, reklam ve ilan gibi yollarla tanıtımını yapmaktadır.	437	21,4	587	28,7	513	25,1	288	14,1	198	9,7	2,62	1,24
	İle talep oluşturmak için festival, panayır, sergi gibi aktiviteler düzenlenmektedir.	623	30,5	540	26,4	479	23,4	205	10,0	185	9,1	2,41	1,27
	İle yılın diğer mevsimlerinde de turist gelmesi için çaba harcamaktadır.	736	36,0	523	25,6	415	20,3	179	8,8	169	8,3	2,27	1,27
	Sanatçı, yazar, aktör gibi halkın tanıdığı kişileri davet ederek ilin tanıtımını yapmaktadır.	655	32,0	561	27,4	442	21,6	199	9,7	179	8,8	2,35	1,26

BOYUTLAR	İfadeler	Katılım Düzeyi										$\bar{X}$	s.s.
		Hiç (1)		Az (2)		Orta (3)		Çok (4)		Tamamen (5)			
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
ÇEVREYE İLİŞKİN FAALİYETLER	Bölgeye yapılacak turizm yatırımlarını teşvik etmektedir.	509	24,9	574	28,1	505	24,7	234	11,4	195	9,5	2,52	1,25
	Yol yapım ve onarım çalışmalarına gereken önemi vermektedir.	476	23,3	429	21,0	508	24,9	330	16,1	280	13,7	2,76	1,35
	Spor, eğlence, dinlence tesisleri gibi yerlere gereken önemi vermektedir.	545	26,7	482	23,6	499	24,4	280	13,7	220	10,8	2,58	1,31
	Park, bahçe ve yeşil alan konusunda sorumluluğunu yerine getirmektedir.	474	23,2	524	25,6	462	22,6	340	16,6	222	10,9	2,66	1,30
	İlin mimarisine uygun turizmle yönelik imar planlaması yapmaktadır.	641	31,4	531	26,0	448	21,9	206	10,1	174	8,5	2,37	1,27
	Cadde ve kaldırım gibi yerlerin çevre düzenlemesini yapmaktadır.	461	22,6	504	24,7	521	25,5	296	14,5	242	11,8	2,68	1,30
	Doğanın korunması konusunda yeterli önem ve hassasiyeti göstermektedir.	596	29,2	537	26,3	467	22,8	235	11,5	175	8,6	2,43	1,26
	Su ve havanın kirliliğine karşı sürekli ölçümler yapıp önlemler almaktadır.	770	37,7	459	22,5	398	19,5	217	10,6	172	8,4	2,29	1,30
DENETİM FAALİYETLERİ	Kanalizasyon, atık su ve çöp konularında gereken hassasiyeti gösterip çevreyi kirlilikten korumaktadır.	562	27,5	511	25,0	474	23,2	260	12,7	227	11,1	2,55	1,31
	Turistik tesislerin yapımına önem verip, bazı tesisleri işletmektedir.	474	23,2	554	27,1	566	27,7	266	13,0	162	7,9	2,55	1,21
	Halka açık yerleri temizlik ve sağlık kurallarına göre denetlemektedir.	527	25,8	566	27,7	506	24,8	236	11,5	181	8,9	2,49	1,24
	Eğlence, konaklama, restoran gibi işletmelere gereken denetimi yapmaktadır.	482	23,6	622	30,4	519	25,4	229	11,2	179	8,8	2,51	1,22
	Yangın ya da diğer felaketler konusunda denetimler yapıp tedbirler almaktadır.	541	26,5	570	27,9	527	25,8	231	11,3	151	7,4	2,45	1,21
	İldeki çarpık ve kaçak yapılaşma konusunda gereken denetimleri yapmaktadır.	745	36,4	493	24,1	407	19,9	224	11,0	153	7,5	2,28	1,27
	Zararlı böcekler ve başıboş hayvanlar için önlemler almaktadır.	760	37,2	456	22,3	399	19,5	212	10,4	207	10,1	2,34	1,34

Tablo 3’de, yerel halkın belediyelerin *çevre ile ilgili faaliyetlerine* ilişkin değerlendirmelerine bakıldığında; “su ve havanın kirliliğine karşı sürekli ölçümler yapıp önlemler almaktadır” ifadesinin aritmetik ortalaması $\bar{X}=2,29$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, ilgili faaliyetin çevre faaliyetleri genelinde en olumsuz ifade olduğunu göstermektedir. Katılımcılar “yol yapım ve onarım çalışmalarına gereken önemi vermektedir” ifadesi için ise söz konusu bu faaliyet içerisindeki en olumlu ($\bar{X}=2,76$) görüşü bildirmişlerdir. Bu boyuta ilişkin ifadelerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında genel olarak oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar katılımcıların ilgili

belediye faaliyetini yeterli bulmadıklarını ortaya çıkarmaktadır. Bu kapsamda bir araştırmada konunun önemi şu şekilde vurgulanmıştır: “Günümüzde çevre koruması, tarihi ve mimari eserler turizm yönünden büyük önem taşımaktadır” (Tortop, 1988, s. 4). Tortop, (1988) yine bu konuyla ilgili olarak; “turistik yörelerin imar planlarının yapılması, hazırlanması ve uygulanması, aşamalarında ilgili belediye, Bayındırlık ve İskân Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı arasında yakın bir ilişki kurulmalı, koordinasyon sağlanmalıdır” şeklinde bir ifadeyle konunun önemine vurgu yapmaktadır. Söz konusu bu husus belediyenin bu faaliyet kapsamında daha olumlu sonuçların alınmasını sağlayacak bir ipucu niteliğindedir.

Araştırmada yerel halkın belediyelerin *denetim ile ilgili faaliyetlerine* ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde, “ildeki çarpık ve kaçak yapılaşma konusunda gereken denetimleri yapmaktadır” ifadesi katılımcıların en olumsuz ($\bar{X}=2,28$) görüş bildirdikleri ifade olmuştur. Katılımcılar, belediyeler “turistik tesislerin yapımına önem verip, bazı tesisleri işletmektedir” ifadesinde en olumlu görüşü ($\bar{X}=2,55$) bildirmişlerdir. Bu boyuta ilişkin aritmetik ortalamalar 2,55 ile 2,28 arasında düşük bir aralıkta seyretmektedir ki bu sonuçlar, katılımcıların belediyenin denetim faaliyetiyle ilgili yapılan çalışmalarından pek memnun olmadıklarını ortaya çıkarmaktadır. Oysaki bu konuyla ilgili uygulamalar, gelen turistlerin sağlıklı bir ortamda tatilini geçirmesinde başat faktörleri içerisinde barındırdığı gibi, yörede yaşayan yerel halk tarafından da son derece önemlidir. Nitekim Yeter (1993a, s. 46) konunun önemini şu şekilde vurgulamıştır: Denetim, en az hizmetin, daha dar anlamda kalitenin oluşturulması kadar önemlidir. Bu bakımdan bu konunun üzerinde ciddi durulması gerekir. Konuyla ilgili başka bir çalışması olan Akmel (1992)’de konuyla ilgili şu ifadeye yer vermiştir (Akmel, 1992, s. 15): “Çevredeki işletmelerin hijyen ve çevre kurallarına uymalarının denetimi belediyelerce yapılmakla birlikte, her zaman yeterince etkin olmadığı görülmektedir.” Belediyenin denetim faaliyetlerine önem vermesi bölgedeki eksik veya kusurlu olan unsurların ortadan kalkması için bir caydırıcılık faktörü olabilir. Denetimin gerçek manada yerine getirilmesi öncelikle bölgede yaşayan yerel halk için daha sonra ise bölgeye gelecek turistler için önemlidir.

Afyonkarahisar’daki katılımcıların görüşlerini tüm ifadeler çerçevesinde değerlendirmek gerekirse; katılımcıların yarısından fazlası “turizm konusunda halkı bilinçlendirme ve eğitim çalışmaları yapmaktadır” ifadesine “hiç katılmıyorum (%52,7)” cevabını vermiştir ve bu ifade, katılımcıların en olumsuz ($\bar{X}=1,88$) görüş bildirdikleri ifade olarak belirlenmiştir. Katılımcıların en olumlu cevap verdikleri ifade ($\bar{X}=2,94$) ise belediye “il için müze, kültür merkezi ve kütüphane gibi hizmetler sunmaktadır” ifadesidir. Bu sonuçlar belediyenin araştırmada sorulan turizmle ilgili bütün faaliyetlerinin katılımcılar tarafından yetersiz bulunduğu şeklinde yorumlanabilir. Araştırmada kullanılan anketin kapsadığı boyutlara ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: Katılımcı Görüşlerinin Boyutlar Bazında Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Boyutlar	n	$\bar{X}$	s.s.
Kültürel Faaliyet	2044	2,41	0,93
Tanıtım Faaliyetleri	2044	2,43	1,04
Çevre Faaliyetleri	2044	2,54	1,03
Denetim Faaliyetleri	2044	2,44	1,03
Genel	2044	2,46	0,92

Tablo 4'e göre katılımcıların (n=2044) kültürel faaliyetler, tanıtım faaliyetleri, çevre faaliyetleri ve denetim faaliyetleri genelinde verdikleri cevaplar neticesinde aritmetik ortalama $\bar{X}=2,46$ olarak hesaplanmıştır. Katılımcılardan elde edilen bu sonuçlara göre, belediyenin turizm faaliyetlerine ilişkin görüşleri genelde olumsuzdur. Katılımcıların en olumlu görüşü çevre faaliyetleri ($\bar{X}=2,54$) boyutunda olduğu, onu sırasıyla, denetim ($\bar{X}=2,44$), tanıtım ($\bar{X}=2,43$) ve kültürel ($\bar{X}=2,41$) faaliyetler boyutları izlediği görülmektedir ki, her ne kadar olumlu olarak belirtilse de, söz konusu ortalamalardan da anlaşılacağı üzere görüşler olabildiğince olumsuzdur (düşüktür).

Araştırmaya ilişkin buraya kadar sunulan bulgular çerçevesinde katılımcıların belediyenin ilgili faaliyetlerini yeterli bulmadığı veya ilgili faaliyetler hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığı şeklinde bir yorum getirilebilir. Afyonkarahisar'ın turizm açısından sahip olduğu değerler göz önünde bulundurulacak olursa, belediyenin ilgili faaliyetlerin yerine getirilmesi konusuna ağırlık vermesiyle öncelikle yerel halk tatmin edilebilecek daha sonra ise turistlerin gözünde iyi bir imaj oluşturulabilecektir. Bir yörede belediyeler tarafından yapılan/yapılacak faaliyetler sadece yerel halkın kullanımına sunulmayıp, nihayetinde gelen turistlerin de kullanımına sunulacak ve turistlerin şehri olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerinde söz konusu bu faaliyetler oldukça etkili olacaktır. Nitekim Baş, Kılıç ve Güçer (2007)'in konuyla ilgili çalışmalarında bu hususların altı çizilmektedir. Şüphesiz ki yerel yönetimler içerisinde turizm ile ilişkisi en kuvvetli olanı belediye idareleridir. Belediye idaresinin sahip olduğu her türlü görev ve sorumluluk turizm ile yakından ilişkilidir. Temizlik ve çevre koruma hizmetleri, her türlü alt yapı imkanlarını sağlamak, esenlik hizmetleri kapsamında zabıta hizmetleri, yangınla mücadele hizmetleri, sağlık ve sosyal yardım hizmetleri kapsamında bulunan sağlık tesisleri kurmak, yönetmek, insan sağlığı ile ilgili faaliyetleri, imar planları, yapıların kontrolü, ulaştırma hizmetleri, tüketiciyi koruma hizmetleri gibi faaliyetler sadece yerel halkı değil, aynı zamanda bölgeye gelen turistleri de yakından ilgilendirmektedir (Baş, Kılıç ve Güçer, 2007).

Araştırmada ayrıca yukarıdaki bulgulara ek olarak, belediyelerin turizm ile ilgili faaliyetlerine ilişkin yerel halkın değerlendirmelerine ilişkin görüşlerinin bazı bireysel özelliklerine göre karşılaştırılması da yapılmış olup, katılımcıların belediyelerin faaliyetlerini (tüm boyutlar itibari ile) değerlendirmelerine ilişkin görüşleri ile cinsiyet, yaş, eğitim, ikametgah süresi, gelir ve meslek durumları arasında 0,05 anlamlılık

düzeyinde farklılık saptanmıştır. Söz konusu bu sonuçlara göre, kültürel faaliyetler, tanıtım faaliyetleri, çevre faaliyetleri ve denetim faaliyetleri hakkında kadınlar erkeklere oranla belediyenin yaptıklarının daha yetersiz olduğunu düşünmektedir. Öte taraftan konuyla ilgili olarak Kılıç (2006)'ın çalışmasında, katılımcıların görüşlerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Afyonkarahisar'da yapılan bu çalışmada ise tam tersi şekilde katılımcıların görüşleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. İki çalışmadaki sonuçların farklı olması; ilgili yörelerin ve turizm ürünlerinin farklılıkları, örneklem büyüklüğünün farklı olması veya araştırmanın yapıldığı tarihlerin farklı olması sebebiyle gerçekleşmiş olabilir.

Belediyenin turizm ile ilgili faaliyetleri yerine getirme durumunu 18–25 yaş grubu aralığındaki katılımcılar tüm boyutlar ve genel faaliyetler itibari ile en olumsuz değerlendiren grup olmuştur. Katılımcılar arasında 46–55 yaş grubunu oluşturanlar faaliyetlerin tamamında en olumlu görüşe sahip grup olmuştur. Konuyla ilgili Kılıç (2006) araştırmasında; bu araştırmanın tam tersine, 55 ve aşağı yaşlarda olan gruplardaki kişilerin 56 yaşın üzerindeki kişilere nazaran belediyenin turizm ile ilgili faaliyetlerinin yeterliliği konusunda daha olumlu görüş bildirdiği sonucu çıkmıştır. İki çalışmadaki farklılığın sebebi bölgelerin farklı olması nedeniyle insanların turizm beklentilerinin farklı olması olabilir. Konuyla ilgili olarak Sandıkçı ve Özgen (2013)'in “Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi” başlıklı araştırmalarında, “Afyonkarahisar ili termal turizmine yönelik görüşleri yaş gruplarına göre güçlü yönler, fırsatlar ve tehditler boyutlarında anlamlı bir farklılık göstermemekte iken, zayıf yönler bağlamında anlamlı bir farklılık göstermektedir” sonucuna ulaşmışlardır. Yerel halkın yaş gruplarına göre karşılaştırılmasında şehrin güçlü yönleri, fırsatları ve tehditleri konusunda benzer görüş bildirmesi ve bu çalışmada belediye faaliyetlerinin değerlendirilmesinde yaşlara göre farklılık göstermesi, katılımcı kitlesinin farklı olması nedeniyle gerçekleşmiş olabilir.

İlköğretim ve lise eğitimi alan katılımcılar tüm faaliyetlerde ve genel olarak diğer katılımcılara göre daha olumlu bir görüşe sahiptirler. Genel olarak faaliyetlere bakıldığında ilköğretim ($\bar{X}=2,75$), lise ($\bar{X}=2,75$), ön lisans ($\bar{X}=2,67$), lisans ($\bar{X}=2,27$) ve lisansüstü ($\bar{X}=2,32$) eğitimi alan katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Aynen bu çalışmada olduğu gibi Kılıç (2006)'ın araştırmasında da konuyla ilgili olarak katılımcıların görüşlerinin eğitim durumlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Her iki çalışmada da katılımcıların eğitim durumlarına göre belediye faaliyetleriyle ilgili görüşlerinde farklılık olması, insanların aldıkları eğitimin konuya bakış açılarını değiştirdiği şeklinde yorumlanabilir. Buna karşın konuyla ilgili olarak Sandıkçı ve Özgen (2013)'in araştırmasında ise katılımcıların, Afyonkarahisar termal turizminin SWOT analizine yönelik güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlere ilişkin görüşleri eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu çalışmayla Sandıkçı ve Özgen'in araştırmasına ilişkiler karşılaştırıldığında farklılık olduğu görülmektedir. Ünlüönen ve Sevim (2005)'in konuyla ilgili bir araştırmalarında “eğitim düzeyi arttıkça

turizme verilen önemin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu araştırmada katılımcıların eğitim düzeyi ile turizme verilen önem arasında doğru yönde bir ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir.

Bir yıldan daha az Afyonkarahisar’da yaşayan katılımcıları ayrı tutmak gerekirse, Afyonkarahisar’da daha fazla ikamet edenler belediye faaliyetlerini daha olumlu bulmaktadır. Yalnız burada dikkat edilmesi gereken nokta, en olumlu düşünen 17 yıl ve üzeri ikamet eden grubun görüşleri “orta düzeyde katılıyorum” seçeneğinin altında kalmaktadır. Yani genel olarak bu faaliyetlerin yetersiz olduğunun düşünüldüğü söylenebilir. Tam tersi şekilde, Kılıç (2006)’ın araştırmasında ikamet süresi ve katılımcı görüşleri karşılaştırıldığında belediye faaliyetleri ile ilgili konularda katılımcıların görüşleri ile ikamet sürelerinin anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu farklılığın sebebi örneklem büyüklüğünün farklı olması, araştırmaların yapıldığı bölgelerin ve dönemin farklı olması olabilir.

Asgari ücretten az gelire sahip katılımcılar genel olarak bu faaliyetlerin gerçekleşmesinde en olumsuz düşünen grup olmuştur ($\bar{X}=2,27$). Faaliyetlere en olumlu cevap veren grup asgari ücret grubudur. Geliri asgari ücretten fazla olan gruplar incelendiğinde gelirin artması ile belediye faaliyetlerinden memnun olma durumunun ters orantılı olduğu belirlenmiştir. İnsanların turizm için harcanabilir gelirin fazla olması turizm faaliyetlerine katılmalarında önemli rol oynamaktadır. Araştırmadan çıkan bu sonuca ilişkin, gelirle doğru orantılı olarak turizm faaliyetlerine katılma imkânı daha fazla olan kişilerin belediyenin faaliyetlerini yetersiz bulduğu şeklinde bir yorum getirilebilir ki, bu durumun tekrar ziyaret noktasında da sıkıntılar ortaya çıkaracağı aşikardır.

Meslek grupları itibari ile belediyelerin turizme yönelik faaliyetler genelinde en olumlu cevap veren grup işçilerdir ($\bar{X}=2,99$). İşçiler, belediye faaliyetlerini “orta düzeyde katılıyorum” şeklinde değerlendirmiştir denilebilir. Meslek grupları tarafından belediye faaliyetlerine ilişkin katılımcıların memnuniyet dereceleri bir sıralamaya konulduğunda; işçi ($\bar{X}=2,99$), diğer ($\bar{X}=2,93$), turizm çalışanları ($\bar{X}=2,72$), emekli ($\bar{X}=2,66$), memur ($\bar{X}=2,61$), serbest meslek ($\bar{X}=2,60$), esnaf ($\bar{X}=2,57$), ev hanımı ($\bar{X}=2,56$), öğretmen/educator ($\bar{X}=2,40$), öğrenci ($\bar{X}=2,3$), sağlık personeli ($\bar{X}=2,08$) ve mühendis ($\bar{X}=2,08$) şeklinde bir seyir izlemektedir. Katılımcıların meslek gruplandırmasında sağlık personeli ve mühendis grubu en olumsuz cevabı vermişlerdir. Meslek grubuna göre sınıflandırmada katılımcıların cevapları genelde “orta düzeyde katılıyorum” seçeneğinde yoğunlaşmaktadır ki bu durum da hizmetlerin pek de yeterli olmadığına dair bir gösterge sayılabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Önemi her geçen gün artan turizm faaliyetleri ikamet edilen mekândan ayrılmayı gerektirmesi sebebiyle gidilen yerin çekicilik unsurları talep edenler için çok önemlidir. Bundan dolayı turizm çekiciliği olan merkezlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması gerekmektedir. Turizm çekiciliği olan merkezlerin korunması ve

güzelleştirilmesinde ise en önemli sorumlu birimlerin başında yerel yönetimler gelmektedir. Bir yerel yönetim birimi olan belediyeler, bu konuda turizm ile ilgili olarak daha çok kültürel, tanıtım, çevre, denetim vb. gibi faaliyetleri yürütmektedirler. Bu kapsamda sunacakları hizmetler, yerel halk olduğu kadar yöreye gelen turistler açısından da son derece önemlidir. Bu kapsamda Afyonkarahisar'da ikamet eden yerel halkın belediyenin turizme ilişkin faaliyetlerinin değerlendirilmesine ilişkin görüşlerine başvuru bu araştırmadan çıkan sonuçlar, genelde halkın belediyenin turizme yönelik faaliyetlerinden pek de memnun olmadıkları yönünde bulgular sunmaktadır. Bu doğrultuda, belediyelerin faaliyetlerini değerlendirmelerinde en olumlu görüşler çevre faaliyetleri hakkındaki ifadelerde olurken, en olumsuz görüşler kültürel faaliyetler boyutunda olmakla birlikte, elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde Afyonkarahisar'da yaşayan yerel halkın belediyenin turizm ile ilgili faaliyetlerini yeterli bulmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmadan çıkan bu bulgular neticesinde, gerek yöre turizminin geliştirilmesi gerekse yapılacak düzenlemelerin yörede yaşayan yerel halka da faydası olacağı düşüncesiyle ilgili taraflara şu önerileri getirmek yerinde olacaktır.

Afyonkarahisar belediyesi kültürel toplantıları artırarak, insanların birlikte katılacakları organizasyonlar düzenleyerek, ilin kültürel yapısını bozan unsurları gidermek için çalışmalar yaparak, kültürel anlamda çekicilik unsurları belirleyip bunları talep edebilecek potansiyel turistlere tanıtım ve reklamını sağlayarak bu konuda daha iyi bir konuma gelebilir.

Afyonkarahisar'da katılımcıların görüşleri neticesinde tanıtım faaliyetleri konusunda önlem alınması gerektiği ortaya çıkmıştır. Afyonkarahisar'ın tarihi yapısının, kültürel varlıklarının tanıtıldığı, bölgeye has lezzetlerin sunumunun yapıldığı, turistik çekicilikleri hakkında bilgi verilen bir otobüs veya tırın ülkemizin dört bir yanını gezerek Afyonkarahisar'ın tanıtımını yapması sağlanabilir. Bunun yanında bir diğer öneriyi ise şu şekilde belirtmek mümkündür; Milli duyguların yoğun olarak yaşanabileceği topraklar olduğu bu konuda yeterince bilgilendirme, tanıtım ve reklamın yapılması gerektirir. Bunların dışında, şehre gelen turistlerin yakınlarına hediye edebilecekleri hatıra eşyaları/objeleri (magnet, anahtarlık vs.) belirlenip ziyaretçilerin kolay ulaşabilecekleri bir yerde satışa sunulması faydalı olacaktır.

Afyonkarahisar belediyesi çevre düzenlemesi konusu üzerinde yeşil alanların çoğaltılması, rekreasyon alanlarının çoğaltılması gibi faaliyetleri yerine getirerek daha fazla başarılı olabilir. Özellikle termal/kaplıca turizmi konusunda daha da bilinçli olmaya başlayan turistlerin uzun süreli konaklamaları gerçekleşmektedir. Kaplıca kür tedavisinin uzun süren bir tedavi olması sebebiyle gelen turistlerin şehirde vakit geçirebilecekleri alanların sektör işletmeleri ile işbirliği içerisi içinde oluşturulması faydalı olacaktır. Halka açık alanların gereken denetimlerinin yapılması sağlanmalıdır. Eğer bu denetimler yapılıyor ise halkın bu konuda bilgilendirilmesi yerinde olacaktır. Zira yerel halk bu konuda yapılanları yeterli bulmamaktadır.

Afyonkarahisar konumu itibariyle Ankara, Antalya ve İzmir gibi gerek turizm açısından gerekse gelişmişlik açısından önemli olan şehirlerin kavşak noktasında bulunmaktadır. Afyonkarahisar'ın sahip olduğu termal kaynaklar, tarihi değerler düşünüldüğünde yadsınamayacak bir potansiyelin olduğu veya kavşak konumunda olma durumunun iyi değerlendirilerek, transit geçiş yapanların potansiyel turist olmasının sağlanabileceği anlaşılabacaktır.

Afyonkarahisar gelişen konaklama tesisleri sayesinde kongre turizmi için de önemli bir konuma gelebilecektir. Yine önemli şehirlere ulaşılabilirliğin kolay olması bu turizm faaliyetinin yerine getirilebileceğini göstermektedir. İlin ilçeleriyle birlikte düşünülerek kültürel değerlerinin toplu olarak tanıtımının yapılması ile talep oluşturmak için önemli olabilir. Bunların sağlandığında bölgenin kültürel ve sosyal yönden gelişimi de sağlanabilecektir. Çünkü turizm faaliyeti gidilen yerdeki birtakım ilişkileri de içerdiği için turist ve yerel halk ile karşılıklı etkileşim içerisinde olmaları gerçekleşebilecektir. Bu noktada da en önemli yerel yönetim birimi olarak belediyelere şüphesiz çok işler (eğitim faaliyetlerinin, tanıtım faaliyetlerinin, çevre faaliyetlerinin, denetim faaliyetlerinin ve kültürel faaliyetlerin yerine getirilmesi gibi) düşmektedir.

Sonuç olarak ilgili belediyeler sahip oldukları turizm potansiyelini iyi değerlendirerek çok önemli kazanımlar elde edebilecektir. Bunu yaparken de yan sektörler ile ve yerel halkla işbirliği içerisinde çalışılması, amaca ulaşma açısından daha kolay olabilecektir. İlin sahip olduğu potansiyel düşünüldüğünde, bölgenin kültürel ve sosyal anlamda gelişmesine ve ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayacak turizm faaliyetlerinin önemi anlaşılabacaktır.

Araştırmada Afyonkarahisar belediyesinin turizme ilişkin faaliyetlerinin yerel halkın görüşleri doğrultusunda değerlendirilmesi ve yorumlanması yapılmıştır. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda Afyonkarahisar'ın rekreasyonel faaliyet açısından değerlendirilmesi faydalı olacaktır. Bunun yanında Afyonkarahisar'da araştırma yapılırken sahip olunan termal kaynaklar, doğal kaynakları, kültürel varlıkları ve sosyal yapısının dikkatle incelenmesi; bölgenin turizm kaynaklarının etkin değerlendirilmesi ve bu sayede de yerel halka olumlu yansımaları açısından faydalı olacaktır.

Yine konuyla ilgili gerçekleştirilecek başka bir araştırmada Afyonkarahisar'ı ziyaret eden kişilerin bakış açısıyla belediye hizmetleri değerlendirilebilir. Söz konusu bu araştırma sonuçları, belediyenin görevleri kapsamına giren konularda, yerel halkın görüşleri ile bölgeyi ziyaret eden turistlerin değerlendirmelerinin karşılaştırılmasına/birleştirilmesine olanak tanıyarak, belediyelerin konuyla ilgili faaliyetlerini daha etkin bir şekilde yerine getirilmesinde önemli bilgi kaynağı sağlanmasına katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

Afyonkarahisar Belediyesi (2014). *“Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü Görev ve Sorumlulukları”*.
[URL: <http://www.afyon.bel.tr/tr/icerikdetay/50/33/kultur-ve-sosyal-isler-mudurlugu.aspx>]
(Erişim 12 Nisan 2014).

- Akmel, J. (1992). Turizm Hizmeti Veren İşletmeler ve Belediyeler, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 14-15.
- Atar, G. (2010). *Düzenleyici Etki Analizi ve Türkiye’de Belediye Gelirleri Üzerine Bir Uygulama “Konaklama Vergisi Örneği”* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Azaklı, S. ve Özgür, H. (2004). Belediyelerin Turizme Yönelik ve Turizmi Etkileyen Hizmetleri, A. Yüksel ve M. Haçer (Ed.), *Turizm: İlkeler ve Yönetim*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Baş, M., Kılıç, B. Ve Güçer, E. (2007). *Türkiye’de Yerel Yönetimler ve Turizm*, Mevzuat Dergisi-Kasım, 10(119). [URL: <http://www.mevzuatdergisi.com/2007/11a/01.htm>] (Erişim 30 Haziran 2014).
- Bayer M. Zekai, (1992). *Turizme Giriş*, İstanbul: İşletme Fakültesi
- Dede, O. M. ve Güremen, L. (2010). Yerel Yönetimlerin Turizm Sektörü İçindeki Önemi, Roller ve Görevleri, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 19(4), 77-91.
- Güçer, E. Hassan, A. Pelit, E. (2012). Destinasyon Pazarlamasında Belediye Web Sayfalarının Önemi: Türkiye’deki Büyükşehir Belediyelerinde Bir İnceleme, *Değişen Dünyada Yerel Yönetimlerin Modernizasyonu Sempozyumu: Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Bışkek, Kırgızistan*, 325-330.
- Hacıoğlu, N. Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2009). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Kılıç, G. (2002). *Belediyelerin Bölge Turizmine Olan Etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Kılıç, G. (2006). Belediyelerin Turizme İlişkin Faaliyetlerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Uygulama, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 15(3), 79-110.
- Kınacı, B. Pehlivan, N. A. ve Seyhan, G. (2011). *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)*, Ankara: Pegem Akademi.
- Kozak, N. Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2012). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçük, M. ve Güneş, G. (2013). Yerel Kalkınmada Bir Etken Olarak Turizm: Yerel Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 22(4), 23-50.
- McKercher, B. ve Ritchie, M. , (1997). The Third Tier Of PublicSectorTourism: A Profile Of LocalGovernmentTourismOfficers in Australia, *Journal Of Travel Research*, Summer: 66-72.
- Özdamar, K. (2001). *Paket Programlar ve İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler)*, (4. Baskı), Eskişehir: Kaan Yayınları.
- Sandıkçı, M. ve Özgen, Ü. (2013). Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 51-79.
- Tortop, N. (1988). Turizm ve Belediyeler, *Amme İdaresi Dergisi*: 21(2), 3-10.
- Toskay, Tunca, 1989. *Turizm - Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, İstanbul: Der Yayınları.

- TÜİK (2014). “Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi”. [URL: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>], (Erişim 14 Mayıs 2014).
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi (SPSS 10.00 - 12.0For Windows)*.Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, T. (1992). Yerel Yönetimler ve Turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 5-7.
- Ünlüöner, K. ve Sevim, B. (2005). Turistik Arz Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Yerel Yönetimlerin, Sivil Toplum Örgütleri, Eğitim Kurumları ve Yerel Medyanın Rolüne İlişkin Bir Uygulama: Zonguldak İli Örneği, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2005(2), 54-71.
- Yeter, E. (1993a). Yerel Yönetimler Açısından Turizmde Denetim Boyutu, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi-Mayıs*, 2(3), 45-55.
- Yeter, E. (1993b). Yerel Yönetimler Açısından Turizmde Denetim Boyutu, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 25-27.
- 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu (2014). *Mevzuat – Kanunlar*. [URL:<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.aspx?MevzuatKod=1.5.2863&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=5&No=2863>], (Erişim 12 Nisan 2014).
- 5393 Sayılı Belediye Kanunu (2014). *Mevzuat – Kanunlar*. [URL:<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.aspx?MevzuatKod=1.5.5393&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=5&No=5393>] (Erişim 09 Nisan 2014).

ENGELLİLERE YÖNELİK FAALİYET GÖSTEREN SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ ENGELSİZ TURİZMDEKİ İŞLEVLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Serhat HARMAN

Yrd. Doç. Dr., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Turizm Fakültesi
harmanserhat@yahoo.com

ÖZET

Turizm faaliyetine katılan engelliler ve engellilere seyahatlerinde eşlik eden yakınları, dünya turizm pazarında önemli bir bölümü oluşturduğu söylenebilir. Engelsiz turizm; başta engelliler olmak üzere, turizm faaliyetine katılımlarının önünde engelleri bulunan (yaşlılar, hamileler, çocuklu aileler vb.) tüm bireyler için turizm faaliyetine katılımın daha erişilebilir bir hale getirilmesini öngörmektedir. Bu noktada, engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, engelsiz turizmin gelişiminde önemli roller üstlenmektedirler. Kuramsal inceleme niteliğindeki bu çalışmada, engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının engelsiz turizmdeki işlevleri ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak irdelenmiştir. Çalışmada, engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının engelsiz turizmdeki işlevleri; engelsiz turizmin tutundurulması, engelsiz turistik ürünler geliştirilmesi, paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması ile araştırma ve eğitim olmak üzere dört başlık altında incelenmiştir. Çalışma, sivil toplum kuruluşları ve kamu otoritelerine ilişkin öneriler ile son bulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sivil Toplum Kuruluşları, Engelsiz Turizm, Turistik Ürün, Turizm Paydaşlar, Araştırma ve Eğitim.*

GİRİŞ

Sivil toplum kuruluşları, toplum yararına çalışan demokrasinin gelişimine katkı sağlayan, kar amacı gütmeyen, devletten bağımsız hareket edebilen ve bazı konularda kamuoyu oluşturarak siyasal iradeyi etkileyebilen örgütlenme biçimleridir (Akatay ve Harman, 2014, s. 2). Sivil toplum kuruluşları belirledikleri idealler çerçevesinde faaliyet göstermektedirler. Bu idealler kimi zaman üyelerinin kimi zaman ise toplumdaki belirli bir dezavantajlı grubun sorunların kapsayabilmektedir.

Engellilik; bir veya daha fazla ana yaşamsal aktiviteyi büyük ölçüde sınırlayan fiziksel veya zihinsel bozukluğu, bu bozukluğun kaydını veya bu bozukluğu olduğu kabul edilenleri ifade etmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 52). Bireyin bir veya daha fazla ana yaşamsal aktivitesini sınırlayan bir engelinin bulunması, o bireyi toplumdaki diğer bireyler karşısında dezavantajlı konuma getirmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, 2011 yılı itibariyle Dünya'daki engelli nüfus 1 Milyar kişiye yaklaşmıştır (Dünya Turizm Örgütü 2014a, s.3). Bu nedenle, engellilerin karşı karşıya kaldıkları sorunlar ile mücadele etmenin, sivil toplum kuruluşlarının başlıca idealleri arasında olduğu söylenebilir. Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre Haziran 2014 itibariyle, Türkiye'de engellilere yönelik faaliyet gösteren derneklerin sayısı 1141'dir (Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü 2014).

Dünya Turizm Örgütü'nün yayınlamış olduğu Küresel Turizm Etik Kodları'nın 7. Maddesi, "Turizme Katılım Hakkı"nın içeriğinde, engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımlarının desteklenmesi ve kolaylaştırılması öngörülmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 2014b). Bu küresel turizm etik kodu ile birlikte, son yıllarda yaygınlaşan "engelsiz turizm" kavramı (accessible tourism), yalnızca fiziksel, zihinsel veya ruhsal engeli olan bireylerin turizm faaliyetine katılımının yaygınlaştırılmasına değil; toplumun her kesiminden bireylerin (örneğin, yaşlıların, seyahati/esnasında bakıma muhtaç olanların, tatilleri süresince özel ihtiyacı olanların vb.) turizme katılımlarının kolaylaştırılmasını ifade etmektedir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261-263; Dünya Turizm Örgütü, 2014c).

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, 2013 yılında uluslararası seyahate çıkanların sayısı 1 Milyar kişiyi aşmıştır (Dünya Turizm Örgütü, 2014d). Öte yandan, Avrupa Birliği İstatistik Kurumunun verilerinde Avrupa'da 8 Milyon engellinin her yıl en az bir kez yurtdışı seyahate çıktığı tespit edilmiştir (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 52). Engellilerin turizm faaliyetine katılırken en az bir kişinin de onlara eşlik ettiği düşünülürse, engellilerin Dünya turizm pazarı için oldukça önemli bir pazar olduğu söylenebilir.

Kuramsal inceleme niteliğindeki bu çalışmada, engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının engelsiz turizmdeki işlevleri yurtdışı ve yurtiçi örnekler çerçevesinde ikincil veri kaynakları kullanılarak irdelenmiştir. Böylelikle, gerek sivil toplum kuruluşları gerekse de kamu otoriteleri için engelsiz turizmin geliştirilmesi konusunda öneriler getirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, ilk olarak; engelsiz turizm kavramına değinilmiştir. Bunun ardından sivil toplum kuruluşları ve turizm sistemindeki işlevleri tartışılmıştır. Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının engelsiz turizmdeki işlevleri ise, engelsiz turizmin tutundurulması, turistik ürünlerin geliştirilmesi, paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması ve araştırma ve eğitim bakımından işlevler başlıklarında incelenmiştir. Çalışma, sivil toplum kuruluşlarına ve kamu otoritelerine ilişkin öneriler ile son bulmaktadır.

ENGELSİZ TURİZM KAVRAMI

Turizm, insanların çeşitli nedenlerle (gezme-görme, eğlenme, dinlenme, iş seyahatleri) sürekli olarak yaşadıkları yerlerden başka yerlere çıktıkları seyahatlerden doğan ilişkileri kapsayan ekonomik, sosyal ve kültürel bir olay olarak tanımlanabilir. Engelliler, her ne kadar yaşamsal aktivitelerini kısıtlayan bir engele sahiplerse de, engelli bir bireyin turizm faaliyetine katılma ihtiyacı, engelli olmayan bir bireyin turizme katılma ihtiyacı ile aynıdır (Blichfeldt ve Nicolaisen, 2011, s. 79). Dünya Sağlık Örgütü, dünyadaki engelli nüfusun toplam nüfus içindeki oranının % 15 civarında olduğunu rapor etmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 2014a). Örneğin; Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin Engelsiz Turizm Pazarı'na ilişkin bir raporunda, Avrupa'da yaklaşık 46 Milyon engelli bireyin olduğu, bu engelli nüfusun yaklaşık % 70'inin seyahate çıktığı ve toplam turizm harcamalarının 80 Milyar Euro civarında olduğu belirtilmektedir (TÜRSAB, 2014). Öte yandan, Avustralyalı turistlerin yaklaşık % 11'inin, Birleşik Krallıklarda yerli turistlerin % 12'sinin engellilerden oluştuğu rapor edilmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 2014a).

Engelsiz turizm yurt içi alan yazında ve raporlarda farklı şekillerde adlandırılmıştır. Örneğin; Tütüncü ve Aydın (2013, s. 261) “ulaşılabilir turizm”, Zengin ve Eryılmaz (2013, s. 54) ve Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013) “erişilebilir turizm”, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2008) “engelsiz turizm” terimlerini kullanmıştır. Gazi Üniversitesi ev sahipliğinde yapılan 15. Ulusal Turizm Kongresi’nde bu kavram “Engelsiz Turizm” olarak adlandırıldığından bu çalışmada da “engelsiz turizm” kavramı tercih edilmiştir. Turizm alan yazınında engelsiz turizm değişik şekillerde tanımlanmıştır. Örneğin, Tütüncü ve Aydın (2013, s. 262) engelsiz turizmi, “özel ihtiyacı olan bireylerin tatillerini ve dinlenme zamanlarını herhangi bir engel veya problem ile karşılaşmadan, iyi geçirmelerini sağlamak için oluşturulmuş hizmet ve olanaklar” olarak tanımlamışlardır. Öte yandan, Dünya Turizm Örgütü’nün Engelsiz Turizm Raporu’nda engelsiz turizm; “bireylerin turizm ürünlerine erişimine ilişkin, yer değiştirme, görme, duyma ve bilişsel boyutlarında engellerin kaldırılmasını, turistik ürün, hizmet ve ortamların, tüm bireylerce bağımsız, eşit ve haysiyetli bir şekilde kullanabileceği evrensel formda tasarlanmasını öngören, bu çerçevede tüm paydaşlar arasında işbirliğine dayalı bir turizm çeşidi” olarak tanımlanmıştır (Dünya Turizm Örgütü, 2014a). Yapılan bu tanımlardan hareketle, engelsiz turizm esas olarak, turizm sisteminin tüm bireylerin turizme katılımlarının önündeki engellerin kaldırılmasını ve turizm faaliyetlerine katılımın engelli bireyleri de kapsayacak şekilde kolaylaştırılmasını, diğer ifade bir ile “herkes için turizm” felsefesini esas alan bir yaklaşım olarak kabul edilebilir.

Turizm endüstrisi birçok farklı kesimden işletmenin ve paydaşın bir araya gelip oluşturduğu bir sistemdir. Dolayısıyla, turizm endüstrisinde engelsiz turizme ilişkin standartların getirilebilmesi için kimi zaman kamu otoritesince düzenlemeler yapılmakta, kimi zaman da uluslararası turizm örgütlerince veya sivil toplum kuruluşlarınca turizm endüstrisindeki paydaşlara yönelik öneriler/tavsiyeler getirilebilmektedir. Örneğin; Türkiye’de 21.06.2005 tarihli “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin” 18 maddesinde, konaklama tesislerinde oda sayısı esas alınarak, tesiste bedensel engelli konuklar için belirli bir oranda oda düzenlemesi yapılması gerekmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 58). Birleşik Krallıklarda ise, 1995 yılında yürürlüğe giren “Engellilik Ayrımcılık Sözleşmesi”nde, engelli bireylerin turizm ve boş zaman faaliyetlerine katılımlarının önündeki engellerin kaldırılmasına ilişkin yasal düzenlemeler yapılmıştır (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008, s. 384). Uluslararası arenada ise, Dünya Turizm Örgütü, 2005 yılında yayınladığı Engelsiz Turizm Tavsiyelerini, 2013 yılında tekrar güncellemiştir. Dünya Turizm Örgütü’nün 2013 yılında güncellediği Engelsiz Turizm Tavsiye raporunda, engelsiz turizm için turizm endüstrisindeki paydaşlara uygulamaları için yedi temel alanda tavsiyede bulunulmuştur. Bu alanlar ve tavsiyeler aşağıda sıralanmıştır (Dünya Turizm Örgütü, 2014a):

- Destinasyon Yönetimi: Destinasyon yönetim örgütlerince engelsiz turizm yaklaşımının benimsenmesi, engelsiz turizmin destinasyondaki paydaşlara yönelik tutundurulması,
- Turizm Enformasyonu ve Reklamlar: Turistik ürün ve hizmetlere ilişkin engelli bireylerce kolay anlaşılabilir sembollerin kullanılması, rezervasyon sistemlerinin

engellilerin de kullanılabilecek şekilde tasarlanması, işletmelerin internet sayfalarının daha erişilebilir hale getirilmesi, bilgiye kolay erişilmesine ilişkin uygulamaların geliştirilmesi,

- Kentsel ve Mimari Çevre: Araç park alanlarının geliştirilmesi, ulaşım araçlarının engellilerin de kullanabilecekleri şekilde tasarlanması, sinyalizasyonların görme engelliler, duyma engelliler gibi dezavantajlı gruplarında anlayabilecekleri şekilde düzenlenmesi, fiziksel engelliler için yatay hareket olanaklarının artırılması, dikey hareketin kolaylaştırılması, kamusal hijyen standartlarının geliştirilmesi, engelliler için fiyat indirimlerinin yapılması,

- Ulaştırma Sistemleri ve İstasyonlar: Tüm ulaşım araçlarının engellilerin de kullanabilecekleri şekilde düzenlenmesi, istasyon ve terminallerin tüm kesimler (engelli, yaşlılar, bebekli aileler) dikkate alınarak inşa edilmesi, mola yerlerinde engellilere ilişkin düzenlemelerin yapılması,

- Konaklama, Yiyecek-İçecek Hizmetleri ve Toplantı Sektörü: Konaklama tesislerinde engelliler için yeterli sayıda oda bulunması, yiyecek-içecek işletmelerinde tüm kesimlerin kullanabileceği alanların bulunması, toplantı organizasyonu yapılan salonların giriş-çıkış ve oturma alanlarının engelli bireyler için erişimi kolaylaştıracak şekilde tasarlanması.

- Kültürel Aktiviteler: Müze, tiyatro ve sinemalarda tüm kesimlerin rahatça kullanabilecekleri alanların bulunması, bireylerin engellerine göre, görsel veya sesli sunumların da yapılması.

- Diğer Turizm Aktiviteleri ve Etkinlikler: Spor müsabakalarının yapıldığı salon ve stadyumların tüm kesimlerin kullanabileceği şekilde dizaynedilmesi, kumsallarda da engelli bireylerin erişim kolaylığını sağlayacak düzenlemelerin yapılması.

Dünya Turizm Örgütü'nce, engelsiz turizm için turizm endüstrisinde paydaşlara yönelik getirilmiş bu öneriler, bir destinasyonda engelsiz turizmin gelişimi için oldukça önemlidir. Ancak, turizm endüstrisi emek yoğun ve merkezinde insan bulunduğundan, turizm işletmelerinde çalışan personelin, engelli bireylere veya dezavantaja sahip konuklara/tüketicilere nasıl yaklaşmaları gerektiği konusunda eğitimler verilmesinin de son derece önemli olduğu unutulmamalıdır. Dünya Turizm Örgütü'nün turizm endüstrisindeki paydaşlara engelsiz turizm konusunda öneriler getirmiş olması, engelsiz turizm pazarının, dünya turizm endüstrisi açısından önemini işaret ettiği söylenebilir.

TURİZM SİSTEMİ ve SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

Goeldner ve Ritchie (2012, s. 9) turizm sistemini oluşturan bileşenleri; turist, doğal kaynaklar, doğal çevre, insan yapımı fiziksel çevre, turizm endüstrisinin alt sektörleri (eğlence sektörü, etkinlik sektörü, konaklama sektörü, ulaşım sektörü, turizm hizmetleri sektörü, çekicilikler sektörü, açık hava rekreasyon sektörü, seyahat ticareti sektörü ve yiyecek-içecek sektörü), misafirperverlik, yönetim, planlama, teknoloji ve kültür şeklinde sıralamışlardır. Turizm sisteminde bu denli fazla sayıda ve türde bileşen bulunduğundan turizm sisteminin yönetilmesinde, bileşenler arasındaki ve bileşenlerin kendi içindeki koordinasyonun sağlanmasında yalnızca devletin veya özel sektör kuruluşlarının işlevleri sınırlanabilmektedir.

Turizm sistemi içinde yer alan paydaş gruplarının her birinin, faaliyet gösterdikleri destinasyondaki turizm endüstrisinden beklentileri ve turizm endüstrisine bakış açıları birbirinden farklı olabilmektedir. Örneğin, turizm endüstrisinin alt sektörlerinde yer alan paydaş grupları, destinasyona gelen turist sayısı arttıkça işletmelerine gelen turist/ziyaretçi sayısı artacağından, turizme karşı olumlu tutum sergileyebilirlerken, o destinasyondaki çevreci örgütler, destinasyona gelen turist/ziyaretçi sayısının artması ile doğal çevre üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkabileceğinden, turizm endüstrisine yönelik olumsuz tutum içinde olabilmektedirler. Hayatın birçok alanında önemli rolleri bulunan sivil toplum örgütlerinin (Holden ve Mason, 2005, s. 421), çok farklı kesimlerden paydaşların bulunduğu turizm sistemi içinde de gerek paydaşlar arasındaki koordinasyonun sağlanması, gerekse de turizm sisteminin işleyişi bakımından önemli rollerinin bulunduğu söylenebilir.

Türkiye’de turizm konusunda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları da dernek, birlik veya federasyon gibi değişik örgütlenme biçimlerinde faaliyet gösterebilmektedir. Örneğin, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi’nin (STGM) sivil toplum kuruluşları veri tabanında arama yapıldığında, adında “turizm” kelimesi geçen sivil toplum örgütü sayısı 137 iken, aynı veri tabanında faaliyet alanını “turizm” olarak belirten sivil toplum kuruluşu sayısı 86’dır (Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, 2014).

Holden ve Mason (2005, s. 421) turizm ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının odaklandığı konuların kimi zaman yerel, kimi zaman da ulusal düzeyde konular olabileceğini belirtmektedirler. Turizmle ilgili konularda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları genelde turizme eleştirel bir perspektifle yaklaşabilirler. Ancak, Holden ve Mason’a (2005, s. 421) göre turizm sistemindeki sivil toplum kuruluşları, turizme dışarıdan eleştirel bir şekilde bakmak yerine, geliştirmiş oldukları projeler ile daha sürdürülebilir bir turizm sisteminin geliştirilmesinde önemli roller oynamaktadırlar. Sivil toplum kuruluşlarının turizm sistemindeki işlevleri; turizm politikası ve planlaması, turizm pazarlaması, sürdürülebilir turizm kalkınması ve turizm araştırmaları ve eğitimi kapsamında incelenebilir. Turizm politikası ve planlaması bakımından sivil toplum kuruluşlarının temel işlevleri; yerel halkın turizm politikası ve planlamasında karar alma süreçlerine katılımının sağlanması ve turizm destinasyonlarında yönetişimin hayata geçirilmesi hususunda katkı sunulmasıdır (Harman, 2014, s. 356-357).

Sivil toplum kuruluşlarının, turizm pazarlaması bakımından işlevlerinin başında, turizm destinasyonlarında sürdürülebilir bir rekabetçiliğe katkı sağlanması gelmektedir. Bunu, küçük ölçekli turizm işletmelerinin küresel pazarlara açılmaları hususunda katkı sağlanması ve turizm işletmelerine yönelik belgelendirme çalışmaları ile hizmet standartları getirilmesi takip etmektedir (Harman, 2014, s. 357).

Sürdürülebilirlik, bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin devamlılığı bakımından olmazsa olmaz unsurların başında gelmektedir. Sivil toplum kuruluşları, sürdürülebilir turizm kalkınmasına da katkılar sağlamaktadırlar. Bu katkılar; yoksulluk ile mücadele, doğal çevrenin korunması, yerel halkın güçlendirilmesi konularında ortaya çıkmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının, turizm araştırmaları ve eğitimi bakımından turizm sistemi içindeki

en önemli işlevleri, turizm araştırma derneklerinin yürüttüğü araştırmalar, hazırladıkları sektör bazlı raporlar ve düzenledikleri bilimsel toplantılar şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Harman, 2014, s. 356-357). Buna ek olarak, sivil toplum kuruluşları, gerek turizm işletmecileri gerekse de yerel halkın eğitimine dönük projeler ile turizm eğitime katkı sağlamaktadırlar.

ENGELLİLERE YÖNELİK FAALİYET GÖSTEREN SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI ve ENGELSİZ TURİZM

Sivil toplum kuruluşları çok değişik alanlarda faaliyet gösterebilmektedirler, Örneğin, sivil toplum kuruluşlarının üye olabildikleri Dünya Sivil Toplum Kuruluşları Birliği'nin sivil toplum kuruluşlarının faaliyet alanlarına ilişkin yapmış olduğu sınıflandırmaya göre, sivil toplum kuruluşları, 28 farklı alanda faaliyet gösterebilmektedirler. Engelli bireyler, toplumda dezavantajlı konumda bulundukları için, engelli bireylerin sorunları, sivil toplum kuruluşlarının eğildikleri konuların başında gelmektedir. Buna örnek olarak; Aile ve Sosyal Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre Temmuz 2014 itibarıyla, Türkiye'de engellilere yönelik faaliyet gösteren derneklerin sayısının 1141 olması verilebilir. Ancak ülkemizde, engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının fazla olsa da, engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımlarının yaygınlaştırılması konusunda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşu yok denecek kadar az olduğu (Tüm Engelli Aileleri Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, Herkes İçin Turizm Derneği, Alternatif Yaşam Derneği dışında dernek tespit edilememiştir) söylenebilir. Ancak, Dünya'da ve Avrupa'da durum bunun tam tersidir. Dünya'da ve Avrupa'da engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımları konusunda faaliyet gösteren başlıca sivil toplum kuruluşları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Engelli Bireylerin Turizme Katılımları Konusunda Faaliyet Gösteren Başlıca Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil Toplum Kuruluşunun Adı ve Türü	Kuruluş Yılı	Kurulduğu Ülke	Ana Faaliyetleri
European Network for Accessible Tourism (ENAT) Engelsiz Turizm Avrupa Ağı	2008	Belçika	Avrupa'da engelsiz turizmin geliştirilmesi konusunda faaliyet gösteren en aktif dernektir. Avrupa'da 14 farklı ülkede temsilciliği bulunmaktadır. 18 adet daimi üyesi ile birlikte toplam 236 üyesi bulunmaktadır. Engelsiz turizm konusunda birçok farklı alanda faaliyet göstermektedir.
A Sea Without Barriers (Un Mar Sin Barreras)- Vakıf	2007	İspanya	Engelli bireylerin, deniz temelli turizm faaliyetine katılımlarının kolaylaştırılması, engelli bireylerin kültürel ve sosyal entegrasyonu
The League of Historical and Accessible Cities (LHAC)- Sivil Toplum İnisiyatifi	2010	Belçika	Çatı bir yapı şeklindeki inisiyatifin temel amacı tarihi şehirleri engelli bireyler için daha erişilebilir hale getirmektir. Bu çatı örgütlenmesi, İspanya, İtalya, Fransa, Bulgaristan ve Danimarka'dan engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşu üyeleri bulunmaktadır.
The Latvian Umbrella Body for Disability Organizations (SUSTENTO)- Dernek/Çatı Örgüt	2002	Litvanya	Litvanya'daki engellilere yönelik sivil toplum kuruluşlarının çatı örgütü, Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılıma ilişkin Engelsiz Turizm Avrupa Ağı (ENAT) ile ortak projeler yürütmektedir.

Trianon Čechy, o.s.- Dernek	2003	Çek Cumhuriyeti	Çek Cumhuriyetinde faaliyet gösteren bu derneğin temel amaçlarından biri engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımlarının yaygınlaştırılmasıdır.
Tourism For All- Hayır Kuruluşu	1989	Birleşik Krallıklar	Başlangıçta Birleşik Krallıklarda kurulan bu kuruluş, güncel misyonu içinde, tüm dünyada engelsiz turizmin geliştirilmesine ilişkin faaliyetlerde bulunmaktadır.
The Infopaltform for Accessible Tourism (IBFT)- Sivil Toplum İnisiyatifi	-	Avusturya	Avusturya’da engelsiz turizmin geliştirilmesi için Avusturya’daki sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelip oluşturduğu bir inisiyatif şeklinde faaliyet göstermektedir.
ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles)- Vakıf	1938	İspanya	Başlangıçta İspanya’daki engelli bireyler için kurulan vakıf, son yıllarda faaliyet alanını tüm Avrupa’ya yaymıştır. ENAT ile birlikte engelsiz turizmin geliştirilmesine yönelik projeler yürütmektedir.
Disability Now- Dernek	1997	Yunanistan	1997 yılında kurulmuş olan dernek, Yunanistan’daki engelli bireylere yönelik faaliyet göstermektedir. Faaliyet alanları içinde engelsiz turizmin geliştirilmesine yönelik projelerde bulunmaktadır.
The Voluntary Association for Surrey Disabled (VASD) - Dernek	1936	Birleşik Krallıklar	VASD engelli bireylere yönelik bir dernek olarak faaliyet göstermektedir. Dernek özellikle, tekerlekli sandalye kullanan bireyler için engelsiz tatil olanakları sunmaktadır.
Foundation VEOLIA - Vakıf	1991	Almanya	Engelli çocuklar için tatil olanakları konusunda faaliyet göstermektedir.
Design For All - Vakıf	2001	İspanya	2001 yılında kurulan vakfın temel felsefesi “herkes için tasarım”dır. Vakıf engelsiz turizmin geliştirilmesi konusunda, projelere ortak olmakta ve kongreler düzenlemektedir.
International Social Tourism Organization (ISTO) - Dernek	1963	-	1963 kurulan derneğin amacı sosyal turizmin geliştirilmesidir. Dernek bu nedenle, engelli bireylerinde turizm faaliyetine katılımlarını yaygınlaştırmaya yönelik faaliyet göstermektedir.

Kaynak: İlgili sivil toplum kuruluşunun internet sayfaları ziyaret edilerek derlenmiştir.

Tablo 1’de yer alan engellilere yönelik ve engelsiz turizmin geliştirilmesi konusunda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları incelendiğinde, özellikle 2000’li yıllardan itibaren engelsiz turizm konusunda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının sayısının arttığı söylenebilir. Bununla birlikte, Tablo 1’de yer alan başlıca sivil toplum kuruluşlarının türleri incelendiğinde, dernek ve vakıf tipi örgütlenmelerin yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 1’de sıralanan sivil toplum kuruluşlarının, engelsiz turizmdeki işlevleri, çalışmanın ilerleyen kısımlarında daha ayrıntılı olarak tartışılmıştır.

Engellilere Yönelik Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının Engelsiz Turizmin Tutundurulmasındaki İşlevleri

Tutundurma, turizm ürünlerinin, turizm pazarında kabul görebilmesi için, tüketicilerin ikna edilebilmelerine yönelik olarak yürütülen iletişim etkinliklerini içermektedir (Kozak, 2014, s. 191). Bu tanımdan hareketle, engelsiz turizmin tutundurulmasının; engelsiz turizmin, turizm pazarında veya kamuoyunda kabul görmesine yönelik yürütülen iletişim

etkinliklerine ilişkin her türlü çabayı kapsadığı söylenebilir. Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, engelsiz turizmin tutundurulmasında birçok işlevi yerine getirmektedirler.

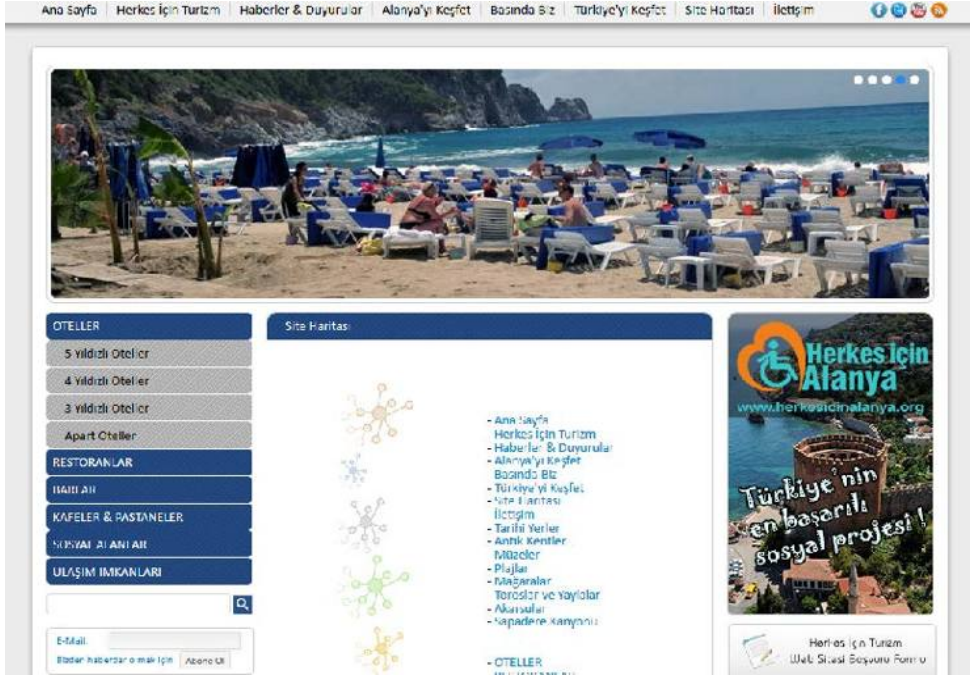
2008 yılında Belçika’da kurulmuş olan “Avrupa Engelsiz Turizm Ağı” (ENAT), engelsiz turizmin Avrupa’da ve Dünya’da tutundurulmasını kendine misyon edinmiş bir sivil toplum kuruluşudur. Bu sivil toplum kuruluşunun, www.accessibletourism.org adlı bir internet sitesi bulunmaktadır. Bu internet sitesinden, engelsiz turizme ilişkin haber bültenleri, ENAT’a üye olan kuruluşların etkinliklerine ilişkin duyurular yayınlanmaktadır (ENAT, 2014a).

Engellilere yöneliklere faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, engelsiz turizmin tutundurulmasına yazılı ve internet tabanlı tanıtım materyalleri hazırlayarak ta katkı sunmaktadırlar. Fransa kaynaklı bir sivil toplum kuruluşu olan, “JACCEDÉ”, 2006 yılında, Fransa için bir “Erişilebilirlik Rehberi” hazırlamıştır. Bu rehber, www.jaccede.org sitesinden elektronik dosya olarak indirilebildiği gibi bu rehberin cep telefonu uygulaması da bulunmaktadır (Jaccede, 2014). Bu uygulamayı aylık 25.000 kişinin indirdiği belirtilmektedir.

İtalya, Portekiz ve İrlanda’dan down sendromlu çocuklara/gençlere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları da 2013 yılında ortak bir proje kapsamında bir araya gelmiştir. Bu projede, Dublin, Lizbon ve Roma’yı kapsayan engellilere yönelik bir seyahat rehberi hazırlanmıştır. Bu seyahat rehberi, basılı olarak edinilebildiği gibi, bilgisayarlara da indirilebilmektedir (ENAT, 2014b).

1989 yılında kurulan “Tourism For All” adlı sivil toplum kuruluşu da özellikle Birleşik Krallıklarda, ülkeyi ziyaret edecek engelli bireylere yönelik, gerek elektronik gerekse basılı materyaller ile bilgi sunmaktadır. Bu sivil toplum kuruluşunun www.tourismforall.org.uk adlı internet sitesini yıllık 5 milyon kez tıkladığı belirtilmektedir. www.tourismforall.org.uk adlı internet sitesinde, Birleşik Krallıklar’daki engelsiz seyahat/tatil olanaklarına ilişkin tanıtım materyalleri bulunmaktadır. www.tourismforall.org.uk sitesinin bir benzeri de (Tourism For All, 2014a), ülkemizde Alanya’da engelsiz turizmin tutundurulması için faaliyet göstermektedir. Bu internet sitesi; Alanya Ticaret ve Sanayi Odası ve Alanya Turistik İşletmeciler Derneği gibi sivil toplum kuruluşlarının öncülüğünde kurulmuştur. Bu site, Alanya’nın yanında, Türkiye için de engelsiz turizmin geliştirilmesine katkı sunmaktadır. Bu internet sitesine ait bir görüntü Şekil 1’de sunulmuştur.

Şekil 1. www.tourismforall.org.tr İnternet Sitesinden Bir Görüntü



Kaynak: Herkes İçin Turizm, 2014.

Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, kamuoyunda farkındalığı arttırmak için, çeşitli kampanyalar da yürütmektedirler. Örneğin, İspanya kaynaklı “Once” vakfı, “Ready, Steady, Go”, “Un Mundo Sir Barreras” ve Catalunya Sense Barreras” adlı kampanyalar ile engelsiz turizm konusunda farkındalığı arttırmaya çalışmışlardır. Buna ek olarak, Once vakfı, engelsiz turizm haberlerinin yer aldığı “Solidariad Digital” adlı bir dijital gazeteyi de 2011 yılından bu yana yayınlamaktadır (ONCE, 2014).

Design For All adlı vakıf ta engelli bireylere yönelik faaliyet gösteren bir sivil toplum kuruluşudur. Bu vakıf, engelsiz turizmin geliştirilmesine yönelik olarak, 1996 ve 1998 yıllarında uluslararası ticari fuarlar düzenlemiştir (Design For All, 2014) Çatı bir örgütlenme niteliğinde olan Avrupa Engelliler Forumu (EDF) da engelsiz turizm konusunda farkındalığı arttırmaya yönelik kampanyalar düzenlenmektedir. Örneğin, forum, 2012 yılında Avrupa’daki demiryollarının engelliler için daha erişilebilir hale getirilebilmesi için etkili bir kampanya yürütmüştür (EDF, 2014).

Engellilere Yönelik Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının Erişilebilir Turistik Ürün Geliştirilmesindeki İşlevleri

Turistik ürün; tüketicinin seyahati boyunca, yararlanmış olduğu belirli bir coğrafyadaki, tüm turistik mal veya hizmetleri ve ticari işletmeleri ifade etmektedir (Kılıç ve Kurnaz

2010, s. 41). Bir başka tanımda ise, turistik ürün; insanları seyahate yöneltten mal veya hizmetler ile seyahatin kendisi, seyahatin hedef bölgesi, hedef bölge içindeki bir alan veya bölgelerin birleşimi olarak tanımlanmıştır (Küçükaltan ve Yıldız 2009’dan aktaran Kılıç ve Kurnaz, 2009, s. 41). Bu tanımlardan anlaşılacağı üzere, turistik ürün bileşik bir ürün niteliğindedir ve hem destinasyon hem de destinasyondaki turizm işletmelerine ilişkin bir çok unsuru barındırmaktadır. Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, engelsiz turizmde turistik ürünlerin geliştirilmesinde çok önemli işlevlere sahiptirler. Bu sivil toplum kuruluşları kimi zaman kendilerinin işlettiği turizm/konaklama işletmelerinde turistik ürün sundukları gibi, turizm işletmelerine engelsiz turistik ürünler geliştirme konusunda kamuoyu baskısı da yapmaktadırlar

Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının kendi bünyelerinde, (çoğunlukla kar amacı gütmeyen) turizme ilişkin hizmetler sunması oldukça yaygındır. Örneğin, Birleşik Krallıklar kaynaklı, “TSC Trust” adlı sivil toplum kuruluşu, engelli çocuklar ve ailelerine hizmet sunan, iki adet otele sahiptir (TSC Trust, 2014). “Friends of Families” adlı hayır kuruluşu da, engelli çocuklar ve ailelerinin yararlanabileceği, iki adet karavana sahiptir (Friends of Families, 2014). Şekil 2’de Friends of Families’e ait, engelli çocuklar ve ailelerinin kullanabileceği karavanların ve konaklama tesislerinin görüntüleri bulunmaktadır. Helping Hands For Holidays adlı vakıf da engelli bireylere yönelik tatil ve seyahatler organize etmektedir (3H Fund, 2014). Ülkemizde de engelli gençlere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarından, Alternatif Yaşam Derneği, Antalya’nın Kaş ilçesinde, engelli gençlere yönelik yaz kampları (Düşler Akademisi adı altında) düzenlemektedir (Alternatif Yaşam Derneği, 2014).

Şekil 2. Friend of Families’e Ait Evler ve Karavanlar

WELCOME

Friends of Families is a charitable organisation dedicated to providing short breaks for families who have a child with a disability and adult carers.

Lodge 1 The leisure home has a spacious, luxurious living area, well equipped kitchen, main shower room...	Lodge 2 Fully accessible, this lodge has a hoist in one room along with accessible shower and toilet facilities.	Caravan 1 Fully accessible static caravan, complete with spacious living area, kitchen and Oxford midi hoist.	Caravan 2 Static caravan decorated tastefully with modern shower and kitchen facilities.

Our lodge and caravan are situated at

Ribby Hall

A luxurious 5 star Visit Britain self catering holiday village on Lancashire's Fylde Coast, in the North West of England.

Kaynak: Friends of Families, 2014.

Engelsiz turistik ürünler yalnızca konaklama hizmetleri ile sınırlı değildir. Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, engelsiz seyahate yönelik ürünlerin geliştirilmesine de katkı sağlamaktadırlar. Örneğin, 2013 yılında 8 farklı Avrupa ülkesinden, sivil toplum kuruluşları, zihinsel engellilere turist rehberliği hizmeti sunulmasına yönelik olarak “T-Guide” adlı bir proje başlatmışlardır (T-Guide, 2014).

Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları dolaylı yollardan (kamuoyu oluşturarak) da engelsiz turistik ürünlerin geliştirilmesine katkılar sunmaktadırlar. Buna örnek olarak, Avrupa Engelliler Forumu’nun 2012 yılında Avrupa’daki demiryollarının daha erişilebilir hale getirilmesine ilişkin yürüttüğü kampanya gösterilebilir. Ayrıca, 2010 yılında Belçika’da kurulan “Erişilebilir ve Tarihi Şehirler Ligi” (LHAC) şehirlerin engelli bireyler için daha erişilebilir bir hale getirilmesi için kamuoyu oluşturmaya yönelik faaliyetler yürütmektedir (LHAC, 2014).

Engellilere Yönelik Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının Paydaşlar Arasında Koordinasyonun Sağlanmasındaki İşlevleri

Turizm sisteminin, birçok bileşenden oluşması, turizm sistemi içinde birçok paydaşın bulunmasına neden olmaktadır. Goldner ve Ritchie’nin (2012: 327) çalışmasına göre, bir turizm destinasyonunda dokuz tip turizm paydaşı bulunabilmektedir. Bu paydaşlar; destinasyonda ev sahipliği yapan yerel halk, yerel/bölgesel/ülkesel düzeyde kamu yönetimi, yerel/bölgesel/ülkesel düzeyde çevresel gruplar, günübirlikçi ziyaretçiler, uzak destinasyonlardan gelen turistler, turizm endüstrisinin alt sektörlerinin temsilcileri, destinasyon yönetim örgütleri, kültürel miras grupları, sosyal/sağlık/egitim grupları şeklinde sıralanabilir. Engelsiz turizm söz konusu olduğunda, engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının, engelsiz turizm sisteminin en önemli paydaşlarından biri olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarına, engelsiz turizmde paydaşlar arasındaki koordinasyonun sağlanmasında çok önemli görevler düşmektedir. Bunların başında, çok farklı kesimlerden paydaşların bir araya getirilip ortak hedefler doğrultusunda harekete geçirilmesinin geldiği söylenebilir.

Avrupa Engelsiz Turizm Ağı’nın (ENAT), engelsiz turizmde paydaşlar arasındaki koordinasyonun sağlanması hususunda en iyi örneklerden biri olduğunu söylemek olanaklıdır. Temmuz 2014 itibariyle ENAT’ın 253 üyesi bulunmaktadır. ENAT’a kuruluş veya örgütler üye olabildiği gibi, gerçek kişiler de üye olabilmektedir. ENAT internet sayfası üzerinden, üyelerinin faaliyet alanlarını ve iletişim bilgilerini erişime açmıştır. ENAT, haber bültenleri ile üyelerinin yaptığı etkinlikleri duyurmakta ve üyelerinin ortak aradıkları proje tekliflerini/proje örneklerini de üyelerinin kullanımına açmıştır. ENAT’ın 12 Avrupa Ülkesinde koordinatörlükleri bulunmasının yanı sıra, Avrupa dışında da bir temsilciliği (Ortadoğu ve Kuzey Afrika temsilciliği) bulunmaktadır (ENAT, 2014c).

Avrupa Engelliler Forumu da Avrupa’da engelsiz turizm paydaşları arasındaki koordinasyonun sağlanmasına katkı sağlamaktadır. Forumun 29 Avrupa ülkesinden 54 daimi üyesi bulunmaktadır. Bu üyeler, engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarıdır. Forumun internet sitesi üzerinden haber bültenleri yayınlanmasının yanında, engellilere yönelik proje ortağı aramalarına ilişkin haberler de paylaşılmaktadır.

Sivil toplum kuruluşları, bünyelerinde kurmuş oldukları üye rehberleri ile engelsiz turizm sisteminin farklı kesimlerinden paydaşları bir araya getirmekte ve aralarında iletişim kurmalarına yardımcı olmaktadır. Örneğin, “Tourism For All” adlı sivil toplum kuruluşu, kendi internet sitesinde Birleşik Krallıklar’da engellilere yönelik faaliyet gösteren, konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri ve özel bakım hizmeti sunan işletmelerin bilgilerinin bulunduğu bir arama rehberi hazırlamıştır. ENAT’ın başlattığı bir proje olan “PANTOU” adlı rehber de farklı kesimlerden paydaşları bir araya getirmektedir (Tourism For All UK, 2014a ve Pantou, 2014). Her iki rehberle ilgili görüntüler Şekil 3’te sunulmuştur.

Şekil 3. PANTOU ve Tourism For All Rehberlerinden Görüntüler



Kaynak: Tourism For All UK, 2014a ve Pantou, 2014.

Engellilere Yönelik Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarının Engelsiz Turizm Konusunda Araştırma ve Eğitim Bakımından İşlevleri

Sivil toplum kuruluşları, engelsiz turizm konusunda araştırmalar ve eğitimler düzenleyerek, engelsiz turizmin gelişimine önemli katkılar sunmaktadırlar. Örneğin; ENAT, 2013 yılında engelsiz turizm konusunda kurs düzenleyen kuruluşları tespit etmeye yönelik bir araştırma projesi hayata geçirmiştir (ENAT, 2014d). Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları doğrudan kendilerinin yaptıkları araştırmaların yanı sıra, düzenlemiş oldukları bilimsel toplantılar ile de engelsiz turizm konusundaki araştırmaların artmasına katkı sağlamaktadırlar. ENAT’ın 9 Haziran 2014’te düzenlemiş olduğu “Avrupa Birliği Engelsiz Turizm Paydaşları” adlı konferansta dört farklı oturumda 17 bildiri sunulmuştur. Bunun yanında, Avrupa Engelliler Forumunun Aralık 2013’te düzenlemiş olduğu, Avrupa’da Engelsiz Turizm konferansında ise 6 oturumda 22 bildiri sunulmuştur (ENAT, 2014e).

Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği kurslar ve eğitimlerde bulunmaktadır. İspanya kaynaklı Sea Without Barriers adlı vakıf, engellilerin su ve deniz sporlarına katılımlarına ilişkin kurslar düzenlemektedir (ENAT, 2014d). ENAT’ın ortakları içinde bulunduğu bir eğitim projesinde, işletmelere engelsiz turizm

konusunda eğitimler verilmektedir. Bu eğitimde 4 modül bulunmaktadır. Modüller; engelsiz turizme giriş, engelsiz turizmde iş olanakları, engellilerin ihtiyaç ve istekleri ve işletmelerce sunulan olanakları başlıklarından oluşmaktadır (ENAT, 2014d). “Tourism For All” adlı sivil toplum kuruluşu da engelsiz turizm konusunda eğitimler sunmaktadır. “Tourism For All”, engelsiz turizm konusundaki bu eğitimleri Birleşik Krallık’taki turizm okulları ile işbirliği içinde vermektedir (Tourism For All UK, 2014b).

Sivil toplum kuruluşları, toplumsal sorunlar karşısında göstermiş oldukları hassasiyeti toplumdaki diğer bireylere kıyasla dezavantajlı konumda bulunan, engelliler için de göstermektedirler. Bu nedenle, herkes için daha erişilebilir bir turizm sistemini ön gören engelsiz turizm geliştirilmesinde de önemli işlevler yerine getirdikleri söylenebilir. Çalışma kapsamında incelenen ikincil veri kaynaklar ve sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri; bu işlevlerin başında engelliler için turistik ürünler geliştirilmesi ve engelsiz turizme yönelik kamuoyu oluşturulmasına ilişkin faaliyetlerin geldiğini göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sivil toplum kuruluşları belirledikleri hedefler doğrultusunda faaliyet gösteren, gönüllülük esasına dayalı, kar amacı gütmeyen örgütlenme biçimleridir. Sivil toplum kuruluşlarının belirledikleri idealler kimi zaman toplumsal sorunlar veya toplumdaki dezavantajlı grupların sorunları olabilmektedir. Toplumsal açıdan ele alındığında, engelli bireylerin, herhangi bir engeli olmayan bireylere kıyasla dezavantajlı konuma sahip oldukları söylenebilir. Ancak, engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılma ihtiyaçları, herhangi bir engeli olmayan birey ile neredeyse aynıdır. Engelli bireyler de, yeni yerler gezme-görme, sosyalleşme ve rahatlatma gibi temel ihtiyaçlara sahiptirler.

Yapılan araştırmalar ve istatistikler, engelli bireylerin dünya turizm pazarı içinde oldukça önemli bir pazar olduğunu göstermektedir. Şöyle ki, engelli bireylerin büyük çoğunluğu, tatillerine tek başına çıkmanın yerine aileleri veya kendilerine refakat edecek en az bir kişi ile çıkmaktadır.

Özellikle Avrupa’da 2000’li yıllarla birlikte, “herkes için turizm” veya “engelsiz turizm” konusunda toplumsal duyarlılık artmış ve engelliler başta olmak üzere turizme katılmada zorluk yaşayanlar (örneğin yaşlılar, hamileler, çocuklu aileler vb.) için engelsiz bir turizm sistemi tasarlanmasına yönelik çabalar artmıştır. Avrupa Birliği fonlarından, engelsiz turizme yönelik projelerin ağırlık kazanması (Destinasion of Excellence, Accessible Tourism Training, T-Guide vb. projeler) buna örnek olarak gösterilebilir. Avrupa’da engelsiz turizme yönelik uygulamalarda, sivil toplum kuruluşları birer lokomotif görevi üstlenmişlerdir. Avrupa Engelsiz Turizm Ağı (ENAT) Avrupa Engelliler Forumu, “Tourism For All” gibi kuruluşlar, engelsiz turizmin geliştirilmesinde önemli işlevler yerine getirmişlerdir.

Bu bildiride, engellilere yönelik faaliyet sivil toplum kuruluşlarının, engelsiz turizm sistemindeki işlevleri; engelsiz turizmin tutundurulması, engelsiz turistik ürünler

geliştirilmesi, paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması ve araştırma ve eğitim olmak üzere dört başlık altında incelenmiştir. Bu tip bir başlıklandırma, sivil toplum kuruluşlarının engelsiz turizmdeki işlevlerinin daha sistemli bir şekilde incelenmesi bakımından ulusal turizm alan yazınına katkı olarak ta değerlendirilebilir.

Engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının tutundurma bakımından en önemli işlevleri, engelsiz turizm konusunda farkındalığı arttırmak için kampanya yürütmek, etkinlik düzenlemek ve tanıtım materyalleri hazırlamak aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bunun yanında doğrudan engellilere yönelik olarak gerek konaklama gerekse de seyahat ürünleri sunarak engelsiz turizmin gelişimine katkı sağlayabilmektedirler. Engellilere yönelik sivil toplum kuruluşları, kurmuş oldukları internet sayfaları ve hazırlamış oldukları üye rehberleri ve haber bültenleri aracılığıyla da engelsiz turizm sistemi içinde bir nevi paydaşlar arasında koordinasyon ve işbirliğinin gelişimine katkı sunmaktadırlar. Buna ek olarak, engelli sivil toplum kuruluşlarının yaptıkları araştırmalar, düzenledikleri bilimsel etkinlikler ve verdikleri eğitimler aracılığıyla da engelsiz turizmin gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır.

Ülkemizde engelsiz turizme gereken önemin verildiğini söylemek olanaklı değildir. Örneğin, ülkemizde konaklama tesislerinin sadece yasal zorunluluklardan dolayı engelli odası bulundurdıkları söylenebilir. Zengin ve Eryılmaz'ın (2013) çalışması bunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Öte yandan, Tozlu'nun (2012) çalışmasına göre de, ülkemizde engellilere yönelik turistik ürün konusunda ciddi sıkıntılar bulunmaktadır.

Aile ve Sosyal Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre Haziran 2014 itibarıyla, Türkiye'de engellilere yönelik faaliyet gösteren derneklerin sayısı 1141'dir. Ancak bu dernekler içinde engelsiz turizmin geliştirilmesini misyon edinen dernek sayısı yok denecek kadar azdır. Şöyle ki, kendine engelsiz turizmi diğer bir ifade ile herkes için turizmi misyon edinen ilk dernek (Herkes İçin Turizm Derneği) 2013 yılında kurulmuştur. Bu nedenle, ülkemizdeki engelli bireylerin de turizm faaliyetlerine katılabilmelerinin önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik olarak faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelip, ENAT'a benzer şekilde "Türkiye Engelsiz Turizm Ağı" adıyla bir örgütlenmeye gitmeleri oldukça yararlı olacaktır. Bu durum, ülkemizde engelsiz turizmin gelişiminin yanı sıra, engellilerimizin toplumsal ve sosyal yaşamla bütünleşmeleri de kolaylaştırabilecektir.

Engelsiz turizmin geliştirilmesinde kamu otoritelerine de önemli görevler düşmektedir. Mevcut yasal düzenlemeler yetersiz olduğundan (Zengin ve Eryılmaz 2013 ve Tozlu'nun 2012 çalışmalarında vurgulandığı üzere), konaklama tesislerinin ve ulaştırma işletmelerinin engelliler için daha erişilebilir hale getirilmesine yönelik yasal düzenlemelerin artırılması gerekmektedir. Buna ek olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığınca engelsiz turizme yönelik projelere teklif çağrılarının artırılması gerekmektedir. Bu durum ülkemizde engelsiz turizmin gelişimi bakımından bir başlama noktası olarak kabul edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akatay A. ve Harman, S. (2014). *Sivil toplum kuruluşları: yönetim, yönetişim ve gönüllülük*, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Alternatif Yaşam Derneği. (2014) [<http://www.ayder.org.tr/>], (Erişim 15.07.2014)
- Blichfeldt, B. S., ve Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: not easy, but doable. *Current Issues in Tourism*, 14, 79-102.
- Design For All. (2014). [<http://designforall.org/>] (Erişim 15.07.2014)
- Dünya Turizm Örgütü. (2014a). Engelsiz Turizm Tavsiyeleri Raporu, [<http://dtxtd4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accesibilityenok.pdf>], (Erişim 15.06.2014).
- Dünya Turizm Örgütü. (2014b). [<http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism-article-7>] (Erişim 15.07.2014)
- Dünya Turizm Örgütü 2014c, [<http://www2.unwto.org/site/all/files/dopdf/2005resolutionAccessibleourismforall.pdf>] (Erişim 15.07.2014).
- Dünya Turizm Örgütü, (2014d). [<http://www.unwto.org>] (Erişim 15.07.2014)
- EDF, (2014). [<http://www.edf-feph.org>] (Erişim 15.07.2014)
- ENAT, (2014a). [<http://www.accessibletourism.org>] (Erişim 15.07.2014)
- ENAT, (2014b). [<http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.news.1426>] (Erişim 15.07.2014).
- ENAT, (2014c). [<http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enatnationalcoordinators>] (15.07.2014).
- ENAT, (2014d). [<http://www.accessibletourism.org/events>], (Erişim 15.07.2014)
- ENAT, (2014e). [http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.322], (Erişim 15.07.2014)
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2014). [<http://www.eyh.gov.tr>] (Erişim 15.07.2014)
- Friends of Families. (2014). [<http://www.friendsoffamilies.org.uk/>] (Erişim 15.07.2014)
- Goldner, C. ve Ritchie, B. (2012). *Tourism: principles, practices, philosophies*, USA: Wiley Science.
- Harman, S. (2014). Sivil toplum kuruluşlarının turizm sistemindeki işlevleri üzerine bir inceleme, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 343-360.
- Herkes İçin Turizm. (2014). [<http://www.tourismforall.org.tr>] (Erişim 15.07.2014)
- Holden, A., ve Mason, P. (2005). Special issue: ngos and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 13, 421-519.
- Jaccede. (2014). [<http://www.jaccede.com/fr/>] (Erişim: 15.07.2014)
- Tüttüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24, 261 – 263.

- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: pastoral vadi örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4, 39-56.
- Kozak, N. (2014). *Turizm pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, G. ve Yıldız, Ö. E. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirme Aracı Olarak Şarap Turizmi: Çeşme Örneği. 10. Ulusal Turizm Kongresi, 21-24 Ekim 2009, Mersin
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013). [<http://www.kultur.gov.tr/TR,72026/avrupa-komisyonu-engelsiz-turizm-destinasyonlarini-beli-.html>] (Erişim 15.07.2014)
- LHAC. (2014). [<http://www.lhac.eu/>] (Erişim 15.07.2014)
- ONCE, 2014. [<http://www.once.es/new/otras-webs/english/ONCEfundation>], (Erişim 15.07.2014)
- Öztürk, Y., Yaylı, A., & Yeşiltaş, M. (2008). Is the turkish tourism industry ready for a disabled customer's market?: the views of hotel and travel agency managers. *Tourism management*, 29, 382-389.
- Pantou. (2014). [<http://www.pantou.org>] (Erişim Tarihi: 15.07.2014)
- Sivil Toplum Geliştirme Merkezi (2014). [<http://www.stgm.org.tr/tr/stoveritabanı>] (Erişim 15.07.2014)
- Tourism For All UK. (2014a). [<http://www.tourismforall.org.uk>] (Erişim 15.07.2014)
- Tourism For All UK. (2014b) [<http://www.tourismforall.org.uk/About-TFA-Training.html>] (Erişim 15.07.2014)
- Tozlu, E. (2012). *Turizm destinasyonlarında engellilere yönelik ürünlerin belirlenmesi*, (Yüksek lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- TSC Trust, (2014). [<http://www.tsctrust.org>] (Erişim 15.07.2014)
- TÜRSAB, [<http://www.tursab.org.tr/engelsizturizm>], (Erişim 15.07.2014)
- T-Guide, (2014). [<http://www.t-guide.eu>] (Erişim 15.07.2014)
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (11): 51-73.
- 3H Fund, (2014). [<http://www.3hfund.org.uk/>] (Erişim 15.07.2014)

YEREL YÖNETİMLERİN TURİZMDE ENGELLİLERE YÖNELİK UYGULAMALARI: ÇANAKKALE İLİ ÖRNEĞİ

Ş. Okan MERCAN

*Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
okangs34@hotmail.com*

Ayşe PAK

*Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
aysglpak@gmail.com*

Meral ÜZÜLMEZ

*Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
meralgundeger_01@hotmail.com*

ÖZET

Engelliler için turizmde en büyük engel, normal bireylerin sahip olduğu özgürce tatil yapma isteklerini karşılayamamalarıdır. Aynı zamanda yaşanan ortak alanların (yollar, parklar, otobüsler vb.) engelli bireylere yönelik hazırlanmaması da ayrı bir engel teşkil etmektedir. Dolayısıyla bu noktada engelli bireylerin turizme teşvik edilmesi kadar turizm işletmelerinin engelli pazarının isteklerine yeterli ölçüde cevap vermesi de gerekmektedir. Özellikle konaklama tesislerinde gerekli olan düzenlemeler yerine getirilmelidir. Bunların yanı sıra yerel yönetimlerce düzenlenmesi gerekli alanlar da mevcuttur. Çalışmada, engelli bireylerin turizme katılımı sürecinde, turizm faaliyetleri bakımından oldukça önem taşıyan Çanakkale’de yerel yönetimlerin engelli turizmde uyguladıkları düzenlemelerin var olup olmadığı konusunda durum tespiti için yapılmış amaçlanmıştır. Çalışmada veri toplama tekniği olarak, nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme ve gözlem teknikleri kullanılmıştır. Toplamda yedi adet yerel yönetim temsilcisiyle yüz yüze görüşme ve gözlem yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre Çanakkale ilinin, engelli turizmi için yeterli altyapı ve üstyapı düzenlemelerine henüz yeterli düzeyde sahip olmadığı belirlenmiş, ancak bu konudaki çalışmaların devam ettiği de tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Engelli Turizmi, Çanakkale

GİRİŞ

Ülkeden ülkeye değişmekle beraber dünya nüfusunun yaklaşık % 5’ini - % 20’sini engelliler oluşturmaktadır. İnsan hakları ve seyahat özgürlüğünün savunulduğu çağdaş yaşamda turizm endüstrisinin engellileri dikkate alması günümüz şartlarında artık kaçınılmaz bir durumdur (Yaylı ve Öztürk, 2006). Tüketici istek ve taleplerinin gün geçtikçe değiştiği ve değişmekte olduğu turizm sektöründe engelli insanların seyahat ihtiyaçları ve istekleri de göz önünde bulundurulmalıdır. Seyahat etmek ve turizm faaliyetlerine katılmak insanların yaşam kalitesini yükselten faaliyetlerden biridir. Bu faaliyetlere erişmek herkesin hakkıdır. Engellilerin bu faaliyetlerden mahrum kalması veya kısıtlanması sosyal haklarının ihlal edilmesi anlamına gelmekte ve eşitlik ilkesine aykırı olmaktadır (Tütüncü ve Aydın, 2013).

Dünya nüfusunda oldukça büyük bir dilime sahip olan engelliler sadece turizm sektörü içerisinde değil, sosyal yaşantıda da önem arz etmelidir. Gün geçtikçe engelli ve engelli turizm kavramlarında daha fazla bilgi sahibi olunmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde engelli oranlarındaki artışla bu konu gündeme gelmekte, İngiltere, ABD ve birçok Avrupa Birliği'ne üye ülkede bu konuda başarılı uygulamalar bulunmaktadır. Engelli pazar diliminin özel bir alana dâhil edilmesi niş pazarlamayı ortaya çıkarmaktadır. Giderek yükselişe geçen engelli turizm pazarına yeterli düzenlemeler ve uygulamalar yapılması durumunda büyük kazançlar elde edilmesi kaçınılmazdır. Avrupa Birliği'nde, engelli bireylerin sayısı 27 milyon civarında olup, engelli turizminin dünyadaki pazar payı yıllık yaklaşık olarak 117 milyon dolardır. Fakat bu kadar gelişmeye açık olan engelli turizm pazarında nasıl yol alınacağı, hizmet verilebileceği halen daha anlaşılmamıştır (Bizjak ve diğerleri, 2011). Ayrıca engelli bireylerin tatile çıkarken en az bir kişi refakatinde (anne-baba-çocuk-eş ya da aile olarak) gideceği düşünülürse turizm gelirlerinde de artış yaşanması kaçınılmaz olacaktır.

Türkiye'deki tarihsel sürece bakıldığında dezavantajlı gruplara yönelik olarak her zaman olumlu bir tutum ve davranış sergilendiği gözlenmektedir. Bu kapsamda örf, adet, geleneklerimiz ve halkın dayanışma duygusu engellilere verilen hizmetlere dayanak oluşturmuştur. Ülkemizde özellikle son yıllarda engellileri topluma kazandırmak, karşılaştıkları engelleri ortadan kaldırmak için birtakım yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerden en önemlileri şüphesiz BM'lerin 13 Aralık'ta onaylayıp 3 Mayıs 2008'de yürürlüğe koyduğu sözleşme olan "BM Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme"dir. Bu sözleşmeye ek olarak Türkiye'de ilk defa engellilere özel bir kanunun TBMM tarafından çıkartılmasıdır. Bu yasanın işlerlik kazanması tek başına yeterli olmayacaktır. Aynı zamanda Türk toplumunun engellilere yönelik bakış açısını değiştirmesi, bu konuda bilinçlenmesi engelli turizmi için gerekli altyapının oluşturulmasında etkili olacaktır (Çizel, Sönmez ve Akıncı, 2012).

YEREL YÖNETİMLER VE ÖNEMİ

Yerel yönetimler, bütün ülkelerde kamu yönetiminin önemli ve vazgeçilmez birimleridir. Yerel yönetim, topluma sunulacak bazı hizmetlerin devlet merkezinden ve tek elden değil de, merkezi yönetim teşkilatı içinde yer almayan ve merkezi yönetim hiyerarşisine dâhil olmayan kamu tüzel kişileri tarafından yürütülmesi anlamına gelmektedir. Yerel yönetimler, ulusal sınırlar içerisindeki değişik büyüklüklerdeki topluluklarda yaşayan insanların, ortak ve yerel nitelikteki gereksinimlerini karşılamak için kurulan ve hukuk düzeni içerisinde oluşturulmuş olan anayasal kuruluşlardır (Açıkgöz, 2007).

Tarihsel oluşum içinde yerel yönetimler devletle birlikte var olmuş ve adeta onun bir parçası olarak bir kısım hizmetleri gerçekleştirmek üzere görev üstlenmiş kurumlar olarak uzun bir geçmişe sahiptir. Hatta tarihsel gelişim içinde ilk yerel yönetimlerin askeri yapılanma, ulusal savunma, suçlu takibi ve cezalandırılması gibi günümüzde merkezi yönetimin tekelinde olan görevleri yerine getirmek amacıyla oluşturulduğu görülmektedir

(Karaarslan, 2007). Yerel yönetimler, yerel halkın günlük ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, temizlik, kanalizasyon, çöp toplama, ulaşım gibi hizmetlerin yanı sıra ülke kalkınması için büyük öneme sahip olan eğitim, sağlık ve altyapı gibi pek çok önemli görevi de yerine getirmektedirler (Ulusoy ve Akdemir, 2005).

Hızlı kentleşme, nüfus artışı ve göç sonucu kentli nüfusun artan hizmet taleplerinin yanı sıra teknolojik gelişme ile ortaya çıkan nüfusun yeni hizmet talepleri de yerel yönetimlerce karşılanmaktadır. Bu durum, yerel yönetimlerin önemini her geçen gün arttırmaktadır. Dünya genelinde hizmetlerin yerinden ve halka en yakın yönetim birimlerince yerine getirilmesi görüşünün yaygınlık kazanması da, yerel yönetimlerin önemini giderek artırmaktadır. Bugün yerel yönetimler, kamusal mal ve hizmet sunumu ile kaynak kullanımında etkinliğin sağlanması, işlem maliyetlerinin azaltılması, kamu sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin yerel halkın tercihlerine uygun olması gibi nedenlerle oldukça önem taşıyan birimlerdir (Ulusoy ve Akdemir, 2009). Ayrıca yerel yönetimler, demokrasinin yerleşmesinde, ülkelerin kalkınmasında katkı payı yüksek olan kuruluşlardır. Dolayısıyla bireylerin insan hak ve hürriyetlerine, toplumsal sorunlara ve sosyal yaşama duyarlı olmasının sağlanmasında ve demokratik toplum düzeninin oluşturulmasında önemli bir rol üstlenmektedirler. Bu nedenle yerel yönetimlerden beklenen, vatandaş memnuniyetini ve katılımını temel alan bir yönetim anlayışına sahip olmasıdır (Hulst, 2005; Arslan, 2009).

Yerel yönetimlerin var oluş sürecini toplum açısından bir amaç olarak değil de bir araç olarak kabul etmek gerekmektedir. Yerel yönetimlerin ortaya çıkışları, ülkenin yönetim yapısı içindeki yerlerini alışları, siyasal ve ekonomik nedenlerden kaynaklanmaktadır. Siyasal neden; özgürlükçü demokrasilerin temelinde yerel özgürlüklerin yer alması gerektiği yolundaki inanç ve buna bağlı olarak "yerel kendi kendini yönetim" ilkesidir. Ekonomik neden ise, kıt kaynakların optimum etkinlikte kullanılabilmesinin koşullarından biri olan arzın tüketici tercihlerine uydurulması gerekliliğidir (Açıkgöz, 2007).

Dünyada meydana gelen değişim ve dönüşümlerin yerel yönetimler alanına da yansıdığı ve bu durumun var olan yapıları zaman zaman değiştirdiği görülmektedir (Goldsmith, 2003). Yerel yönetimlerin yeniden yapılandırılması çerçevesinde yerel yönetimler, yerel halkın kendisini ilgilendiren konularda siyasete daha aktif katılımını sağlamak için ciddi sorumluluklar üstlenerek yerel halka daha fazla danışma ve bilgilendirme faaliyetinde bulunmalıdırlar (Ashworth ve diğerleri, 2004; Karaarslan, 2007).

Yerel idareler Türkiye Cumhuriyeti Anayasa'sının 127. maddesinde yer almaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının getirdiği ilkeler göz önünde bulundurularak yerel yönetim kuruluşlarının özellikleri şöyle sıralanabilir (Gökçe ve Bayrakçı, 2003):

- Yerel yönetim kuruluşlarının tüzel kişilikleri vardır.
- Yerel yönetim kuruluşları yerinden yönetim ilkesine dayanan özerk kuruluşlardır.
- Yerel yönetim kuruluşlarının organlarının, organlık sıfatını kazanmaları ve kaybetmelerine ilişkin denetim yargı yerlerince yapılır. İçişleri Bakanı geçici bir önlem

olmak üzere görevlerinden dolayı soruşturma ve kovuşturma açılan yerel yönetim organlarını ve organları oluşturan üyeleri görevden uzaklaştırabilir.

- Yerel yönetim kuruluşlarının görevleri yasa ile belirlenir.
- Merkezi yönetimin, yerel yönetimler üzerinde yönetimin bütünlüğünü sağlama, toplum yararını koruma amacı ile vesayet yetkisi vardır.
- Yerel yönetim kuruluşlarına, görevleri ile orantılı gelir kaynakları sağlanır.
- Yerel yönetim kuruluşları, bakanlar kurulunun izni ile aralarında birlikler kurabilirler.
- Büyük yerleşim merkezleri için, yasa ile özel yönetim biçimleri getirilebilir.

Yerel yönetimler; il özel idare, belediye ve köyleri kapsamaktadır. İl özel idaresi, taşınır ve taşınmaz mallara sahip ve bu yasa ile belirli ve sınırlı görevleri yerine getirmekle yükümlü bir tüzel kişiliktir (Kara ve Baykal, 2012). Belediyeler halkın günlük ihtiyaçlarını temin bakımından çok önemli yapılardır. İnsanların ortak yararlar ve karşılıklı ihtiyaçların gerekliliği nedeniyle bir beldede yerleşik halkın, beldelerine ve dolayısıyla kendilerine ait meseleleri; hükümetin kanunla tayin ve tarif etmiş olduğu sınırlar ve yetkiler dâhilinde belirleyebilmeleri, belediye idaresinin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Bilgin ve Can, 2008). Köyler ise, halkı toplu veya dağınık evlerde oturan ve bağ, bahçe ve tarlaları ile birlikte teşkil ettikleri, bir yerden bir yere götürülebilen veya götürülemeyen mallara sahip olan ve yasa ile verilen görevleri yapan başlı başına bir varlık, bir tüzel kişiliktir (Kara ve Baykal, 2012).

ÇANAKKALE İLİ VE ÇANAKKALE TURİZMİ

Kıyılarıyla Avrupa ve Asya'yı birleştiren Çanakkale, bozulmamış doğası, özgün yapıları, mavi bayraklı temiz sahil ve plajları, kaplıcaları, ılıman iklimi, çeşitli tarımsal ürünleri, yöresel yemekleri, çok çeşitli deniz ürünleri, el sanatları ve folkloru ile önemli bir kültür turizmi potansiyeline sahiptir. Çanakkale Savaşları'nın en kanlı muharebelerinin yaşandığı, çok sayıda şehitlik, anıt ve mezarlıkların bulunduğu Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Truva, Assos gibi eski uygarlık merkezlerinin beşiği olan Çanakkale, iç ve dış turizmde de önemli bir yere sahiptir (Genç, 2013).

Çanakkale'ye gelen yabancı ziyaretçi sayılarına bakıldığında 2011 verilerine göre, Çanakkale'ye gelen toplam ziyaretçi sayısı 173.934; Çanakkale'deki toplam geceleme sayısı ise 194.178'dir. Gelen ziyaretçilerin ilde ortalama kalış süreleri ise 1,12 gündür. Çanakkale'de en çok ziyaret edilen ören yerleri arasında ise Truva Ören Yeri (2012 verilerine göre toplamda 483.993 ziyaretçi) ve Assos Ören Yeri (2012 verilerine göre toplamda 101.038 ziyaretçi) yer almaktadır (Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

ENGELLİLİK KAVRAMI

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun İnsan Hakları Bildirgesi'ne ek 3447 sayılı "Sakat Kişilerin Hakları Bildirisi"nin 1. maddesinde engelli kişi "Normal bir kişinin kişisel ya da sosyal yaşantısında kendi kendine yapması gereken işleri, bedensel veya ruhsal yeteneklerindeki kalıtsal ya da sonradan olma herhangi bir noksanlık sonucu yapamayan kişi" olarak tanımlanmıştır (Arı Toplumsal Katılım ve Gelişim Vakfı, 2014). Dünya Sağlık

Örgütü'nün engellilik tanımına yaklaşımı tamamen tıbbi yöndedir. Söz konusu örgüt, hastalık sonuçlarına dayanan ve sağlık yönüne ağırlık veren bir tanımlama ve sınıflandırma yapmış, engellilik için üç ayrı kategoride tanım geliştirmiştir. Bunlar; yetersizlik, özürlülük, engelliliktir (Şahin, 2012)

- Yetersizlik (*Impairment*): Psikolojik, anatomik veya fiziksel yapı ve fonksiyonlardaki bir noksanlık veya dengesizliktir. Organ seviyesindeki bozuklukları ifade eder.
- Özürlülük (*Disability*): Bir noksanlık sonucu meydana gelen ve normal sayılabilecek bir insana oranla bir işi yapabilme yeteneğinin kaybedilmesi ve kısıtlanması durumudur.
- Engellilik (*Handicap*): Yetersizlik veya özürlülük sonucunda, belirli bir kişide meydana gelen ve o kişinin yaş, cinsiyet, sosyal ve kültürel durumuna göre normal sayılabilecek faaliyette bulunma yeteneğini önleyen ve sınırlayan dezavantajlı bir durumu ifade etmektedir.

Engellilerin Sınıflandırılması

Dünya Sağlık Örgütü'nün belirlemesine göre bugün dünyada 600 milyon insan (bunun 50 milyonu Avrupa Birliği içerisinde); başka bir ifadeyle dünya nüfusunun % 10'u engelleriyle yaşama katılma mücadelesi vermektedir (Sosyal Hizmetler Daire Başkanlığı, 2014).

Dünyada yaşayan engellilerin 8 milyondan fazlası da Türkiye'de yaşamaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2002 özürlü araştırması sonuçlarına göre; Türkiye'de yaşayan engelli nüfusun toplam nüfus içindeki oranı % 12,29'dur (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012). TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu)'in Özürllüler İdaresi Başkanlığı ile yapmış olduğu protokol kapsamında; ulusal özürllüler veri tabanında kayıtlı olan özürllü bireylere yönelik olarak gerçekleştirilen "Özürllülerin Sorun ve Beklentileri Araştırması, 2010" adlı çalışmada, özürllüler sınıflandırılmıştır. Araştırmaya göre; % 29,2'si zihinsel özürllü, % 25,6'sı süreğen hastalığı olan özürllü, % 8,8'i ortopedik özürllü, % 8,4'ü görme özürllü, % 5,9'u işitme özürllü, % 3,9'u ruhsal ve duygusal özürllü, % 0,2'si dil ve konuşma özürllü ve % 18'i birden fazla özürllüdür (TÜİK, 2011). Engel türlerinin sınıflandırılmasına ilişkin çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı ve T.C. Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı tarafından 2002 yılında yapılan Türkiye özürllüler araştırmasında engellilik beş ana başlık altında incelenmektedir (Devlet İstatistik Enstitüsü, 2009).

- Ortopedik Özürllü: doğuştan ya da daha sonradan oluşan, tüm tedavi ve önlemlere karşın sinir sistemi, kas, eklem ya da iskelet sisteminin normal çalışmasının sağlanamadığı durumdur.
- Görme Özürllü: Tek veya iki gözünde kısmi görme kaybı veya bozukluğu olan kişidir.
- İşitme Özürllü: Tek veya iki kulağında tam ya da kısmi işitme kaybı olanıdır.

- Dil ve Konuşma Özürlü: Herhangi bir nedenle konuşamayan veya konuşmanın hızında, akıcılığında, ifadesinde bozukluk olan ve ses bozukluğu olan kişidir.
- Zihinsel Özürlü: Çeşitli derecelerde zihinsel yetersizliği olan kişidir.

Engelliler İçin Turizm

“Engellilik”, “özürlülük”, “sakatlık” veya “yetersizlik” kavramları, bu kavramlar arasındaki farklar ve dünyadaki dağılımı, sıklıkla karşılaşılan başlıklardır. Söz konusu kavramlar arasındaki farkların günlük yaşamda değeri yoktur. Çünkü önemli olan, bireylerin engellilik durumunu tanımlayan kavramlar değil, engelli bireylerin toplumdaki diğer bireylere göre farklı hizmet gereksinimlerinin olduğunun bilinmesidir. Yau ve diğerlerinin (2004) yaptığı çalışmada, seyahat etmenin herkesin (engelli olsun ya da olmasın) arzuladığı bir durum olduğu ve engellilerin de en az diğer insanlar kadar tatil yapma hakkına sahip olduğu vurgulanmıştır. Ancak, engelli kişiler düşünülmeden tasarlanmış olan seyahatler, engelliler için ciddi zorluklar teşkil etmektedir. Bu durumun ortadan kaldırılması ancak engellilere olan farkındalığın artırılmasıyla gerçekleşecektir. Darcy’e (2001) göre, engelli nüfus arasında bedensel engelliler çoğunlukta olduğundan, fiziksel çevrenin onların koşullarına göre düzenlenmesi gerekmektedir. Engelli, yaşlı ve hatta tüm bireyler için seyahat ve turizm olanaklarına ulaşılabilirliği sağlamak, bilgi, istek ve çaba gerektirmektedir. Sadece binaların ulaşılabilir olması değil, tüm turizm faaliyetlerinin engelli bireylerin göz önünde bulundurularak yapılması gerekmektedir.

Engelli turizmine girebilmenin temel şartı, engellilerin ihtiyaçlarına cevap verebilen tesis, çevre ve personele sahip olabilmektir. Dünyanın en büyük azınlığı olarak nitelenen engelliler turizm endüstrisi için dünyanın en büyük özel pazarı anlamına gelmektedir. Çağdaş toplum olmanın gereği ve temel bir insan hakkı olarak toplumda yaşayan her bireyin bütün hizmetlere ve olanaklara eşit ulaşması sağlanmalıdır (Eryılmaz, 2010)

Engelli Turizmüne Yönelik Olanaklar

Turizm pazarında önemli bir yere sahip olan/olacak olan bu turizm çeşidi için sadece gereken talebin karşılanmasından ziyade potansiyel turist grubunun karşılaşılabileceği çevresel engeller de dikkate alınmalıdır. Örneğin seyahatlerin başlangıç noktasından varış noktasına kadar geçen evrede, ulaşımdan çevresel engellere kadar bütün altyapıda ve üstyapıda gerekli düzenlemeler de yapılmalıdır. Bu anlamda oluşturulabilecek turizm olanakları şöyle sıralanabilir (Dünya Engelliler Vakfı Engelsiz Turizm Raporu):

- Seyahat işletmelerinin engelliler pazarına girmesi,
- Terminallerin, istasyonların ve ulaşım araçlarının gerekli donanımlara ve bilgiye sahip olması,
- Engellilere göre konaklama tesislerinde gerekli düzenlemelerin yapılması,
- Çalışan personelin engellilere yönelik hazırlanması,
- Müzeler ve diğer turistik alanların düzenlenmesi.

Özürlü kişiler için oluşturulabilecek turizm olanakları şu şekilde sıralanabilir (Engelliler İçin Turizm):

- Turizm alan yazınında ve diğer tanıtım araçlarında engellilerin elde edebileceği hizmet ve olanaklar açık bir şekilde, tercihen kolay anlaşılır sembollerle belirtilmelidir.
- Turistlerin gittiği yerlerde engelliler için hizmetler listelendirilmeli, ihtiyaç duyulabilecek hizmet ve malzemelerin varlığı ya da yokluğu hakkında bilgi verilmelidir.
- Rezervasyon sistemlerinde hizmet ve olanakların tanıtımı sağlanmalıdır.
- Ortaya çıkan şikâyetler değerlendirilmeli ve konuyla ilgili olumsuzluklar giderilmeye çalışılmalıdır.
- Turizm işletmelerinde ve turizmle ilgili hizmetlerde görev yapan personel, engelli müşterilerin özellikle de tekerlekli sandalyeli, görme ve işitme engellilerin ihtiyaçlarını, sorunlarını anlayacak ve onlara yardımcı olabilecek şekilde hazırlanmalıdır.
- Personel, engellilere yönelik hizmetlerin uygulanması ve kontrolüne ilişkin yeterli eğitimi almalıdır.
- Güvenlik görevlileri veya güvenlikten sorumlu personelde acil durumlarda kullanılmak üzere, engelli müşterilere ait odaların ya da bölümlerin listesi bulunmalıdır.
- Ortak alanlar için park alanlarında, işaretlemelerde, asansörlerde, genel telefonlarda, genel tuvaletlerde düzenlemeler yapılmalı.
- Odalardaki, konferans salonlarındaki, restoranlardaki masalar, sandalyeler ve diğer donanımlar engelliler uygun olmalı ve bu alanlarda büyük harfle yazılı ve Braille kabartma harfli menüler bulundurulmalıdır.
- Şehir turları için tur otobüslerinde engelliler için uygun yerler ile görsel ve işitsel bilgi sağlayacak araçlar olmalıdır. İşitme engelliler için eğer mümkünse işaret dilinde rehberler temin edilmeli veya basılı tanıtıcı malzeme kullanılmalıdır.

Bu ve buna benzer olanakların engellilere uygun hale getirilmesi, söz konusu bireylerin turizme katılımlarını arttıracak ve kolaylaştıracaktır.

Engelli Turizminin Gelişimi ve Engelli Turizmine Dünyadan Örnekler

Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin yavaş yavaş etkisini göstermeye başlaması eskiye oranla çok daha mobil hale gelmiş, çeşitli ekonomik ve sosyal olanaklara kavuşmuş engelliler toplumunu seyahat etmeye giderek daha da yakınlaştırmıştır. Her 5 vatandaşından birinin engelli olduğu ABD'nin bu alandaki önde gelen sivil toplum örgütleri arasındaki Engelliler İçin Seyahati Geliştirme Derneği'nin (SATH) 1999 yılında Florida'da düzenlediği Dünya Engelliler Seyahat Konferansı'nda, ABD'deki engellilerin toplam ülke nüfusunun 50 milyona yaklaştığı ve bu kesimin alım

gücünün 175 milyar dolara ulaştığı vurgulanmıştır (Dünya Engelliler Vakfı Engelsiz Turizm Raporu).

Avrupa Komisyonu'nun 1993 yılında yaptırdığı bir araştırmaya göre engellilerin oluşturdukları seyahat potansiyeli şöyle belirlenmiştir (Artar ve Karabacakoglu: 2013):

- Avrupa'da her yıl 8 milyon engelli en az bir kez yurtdışı seyahatine çıkmaktadır.
- 15 milyon engelli Avrupalı kendi ülkesinde seyahate çıkmaktadır.
- 22 milyon engelli kendi ülkelerinde günlük gezilere çıkmaktadır.

Bu arada, engellilerin büyük bölümünün en az bir refakatçi ile seyahate çıkıyor olduğu düşünüldüğünde Avrupa'daki bu özel seyahat pazarının 35 milyon seyahatten ve 630 milyon gecelemeden denk geldiği ifade edilebilir. Daha küresel bir fikir edinebilmek için de dünyanın büyüyen ekonomisi Çin'de 60 milyon (çalışabilir durumda 25 milyon) ve gelişmiş Japonya'da 5 milyon (18 yaşın üzerinde 3 milyon) engelli bulunduğunu belirtilmiştir. Özetle engelli insanlara eşlik edecek kişiler de dikkate alındığında pazarın boyutları oldukça büyükmektedir. Bu büyümenin nedeni, engelli insana sunulan her turizm olanağının aynı anda bu insanın eşine, çocuklarına, ailesine ve arkadaşlarına sunulmuş olmasındandır (Dünya Engelliler Vakfı Engelsiz Turizm Raporu).

Türkiye'de Engelli Turizmi

Günümüzde, turizm endüstrisi için engelliler önemli bir niş pazar konumunda olmasına rağmen, bugüne kadar üzerine fazla durulmamıştır. Bazı ülkelerin özürsüzlü sayısına bakıldığında ilgili pazarın ne kadar geniş olduğu daha iyi anlaşılabilir. Ülkemizde bulunan engelli sayısı tahmini olarak 7,5-8 milyondur. Bu da, aile ve yakınlarıyla birlikte yaklaşık 20 milyonluk bir potansiyel anlamına gelmektedir (Yaylı ve Öztürk, 2006).

Pehlivanoglu, (2012) yaptığı araştırmada, Antalya bölgesinde bulunan otellerin engellilere yönelik düzenlemelerini incelemiş ve incelenen konaklama yapılarının bazılarında yönetmeliklerin sadece göstermelik olarak uygulandığı sonucuna varmıştır. Ayrıca Türkiye'de hala konaklama mekânlarında engellilere yönelik tasarım konusunun sadece tuvaletlere tutamak koymak, mekânlara rampa yerleştirmek, sosyal mekânlara engelli tuvaleti tasarlamak olarak algılandığını da ifade etmiştir.

Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı Yönetmeliği'nde engelli oda sayısı, genel oda sayısının % 1'i olarak belirlenmiştir. Konaklama tesislerinin diğer yapılardan en büyük farkı din, dil, ırk gözetmeksizin dünya ölçeğinde her türlü insanın barınma ve eğlenme ihtiyacını karşılayan yapılar olmasıdır. Bu yüzden ülkemizde bu tip standartlar ortaya konulurken yurt dışı örneklerinden faydalanılması, turizmin gelişmesi açısından oldukça önemlidir (Engelsiz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitapçığı).

Türkiye’de Engelli Politikaları

Türkiye İstatistik Kurumu ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından 2002 yılında gerçekleştirilen Türkiye engelliler araştırmasına göre; engelli olan nüfusun toplam nüfus içerisindeki payı % 12,29’dur (Tozlu ve diğerleri, 2012). Bugün Türkiye’de yaklaşık 8,5 milyon engelli nüfusun 1 milyon 158 bini 18 yaşın altındadır. Avrupa Komisyonu tarafından 5 Kasım 2003 tarihinde yayınlanan İlerleme Raporu’nda, Türkiye’nin sosyal politika ve istihdam alanında bazı ilerlemeler kaydetmiş olmakla birlikte, özellikle sosyal diyalogun, sosyal korumanın ve sosyal katılımın geliştirilmesi ile ilgili yapması gerekenler olduğuna değinilmiştir (Özgökçeler, 2006).

Türkiye’de uzun yıllardan beri taslak olarak bekleyen ve nihayet 01.07.2005 tarih ve 5378 sayılı kanunla ”Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” kabul edilmiştir. Yaylı ve Öztürk’e (2006) göre bu kanunun amacı; özürlülüğün önlenmesi, özürlülerin sağlık, eğitim, iyileştirme, istihdam, bakım ve sosyal güvenliğe ilişkin sorunlarının çözümü ile her bakımdan gelişmelerini ve önlerindeki engelleri kaldırmayı sağlayacak tedbirleri alarak topluma katılımlarını sağlamak ve bu hizmetlerin koordinasyonu için gerekli düzenlemeleri yapmaktır. Söz konusu kanunla getirilen özürlülerin seyahatleri ile ilgili göze çarpan yenilik: kamu kurum ve kuruluşlarına ait mevcut resmi yapılar, yollar, kaldırımlar, yaya geçidi ve kamusal mekân, en geç 7 yıl içinde engelli kullanımına uygun hale getirilecektir. Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren sivil toplum kuruluşları tarafından gündeme alınan ve 1999 yılında gerçekleştirilen “İ. Özürlüler Şurası”nın temel kararları arasında yer alan Engelliler Kanunu’nun çıkarılması ile ilgili talepler, hem engellilik konusunda belli bir anlayışın olgunlaşması hem de bir ihtiyaca dönük gösterge anlamı taşımaktadır (Özgökçeler, 2006).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın evrenini, Çanakkale ilinin yerel yönetimleri oluşturmaktadır. Çalışmada, araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla katılımcıların görüşleri alınmıştır. Ana teknik olarak görüşme tekniğinin yanı sıra doküman analizi ve gözlem de araştırmada kullanılan diğer teknikler arasında yer almaktadır.

Mevcut çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılacak olan görüşme formu, konu ile ilgili alan yazını incelenerek oluşturulmuştur. Sorulan sorular, uzman bir kişi tarafından incelenmiş ve pilot görüşmede soruların geçerliliği analiz edilmiştir. Bu analiz sürecinde, soruların anlaşılabilirliği katılımcı tarafından doğru algılanıp algılanmadığı incelenmiş, bütün sorular araştırmaya dâhil edilmiştir. Görüşme sırasında ses kayıt cihazı kullanılmış ve gerekli görülen yerlerde de notlar tutulmuştur. Görüşme, yerel yönetim birimlerinde görev yapan yedi katılımcı ile yapılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Yerel yönetim temsilcisi Gönül Hanım ile yapılan görüşmede engelliler ve engelli turizmi ile ilgili olarak bazı sorular yöneltilmiş olmakla birlikte yeterli uygulamaların bulunmadığı ve gelecekte yapılması planlanan herhangi bir projenin bulunmadığı sonucuna varılmıştır. Bunlara ilaveten bünyelerinde herhangi bir engelli biriminin, engelli çalışanın bulunmadığı cevaplarına ulaşılmıştır. Ayrıca Çanakkale turizmine büyük bir katkısı bulunan Truva Ören Yeri'nde sadece çevresel düzenlemelerin yapıldığı, ayrıca Çanakkale merkezde yer alan arkeoloji müzesinde engelli bireyler için rampaların bulunduğu bilgisi edinilmekle birlikte görme engelliler için uygulanan ve uygulaması düşünülen herhangi bir uygulamanın yer almadığı bilgisine ulaşılmıştır.

Görüşülen Gestaş firması Çanakkale'nin deniz ulaşımının büyük bir çoğunluğunun yapıldığı bir birimdir. Görüşmede yardımcı olan Kaan Bey tarafından elde edilen bilgiler doğrultusunda, özellikle görme engelliler için faaliyetlerin yer aldığı bilgisine ulaşılmıştır. Alınan bilgiler doğrultusunda yapılan uygulamalar; görme engelliler için sefer saatlerinin kabartmalı olarak yazılması, iskeleden vapura biniş yollarında sarı şeritler şeklinde kabartmaların bulunması, engellilerden yolcu ücretlerinin alınmaması, feribotlarda tekerli sandalyeli engelliler için asansörlerin bulunması, engelli derneklerine sponsor olunması ve talep doğrultusunda yapılan boğaz turlarında sponsorluk yapılması gibi faaliyetlere ulaşılmıştır. Ayrıca Çanakkale koordinasyon merkezi ile yapılan işbirliği ile kış dönemlerinde gelen taleplere yönelik sponsorluk işlemlerinin yürütülmesi gibi bilgiler de elde edilmiştir.

Çalışmada, yerel yönetimler içerisinde en büyük paya sahip olan belediyelerin engellilere yönelik yapılan faaliyetleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Daha detaylı ve kesin sonuçlara ulaşmak için belediye bünyesinde bulunan tüm birimlere ulaşılmaya çalışılmıştır. Belediye tarafından engellilere yönelik uygulamalar; özel eğitim sınıflarının düzenlenmesi, engelli birimlerin ve kuruluşların desteklenmesi, engelli bireylerin taşınması ve yemek ihtiyaçlarının karşılanması olarak ifade edilmiştir. Ayrıca sokağa çıkamayan engelli bireylerin ortak alanlara çıkabilmesi sağlanmakta bunun içinde tekerlekli sandalye v.b gibi donanım yardımıyla bulunmaktadır. Bunların yanında engelli bireyler, 444 17 17'yi tuşlayarak Çağrı Merkezi'ne bağlanabilmesi ya da T-Belediye (telefon belediyeçiliği) sistemine de erişebilmesi de mümkündür. Görme engelli bireyler için ise özel bir kütüphane içerisinde sesli bilgisayarlar bulunmaktadır. Kent konseyinde bulunan engelli birimiyle ise engellilere yönelik sivil toplum kuruluşlarına destek sağlanmaktadır. Bunların dışında yapılan görüşmeler ışığında, Çanakkale Belediyesi tarafından engellilere yönelik verilen hizmetler şöyle sıralanmaktadır:

- Engelli bireylerle ilgili veri tabanı oluşturulmakta, kentte yaşayan engellilerin envanterini çıkarmak amacıyla engellilerin kayıtları tutulmaktadır.
- Birime başvuran engellilere ve ailelerine psiko-sosyal danışmanlık ve rehberlik hizmetleri verilmekte, ayrıca engellilikle ilgili konularda eğitilmelerini ve

bilinçlenmelerini sağlayıcı konferans, sempozyum gibi etkinlikler düzenlenmektedir.

- Engellilerin toplum hayatı ile bütünleşmelerini sağlayıcı sportif, sosyal ve kültürel aktiviteler düzenlenmektedir.
- Engellilere hizmet amacıyla kurulmuş vakıf, dernek ve bunların üst kuruluşları, kamu kurum ve kuruluşları ile ortak çalışmalar yaparak engellilere yönelik toplum temelli iyileştirme çalışmaları yapılmaktadır.
- Ekonomik durumu yetersiz engellilere ayni ve nakdi yardım yapılmaktadır.
- İhtiyaç halinde engellilerin durumlarına uygun araçlarla bulundukları mekânlardan alınıp iyileştirme amaçlı gezilere ve sosyal aktivitelere katılımlarını sağlamak için ulaşım hizmeti sağlanmaktadır.
- Sosyal güvencesi olmayan ailelere talepler doğrultusunda tekerlekli sandalye verilmektedir.
- Sosyal güvencesi olmayan engellilere sağlık hizmeti verilmektedir.
- Engelli kimlik kartı olan engellilere ücretsiz otobüs kartı ve % 50 indirimden faydalanmaları için yardımcı olunmaktadır.
- İşitme engelli kentliler için, belediye meclis toplantıları işaret dili tercümanı eşliğinde canlı yayınlanmaktadır.

Ulaşım müdürlüğüne yapılan ziyarette halk otobüslerinde, özel otobüslerde ve şehir içi ulaşımlarda engellilere yönelik yapılan uygulamalar saptanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bilgilere göre; kentte engellilerin rahat inip binmelerinin sağlayan rampa vb. alanları içeren 12 otobüsün bulunduğu, akıllı durak kapsamında görme engelliler için sesli bilgilendirmelerin yapıldığı, engelli otobüsler için duraklarda bulunan engelli araç logosu, kavşaklarda karşıdan karşıya geçmeye yardımcı olan sesli düğme düzenlemelerin yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Halkla ilişkiler biriminde yapılan görüşmede, belediye bünyesinde çalıştırılan engelli birey sayısına ulaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen rakamlarda belediye bünyesindeki 260 memurun 3'ü, 28 işçinin 8'i, 400 taşeron çalışanın 4'ü engellidir. Sayıların bu kadar az olma sebebi için ise yeterli başvurunun yapılmaması açıklaması yapılmıştır.

Fen işleri bünyesinde yapılan uygulamalar ise, engelli okulu yaptırılması, kaldırımlara uyarıcı taşların konulması, özellikle karşıdan karşıya geçmek için görme engelliler için yollara uyarıcı taşların yerleştirilmesi, fiziksel engelli bireyler için tekerlekli sandalyelerin rahat hareket edebilmesi amacıyla rampaların yapılması gibi uygulamalar yer almaktadır.

Çanakkale ilinde zihinsel engelli bireylere yönelik olarak otizm derneği oluşturulmuştur. Dernek 2008 yılında kurulmuş olup hala faaliyet göstermektedir. 2009 yılında zihinsel engelli bürosu belediye yardımıyla oluşturulmuştur. Dernek, sosyal ve sportif alanlarda engelli bireylere sosyal haklar sağlamaktadır. Derneğe üye engelli birey sayısının çoğunluğunu ise çocuklar oluşturmaktadır. Ayrıca dernek sayesinde, zihinsel engelli

çocuklar için Türkiye genelinde özel spor faaliyetlerine katılım sağlanmaktadır. Dernek sayesinde jimnastik dışında 14 sportif ve sosyal dalda faaliyetlere katılım sağlanmaktadır. Bunun yanında yüzme ve tiyatro kurslarının eğitmenler aracılığıyla verildiği belirlenmiştir.

SONUÇ

Engelli bireylerin, toplumda yaşayan normal bireyler gibi seyahat etmek, tatile gitmek, alışveriş yapmak gibi gereksinimleri mevcuttur. Engellilerin turizm faaliyetlerine katılmaları, onların da bu konudaki istek ve ihtiyaçlarını gerçekleştirebilmeleri için önem taşımaktadır. Engelli bireylerin kendileri dışında yanlarında bulunacak olan kişiler de düşünüldüğünde turizmde ulaşılabilirlik tüm insanlar için vazgeçilmez bir unsurdur. Sayısı giderek artan yaşlı veya engelli bireylerin tatile çıkarken birtakım zorluklarla karşılaşmaları ciddi bir sorun olarak görülmektedir. Engelli bir birey için turizmde, ulaşımından konaklamasına kadar her şey ulaşılabilir olmalıdır. Ülkemizde engelli bireylerin haklarının korunmasına yönelik birtakım yasal düzenlemeler olmasına rağmen, bunların yeterli olmadığı görülmektedir. Duyarlı bazı yerel yönetimlerin gayretleriyle özellikle ulaşım konusunda çeşitli düzenlemelerin yapıldığı görülmektedir. Engellilerin sadece ulaşım konusundaki sorunlarının çözülmesi de yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda konaklama işletmelerinin de gerekli düzenlemeleri yapması gerekmektedir. Bu da toplum bilincinin artması ile aşılabılır. Turizm sektöründe potansiyel bir pazar olan engelli turizm, engelli bireylerin ihtiyaç, istek ve beklentilerinin doğru anlaşılması, gerekli imkânların yaratılmasıyla engellilerin turizme katılım faaliyetleri arttırılabilir.

Yapılan çalışma, engelli bireylerin turizme katılabilmesi için Çanakkale merkezde yerel yönetimlerin uyguladığı gerekli düzenlemeler ve bu düzenlemelerin uygulanma durumunu incelemek üzere gerçekleştirilmiştir. Çanakkale’de yerel yönetimlerce engelli bireylere yönelik pek çok uygulama bulunmasına rağmen bu uygulamaların genellikle engelli bireylerin rahatça günlük ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik uygulamalar olduğu görülmüştür. Engelli bireylerin evlerinden alınması, otobüs hizmeti verilmesi gibi uygulamalarla sınırlı kalınması, Çanakkale gibi turizm açısından önem arz eden bir kent açısından engelli bireylerin turizme katılmasını sağlayabilecek yeterli uygulamalar olarak görülmemektedir. Dolayısıyla bu noktada yerel yönetimlerin engelli turizmi pazarına daha fazla katkı sağlayabilmesi için gerekli bütün uygulamaların ve düzenlemelerin faaliyete geçirilmesi gerekmektedir. Yerel yönetimlerin engellilerin seyahatini kolaylaştırmaya yardımcı olacak ulaşım araçları ve tesisleri ile genel altyapı unsurlarını da en kısa zamanda ve istenilen düzeye faaliyete geçirmeleri gerekmektedir.

Engellilerin hareket kısıtları dikkate alındığında, ziyaretlerinin uzun olması ve Çanakkale’nin diğer turistik çekim merkezlerine olan uzaklığı, Çanakkale’de engellilere yönelik uygulamaların geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Engellilerin turizm faaliyetlerine katılımlarının artması için, sadece turizm yapılarında yapılacak uygulamalar yeterli olmayacaktır. Bu nedenle engellilerin seyahatini kolaylaştıracak ulaşım araç ve tesisleri ile genel altyapı unsurlarının da engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi

gerekmektedir. Bu noktada da yerel yönetimlerin daha fazla söz sahibi olması ve engellilere yönelik iyileştirilmelerin yapılması gerekmektedir.

Çalışma, yerel yönetimlerin engelli turizmine yönelik uygulamalarına ve bunların mevcut durumunu incelemeye yöneliktir. Zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik gibi nedenlerden dolayı bu konuda sadece Çanakkale merkezdeki temsilcilerle görüşülmüştür. Gelecekte, araştırmacıların araştırma kapsamlarını genişleterek, Çanakkale'nin bütün ilçelerindeki yerel yönetim temsilcileriyle de bu konunun görüşülmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Açıkgöz, E. (2007). *Mali yeni düzenlemeler eşliğinde yerel yönetimlerde mali özerklik ve tevzin* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü. [URL: <http://www.eyh.gov.tr>] (Erişim 25 Nisan 2014).

ARI Toplumsal Katılım ve Gelişim Vakfı. [URL: <http://www.ari.org.tr/>] (Erişim 24 Nisan 2014).

Arslan, C. (2009). *Türkiye'de yerel yönetimler ve 2004 sonrası yerel yönetim reformu*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.

Artar, Y., Karabacakoglu Ç. (2003). Türkiye'de özürllüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki altyapı olanaklarının araştırılması, Engellilerin Toplumsal Gelişimine Yönelik Proje, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi

Ashworth, R., Copus, C., & Coulson, A. (2004). Local democratic renewal: An introduction. *Local Government Studies*, 30(4), 459-466.

Atak, Vildan. (2008). *Marmaris'teki otel işletmelerinin bedensel engelli turizmne bakışı* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Muğla Üniversitesi, Muğla.

Bilgin, K.U., Can, H. (2008). Yerel yönetimler personeline etkisi açısından yerel yönetimler reformu. *1. Ulusal Yerel Yönetimler Sempozyumu*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 1-16.

Bizjak, B., Knezevic, M., & Cvetreznik, S. (2011). Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from tourism students. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 842-845.

Çanakkale Belediyesi Engelliler Sayfası. [URL:<http://www.canakkale.bel.tr>] (Erişim 12 Ağustos 2014).

Çizel, B., Sönmez, N. ve Akıncı, Z. (2012). Antalya'da engelli turizminin gelişimi için arz ve talep üzerine bir araştırma. Ankara: Yiğitler Grup Reklam, Matbaa.

Darcy, S. (2001). *Anxiety to access: Tourism patterns and experiences of New South Wales people with a physical disability*. Sydney: Tourism New South Wales.

Devlet İstatistik Enstitüsü. (2009). *Türkiye Özürlüler Araştırması*. 2002. Ankara: Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası.

Dünya Engelliler Vakfı Engelsiz Turizm Raporu. [URL: <http://www.devturkiye.org/>] (Erişim 22 Nisan 2014).

Dünya Sağlık Örgütü. [URL:<http://www.who.int/>] (Erişim 24 Nisan 2014).

- Eryılmaz, B. (2010). *Turizmde engelli pazarının değerlendirilmesi ve Bodrum örneği*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Genç, K. (2013). *Sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecinde örgütlenmenin önemi: Çanakkale turizmi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Goldsmith, M. (2002). Central control over local government - A Western European comparison. *Local Government Studies*, 28(3), 91-112.
- Gökçe O., Bayrakçı, E. (2003). Yerel yönetimler maliyesi ders notları. Konya.
- Hulst, R. (2005). Regional governance in unitary states: Lessons from the Netherlands in comparative perspective. *Local Government Studies*, 31(1), 99-120.
- Kara, H., Baykal, T. (2012). Arnavutluk, Yunanistan ve Türkiye yerel yönetimleri üzerine bir inceleme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 135-168.
- Karaarslan, M. (2007). *Türkiye’de yerel yönetimler reformu bağlamında yerel yönetimlerin özerkliği ve denetimi* (Yayınlanmamış doktora tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kolat, S. (2009). *Avrupa Birliği sosyal politikası çerçevesinde engellilere yönelik ayrımcılıkla mücadele ve Türkiye’deki yansımaları* (Uzmanlık tezi), Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, Ankara.
- Oğuşgil, V. A. (2009). Avrupa Birliği sosyal politikası kapsamında risk gruplarına polis desteği; İstanbul Şükrü Balcı Polis Meslek Yüksekokulu örneği. *Polis Bilimleri Dergisi*, 11(1), 73-98.
- Özgökçeler, S. (2006). Sosyal dışlanma sorunsalı ve engellilerin sosyal politikası bağlamında değerlendirilmesi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Pehlivanoğlu, B. (2012). Turizm yapılarında engellilere yönelik iç mekân tasarım kriterleri. *Engelsiz Turizm Sempozyumu*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 6-18.
- Şahin, H. (2012). *Engelli bireylerin konaklama tesislerinden memnuniyet durumlarının incelenmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Tozlu, E., Mercan, Ş. O. ve Atay, L. (2012). Çanakkale’nin engelli turizmine ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (TUIK, 2011). *Özürlülerin Sorun ve Beklentilerinin Araştırılması 2010*, Sayı:71. [URL: <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=6370> (Erişim 22 Eylül 2014).
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 261-263.
- Ulusoy, A. ve Akdemir, T. (2005). *Mahalli idareler, teori–uygulama–maliye*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Ulusoy, A. ve Akdemir, T. (2009). Yerel yönetimler ve mali özerklik: Türk ve OECD ülkelerinin karşılaştırmalı analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 259-287.
- Yau, M. K., McKercher, B., & Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.
- Yaylı, A ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırma Dergisi*, 17(1), 87-97.

ENGELLİ BİREYLERİN VE AİLELERİNİN SORUNLARININ TESPİT EDİLMEMESİNİN SOSYAL TURİZM PROJELERİNE ENGEL TEŞKİL ETMESİ: KIRKLARELİ İLİ ÖRNEĞİ

Kaplan UĞURLU

*Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kugurlu@superonline.com*

Hilmi AR

*Arş Gör., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
hilmiar@windowslive.com*

ÖZET

Engelli bireylerin ve ailelerinin sosyal hayatta yer alabilmeleri toplumsal bütünleşme açısından önemli bir husustur. Turizm sosyal olmanın bir gereği olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla engelli birey ve ailelerin turizm etkinliklerine katılımının sağlanacağı engelsiz sosyal turizm projelerinin üretilip uygulanması gerekmektedir. Bu kapsamda engelli bireyler ve ailelerinin sorunlarının tespit edilmesi, mevcut durumun ortaya konması ve taleplerin bilinmesi geliştirilecek projelerin sağlıklı bir biçimde üretilmesini sağlayacaktır. Çalışma doğrultusunda Kırklareli ilinde konuyla ilgili kurum ve kuruluşlarla görüşülerek durum analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada engelli ailelerinin talep ve beklentilerinin tespit edilmemesi sorununun olası sosyal turizm projelerine engel teşkil ettiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Engelli, Engelli turizmi, Sosyal turizm, Aile sorunları, Kırklareli*

GİRİŞ

Engelli olmak, biyolojik anlamda, normalin dışında olma şeklinde tanımlanırken, sosyal anlamda ise; bireyin toplumda yaşamını bağımsız ve kolay sürdürebilmesinin sosyal ve kültürel olarak engellenmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Burcu, 2007). Fiziksel, psikolojik ve sosyal problemler yaratan engellilik durumu sadece kişinin değil aile bireylerinin sosyal yaşamını da önemli ölçüde etkilemektedir. Engelli bireylerin daha iyi bir yaşam düzeyine kavuşturulması toplumsal bir sorumluluktur. Doğuştan ve sonradan olma nedenlerle yaşanan engellilik durumu, işlev ve organ kayıplarına bağlı olarak yaşam kalitesini temelden etkilemektedir. Engelli bireylerin yaşamı sürdürme, bakılma, korunma, eğitim, gelişme, katılım olanakları sınırlıdır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2011). Kişinin engel türü, ekonomik durumu, ailesel faktörler vb. etkenler engelli bireyin toplumsal hayata katılımına direkt olarak etki etmektedir. Dolayısıyla engelli bireylerin sosyal hayatta yer alabilmelerinin önündeki engellerin net olarak ortaya konabilmesi hususu bu kişilere ve ailelerine yönelik gerçekleştirilecek duyarlı girişimlerin amacına ulaşması açısından önem arz etmektedir.

Sosyal turizm ticari ve ticari olmayan, devlet eli veya özel sektör girişimleri olmadan tatil deneyimi yaşayamayacak olan toplulukları kapsayan çeşitli farklı girişimleri kapsamaktadır (Minnaert, Maitland ve Miller, 2009, s. 316). Engelli bireylerin kendilerini toplumun bir parçası olarak görebilmeleri ve ailelerinin toplumdan soyutlanmış

hissetmemelerini sağlama bakımından engelsiz sosyal turizm girişimleri üretmek gerekmektedir. Engelli bireylerin turizme katılımının önünü açacak sosyal turizm projelerin geliştirilmesi için öncelikle bu bireylerin ve ailelerinin sorunlarının tespit edilmesi, yaşam kalitelerine yönelik fikir verici araştırmaların ilgili kurumlarca gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ülkemizdeki engelli bireylerin yaşam sürdürdüğü alanlar bakımından ne kadarının kentsel yaşamda yer aldığı ne kadarının ise kırsal kesimde yaşamını sürdürdüğü ve gelir düzeylerinin hangi seviyelerde olduğunun bilinmeyişi, bununla birlikte sosyo-kültürel ve eğitim durumlarının belirlenmemiş olması engellilerin sorunlarının çözümü aşamasında sıkıntılar yaratmaktadır.

İl bazında düşünüldüğünde engelli bireylerin ne tür engellerinin bulunduğu ve düzenlenecek rekreasyonel (boş zamanlarda dinlenme ve eğlenme aktiviteleri) turizm etkinliklerine yönelik taleplerinin ne şekilde olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Kısacası ilgili kurumların bu bilgileri proje geliştirici ve aracı kişilere sunabilmesi gerekmektedir. Sağlıklı bir sosyal turizm projesi geliştirme sürecinin önündeki büyük engellerden birisi de ülkemizde il bazında engelliler ve ailelerine yönelik bir durum analizinin gerçekleştirilememesidir.

Çalışmada araştırma deseni olarak yapılandırılmamış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında engelli bireyler ve engelli ailelerinin sorunları, sosyal turizm projesi geliştirme sürecinin önündeki engeller ile ilgili Kırklareli ilinde İl Sağlık Müdürlüğü, Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü, Bakım ve Rehabilitasyon ve Aile Danışma Merkezi Müdürlüğü ve Kırklareli Sakatlar Derneği Başkanlığı idarecileri ile görüşmeler yapılmıştır.

ENGELLİ KAVRAMI

Engelli tanımı 2005 yılında çıkarılan Engelliler Hakkında Kanun'da (m.3.) “doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılamada güçlükleri olan ve korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişi” olarak tanımlanmaktadır. Engellilik bir yetersizlik veya özür nedeniyle yaşa, cinsiyete, sosyal ve kültürel faktörlere bağlı olarak kişiden beklenen rollerin kısıtlanması ya da yerine getirilememesi halidir (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012, s. 4). Genel olarak ise engellilik bir kişinin özürüllüğü sonucu sosyal ve mesleki işlevlerini yerine getirirken karşılaştığı ayrımcı uygulamalar, toplumsal sınırlamalar ve dezavantajlardır (Karataş, 2000, s. 4).

Engelli bireyler fonksiyonel yetersizlikleri sebebiyle günlük yaşam aktivitelerinde birtakım sınırlandırmalarla karşılaşmaktadır ve bu durum yaşam kalitelerini önemli ölçüde azaltmaktadır. Engelli kişinin fiziksel durumunun yanı sıra psikososyal durumu ile ekonomik düzeyinin de yaşam kalitesini etkilediği ve kişinin bağımlılık düzeyi arttıkça yaşam kalitesinin azaldığı unutulmamalıdır (Spilker, 1996).

ENGELLİLİK TÜRLERİ

Engelli bireylere yönelik farklı şekillerde sınıflandırmalar mevcuttur. 2002 yılında yapılan Türkiye Özürlüler Araştırması'nda ise engelli bireyler şöyle sınıflandırılmaktadır (BÖİB ve TÜİK, 2004):

- Ortopedik Engelli
- Görme Engelli
- İşitme Engelli
- Dil ve Konuşma Engelli
- Zihinsel Engelli
- Süreğen Hastalık (HIV, Kanser vs.)
- Diğer Engelliler

Diğer Engelliler grubunun açılımında iki engellilik durumu öne çıkmaktadır. Bunlar (Kızıltaş, 2012):

- Ruhsal ve Duygusal Hastalığı Olan (Depresyon ve şizofreni)
- Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu Olan

Engelli olunması ile birlikte dâhil olunan *öteki* grubu her an gerçekleşebilecek bir durumdur ve bu bakımdan daha önce hiç *öteki* grubunda değerlendirilmeyen biri engelli değilken “*öteki*” adlandırmasını belki de kendisi yaparken engelli olduğu anda *öteki* kategorisine girebilir (Reid-Cunningham, 2009, s. 100). İnsanlar doğuştan gelen bir bozukluk sebebiyle engelli olmasalar da her an doğal afetler, trafik ve iş kazaları, terör eylemleri, gibi nedenler sonucunda engelli olabilirler (Eryılmaz, 2010, s. 1).

Toplumların demografik göstergeleri, engelli bireylerin toplam nüfus içindeki konumlarının ve sorunlarının büyük önem taşıdığını ortaya koymakla birlikte engelliliğin nedenlerinin araştırılması kadar var olan engelli bireylerin yaşama, korunma ve katılım haklarının geliştirilmesinin önemine dikkat çekmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2011).

Ülkemizde 2002 yılında yapılan Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı ve Devlet İstatistik Enstitüsü şimdiki adıyla Türkiye İstatistik Kurumu ortaklığında yapılan Türkiye Özürlüler Araştırması'na göre Türkiye nüfusunun %12,29'unu engelli bireyler oluşturmaktadır (BÖİB-TÜİK, 2004). Bu oranın %9,70'ini süreğen hastalığı olan kişilerin oluşturduğu, %2,58'ini ise ortopedik, görme, işitme, dil ve konuşma ile zihinsel engellilerin oluşturduğu bilinmektedir. Engelli nüfusun en yoğun olduğu bölge Marmara bölgesidir. Engellilerin %84,2'sinin eğitimi ilkokul düzeyindedir. Okuma yazma bilmeyen engellilerin oranı, okuma yazma bilmeyen genel nüfusun yaklaşık üç katını oluşturmaktadır. Engelli bireylerin %68'i yaşadığı çevrede engeline uygun düzenleme bulunmadığını belirtmektedir. Engellilerin %55,7'si sağlık hizmetlerinden yararlanırken, sadece %12'27'si eğitim, %5,9'u bakım ve rehabilitasyon hizmetinden faydalanmaktadır. Engelli bireyler bir takım kurum ve kuruluşlar tarafından kendisine verilen hizmetlerden yararlanamamasının en önemli nedeni olarak ekonomik yetersizlerini göstermektedirler (Hürriyet Gazetesi, 2011).

Engelli Bireylerin Sosyokültürel Yaşam Koşulları

Engelli bireyin; demografik, sosyal ve kültürel özellikleri ve aynı zamanda özürllülük ve tüm işlev kayıplarının düzeyi; engelli bireyin sosyokültürel yaşam koşullarını belirleyen göstergelerdir. Bunlar (Milli Eğitim Bakanlığı, 2011):

- Cinsiyeti,
- Yaşı,
- Yerleşim bölgesi ve yaşadığı yer,
- Sosyal çevresi, sosyal ve kültürel ilişkileri,
- Aile yapısı,
- Konu durumu,
- Eğitim hakkından yararlanma düzeyi ve biçimi,
- Sağlık ve beslenme koşulları,
- Sosyal güvenlik durumu, sigortalı olma ya da sosyal yardımdan yararlanma türü,
- Kendini gerçekleştirme düzeyi,
- Sosyal yaşama katılma koşulları ve biçimleri,
- Kurumlarla ilişkileri, dernek üyeliği,
- Kentlilik bilinci ve kentlilik kültürü,
- Kentsel yaşam kolaylıkları ve düzenlemeleri,
- Özürllülere yönelik aktiviteler,
- Özürllü derneklerinin çalışmaları,

Engelli bireyleri, sadece görmeyen bir gözden, eğri duran bir sırttan, yazmayan elden veya yürüyemeyen bir bacadan ibaret değildir. Yaşam kalitelerini yükseltmelerine olanak sağlayacak koşullar yaratılır ve yargıdan uzak bir duruş sergilenirse onlar da kendilerinde var olan diğer güzellikleri, diğer değerleri dışa vurabileceklerdir (Sağlık Aktuel, 2010).

Ailelerin engelli bireyler nedeniyle yaşadıkları gerginlik, onlarla etkili bir iletişim kuramama, engelli bireylerine ilişkin gerçekçi olmayan beklentiler içine girme, engelli bireylerin duygusal ihtiyaçlarını göz ardı ederek sadece fiziksel gereksinimlerini karşılama vb. negatif tutumlar geliştirmelerine neden olabilmektedir (Coşkun ve Akkaş, 2009, s. 215).

Engelli Bireyler ve Toplumsal Hayat

Engelli bireyin engelsiz olan bireyler gibi aile, iş ve toplumsal hayatı vardır. Engelli bireylerin aile, toplum ve iş hayatında karşılaştıkları en büyük engel kuşkusuz *önyargılardır*. Albert Einstein'ın “ *Bir insanda önyargıyı parçalamak atomu parçalamaktan daha zordur*” sözü engellilerin aslında çevrelerinde karşılaştıkları en büyük engele işaret etmektedir. Örneğin, bir engellinin iş hayatında karşılaşabileceği hatta karşılaştığı önyargılı birkaç davranışı sıralayabiliriz: Yardıma muhtaç, işe yaramaz, kabiliyetsiz, ayak bağı, acınacak birisi, uğursuz, komik vb. Oysaki bu önyargıların aslı yoktur. Bir Fizik Profesörünün bir trafik kazası sonrası tekerlekli sandalyeye muhtaç olması onun bilgi ve yeteneklerini de kaybettiği anlamına gelmez. Bu önyargıların

önündeki engellerin insanların birbirlerini tanımamaları, bilgisizlik ve iletişim eksikliğinden başka bir şey olmadığı açıktır.

Doğuştan ya da sonradan kazanılmış engelliliğin sosyal anlamı, bireyin engelliğe yönelik tepkilerine, o anki durumuna ve geleceğine nasıl baktığına, engelliliğin bireyin yaşamını nasıl etkilediğine ve toplumun engelliğe bakış açısına göre şekillenmektedir (Burcu, 2002). Engellilerin toplumsal hayata uymalarında yaşanan sorunlar engelli kişi ile onun çevresi arasındaki ilişki sonucunda ortaya çıkmaktadır. Kişi yaşadığı toplumdaki diğer bireylerle, içinde bulunduğu sistemlere sahip olmasını engelleyen kültürel, fiziksel ve sosyal engellerle yüzleştiği anda toplumsal engellilik ortaya çıkar. Bu durum ise engelli ve engelsiz bireylerin eşit seviyede bir yaşam sürmesini engelleyen kısıtlamalar ve kayıplardır (Ünsal, Babacan ve Ateşoğlu, 2006, s. 815).

Çağdaş toplum ve sosyal devlet olmanın en önemli geleneklerinden birisi bireyler arasında hiçbir ayırım gözetmeksizin herkesin sunulan hizmetlerde eşit olarak yararlanmasının ve aynı haklara sahip olmalarının sağlanmasıdır (Eryılmaz, 2010, s. 2).

ENGELLİ BİREYLERİN TURİZME KATILMADA YAŞADIKLARI SORUNLAR

Turizm insanları belirli risklerle her zaman karşı karşıya getirebilir. Turizmin yarattığı fiziksel ya da psikolojik riskleri mevcut ve potansiyel turistlerin destinasyon (turistik mekan) seçimlerini etkileyebilir ve bu riskler sonucunda belirli yerlerin tercih edilmesini engelleyebilir. Engelli nüfusun dünyadaki büyük azınlığı oluşturması ve bu kitlenin %80'inin düşük gelirli ülkelerde yaşaması engellilerin turizm faaliyetlerine katılmasını engelleyen önemli ekonomik riskler olarak görülebilir (Uygun, 2010, s. 22). Smith (1987) engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımının önündeki engelleri üç ana başlık altında toplamaktadır. *Çevresel engeller*; mimari ve ekolojik faktörleri içermekte iken *etkileşimli engeller*; davranışsal tecrübelerin uyumsuzluğu ve iletişimle ilgilidir ve *içsel engeller* her katılımcının fiziksel, psikolojik veya bilişsel işlev düzeyiyle ilgili olduğunu öngörmektedir.

Engelliler öncelikle seyahat etmelerini kısıtlayan, seçeneklerini sınırlandıran bir takım dışsal engellerle baş etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu engelleri; basamaklar, umumi tuvaletler gibi mimari engeller, düz olmayan yürüyüş yolları gibi çevresel engeller, özellikle yerel ulaşım içerisinde, otomobil, otobüs ve taksiler gibi ulaşım engelleri, yanlarında ekipman getirme zorunluluğu gibi engellilerin seyahatlerini kısıtlayan kural veya düzenlemeler, gidilen destinasyondaki iletişim sorunları ve servis sağlayıcılarının negatif yaklaşımları şeklinde sıralanabilir (McKercher, Packer, Yau ve Lam, 2003, s. 467).

ENGELSİZ SOSYAL TURİZM

Sosyal turizmi ilk olarak tanımlayan Hunzicker (1951) “toplumun ekonomik olarak zayıf veya başka yönlerden dezavantajlı olan kesiminin seyahat etkinliklerine katılımı sonucu oluşan turizm alanındaki ilişkiler ve olaylar” olarak tanımlamaktadır. Sosyal turizm, nüfusun düşük gelirli kısımlarına hitap etmektedir ve bu kitlelerin turizme katılmaları iyi

tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde gerçekleşmektedir (Bıçkıcı, Ak ve Özgökçeler, 2013, s. 51).

Avrupa turizm politikası çerçevesinde sosyal turizm ile ilgili olarak ön plana çıkan üç ana görüşe göre; tatil yapabilmek için gereken boş zamana sahip olmak, gerekli ekonomik imkânların var olması, mevcut seyahat ve tatil imkânlarının ulaşılabilirliği için gerekli sistem, yapı ve araçların bulunması gerekmektedir (Turizmdebusabah, 2012).

Sosyal turizmin bireyleri, her şeyden önce finansal gücü sınırlı olan kitlelerdir (Kızılırmak ve Ertuğral, 2012, s. 38). Ekonomik yönden zayıf olan kitlelerin bir takım özel önlemleri teşvik edici ve kolaylaştırıcı unsurlar vasıtası ile turizm etkinliklerine katılmalarının sağlanmasından doğan bir turizm şekli olarak sosyal turizm; günümüzde yoğun ve stresli bir ortamda faaliyet gösteren çalışan kesimin vizyonunun genişlemesi, toplumda sosyal kaynaşma ortamının oluşması ve toplum içerisinde her kesimin turizme kazandırılmasını hedeflemektedir (Turizmdebusabah, 2012). Bu bağlamda gerçekleşen girişimler, hâlihazırda birçok kişi ve topluluk için erişilebilir olan ancak genellikle parasal veya sağlıkla ilgili nedenlerden dolayı dışlanmış kişilere turizm deneyimi sunmayı amaçlar (Minnaert, Maitland ve Miller, 2011, s. 404).

Tatile çıkmak normal hayatın gerekli faaliyetlerinden birisi olarak kabul edildiğinden tatile gidememek ve diğer boş zaman aktivitelerine katılamamak, toplumun ortak kabul edilen yaşam tarzına ayak uydurmada bir yetersizlik olarak görülmektedir. Tatile çıkmak genellikle zihinsel ve fiziksel olarak yaşam kalitesini arttıran bir uğraştır (Griffin ve Stacey, 2011, s. 432). Seyahat edemeyenler ve tatile gitmeyi tercih edemeyenler kendilerini bu yüzden depresyonda hissedebilirler (Smith ve Hughes, 1999, s. 124).

Toplumdaki herkesin günlük, haftalık ve yıllık sürede dinlenme ve kişiliğini geliştireceği, sosyal bütünleşmenin güçlenmesini sağlayacak tatil hakkı bulunmaktadır ve şüphesiz, herkes kendini geliştirebilmek için bu hakkını kullanabilmelidir. Turizm hakkı, bu genel hakkın somut bir ifadesidir ve sosyal turizm bu hakkın uygulamada küresel olarak erişilebilirliğini temsil etme üzerine kuruludur (Fest Travel, 2014).

Bütün insanların olduğu gibi engelli insanların da gezmeye tatil yapmaya, dinlenmeye, farklı yerler görmeye ve farklı kültür tanımaya ihtiyaçları vardır (Eryılmaz, 2010, s. 2). Engelli turistler turizm aktivitelerine katılmada veya diğer insanlarla ilişki kurmada yetersiz değildirler (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008, s. 383). Engellilerin turizme katılabilmesi, engelli bireylerin topluma kazandırılmasında destek bir unsur niteliğinde görülebilir (Tozlu ve diğerleri, 2012, s. 2).

Engelli insanlar seyahatleri esnasında birçok zorluk ile karşılaşmaktadır ve yaşadıkları güçlükler turizm aktivitelerine katılma isteklerini etkileyebilmektedir (Öztürk ve diğerleri, 2008, s. 383). Fiziksel, zihinsel, sosyal yetilerin birlikteliğine gereksinim duyduğundan engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılması güçleşmekte ve bu durum çoğu zaman bir engel ile olumsuz etkilenmektedir (Yau, McKercher ve Packer, 2004, s. 946). Engelli

bireyler diğer bireylerden farklı olarak seyahatleri sırasında karşılaştıkları çevresel, ekonomik, sosyal ve davranışsal engellerin de ortadan kaldırılmasına ihtiyaç duymaktadır (Eryılmaz, 2010, s. 2).

Aile üyesi olan engelli bireyin özel sorunlarından dolayı engelli aileleri seyahat kararlarında ve seyahatleri sırasında bazı olumsuzluklarla karşılaşmaktadırlar. Bu olumsuzluklar kalifiye personel eksikliği, yetersiz ulaşım olanakları, tatil alanları, konaklama işletmeleri, restoranlar, enformasyon kaynakları ve ekonomik yetersizlikler ile işletmeler tarafından yapılan ayrımcılıktır. Bu durum ailelerin engelli üyeyi yalnız bırakamama veya emanet edememe gibi nedenlerle hem ailelerde hem bireyde mağduriyetlere yol açmaktadır (Uygun, 2010, s. 1).

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ ve KAPSAMI

Çalışma kapsamında Kırklareli ilinde İl Sağlık Müdürlüğü, Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü, Bakım ve Rehabilitasyon Merkezi Müdürlüğü ve Türkiye Sakatlar Derneği Kırklareli Şubesi Başkanlığı ile il bazında sosyal hayatta engelli bireyler ve ailelerin sorunları, engellilere yönelik geliştirilebilecek sosyal turizm projelerinin önündeki engeller ile ilgili görüşmeler yapılmıştır. Yapılandırılmamış görüşme tekniği kullanılarak yapılan bu görüşmelerde sorun ile ilgili hususlar irdelenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular görüşülen yetkililerin araştırma konusu hakkında dile getirebildikleri ile sınırlı olmakla birlikte Kırklareli ilindeki mevcut durum çerçevesinde farklı yetkililer farklı görüşler ifade edebilirler.

BULGULAR

Araştırmada Kırklareli ilinde engelli bireylere yönelik hizmet veren kuruluşların gözünden sosyal bir yaşam sürmede engelli kişiler ve ailelerinin yaşadıkları güçlükler saptanarak mevcut durumun belirlenmesi ve sosyal turizm kapsamında gerçekleştirilebilecek olası projelere zemin hazırlayan sağlıklı bir ortamın var olup olmadığının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda il çapında konu ile ilgili 4 yetkiliyle görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucu elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır.

Kırklareli Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdür Yard. Kadriye TOKAT;

...Engelliler haftası dışında Belediye engellileri maalesef önemsemiyor. Yerel yönetimler bu tür faaliyetlerde işin gösteriş kısmında varlar. Engelliler haftasında basın için birkaç fotoğraf çektirip gidiyorlar. Belediyeler arasındaki imkân farklılığı engelli bireylere yönelik yapılacak pozitif adımlara da yansıyor. Örneğin, İstanbul Belediyesi geçtiğimiz aylarda engelli bireylere yönelik kamp düzenledi. Bu kişilerin ve ailelerinin birlikte farklı ortamlarda bulunmalarının çok önemli olduğunu düşünüyorum. Yerel yönetimlerin yanında sivil toplum kuruluşlarının da engelli bireylere yönelik düzenlenecek etkinliklerde yer alması ve katkı sağlaması gerekiyor.

...İlimizde İğneada, Kıyıköy gibi tatil yerleri bulunmasına rağmen engelli bireylerin turizme erişimi sağlanmıyor. Hizmet verdiğimiz yaşlı bir vatandaşımız bana yakıt masrafını kendisinin karşılayabileceğini onu İğneada'ya götürmemizi söyledi ve bu duruma çok içlendim. Desteğe ve birlikteliğe ihtiyacımız olduğunu söyleyebilirim. Düzenlenen etkinliklerde onları rahat ettirebilmek adına öğretmenlerinin ve destek ekibinin engelli bireylerimize eşlik etmesini sağlıyoruz. Geliştirilecek engelsiz sosyal turizm projelerinin engelli bireyleri sosyal hayatın içerisine dâhil edeceğinden; oldukça faydalı olacağı kanaatindeyim.

...Turizm tesisleri konusuna gelecek olursak engelli bireylere yönelik yapılması düşünülen düzenlemelerin tam anlamıyla gerçekleştirilmediğini söyleyebilirim. Ayrıca turizmde hizmet verecek personele engelli kişiler hakkında bir eğitim verilmesi gerektiğini düşünüyorum.

...Hizmet verdiğimiz kişilerin büyük çoğunluğu yatalak hastalar ve ağır zihinsel engelli hastalar. İşin eğitim boyutunda da farkındalık yaratmak gerekiyor. Eğitim anlamında engelli bireylere yönelik bilinçlendirme çalışması yapılmalı.

Kırklareli İl Sağlık Müdür Yard. Dr. Halil İbrahim SALMAN;

...Engelliler günlük hayattan kopuk bir yaşam sürmek zorunda kalmaktalar. Kamu kurumlarının fiziksel anlamda düzenlemeleri yaparak bu kişilere yönelik hassas tavrını göstermesi gerekiyor. Maalesef engelliler içlerine kapanık bir hayat sürmek zorunda bırakılıyor ve bu nedenle kendi haklarını korumaktan çekiniyorlar.

...Projeler ancak kurumlar arası birliktelik sonucu ortaya çıkabilir. Bir kurumun altından kalkabileceği bir durum değil. Bu nedenle kurumlar arası birliktelik önemli diye düşünüyorum. Maddi kaynak ve kaynağın iyi yönetilmesi de önemli bir etken.

...Elimizde engelli aileleri ile ilgili yaşam standartlarını, taleplerini ve sorunlarını yansıtacak bir veri bulunmamakta. Çok uzun süreçler gerektirdiğinden böyle bir işe girişmek zor olur diye düşünüyorum.

Kırklareli Bakım ve Rehabilitasyon ve Aile Danışma Merkezi Müdür Yard. Psikolog Hakan YAĞAN;

...Zihinsel engelli olup 18 yaşın üzerindeki kişilere bakım imkânı sunuyoruz. 42 engelli birey kapasitemiz var 6 da özel kabul olarak toplamda 48 kişilik kapasitemiz mevcut. Şuan 11 kişiye hizmet veriyoruz.

...Aileler bize müracaat ediyor. Gerekli belgeler sağlandığında biz de kişinin kabulünü gerçekleştiriyoruz. Engelli aileler ile iletişime geçip verdiğimiz hizmet konusunda bilgilendiriyoruz ancak pek ilgi göstermiyorlar. Aileler zihinsel engelli çocuklarını bırakmak istemiyorlar.

...Zihinsel engelli kişiler gerçekten çok kıymet bilir yapıdalar. Yaptığınız iyiliği çok önemsiyor ve en ufak şeye bile sevinip teşekkür ediyorlar.

Türkiye Sakatlar Derneği Kırklareli Şubesi Başkanı Arif UZUNOĞLU;

...Kırklareli ilinde 2008 yılında yapılan araştırmaya göre 2067 engelli birey bulunuyor. Şuan ise net olmamakla birlikte sayının 5 bin civarında olduğunu söyleyebilirim.

...Diğer illerdeki şube başkanlarıyla görüşüyorum da il olarak oldukça şanssız. İlgili kurumlar gereken hassasiyeti göstermiyorlar. Engelli vatandaşlarımız için birçok girişimimiz yanıtsız kaldı.

Engellilerin yaşam standartlarını geliştirmek ve toplum içerisinde kaynaşmalarını sağlayabilmek için öncelikli konunun engelli bireylerin kimler olduğu, nerelerde yaşadığı, engellilik türlerinin neler olduğu, engelli bireylerin yaşam koşullarının nasıl olduğunun belirlenmesi gibi sorulara cevap bulunulmalıdır. Kırklareli merkezinde konu ile ilgili önemli kurumların yetkili kişileri ile yapılan görüşmelerde bu bilgilere yeterince ulaşamamıştır. Kurumlarda engelliler ile ilgili güncel bir sayım/döküm tutulmadığı tespit edilmiştir. Engellilerin ve ailelerinin sorunlarının tespiti ve çözümleri ile ilgili kaygıların giderilebilmesi için kurumların ilk önceliğinin engelliler ile ilgili verilerin ivedilikle güncellenmesi ve gerekli tıbbi, psikolojik, ekonomik ve sosyal sorunların çözümü için sorumlu kurumlar tarafından stratejiler geliştirilmesi şarttır.

Bu çalışmanın kısıtlılıklarına gelince; bu çalışma sadece Kırklareli ili Merkez ilçede yapılmıştır. Yapılan görüşmeler Kırklareli Merkez’de bulunan ve konu ile doğrudan ilgili kurum yetkilileri ile yapılmış ve engelliler ile ilgili verilerin kurumlarca tutulmadığı ya da güncel olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmanın başarıya ulaşılabilmesi için daha geniş bir zaman diliminde diğer kişi ve kurumlar ile de görüşmelerin yapılması hem daha fazla veri elde edebilmek hem de sorunların bu kurumlar ile de paylaşılması için önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın ileriki safhalara götürülebilmesi ve engelliler ile ilgili sorunların tespiti ve çözümüne ilişkin fayda sağlayabilmesi için aile hekimleri ve muhtarlıklar ile de görüşmeler yapılması önerilir. Engellilerin sayısına ulaşabilmek için Belediyeler, Türkiye İş Kurumu İl Müdürlüğü, İl Nüfus Müdürlüğü ve İl Milli Eğitim Müdürlüğü ile de temasa geçilmelidir. Engellilerin bağlı bulundukları Sivil Toplum Kuruluşları ve diğer örgütler ile de görüşülmesinde fayda vardır. Bunlar; Engelliler Konfederasyonu Başkanlığı, Türkiye Sakatlar Konfederasyonu Başkanlığı, Engelli Dernekleri Federasyonu, İşitme Engelliler Federasyonu, Türkiye Körler Federasyonu, Zihinsel Engelliler Federasyonu, Türkiye Ortopedik Özürlüler Federasyonu vb.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bir işe başlamadan önce planlama yapmak önemlidir. Planlamada uygulamanın ilk safhası ise durum analizidir. Diğer bir deyişle, ne yaparsak önce içinde bulunduğumuz durumu çok iyi tespit etmeli, yorumlamalı ve analiz etmeliyiz. Konu engelli bireylerin turizme katılması olduğunda da aynı kural geçerlidir. Bir yerde ikamet eden engellileri ve onların

içinde bulundukları koşulları tespit etmeden engelli turizm ile ilgili planlamadan bahsedilemeyeceği gibi, uygulamanın sonraki safhalarına geçilmesi de mümkün değildir. Bundan yola çıkılarak Kırklareli İli'nin engelli sayısının ve bu engellilerin ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamları ile ilgili verilerin elde edilmesi amaçlanmıştır. Ancak istatistiklerin elde edilmesine yönelik yaptığımız resmi ve resmi olmayan görüşmelerden tatmin edici sonuç elde edilememiştir. Kırklareli'nde engellilerin sayısı ile ilgili kesin rakamlar mevcut değildir.

Engellilere ulaşılamaması, engelliler ile ilgili veriler elde edilememesi akla şu soruyu getirmektedir. Engellilerin turizme katılmasından çok daha önemli sorunları belki de var ve bunları yetkili makamlar dâhil birçoğumuz bilmiyoruz. Bunda ailelerin hanelerindeki engelli bireyleri toplum içerisine çıkarmamaları ve ilgili kurumların da engelliler ile ilgili vazifelerini yapmamalarının payının çok büyük olduğu söylenilmektedir. Engelliler ile ilgili Devlet Kurumlarının, Sivil Toplum Kuruluşlarının, özel şirketlerin, ailelerin ve vatandaşların birlikte hareket etmeleri sorunların tespiti ve çözümü için önem arz etmektedir. İl Sağlık Müdürlüğü'nün yeni organizasyon yapısında İl Sağlık Müdürlüğü ve Halk Sağlığı Müdürlüğü birbirinden ayrılmış ve Halk Sağlığı Müdürlüğü, engelliler dâhil vatandaşların sağlık problemleri ile ilgilenmekte ve İl Sağlık Müdürlüğüne rapor etmektedir. Ancak iki Kurum arasında koordinasyonda sıkıntılar olduğu anlaşılmaktadır. Sağlık Kurumlarının söylediklerine göre; *“engellilerin varlığı ve engellilik türleri sadece engelli bireylerin, ailelerinin, yakınlarının veya komşularının Kurumlara müracaatları ile öğrenilebiliyor”*. Oysaki Aile Hekimliği sistemine geçildiği zaman her Türk vatandaşının bir aile hekimine bağlanması esastır ve her bir aile hekimi de engelliler ile ilgili birçok veriyi elde edebilmektedir. Bu elde edilen veriler Aile Hekimleri tarafından ilgili Kurumlara (başta bağlı bulundukları İl Sağlık Müdürlüklerine) iletilir, sonraki aşamalarda ise engellilerin sağlık, eğitim, ekonomik, sosyal vs. ihtiyaçlarının yerine getirilmesi gibi sorunlar yine ilgili Kurumlar tarafından çözümlenebilir. Sosyal devlet anlayışının uygulayıcıları olan Valilik, Kaymakamlık, Belediye ve Muhtarlıklar her bir engellinin nerde ve ne koşullarda yaşadığını, onların insanca yaşaması ve topluma kazandırılması ile ilgili neler yapılabileceğini planlayabilir ve başarıyla yürütebilirler. Bu envanter çalışması Üniversite, Halk eğitim, Türkiye İş Kurumu, Sosyal Güvenlik Kurumu, Dernekler; Meslek Odaları vb. Kurum ve Kuruluşlar ile paylaşılabilir. Halkla İlişkiler çerçevesinde Kamu ve Özel sektör işbirliği ile sadece engelli bireylerin değil ailelerinin de motivasyonlarını, ekonomik, sosyal ve kültürel katılımlarını artırıcı tedbirler alınabilir.

Bu sorunların tespiti ile sonraki safhalara geçilebilir, engellilerin ve ailelerinin turizme katılımları teşvik edilebilir ve turizm aktivitelerinde düzenli olarak yer almaları sağlanabilir. Kırklareli İli'nde engellilerin turizme katılımları ile ilgili önerilerimiz şunlar olabilir:

- Aile Hekimlerine kayıtlı bulunan engellilerin Hekimler tarafından İl Sağlık Müdürlüğüne veya Halk Sağlığı Müdürlüğüne bildirilmesi, kayıt altına alınmamış engellilerin sayı ve engel türüne göre kayıt altına alınması,

- Engelliler ve aileleri ile anketler yapılarak engellilerin sosyal, ekonomik, sağlık, eğitim vb. durumları ile ilgili bilgi ve istatistiklerin elde edilmesi,
- En az altı ayda bir kayıtların güncelleştirilmesi,
- Engellilerin istihdamı ile ilgili sorunların Türkiye İş Kurumu tarafından takip edilmesi,
- Engelliler ile ilgili Rehabilitasyon Merkezlerinin amaç ve işlevleri ile ilgili tanıtımların pazarlama yöntemleri ile yapılarak engellilerin (özellikle psikolojik rahatsızlığı olanlar) tedavi vb. ihtiyaçlarının karşılanabileceği mesajının engelli ailelerine verilmesi ve teşvik edilmesi,
- Engellilerin tedavi süresince kaldıkları sağlık kurumlarında gezi ve boş zaman değerlendirme faaliyetlerine yer verilmesi,
- Engelli bireylerin ailelerine ve vatandaşlara engelliler ile iletişim konularında eğitimin verilmesi ve bu amaçla Üniversite, Milli Eğitim Bakanlığı, Halk Sağlığı Müdürlüğü ve Halk Eğitim Merkezleri ile koordineli çalışmaların yürütülmesi,
- İldeki turistlere hizmet veren postahane, karakol, sağlık ocağı, vb. diğer kamu kurum ve kuruluşlarının fiziki koşullarının engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi ve personele engelliler ile ilgili eğitimler verilmesi,
- Başta Turizm Fakültesi ve Yüksekokulları olmak üzere tüm eğitim kurumlarında engelliler ile ilgili eğitim programlarının planlanması,
- Engellilerin ulaşımına uygun toplu taşıma araçlarının bulunması ya da eldeki en az bir belediye otobüsünün buna uygun hale getirilmesi,
- Devletin turizme katılacak engelli birey, ailesi veya refakatçisinin tatil masraflarını bireyin ekonomik durumuna göre karşılaması,
- Kamuya ait sosyal tesislerin yılın belli zamanlarında engelli bireylere, ailelerine veya refakatçilerine kontenjan ayırmaları,
- Şehir merkezlerinde, ilçelerde, belde ve köylerde müze, ören yerleri, park ve bahçelerdeki yaya yollarının, merdivenlerin, rampaların, zeminlerin, kapıların ve tuvaletlerin engellilerin rahat kullanabileceği hale getirilmesi,
- Engellilere ulaşım, müze girişleri, pasaport, konaklama vb. bürokratik işlemlerde öncelik tanınması, gerek bürokratik gerekse mekânsal koşullarda sıkıntı yaşamamaları için önlemler alınması,
- Engelli bireylerin ailelerinin ve/veya refakatçilerinin engelli ile aynı haklardan yararlanabilmesi,
- Engellilerin şikâyet ve dilekleri için İl ve ilçelerde Engelli Birim Komisyonlarının kurulması ya da bu işin Turizm Danışma Ofisleri ve/veya Sivil Toplum Kuruluşları/Dernekler tarafından organize edilmesi, personelin eğitilmesi,
- Turizm Danışma Ofislerinde engelli turistlerin engel türlerine göre yazılı, sözlü ve görsel tanıtım materyallerinin bulundurulması ve eğitilmiş personelin istihdam edilmesi,
- Konaklama tesislerinde ve lokantalarda engellilere ait odaların ve masaların bulundurulması, tesislerin engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi ve denetlenmesi.

Yukarıda bahsi geçen sorun ve çözüm önerileri her il için yapılabilir ancak Kırklareli ilinde bunların tamamı geçerliliğini koruyan ve acil önlem alınmayı bekleyen sorunlardır.

Engellilerin yürüme engelleri (merdivenler, kaldırımlar, otobüsler), görme engelleri (sokaklar, marketler, okullar, görsel medya), işitsel engelleri (sokaklar, marketler, okullar, işitsel medya) gibi sorunları herkes tarafından bilinmekte ve gerek yerel gerekse merkezi yönetim tarafından ele alınmakta ve kısmen de olsa çözüme kavuşturulmaktadır. Ancak Kırklareli ilinde yaptığımız araştırma bu sorunların boyutları ve çözümlerine ilişkin neticelerini ölçebilme olanaklarına bu İl’de ulaşamadığımızı ortaya koymaktadır. Oysaki engelliler ile ilgili çalışmaların genel bir planlamadan çıkarılarak, siyasi kaygılardan ve göstermelik çalışmalardan uzak, daha detaylı plan, program ve ilkelerden oluşan stratejilere ulaştırılmasını gerekli kılmaktadır. Sivil Toplum Kuruluşları ve engelli aileleri bu konularda baskın olmalı, varlıklarını hissettirmeli ve cesaretle sorunlarını anlatabilmeli, diğer yandan Yerel ve Merkezi Yönetimlerde dile getirilen bu sorunların çözümünde başrolü oynamalıdır.

Sonuç olarak, en azından Kırklareli ili için söyleyebileceğimiz bir gerçek; *engellilerin en büyük engellerinin yeterince farkında olunmamasıdır*. Ailelerin, ailedeki engelli yakınlarını toplumdan uzak tutmalarının ve yetkili kurumların, engelli bireyleri ve yaşadıkları yerleri/koşulları tespit etmede yetersiz kalmalarının bunda etkili olduğunu söyleyebiliriz. Nitekim engelli bireyler tespit edilemedikçe ne sorunlarından bahsedebilmek mümkündür ne de çözüm önerilerinden. Bu şekli ile engellilerin topluma anne/baba, öğrenci, çalışan, işveren, turist, vs. olarak katılabilmeleri ve huzur içinde bu toplumun bir parçası olarak yaşayabilmeleri tesadüflere ve siyasi otoriteye bağlı kalmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

- Bıçkı, D., Ak, D. ve Özgökçeler, S. (2013). Avrupa ve Türkiye’de Sosyal Turizm, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 49-73.
- BOİB (Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı), TUİK (Türkiye İstatistik Kurumu), (2004). Türkiye Özürlüler Araştırması 2002, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara.
- Burcu, E. (2002). Üniversite’de Okuyan Özürlü Öğrencilerin Sorunları: Hacettepe-Beytepe Kampüsü Öğrencileri Örneği, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 83-103.
- Burcu, E. (2007). Türkiye’de Özürlü Birey Olma Temel Sosyolojik Özellikleri ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma, *Ankara Hacettepe Üniversitesi Yayınları*.
- Eryılmaz, B. (2010). *Turizmde Engelli Pazarının Değerlendirilmesi ve Bodrum Örneği*(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Griffin, K., Stacey, J. (2011). Towards a “tourism for all” policy for Ireland: achieving real sustainability in Irish tourism, *Current Issues in Tourism*. 14(5), 431-444.
- Hunzicker, W. (1951). Social Tourism: Its nature and problems, *International Tourists Alliance Scientific Commission*.
- Karataş, K. (2000). *Görme Özürlülerin Eğitimi*. Ankara: Körler Federasyonu Yayını, s.4.

- Kızılırmak, İ., Ertuğral M. S. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Yapılan Uygulamalar, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2)1, s. 34-38.
- Kızıлтаş, M. (2012). *Engellilerle 360° İletişim*. Ankara: Elma Yayınevi.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M., & Lam, P. (2003). Travel agents: Facilitators or inhibitors of travel for people with disabilities, *Tourism Management*, 24, s. 467.
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2009). Tourism and Social Policy: The Value of Social Tourism, *Annals of Tourism Research*, 36 (2), 316-334.
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller G. (2011). What is social tourism?, *Current Issues in Tourism*, 14(5), 403-415.
- Reid, C. (2009). Anthropological Theories of Disability, *Journal of Human Behaviour in the Social Environment*, 19, s. 100.
- Smith, R. W. (1987). Leisure of Disabled Tourists: Barriers to Participation, *Annals of Tourism Research*, 14(2), s. 948.
- Smith, V. & Hughes H. (1999). Disadvantaged Families and the Meaning of Holiday, *International Journal of Tourism Research*, Vol.1, s. 123-133.
- Spilker, B. (1996). *Quality of Life, Assesment in clinical trials*. New York: Raven Press.
- Öztürk, Y., Yaylı A. & Yeşiltaş M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*. 29. 382-389.
- Uygun, E. (2010). *Fiziksel Engelli Fertlere Sahip Ailelerin Tatil Kararlarına Fiziksel Engelli Fertlerin Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Ünsal, S. B., Babacan, E. ve Ateşoğlu, L. (2006). Gelişmekte Olan Bir Turizm Pazarı: Engelli-Turizmi, *III. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi*, Mayıs 2006, Çanakkale, s. 815.
- Tozlu, E., Mercan, O. Ş. ve Atay, L. (2012). Çanakkale'nin Engelli Turizmine İlişkin Durumunun Belirlenmesi, *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(4), s. 4.
- Yau, K. M., McKercher B. & Packer L. T. (2004). Traveling with a disability more than an Access Issue, *Annals of Tourism Research*, 31 (4), s. 946-960.
- Fest Travel (2014). Avrupa'da Sosyal Turizm: Barcelona Bildirgesi. [URL: <http://www.festtravel.com/tr/avrupada-sosyal-turizm-barcelona-bildirgesi>] (Erişim 1 Haziran 2014).
- Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (2011). Engelli Bireylerde Toplumsal Uyum [URL: http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Engelli%20Bireylerde%20Toplumsal%20Uyum.pdf] (Erişim 13 Temmuz 2014).
- Sağlık Aktüel (2010). Psikolog Gözüyle Engellilik. [URL: <http://www.saglikaktuel.com/haber/psikolog-gozuyle-engellilik-12788.htm>] (Erişim 20 Temmuz 2014).
- Turizmdebusabah Online Gazetesi (2012). Sosyal Turizm. [URL: <http://www.turizmdebusabah.com/yazarlar/sosyal-turizm-59862.html>] (Erişim 2 Haziran 2014).
- Hürriyet Gazetesi (2011). Nüfusun Yüzde 12, 29'u Engelli. [URL: <http://www.hurriyet.com.tr/yasasinhayat/10497792.asp>] (Erişim 22 Temmuz 2014).

YİYECEK İÇECEK İŞLETMESİ TASARIMININ TÜKETİCİ TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Aydan BEKAR

*Yrd. Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi
abekar@mu.edu.tr*

Filiz GÜMÜŞ DÖNMEZ

*Arş. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi
filiz_gumus123@hotmail.com*

Çağrı SÜRÜCÜ

*Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
cagrisurucu@gmail.com*

ÖZET

Bu çalışma yiyecek içecek işletmesi tasarımı tüketicilerin tercihleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür. Araştırmanın örneklemini Muğla ilinde faaliyet gösteren farklı yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden 385 tüketici oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme, veri toplama aracı olarak soru formu kullanılmıştır. Verilerin analizinde mutlak ve yüzde değer, aritmetik ortalama, standart sapma, student t testi, one way anova ve tukey testi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde en çok önem verdikleri tasarım faktörlerinin sırasıyla; wc ve lavaboların düzeni-temizliği, ortamdaki aydınlatma, üretim alanının kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı ve araç park yerinin olması olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yiyecek içecek işletmesinin iç dekorasyonuna kadınların erkeklere göre daha çok önem verdiği; duvarların rengi/kaplamasına ve ortamdaki aydınlatmaya 18-24 yaş grubundaki tüketicilerin 45 ve üzerindeki yaş grubundaki tüketicilere göre; çocuklar için oyun alanının olması ve araç park yerinin olmasına ise evlilerin bekarlara göre daha çok önem verdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Yiyecek içecek işletmesi, tüketici, tasarım, tüketici tercihi*

GİRİŞ

Yiyecek içecek sektöründe gittikçe artan rekabet ortamında tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan unsurlar hem uygulamada hem de akademik dünyada giderek önem kazanmıştır. Tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan unsurlardan biri de işletmenin mekânsal tasarımı ve çevresel faktörleridir. Alışveriş merkezleri, otel, konfeksiyon mağazası, restoran gibi ticari mekânların mekânsal tasarımının ve çevresel faktörlerin tüketici tercihlerinde olumlu/olumsuz etkiye sahip olduğu ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır (Turley ve Fugate, 1992; Baker, Grewal, Levy, 1992; Wakefield ve Baker, 1998).

Her ne kadar pek çok kişi tarafından sıradan bir eylem gibi görünse de gerek günlük yaşamda gerekse tatil gibi özel anda gerçekleşen restoran deneyimi birçok faktörden etkilenmektedir (Wansink, 2006). Eertmans vd. (2001) bu faktörleri yiyecek içi ve yiyecek dışı olmak üzere iki ana bölümde incelemiştir. Yiyecek içi unsurlar olarak tanımlanan

özellikler; yiyeceğin tadı, yumuşaklığı, kokusu gibi duyuşsal öğeler olarak sınırlanırken; yiyecek dışı faktörler bilgi, sosyal çevre, fiziksel alan ve tasarım olarak belirtilmiştir. Özellikle hizmetin sunulduğu ortam özelliklerinin tüketiciler üzerinde bıraktığı etki tüketici tercihleri konusunda belirleyici özelliklere sahiptir (Rapoport, 1990). Kotler (1973) çalışmasında; çevresel faktörlerin, bir mekanı ziyaret etmek üzere müşterilerin kararını etkileyebileceğini ileri sürmüştür. Ingene (1984) hoş bir mekan atmosferinin, müşterilerin mekanda geçireceğı zamanı ve para harcama isteğini pozitif yönde etkilediğini belirlemiştir. Benzer bir çalışmada Bitner (1992) mekânın çevresel faktörlerinin işletmelerin imajı ile müşterilerin niyeti arasındaki iletişimde çok etkili olabileceğini ileri sürmüştür. Turley ve Fugate (1992) fiziksel görüntüler ve düzenlemeler gibi görsel efektleri kapsayan mekan atmosferlerinin, müşterilerin servis değerlendirmeleri üzerine pozitif bir etkiye sahip olduğunu belirlemiştir. Pizam ve Ellis (1999)'ın yapmış oldukları bir çalışmada ortamın sıcaklığının, restoranın genişliğinin ve ekipmanların; işletmenin genel görünüşünü, ambiyansını etkilediğini tespit etmişlerdir. Bir diğeri çalışmada Wakefield ve Baker (1998) mekânın atmosferini; müzik, aydınlatma ve sıcaklık ile yerleşim planı, mimari tasarım ve iç mekan tasarımı şeklinde daha farklı kategoriler altında inceleyerek mekan atmosferinin, mekanda kalma isteğinden, heyecan duymaya kadar farklı etkilere sahip olduğunu belirtmiştir. Baker, Grewal, Levy (1992) lüks bir atmosfere sahip ticari mekanın, algısal izlenimlerde (örn., mekanın hoşluğu, çekiciliğı, temizliğı), indirim uygulayan düşük sınıf bir mekandan daha pozitif bir şekilde değerlendirilebildiğini belirlemişlerdir. Bu bağlamda işletme tasarımının ve çevre faktörlerinin tüketici tercihi üzerindeki etkisi ile ilgili araştırmalar incelendiğinde ticari işletmeler olarak çoğunlukla moda, mobilya vb. sektörlerin ele alındığı, yiyecek içecek işletmelerinde yeterli çalışma yapılmadığı dikkati çekmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinde mekânsal tasarım ile tüketici tercihi arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmaların hem teorik olarak hem de uygulamada tasarım ilkeleri geliştirerek işletmelere yarar sağlayacağı; ayrıca gittikçe yoğunlaşan rekabet ortamında yiyecek içecek işletmelerinin tüketicilerin beklentileri ile ilgili bilgi sahibi olmalarının ürettikleri mal ve hizmetleri pazarlamalarında kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada yiyecek içecek işletmesi tasarımı iç tasarım ve dış tasarımı olmak üzere iki bölümde ele alınacaktır. İç tasarım bileşenleri renk, aydınlatma, müzik, masa-sandalye dizaynı, havalandırma, yer döşemesi ve iç dekorasyon olarak belirlenmiştir. Dış aydınlatma, mekânın dış mimari yapısı, araç park yerinin olup olmadığı, açık havada oturma yerinin olması da dış bileşenleri oluşturmaktadır.

Bu nedenle yapılan bu çalışmada yiyecek içecek işletmelerinin tasarımının tüketici tercihi üzerindeki etkisi incelenecektir. Bu temel amaç çerçevesinde araştırmanın problemi şu şekildedir. “Yiyecek içecek işletmelerinin tasarımının tüketicilerin tercihleri üzerindeki etkisi nedir?

Araştırmanın alt problemleri ise şunlardır;

1. Yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörleri tüketicilerin cinsiyetine göre farklılık gösterir mi?
2. Yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörleri tüketicilerin yaş gruplarına göre farklılık gösterir mi?
3. Yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörleri tüketicilerin eğitim durumuna göre farklılık gösterir mi?
4. Yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörleri tüketicilerin medeni durumuna göre farklılık gösterir mi?
5. Yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörleri tüketicilerin meslek gruplarına göre farklılık gösterir mi?
6. Yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörleri tüketicilerin aylık ortalama gelir durumuna göre farklılık gösterir mi?

YÖNTEM

Araştırmanın evrenini Muğla ilinde yaşayan ve yiyecek içecek tüketimi için yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden tüketiciler oluşturmaktadır. Örneklemini ise bu tüketiciler arasından kolayda örnekleme ile seçilen 18 yaş ve üzeri 385 tüketici oluşturmaktadır. Belirlenen örneklem sayısı Altunışık vd. (2012) göre evreni temsil etmektedir. Araştırmanın verileri, araştırmacılar tarafından gerekli literatür (Kim ve Moon 2009; Ryu ve Jang, 2007; Lucas, 2003; Bitner, 1992) incelenip, uzman görüşleri alınarak geliştirilen soru formu ile elde edilmiştir. Soru formunda sosyo demografik özelliklere ilişkin sorular kapalı uçlu olarak, yiyecek içecek işletmelerinin tasarımı ile ilgili sorular ise 5'li likert tipi şeklinde (Kesinlikle önemli 5, hiç önemli değil 1) hazırlanmıştır. Soru formu araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşme ile tüketicilerin yiyecek içecek işletmelerini ziyaretleri sırasında uygulanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler "SPSS 20.0" istatistik programı ile değerlendirilmiştir.

Tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durumu, meslek durumu, aylık ortalama gelir) mutlak ve yüzde değer kullanılarak yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan faktörler yüzde, $\bar{X}$ (aritmetik ortalama) ve SS (standart sapma) ile değerlendirilmiştir (Tablo 1). Yiyecek içecek işletmelerinin tasarım faktörlerinin tüketicilerin cinsiyetleri ve medeni durumlarına göre etkili olup olmadığını belirlemek için student t testi (Tablo 2, 5); yaşları, eğitim durumları, meslek ve aylık ortalama gelirlerinin etkili olup olmadığını belirlemek için varyans analizi kullanılmıştır. Tek yönlü varyans analizinin anlamlı çıktığı durumlarda farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için tukey testi kullanılmıştır (Tablo 3, 4, 6, 7). İstatistiksel analizlerde önemlilik seviyesi $p < 0,05$ değeri kabul edilmiştir.

BULGULAR

Tüketicilerin Sosyo Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Araştırma kapsamına alınan tüketicilerin % 52,5'i erkek; medeni durumuna göre ise % 75,3'ü bekârdır. Yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde % 56,4'ü 18-24, % 29,6'sı 25-

34, % 8,6'sı 35-44 yaş aralığında ve % 5,4'ü 45 ve üzerindedir. Tüketicilerin meslekleri incelendiğinde % 58,2'sinin herhangi bir işte çalışmadığı, % 19,5'inin özel sektörde çalıştığı, % 18,4'ünün kamu çalışanı, % 2,3'ünün serbest meslekle uğraştığı ve % 1,6'sının ise emekli olduğu belirlenmiştir. Tüketiciler eğitim durumlarına göre; % 2,6'sı ilköğretim, % 9,4'ü lise ve dengi okul, % 12,7'si ön lisans, % 66,2'si lisans ve % 9,1'i lisansüstü eğitime sahiptir. Tüketicilerin aylık ortalama gelir seviyelerine bakıldığında ise % 50,1'inin 1000 ₺ ve altı, % 21,0'ının 1001-2000 ₺, % 21,3'ünün 2001- 3000 ₺ ve % 3,9'unun 4001 ₺ ve üstündedir.

Tüketicilerin Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörlerine İlişkin Bilgiler

Araştırmaya dâhil edilen tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörlerine ilişkin görüşlerine ait betimsel bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Tüketicilerin Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörleri İle İlgili Düşünceleri (n=385)

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Kesinlikle önemli %	Çok önemli %	Orta düzeyde önemli %	Az önemli %	Hiç önemli değil %	$\bar{X}$	SS
Duvarların rengi / kaplaması	29,6	25,2	32,2	9,9	3,1	3,68	1,09
İç dekorasyonu	39,0	36,6	18,7	4,9	0,8	4,08	0,91
Ortamdaki aydınlatma	41,0	39,5	15,8	2,9	0,8	4,17	0,85
Masa-sandalye/ koltukların mekândaki dizaynı	42,3	39,2	14,3	2,9	1,3	4,18	0,87
Koltukların, sandalyelerin konforu-rahatlığı	59,7	30,4	8,3	1,3	0,3	4,48	0,72
Yer Döşemesi	16,6	21,0	42,6	14,8	4,9	3,29	1,06
Masa üzerindeki objeler (mum, kandil vb.)	17,4	23,6	41,3	12,7	4,9	3,35	1,06
Restoran içerisindeki hareketli objeler	22,6	28,1	32,5	13,2	3,6	3,52	1,08
Masaların birbirine yakın olmaması	48,8	26,8	15,1	6,2	3,1	4,11	1,07
Üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı	33,2	31,9	26,2	6,0	2,6	3,87	1,02
Çalan müzik	52,2	27,5	16,6	2,3	1,3	4,27	0,90
Ortamda gürültünün olmaması	51,2	30,4	13,2	4,4	0,8	4,26	0,90
Havalandırma	66,0	24,9	8,1	1,0	-	4,55	0,68
Ortamin ısısının uygun olması	58,7	31,4	8,6	1,3	-	4,47	0,70
Personelin kıyafeti (zerafet, şıklık)	35,3	33,0	20,8	6,5	4,4	3,88	1,09
Wc ve lavaboların düzeni/temizliği	79,5	14,3	4,9	0,8	0,5	4,71	0,64

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Kesinlikle önemli %	Çok önemli %	Orta düzeyde önemli %	Az önemli %	Hiç önemli değil %	$\bar{X}$	SS
Çocuklar için oyun alanının olması	19,7	17,4	22,9	16,4	23,6	2,93	1,43
Restoranın dış mimari yapısı	24,9	31,2	29,6	9,9	4,4	3,62	1,09
Dış aydınlatma	26,5	29,6	26,8	12,2	4,9	3,60	1,14
Tabelası ve/veya tabela aydınlatmasının güzel olması	23,1	28,3	26,8	15,6	6,2	3,46	1,18
Bahçesinin olması	43,9	27,3	17,7	7,3	3,9	4,00	1,12
Açık havada oturma yerlerinin olması	59,0	28,1	10,9	1,6	0,5	4,43	0,78
Araç park yerinin olması	40,3	21,0	19,0	7,8	11,9	3,69	1,37

Ölçek maddelerine ilişkin aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde tüketicilerin tercihinde etkili olan en önemli tasarım faktörlerinin sırasıyla; wc ve lavaboların düzeni-temizliği ($4,71\pm0,64$), havalandırma ($4,55\pm0,68$), koltuk ve sandalyelerin konforu ve rahatlığı ($4,48\pm0,72$), ortam ısısının uygun olması ($4,47\pm0,70$), açık havada oturma yerlerinin olması ($4,43\pm0,78$) olduğu görülmektedir. Wc ve lavaboların düzeni ve temizliğini tüketicilerin çoğunluğu (% 93,8) kesinlikle önemli veya çok önemli bulmaktadır. Tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde çocuklar için oyun alanının olmasına ($2,93\pm1,43$), yer döşemesi ($3,29\pm1,06$) ve masa üzerindeki objelere ($3,35\pm1,06$) diğer tasarım unsurlarına göre daha az dikkat ettikleri dikkati çekmektedir.

Tablo 2’de tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri tüketicilerin cinsiyetlerine göre karşılaştırılmıştır. Tasarım faktörlerinden duvarların rengi/kaplamasına kadınların erkeklere göre daha fazla önem vermesine rağmen farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir ($p>0,05$). İç dekorasyon, aydınlatma, wc ve lavaboların düzeni temizliği unsurlarına kadınların verdikleri cevapların ortalaması sırasıyla $4,20\pm0,80$, $4,20\pm0,80$, $4,78\pm0,49$ iken; erkeklerin ise $3,96\pm0,99$, $4,06\pm0,92$, $4,64\pm0,74$ ’dür. Fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$). Üretim alanı dizaynı ve araç park yeri unsurlarına ise erkeklerin kadınlara göre daha fazla önem verdikleri görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2:Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörlerinin Tüketicilerin Cinsiyetlerine Göre Karşılaştırılması (n=385)

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Duvarların rengi/kaplaması	Erkek	202	3,57	1,11	1,966	0,050
	Kadın	183	3,79	1,05		
İç dekorasyon	Erkek	202	3,96	0,99	2,610	0,009*
	Kadın	183	4,20	0,80		
Ortamdaki aydınlatma	Erkek	202	4,06	0,92	2,611	0,009*
	Kadın	183	4,28	0,75		
Masa-sandalye/koltukların mekândaki dizaynı	Erkek	202	4,12	0,90	1,431	0,153
	Kadın	183	4,25	0,83		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Koltukların, sandalyelerin konforu-rahatlığı	Erkek	202	4,43	0,76	1,276	0,203
	Kadın	183	4,53	0,67		
Yer Döşemesi	Erkek	202	3,26	1,09	0,556	0,578
	Kadın	183	3,32	1,03		
Masa üzerindeki objeler	Erkek	202	3,27	1,09	1,674	0,095
	Kadın	183	3,45	1,02		
Restoran içerisindeki hareketli objeler	Erkek	202	3,47	1,12	1,078	0,282
	Kadın	183	3,59	1,04		
Masaların birbirine yakın olmaması	Erkek	202	4,07	1,11	0,771	0,441
	Kadın	183	4,16	1,03		
Üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı	Erkek	202	3,91	1,29	-3,202	0,001*
	Kadın	183	3,46	1,42		
Çalan müzik	Erkek	202	4,00	1,11	-0,091	0,928
	Kadın	183	3,99	1,13		
Havalandırma	Erkek	202	4,53	0,72	0,714	0,476
	Kadın	183	4,58	0,64		
Wc ve lavaboların düzeni temizliği	Erkek	202	4,64	0,74	2,161	0,031*
	Kadın	183	4,78	0,49		
Çocuklar için oyun alanının olması	Erkek	202	2,87	1,46	0,805	0,422
	Kadın	183	2,99	1,41		
Restoranın dış mimari yapısı	Erkek	202	3,57	1,11	0,831	0,406
	Kadın	183	3,67	1,06		
Dış aydınlatma	Erkek	202	3,61	1,18	-0,156	0,876
	Kadın	183	3,59	1,10		
Açık havada oturma yerlerinin olması	Erkek	202	4,42	0,79	0,339	0,735
	Kadın	183	4,44	0,78		
Araç park yerinin olması	Erkek	202	3,91	1,29	-3,202	0,001*
	Kadın	183	3,46	1,42		

p<0,05

Tablo 3'te yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan faktörlerin tüketicilerin yaş grubuna göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 3:Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörlerinin Tüketicilerin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması (n=385)

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Yaş	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Duvarların rengi/kaplaması	18-24	217	3,84	1,04	5,121 (1-4)	0,002*
	25-34	114	3,53	1,09		
	35-44	33	3,51	1,09		
	45 ve üzeri	21	3,04	1,24		
İç dekorasyonu	18-24	217	4,21	0,90	3,684 (1-3,4)	0,012*
	25-34	114	3,94	0,92		
	35-44	33	3,81	0,95		
	45 ve üzeri	21	3,85	0,79		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Yaş	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Ortamdaki aydınlatma	18-24	217	4,23	0,88	0,807	0,491
	25-34	114	4,08	0,77		
	35-44	33	4,12	0,89		
	45 ve üzeri	21	4,09	0,83		
Masa-sandalye/ koltukların mekândaki dizaynı	18-24	217	4,29	0,85	2,728 (1-2)	0,044*
	25-34	114	4,02	0,87		
	35-44	33	4,09	0,97		
	45 ve üzeri	21	4,04	0,80		
Koltukların, sandalyelerin konforu- rahatlığı	18-24	217	4,52	0,72	0,687	0,561
	25-34	114	4,42	0,76		
	35-44	33	4,39	0,70		
	45 ve üzeri	21	4,47	0,51		
Yer Döşemesi	18-24	217	3,28	1,08	0,178	0,912
	25-34	114	3,27	0,99		
	35-44	33	3,36	1,08		
	45 ve üzeri	21	3,42	1,20		
Masa üzerindeki objeler	18-24	217	3,41	1,04	1,732	0,160
	25-34	114	3,39	1,12		
	35-44	33	3,03	1,04		
	45 ve üzeri	21	3,09	0,83		
Restoran içerisindeki hareketli objeler	18-24	217	3,58	1,10	2,162	0,092
	25-34	114	3,57	1,03		
	35-44	33	3,24	1,09		
	45 ve üzeri	21	3,09	1,09		
Masaların birbirine yakın olmaması	18-24	217	4,05	1,08	0,537	0,657
	25-34	114	4,20	1,09		
	35-44	33	4,15	1,09		
	45 ve üzeri	21	4,23	0,88		
Üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı	18-24	217	3,39	1,43	9,035 (1-2,3,4)	0,000*
	25-34	114	4,03	1,14		
	35-44	33	4,18	1,26		
	45 ve üzeri	21	4,28	1,27		
Çalan müzik	18-24	217	3,91	1,18	1,358 (3-1,2)	0,255
	25-34	114	4,10	1,07		
	35-44	33	3,96	1,01		
	45 ve üzeri	21	4,33	0,79		
Havalandırma	18-24	217	4,48	0,77	2,104	0,099
	25-34	114	4,68	0,52		
	35-44	33	4,54	0,61		
	45 ve üzeri	21	4,61	0,49		
Wc ve lavaboların düzeni/temizliği	18-24	217	4,73	0,56	0,418	0,741
	25-34	114	4,70	0,77		
	35-44	33	4,60	0,70		
	45 ve üzeri	21	4,71	0,56		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Yaş	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Çocuklar için oyun alanının olması	18-24	217	2,65	1,45	8,346 (1-2,3,4)	0,000*
	25-34	114	3,12	1,33		
	35-44	33	3,72	1,39		
	45 ve üzeri	21	3,52	1,16		
Restoranın dış mimari yapısı	18-24	217	3,76	1,11	3,962 (1-3)	0,008*
	25-34	114	3,50	1,02		
	35-44	33	3,15	1,09		
	45 ve üzeri	21	3,52	0,98		
Dış aydınlatma	18-24	217	3,70	1,16	2,275	0,080
	25-34	114	3,53	1,09		
	35-44	33	3,18	1,21		
	45 ve üzeri	21	3,57	0,97		
Açık hava oturma yeri	18-24	217	4,45	0,78	1,574	0,195
	25-34	114	4,47	0,77		
	35-44	33	4,15	0,83		
	45 ve üzeri	21	4,42	0,74		
Araç park yerlerinin olması	18-24	217	3,39	1,43	9,035 (1-2,3,4)	0,000*
	25-34	114	4,03	1,14		
	35-44	33	4,18	1,26		
	45 ve üzeri	21	4,28	1,27		

***p<0,05** 1: 18-24 2: 25-34 3: 35-44 4: 45 ve Üzeri

Tüketicilerin yaş gruplarına göre yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörlerine önem verme durumları incelendiğinde duvar rengi veya kaplamasına en fazla önem veren grubun 18-24 yaş, en az önem veren grubun ise 45 ve üzeri olduğu görülmektedir. ($p<0,05$). İç dekorasyona en fazla önem verenin 18-24 yaş, en az önem verenin 35-44 yaş olduğu; tukey testi sonucuna göre farkın 18-24 ile 35-44 ve 45 ve üzeri yaş grupları arasında olduğu tespit edilmiştir. Masa-sandalye ve koltukların mekândaki dizaynına sırasıyla; 18-24, 25-34, 35-44 yaş grupları daha fazla önem verirken; üretim alanının kısmen veya tamamen görülebilecek şekilde dizaynına ve çocuklar için oyun alanının olmasına en fazla önem veren grubun 45 ve üzeri, en az önem veren grubun ise 18-24 yaş arası olduğu görülmektedir. Yaş grupları arasındaki fark tukey testi sonucuna göre 18-24 yaş ile diğer yaş grupları arasındadır. Restoranın dış mimari yapısına ise 18-24 yaş grubu tüketicilerin daha çok önem verdiği görülmektedir. Tukey testi sonucuna göre restoranın dış mimari yapısına önem veren grubun 18-24 ile 35-44 yaşları arasındadır. Gençlerin diğer yaş gruplarına göre tercih edeceği restoranın dış mimari yapısına daha çok önem verdiği görülmektedir.

Ortamdaki aydınlatma, koltukların sandalyelerin konforu/rahatlığı, yer döşemesi, objeler, çalan müzik ve havalandırma faktörü yaş gruplarına göre anlamlılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 4'te yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan faktörlerin tüketicilerin eğitim durumlarına göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 4: Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörlerinin Tüketicilerin Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırılması (n=385)

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Eğitim Durumu	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Duvarların rengi/kaplaması	İlköğretim	10	3,40	1,57	2,146	0,075
	Lise ve Dengi Okul	36	3,44	1,08		
	Önlisans	49	3,97	1,01		
	Lisans	255	3,70	1,08		
	Lisansüstü	35	3,40	1,09		
İç dekorasyonu	İlköğretim	10	3,70	0,94	1,059	0,376
	Lise ve Dengi Okul	36	3,94	0,92		
	Önlisans	49	4,24	0,87		
	Lisans	255	4,09	0,93		
	Lisansüstü	35	4,02	0,78		
Ortamdaki aydınlatma	İlköğretim	10	3,50	1,26	2,480 (1-3)	0,044*
	Lise ve Dengi Okul	36	4,25	0,80		
	Önlisans	49	4,30	0,71		
	Lisans	255	4,18	0,86		
	Lisansüstü	35	3,97	0,74		
Masa-sandalye/koltukların mekândaki dizaynı	İlköğretim	10	4,10	0,56	0,916	0,454
	Lise ve Dengi Okul	36	4,05	1,04		
	Önlisans	49	4,22	0,89		
	Lisans	255	4,22	0,87		
	Lisansüstü	35	3,97	0,74		
Koltukların, sandalyelerin konforu-rahatlığı	İlköğretim	10	4,40	0,69	0,789	0,533
	Lise ve Dengi Okul	36	4,66	0,53		
	Önlisans	49	4,40	0,93		
	Lisans	255	4,47	0,71		
	Lisansüstü	35	4,42	0,60		
Yer Döşemesi	İlköğretim	10	3,50	1,35	1,594	0,175
	Lise ve Dengi Okul	36	3,25	0,99		
	Önlisans	49	3,63	0,99		
	Lisans	255	3,24	1,10		
	Lisansüstü	35	3,17	0,74		
Masa üzerindeki objeler	İlköğretim	10	3,00	1,05	0,631	0,641
	Lise ve Dengi Okul	36	3,27	1,05		
	Önlisans	49	3,51	1,19		
	Lisans	255	3,34	1,03		
	Lisansüstü	35	3,42	1,11		
Restoran içerisindeki hareketli objeler	İlköğretim	10	3,20	1,39	0,534	0,711
	Lise ve Dengi Okul	36	3,44	1,15		
	Önlisans	49	3,67	1,17		
	Lisans	255	3,53	1,06		
	Lisansüstü	35	3,45	1,01		
Masaların birbirine yakın olmaması	İlköğretim	10	3,60	1,34	1,138	0,338
	Lise ve Dengi Okul	36	4,22	1,19		
	Önlisans	49	3,93	1,12		
	Lisans	255	4,14	1,02		
	Lisansüstü	35	4,22	1,16		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Eğitim Durumu	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı	İlköğretim	10	3,30	1,82	1,712	0,146
	Lise ve Dengi Okul	36	3,94	1,24		
	Önlisans	49	4,06	1,16		
	Lisans	255	3,60	1,40		
	Lisansüstü	35	3,77	1,35		
Çalan müzik	İlköğretim	10	4,30	1,05	1,714	0,146
	Lise ve Dengi Okul	36	4,38	1,02		
	Önlisans	49	3,79	1,18		
	Lisans	255	3,97	1,12		
	Lisansüstü	35	4,00	1,05		
Havalandırma	İlköğretim	10	4,70	0,48	2,152	0,074
	Lise ve Dengi Okul	36	4,80	0,40		
	Önlisans	49	4,40	0,81		
	Lisans	255	4,53	0,70		
	Lisansüstü	35	4,65	0,53		
Wc ve lavaboların düzeni/temizliği	İlköğretim	10	4,80	0,42	3,666 (3-2,4,5)	0,006*
	Lise ve Dengi Okul	36	4,86	0,35		
	Önlisans	49	4,42	0,97		
	Lisans	255	4,72	0,61		
	Lisansüstü	35	4,88	0,32		
Çocuklar için oyun alanının olması	İlköğretim	10	3,30	1,49	0,576	0,680
	Lise ve Dengi Okul	36	3,19	1,48		
	Önlisans	49	2,97	1,53		
	Lisans	255	2,87	1,43		
	Lisansüstü	35	2,91	1,33		
Restoranın dış mimari yapısı	İlköğretim	10	3,70	1,33	0,185	0,946
	Lise ve Dengi Okul	36	3,66	1,06		
	Önlisans	49	3,51	1,24		
	Lisans	255	3,62	1,07		
	Lisansüstü	35	3,68	1,05		
Dış aydınlatma	İlköğretim	10	3,00	1,33	1,582	0,178
	Lise ve Dengi Okul	36	3,72	1,05		
	Önlisans	49	3,81	1,26		
	Lisans	255	3,60	1,12		
	Lisansüstü	35	3,37	1,08		
Açık hava oturma yerlerinin olması	İlköğretim	10	4,40	0,96	1,519	0,196
	Lise ve Dengi Okul	36	4,69	0,52		
	Önlisans	49	4,38	0,90		
	Lisans	255	4,38	0,80		
	Lisansüstü	35	4,57	0,65		
Araç park yerinin olması	İlköğretim	10	3,30	1,82	1,712	0,146
	Lise ve Dengi Okul	36	3,94	1,24		
	Önlisans	49	4,06	1,16		
	Lisans	255	3,60	1,40		
	Lisansüstü	35	3,77	1,35		

***p<0,05** 1: İlköğretim 2: Lise ve Dengi 3: Önlisans 4: Lisans 5: Lisansüstü

Tüketicilerin tercihinde etkili olan tasarım faktörlerinden, ortamdaki aydınlatmaya en çok önem verenler önlisans mezunları ($4,30 \pm 0,71$) ve lise-dengi okul mezunları ($4,25 \pm 0,80$) iken en az önem verenler ilköğretim ($3,50 \pm 1,26$) ve lisansüstü eğitime ($3,97 \pm 0,74$) sahip

olanlardır ($p<0,05$). Bu fark tukey testi sonucuna göre ise ilköğretim mezunu ($3,50\pm1,26$) ile önlisans mezunu tüketiciler arasındadır. Tüketicilerin mekan tercihinde aydınlatma faktörü eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Bu fark tukey testi sonucuna göre ilköğretim mezunu ile önlisans mezunu tüketiciler arasındadır. Tüketicilerin wc ve lavaboların düzeni/temizliğine; ilköğretim, lise ve dengi okul, önlisans, lisans, lisansüstü mezunu olmalarına göre önem verme durumları ortalamaları sırasıyla; $4,80\pm0,42$, $4,86\pm0,35$, $4,42\pm0,97$, $4,72\pm0,61$, $4,88\pm0,32$ 'dir. Tüketicilerin eğitim durumuna göre wc ve lavaboların düzeni ve temizliğine önem verme durumlarının anlamlı olarak farklılık gösterdiği görülmektedir ($p<0,05$). Bu fark tukey testi sonucuna göre önlisans mezunu tüketiciler ile lise/dengi okul, lisans ve lisansüstü mezunu tüketiciler arasındadır.

Yiyecek içecek işletmesinin açık havada oturma yerinin olması, araç park yerinin olması restoranın dış mimari yapısı, havalandırması farklı eğitim düzeyindeki bütün tüketiciler için önemli olmasına rağmen fark istatistiksel olarak anlamsızdır ($p>0,05$).

Tablo 5'da yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan faktörlerin tüketicilerin medeni durumlarına göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 5:Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörlerinin Tüketicilerin Medeni Durumlarına Göre Karşılaştırılması (n=385)

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Medeni durum	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Duvarların rengi/kaplaması	Evli	95	3,32	1,08	-3,72	0,000*
	Bekar	290	3,80	1,07		
İç dekorasyon	Evli	95	3,84	0,87	-2,95	0,003*
	Bekar	290	4,15	0,91		
Ortamdaki aydınlatma	Evli	95	4,20	0,83	0,37	0,707
	Bekar	290	4,16	0,85		
Masa-sandalye/koltukların mekândaki dizaynı	Evli	95	4,04	0,87	-1,83	0,068
	Bekar	290	4,23	0,87		
Koltukların, sandalyelerin konforu-rahatlığı	Evli	95	4,42	0,64	-0,92	0,358
	Bekar	290	4,50	0,74		
Yer Döşemesi	Evli	95	3,44	1,04	1,54	0,124
	Bekar	290	3,24	1,06		
Masa üzerindeki objeler	Evli	95	3,22	1,08	-1,45	0,147
	Bekar	290	3,40	1,05		
Restoran içerisindeki hareketli objeler	Evli	95	3,38	1,08	-1,42	0,156
	Bekar	290	3,57	1,08		
Masaların birbirine yakın olmaması	Evli	95	4,29	0,97	1,83	0,067
	Bekar	290	4,06	1,10		
Üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı	Evli	95	4,31	1,09	5,88	0,000*
	Bekar	290	3,49	1,40		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Medeni durum	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Çalan müzik	Evli	95	4,07	1,06	0,73	0,462
	Bekar	290	3,97	1,14		
Havalandırma	Evli	95	4,58	0,57	0,56	0,571
	Bekar	290	4,54	0,72		
Wc ve lavaboların düzeni temizliği	Evli	95	4,75	0,49	0,76	0,447
	Bekar	290	4,70	0,68		
Çocuklar için oyun alanının olması	Evli	95	3,78	1,24	7,50	0,000*
	Bekar	290	2,65	1,38		
Restoranın dış mimari yapısı	Evli	95	3,37	1,05	-2,52	0,012*
	Bekar	290	3,70	1,09		
Dış aydınlatma	Evli	95	3,42	1,05	-1,81	0,071
	Bekar	290	3,66	1,16		
Açık havada oturma yerlerinin olması	Evli	95	4,43	0,75	-0,03	0,975
	Bekar	290	4,43	0,80		
Araç park yerinin olması	Evli	95	4,31	1,09	5,88	0,000*
	Bekar	290	3,49	1,40		

***p<0,05**

Tablo 5'te görüldüğü gibi tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde bekârların duvarların rengi/kaplamasına, iç dekorasyonuna, restoranın dış mimari yapısına evlilerden daha fazla önem verdiği tespit edilmiştir. Üretim alanı dizaynı ($4,31 \pm 1,09$) ve çocuklar için oyun alanının olmasına ($3,78 \pm 1,40$) ise evlilerin daha fazla önem verdiği belirlenmiştir ($p < 0,05$).

Yiyecek içecek işletmesinin dış aydınlatmasına bekârların evlilerden daha fazla önem verdikleri, fakat farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir. Ortamda çalan müzik, havalandırma, açık havada oturma yerlerinin olması her iki medeni durum içinde önemli olmasına rağmen gruplar arası fark anlamsızdır ($p > 0,05$).

Tablo 6: Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörlerinin Tüketicilerin Meslek Gruplarına Göre Karşılaştırılması (n=385)

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Meslek	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Duvarların rengi/kaplaması	Çalışmıyor	224	3,75	1,07	1,995	0,095
	Serbest Meslek	9	3,88	1,16		
	Kamu Çalışanı	71	3,42	1,05		
	Özel Sektör	75	3,76	1,13		
	Emekli	6	3,00	1,41		
İç dekorasyonu	Çalışmıyor	224	4,16	0,92	1,571	0,181
	Serbest Meslek	9	3,77	1,09		
	Kamu Çalışanı	71	3,88	0,88		
	Özel Sektör	75	4,04	0,90		
	Emekli	6	4,16	0,75		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Meslek	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Ortamdaki aydınlatma	Çalışmıyor	224	4,13	0,88	0,495	0,739
	Serbest Meslek	9	4,44	0,72		
	Kamu Çalışanı	71	4,15	0,82		
	Özel Sektör	75	4,24	0,80		
	Emekli	6	4,33	0,81		
Masa-sandalye/ koltukların mekândaki dizaynı	Çalışmıyor	224	4,24	0,85	1,212	0,305
	Serbest Meslek	9	4,11	1,36		
	Kamu Çalışanı	71	3,98	0,78		
	Özel Sektör	75	4,20	0,91		
	Emekli	6	4,16	1,16		
Koltukların, sandalyelerin konforu-rahatlığı	Çalışmıyor	224	4,52	0,70	1,432	0,223
	Serbest Meslek	9	4,33	1,32		
	Kamu Çalışanı	71	4,30	0,68		
	Özel Sektör	75	4,50	0,72		
	Emekli	6	4,66	0,51		
Yer Döşemesi	Çalışmıyor	224	3,22	1,04	1,285	0,275
	Serbest Meslek	9	3,33	1,58		
	Kamu Çalışanı	71	3,28	0,92		
	Özel Sektör	75	3,53	1,11		
	Emekli	6	3,00	1,67		
Masa üzerindeki objeler	Çalışmıyor	224	3,41	1,00	1,337	0,256
	Serbest Meslek	9	3,33	1,00		
	Kamu Çalışanı	71	3,09	1,03		
	Özel Sektör	75	3,44	1,25		
	Emekli	6	3,50	1,04		
Restoran içerisindeki hareketli objeler	Çalışmıyor	224	3,56	1,07	2,072	0,084
	Serbest Meslek	9	3,55	1,23		
	Kamu Çalışanı	71	3,23	0,99		
	Özel Sektör	75	3,72	1,15		
	Emekli	6	3,16	1,16		
Masaların birbirine yakın olmaması	Çalışmıyor	224	4,06	1,05	1,046	0,383
	Serbest Meslek	9	4,66	0,70		
	Kamu Çalışanı	71	4,07	1,17		
	Özel Sektör	75	4,25	1,10		
	Emekli	6	4,16	0,75		
Üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı	Çalışmıyor	224	3,42	1,41	5,672 (1-2,3,4)	0,000*
	Serbest Meslek	9	4,33	0,86		
	Kamu Çalışanı	71	4,02	1,23		
	Özel Sektör	75	4,05	1,29		
	Emekli	6	4,50	0,83		
Çalan müzik	Çalışmıyor	224	3,93	1,15	2,667 (4-3,1,5)	0,032*
	Serbest Meslek	9	4,11	1,05		
	Kamu Çalışanı	71	3,81	1,16		
	Özel Sektör	75	4,36	0,95		
	Emekli	6	4,00	0,89		
Havalandırma	Çalışmıyor	224	4,50	0,75	1,893	0,111
	Serbest Meslek	9	4,44	0,72		
	Kamu Çalışanı	71	4,53	0,62		
	Özel Sektör	75	4,74	0,49		
	Emekli	6	4,66	0,51		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Meslek	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Wc ve lavaboların düzeni/temizliği	Çalışmıyor	224	4,72	0,58	1,388	0,238
	Serbest Meslek	9	4,44	1,33		
	Kamu Çalışanı	71	4,60	0,74		
	Özel Sektör	75	4,81	0,58		
	Emekli	6	4,66	0,51		
Çocuklar için oyun alanının olması	Çalışmıyor	224	2,66	1,43	5,148 (1-3,4)	0,000*
	Serbest Meslek	9	2,66	1,50		
	Kamu Çalışanı	71	3,36	1,33		
	Özel Sektör	75	3,30	1,39		
	Emekli	6	3,33	1,36		
Restoranın dış mimari yapısı	Çalışmıyor	224	3,73	1,07	3,696 (1-3,4)	0,006*
	Serbest Meslek	9	3,55	1,01		
	Kamu Çalışanı	71	3,18	1,08		
	Özel Sektör	75	3,70	1,11		
	Emekli	6	3,83	0,75		
Dış aydınlatma	Çalışmıyor	224	3,70	1,12	2,786 (1-3)	0,026*
	Serbest Meslek	9	3,44	0,88		
	Kamu Çalışanı	71	3,21	1,12		
	Özel Sektör	75	3,72	1,23		
	Emekli	6	3,50	0,54		
Açık havada oturma yerlerinin olması	Çalışmıyor	224	4,45	0,77	3,189 (3-4)	0,014*
	Serbest Meslek	9	4,22	0,83		
	Kamu Çalışanı	71	4,19	0,95		
	Özel Sektör	75	4,62	0,53		
	Emekli	6	4,16	0,98		
Araç park yerinin olması	Çalışmıyor	224	3,42	1,41	5,672 (1-3,4)	0,000*
	Serbest Meslek	9	4,33	0,86		
	Kamu Çalışanı	71	4,02	1,23		
	Özel Sektör	75	4,05	1,29		
	Emekli	6	4,50	0,83		

* $p < 0,05$ 1: Çalışmıyor 2: Serbest Meslek 3: Kamu Çalışanı 4: Özel Sektör 5: Emekli

Tablo 6'da görüldüğü gibi ortamda çalan müziğe sırasıyla özel sektör ($4,36 \pm 0,95$), serbest meslek ($4,11 \pm 1,05$), emekli ($4,00 \pm 0,89$), çalışmayan ($3,93 \pm 1,15$) ve kamu çalışanlarının ($3,81 \pm 1,16$) önem verdiği gruplar arası farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu fark tukey testi sonucuna göre özel sektör ile kamu çalışanı arasında; çalışmayanlar ile emekliler arasındadır.

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan faktörlerden çocuklar için oyun alanının olması, restoranın dış mimari yapısı ile araç park yerinin olmasına emeklilerin en fazla önem veren, herhangi bir işte çalışmayanların ise en az önem veren grup olduğu tespit edilmiştir. Özel sektör çalışanlarının yiyecek içecek işletme tercihlerinde dış aydınlatma ve açık havada oturma yerlerinin olmasına önem verirken, üretim alanın; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizayn edilmesine emeklilerin daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

Tablo 7: Yiyecek İçecek İşletmesi Tercihinde Etkili Olan Tasarım Faktörlerinin Tüketicilerin Aylık Ortalama Gelir Durumlarına Göre Karşılaştırılması (n=385)

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Aylık Ort. Gelir	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Duvarların rengi/kaplaması	1000 ve altı	193	3,73	1,09	1,168	0,157
	1001-2000	81	3,85	1,02		
	2001-3000	82	3,46	1,14		
	3001-4000	14	3,64	0,84		
	4001 ve üstü	15	3,40	1,18		
İç dekorasyon	1000 ve altı	193	4,13	0,95	0,706	0,588
	1001-2000	81	4,11	0,86		
	2001-3000	82	3,93	0,89		
	3001-4000	14	4,00	0,96		
	4001 ve üstü	15	4,06	0,70		
Ortamdaki aydınlatma	1000 ve altı	193	4,13	0,88	0,901	0,463
	1001-2000	81	4,28	0,80		
	2001-3000	82	4,10	0,83		
	3001-4000	14	4,42	0,75		
	4001 ve üstü	15	4,06	0,79		
Masa-sandalye/ koltukların mekândaki dizaynı	1000 ve altı	193	4,22	0,88	2,022	0,091
	1001-2000	81	4,33	0,82		
	2001-3000	82	4,02	0,86		
	3001-4000	14	3,92	1,20		
	4001 ve üstü	15	3,93	0,45		
Koltukların, sandalyelerin konforu-rahatlığı	1000 ve altı	193	4,56	0,69	2,241	0,064
	1001-2000	81	4,46	0,72		
	2001-3000	82	4,40	0,68		
	3001-4000	14	4,14	1,09		
	4001 ve üstü	15	4,20	0,77		
Yer Döşemesi	1000 ve altı	193	3,21	1,08	0,951	0,435
	1001-2000	81	3,41	1,07		
	2001-3000	82	3,31	1,00		
	3001-4000	14	3,64	1,15		
	4001 ve üstü	15	3,26	1,09		
Masa üzerindeki objeler	1000 ve altı	193	3,36	1,02	1,583	0,178
	1001-2000	81	3,51	1,17		
	2001-3000	82	3,21	1,07		
	3001-4000	14	2,92	0,91		
	4001 ve üstü	15	3,60	0,91		
Restoran içerisindeki hareketli objeler	1000 ve altı	193	3,53	1,08	1,083	0,365
	1001-2000	81	3,69	1,14		
	2001-3000	82	3,42	1,12		
	3001-4000	14	3,14	0,66		
	4001 ve üstü	15	3,46	0,91		
Masaların birbirine yakın olmaması	1000 ve altı	193	4,06	1,07	1,021	0,396
	1001-2000	81	4,22	1,01		
	2001-3000	82	4,06	1,14		
	3001-4000	14	4,57	0,85		
	4001 ve üstü	15	4,20	1,14		
Üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı	1000 ve altı	193	3,39	1,43	5,807 (1-3,5)	0,000*
	1001-2000	81	3,82	1,32		
	2001-3000	82	4,07	1,19		
	3001-4000	14	4,21	1,18		
	4001 ve üstü	15	4,40	1,05		

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri	Aylık Ort. Gelir	n	$\bar{X}$	SS	F	p
Çalan müzik	1000 ve altı	193	3,94	1,17	1,711	0,147
	1001-2000	81	4,24	0,91		
	2001-3000	82	3,85	1,13		
	3001-4000	14	3,85	1,46		
	4001 ve üstü	15	4,26	0,96		
Havalandırma	1000 ve altı	193	4,45	0,78	2,580 (1-2)	0,037*
	1001-2000	81	4,70	0,53		
	2001-3000	82	4,65	0,57		
	3001-4000	14	4,64	0,49		
	4001 ve üstü	15	4,46	0,63		
Wc ve lavaboların düzeni/temizliği	1000 ve altı	193	4,78	0,49	2,404 (1-4)	0,049*
	1001-2000	81	4,72	0,63		
	2001-3000	82	4,64	0,72		
	3001-4000	14	4,42	1,08		
	4001 ve üstü	15	4,40	1,12		
Çocuklar için oyun alanının olması	1000 ve altı	193	2,70	1,45	3,241 (1-3)	0,012*
	1001-2000	81	2,95	1,43		
	2001-3000	82	3,29	1,36		
	3001-4000	14	3,14	1,56		
	4001 ve üstü	15	3,53	1,18		
Restoranın dış mimari yapısı	1000 ve altı	193	3,72	1,09	1,405	0,232
	1001-2000	81	3,62	1,12		
	2001-3000	82	3,39	1,07		
	3001-4000	14	3,50	1,16		
	4001 ve üstü	15	3,66	0,97		
Dış aydınlatma	1000 ve altı	193	3,63	1,13	2,192	0,069
	1001-2000	81	3,83	1,19		
	2001-3000	82	3,39	1,06		
	3001-4000	14	3,14	1,35		
	4001 ve üstü	15	3,60	1,05		
Açık havada oturma yerlerinin olması	1000 ve altı	193	4,48	0,75	1,215	0,304
	1001-2000	81	4,48	0,72		
	2001-3000	82	4,28	0,93		
	3001-4000	14	4,28	0,82		
	4001 ve üstü	15	4,53	0,51		
Araç park yerinin olması	1000 ve altı	193	3,39	1,46	5,807 (1-3,4)	0,000*
	1001-2000	81	3,82	1,32		
	2001-3000	82	4,07	1,19		
	3001-4000	14	4,21	1,18		
	4001 ve üstü	15	4,40	1,05		

***p<0,05** 1:1000 ve altı 2: 1001-2000 3: 2001-3000 4: 3001-4000 5: 4001 ve üstü

Yiyecek içecek işletmesinde üretim alanının; kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynına, en fazla önem veren grubun 4000 TL ve üstü gelire sahip olan tüketiciler olduğu, en az önem verenlerin ise gelirinin 1000 TL ve altında olduğu görülmektedir. Gelir gruplarına göre fark 1000 TL ve altı gelire sahip olanlar ile 2001-3000 TL, 3001-4000 TL gelire sahip olanlar arasındadır. Wc ve lavaboların düzeni/temizliğine en fazla önem verenlerin 1000 TL ve altı gelire sahip tüketiciler olduğu, gelir seviyesi arttıkça önem verme düzeyinin düştüğü dikkati çekmektedir. Çocuklar için oyun alanının olmasına en fazla önem veren grup 4001 TL ve üzeri gelire sahip olan grup iken en az önem verenleri ise 1000 TL ve altı gelire sahip olan tüketiciler oluşturmaktadır. Araç park yerinin olması

faktörüne tüketicilerin gelir seviyesi arttıkça önem verme dereceleri de yükseldiği saptanmıştır ($p<0,05$). Bu fark tukey testi sonucuna göre 1000 TL ve altı gelire sahip tüketiciler ile 2001-3000 ve 3001-4000 TL gelire sahip olan tüketiciler arasındadır.

Tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde duvarların rengi/kaplaması, iç dekorasyon, ortamdaki aydınlatma, masa-sandalye/koltukların mekândaki dizaynı, koltukların sandalyelerin konforu rahatlığı, masa üzerindeki objeler, masaların birbirine yakın olmaması, dış mimari, dış aydınlatma, açık havada oturma yerinin olması faktörlerinin tüketicilerin gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p>0,05$).

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörlerinin etkisini incelemek amacıyla 385 tüketici üzerinde yapılan bu çalışmada tüketicilerin yarısından fazlasının 18-24 yaş arasında, lisans eğitime sahip veya lisansa devam etmekte olan tüketiciler olduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında alınan tüketicilerin sosyo demografik özelliklerine göre yarısından fazlasının yaşlarının 18-24 arasında olması, bekar ve herhangi bir işte çalışmaması, aylık ortalama gelirinin 1000 TL ve altında olmasının nedeni; çalışmanın yapıldığı dönemde üniversite öğrencilerinin yoğun olmasından dolayı yiyecek içecek işletmelerinden yararlananların çoğunlukla öğrenci olması olduğu olabilir.

Tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri incelendiğinde, en fazla önem verilen faktörlerin; wc ve lavaboların temizliği, havalandırma, koltuk ve sandalyelerin konforlu ve rahat olması, ortam ısısının uygun olması olduğu bunun yanında en az önem verilen faktörlerin çocuklar için oyun alanının olması olduğu belirlenmiştir. Özata (2010) yaptığı bir çalışmada, restorana gelen müşterilerin atmosferle ilgili değişkenlerden en fazla “restoranın temizliği” konusunda beklenti içinde oldukları ayrıca müşterilerin “rahat oturma ortamı, restoranın yeri, restoranın ve tuvaletlerin temizliği ve araç park yeri” olmasına da tüketicilerin dikkat ettiklerini belirlemiştir. Robson vd. (2011), birbirine çok yakın mesafelerde bulunan masaların tüketici değerlendirmelerinde olumsuz olarak algılandığı, ayrıca tüketicilerin birbirine yakın olan masaları konforsuz ve kalabalık olarak değerlendirdiklerini belirlemiştir. Bowie ve Buttle (2009) çalışmalarında dış çevre unsurlarından binanın görünümünün müşterilere önemli ipuçları sağladığını belirtmişlerdir. Gifford (1998) yaptığı bir çalışmada ışıklandırma, aydınlatma derecesi ve dekorun kişiler arası iletişimi ve konfor algılamasını etkilediği sonucuna varmıştır. Areni ve Kim (1993) tüketim ve aydınlatma arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarının sonucunda aydınlatma derecesinin ve tarzının daha açık ve fazla olduğu mağazalarda tüketicilerin ürünle daha fazla ilgilendiklerinde ve ürünleri denemeyi arttırdıklarından bahsetmektedir. Eiseman (1998) rengin, fiziksel algılamada işlevselliği çok kuvvetli olan görsel bir bileşen olduğunu; hizmet alanını değerlendirirken renk bileşeni ve beraberinde getirdiği duygu ve ruh durumunun değerlendirme sürecini, duygulanma süresini öne aldığını belirlemiştir. Milliman (1986) çalışmasında, müziğin temposunun tüketicilerin masalarında geçirdiği

zamanı etkilediğini; temponun, hizmet zamanını, yiyecek satın almayı ve oturmadan önce terk etme gibi davranışları etkilediğini belirtmiştir. Bu çalışmada da diğer çalışmaları destekler nitelikte tüketicilerin benzer tasarım unsurlarına daha fazla dikkat ettikleri belirlenmiştir.

Tüketicilerin cinsiyetlerine göre yiyecek içecek işletmesinin tasarım faktörlerine önem verme durumu incelendiğinde; iç dekorasyon, ortamdaki aydınlatma, wc ve lavaboların düzeni-temizliği faktörlerine kadınların; üretim alanının kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı ve araç park yerinin olmasına erkeklerin daha çok önem verdiği görülmektedir.

Tüketicilerin yaş gruplarına göre incelendiğinde duvarların rengi/kaplamasına, iç dekorasyona, restoranın dış mimari yapısına 18-24 yaş arası tüketicilerin; üretim alanının görülebilecek şekilde dizaynı, ortamdaki müziğe 45 ve üzeri yaştaki tüketicilerin önem verdiği belirlenmiştir. Wc ve lavaboların temizliği, havalandırma, açık havada oturma yerinin olması faktörlerinin ortalamalarının ise tüm yaş gruplarında yüksek olduğu dikkati çekmektedir. Çocuklar için oyun alanının olmasına en az önem veren grubun 18-24 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Bu yaş grubunun oyun alanının olmasını çok önemli olarak görmemelerinin nedeninin çalışmaya katılan tüketicilerin % 75,3'nün bekar olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tüketicilerin eğitim durumunun; yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörlerine önem verme üzerinde, diğer sosyo demografik özelliklere göre daha az etkili olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin medeni durumlarına göre incelendiğinde; duvarların rengi/kaplamasına, iç dekorasyon faktörlerine bekar olanların evli olanlara göre daha fazla önem verdikleri; çocuklar için oyun alanının olması ve araç park yerinin olması faktörlerine ise evli olanların daha fazla önem verdikleri belirlenmiştir.

Yiyecek içecek işletmesi tercihinde tasarım faktörlerine önem verme üzerinde etkili olan sosyo demografik değişkenlerden biri de tüketicilerin meslekleridir. Emekli olanların restoranın dış mimari yapısına, üretim alanının kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynına ve araç park yerinin olmasına; özel sektör çalışanlarının ise ortamda çalan müziğe, dış aydınlatmaya ve açık havada oturma yerlerinin olmasına diğer meslek gruplarına göre daha fazla önem verdikleri görülmektedir.

Tüketicilerin yiyecek içecek işletmesi tercihinde etkili olan tasarım faktörleri gelir durumuna göre incelendiğinde; tüketicilerin gelir durumu arttıkça üretim alanının kısmen/tamamen görülebilecek şekilde dizaynı, çocuklar için oyun alanının olması ve araç park yerinin olmasına önem verme durumlarının da arttığı; wc ve lavaboların düzeni-temizliğine önem verme durumunun bütün gelir gruplarında yüksek olmasına rağmen, en fazla önem veren grubun 1000 TL ve altı gelire sahip olan tüketiciler olması dikkat çekicidir.

Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında şunlar önerilmektedir;

1. Yiyecek içecek işletmeleri, hitap ettikleri/edecekleri gerçek ya da potansiyel müşterilerin sosyo demografik özelliklerine ve beklentilerine uygun tasarım yapabilirler. Mesela çoğunlukla ailelerin ziyaret ettiği bir işletmede çocuklar için uygun alanın oluşturulması veya çoğunlukla gençlerin ziyaret ettiği bir işletmede ortamın daha hareketli, renkli olması tüketicilerin tercihinde etkili olabilir.
2. Yiyecek içecek işletmelerinin üretim alanının müşteriler tarafından kısmen veya tamamen görülebilecek şekilde tasarlanması ile müşterilerde güven algısı oluşturulabilir.
3. Yiyecek içecek işletmeleri işletmenin konseptine ve öğün saatine göre farklı etkinlikler düzenleyerek müşterilerin restoranda daha uzun süre kalmaları sağlanabilir. Mesela akşam saatlerinde veya hafta sonu canlı müzik olması müşteriler için tercih sebebi olabilir.
4. Yiyecek içecek işletmelerinde wc ve lavaboların temizliğine ve düzenine daha fazla özen gösterilmesinin bütün tüketiciler için önemli bir unsur olduğu unutulmamalıdır.
5. Yiyecek içecek işletmeleri iç ve dış tasarımda tüketicilerin algı ve duygu durumu üzerinde etkili olduğu bilinen; renk, ışık ve kullanılan objeler gibi ayrıntıları bilinçli kullanarak işletmeyi daha fazla tüketicinin ziyaret etmesini sağlayabilirler. Ayrıca müşteri sadakatini sağlamada da önemli olabilir.

Yiyecek içecek işletmelerinin bu faktörleri dikkate almalarının, yiyecek içecek sektöründe rekabet üstünlüğü sağlayabilmelerinde etkili olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R. ve diğ., (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Areni, C. S. ve Kim, D. (1993). The Influence of In-store Lighting on Consumers' Examination of Merchandise in a Wine Store". *International Journal of Research in Marketing*, 11, 117-125.
- Baker, J. (1986). *The Role of the Environment in Marketing Services: The Consumer Perspective*. In J. Czepiel, Et Al. (Eds.), *The Services Challenge: Integrating For Competitive Advantage*, American Marketing Association, Chicago, 79-84.
- Baker, J., Grewal, D., Levy, M. (1992). An Experimental Approach to Making Retail Store Environmental Decisions. *Journal of Retailing*, 68, 445-461.
- Bellizzi, J. A. ve Hite, R. E. (1992). Environment Color, Consumer Feelings, and Purchase Likelihood. *Psychology and Marketing*, 9, 347-363.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56, 57-71.
- Bowie, D., & Buttle, F. (2009). *Hospitality Marketing An Introduction*. USA Elsevier Ltd. Publication.
- Eertmans, A., Bayeys, F. ve Van den Bergh, O. (2001). Food Likes and Their Relative Importance in Human Eating Behavior: Review and Preliminary Suggestions for Health Promotion. *Health Education Research*, 16 (4), 443-456.
- Eiseman, L. (1998). *Colors For Your Every Mood*. Capital Books, Virginia.

- Gifford, R. (1988). Light, Decor, Arousal, Comfort and Communaciation. *Journal of Environmental Psychology*, 8, 177-189.
- Ingene, C. (1984). Productivity and Functional Shifting in Spatial Retailing: Private and Social Perspectives. *Journal of Retailing*, 60, 15-36.
- Kim, W. G. ve Moon, Y. J. (2009). Customers' Cognitive, Emotional, and Actionable Response to the Servicescape: A Test of Moderating Effect of the Restaurant Type. *International Journal of Hospitality Management*, 28: 144-156.
- Lucas, A. F. (2003). The Determinants and Effects of Slot Servicescape Satisfaction in a Las Vegas Hotel Casino. *UNLV Gaming Research and Review Journal*, 7(1): 1-17.
- Mil, B. (2012). *Alan algısının turistlerin yemek deneyimi memnuniyetine etkileri* (Yayımlanmamış doktora tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Milliman, R. E. (1986). The Influence of Background Music on the Behavior of Restaurant Patrons. *Journal of Consumer Research*, 13, 286-289.
- Pizam, A. ve Ellis, T. (1999). *Absenteeism and turnover in the hospitality industry. İçinde D. Lee-Ross (Eds), HRM in Tourism & Hospitality: International Perspectives on Small to Medium-Sized Enterprises*, London: Cassell.
- Rapoport, A. (1990). *The Meaning of the Built Environment*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ryu, K., ve Jang, S. (2007). The Effect of Environmental Perceptions on Behavioral Intentions Through Emotions: The Case of Upscale Restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(1), 56-72.
- Turley, L. W., Fugate, D. L. (1992). The Multidimensional Nature of Service Facilities: Viewpoints and Recommendations. *Journal of Services Marketing*, 6, 37-45.
- Wakefield, K. L., Baker, J. (1998). Excitement at the Mall: Determinants and Effects on Shopping Response, *Journal of Retailing*, 74, 515-539.
- Wansink, B. (2006). *Mindless Eating: Why We Eat More Than We Think*. New York: Bantam.
- Robson, S. K. A, Kimes, S. E., Becker, F. D. ve Evans, G. W. (2011). *Consumers' Responses to Table Spacing in Restaurants*. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52 (3), 253-264.
- Özata, E. (2010). Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetinin Orta Restoranlarda Araştırılması Üzerine Bir Vaka Çalışması. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Kotler, P. (1973). *Atmospherics as a Marketing Tool*. *Journal of Retailing*, 49, 48-64.

PARMAKLARIN OKUDUĞU MENÜ: BRAILLE ALFABESİ İLE BİR MODEL ÖNERİSİ

Osman GÜLDEMİR

*Öğr. Gör., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu
osmanguldemir@anadolu.edu.tr*

Gencay SAATCI

*Öğr. Gör., Uludağ Üniversitesi, Harmanlık Meslek Yüksekokulu
saatci@uludag.edu.tr*

ÖZET

Bireylerin yaşamlarında gereksinim duydukları en önemli konuların başında yeme-içme faaliyetleri gelmektedir. Günlük yaşam içerisinde bireylerin evlerinin dışında ortaya çıkan yeme-içme ihtiyacını karşılayan yiyecek içecek işletmeleri açısından menü hazırlayıp sunmanın temel amacı; satın alma aşamasından sunum aşamasına kadar geçen süre zarfında hammadde seçimi ve farklı tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilmektir. Birbirinden farklı tüketici istek ve ihtiyaçlarının bulunmasının yanında, birbirinden bağımsız tüketiciler ve birbirinden farklı yaşam koşullarının varlığı da göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Sağlıklı bireylere göre daha sert ve zorlu yaşam şartlarına sahip olan, doğuştan veya sonradan bazı yetilerini kaybetmiş engelli bireyler günlük yaşamlarında bilgiye erişim ve kaynak elde edebilme problemleri yaşamaktadırlar. Braille alfabesiyle hazırlanan kaynakların, sayıları ve çeşitliliği az olup erişilebilmesi de zordur. Buradan hareketle engelli bireylerin, toplumun diğer üyeleriyle eşit bir şekilde yaşam sürdürebilmeleri için; Eskişehir’de faaliyet gösteren Oda Restoran’ın menüsü, Altı Nokta Körler Vakfı yardımıyla Braille alfabesi ile yeniden düzenlenmiş ve çalışmanın uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda görme engelli bireyler için hazırlanan ve pilot uygulaması gerçekleştirilen menünün, engelli bireyler tarafından algılanması; olumlu yönde olup, her bireyin aldığı hizmetten eşit şekilde faydalanma hakkı olduğunu ve her müşteri gibi kaliteli hizmet almak istediklerini ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: *Braille Alfabesi, Engelsiz İşletmeler, Eskişehir, Görme Engelliler, Menü.*

ALANYAZIN

Menü, bir yiyecek satış ünitesinde servisi yapılacak yiyecek ve içeceklerin adlarının, açıklamalarının, fiyatlarının belirli bir düzen içerisinde konuya karar vermesinde rehberlik yapan listedir (Yılmaz, 2006, s.44; Altınel, 2011, s.17; Bulduk, 2013, s.252). Menü, bilindiği gibi yiyecek-içecek yönetiminde maliyet kontrolü aşamasında temel bir başlangıç noktasıdır ve aynı zamanda yiyecek-içecek işletmelerinde başlıca bir pazarlama aracı olarak da işletmelerin ürün yelpazesini temsil eden, fiyatlarını belirleyen, promosyon olanaklarını sağlayan işletmenin temel kurallarını içeren önemli bir dağıtım kanalıdır (Atikson ve Jones, 1994, s.40; Ninemeier, 2001, s.132; Çiftçi ve Köroğlu, 2008, s.34; Bölükoğlu ve Taşpınar, 2009, s.1429; Çam, 2009, s.503; Biçici ve Köroğlu, 2013, s.53; Koşan, 2013, s.204). Menünün temel görevi; işletmenin satmak istediklerini satabilmek, müşterileri harekete geçirerek gelir elde edilmesini sağlamak ve etkili iletişim ağı kurabilmektir (Sarıışıkvd, 2008, s.277). Hazırlanan menü, çeşitli zamanlarda işletmeye gelen müşterilerin enerji ve besin öğeleri ihtiyacına cevap verirken, diğer taraftan da

müşterinin sosyal, psikolojik, ekonomik ihtiyaçlarına da cevap verebilen nitelikte olmalıdır. Bu nedenle menü planlama birçok etkeni bir arada düşünmeyi ve uygulamayı gerektiren ayrı bir deneyim ve ihtisas işi olarak yöneticilerin karşısına çıkmaktadır (Giritlioğlu, 2008, s.81).

Menü, yiyecek-içeceklerin planlanma, malzemelerin satın alınması ve servis uygulanması aşamalarında bir yönetim aracı olarak kullanılmaktadır (Koşan ve Geçgin, 2013, s.395). Menü yönetiminin temel amacı ise; müşterinin menüden iyi bir seçim yapmasına yardımcı olmaktır. Menüye eline aldığı zaman müşterinin ilk gördüğü şey menünün düzenidir. Menü düzenlenmesi, müşterilerin menüden seçimlerini uygun bir şekilde yapmalarını sağlayan bir yöntemdir ve temel amacı; menü kartının açık ve anlaşılır olmasını sağlamaktır. Menü kartının boyutlarının, renginin, kullanılacak metnin belirlenmesi ve yiyecek-içeceklerin menüye yerleştirilmesiyle ilgili çalışmaları içeren bir süreçtir (Rızaoğlu ve Hançer, 2013, s.124).

Günümüzde yiyecek-içecek işletmeleri, hitap ettikleri müşteri gruplarına göre farklı menü seçenekleri kullanmaktadır (Bölükoğlu ve Türksoy, 2001, s.22). Yiyecek içecek sektörü içerisinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri, insanların yeme içme ihtiyaçlarını karşılayan, satış karlarının en yüksek düzeyde tutulmasını hedefleyen ticari nitelikteki işletmeler olarak bilinmektedir (Doğanvd, 2010, s.242; Dönmezvd, 2011, s.203; Akın ve Akın, 2013, s.2).

Bilgi toplumu olabilme sürecinde, “toplumla bütünleşme” anahtar sözcüğünden yola çıkılarak, özellikle engelli bireylerin bilgiye erişmesini engelleyen tüm olumsuzlukları ortadan kaldıracak, engelsiz bir ortam hazırlama çabası ancak son yıllarda yoğunlaştırılmıştır (Subaşıoğlu, 2000, s.204). Günümüzde görme engelli bireyler, dünyada ve ülkemizde ülke nüfusunun azımsanamayacak bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu bireyler eğitim ve günlük yaşamlarında bilgiye erişim ve kaynak problemleri yaşamaktadırlar. Braille (Kabartma) alfabesiyle hazırlanan kaynakların, sayıları ve çeşitliliği az, erişilebilmesi de zordur (Çentikvd, 2013, s.32). Engellilik, doğuştan ya da sonradan olma herhangi bir hastalık veya kaza nedeniyle kişinin bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal fonksiyonlarında belirli bir oranda, sürekli azalma ve kayıplara neden olan, organ yokluğu veya bozukluğu sonucu toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük ihtiyaçlarını karşılamada güçlükleri olan; korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duymak olarak tanımlanmaktadır (Kula, 2005, s.5; Öztürk, 2011, s.20).

Yürüye-bilmek, görebilmek, duyabilmek, konuşabilmek, öğrenebilmek olarak belirlenen temel yaşam hareketlerinde genellikle zihinsel veya fiziksel olarak sınırlı hareket etmek zorunda olan insanlar, "engelli" olarak tanımlanmaktadır (Subaşıoğlu, 2000, s.203). Engel-özür; bireyin yaşamı süresince farklı durumlar karşısında, yaş, cinsiyet, cinsel, fiziksel, sosyal ve kültürel faktörlere bağlı olarak toplumda üstlenmesi gereken görevleri yetersizlik

nedeni ile yapamamasıdır (Ulutaşdemir, 2007, s.120; Gökbayvd, 2011, s.1; Demirbilek, 2013, s.58).

Engellilerin bağımsız ve insan onuruna uygun bir yaşam sürebilmeleri için toplumun diğer üyeleriyle eşit şekilde fiziksel çevreye, ulaşım, bilgi ve iletişim teknolojisi dâhil bilgiye ve iletişime, halka açık diğer tesis ve hizmetlere erişimlerinin sağlanması gerekmektedir (Çağlar, 2012, s.543). Ancak, engellilerin hak ve hizmetlere erişebilirliğini arttırmak, diğer yandan yaşamın tüm alanlarına diğerleriyle eşit temelde katılımlarını sağlamak, tek başına bir kurumun üstesinden gelemeyecek kadar geniş ölçekli bir hedeftir. Bu hedef, devletin ilgili tüm kamu kurum ve kuruluşlarının kendi görev alanları içinde engellilerin erişebilirliğini hesaba katan strateji ve eylem planları geliştirmeleri, bu çalışmaların ulusal çaplı bir eylem planı ve programının parçası olarak koordinasyon ve işbirliği temelinde yürütülmesi, uygulamalar için etkili bir gözleme ve denetim mekanizmasının kurulmasını zorunlu kılmaktadır (Çağlar, 2012, s.586). Amaç, bireylerinin eşit koşullarda birlikte çalışıp, yan yana yaşayarak oluşturulacak bir toplumu, bir dünyayı gerçekleştirmekse, çabaların, özellikle engelli bireylere sunulacak sistemler, hizmetler, planlamalar bağlamında bilgilenecek, bilinçlenmek ve duyarlılığı arttırmak yönünde de yoğunlaştırılması gerekmektedir (Subaşıoğlu, 2000, s.213).

Toplumla bütünleşme, her yaştan, her türden engeli bulunanların yaşamını ilgilendiren çağdaş ve uygar toplumların anahtar sözcüğüdür. Engellilerin topluma katılımı ve eşitlik isteniyorsa, toplumsal planlamalar yapılırken engellilerin gereksinimlerinin de göz önüne alınması savunulmalıdır. Tüm bireyleri kapsayan bir toplum planı gerçekleştirirken önemli unsurlar; bilgiye eşit erişim sağlamak ve teknolojinin sunduğu olanaklardan yararlanmaktır (Subaşıoğlu, 2000, s.213). Bu sosyal sorunun çözülebilmesi için engelli bireylerin dış mekânlardaki etkinliklere erişebilmesi ve oradaki sosyal ortamlara katılabilmesi için destek gerekmektedir (Müftüoğlu, 2006, s.2). Sosyal desteklerin pek çok işlevi vardır. Sosyal destekler (Coşkun ve Akkaş, 2009, s.216);

- Bireylere gereksinim duydukları hizmetleri ve malzemeleri sağlayarak duygusal rahatlık verirler,
- Beklenen sorunlarla ilgili olarak bireylere rehberlik ederek bu sorunlarla başa çıkma yolları sunarlar,
- Bireylerin performanslarını geliştirici geribildirimler sunarlar,
- Olumlu uyuma ve kişisel gelişime katkıda bulunurlar,
- Hem günlük yaşamda hem de gereksinimler ve krizler anında bireyler arası bağlantıları sağlayarak onları stresin olumsuz etkilerine karşı korurlar.

Bu kapsamda engelli bireylerin günümüzün sosyal ve kültürel etkinliklerinden birisi olan turizm hareketinin dışında kalması beklenemez. Engelli bireylerin bu önemli etkinliğin içinde yer almaları onların yaşamlarını zenginleştirmenin yanı sıra, ülkelerin turizm gelirlerinin artması ve turizm potansiyelinin gelişmesi açısından çok büyük önem taşımaktadır (Artar ve Karabacakoğlu, 2003, s.7).

Yılmaz ve Vural (2014), görme engelli bireyler açısından bir yiyecek-içecek işletmesine gidildiğinde en çok endişe duyulan konunun, açık büfe olan bir yerden en kolay biçimde nasıl yemek alınabileceği sorusu olduğunu ifade etmişlerdir. Alınabilecek basit birkaç önlemlerle, bu tedirginliğin üstesinden kolayca gelinebileceğini vurgulayarak menülerin web sayfası veya telefon sisteminden önceden öğrenilebilmesi, restoranlardaki personelin önceden bilgilendirilmesi ve eğitim verilmesi, çoğu sorunun ortadan kalkabileceğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda da, dikkat edilmesi gereken unsurları şu şekilde sıralamışlardır:

- İşletmenin açık büfe ve/veya alakart restoran menüleri her gün web sayfasında ve kayıtlı olarak telefon sisteminde güncel olarak misafirlere sunulmalıdır.
- Eğer engelli kişi için bir sakıncası yoksa yemekhane personeli engelli misafirle ilgili bilgilendirilmeli, kişi yemeğe geldiğinde kendisine eşlik edilmelidir.
- Açık büfe bir restoranda hizmet veriliyorsa, engelli kişinin yemekleri nasıl almak istediği kendisine sorulmalı ona göre süreç devam ettirilmelidir.
- İdeal olarak önce açık büfede hangi reyonların olduğu kişiye anlatılmalı, sonrasında istediği reyona gidilerek o reyonda şu an nelerin olduğu kişiye sayılmalıdır. Bu şekilde reyon gezilerek yemek alımı tamamlanmalıdır.
- Hangi yemeklerin alınacağı konusunda karar engelli misafire bırakılmalı, kendisine mevcut yemek çeşitleri sayılmalıdır.
- Eğer ücretli bir nokta ise, yemekler sayılırken mutlaka menüdeki fiyatlar da belirtilmelidir.
- Masaya gelindiğinde yemeklerin tabaktaki konumları kişiye anlatılmalıdır: (Etler 3, sebze 6, pilav saat 12 yönünde gibi).
- Misafir masada yemek yerken, görevliye kolay ulaşabileceği bir yöntem bulunmalıdır. Görevliyi çağırmak için bir butona basmak, kişi elini kaldırdığında veya görevlinin ismini söylediğinde görevlinin ulaşılabilir konumda olması gibi.
- Alakart veya açık büfe olmayan mekânlarda ideal olarak menüler Braille olmalıdır. Değilse, kişiye önce menü kategorileri okunmalı, sonrasında istediği kategorideki yemekler fiyatlarıyla birlikte söylenmelidir.

Sağlıklı bireylere göre daha sert ve zorlu yaşam şartlarına sahip olan, doğuştan veya sonradan bazı yetilerini kaybetmiş engelli bireylerin; yaşam kalitelerinin ve yaşamdan beklentilerinin yükseltilebilmesi için, her açıdan desteklenmeleri gerekmektedir. Mümkün olduğunca normal yaşam olanaklarının sunulabilmesi, engellerin ortadan kaldırılabilmesi, engelli bireylerin de diğer bireyler gibi daha sosyal, daha iyi koşullarda yaşayabilmeleri adına atılması gereken adımlar; çağdaş toplumun gereği olarak tüm kamu ve özel sektör temsilcilerinin üzerine düşen görevlerin arasında yer almaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın konusu olan görme engellilere yönelik menü uygulamasının nasıl oluşturulabileceği ve yürütülebileceği konusunda 29 Mayıs 2014 tarihinde Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Proje Birimi'nde bir beyin fırtınası toplantısı yapılmış ve ardından 16 Haziran 2014 tarihinde yapılan toplantıda iletişim kurulan ve çalışma için gönüllü olan Oda Restoran'da bir pilot uygulamanın yapılmasına karar verilmiştir. Araştırmanın evrenini Eskişehir'de bulunan restoranların müşterileri oluşturmaktadır, örnekleme ise pilot uygulama için gönüllü katılım gösteren Oda Restoran'ın görme engelli müşterileridir. Pilot uygulamanın gerçekleştirilme kararının ardından Oda Restoran'ın sade menüsü Word formatında yazıya aktarılmış ve "Altı Nokta Körler Vakfı" başkanı ve vakıf çalışanları ile görüşülerek Braille alfabesine dönüştürülmesi gerçekleştirilmiştir. Dönüştürülen menü vakıfta bulunan görme engelli bireylerce okuma kontrolünden geçirilerek son hali basılmıştır. Araştırmada, veri toplamada nitel araştırma yöntemlerinden mülakat tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda Braille alfabesine dönüştürülen menü; çalışma için gönüllü olan, Eskişehir'de faaliyet gösteren Oda Restoran'a götürülen iki görme engelli bireye sunulmuş ve görüşleri alınmıştır. Bildiri hazırlama sürecinde ve kongre takvimine uyabilme gerekçesiyle, restorana görme engelli bireylerin gelmesi beklenmeden, irtibat kurulan iki görme engelli birey ile randevulaşarak işletmeye götürülmüştür. Bu kişiler restorandayken söz konusu menü hakkındaki görüşleri alınmıştır.

UYGULAMA

Görme engelli bireylerin, toplumda "engelsiz" bir hayat sürebilmeleri ve insan hakları gereği sosyal yaşamlarında diğer bireylerin olanaklarına sahip olmaları yaşamsal haklarıdır. Bu doğrultuda turizm alanında akademik çalışmalar yürütülerek, uygulamaya yönelik birikimler öngörülmektedir. Engelli bireylerin gittikleri yiyecek - içecek işletmelerinde servis edilen menü kalemlerinden detaylı bir şekilde bilgilendirilmemeleri tam olarak istedikleri hizmeti almalarına engel teşkil etmektedir. "Engelsiz Erişim" VII. Kemal Özceyhan seminerini "Turizmde Erişilebilirlik" konusunda gerçekleştirmişlerdir. Bu seminerde turizmde erişimi artıracak şekilde işletmelerin bir "Erişilebilirlik Paketi" hazırlamaları önerilmektedir. Paket içerisinde günlük yemek menüleri de yer alması tavsiye edilmektedir (engelsizerisim.com, 2014). Ayrıca görme engellilerin gerek utangaçlıktan sormaya çekinmeleri, gerekse söz konusu işletme çalışanlarının menü kalemleri hakkında fiyat açıklaması yapmamaları sürpriz hesaplar ödemelerine yol açmaktadır. Bu ve benzeri sıkıntıların varlığı sebepleriyle, onların bireysel olarak kolaylıkla okuyabilecekleri ve bilinçli tercihler yapabilmelerini olanaklı kılacak bir menü çalışması yapılması amaçlanmıştır. Bu konuda, ön çalışmaya gönüllü olan Oda Restoran 1992 yılında kurulmuş; Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi, 2. Cadde, No:1/A'da bulunan ve 09.00-23.00 saatleri arasında hizmet veren 100 kişi kapasiteli, kapalı ve açık alanı (bahçesi) bulunan bir lokantadır (odarestoran.com, 2014). Bu işletmenin menüsü çalışma için Microsoft Word formatına aktarılmış ve Altı Nokta Körler Vakfı'ndan Braille alfabesine dönüştürme talebinde bulunulmuştur. Altı Nokta Körler Vakfı, körlerin ve

azgörenlerin yaşamına pozitif katkı sağlamayı hedefleyen, İstanbul Emirgan Altı Nokta Körler Rehabilitasyon Merkezi'nde yönetimi bulunan, 1972 yılında kurulmuş bir vakıftır. Vakıf, göz taramaları, Braille alfabesi, sesli kitap ve dijital kütüphane, görmezlere yönelik eğitim ve kültür çalışmaları yürütmektedir (ANKV, 2013). Vakıf bu talebimize karşılık menüyü, Braille alfabesine dönüştürmeyi sağlamış, vakıf bünyesinde yer alan görme engelli bireylere kontrollerini yaptırmış ve basılı halini araştırmacılara ulaştırmıştır. Bu süreçte ayrıca iki görme engelli bireyin konuya ve çalışmaya dair görüşleri alınmıştır. Bu kişilerden M.E.'nin görüşleri şu şekildedir:

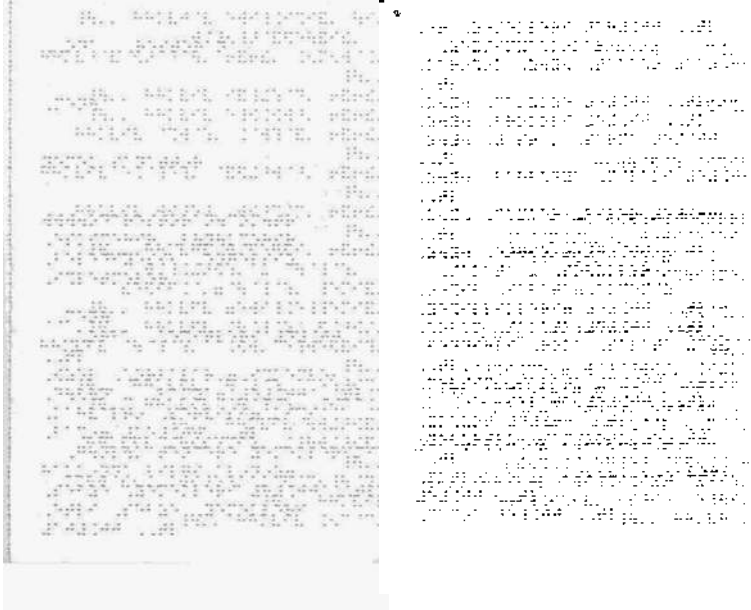
“...bu konuda kabartma yazı olarak destek sağlamak gerektiğini düşünüyorum. Lokanta ya da restorandaki menüler, kabartma broşürlerle masalara konabilir, ya da görme engelli müşteriler geldiğinde, bu broşürler, görevli tarafından verilebilir. Sesli sistem düşünülüyorsa, bu işin maliyet açısından ekonomik olmadığını belirtmek isterim. Bunun içinde, ilgili lokanta ya da restoranın kullandığı telefondaki sesli yanıt sistemine ekleme yapılabilir. Web sitelerinde flash'ların olması, ekran okuyucu kullanan görme engelliler için kâfidir. Sitelerde kabartma yazı koymak mümkün olmadığından, bu yeterli olacaktır.”

M.E.'nin görüşünde beyan ettiği şekilde, Braille alfabesiyle hazırlanan menüler elektronik menüler, telefon altyapıları vb. gibi yürütülebilecek diğer seçeneklere kıyasla daha ekonomiktir ayrıca birçok işletmede de daha kolay uygulanabilmektedir. Dolayısıyla Eskişehir Büyükşehir Belediyesi'nin “Engelsiz İşletmeler” projesi öngörüsüyle çıkılan bu yolda Braille alfabesiyle devam etmek akılcı olacaktır. Çünkü bu şekilde Eskişehir'de bulunan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinin dönüştürülmesi, yaygınlaştırılması ve sürdürülebilmesi mümkün olacaktır. Diğer görme engelli birey L.A.'nın konu üzerine fikir beyanı ise şu şekildedir:

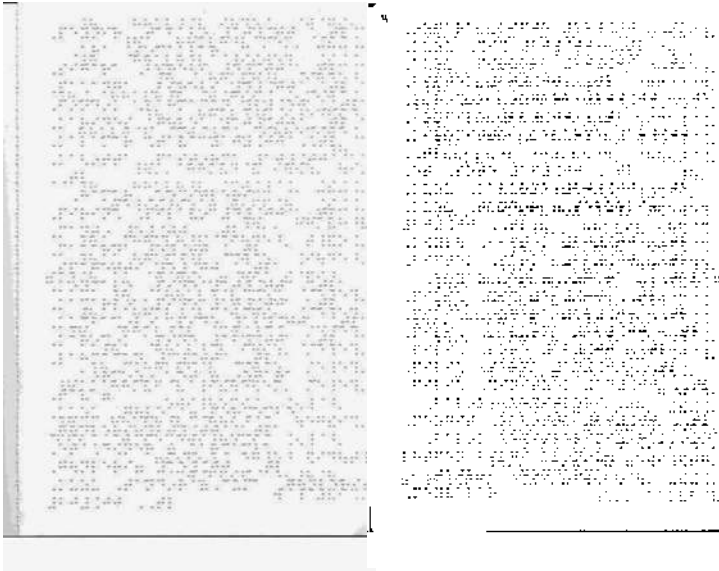
“... bir restorana gidip oradaki mönüyü görmediğimiz ve fiyatları sormaya çekindiğimiz için enaz bir defa sürpriz hesapla karşılaşmışızdır çoğumuz. Tabii tek seçenek Braille değil. Telefonlu mönülerde yapılabilir. Neticede her kör Braille biliyor diye bir kanun yok. Ama telefon tuşlama yöntemiyle bu da sağlanabilir ve bence bir alternatif olmalı mutlaka. Engelli olsun ya da olmasın her bireyin aldığı hizmetten eşit şekilde faydalanması hakkıdır. Kimse bana Allah rızası için mönü yapmasın yahut hizmet etmesin. Ben bir bireyim ve her müşteri gibi kaliteli hizmet almak istiyorum.”

L.A.'nın görüşünden de ifade edilebileceği üzere; sosyal bir toplum olabilme gereği, bu gibi çalışmaların yürütülmesi gerekmektedir. Ayrıca L.A. da M.E. gibi çeşitli menü alternatiflerinden söz etmektedir.

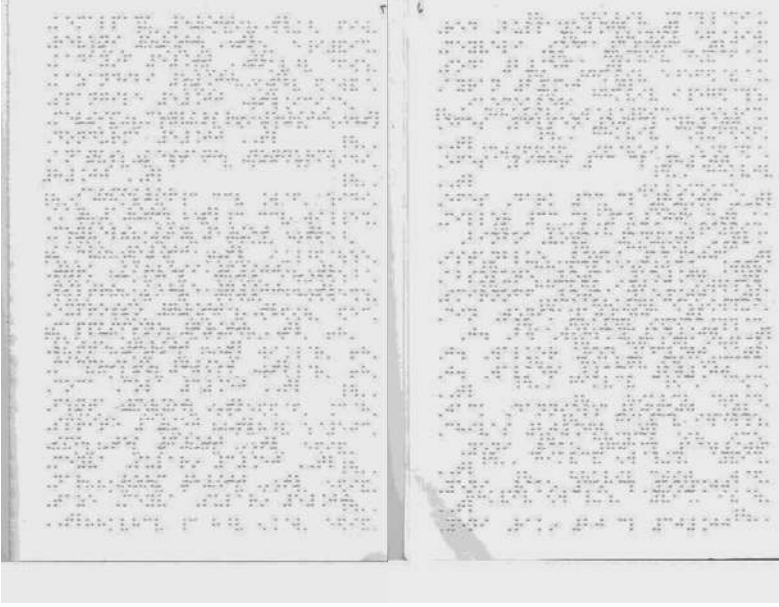
Fotoğraf 2:Braille Alfabetiyle Menü Sayfa 1**Fotoğraf 2:**Braille Alfabetiyle Menü Sayfa 2



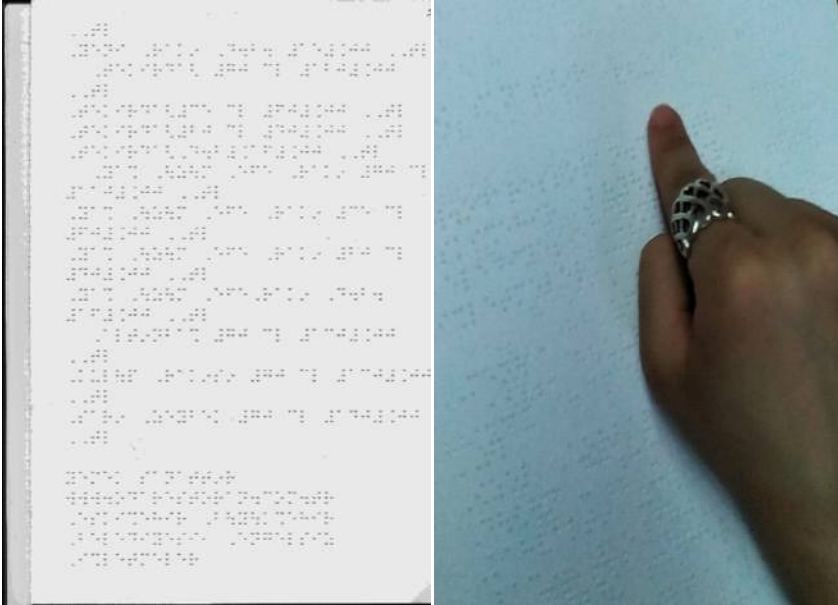
Fotoğraf3:Braille Alfabetiyle Menü Sayfa 3**Fotoğraf4:**Braille Alfabetiyle Menü Sayfa 4



Fotoğraf5:Braille Alfabetiyle Menü Sayfa 5**Fotoğraf6:**Braille Alfabetiyle Menü Sayfa 6



Fotoğraf7:Braille Alfabetiyle Menü Sayfa 7**Fotoğraf8:**Menü Parmakla Okunurken



Yukarıdaki fotoğraflardan da anlaşılabilceği üzere; işletme menüsünün Braille alfabesi ile yeniden düzenlenmesi aşamasında; menü birebir çevrilmiş, yemek isimleri, içerikleri ve fiyatları, işletmenin menüsünün orijinal halini yansıtmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Engelli bir bireyin de herkesle aynı tatil yerlerine, aynı yiyecek–içecek işletmelerine gidip aynı deneyimleri yaşama hakkının olduğu göz ardı edilmemesi gereken bir gerçektir. Aksi takdirde, engellileri toplumdan soyutlayıcı bu durumun sakıncaları, çağdaş ve uygar bir toplum olmanın gereklerine ters düşmektedir. Bireysel farklılıkların ve taleplerin yapılacak düzenlemelerde mutlaka göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Her kişinin engel tipi birbirinden farklılık gösterebilir. Örneğin tüm körlerin görme dereceleri aynı değildir. Her görme engelli birey, Braille alfabesini de bilemeyebilir. O nedenle uyarlamaların altın kuralı, yapılacak düzenlemelere kişiyle birlikte karar vermek olmalıdır. Tabii ki bu da her alanda olduğu gibi turizm ve yiyecek–içecek sektörünün erişilebilirliğinde dikkat edilmesi gereken temel esaslardan biri olarak yer almalıdır (Yılmaz ve Vural, 2014).

Araştırma bu şekliyle pilot uygulama aşamasındadır. Gönüllü işletmeye gelen ve randevu ile götürülen daha fazla görme engelli bireyden görüşler alınarak, Braille alfabesiyle menü hazırlama kriterlerinin netleştirilmesi, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi’nin “Engelsiz İşletmeler” teşviki ile daha fazla yiyecek içecek işletmesine menü hazırlama hususunda akademik destek sağlanarak yaygınlaştırılması ve sürdürülmesi önerilmektedir.

Çalışma, sadece Eskişehir’de faaliyet gösteren Oda Restoran’ın menü kalemleri ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında yer alan menünün, pilot uygulama olarak kabul edilip daha fazla işletmede uygulama alanı bulabilmesi umut edilmektedir. Söz konusu menünün uygulama aşamasının ardından farklı bölgelerdeki engelli bireyler ile çeşitli görüşmeler gerçekleştirilerek, menü ile ilgili algı ve düşünceleri alınıp herhangi bir eksikliğin olup olmadığı araştırılabilir ve alınan görüşler sonucunda menü beklenti ve isteklere uygun bir şekilde geliştirilebilir. Bu bağlamda, ileriki dönemlerde yapılacak olan çalışmalarda araştırmacılar, farklı işletmeleri daha genel sonuçlara ulaşabilmek için inceleyebilirler. Yapılan bu çalışmanın, farklı çalışmalara referans çalışma olabilmesi, çeşitli yiyecek–içecek işletmelerinde uygulama alanı bulabilmesi ve ilgili alan yazına katkı sağlayabilmesi ümit edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Açlan, Levent. *İstanbul*. Görüşme Tarihi: 04.08.2014.
- Akın, A. ve Akın, A. (2013). Yiyecek içecek işletmelerinde uygulanan maliyet kontrol sistemlerinin tespitine yönelik bir araştırma: Gaziantep Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, 36 (2013), 1 – 16.
- Altınel, H. (2011). *Menü yönetimi ve menü planlama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- ANKV (Altı Nokta Körler Vakfı). (2013). *Hakkımızda*. <http://www.6nokta.org.tr/tr/hakkimizda.html>, (Erişim Tarihi: 22.05.2014).

- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). *Türkiye’de özürllüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki alt yapı olanaklarının araştırılması*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Atikson, H. ve Jones, P. (1994). Menu engineering: managing the food service micro-marketing mix. *Journal of Restaurant & Food Service Marketing*, 1(1), 37 – 55.
- Biçici, F. ve Köroğlu, Ç. (2013). Restoran işletmelerinde ürün demetleme uygulaması olarak set menülerin yabancı turist algılamalarına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1/2 (2013), 52–58.
- Bölüköğlu, İ. ve Taşpınar, O. (2009). Menü mühendisliği ve Kalamış Divan Brasserie incelemesi. *10. Ulusal Turizm Kongresi*, Mersin Üniversitesi, Mersin, 1429 – 1434.
- Bölüköğlu, İ. ve Türksoy, A. (2001). Menü analiz sürecinde kullanılan yöntemlerden menü mühendisliğindeki son gelişmeler: iş gücünü dikkate alan bir model. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (2), 22 – 36.
- Bulduk, S. (2013). *Beslenme ilkeleri ve mönü planlama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Coşkun, Y. ve Akkaş, G. (2009). Engelli çocuğu olan annelerin sürekli kaygı düzeyleri ile sosyal destek algıları arasındaki ilişki. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 10 (1), 213 – 227.
- Çağlar, S. (2012). Engellilerin erişebilirlik hakkı ve Türkiye’de erişebilirlikleri. *AÜHFD*, 61 (2) 2012: 541–598.
- Çam, M. (2009). Konaklama işletmelerinde yiyecek – içecek maliyet kontrolünün önemi ve Akdeniz bölgesindeki konaklama işletmelerinde bir anket çalışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (11), 503 – 524.
- Çentik, G., Uçar, Ö. ve Uçar, E. (2013). Görme engellilere kabartma yazı alfabesini öğretmek amacıyla bilgisayar destekli bir eğitim setinin tasarımı ve uygulaması. *XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 32 – 38.
- Çiftçi, Y. ve Köroğlu, Ç. (2008). Otel işletmelerinde yiyecek-içecek maliyet kontrol yöntemlerinin incelenmesi (Marmaris ilçesi örneği). *Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (2008), 33 – 43.
- Demirbilek, M. (2013). Zihinsel engelli bireylerin ve ailelerinin gereksinimleri. *Turkish Journal Of Family Medicine And Primary Care (Tjfmpe)*, www.tjfmpe.com, 7 (3), 58 – 65.
- Doğan, S., Şanlıer, N. ve Tuncer, M. (2010). Yiyecek – içecek işletmelerinin satış çabalarında etik: Kastamonu ili örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18 (1), 241 – 256.
- Dönmez, A., Arıcı, A. ve Kutluk, F. A. (2011). Antalya’daki beş yıldızlı konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek maliyet kontrolü ve fiyatlama uygulamaları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3/1 (2011), 201–222.
- http://engelsizerisim.com/eeeh/yazi/13/turizmde_erisilebilirlik, (Erişim Tarihi: 13.06.2014). *Turizmde erişilebilirlik*.
- Ekinci, Muhammet. *İstanbul*. Görüşme Tarihi: 03.08.2014.
- Giritlioğlu, İ. (2008). *Otel işletmelerinde mutfak yönetimi ve yiyecek döngüsündeki kayıpların belirlenmesine yönelik bir araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Gökbay, İ. Z., Ergen, A. ve Özdemir, N. (2011). Engelli bireylerin istihdamına yönelik bir vaka çalışması: “engelsiz eğitim”. *Öneri*, 9 (36), 1 – 8.

- Koşan, L. (2013). Menü analizinde geleneksel ve çağdaş yöntemlerin karşılaştırılması. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (1), 203–219.
- Koşan, L. ve Geçgin, E. (2013). Hedef maliyetleme sisteminin menü analizinde kullanılması: bir yiyecek içecek işletmesinde yapılan uygulama ve sonuçları. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (2), 391 – 410.
- Kula, M. N. (2005). Engelli birey ve ailesinin sosyal uyumunda “yaratılanı hoş gör yaradandan ötürü” anlayışının rolü. *Tasavvuf: İlmî ve Akademik Araştırma Dergisi*, 6 (15), 153– 176.
- Müftüoğlu, U. (2006). *Tekerlekli sandalye kullanan bedensel engellilerin kentsel mekânları kullanım olanaklarının Trabzon kent merkezi örneği üzerinde incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Ninemeier, D. J. (2001). *Planing and control for food and beverage operation*. Michigan: American Hotel and Lodging Association.
- OR (Oda Restoran). (2014). *Hakkımızda*. <http://www.odarestoran.com.tr/>, (Erişim Tarihi: 22.05.2014).
- Öztürk, M. (2011). *Türkiye’de engelli gerçeği*. İstanbul: Ajansvista Matbaacılık.
- Rızaoğlu, B. ve Hançer, M. (2013). *Menü ve yönetim*. Ankara: DetayYayıncılık.
- Sarıışık, M., Akova, O. ve Güven, E. (2008). Menü yönetiminde yeni bir yaklaşım: 3p analiz yöntemi. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir, 277 – 280.
- Subaşıoğlu, F. (2000). Engellilerin internet’e erişimi üzerine. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 40(3-4), 203 – 216.
- Ulutaşdemir, N. (2007). Engelli çocukların eğitimi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2 (5), 119 – 131.
- Yılmaz, E. ve Vural, A. (2014). Turizmde erişilebilirlik. http://engelsizerisim.com/eeh/yazi/13/turizmde_erişilebilirlik, (Erişim Tarihi: 15.08.2014).
- Yılmaz, Y. (2006). *Konaklama & ağırlama işletmelerinde servis tekniği ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

TÜKETİCİLERİN MASA SERVİSİ YAPAN RESTORANLARDA ÖNEM VERDİĞİ HUSUSLARIN ŞİKÂYETDAVRANIŞI EĞİLİMLERİNE ETKİSİ

Ayşe ŞAHİN

*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
aysesahin@mersin.edu.tr*

A. Celil ÇAKICI

*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
celilcakici@mersin.edu.tr*

Ozan GÜLER

*Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ozanguler@mersin.edu.tr*

ÖZET

Şüphesiz her işletme gibi yiyecek içecek işletmeleri de, sunduğu hizmetinden memnun kalan ve sadık müşteriler elde etme amacı taşır. Buna karşın restoran işletmeciliğinde memnuniyetsiz müşteriler kaçınılmaz bir gerçekliktir. İnsanlar açısından restoranlar yemek yeme ihtiyacının karşılanmasından ziyade sosyalleşmenin ve günlük sorunlardan bir nebze de olsa uzaklaşmanın bir aracı olarak görülmeye başlanmıştır. Bu durum da doğal olarak yiyecek içecek işletmesi yöneticilerinin müşterilerini iyi tanıması, gerçekleşen hataları küçük-büyük olarak ayırt etmemesi ve etkili bir şikâyet yönetim sistemi kurmasını oldukça önemli bir hale getirmiştir. Bu bakış açısından hareketle, bu çalışma ile masa servisi yapan restoranlarda tüketicilerin önem verdiği hususlar belirlenerek, önem verilen hususların ne tür şikâyet davranış eğilimine yol açabileceği araştırılmıştır. Toplam 207 katılımcıdan yüz yüze anket uygulaması ile kolayda örnekleme yöntemiyle veri toplanmıştır. Toplanan verilerin analiz edilmesi neticesinde tüketicilerin restoranlarda önem verdiği hususların en çok etkilediği şikâyet davranış eğiliminin “ses çıkarma” olduğu, bu eğilimi etkileyen unsurların ise, “restoranın atmosferi” ve “personelin hizmet sunumu” olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler:*Restoran Nitelikleri, Şikâyet, Şikâyet Davranışı Modelleri, Şikâyet Yönetimi.*

GİRİŞ

1950’li yılların akabinde gelişen ekonomik koşullar ve tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerindeki hızlı değişim, tüm dünyada işletmeler arası rekabeti arttırmıştır. II. Dünya savaşı sonrası dönem, ekonomik anlamda uluslararası ticaret hacmi ve uluslararası sermaye akımlarının eşi görülmemiş bir biçimde arttığı ve küresel üretim süreçlerinin büyük bir dönüşüm yaşadığı bir dönemin başlangıcı olmuştur (Bayar, 2008). Bu gelişmeler gerek mal (otomobil, beyaz eşya vb.) gerekse hizmet ağırlıklı sektörler (turizm, kargo, gsm vb.) içerisinde faaliyet gösteren tüm işletmeleri etkilemiştir. 1950’li yılların ortalarından itibaren işletmelerin tüketici tatmini sağlayarak kar sağlamasını içeren “pazarlama anlayışını” uygulamaya başlamasıyla tüketicinin ve tüketici tatmininin ön planda yer aldığı bir satış işleminden ziyade üretim öncesinde başlayan, satış işlemiyle devam eden ve satış sonrası gerçekleştirilen çalışmalardan oluşan bir yaklaşım benimsenmeye başlanmıştır (Mucuk, 2001). İşletmeler, gelişen ve değişen pazar koşullarında ayakta kalabilmek ve pazar paylarını artırmak için müşteri ihtiyaç ve beklentilerine uygun mal ve hizmetler

sunmanın yanı sıra yaşanan hizmet başarısızlıklarına yönelik tatmin edici çözümler bulmayı ve müşteri şikâyetlerini en aza indirmeyi amaçlamaya başlamıştır (Kılıç ve Ok, 2012).

Müşteriler bir mal veya hizmetten memnun kalmadıklarında iki tür davranış gösterebilirler. Bunlardan ilki memnuniyetsizliğini ifade etmesi, ikincisi ise hiçbir şey söylemeden çekip gitmesidir (Barlow ve Moller, 2009). Beklentilerin karşılanmaması sonucu tüketicilerin yaşadığı duygu ise ‘memnuniyetsizlik’tir. Memnuniyetsizlik, en yaygın kabul edilen tanımıyla beklentilerin karşılanmaması sonucu tüketicilerin vermiş olduğu duygusal durum olarak kabul edilir (Kolodinsky ve Aleong, 1990). Bir üründen elde etmeyi beklediği faydalardan bir veya bir kaçını birden elde edemeyen tüketicilerin memnuniyeti azalır. Birinci tür davranışı gösteren tüketici, şikâyet davranışında bulunmuş olur. Şikâyet davranışı; memnuniyetsizlik sonucunda ortaya koyulan duygusal tepki (Halstead ve Page, 1992; Kolodinsky, 1992; Boote, 1998) ya da bireylerin memnuniyetsizlik durumlarını düzeltmek için giriştikleri bir müdahale olarak tanımlamaktadır (Richins, 1983). Memnuniyetsiz tüketiciler; şikâyetini işletmelere doğrudan şikâyetini iletme, marka değiştirme, mutsuz olduğu işletmenin tekrar müşterisi olmamak, üçüncü taraflara şikâyetle bulunma ve memnun kalmadığı ürün ve işletmeyle ilgili olumsuz haberler yayma gibi davranışlar gösterebilir (Folkes, 1984). Şikâyetçi müşteriler sorunlarının giderilmesi için işletmelere bir şans tanırken, şikâyetini iletmeyen müşteriler, işletmeye gerçekleşen sorun hakkında bilgi sahibi olması ve kendisini düzeltmesi anlamında hiçbir fırsat tanımazlar. Şikâyet eden müşteriler ise ürün hataları ve hizmet eksiklikleri gibi sorunlara dikkat çektikleri için işletmelere çok değerli fırsatlar sunmuş olurlar (Barlow ve Moller, 2009).

Müşteri şikâyetleri hangi sektörde hizmet verdiğiniz ve sattığınız ürünün türüne göre farklılık gösterebilir. Eğer imalat sektöründe faaliyet gösteriyorsanız müşteri memnuniyeti kusurlu malı değiştirmek veya iade almak suretiyle çözülebilirken; müşteriyle yüz yüze ilgilenilen ve temas düzeyi yüksek olan hizmet ağırlıklı sektörlerde faaliyet gösteriliyorsa müşteri memnuniyetini sağlamak bu kadar kolay olmayabilir (Alabay, 2012). Bu araştırma bağlamında ele alınan hizmet ağırlıklı sektör yiyecek-içecek sektörü olmuştur. Tüm diğer iktisadi işletmeler gibi şüphesiz restoranlarda, sunduğu hizmetinden en üst düzeyde memnun kalan ve sadık müşteriler elde etmek ister. Buna karşın restoran işletmeciliğinde memnuniyetsiz müşteriler kaçınılmaz bir gerçekliktir. Bunun en önemli nedeni ise hizmetin kendine has özelliklerinden (soyut olması, heterojen olması, ayrılmazlık durumu ve stoklanamaz olması) kaynaklı olarak müşteri tiplerinin çeşitliliği ve sunulan mal ve hizmetlerin seçilen pazar bölümlerine bağlı olarak heterojenliğidir (Kotler, Bowen ve Makens, 2010). Restoran yöneticileri ve çalışanları ne kadar denerse denesin, en iyi restoranlarda dahi geç servis, pişirme tekniği hataları, aksi çalışan ya da müşteri gibi sorunlar yaşanabilir (Gursoy, McCleary ve Lepsito, 2003). Bu noktada restoran yöneticilerinin müşterilerini iyi tanıması, farklı müşteri tipleri hakkında bilgi sahibi olması ve bilhassa müşterilerin restoranda önem atfettiği unsurlar hakkında bilgi sahibi olması gerekir (Su ve Bowen, 2000).

Günümüz tüketicileri açısından restoranlar yemek yeme ihtiyacının karşılanmasından ziyade psikolojik, sosyal ve ekonomik ihtiyaçların karşılanması amacıyla sosyal etkileşim içine girmenin, prestij ve statü elde etmenin, ruh halinde iyileşme ve günlük sorunlardan uzaklaşmanın bir aracı olarak görülmeye başlanmış ve tüketiciler gittikleri restoranlar ile yaşam tarzlarını eşleştirmeye başlamışlardır (Özdemir, 2010). Her ne kadar restoranlara giden müşterilerin öncelikli amacı açlık hislerini gidermek olsa da müşteriler bunu yaparken kendi damak tatlarına uygun lezzette yiyecek ve içeceklere, güzel kokan, temiz, iyi aydınlatılmış bir ortamda, kibar, yardımsever, temiz ve güzel giyimli bir personel tarafından sunulacak ve ödenmesine değecek bir fiyattan sahip olmak ister (Albayrak, 2013). Yapılan araştırmalar tüketicilerin restoranlarda önem verdiği hususların; restoranın atmosferi (müzik ses düzeyi, ortamın sıcaklığı vb.), personelin hizmet sunumu (hızlı servis, kibarlık, kapıda karşılanmak vb.) yiyecek-içeceğin içeriği (yiyecek-içeceğin sağlıklı olması, sıcak olması, hijyen koşulları vb.) ve fiyat (ödenen fiyata değmesi, fiyatın makul olması vb.) gibi faktörlerden oluştuğunu göstermektedir. (Baek, Ham ve Yang, 2006; Liu ve Jang, 2009).

Müşterilerin restoranlarda önem verdiği hususlar ve şikâyet davranışlarını anlamaya yönelik gerçekleştirilen birçok çalışma olmasına karşın müşterilerin restoran işletmelerinde önem attıkları hususların hangi tür şikâyet davranışına yol açacağına ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır. Alanyazındaki çalışmalar incelendiğinde dışarıda yemek yeme olgusunu içeren çalışmaların genellikle dışarıda yemek yeme amaçları, restoran seçimi, yemek seçimi ve yemek deneyimi ile ilişkilendirildiği, Türkçe alanyazındaki çalışmaların ise fast food türü yiyecek ve restoran tercihleri gibi konulara odaklandığı görülmektedir (Özdemir, 2010). Bu çalışmalar müşterilerin memnuniyetsizliklerini bir bütün olarak değerlendirip, müşterilerin memnuniyetsizlikleri sonucunda en çok hangi davranışı gösterdiklerini ya da memnuniyetsizliğin nasıl bir ilişkisel yapı içerisinde olumsuz davranışsal niyete yol açacağını ortaya koymaktadır. Ancak bu çalışmalar, hangi şikâyet davranışının hangi önem verilen unsurdan kaynaklandığına yanıt vermemektedir. İşletmelerin şikâyetleri (1) düzeltilebilecek konular hakkında şikâyetler ve (2) düzeltilmesi asla mümkün olmayacak ancak müşterinin duygusal olarak tatmin edilmesi gereken şikâyetler olarak ayırması lehine olacaktır (Barlow ve Moller, 2012). Aksi halde bazen büyük bir sorun oluşturmayan şikâyete aşırı derecede telafi yapılması müşterilerin kendini kötü hissetmesine neden olabilecek iken, bazen de küçük gibi görülen ancak müşterinin önemseydiği bir sorunla yeterince ilgilenilmemesi müşterilerde memnuniyetsizlik yaratabilecektir.

Bu araştırma ile tüketicilerin masa servisi yapan restoranlarda önem attığı hususlar ve bu unsurlardan memnuniyetsiz kalındığında gösterilmesi olası şikâyet davranışları ortaya koyulmasına ek olarak müşterilerin önem attığı konuların hangi tür şikâyet davranışına yol açabileceği araştırılmıştır. Böylelikle müşterilerin bir restoranda önem verdiği farklı hususlarda yaşayacağı memnuniyetsizliğin, hangi tür şikâyet davranışına yol açabileceğine yönelik bilgi üretilmeye çalışılmıştır. Ayrıca uluslararası yazında, müşterilerin önem

verdikleri restoran nitelikleri ile şikâyet etme eğilimleri arasındaki ilişkiye yönelik çok sayıda çalışma mevcutken, ulusal yazında bu konunun sınırlı sayıda araştırmacı tarafında dikkate alındığı görülmektedir. Bu açıdan çalışmanın ulusal kapsamda müşteri şikâyet yönetimi alanyazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KURAMSAL ARKAPLAN

Hirschman'ın (1970) terk-etme/değiştirme, ses çıkarma ve pasif davranış'tan oluşan üçlü şikâyet davranışı modeli şikâyet davranışı çalışmalarının temelini oluşturur (Boote, 1998; Ro ve Mattila, 2008). Hirschman'ın modelinde yer alan pasif davranış türü, tüketicilerin işletme ile arasında oluşturduğu bağdan dolayı herhangi bir eylemde bulunmamasını ifade eder (Singh, 1988). Bu gruba giren tüketiciler memnuniyetsizlik yaşasalar dahi herhangi bir eylem göstermezler. Terk-etme/değiştirme ve ses çıkarma eylemleri tüketicilerin dolaylı ve doğrudan olarak ifade edilen en temel iki şikâyet davranışı türüdür. Terk etme-çıkış davranışı (dolaylı), tüketicinin almak istediği mal ve hizmeti aynı işletme veya üreticiden tekrar almamasını içeren (Boote, 1998), değiştirme maliyeti ve alternatifleri aramak gibi çabaları gerektiren bir davranıştır (Ro ve Mattila, 2008). Ses çıkarma davranışı (doğrudan) ise işletmeden düzeltme ve telafi beklentisiyle yazılı veya sözlü olarak gerçekleştirilen ve doğrudan tüketiciyle diyalog kurarak içinde bulunulan durumu düzeltmeye yönelik çabalar (Kolodinsky, 1992; Boote, 1998; Ro ve Mattila, 2008).

Hirschman'ın üçlü modeli, zaman içerisinde farklı yazarlar tarafından geliştirilmiş ve daha detaylı bir hal almıştır. Day ve London (1977) modelinde şikâyet türlerini genel ve kişisel şikâyet davranışı olarak ikiye ayırmıştır. Buna göre tüketicilerin ses çıkarma ve üçüncü şahıslara şikâyeti genel şikâyet davranışı (doğrudan), işletmeyi terk etme ve olumsuz deneyimleri yayma davranışını ise kişisel şikâyet davranışı (dolaylı) altında konumlandırmıştır (Ro ve Mattila, 2008). Tüketici davranışı modellerini geliştirmeye yönelik bir diğer çalışma da Singh (1988) tarafından gerçekleştirilmiştir. Daha önce ileri sürülen modelleri farklı sektörlere ait ürünlere yönelik şikâyet davranışları açısından test eden Singh (1988) şikâyet davranışı için üç boyutlu bir model öne sürmüştür. Buna göre ilk boyut daha pasif davranış gösterme ve ses çıkarmadan oluşan “sözlü tepkiler”, ikinci boyut olumsuzlukları yayma ve işletmeyi boykot etme davranışlarını kapsayan “kişisel tepkiler” ve son boyut kamu-özel-yasal kurumlara başvurmayı kapsayan “üçüncü kurumlara tepkiler” olarak adlandırılmıştır (Singh, 1988).

ALANYAZIN TARAMASI

Restoranda Önem Verilen Niteliklere İlişkin Alanyazın Taraması

Tüketicilerin şikâyet davranış eğilimleri birçok araştırmacı tarafından restoranlar ve diğer yiyecek içecek işletmeleri bağlamında incelenmiştir. Su ve Bowen'in (2000) gerçekleştirdiği araştırma bulguları, masa servisi yapılan restoranlarda müşterilerin en çok karşılaştığı sorunların, “yavaş ve yetersiz servis”, “yemeğin iyi pişmemesi”, “yemeğin ödenen fiyata değmemesi” ve “kaba hizmet” olduğu şeklindedir. Namkung ve Jang'ın

(2007) orta sınıf restoranlarda gerçekleştirdiği çalışmasında; müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyete etki eden en önemli unsurunun “yiyeceğin tadı ve sunumu” olduğu tespit edilmiştir. Anglo Amerikan ve Meksika Amerikan ailelerinin restoran seçimlerini etkileyen faktörleri araştıran Elder, Sallis, Zive, Hoy, McKenzie, Nader ve Berry (1999), en önemli bulunan faktörlerin sırasıyla, “temizlik”, “lezzet”, “atmosfer” ve “fiyat” olduğunu bulgulamıştır.

Liu ve Jang (2009), Çin restoranlarından duyulan memnuniyeti araştırdığı çalışmasında; Çin restoranlarının geliştirmeleri gereken en önemli iki unsurun hijyen ve kibar-özenli personel olduğu belirtmiştir. Law, To ve Goh’un (2008) gerçekleştirdiği araştırmada, Çinli turistlerin restoranlarda en önemli buldukları hususların sırasıyla “servis personelinin tutumu”, “hijyen-temizlik”, “servisin hızı”, “ödenen paraya değmesi”, “yiyecek ve içeceğin kalitesi”, “atmosfer” ve “hizmet sunumu” olduğu ifade edilmiştir. Asya ve Meksika restoranlarında müşterilerin yiyecek-içecek güvenliği algısını araştıran Lee, Niode, Simonne ve Bruhn’un çalışması (2012), “mutfağın temiz olması”, “pişirme ve ısıtma ekipmanlarının temiz olması” “yiyeceğin tazeliği ve içeriği”, “yetkililer tarafından denetleniyor olması ve “tuvaletlerin temizliği” unsurlarının katılımcılar için en önem verilen unsurların başında geldiğini göstermektedir.

Ulusal alan yazında da müşterilerin restoran seçiminde önem verilen nitelikler konusunda çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Korkmaz (2005) restoran niteliklerinin önemini öğrenciler gözünden fast food türü ürün açısından incelemiş ve öğrencilerin satın alma kararını etkileyen en önemli faktörleri sırasıyla, “temizlik”, “sağlıklı ürün, “kalite”, “doyurucu olması” ve “ hızlı servis” olarak bulgulamıştır. Benzer bir çalışmayı Ankara Gazi Üniversitesi öğrencileri üzerinde gerçekleştiren Yazıcıoğlu, Işın ve Koç (2013) öğrencilerin en önem verdiği ilk 5 unsurun sırasıyla, “yiyeceklerin tazeliği”, “yiyeceklerin lezzeti”, “yiyeceklerin ısısı”, “menüdeki ürün çeşitliliği” ve “ödenen paranın karşılığının alınması” olduğunu ortaya koymuştur. Türk usulü fast food işletmelerinde bir araştırma yapan Tayfun ve Tokmak (2007) ise tüketicilerin bu işletmeleri tercih etmelerinin başlıca nedenlerinin “menülerin doyurucu olması, “damak tadına uygunluk”, “hizmetlerin zamanında sunulması”, “ulaşım kolaylığı” ve “iş-ev yerine yakın olması” olduğunu bulgulamıştır.

Restoran Şikâyet Davranış Eğilimine İlişkin Alanyazın Taraması

Gursoy ve diğerleri’nin (2003) 1008 memnuniyetsiz restoran müşterisinin şikâyet davranış biçimlerini ve sosyo-demografik yapılarını incelemiştir. Elde edilen sonuçlar şikâyet davranışı gösterenlerin “konuşanlar” ve “ses çıkaranlar” olarak ikiye ayrıldığını, “konuşanlar” olarak tanımlanan kitlenin memnuniyetsizliğini işletmeden daha ziyade arkadaş ve akraba çevresine iletildiğini, buna karşın “ses çıkaranlar” olarak tanımlanan kitlenin memnuniyetsizliğini hem işletmeye hem de çevresine duyurduğunu göstermektedir. Namkung, Jang ve Choi (2011), gerçekleştirdiği çalışmada sadık müşterilerin “restorana giriş” ve “siparişi alma” senaryolarında diğerlerinden daha fazla

şikayet etme eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Şikayet eden ve etmeyen müşterileri gruplara ayıran yazarlar, “sessiz destekleyici” (yüksek duygusal sadakat ve düşük şikayet eğilimi) tipindeki bireylerin en yüksek, “saf şikayetçi” (düşük duygusal aidiyet ve yüksek şikayet eğilimi) tipindeki bireylerin ise en düşük derecede işletmeye sadakat davranışı gösterenler olduğunu bulgulamışlardır. Masa servisi yapan restoranlarda hizmet alan müşterilerin şikayet davranışlarını ve gösterdikleri kişilik özelliklerini araştıran Jones, McCleary ve Lepisto (2002), müşterilerin “şikayet etme eğiliminde olmayanlar”, “gördüğü her çalışana şikayetini anlatanlar” ve “olumsuz deneyimlerini başkalarına yayanlar” olarak üçe ayırdığını ortaya koymuştur. Yazarlar kendini en fazla baskı altında kişisel iletişime en uzak duran kitlenin, “olumsuz deneyimlerini başkalarına yayma” eğiliminde olanlar olduğu buna karşın, fiyata en çok önem veren ve iletişime en açık olan kitlenin “şikayetini ileten” müşteri kitlesi olduğunu bulgulamıştır.

Bougie, Pieters ve Zeelenberg (2003), gerçekleştirdiği iki aşamalı çalışma sonucunda tüketicilerin memnuniyetsiz restoran deneyimlerinin, “olumsuz deneyimleri paylaşma” ve “işletmeyi boykot etme” davranışına etki etmesinde “kızgınlık” durumunun aracı değişken olduğunu bulgulamışlardır. Yazarlar, tüketicilerin farklı duygusal tepkilerini anlamının tüketici davranışlarını tahmin etmede önemli bir unsur olduğunu belirtmektedirler. Benzer şekilde öğrencilerin restoran memnuniyeti üzerine bir çalışma gerçekleştiren Ladhari, Brun ve Morales (2008) müşterilerin olumlu ve olumsuz duygularının algıladıkları hizmet kalitesi ile memnuniyet arasındaki ilişkiyi önemli biçimde etkilediğini ve olumlu duyguların memnuniyet üzerinde daha fazla etkisi olduğunu bulgulamıştır. Han, Back ve Barrett’ de (2009) restoran müşterilerinin tekrar ziyaret davranışı göstermelerinde duyguların önemli olduğunu ve memnuniyet aracı değişkeni yoluyla tekrar ziyaret etme davranışının etkilendiği ortaya koymuştur. Araştırmanın en önemli bulgusu, restoranda hissettiği olumsuz duygular sebebiyle tamamen tatmin olamayan müşterilerin, değer verdiği herhangi başka bir nedenden dolayı (restorana ilişkin özellikler, fiyat, eş-dost tavsiyesi, restorana duyulan aidiyet, parasal olmayan bedeller ve alternatiflerin eksikliği) restoranı tekrar ziyaret eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın tam tersi açıdan konuya yaklaşan ve restoranda aldığı hizmetten memnun olan müşterilerin neden buna rağmen işletmeleri terk ettiğini araştıran (Jung ve Yoon, 2012) en çok memnun olan müşterilerin aynı zamanda işletmeyi en fazla değiştirme eğiliminde olanlar olduğunu bulgulamıştır. Yazarlar, bu durumu, tüketicilerin sadakat duygularının işletmeyi değiştirme niyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasına bağlamaktadır.

Lam ve Tang (2003), gerçekleştirdiği araştırmada restoranlardan aldığı hizmetten memnun kalmayan tüketicilerin göstermeye eğilimli oldukları ilk 5 şikayet davranışı; “tekrar aynı restoranda yemek yememek”, “arkadaş ve aileyi aynı restorana gelmemeleri konusunda yönlendirmek”, “restoran hakkında kötü konuşmak”, “aldığı yiyecek veya içeceğin değiştirilmesini istemek” ve “işletme hakkında kötü konuşmak” olarak belirtmiştir. Kitapçı’nın (2008) yapmış olduğu araştırmada, müşterilerin % 57,4’ünün, müşteri personel ilişkisi, hızlı hizmet ve restoranın temizliği gibi unsurlardan oluşan hizmet kalitesi

faktöründe yaşanan belirsizlikler nedeniyle restoranlara şikâyetle bulundukları ortaya koyulmuştur. Albayrak'ın (2013) çalışmasında ise “çalışanların tavır ve davranışı”, “çalışanların kişisel hijyeni” ve “yiyecek-içeceklerin lezzeti” konuları, müşterilerin en fazla şikâyetle bulundukları konular olduğu ortaya koyulmuştur. Kim, Park, Kim ve Ryu (2013) tüketicilerin gıda güvenliğine verdiği önemin tüketim sonrası davranışlarına etkisini incelediği çalışmasında “gıda güvenliği ve gıda sağlığının” müşterilerin algıladığı değer ve memnuniyeti arttırdığı ve dolaylı olarak sadakat davranışı göstermelerini etkilediğini bulgulamıştır. Benzer bir bakış açısıyla restoran atmosferinin müşterilerin memnuniyetlerine ve tekrar ziyaret eğilimine etkisini inceleyen Heung ve Hu (2012), restoran atmosferinin, müşterilerin olumlu davranışsal eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu bulgulamıştır. Ek olarak, restoranın dışarıdan albenili görünüşünün, rahatlık sağlayacağı imajı veren bir görüntüsünün olmasının ve iç tasarımının çekici olmasının en önem verilen ilk üç atmosfer unsur olduğu belirtilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Evren ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın evreni Türkiye’de yaşayan 15 yaş ve üzeri, ayda en az bir defa masa servisi yapılan restoranlara giden tüketicilerdir. İdeal evren üzerinde anket uygulaması olanaklı olmadığı için, çalışma evreni tanımlaması yoluna gidilmiştir. Çalışma evreni ise Mersin’in Yenişehir ve Mezitli ilçelerinde ikamet eden 15 yaş ve üzeri, ayda en az bir kez masa servisi yapılan restoranlara giden tüketicilerdir. Yenişehir ilçesinin 20 yaş üstü nüfusu, köyler dâhil 149.092 olup; bu sayı Mezitli ilçesinde 107.729’dur (TUIK, 2013, s. 87). Nüfus büyüklüğü ikincil verilerden elde edilmekle birlikte, ayda en az bir kez dışarıda yemek yiyenlerin sayısı ve listesine ulaşmak, mevcut araştırma koşullarında neredeyse olanaksızdır. Bu nedenle, tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme zorunlu olarak başvurulmuştur.

Veri Toplama Aracı

Veriler daha önce alanyazında kullanılan ölçeklerin bir araya getirildiği bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Ankette demografik soruların yanı sıra, iki adet ölçek bulunmaktadır. Ölçeklerden ilki restoranlarda önem verilen hususları belirlemeye dönüktür. Ölçek, Liu ve Jang’ın (2009) Amerika’daki Çin restoranlarının algılanması üzerine gerçekleştirilen çalışmadan yararlanılarak oluşturulmuştur. 25 ifadeden oluşan ölçeğin tepki kategorileri “1=hiç önemli değil, 5=çok önemli” olacak şekilde 5’li derecelemeye tabi tutulmuştur. İkinci ölçek, memnuniyetsizlik durumunda restoran müşterilerinin ne tür şikâyet davranışında bulunabileceklerini tespit etmeye dönük 17 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin maddeleri Keng ve Liu (1997), Bougie ve diğerleri (2003) ve McQuilken ve Robertson’un (2011) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçeğin tepki kategorisi “1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum” olacak şekilde oluşturulmuştur. Anketler yalnızca “en az ayda bir kere masa servisi yapan bir restoranda yemek yiyorum” ifadesine evet cevabı veren katılımcılara

uygulanmıştır. Bu ön koşulu karşılamayan katılımcılara anket formu verilmemiştir. Anket uygulamasına 1 Haziran 2014 tarihine kadar devam edilmiştir. Anket toplama işlemi sonunda 230 anket toplanmıştır. Hatalı veya eksik doldurulduğu düşünülen 23 anketin elenmesinden sonra 207 geçerli anket ile analizlere geçilmiştir.

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcının demografik özelliklerine ilişkin bilgilere kısaca göz atıldığında çalışmaya katılan 207 katılımcının cinsiyet ve medeni durum oranlarının birbirine eşit olduğu görülmektedir. Katılımcıların %21.6'sının 1000 TL'nin altında, %26.5'inin 1000-1999 TL arasında, %38.7'sinin 2000-2999 TL arasında ve kalan %13.2'lik kısmın 3000 TL ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların % 59.3 ile 25-44 yaş grubunda olduğu, % 15.2'lik öğrenci kısmı hariç çalışan kesim olduğu ve % 70.6'lık kesimin lisans ve üzerinde eğitime sahip olduğu görülmüştür.

Tüketicilerin Restoranlarda Önem Verdiği Hususların Güvenilirlik ve Faktör Analizi

25 maddeden oluşan restoran nitelikleri ölçeğine ilişkin analizlerin yorumlanmasından önce ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliği test edilmiştir. Ölçeklerin geçerliliğini test etmek için Cronbach Alfa ve ikiye bölünmüş model istatistik test değerlerine başvurulmuştur. Yapılan ilk analiz neticesinde ölçeğin her iki metoda göre de yüksek seviyede güvenilir olduğu buna karşın “yemeğin tadı” ifadesinin ölçeğin güvenilirlik düzeyini önemli biçimde düşürdüğü görülmüştür. Bunun üzerine ilgili madde ölçekten çıkartılmıştır. Tekrarlanan analiz sonuçlarına göre, restoran niteliklerine verilen önemi ölçen ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik istatistiği 0,876, ikiye bölünmüş model test değerinin tek maddeler için 0,771, çift maddeler için 0,816 olduğu ve ölçeğin bütünü için Spearman-Brown Katsayısının 0,805 olduğu görülmüştür. Hair, Black, Babin ve Anderson'un (2010) belirttiği üzere 0,70 değeri güvenilirliğin sınır değeridir ve bu değer üzerinde olan ölçekler iyi düzeyde güvenilirlerdir. Ek olarak ölçekte yer alan maddeler arası korelasyonlar arasında negatif değer olmadığı, madde toplam korelasyon değerlerinin 0,312-0,687 aralığında, maddelerin çoklu korelasyon değerlerinin 0,256 ile 0,734 aralığında ve Hotelling's T-kare istatistiği sonucuna göre maddelerin homojen bir yapıda olduğu söylenebilir ($p < 0,001$).

Ölçeklerin güvenilirlik analizlerinin ardından birbirleriyle ilişkili olan veri yapılarını ortaya, ortak algılanan yapıları ve değişkenleri ortaya çıkarmak üzere ölçeğe açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır (Hair ve diğerleri, 2010). Faktör analizi yapılırken faktör sayısının belirlenmesinde maddelerin eş kökenlilik değeri $\pm .50$ ve üzeri, özdeğeri 1'in üzerinde ve faktör yük değeri $\pm .50$ ve üzeri olması tercih edilmiş ve varimax döndürme yöntemi ile faktörlerin belirlenmesine karar verilmiştir (Hair ve diğerleri, 2010, s. 105-117). Yapılan ilk analiz sonucunda 6 ifadenin (tam olarak sipariş edilen nitelikte yemeğin sunulması, personelin yardımsever davranması, personelin menü hakkında bilgiye sahip

Faktörler	Faktör Yükleri	Eş kökenlilik	($\bar{x}$)	S.S.	Öz değer	Açıklanan Varyans %	Alfa
Faktör 1: Atmosfer 1-Fiziksel Ortam			3,97		2,533	14,073	,835
Müzik ses düzeyi	,892	,835	4,00	,860			
Ortam sıcaklığının uygun olması	,816	,703	4,13	,758			
Müziğin türü	,807	,688	3,77	,853			
Faktör 2: Hizmet 1-Personel			4,30		2,342	13,009	,792
Personelin özenli davranması	,799	,755	4,29	,641			
Personelin kibar davranması	,793	,736	4,35	,588			
Hizmetin hızlı olması	,758	,641	4,25	,646			
Faktör 3: Atmosfer 2-Temizlik			4,38		2,287	12,706	,725
Personelin temiz giyimli olması	,793	,744	4,44	,644			
Personelin iyi giyimli olması	,742	,688	4,18	,761			
Restoranın dış çevresinin temiz olması	,647	,609	4,35	,696			
Ortamin kokusu	,576	,557	4,54	,630			
Faktör 4: Yiyecek 1-Güvenlik			4,62		1,918	10,654	,687
Yemeğin içindeki gıdaların güvenilir olması	,812	,740	4,72	,559			
Yemeğin sağlıklı olması	,775	,737	4,52	,739			
Yemeğin içindeki ürünlerin tazeligi (mevsimlik olması)	,656	,591	4,62	,635			
Faktör 5:Yiyecek 2-Nitelik			4,24		1,677	9,315	,566
Yemek menüsünün çeşitliliği	,814	,698	3,96	,783			
Yemeğin porsiyondaki sunumu	,715	,595	4,32	,653			
Yemeğin gereken ısıda olması	,520	,537	4,45	,508			
Faktör 6: Hizmet 2-Kişisel İlg			3,86		1,540	8,555	,704
Personelin sürekli ilgisi	,772	,771	3,70	,939			
Restorana girerken ilgili personel tarafından karşılanma	,717	,692	4,03	,876			

Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi; Açıklanan toplam varyans= % 68,311;
Kaiser-Meyer-Olkin örneklem uygunluk ölçümü=, 779; %77,9
Bartlett'in Küresellik Testi: $X^2 = 1268,586$, d.f= 153, p<0,001
Ölçek Ortalaması: 4.2283

Tüketicilerin Şikâyet Davranış Eğilimi ve Türleri

Tüketicilerin ses çıkarma, işletmeyi değiştirme, olumsuz tepki gösterme ve üçüncü kurumlara şikâyet etme gibi davranışlar göstermesi temeline göre oluşturulan 17 maddeli ölçeğin yorumlanmasında önce, restoran niteliklerine atfedilen önem ölçeğinde olduğu gibi ölçeğin öncelikle güvenilirlik ve geçerliliği test edilmiştir. Yapılan ilk analiz neticesinde “şikâyet etmek pek tercih ettiğim bir yol değildir” (Keng ve Liu, 1997) ve “Restoran yetkililerine bilgi vererek yemek hizmetimin ücretsiz sağlanmasını beklerim” (McQuilken ve Robertson, 2011) ifadelerinin ölçeğin güvenilirlik düzeyini önemli biçimde düşürdüğü ve bu maddelerin toplam korelasyonlarının ve çoklu korelasyon değerlerinin 0,250’den (Kalaycı, 2010, s. 412) küçük olduğu görülmüştür. Bunun üzerine ilgili maddeler ölçekten çıkartılarak güvenilirlik analizi tekrarlanmıştır. Tekrarlanan analiz sonuçlarına göre, katılımcıların şikâyet davranışı eğilimini ölçen ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik istatistiği 0,882, ikiye bölünmüş model test değerinin tek maddeler için 0,850, çift maddeler için 0,829 olduğu ve ölçeğin bütünü için Spearman-Brown Katsayısının 0,683 olduğu görülmüştür. Ek olarak ölçekte yer alan maddeler arası korelasyonları arasında negatif değer olmadığı, madde toplam korelasyon değerlerinin 0,357-0,655 aralığında, maddelerin çoklu korelasyon değerlerinin 0,373-0,773 aralığında ve Hotelling’s T-kare istatistiği sonucuna göre maddelerin homojen bir yapıda olduğu söylenebilir ($p<0,001$). Tüm bu veriler bu ölçüm aracının şikâyet davranış eğilimini ölçmeye uygun olduğunu göstermektedir.

Ölçeklerin güvenilirlik analizlerinin ardından ölçeğe açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Güvenilirliği bozduğu anlaşılan iki maddenin ölçekten çıkarılmasıyla 15 madde ile faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda hiçbir maddenin eşkökenlilik ya da faktör yükü sorunu yaşamadığı toplam varyansın % 64,38’ini açıklayan, üç faktör altında toplanan toplam 15 maddeden oluşan bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapı, ölçek sahiplerinin analizlerinin aksine 4 boyut yerine Singh’in önerdiği gibi (1988) 3 boyut altında bir araya gelmiştir. Birlikte aynı faktörü oluşturan maddelerin ait olduğu faktör isimleri yeniden isimlendirilmiştir.

Faktör analizi sonuçlarının yer aldığı Tablo 2 incelendiğinde, şikâyet tutumu ve ses çıkarma isimli boyutun açıklanan varyansa en yüksek, üçüncü taraflara şikâyet eğilimi isimli boyutun ise açıklanan varyansa en düşük katkıyı yapan boyut olduğu görülmektedir. Katılımcıların ifadelerine verdikleri katılım puanları değerlendirildiğinde, olumsuzlukları yayma ve işletmeyi terk etmenin katılımcıların en çok göstermeye eğilimli oldukları davranış türü olduğu ($\bar{x}=3,86$) buna karşın üçüncü taraflara şikâyet eğiliminin katılımcılar tarafından pek tercih edilmediği görülmektedir ($\bar{x}=3,03$). Ölçeğin en yüksek ortalamaya sahip maddesi “arkadaşlarımı ve ailemi benzer memnuniyetsizliği yaşamamaları için uyarırım” ($\bar{x}=4,12$) iken en düşük maddenin “şikâyetimi internet siteleri ve/veya sosyal medyada paylaşırım.” maddesidir. Ölçeğe ait diğer istatistikler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Şikâyet Davranış Türlerine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Eş kökenlilik	$(\bar{X})$	S.S.	Öz değer	Açıklanan Varyans %	Alfa
Faktör 1: Ses Çıkarma			3,72		4,046	26,971	,873
Aldığım bir mal veya hizmetten memnun kalmazsam şikâyetle bulunmayı bir görev olarak hissedirim.	,824	,772	3,82	,892			
Restoran yetkililerine memnuniyetsizliğime yönelik bir çözüm üretmeleri için rahatsızlığımı iletirim.	,767	,631	3,95	,861			
İnsanlar memnun edici hizmet sunmayan işletme çalışanları şikâyet etmelidir.	,745	,589	3,65	,933			
Aldığım bir mal veya hizmetten memnun kalmadığımda şikâyet etmezsem sınırlarım bozulur.	,708	,552	3,39	1,075			
Hakkım olanı elde etmek için sorunu restoran yetkilileriyle paylaşıyorum.	,703	,597	3,85	,886			
Çevremdeki insanların memnun kalmadıkları bir mal veya hizmet nedeniyle şikâyet davranışı göstermeleri beni mutlu eder.	,688	,512	3,90	,937			
Bazen aldığım bir mal veya hizmetle ilgili memnuniyetsizliğimi ve hayal kırıklığımı iletmek kendimi iyi hissetmemi sağlar.	,665	,494	3,51	1,000			
Faktör 2: Kişisel tepkiler			3,86		3,056	20,371	,833
Çevremdeki insanları aynı yere gitmemeleri için yönlendiririm.	,828	,754	3,75	,979			
Bir daha aynı restorana gitmem.	,783	,615	3,71	1,105			
Çevremdeki insanlara yaşadığım olumsuzlukları anlatırım.	,779	,709	3,91	,953			
Bir dahaki sefer başka bir restoranda yemek yerim.	,710	,540	3,80	,979			
Arkadaşlarımı ve ailemi benzer memnuniyetsizliği yaşamamaları için uyarırım.	,642	,502	4,12	,760			
Faktör 3: Üçüncü Taraflara Şikâyet			3,03		2,557	17,045	,883
Yasal haklarıma başvururum.	,910	,848	3,13	1,120			
Tüketici haklarını koruma derneklerine şikâyetimi iletirim.	,906	,860	3,04	1,073			
Şikâyetimi internet siteleri ve/veya sosyal medyada paylaşıyorum.	,739	,735	2,93	1,143			
Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi; Açıklanan toplam varyans= % 64,38; Kaiser-Meyer-Olkin örneklem uygunluk ölçümü=, 826; %82,6 Bartlett'in Küresellik Testi: $X^2 = 1685,543$, d.f= 105, p<0,001 Ölçek Ortalaması: 3,5366							

Restoranda Önem Verilen Hususların Farklı Şikâyet Davranışlarına Etkisi

Çalışmanın ana amacı olan tüketicilerin restoranlarda önem verdiği hususların şikâyet davranış eğilimine etkisini belirleyebilmek için çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi sonucunda altı alt boyuta ayrılan restoran niteliklerinin üç alt boyutta toplanan tüketici davranış eğilimine etkisi üç farklı çoklu regresyon modeli ile analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda bireylerin farklı şikâyet davranışı gösterme eğilimlerine etki eden restoran nitelikleri ortaya koyulmuştur. Bu analizler sonucunda tüketicilerin bir restoranda önem atfettikleri niteliklerin şikâyet davranışında bulunmalarını açıklayan anlamlı değişkenler olduğu ortaya çıkmış ve oluşturulan tüm modeller bir bütün olarak geçerli çıkmıştır ($p \leq 0,0001$). Modellerin uyum iyilikleri değerlendirildiğinde, otokorelasyon sorunu olmadığı (D-W: 1,680/1747) ve çoklu bağlantı sorunlarının bulunmadığı (en düşük tolerans değeri: 0,681, en büyük VIF: 1,468)

görülmektedir. D-W istatistiğinin 1,5-2,5 aralığında olması (Kalaycı 2010, s. 264), tolerans değerinin 0,200'den daha küçük olmaması (Büyüköztürk 2009, s. 100) ve VIF değerlerinin 10'dan (Alpar 2012, s. 390) büyük olmaması otokorelasyon ve çoklu bağlantı olmaması açısından istendik değer aralıklarıdır. Tablo 3'te gösterilen analiz sonuçlarına göre, restoran niteliklerinin en fazla etkilediği şikâyet davranışı eğiliminin 1 numaralı faktör olan "Ses Çıkarma" davranışı olduğu ortaya çıkmıştır ($R^2=,221$). Boyutların etkisi tek tek incelendiğinde ise en fazla etkiyi Atmosfer 1-Fiziksel Ortam ve Hizmet 1-Personel boyutlarının yaptığı görülmektedir ($r=281/220$). Bu sonuç tüketicilerin atmosfer ve hizmet hususunda alacağı memnuniyetsiz hizmet, restoranlarda ses çıkarma davranışı göstermelerini tetikleyen en önemli iki unsur olduğunu göstermektedir. Bu boyutların dışındaki boyutların modele anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir.

Tablo 3. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

	Ses Çıkarma				Kişisel Tepkiler				Üçüncü Taraflara Şikayet			
	Sx	Beta	t	Sig	Sx	Beta	t	Sig	Sx	Beta	t	Sig
Sabit	,560		,238	,812	,653		4,551	,000	,872		,937	,350
Atmosfer 1-Fiziksel Ort.	,066	,281	4,190	,000	0,77	,236	3,191	,002	,103	,128	1,748	,082
Hizmet 1-Personel	,099	,220	,293	,770	,121	,148	1,840	,067	,154	-,026	-,319	,750
Atmosfer 2-Temizlik	,104	,022	,293	,770	,121	-,040	-,479	,663	,162	-,046	-,556	,579
Yiyecek 1-Güvenlik	,097	,121	1,745	,082	,112	,012	,160	,873	,150	,108	1,416	,158
Yiyecek 2-Nitelik	,102	,002	,032	,975	,118	-,041	-,541	,589	,157	-,006	-,085	,932
Hizmet 2-Kişisel İlgi	,062	,082	1,159	,248	,073	-,155	-1,986	,048	,097	,245	3,164	,002
R ² = ,244					R ² = ,081				R ² = ,096			
Düzeltilmiş R ² = ,221					Düzeltilmiş R ² =,053				Düzeltilmiş R ² =,068			
F= 10,615 (0,001)					F=2,882				F=3,473			
D-Wdeğeri: 1,745					D-Wdeğeri: 1,680				D-Wdeğeri: 1,747			
En büyük ve en küçük Tolerans değer aralığı= 681-853												
En büyük ve en küçük VIF değer aralığı= 1,172-1,468												

Regresyon modelleri incelendiğinde restoran niteliklerinin en fazla etkilediği ikinci şikâyet davranışı eğiliminin 3 numaralı faktör olan "Üçüncü Taraflara Şikâyet" olduğu ortaya çıkmıştır ($R^2=,068$). Bu faktörü anlamlı olarak etkileyen tek restoran niteliğinin Hizmet 2-Kişisel İlgi faktörü olduğu görülmektedir ($r=0,245$, $p\leq 0,05$). Buna göre tüketicilerin kişisel ilgi beklentilerinin karşılanmasında meydana gelecek bir birimlik değişim üçüncü taraflara şikâyet davranışında 0,245 birimlik artış sağlayabilir. Regresyon analizinin son modeli ise restoran niteliklerinin en az etkilediği şikâyet davranışı faktörü olan Olumsuzlukları Yayma ve İşletmeyi Terk Etme boyutunun bağımlı değişken olduğu modeldir. Modelin sonuçlarına göre; restoran nitelikleri, Olumsuzlukları Yayma ve İşletmeyi Terk Etme boyutunu %5,3 oranında açıklamaktadır ($R^2= ,053$). Model içerisinde bağımlı değişkeni anlamlı olarak açıklayan restoran nitelik faktörleri sırasıyla Atmosfer 1-Fiziksel Ortam ($r=0,236$) ve Hizmet 1-Sunum ($r=,148$) olarak ortaya çıkmıştır. Bu analiz sonuçlarına göre tüketicilerin masa servisi yapan restoranlarda önem verdiği hususların en çok yol açtığı

şikâyet davranışı türünün “Ses Çıkarma” davranışı olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre tüketicilerin önem verdiği hususların karşılanmasında sorun yaşanması durumunda ortaya çıkması en muhtemel davranışın sorunların çözümüne yönelik bir davranış olan, telafi ve özür gibi beklentiler taşıyan “ses çıkarma” davranışı olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Masa servisi yapan restoranlarda müşterilerin önem atfettiği nitelikleri ve bu niteliklerin hangi tür şikâyet davranışı eğilimine yol açacağını keşfetmeyi amaçlayan bu çalışma sonucunda uygulayıcılar ve akademisyenler için önemli bir takım bulgular ve öneriler ortaya çıkmıştır. Sonuçlar uygulamaya yönelik ve teorik çıktılar olarak ikiye ayrılmıştır.

Uygulamaya Yönelik Çıktılar

Alanyazında daha önce gerçekleştirilen çalışmalara benzer bir şekilde tüketicilerin masa servisi yapan restoranlarda en önem verdiği hususların, “yiyecek ve içeceğin sağlıklı olması”, “güvenilir olması”, “restoranın atmosferi” ve “hijyen koşulları” olduğu ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin restoranlarda almış oldukları hizmetlerden memnuniyetsiz kalmaları durumunda göstermeye eğilimli oldukları birinci davranışın kişisel tepkiler olduğu anlaşılmıştır. Bu durum restoranlar için oldukça tehlikeli bir durumdur. Çünkü “bireysel tepkiler”, kuramsal arka planda anlatıldığı üzere şikâyetlerin işletmelere anlatılmasından ziyade, olumsuz deneyimlerin eş, dost, arkadaş çevresiyle paylaşılmasını ve işletmeyi boykot etmeyi içeren davranışlardan oluşur. Buna karşın müşterilerin restoranlarda önem verdikleri hususlar bakımından hangi şikâyet davranışının ortaya çıkabileceği araştırıldığında ortaya çıkan sonuç daha farklıdır. Yani bir anlamda tutum ile davranış eğilimi arasında fark vardır.

Yapılan araştırma sonucunda müşterilerin restoranlarda en çok göstermiş oldukları şikâyet davranışlarının “ses çıkarma” davranışına neden olduğu anlaşılmaktadır. Alanyazında daha önce gerçekleştirilen değerli araştırmalara yapılan eleştirinin ortaya çıkan bu sonuç ile tutarlı olduğu söylenebilir. Bütüncül bir yaklaşım ile bakıldığında müşterilerin memnuniyetsizlikleri halinde ne tür şikâyet davranışı eğiliminde olduklarına ait bulgular faydalı olmak ile birlikte kaynağının bilinmediği şikâyet davranış eğilimi işletmeler için sorun yaratabilir. Bir şikâyetin kaynağı ne kadar iyi tahmin edilebilirse, o ölçüde tatmin edici ve kıvamında telafinin yapılması kolaylaşabilir. Bu noktada çalışma sonuçlarına göre müşterilerin, “restoran atmosferi” ve “personelin sağladığı hizmet” ile ilgili memnuniyetsizlik yaşamaları durumunda göstermeye eğilimli oldukları şikâyet davranış türünün, “ses çıkarma-sözlü tepkiler” olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum çeşitli beklentiler ile güzel vakit geçirmeye gelmiş olan müşterilerden beklenen bir davranış türüdür. Müşterilerin daha iyi bir hizmet alabilmek için yaşadıkları memnuniyetsizliği doğrudan işletmeye iletmeleri ve telafi beklmeleri olağandır. Dolayısıyla restoran işletmelerinin atmosferleri ve personelin sağladığı hizmet konularına fazladan bir ilgi göstermeleri, bu hususlarda olabilecek sorunları önceden tespit etmeleri ve yaşanan sorunlar hakkında tüm örgütü haberdar etmeleri, işletmelerin yararına olacaktır.

Hizmet işletmelerini, üretim-mal işletmelerinden ayıran en önemli özelliklerden bir tanesi hizmeti alan ile sağlayanın yaşadığı karşılıklı etkileşimdir. Müşterilerin iletişim kanallarının açık olduğunu hissettiklerinde sorunları doğrudan çözmeye yönelik tepkiler göstermeleri hem işletmelerin hem de kendilerinin çıkarına olacaktır. Eğer restoran yöneticileri, şikâyetleri hızlı ve olumlu bir şekilde telafi etmeye çalışırsa işletme adına olumlu bir geri dönüş olacaktır. Buna karşın müşterilerinin endişelerini algılayamayan, çözmek istemeyen ya da yetersiz telafi sunan yöneticiler işletmelerini büyük bir sıkıntıya sokacaktır (Cheng, Lam ve Hsu, 2005). Restoran yöneticilerine düşen en önemli görevlerden birisi, müşterilerini konuşmaya teşvik etmek ve memnuniyetsiz olduğu anlaşılan müşterilerin şikâyetlerini dile getirmelerini teşvik ederek, hizmetten kaynaklı hataları telafi yoluna giderek sadık müşteriler elde etmeye çalışmaktır (Gursoy ve diğerleri, 2003).

Teorik Çıktılar

Araştırmanın bulguları, masa servisi yapan restoran müşterilerinin bir restoranda en önem verdiği unsurlar açısından Elder ve diğerleri (1999); Su ve Bowen (2000); Korkmaz, 2005; Namkung ve Jang'ın (2007); Law ve diğerleri (2008); Liu ve Jang (2009); Lee ve diğerleri (2012); Yazıcıoğlu ve diğerleri'nin (2013) araştırma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Müşterilerin restoranlarda önem verdiği hususlardan sonra üzerinde durulan bir diğer konu, hangi unsurların şikâyet davranışı eğilimine yol açabileceğinin belirlenmesi olmuştur. Buna göre çalışma içerisinde altı alt boyut halinde ifade edilen restoran niteliklerinden, restoranın fiziksel atmosferine yönelik nitelikler ve personelin hizmet sunumu ve bireysel ilgi göstermesine yönelik nitelikler müşterilerde şikâyet davranış eğilimini açıklamayı başarmıştır. Önem verilen diğer üç restoran niteliği boyutunun şikâyet türleri üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür. Bu sonuçlar Kitapçı (2008); Heung ve Hu (2012); Albayrak (2013) ve Kim ve diğerleri'nin (2013) çalışmalarında belirttikleri şikâyet konuları olan nitelikler bağlamında (gıda güvenliği, atmosfer, hizmet kalitesi, personel) büyük benzerlik taşımaktadır. İstatistiksel analiz sonuçlarına göre restoranda öne verilen niteliklerin en fazla açıkladığı şikâyet davranış eğilimi % 22 ile “ses çıkarma” yani müşterilerin şikâyetlerini sözlü tepkiler ile doğrudan işletmeye yöneltmesini içeren davranış olmuştur. Jones ve diğerleri (2002) çalışmasında, restoran müşterilerinden fiyata önem veren ve iletişime açık olan kitlenin gösterdiği davranış türünün “ses çıkarma” davranışı olduğunu ifade etmiştir.

Bougie ve diğerleri (2003), Ladhari ve diğerleri (2008) ve Han, Back ve Barrett' (2009) ise müşterilerin “olumsuz deneyimleri paylaşma” ve “işletmeyi boykot etme” davranışına etki etmesinde “kızgınlık” ve “olumlu duygular” gibi durumların etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu çalışmanın örneklemini oluşturan katılımcılara yöneltilen ifadelerin tüketim öncesi sorulduğu ve tutuma yönelik ifadelerden oluştuğu düşünüldüğünde ölçeğin diğer şikâyet davranış türlerinden olan “kişisel tepkiler” ve “üçüncü taraflara şikâyet”e yönelik açıklayıcılıklarının düşük olması anlaşılabilir. Çünkü müşterilerin bu tür davranışlar gösterip göstermeyeceği, tüketici duygularının sıcak olduğu, tüketicinin hemen sonrasında

yapılacak bir çalışmayla daha kolay ortaya çıkarılabilir. Ayrıca ölçekte yer alan maddeler dışında Han ve diğerlerinin (2009) belirttiği üzere müşterilerin memnuniyetsiz olmalarına karşın sert bir şikâyet davranışı göstermelerinin önünde engel olan (restorana ilişkin özellikler, fiyat, eş-dost tavsiyesi, restorana duyulan aidiyet, parasal olmayan bedeller ve alternatiflerin eksikliği) başka birçok özellik vardır. Bu nedenle daha kapsamlı bir ölçek ile daha farklı sonuçlar elde edilmesi mümkündür.

Son olarak, bu çalışma sonucunda müşterilerin göstermeye eğilimli oldukları şikâyet davranış türleri, daha önce farklı yazarlar tarafından oluşturulan şikâyet davranış modelleri ile birtakım benzerlik ve farklılıklar göstermektedir. Şikâyet davranış çalışmalarının temel çıkış noktası olan Hirschman'ın 3 boyutlu (1970), Day ve London'ın (1977) 2 temel boyut altında toplam dört alt boyuttan oluşan çalışmaların aksine bu araştırmanın bulguları Singh'in (1988) üç boyutlu şikâyet model yapısını desteklemektedir. Araştırmada kullanılan ölçeğin sahibi McQuilken ve Robertson'un (2011) 4 boyutta açıkladığı model, bu çalışmada 3 boyut altında bir araya gelmiştir. Boyutlar incelendiğinde McQuilken ve Robertson'un (2011) şikâyet tutumu ve tüketici ses çıkarma eğilimi olarak ikiye ayırdığı boyutun tek bir boyut altında toplandığı görülmüştür. Yine benzer şekilde aynı yazarların olumsuzlukları yayma ve işletmeyi terk etme adı altında ikiye ayırdığı faktörler bu çalışmada tek boyut altında toplanmıştır. Bougie ve diğerleri'nin (2003) çalışmasından alınan üçüncü taraflara şikâyet davranış eğilimi ise beklendiği üzere tek boyut altında toplanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın sonuçları ile en benzerlik gösteren şikâyet davranış modelinin Singh'in (1988) “ses çıkarma” “kişisel tepkiler” ve “üçüncü taraflara şikâyet” boyutlarından oluşan modeli olduğu görülmektedir.

Sınırlılıklar ve Öneriler

Benzer bir araştırmanın, restoran müşterilerine tüketimin hemen sonrasında yapılması anlık duyguların dikkate alınması bakımından, müşterilerin şikâyet davranış göstermelerinin önünde engel olan unsurların (restorana ilişkin özellikler, fiyat, eş-dost tavsiyesi, restorana duyulan aidiyet, parasal olmayan bedeller ve alternatiflerin eksikliği) dikkate alındığı bir ölçek ile araştırma yapılması ise şikâyet etme/etmeme davranışının altında yatan sebeplerin anlaşılması bakımından faydalı olabilir. Araştırmanın örneklem kısıtlılığı ve kullanılan örnekleme yöntemi dikkate alındığında daha geniş bir kitlenin örnekleme dâhil edildiği bir çalışma gerek teorik gerekse uygulamaya yönelik çıktıları doğrulayabilmek için faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Alabay, N. M. (2012). “Müşteri Şikâyetleri Yönetimi”. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 8, Sayı 16: 138-157.
- Albayrak, A. (2013). Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyete İlişkin Davranışlar. Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Cilt 9, Sayı 2: 27-51.
- Alpar, R. (2012). Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinden örneklerle uygulamalı istatistik ve geçerlik-güvenirlilik. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Baek, S. H., Ham, S., ve Yang, I. S. (2006). A cross-cultural comparison of fast food restaurant selection criteria between Korean and Filipino college students. *International Journal of Hospitality Management*, 25(4), 683-698.
- Bayar, F. (2008). "Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye". *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, Sayı 32: 25-34.
- Barlow, J ve Moller, C. (2009). "Her Şikâyet Bir Armağandır" (Çev: Gülден Bilgili). 2. Baskı, Rota Yayınları, İstanbul: 1-320.
- Boote, J. (1998). Towards a comprehensive taxonomy and model of consumer complaining behaviour. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 11, 140-151.
- Bougie, R., Pieters, R. ve Zeelenberg, M. (2003). Angry customers don't come back, they get back: The experience and behavioral implications of anger and dissatisfaction in services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), 377-393.
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cheng, S., Lam, T. ve Hsu, C. H. (2005). Testing the sufficiency of the theory of planned behavior: A case of customer dissatisfaction responses in restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 24(4), 475-492.
- Day, R. ve Landon, Jr. E. (1977). Toward a theory of consumer complaining behavior. In A. G. Woodside, J. N. Sheth & P. D. Bennett (Eds.), *Consumer and industrial buying behavior*. Amsterdam: North Holland Publishing Co.
- Elder, J., Sallis, F. J., Zive, M. M., Hoy, P., Mckenzie, L. T., Nader, R. P. ve Berry, C. C. (1999). Factors affecting selection of restaurants by Anglo and Mexican-American families. *Journal of the American Dietetic Association*, 99 (7): 856-858.
- Folkes, V. S. (1984). Consumer reactions to product failure: An attributional approach. *Journal of Consumer Research*, 10, 398-409.
- Gursoy, D., McCleary, K. W. ve Lepsito, L. R. (2003). Segmenting dissatisfied restaurant customers based on their complaining response styles. *Journal of Foodservice Business Research*, 6(1), 25-44.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Halstead, D. ve Page, T. J. (1992). The effects of satisfaction and complaining behavior on consumer repurchase intentions. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5(1), 1-11.
- Han, H., Back, K. J. ve Barrett, B. (2009). Influencing factors on restaurant customers' revisit intention: The roles of emotions and switching barriers. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 563-572.
- Heung, V. Ve Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1167-1177.

- Hirschman, A. (1970). *Exit, voice and loyalty: Responses to decline in firms, organizations and states*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Jones, D. L., McCleary, K. W. ve Lepisto, L. R. (2002). Consumer complaint behavior manifestations for table service restaurants: Identifying sociodemographic characteristics, personality, and behavioral factors. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26(2), 105-123.
- Jung, H. S. ve Yoon, H. H. (2012). Why do satisfied customers switch? Focus on the restaurant patron variety-seeking orientation and purchase decision involvement. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 875-884.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Keng, K. A. ve Liu, S. (1997). Personal values and complaint behaviour: The case of Singapore consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 4(2): 89-97.
- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). “Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyetlerin Değerlendirilmesi”. *Journal of Yaşar University*, 25 (7): 4189-4202.
- Kim, H. J., Park, J., Kim, M. J., & Ryu, K. (2013). Does perceived restaurant food healthiness matter? Its influence on value, satisfaction and revisit intentions in restaurant operations in South Korea. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 397-405.
- Kitapçı, O. (2008). Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikayet Davranışları: Sivas İlinde Bir Uygulama, *Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 31:111-120.
- Kolodinsky, J. (1992). A system for estimating complaints, complaint resolution and subsequent purchases of professional and personal services. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, 36-44.
- Kolodinsky, J. ve Aleong, J. (1990). An integrated model of consumer complaint action applied to services: A pilot study. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 3, 61-70.
- Korkmaz, S. (2005). Fast Food (Hızlı Yemek) Pazarında Rekabetçi Stratejilerin Etkinliği: Üniversite Gençliğinin Tercihlerinin Analizi, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2: 24-23.
- Kotler, P., Bowen, T.J. ve Makens, C.J. (2010). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Ladhari, R., Brun, I. ve Morales, M. (2008). Determinants of dining satisfaction and post-dining behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(4), 563-573.
- Lam, T. ve Tang, V. (2003). Recognizing customer complaint behavior: the case of Hong Kong hotel restaurants. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(1), 69-86.
- Law, R., To, T. ve Goh, C. (2008). How do Mainland Chinese travelers choose restaurants in Hong Kong?: An exploratory study of individual visit scheme travelers and packaged travelers. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 346-354.

- Lee, L. E., Niode, O., Simonne, A. H. ve Bruhn, C. M. (2012). Consumer perceptions on food safety in Asian and Mexican restaurants. *Food Control*, 26(2), 531-538.
- Liu, Y. ve Jang, S. S. (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the US: What affects customer satisfaction and behavioral intentions?. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348.
- McQuilken, L. ve Robertson, N. (2011). The influence of guarantees, active requests to voice and failure severity on customer complaint behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 953-962.
- Mucuk, İ. (2001). "Pazarlama İlkeleri". Genişletilmiş 13. Basım, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Namkung, Y. ve Jang, S.S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387-409.
- Namkung, Y., Jang, S. S. ve Choi, S. K. (2011). Customer complaints in restaurants: Do they differ by service stages and loyalty levels?. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 495-502.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 21, Sayı 2: 218-232.
- Richins, M. L. (1983). Negative word-of-mouth by dissatisfied consumers: A pilot study. *The Journal of Marketing*, 47(1), 68-78.
- Ro, H. ve Mattila, A. S. (2008). A Cognitive appraisal process model of emotions and complaining behavior. In A. Yuksel (Eds.), *Tourist Satisfaction and Complaining Behavior: Measurement and Management Issues in the Tourism and Hospitality Industry*, New York: Nova Science Publishers.
- Singh, J. (1988). Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. *The Journal of Marketing*, 52(1), 93-107.
- Su, W. Y. ve Bowen, J. T. (2000). Restaurant customer complaint behavior. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4(2), 35-65.
- Tayfun, A. ve Tokmak, C. (2007). Tüketicilerin Türk Usulü Fast Food İşletmelerini Tercih Etme Sebepleri Üzerine Bir Araştırma, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(22): 169- 183.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2013). Seçilmiş göstergelerle Mersin 2012. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. ve Koç, B. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Fast Food Ürünleri Tercih Etme Nedenleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Cilt 1, Sayı 1:36-41.

TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI SEKTÖR BİLANÇOLARI YARDIMIYLA KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETİ FAALİYETLERİ ALT SEKTÖRÜNÜN LİKİDİTE DURUMUNUN ANALİZİ

Erdinç KARADENİZ

*Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
drekaradeniz@gmail.com*

Levent KOŞAN

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
lkoşan@mersin.edu.tr*

Selda KAHİLOĞULLARI

*Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
selda.khl@gmail.com*

Banu ZENCİR

*Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
banuzincir26@hotmail.com*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın (TCMB) yayımladığı sektör bilançoları yardımıyla "Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörü"nün 2010, 2011 ve 2012 yıllarına ait konsolide finansal tabloları üzerinde, sektörün likidite düzeyini analiz etmek ve kısa vadeli borç ödeme gücünü belirlemektir. Bu çerçevede 10 ayrı finansal oran hesaplanarak bir analiz gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Analiz sonucunda sektörün cari oran ve asit-test oranı açısından likidite durumunun zayıf olduğu, buna karşın nakit oran açısından sektörün likidite durumunun yeterli düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda konaklama ve yiyecek hizmetleri alt sektörünün dönen varlıklarının, kısa süreli borçlarından düşük düzeyde olduğunu ve bunun sonucu olarak net çalışma sermayesinin negatif olduğunu söylemek mümkündür. Yine sektörün kısa vadeli borç ödeme gücünde stoklara bağımlılığın analiz sürecinin başlangıcına göre arttığı ve stoklarını satışa dönüştüremediği takdirde kısa süreli borçlarını ödemede sorunlarla karşılaşabileceği belirlenmiştir. Buna karşın sektörün nakit düzeyinin kabul edilen standartta olduğu ve bu kapsamda sektör yöneticilerinin nakit yönetimine dikkat ettikleri saptanmıştır. Bu kapsamda sektördeki alacak tahsil politikası ile ticari borç ödeme politikasının dengelenmeye çalışıldığı ve sektörün ticari alacaklarını tahsil etmede, ticari borçlarını ödemeye göre daha hızlı olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Likidite, Cari Oran, Asit-Test Oranı, Nakit Oran, Net Çalışma Sermayesi*

GİRİŞ

Günümüz yoğun rekabet ortamında ulusal ve uluslar arası düzeyde işletmelerin ayakta kalabilmeleri için finansal yapılarını güçlü bir şekilde korumaları ve sürekli kontrol altında tutmaları gerekmektedir. Bu gereklilik işletmelerde finans politikasının önemini artırmaktadır. Finans politikasının başarılı olabilmesi için öncelikle finansal analizin çok etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Etkin bir finansal planlama, varlık ve kaynak yönetimi ile yatırım kararlarının rasyonel alınabilmesi için öncelikle finansal bilgi

sisteminin düzgün çalışması gerekmektedir. Buna ek olarak finansal bilgi sistemi içerisinde toplanan bilgiler üzerinde analitik teknikler kullanılarak finansal analizin yapılması ve işletmenin güçlü zayıf yönleri ile geleceğe yönelik fırsat ve tehditlerin ortaya konması önem arz etmektedir. Bu gelişmeler finansal tabloların etkin hazırlanmasını, zamanında sunumunu ve bu tabloların analiz ve yorumunu daha da önemli bir hale getirmektedir (Önal ve diğerleri, 2006).

Konaklama ve yiyecek hizmeti sunan işletmeler, talebin sürekli değiştiği buna karşın sabit sermaye yatırımlarının genel olarak yüksek gerçekleştiği, risk ve belirsizliğin her zaman mevcut olduğu, enerji, bakım-onarım, yiyecek-içecek, personel, amortisman, faiz ve benzeri maliyetlerin kontrol edilmesinin her geçen gün zorlaştığı, yoğun rekabet ortamında fiyat rekabetinin ağırlaşması nedeniyle kar marjlarının düşük olduğu ve döviz kuru riskinin yüksek olduğu bir sektörde faaliyet göstermektedirler. Bu nedenlerle, konaklama ve yiyecek hizmeti alt sektöründe finansal performans açısından sorunlar oluşabilmektedir (Karadeniz ve İskenderoğlu, 2011). Özellikle günlük faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi ve vadesi gelen yükümlülüklerin yerine getirilebilmesi açısından çalışma sermayesinin niteliksel ve niceliksel olarak yeterli oluşu konaklama ve yiyecek hizmeti sunan işletmeler açısından büyük önem arz etmektedir. Likidite analizi ile sektördeki işletmelerin kısa vadeli borç ödeme gücü ve çalışma sermayesi yeterliliği incelenebilmektedir. Bu inceleme, işletmeyle ilgili karar alıcılar için son derece önemlidir. Bir işletme karlı olsa dahi elinde kısa vadeli borçlarını ödemede yeterli düzeyde likit varlığı yoksa kısa süreli borçlarını ödeyemeyeceği için iflas edebilir. Ayrıca bir işletmenin kısa vadeli borç ödeme gücü yok ise uzun vadeli olarak da finansal kaynak yaratmada zorluklarla karşılaşabilecektir.

Bu çerçevede çalışmanın amacı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları yardımıyla “Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörü”nün 2010, 2011 ve 2012 yıllarına ait çalışma sermayesi yeterliliğinin likidite oranları ile incelenmesi ve sektörün likidite durumu ile kısa vadeli borç ödeme gücüne yönelik öneriler sunulmasıdır. Çalışma belirlenen amaçlar doğrultusunda beş bölüme ayrılmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde likidite oranları hakkında genel teorik bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde ise konuyla ilgili literatür taramasının sonuçları verilmektedir. Üçüncü bölümde araştırmada kullanılan veriler ve toplanan verilerin analiz süreci hakkında bilgi verilmektedir. Dördüncü bölümde analiz sonuçları bulgular başlığı altında sunulmakta ve yorumlanmaktadır. Sonuç kısmında ise araştırmadan elde edilen sonuçlar tartışılmış ve genel bir değerlendirme yapılarak öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

LİKİDİTE ORANLARI

Finansal analiz genel olarak “işletmelerin finansal durumunun ve faaliyet sonuçlarının, finansal açıdan yeterli olup olmadığını saptamak ve geleceğe yönelik tahminlerde bulunabilmek amacıyla, finansal tablolarda yer alan hesaplar arasındaki ilişkilerin ve bunların yıllar içindeki gelişimlerinin incelenmesi” olarak tanımlanmaktadır (Akgüç, 1998,

s.20).Finansal analizle bir işletmenin hem geçmiş hem de mevcut finansal durumu değerlendirilmekte ve işletmenin finansal durumu ve gerçekleştirdiği faaliyetler açısından güçlü ve zayıf yönleri ile geleceğe yönelik fırsat ve tehditler belirlenebilmektedir. Bu bağlamda gelecekle ilgili yapılacak planların daha etkin olması sağlanabilmektedir (Apak ve Demirel, 2010).

Konuyla ilgili teori incelendiğinde finansal analiz tekniklerinin; Karşılaştırmalı Tablolar Analizi (Yatay Analiz), Yüzde Metodu İle Analiz (Dikey Analiz), Trend Analizi (Eğilim Yüzdeleri Analizi) ve Rasyo Analizi (Oran Analizi) olmak üzere dört grup altında incelendiği görülmektedir (Jagels ve Coltman, 2004; Çabuk ve Lazol, 2010)

Rasyo analizi, işletmenin durumu hakkında diğer analiz teknikleri arasında daha detaylı bilgi sağlayabilen ve bu bağlamda finansal analiz teknikleri arasında en yaygın kullanılan analiz tekniği olarak nitelendirilmektedir (Bakır ve Şahin, 2009).Finansal tablolarda yer alan iki kalemin arasındaki ilişkinin matematiksel olarak ifadesine oran veya rasyo denilmektedir (Langemeier, 2004). Finansal analizde kullanılan rasyolar kullanım amaçları ve taşıdıkları anlam bakımından çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulabilmektedir (White ve diğerleri, 1997). Finansal analizde kullanılan oranlar amaç ve fonksiyonlarına göre likidite oranları, finansal yapı oranları, varlık kullanım oranları, karlılık oranları ve borsa performans oranları olmak üzere beş grupta toplanmaktadır (Brealey ve diğerleri, 1995; Berk, 2010; Orhan ve Yazarkan, 2011). Bu çalışmanın temel amaçları doğrultusunda sadece likidite oranları üzerinde durulmaktadır. Likidite,işletmenin kısa vadede, vadesi gelecek borçlarını ödeyebilecek düzeyde varlıklarının olup olmadığının ölçüsü olarak tanımlanabilmektedir. Likidite oranları ise, genel olarak işletmenin kısa süreli borçları ile dönen varlıkları arasındaki ilişkiyi araştırmaktadırlar (Ceylan ve Korkmaz, 2008).

Tablo1:Likidite Düzeyinin Analizinde Kullanılan Oranlar

Likidite Oranları	Hesaplanış Şekli	Kabul Gören Standardı	Kullanılış Amacı
Cari Oran	Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Borçlar	1,5-2	İşletmenin kısa süreli borçlarını ödeme gücünü ölçmek.
Asit-Test Oranı	(Dönen Varlıklar-Stoklar)/Kısa Vadeli Borçlar	1	İşletmenin satışlarının durması durumunda kısa süreli borçlarını ödeme gücünü ölçmek.
Nakit Oran	Hazır Değerler+Serbest Menkul Değerler/Kısa Vadeli Borçlar	0,20-0,25	İşletmenin satışlarının durması ve alacaklarını tahsil edememesi durumunda kısa vadeli borçlarını ödeme gücünü ölçmek.
Stok Devir Hızı	Satışların Maliyeti / Stok Miktarı	Yok, Yüksek Olması İstenir	İşletmenin stoklarının bir yılda kaç defa satışa çevrildiğini ölçmek.
Stok Devir Süresi	360/Stok Devir Hızı	Yok, Düşük Olması İstenir	İşletme stoklarının ortalama olarak ne kadar süre stokta kaldığını ölçmek.

Stok Bağımlılık Oranı	Kısa Vadeli Borçlar - (Hazır Değerler + Menkul Kıymetler) / Stoklar	Yok, Düşük Olması İstenir	İşletmenin kısa vadeli borçlarının geri ödenebilmesinde, hazır değerleri ve diğer süratle paraya çevrilebilir varlıkların dışında, stokların yüzde kaçının satılması gerektiğini ölçmek.
Alacak Devir Hızı	Net Satışlar / Ticari Alacaklar	Yok, Yüksek Olması İstenir	İşletmenin alacaklarının bir yılda kaç defa tahsil edildiğini ölçmek.
Alacak Devir Süresi	360/Alacak Devir Hızı	Yok, Düşük Olması İstenir	İşletmenin alacaklarını ne kadar sürede tahsil ettiğini ölçmek
Ticari Borç Devir Hızı	Satışların Maliyeti / Ticari Borçlar	Yok, Düşük Olması İstenir	İşletmenin bir yılda hangi sıklıkla ticari borç ödemesi yaptığını ölçmek
Ticari Borç Ödeme Süresi	360/Ticari Borç Devir Hızı	Yok	İşletmenin ticari borçlarını ne kadar sürede ödediğini ölçmek

Kaynak: Andrew ve Schmidgall, (1993); Brealey ve diğerleri, (1995); White ve diğerleri, (1997); Akgüç, (1998), Jagels ve Coltman, (2004); Önal ve diğerleri, (2006); Ceylan ve Korkmaz, (2008), Çabuk ve Lazol, (2011), 'den faydalanarak oluşturulmuştur.

Genel olarak finans teorisinde işletmelerin likidite durumunun ölçülmesinde cari oran, asit-test oranı ve nakit oran olmak üzere üç adet oran hesaplanmaktadır. Bu oranların dışında aslında varlık kullanım oranları içerisinde kabul edilen ancak dönen varlıklar içerisinde önemli kalemler olan alacakların ve stokların etkin kullanılıp kullanılmadığını ölçen alacak devir hızı ve süresi, stok devir hızı ve süresi, stok bağımlılık oranı ve ticari borç ödeme süresi oranları hesaplanmaktadır. Söz konusu oranlar işletmenin sahip olduğu dönen varlıklarla kısa süreli borçlarını ödeme gücünü ve net çalışma sermayesinin yeterli olup olmadığını ortaya koyması bakımından işletme üst yönetimi ve kredi veren kuruluşlar tarafından yaygın olarak kullanılan oranlardır (Sing ve Schmidgall, 2001; Önal ve diğerleri, 2006). Tablo 1'de söz konusu oranlar, hesaplanış şekilleri, kabul gören standartları ve kullanılış amaçlarıyla birlikte özetlenmektedir.

İşletmelerin kısa vadeli borç ödeme gücünün analiz edilmesinde likidite oranlarıyla birlikte çalışma sermayesinin büyüklüğü de dikkate alınmaktadır. Bir işletmenin kısa vadeli borçlarının ödenmesini sağlayan dönen varlıklar, bir yıl içinde tahsil edilebilecek, satılabilecek, kullanılabilecek, tüketilebilecek varlıklar ile eldeki nakit ve bankadaki mevduattan oluşmaktadır. Analiz açısından dönen varlıklar toplamına Brüt Çalışma (İşletme) Sermayesi adı verilmektedir. Dönen varlıkların kısa vadeli yabancı kaynakları aşan kısmı Net Çalışma (İşletme) Sermayesi; Dönen varlıkların kısa vadeli yabancı kaynaklardan eksik olan kısmı ise Net Çalışma (İşletme) Sermayesi Noksanı olarak adlandırılmaktadır. Net çalışma sermayesi bir işletmenin günlük faaliyetlerini sürdürmesini sağlar. Bir işletmenin dönen varlıklarının kısa vadeli borçlarını ödeyebilmesi ve günlük faaliyetlerini aksamadan sürdürebilmesi için yeterli büyüklükte ve yapıda olması gerekmektedir (Başar, 2013).

LİTERATÜR

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde genellikle turizm sektörü dışındaki farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin finansal performansını analize yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda likidite analizinin yapıldığı görülmektedir. Turizm sektörüne yönelik olarak ise doğrudan sektörün likidite durumunu belirleme amaçlı gerçekleştirilmiş bir çalışmaya rastlanamamış, daha çok genel finansal performansın ölçümüne yönelik olarak likidite durumunun ele alındığı belirlenmiştir. Bunun dışında diğer sektörlerde ve turizm sektöründe finansal oranlarının kullanım sıklığını belirlemeye yönelik çalışmalar yapıldığı saptanmıştır.

Aydın (1988), Türkiye'de şirketlerin birleşme kararlarında defter değeri ve piyasa değeri oranları, tasfiye değeri, iskonto edilmiş nakit akışlarına göre işletme değeri, dönen varlıklar, sabit varlıklar, amortisman ve karşılıkların analiz edildiğini saptamıştır. Mutlu (1991), Türkiye'deki banka, sigorta, beyaz eşya, hizmet sektörü, süt ürünleri, seramik ve çimento sektöründeki anonim şirket yapısına sahip işletmelerin yayınladıkları faaliyet raporlarında likidite, karlılık ve finansal yapıyla ilgili analizlerde oranların kullanıldığını saptamıştır. Sing ve Schmidgall (2001), Amerika'daki konaklama işletmelerinde finansal yöneticilerin kullandıkları oranların değerlendirilmesini yapmışlardır. Değerlendirmede en önemli ve sık kullanılan finansal oranların sırasıyla likiditeyle ilgili oranlar, karlılık oranları ve faaliyet oranları olduğu belirlenmiştir. Schmidgall ve Defranco (2004), ağırlama endüstrisinin önemli bir kolu olan kulüp sektöründe, personel maliyetleri, satılan yiyeceklerin maliyeti, satılan içeceklerin maliyeti, cari oran ve borç-öz sermaye oranlarının en sık kullanılan oranlar olduğu sonucuna varmışlardır. Kim ve Ayoun (2005), Amerika ağırlama endüstrisindeki dört önemli alt sektörün (konaklama, yiyecek-içecek, havayolu ve eğlence) 1997-2001 yılları arasındaki finansal analizini rasyo yöntemiyle gerçekleştirmişlerdir. Analiz neticesinde otel işletmelerinin cari oran ortalamasının 1,05, asit-test oranı ortalamasının ise 0,86 olduğu belirlenmiştir. Yine yiyecek-içecek işletmelerinde cari oran ortalamasının 0,83, asit-test oranı ortalamasının ise 0,51 olduğu belirlenmiştir. Bhamorasathit ve Katawandee (2014), Tayland'da halka açık turizm şirketlerinin 2010-2012 yıllarına ait finansal tabloları üzerinde rasyo analizini gerçekleştirdikleri çalışmada cari oran ve asit-test oranı 1'in altında hesaplamışlar ve bu bağlamda halka açık turizm şirketlerinin kısa vadeli borç ödeme düzeyine dikkat etmeleri gerektiğini belirlemişlerdir.

VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt sektörüyle ilgili en geniş finansal verilere sahip olduğu düşünülen Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın (TCMB) en son yayımladığı 2010-2011-2012 yıllarına ait sektör bilançolarından yararlanılmıştır (TCMB, 2013). Araştırmada söz konusu 3 yılın seçilme sebebi TCMB tarafından yayımlanan en güncel sektör bilançolarını içermesidir. TCMB, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren firmalara dair gelişmelerin takibi ve ilgililere kapsamlı ve düzenli bilgi sağlanması amacıyla, firmaların gönüllükleri esasına göre göndermiş oldukları yıllık finansal tablo verilerinden yararlanılarak hazırlanan "Sektör Bilançoları"

çalışmasını yürütmekte ve dönemlere ait durumu “Sektör Bilançoları Değerlendirme Raporu” şeklinde sunmaktadır. Söz konusu raporda çeşitli sektörlerden binlerce firmaya ait veriler yer almakta ve türlü kriterlere göre araştırmacıların kullanımına sunulmaktadır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda konaklama ve yiyecek içecek hizmeti alt sektörünü oluşturan 453 işletmenin gönüllülük esasına göre gönderdikleri bilanço ve gelir tablolarının konsolide edilmesiyle oluşturulan sektörel finansal tablolar aracılığıyla söz konusu sektörün likidite durumu 10 adet finansal oran hesaplanarak incelenmiştir. Sektörel bilançoların oluşturulmasında yararlanılan 453 işletmenin 361 tanesi otel ve benzeri konaklama işletmesinden, 15 tanesi apart otel, gençlik hostelleri, çocuk evleri ve diğer kısa dönemli tatil hizmeti sunan işletmeden, 77 tanesi ise yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeden oluşmaktadır. Sonuçlar yorumlanırken yıllar itibariyle hesaplanan finansal oranlar standartlarla karşılaştırılmış ayrıca oranlardaki yıllar itibariyle meydana gelen değişimler göz önünde bulundurulmuştur.

BULGULAR

Çalışmada TCMB sektör bilançolarından yararlanılarak konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt sektörünün 2010-2011-2012 yıllarına ait cari oranı, asit-test oranı, nakit oranı, stok devir hızı, stok devir süresi, stok bağımlılık oranı, alacak devir hızı, alacak devir süresi, ticari borç ödeme hızı, ticari borç ödeme süresi oranları hesaplanmış ve üç yılın ortalaması alınmıştır. Söz konusu değerler Tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde analiz sürecinde sektörün Cari Oran ortalamasının 0,90 olduğu görülmektedir. Genel olarak bu oranın 1,5 - 2 olması gerektiği kabul görmektedir. Sektör ortalaması bu açıdan oldukça düşük sayılabilir. Bu bağlamda sektörün dönen varlıklarının, kısa vadeli borçları karşılayabilecek düzeyde olmadığını ve sektörün net çalışma sermayesi noksanı olduğunu söylemek mümkündür. Cari oranın analiz süreci boyunca değişimi incelendiğinde ise yıllar itibariyle cari oranda bir iyileşme gözükse de dönen varlık toplamının kısa vadeli borçları karşılamaktan oldukça uzak olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörünün Likidite Oranları

Oranlar	2010	2011	2012	ORT
Cari Oran	0.89	0.89	0.94	0.90
Asit-Test Oranı	0.64	0.68	0.69	0.67
Nakit Oran	0.31	0.29	0.28	0.29
Stok Devir Hızı (Defa)	8.88	10.32	9.38	9.69
Stok Devir Süresi (Gün)	40.54	34.88	38.38	37.93
Stok Bağımlılık Oranı	5.08	6.33	5.32	5.58
Alacak Devir Hızı (Defa)	8.86	6.91	7.26	7.67
Alacak Devir Süresi (Gün)	40.65	52.12	49.61	47.46
Ticari Borç Devir Hızı(Defa)	4.60	3.87	4.74	4.40
Ticari Borç Ödeme Süresi (Gün)	78.30	93.07	75.97	82.45

Sektörün Asit-Test Oranı ortalamasına bakıldığında ise, analiz süreci ortalamasının 0,67 olduğu görülmektedir. Genel olarak bu oranın 1 olması gerektiği kabul görmektedir. Bu sonuç sektörün analiz süreci içerisinde stoklarını satışa dönüştüremediği takdirde kısa vadeli borçlarını ödemede sorunlarla karşılaşabileceğini göstermektedir. Asit-Test oranının analiz süreci boyunca değişimi incelendiğinde ise yıllar itibariyle asit-test oranında bir yükselme gözükse de istenen standardın oldukça altında olduğu görülmektedir.

Sektörün Nakit Oranına bakıldığında, sektör ortalamasının 0,29 olduğu görülmektedir. Oranın 0,20'nin altına düşmemesi genel bir kural olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda sektörün stok ve alacaklarını paraya dönüştüremediği takdirde nakit ve nakit benzeri varlıklarıyla vadesi gelen ve ödenmesi gereken acil borçların ödemesinde zorlukla karşılaşmayabileceği düşünülebilir. Nakit oranının analiz süreci boyunca değişimi incelendiğinde ise yıllar itibariyle nakit oranında bir düşme gözükse de istenen standardın üstünde olduğu görülmektedir.

Sektörün stok devir hızı ve stok devir sürelerine bakıldığında, analiz süreci boyunca sektörün ortalama olarak yılda 9,69 defa, süre olarak da yılda ortalama 38 günde bir stoklarını satışa dönüştürdüğü görülmektedir. Stok devir hızı ve stok devir sürelerinin analiz süreci boyunca değişimi incelendiğinde ise stok devir hızının 2011 yılında bir önceki yıla göre artış gösterdiği ancak 2012 yılında ise tekrar düşüş yaşadığı görülmektedir. Stok devir süresi ise en kısa olarak 2011 yılında, en yüksek ise 2010 yılında gerçekleştiği görülmektedir.

Sektörün stok bağımlılık oranı incelendiğinde, sektör ortalamasının 5,58 olduğu görülmektedir. Stok bağımlılık oranı kısa vadeli borçların ne kadarının stoklarla karşılandığını ifade eder. Bu oranın büyümesi, kısa vadeli yabancı kaynakları ödemede başvurulacak stok miktarının da artması anlamına gelmektedir. Söz konusu oranın analiz süreci boyunca değişimi incelendiğinde ise 2011 yılında sektörün stok bağımlılık oranının bir önceki yıla göre artış gösterdiği ancak 2012 yılında tekrar bir düşme eğilimi içerisine girdiği belirlenmiştir. Bu bağlamda sektörün 2011 yılında kısa vadeli borçlarını ödemede stoklara bağımlılığının arttığının ancak 2012 yılında tekrar stoklara bağımlılığının düşme eğilimine girdiği söylenebilir.

Sektörün alacak devir hızı ve alacak devir sürelerine bakıldığında, analiz süreci boyunca sektörün ortalama olarak yılda 7,67 defa, süre olarak da ortalama olarak yılda 47 günde bir olarak alacaklarını tahsil ettiği görülmektedir. Alacak devir hızı ve alacak devir sürelerinin analiz süreci boyunca değişimi incelendiğinde ise alacak devir hızının 2011 yılında bir önceki yıla göre azalış gösterdiği ancak 2012 yılında ise bir önceki yıla göre artış yaşadığı görülmektedir. Alacak devir süresinin ise en kısa olarak 2010 yılında, en yüksek ise 2011 yılında gerçekleştiği görülmektedir.

Sektörün ticari borç devir hızı ve ticari borç devir sürelerine bakıldığında, analiz süreci boyunca sektörün ortalama olarak yılda 4,40 defa, süre olarak da ortalama olarak yılda 82 günde bir olarak ticari borçlarını ödediği görülmektedir. Ticari borç devir hızı ve ticari

borç devir sürelerinin analiz süreci boyunca değişimi incelendiğinde ise ticari borç devir hızının 2011 yılında bir önceki yıla göre azalış gösterdiği ancak 2012 yılında ise bir önceki yıla göre artış gösterdiği görülmektedir. Ticari borç devir süresinin ise en kısa olarak 2012 yılında, en yüksek ise 2011 yılında gerçekleştiği görülmektedir.

SONUÇ

Turizm sektöründe yer alan konaklama ve yiyecek işletmeleri, sabit sermaye yatırımlarının fazla olduğu, risk ve belirsizliğin mevcut olduğu, operasyonel faaliyetlerin yerine getirilebilmesi için katlanılan gider ve maliyetlerin kontrolünün zor olduğu işletmelerdir. Bununla beraber hem ulusal hem de küresel düzeyde yaşanan yoğun rekabet ortamında fiyat rekabetinin ağırlaşması, kar marjlarının düşük gerçekleşebilmesine ve çalışma sermayesi yetersizliğine neden olabilmektedir. Özellikle konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde günlük faaliyetlerin yerine getirilebilmesi ve vadesi gelen borçların ödenebilmesi için yeterli çalışma sermayesine ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca bu işletmelerin kısa ve uzun vadeli fon gereksinimlerini karşılamada kullanacakları finansal kaynakları zamanında ve uygun koşullarda sağlayabilmeleri etkin bir likidite yönetimiyle mümkün olabilecektir. Bu açıdan sektördeki yöneticilerin likidite yapılarına, çalışma sermayesi düzeylerine ve dönen varlıkların dağılımına dikkat etmeleri büyük önem arz etmektedir.

Bu çerçevede çalışmanın amacı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançoları yardımıyla “Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörünün” 2010, 2011 ve 2012 yıllarına ait çalışma sermayesi yeterliliğinin likidite oranları ile incelenmesi ve sektörün likidite durumu ile kısa vadeli borç ödeme gücüne yönelik öneriler sunulması olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda TCMB tarafından hazırlanan sektör bilançolarından yararlanılarak konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt sektörünün 2010-2011-2012 yılları arasındaki temel finansal tabloları kullanılarak sektörün likidite durumu 10 adet finansal oran hesaplanarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Analiz neticesinde sektörün cari oran ve asit-test oranının istenen standardın altında kaldığı belirlenmiştir. Bu sonuç Kim ve Ayoun (2005) ile Bhamorasathit ve Katawandee (2014) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir. Elde edilen bu bulgu doğrultusunda sektördeki yöneticilere; dönen varlıkların miktarını arttırmaları, gereğinden fazla stok yatırımı yapmamaları ve kısa vadeli borç kullanma düzeyini dönen varlık düzeyine uygun olarak ayarlamaları önerilebilir. Sektörün nakit oranı düzeyi incelendiğinde ise analiz sürecinde stoklarını ve alacaklarını nakite dönüştüremediği takdirde en kısa zamanda vadesi gelecek olan borçlarını hazır değerler ve menkul kıymetleri ile ödemede zorlukla karşılaşmayacağı ve bu bağlamda sektördeki yöneticilerin sektör riskini dikkate alarak nakit yönetimine önem vermeye çalıştıkları görülmektedir. Bu bağlamda sektör yöneticilerinin nakit yönetimine önem vermeye devam etmeleri ancak gereğinden fazla nakit tutmanın likiditeyi arttırmasına rağmen karlılığı olumsuz etkileyebileceğini göz ardı etmemeleri önerilebilir.

Sektörün stok devir hızı ve stok devir süresi oranları incelendiğinde ise stok yönetimi performansının çok fazla değişkenlik göstermediği görülmektedir. Stok bağımlılık oranı

açısından ise 2010 yılına göre 2011 ve 2012 yıllarında sektörün kısa vadeli borçlarını ödeme açısından stoklara olan bağımlılığın arttığı söylenebilir. Özellikle stok devir hızının düşük olduğu işletmelerde ve sektörlerde bu oranın büyümesi ödemede güçlükleri gündeme getirebilir. Bu açıdan sektör yöneticilerine çalışma sermayesi ihtiyaçlarını azaltmak ve kısa vadeli borç ödeme gücünü arttırmak için stok yönetimine ağırlık verilmesi gerektiği ve stokların satışa dönüşüm hızının artırılması önerilebilir. Stok devir hızının artırılması için sektördeki işletmelerin aynı satış düzeyini daha az stok seviyesi ile sürdürmeleri gerekmektedir. Bunun için sektördeki işletmelerin tam zamanında üretim yönetimi ve stok kontrol tekniklerinden yararlanmaları önerilebilir.

Sektörün alacak devir hızı ve alacak devir süresi oranları incelendiğinde ise sektördeki alacak yönetiminin etkinliğinin 2010 yılına göre 2011 ve 2012 yılında düştüğü görülmektedir. Bu bağlamda sektördeki yöneticilere daha etkin alacak politikası stratejilerini uygulanmaları önerilebilir. Sektördeki alacak politikası ile ticari borç ödeme politikası birlikte değerlendirildiğinde ise sektörün ticari alacaklarını tahsil etmede, ticari borçlarını ödemeye göre daha hızlı olduğu ve ortalama olarak sektörün alacaklarını tahsil süresi (47 gün) ile ticari borçlarını ödeme süresi (82 gün) arasında 35 günlük bir fark olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle sektör, ortalama olarak kredili olarak gerçekleştirdiği satışları, ticari borçlarını ödeme tarihinden ortalama 35 gün önce nakde dönüştürmek de ve bu süre içerisinde söz konusu nakdi kullanabilme imkanına sahip olabilmektedir. Bu durumun sektör açısından olumlu olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte analiz süreci içerisinde sektörün alacak devir süresinin uzamasına veya kısalmasına bağlı olarak ticari borç ödeme süresinin de uzadığı veya kısaldığı görülmektedir. Bu durum sektörün alacak tahsilât politikası ile ticari borç ödeme politikasını dengelemeye çalıştığını göstermektedir. Bu kapsamda sektördeki işletmelerde, alacak devir hızının gerek ekonominin genel koşulları nedeniyle, gerekse sektördeki vade politikalarındaki değişiklik nedeniyle yavaşladığı dönemlerde çalışma sermayesi ihtiyacının artmaması için aynı anda ticari borç devir hızının da yavaşlatılmasının önemli olacağı düşünülmektedir. Ancak burada unutulmaması gereken önemli bir nokta ticari borçların ödeme vadelerinin uzatılmasının maliyet açısından sorunlar yaratabileceğidir. Bu açıdan alacak ve borç ödeme politikalarının vade ve maliyet açısından dengelenmesi önem arz etmektedir.

Yukarıda ifade edilen öneriler ışığında belirlenecek stratejilerin ve oluşturulacak politikaların sektördeki işletmelerin likidite gücünü ve çalışma sermayesi düzeyini olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Çalışma neticesinde elde edilen bulgular değerlendirilirken analiz sürecinin kısıllığı ve sektörde faaliyet gösteren belirli sayıdaki turizm işletmesinin verilerinin konsolide edilmesiyle oluşturulan bilanço ve gelir tablolarından yararlanıldığı unutulmamalıdır. İleride yapılacak çalışmalarda turizm sektörünün farklı alt kollarında faaliyet gösteren daha fazla işletme üzerinde daha uzun süreyi de kapsayacak şekilde likidite analizinin gerçekleştirilmesinin, Türk turizm sektörüne ilişkin daha genel bir yorum yapılabilmesine imkân vermesi bağlamında önemli olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal yönetim*. İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- Andrew, P. ve R. Schmidgall (1993). *Financial management for the hospitality industry*. USA: AH&MA.
- Apak S. ve Demirel E. (2010). *Finansal yönetim*. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Aydın, N. (1988). *İşletmelerinbirleşmesinde finansal analiz ve bir uygulama*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Bakır H. ve Şahin C. (2009). *Yöneticiler için finansal tablolar analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Başar, B. (2013). Kısa vadeli borç ödeme gücünün analizi. S. Önce (Ed.), *Finansal tablolar analizi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Berk, N. (2010). *Finansal yönetim*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Bhamorasathit, S. ve Katawandee, P. (2014). Ratio analysis of publicly traded hotel companies listed on the stock exchange of Thailand.*ASBBS Annual Conference*, Las Vegas, 92-96.
- Brealy R. A., Myers S. C. ve Marcus A. J. (1995). *Fundamentals of corporate finance*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Ceylan A. ve Korkmaz T. (2008). *İşletmelerde finansal yönetim*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Çabuk, A. ve Lazol, İ. (2011), *Mali tablolar analizi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım
- Jagels M. G. ve Coltman, M. M. (2004). *Hospitality management accounting*. NewYork: Wiley.
- Karadeniz, E. ve İskenderoğlu, Ö. (2011). İstanbul menkul kıymetler borsası'nda işlem gören turizm işletmelerinin aktif kârlılığını etkileyen değişkenlerin analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 65-75.
- Kim, W. G. ve Ayoun, B. (2005). Ratio analysis for the hospitality industry: a cross sector comparison of financial trends in the lodging, restaurant, airline and amusement sectors. *Journal of Hospitality Financial Management*, 13(1), 1-33.
- Langemeier, M. R. (2004). Financial ratios used in financial management. *Financial Management* 3. Kansas State University.
- Mutlu, E. (1991). *Anonim şirket faaliyet raporlarının mali analiz açısından önemi ve Türkiye'deki uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Orhan, S. M. ve Yazarkan, H. (2011). Küresel finansal krizin İmkb 30 şirketlerine etkilerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 33, 17-28.
- Önal, Y. B., Karadeniz E., Koşan L. (2006). Finansal analiz tekniklerinin otel işletmelerinde stratejik yönetim aracı olarak kullanımına ilişkin teorik bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2(2), 16-25.
- Schmidgall S. R. ve Defranco L. A. (2004). Ratio analysis: financial benchmarks for the club industry. *Journal of Hospitality Financial Management*, 12(1), 1-16.
- Singh, A. J. ve Schmidgall, R. S. (2001). Use of ratios by the financial executives in the U.S. lodging industry. *Journal Of Hospitality Financial Management*, 9(1), 26-45.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) (2013). *Sektör bilançoları (2010-2012)*[URL: <http://www.tcmb.gov.tr/sektor/2013/index.htm>](Erişim 16 Mayıs 2014).
- White, I. G., Sondhi, C. A. ve Fried, D. (1997). *The analysis and use of financial statements*. New York: John Wiley & Sons Inc.

OTEL YÖNETİCİLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA KONGRE TURİZMİNİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER: KAPADOKYA BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA

İbrahim YILMAZ

*Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
iyilmaz@nevsehir.edu.tr*

ÖZET

Doğal, tarihi ve sosyo-kültürel çekicilikleri ile önemli bir kültür turizmi merkezi olan Kapadokya Bölgesi, sahip olduğu bu çekicilikler ile aynı zamanda önemli bir kongre turizmi merkezi olma potansiyeline sahiptir. Ancak, kongre turizminin Bölge turizmine sunacağı fırsatlardan yeterince yararlanılamamaktadır. Şüphesiz; bunun nedenleri konusunda turizm sektöründeki önemli paydaşlardan biri olan bölgedeki otel yöneticilerinin ne düşündüklerini ortaya koymak önemlidir. Bu düşünce ile, ağırlıklı olarak Nevşehir olmak üzere, Kapadokya Bölgesi'nde bulunan Aksaray, Kayseri ve Niğde illerinde faaliyet gösteren ve çeşitli kongre, sempozyum, toplantı vb. organizasyonlara ev sahipliği yapan otellerde bir araştırma yapılmıştır. Yüz yüze anket uygulamasına dayanan araştırma kapsamında, toplam 35 otel yöneticisinin kongre turizmine ilişkin görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma sonunda bölgenin kongre turizmi destinasyonu olarak yeterince tanıtılmadığı, bölgedeki turizm işletmelerinin kongre turizmini yeterince pazarlamadıkları, bölgedeki münferit kongre salonlarının yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, konaklama işletmeleri bünyesindeki kongre salonları, bu salonlardaki teknik donanım ve kalifiye personel de yetersizdir. Bu sorunların giderilmesine yönelik olarak bütün paydaşların katılımıyla ortak bir vizyon oluşturulması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine daha fazla ağırlık verilmesi, Kongre ve Ziyaretçi Bürosunun açılması ve Bölgedeki kongre arzının geliştirilmesi önerisinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler:*Kongre Turizmi, Otel Yöneticileri, Kapadokya.*

GİRİŞ

Kongre kısaca, çeşitli ülkelerden yöneticilerin, elçilerin ve delegelerin katılmasıyla yapılan toplantı anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, 2014). Daha geniş kapsamlı bir tanıma göre (Aymankuy 2006, s. 4) kongre; bir veya daha fazla günle sınırlandırılmış bir program çerçevesinde, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişini amaçlayan ve özellikle toplanılan yerin dışından gelen kişilerin de katılımı ile meydana gelen bir toplantıdır.

Kongre turizmi, kişilerin daimi konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişini yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama, olay ve ilişkilerin tümüdür (Karasu 1985, s. 10). Benzer bir tanıma göre (Aydın 1997, s. 15) kongre turizmi, aynı ya da farklı ülkelerde yaşayan insanların sürekli olarak yaşadıkları yerler dışında, temel amaç olarak ortak bir konu çerçevesinde bilgi alışverişini yapmak için bir araya gelmeleri, ikinci amaç olarak da gezip-görmek, dinlenmek, eğlenmek, yeni kültürler ve yeni insanlar tanımak vb. için yapmış oldukları seyahat, konaklama, yeme-içme gibi faaliyetlerin sonucu ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.

Kongre turizminin kendine has pek çok özelliği bulunmakla birlikte; bu özelliklerden en önemlilerini şu şekilde sıralamak mümkündür: Kongre turizmi diğer turizm türlerini desteklemekte ve birçok turizm türüne göre daha fazla gelir ve döviz girdisi sağlamaktadır. Mevsimselliğin azaltılmasına yardımcı olmakta, yeni istihdam imkânları yaratmakta, ülke/bölge imajına olumlu katkıda bulunmakta, altyapı ve üstyapının gelişmesine yardımcı olmaktadır.

Türkiye özellikle son yıllarda uluslar arası kongre pazarında varlığını hissettirmeye başlamıştır. Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği tarafından açıklanan verilere göre (ICCA, 2013) uluslar arası kongrelere ev sahipliği yapan ülkeler sıralamasında Türkiye 18. sırada yer almaktadır. Şehirler bazında bakıldığında ise İstanbul'un bu listeye 8. sıradan yerleştiği görülmektedir. Kapadokya Bölgesi de Türkiye'de kongre destinasyonu potansiyeli arz eden bölgelerden biridir. Bölge, kongre turizmine katılacak potansiyel kişi ve gruplar için merak, heyecan ve ilgi uyandıran bir bölge olarak görülmelidir. Sektöre yönelik gerçekçi ve sürdürülebilir stratejilerin uygulanması halinde kongre turizmi bölgenin kalkınmasında itici bir güç olarak değerlendirilebilir (Ersun ve Arslan, 2009, s. 140).

Doğal, tarihi ve sosyo-kültürel çekicilikleri Kapadokya Bölgesi'nin kongre turizmi merkezi olmasını destekleyici özelliklerdir. Ancak, bugüne kadar Bölgede kongre turizminin gelişebilmesi için gerekli adımların atıldığını söylemek mümkün değildir. Bölgenin kongre turizminde çeşitli sorunlar ile karşı karşıya olduğu ve kongre turizminin sunacağı fırsatlardan yeterince yararlanamadığı bilinmektedir. Bölgede kongre turizmi gelişiminde yaşanan sorunların nedenleri konusunda bizzat bölgede faaliyet gösteren otel işletmeleri yöneticilerinin ne düşündüklerini ortaya koymak önemlidir. Bu düşünce ile Bölgede faaliyet gösteren ve çeşitli kongre, toplantı vb. organizasyonlara ev sahipliği yaptığını beyan eden 35 otelin çeşitli kademelerinde görev yapan yöneticilere yönelik olarak ankete dayalı bir araştırma yapılmıştır.

Kongre Turizminin Gelişimi

Uluslar arası ilk kongrenin 1681 yılında Roma'da yapılan bir tıp kongresi olduğu bilinmektedir. Ancak, insanoğlunun var olduğu günden beri toplantıların da bulunduğunu söylemek mümkündür. Eski kültürleri inceleyen arkeologlar, kişilerin bir araya toplanarak toplumu ilgilendiren avlanma planları, savaş faaliyetleri, barış anlaşmaları gibi olayları tartıştıkları ortak alanların tarihi kalıntıları ile karşılaşmışlardır. Bu durum uygarlıkların bir coğrafik alanda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Her köy ya da şehir ortak toplanma alanlarına sahiptir. Belirli coğrafik alanlar geliştikçe, ticaretin merkezi haline gelmişler ve bu şehirler ticaret yapmak ya da bazı sorunları tartışmak isteyen kişiler için toplanma yerleri olarak görülmeye başlanmıştır (Tavmergen ve Aksakal 2004, s. 18).

Dünyada zamanla yaşanan ekonomik, sosyo-kültürel ve özellikle teknolojik gelişmeler turizm sektörünü olumlu etkilemekte ve şüphesiz kongre turizmi de bu gelişmelerden nasibini almaktadır. Zira kongre turizmi tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızla

gelişmeye devam etmekte, artan talep karşısında yeni kongre merkezleri hizmete girmektedir. Kongre turizminin gelişimine paralel olarak oteller bir taraftan kongre organizasyonlarının konaklama ihtiyaçlarına yönelik hizmet verirken diğer taraftan da kendi bünyelerinde kongre organizasyonları gerçekleştirmektedir. Yeni inşa edilen oteller bu hizmete yönelik büyük salonlar tahsis ederken, eski oteller de mevcut salonlarının kapasitelerini arttırmaya yönelik çalışmalar yapmaktadır (Çorbacı ve Kuleli 1998, s. 38).1996 yılında Türkiye’de gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Yerleşim Zirvesi (HABİTAT II) Türkiye’nin kongre turizmi açısından dünya pazarında tanınmasında önemli rol oynamıştır. Çünkü birçok ülke Türkiye’nin bu konuda sahip olduğu olanakları görme fırsatı bulmuştur. Bu zirvenin ardından Türkiye’ye yönelik kongre turizmi talebi önemli ölçüde artmış ve turizm sektörünün öncü kuruluşları kongre turizmi konusunda yatırımlarını arttırmaya başlamıştır (Çorbacı ve Kuleli 1998, s. 38).

2013 yılı verilerine göre uluslar arası kongrelere en fazla ev sahipliği yapan ilk üç ülke A.B.D., Almanya ve İspanya şeklinde sıralanmaktadır. Türkiye 221 uluslar arası kongre ile 18. sırada yer almaktadır. Şehirler bazında bakıldığında ise, Paris’in birinci, Madrid’in ikinci, Viyana’nın üçüncü sırada bulunduğu görülmektedir. İstanbul ise bu listede 146 uluslar arası kongre ile 8. sırada yer almaktadır (Tablo 1).

Tablo 1: Ükelere ve Şehirlere Göre Uluslararası Kongrelerin Dağılımı (2013)

Sıra No	Ülke	Kongre Sayısı	Sıra No	Şehir	Kongre Sayısı
1	A.B.D.	829	1	Paris	204
2	Almanya	722	2	Madrid	186
3	İspanya	562	3	Viyana	182
4	Fransa	527	4	Barselona	179
5	İngiltere	525	5	Berlin	178
6	İtalya	447	6	Singapur	175
7	Japonya	342	7	Londra	166
8	Çin	340	8	İstanbul	146
9	Brezilya	315	9	Lizbon	125
10	Hollanda	302	9	Seul	125
18	Türkiye	221	10	Prag	121

Kaynak:Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (ICCA)

Literatür Taraması

Kapadokya Bölgesi’nin bugüne kadar kongre turizminde arzulanan düzeyde olmamasının nedenleri konusunda şu hususların ön plana çıktığı görülmektedir (Kızıllırmak, 1999; Yılmaz, 2001; Eren ve Yılmaz, 2003): Tanıtım eksikliği, kongre organizasyonlarının maliyetinin yüksek olması, kongre salonlarının yeterli olmaması, Bölgeye ulaşımın (özellikle havayolu ulaşımı)yetersiz olması, sabit maliyetlerin yüksek olması (kongre merkezlerinin yapılması, mevcut kongre salonlarının modernize edilmesi, ulaşım

altyapısının geliştirilmesi vb.), kongre turizmi için gerekli diğer imkânların (uzman personel, teknik donanım vb.) yetersizliği, turizm işletmelerinin kongre turizmine gereken önemi vermemeleri.

Kayseri ve Nevşehir illerindeki otel işletmelerinin kongre pazarlama faaliyetlerinin incelendiği bir araştırmada (Özer, 2010) otellerin teknik donanım açısından eksiklikleri olduğu, toplantı salonlarının yetersiz olmasına karşın yaklaşık %60'ının ilave salon yatırımı yapmayı düşünmedikleri, büyük çoğunluğunun herhangi bir uluslararası kuruluşa üye olmadıkları belirlenmiştir. Ayrıca, otel yöneticileri Bölgedeki münferit kongre merkezlerinin eksikliği, çeşitli alt yapı ve üst yapı sorunları, kongre turizminin tanıtım ve pazarlama sorunları üzerinde durmaktadır. Öte yandan, otellerin yaklaşık %60'ının kongre turizmiyle ilgili fuarlara katıldıkları, kongre ve toplantı gelirlerinin toplam gelirleri içerisindeki payının yaklaşık %40 olduğu ancak bu gelirlerin ulusal ya da uluslararası alanda büyük çaplı organizasyonlardan ziyade küçük çaplı toplantı veya kongrelerden elde edildiği vurgulanmıştır.

Nevşehir'de görev yapan profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırmada (Yılmaz ve Çullu, 2012) Rehberler, genel anlamda Nevşehir'in turistik ürün çeşitlendirme bakımından önemli bir potansiyele sahip olduğunu ancak bu potansiyelin gereği gibi değerlendirilmediğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda, Rehberler Nevşehir'in kongre turizmi bakımından da şanslı olmasına karşın; bölgede kongre turizminin pazarlanmasına yönelik çabaların yeterli olmadığını belirtmişlerdir.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı; Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve çeşitli kongre, toplantı vb. organizasyonlara ev sahipliği yapan otel işletmeleri yöneticilerinin bakış açısından Bölgenin kongre turizminde yaşanan sorunları ortaya koymaktır. Otel işletmelerinin bahsi geçen organizasyonların en fazla gerçekleştirildiği mekânlar olarak ön plana çıkmaları (ICCA, 2013) otel yöneticilerinin görüş ve düşüncelerini önemli kılmaktadır. Bölgenin kongre turizmi destinasyonu olarak tercih edilmesinin önündeki engellerin ortaya konulması, bir bakıma Bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için neler yapılabileceği sorusuna cevap oluşturmaktadır. Araştırma, aynı zamanda Bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için ilgili bütün paydaşlara görev ve sorumluluklar düştüğüne yönelik ipuçları vermesi bakımından da önemlidir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, veri toplama yöntemi olarak anket formunun tercih edildiği keşifsel bir özellik taşımaktadır. Anket sorularının hazırlanmasında ilgili literatürden faydalanılmış, ağırlıklı olarak Bölgede daha önce yapılan benzer çalışmalar incelenerek araştırma konusuna uygun soruların seçilmesine özen gösterilmiştir. Araştırmada beşli Likert ölçeği tercih edilmiştir. Otel yöneticilerinin kongre turizmine ilişkin ifadelerle katılım düzeylerini (1) Çok düşük, (2) Düşük, (3) Orta, (4) Yüksek ve (5) Çok yüksek şeklinde sıralanan ölçek üzerinde

belirtmeleri istenmiştir. Anketin son bölümünde ise, otellere ve yöneticilere ilişkin tanımlayıcı bilgilerin toplanmasına yönelik sorular sorulmuştur. Ankete son şekli verilmeden önce, araştırmacı ile aynı kurumda çalışan iki akademisyenin görüşüne başvurulmuş, anketteki soruların içeriği, anlaşılabilirliği gibi konularda herhangi bir sorun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca bir ön test yapılmamış, akademisyen görüşünden sonra ankete son şekli verilmiştir.

Anket uygulaması Nevşehir'deki Belediye Belgeli bir otel dışında, yalnızca Turizm İşletmesi Belgeli otellerde gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nden alınan bilgiler neticesinde çalışma evreninin 86 otelden oluştuğu belirlenmiştir. Bu oteller ile telefon ve elektronik posta yoluyla iletişime geçilerek anket uygulaması için randevu alınmaya çalışılmış, otellerin bir kısmı kongre ve sempozyum gibi etkinlikler düzenlemediklerini gerekçe göstererek, bir kısmı ise herhangi bir gerekçe göstermeden uygulamayı kabul etmemiştir. 2013 yılı Eylül ayı içerisinde gerçekleştirilen uygulamada yüz yüze anket yöntemi tercih edilmiştir. Neticede, yoğunluğu Nevşehir'de olmak üzere Kapadokya Bölgesi'nde bulunan Aksaray, Kayseri ve Niğde illerinde faaliyet gösteren ve çeşitli kongre, sempozyum, toplantı vb. organizasyonlara ev sahipliği yaptığını beyan eden toplam 35 otelin yöneticisinden anket toplanmıştır.

Anket ile toplanan veriler analiz edilerek yorumlanmıştır. Otel ve yöneticilere ilişkin tanımlayıcı analizlerde frekans ve yüzde dağılımlara bakılmış, yöneticilerin kongre turizmne ilişkin görüşlerinin belirlenmesine yönelik ölçekte ise aritmetik ortalama ve standart sapmalar hesaplanmıştır. Ancak, öncelikle ölçüm aracının güvenilirliğini test etmek amacıyla güvenilirlik analizinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçüm aracının oldukça yüksek bir güvenilirlik düzeyinde olduğu söylenebilir. Çünkü; ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach alpha) 0,92 çıkmıştır. Ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olması geçerlilik açısından önemli bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Ölçek ifadelerinin ilgili literatürden faydalanılarak hazırlanması, akademisyen görüşünün alınması ve ölçekteki ifadelerin içeriği ve anlaşılabilirliği ile ilgili herhangi bir sorun tespit edilmemesi de geçerlilik açısından önemlidir. Öte yandan, ölçeğin yapı geçerliliğinin sınanması amacıyla ayrıca faktör analizi yapılmış ancak ölçekteki bazı ifadelerin beklenen boyutlara yüklenmemeleri, aynı anda birden fazla boyuta yüklenmeleri ve dolayısıyla boyutlar arasında yüksek etkileşim çıkması nedeniyle analizden vazgeçilmiştir.

BULGULAR

Araştırmanın yapıldığı otellerin illere göre dağılımına bakıldığında, büyük çoğunluğunun (%80) Kapadokya Bölgesinin en önemli turizm merkezi olan Nevşehir'de bulunduğu görülmektedir. Kategori ve belge türleri bakımından değerlendirme yapıldığında ise, otellerden biri tatil köyü olmak üzere toplam 16 tanesi dört yıldızlı, 11'i beş yıldızlı ve geriye kalan 8 tanesi de özel belgeli (yıldızlı olmayan) otellerdir. Bu otellerden yalnızca biri Belediye Belgeli iken, 34 tanesi Turizm İşletme Belgesi sahibidir (Tablo 2).

Tablo 2: Otelere İlişkin Bulgular

Otelin Bulunduğu İl	Frekans	Yüzde (%)
Nevşehir	28	80
Kayseri	5	14
Aksaray	1	3
Niğde	1	3
Toplam	35	100
Otelin Kategorisi	Frekans	Yüzde (%)
Beş Yıldızlı	11	31
Dört Yıldızlı	16	46
Yıldızlı olmayan	8	23
Toplam	35	100
Otelin Belge Türü	Frekans	Yüzde (%)
Turizm İşletmesi Belgeli	34	97
Belediye Belgeli	1	3
Toplam	35	100

Yönetici profiline ilişkin bulgular Tablo 3'te bir arada görülmektedir. Bu bilgiler özetlenecek olursa; yöneticilerin ağırlıklı olarak erkeklerden oluştuğu (%80) ve yarısından fazlasının (%57) 25-34 yaş kategorisinde bulunduğu göze çarpmaktadır. Yöneticilerin önemli bir çoğunluğu (%60) lisans mezunu iken, yaklaşık üçte biri (%31) önbüro müdürü olarak görev yapmaktadır.

Tablo 3: Yöneticilere İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Erkek	28	80
Kadın	7	20
Toplam	35	100
Yaş	Frekans	Yüzde (%)
24 ve altı	1	3
25-34 arası	20	57
35-44 arası	10	29
45-54 arası	3	8
55 ve üzeri	1	3
Toplam	35	100
Eğitim durumu	Frekans	Yüzde (%)
Ortaokul	1	3
Lise	6	17
Önlisans	5	14
Lisans	21	60
Lisansüstü	2	6
Toplam	35	100
Oteldeki görev	Frekans	Yüzde (%)
Genel müdür	3	9
Kongre ve toplantı satış koordinatörü/yetkilisi	3	9
Muhasebe müdürü	2	6
Otel sahibi	3	9
Önbüro müdürü	11	31
Önbüro şefi	3	9
Satış-pazarlama müdürü	6	17
Diğer	4	10
Toplam	35	100

Otel yöneticilerinin kongre turizmine ilişkin olumlu görüşleri incelendiğinde; ilk sırada Bölgede güvenlik sorunu olmamasının (ort. 4,14), ikinci sırada Bölgenin önemli bir ulusal/uluslar arası kongre turizmi merkezi olma potansiyeline sahip olmasının (ort. 3,54) yer aldığı görülmektedir. Üçüncü ve dördüncü sırada Bölgeye ulaşımın (özellikle havayolu ulaşımı) kolay olması (ort. 3,68) ve bölge içi ulaşımın kolay olması (ort. 3,48) bulunmaktadır. Beşinci sırada ise Bölgenin doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri ile kongre turizmini destekleyici nitelikte olması (ort. 3,45) yer almaktadır.

Tablo 4: Yöneticilerin Kongre Turizmine İlişkin Görüşleri

İfadeler	A.O.	S.S.
Bölge önemli bir ulusal/uluslar arası kongre turizmi merkezi olma potansiyeline sahiptir	3,54	1,26
Bölge doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri ile kongre turizmini desteklemektedir	3,45	1,46
Bölgenin iklimi kongre, toplantı vb. organizasyonlar için uygundur	3,42	1,19
Bölge, yeterince güvenlidir (güvenlik sorunu yoktur)	4,14	1,24
Bölge, kongre destinasyonu olarak pozitif bir imaja sahiptir	2,97	1,15
Bölgede Kongre ve Ziyaretçi Bürosu açılması kongre turizmi gelişimi açısından önemlidir	3,42	1,21
Bölge, kongre turizmi destinasyonu olarak yeterince tanıtılmaktadır	2,00	0,87
Bölgedeki seyahat acentaları kongre turizmini yeterince pazarlamaktadır	2,00	0,93
Bölgedeki konaklama işletmeleri kongre turizmini yeterince pazarlamaktadır	2,28	0,95
Bölgedeki konaklama işletmeleri kongre turizmi ile ilgili fuarlara yeterince katılmaktadır	2,31	1,10
Bölgedeki konaklama işletmeleri kongre turizmi ile ilgili kuruluşlara üyedir	2,28	0,92
Bölgedeki konaklama (işletmelerinin konaklama) arzı ve imkanları yeterlidir	2,82	1,17
Bölgedeki konaklama işletmeleri bünyesindeki kongre, toplantı vb. salonları yeterlidir	2,25	0,88
Bölgedeki konaklama işletmelerinde kongre turizmi ile ilgili destekleyici hizmetler (teknik donanım, kalifiye personel vb.) yeterlidir	2,17	0,82
Bölgedeki konaklama işletmeleri kongre müşterilerine kaliteli hizmet vermektedir	3,08	1,09
Bölgedeki konaklama işletmeleri aile üyelerine yönelik yeterli aktivite sunmaktadır	2,51	1,01
Bölgedeki konaklama işletmeleri dışındaki kongre, toplantı vb. salonları yeterlidir	1,94	0,72
Bölgedeki bağımsız (münferit) yeme-içme tesisleri yeterlidir	3,31	1,27
Bölgedeki eğlence olanakları yeterlidir	2,82	1,27
Bölgeye ulaşım (özellikle havayolu ulaşımı) kolaydır	3,68	1,18
Bölgeye yönelik doğrudan uçuş seferleri yeterlidir	2,77	1,08
Bölgeye yönelik alternatif ulaşım imkânları (araçları) yeterlidir	3,20	1,10
Bölgedeki kent içi ulaşım kolaydır	3,48	1,12
Bölgedeki kent içi ulaşım yeterlidir	3,05	1,21
Bölgede kongre turizminin gelişmesi için başta bakanlık olmak üzere kamunun çabaları yeterlidir	2,28	0,98
Bölgede kongre turizminin gelişmesi için, bölgedeki ilgili yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları vb.yeterli çaba göstermektedir	2,40	1,03

1:çok düşük, 2:düşük, 3:orta, 4:yüksek, 5:çok yüksek

Otel yöneticilerinin bakış açısıyla Bölgede kongre turizminin sorunları sıralamasında ilk sırada Bölgedeki konaklama işletmeleri dışındaki kongre, toplantı vb. salonlarının yetersiz olması (ort. 1,94) gelmektedir. İkinci sırayı Bölgenin kongre turizmi destinasyonu olarak

yeterince tanıtılmaması (ort. 2,00) ve Bölgedeki seyahat acentalarının kongre turizmini yeterince pazarlamaması (ort. 2,00) paylaşmaktadır. Üçüncü sırada Bölgedeki konaklama işletmelerinde kongre turizmi ile ilgili destekleyici hizmetlerin yeterli olmaması (ort. 2,17) bulurken, dördüncü sırada Bölgedeki konaklama işletmeleri bünyesindeki kongre, toplantı vb. salonları yeterli olmaması (ort. 2,25) yer almaktadır. Beşinci sırayı ise Bölgedeki konaklama işletmelerinin kongre turizmini yeterince pazarlamaması (ort. 2,28), Bölgedeki konaklama işletmelerinin kongre turizmi ile ilgili kuruluşlara yeterince üye olmaması (ort. 2,28) ve Bölgede kongre turizminin gelişmesi için başta Bakanlık olmak üzere kamu kesiminin çabalarının yeterli olmaması (ort. 2,28) paylaşmaktadır.

Otel yöneticilerinin ortaya koyduğu yukarıdaki sorunlar geçmişte yapılan ve Bölgedeki kongre turizmini konu alan çalışmaların sonuçları ile de benzerlikler taşımaktadır. Örneğin; Kızılırmak (1999), Yılmaz (2001), Eren ve Yılmaz (2003) ile Özer'in (2010) çalışmalarında tanıtım eksikliğinden, kongre salonlarının yeterli olmamasından, turizm işletmelerinin kongre turizmine gereken önemi vermemesinden ve kongre turizmini destekleyen diğer imkanların (teknik altyapı, uzman personel vb.) yetersizliğinden söz edilmektedir. Yılmaz ve Çullu'nun (2012) çalışmasında ise Bölgenin kongre turizmi bakımından gelişmeye elverişli olmasına karşın bölgede kongre turizminin pazarlanmasına yönelik çabaların yeterli olmadığından bahsedilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kapadokya Bölgesi ülkemizde kongre turizmi bakımından şanslı sayılabilecek bölgeler arasında bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, Bölgede güvenlik bakımından bir sorun olmaması, Bölgenin önemli bir kongre turizmi merkezi olma potansiyeline sahip olması, Bölgeye ulaşımın kolay olması ve Bölgenin doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri ile kongre turizmini destekleyici nitelikte olması kongre turizminin gelişimi açısından olumludur. Ancak, yine araştırma sonuçlarına göre Bölge, kongre turizmi destinasyonu olarak yeterince tanıtılmamakta, turizm işletmeleri kongre turizmini yeterince pazarlamamakta, münferit kongre salonları yetersiz kalmaktadır. Ayrıca, konaklama işletmeleri bünyesindeki kongre salonları ve Bölgede kongre turizminin gelişmesi için kamu kesiminin çabaları yetersizdir. Bu sonuçların geçmişte Bölgedeki kongre turizmi üzerine yapılan benzer araştırma sonuçları ile örtüşmesi, bazı olumlu gelişmelere rağmen, Bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için geçmişten günümüze kadar olan süreçte gerekli adımların atılmadığını ortaya koymaktadır.

Araştırmada faydalanılan kaynaklar ve araştırmadan elde edilen sonuçlar ışığında Kapadokya Bölgesi'nde kongre turizminin geliştirilmesi için yapılabilecek bazı çalışmalar şu şekilde özetlenebilir:

- Bölgenin kongre turizmi açısından gelişim seyrine ışık tutacak istatistiksel analizler yapılarak bölgenin sahip olduğu avantajlar ve dezavantajlar ile fırsatlar ve tehditler geniş kapsamlı olarak ortaya konulmalıdır.

- Kongre turizmine ilişkin olarak bütün paydaşların katılımıyla Bölgeye özgü ortak bir vizyon oluşturulmalıdır.
- Bölgede kongre turizmine yönelik faaliyet gösteren turizm işletmelerinin sayısı ve imkânları arttırılmalı, özellikle uluslar arası düzeyde hizmet verebilecek münferit kongre merkezleri ve salonlarının yapılmasına yönelik çalışmalar hız kazanmalıdır.
- Kongre turizminin yeterince tanıtılması ve pazarlanması için Bölgede Kongre ve Ziyaretçi Bürosunun açılması gerekir. Bu büroya gerekli kaynaklar aktarılarak ulusal ve uluslar arası medya aracılığıyla bölgenin kongre turizmi potansiyelini ortaya koyan yayınların hedef kitlelere ulaştırılması sağlanmalıdır. Ayrıca bu bürolar ulusal/uluslar arası kongreleri pazarlayan kuruluşlar ile işbirliği yaparak bölgenin ulusal/uluslar arası kongre kataloglarında yer almasını sağlamalıdır.
- Turizm işletmeleri kongre turizmine daha bilinçli ve profesyonelce yaklaşmalı, çalışanlarını eğitmeli ve kongre turizmine yönelik olarak daha etkin pazarlama programları uygulamalıdır.
- Türkiye Turizm Stratejisi-2023'te Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kongre turizminin geliştirilmesi için öncelikli iller listesinde Kapadokya Bölgesi'nden herhangi bir il bulunmamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2014). Ancak, gerekli tanıtımın yapılması ve diğer adımların atılması koşuluyla özellikle Nevşehir ilinin (ve hatta Kayseri'nin) bu listenin ilk sıralarında rahatlıkla yer bulabileceği açıktır. Zira kongre turizminde ülkelerden ziyade şehirlerin ön plana çıkması dikkat çekicidir. Bunun en çarpıcı örneklerinden biri şüphesiz Türkiye ile kıyasla İstanbul'un uluslar arası kongre pazarında kat ettiği mesafe ve geldiği noktadır.
- Bölgede kongre turizminin gelişimi için Bakanlık ve Bölgedeki turizm işletmeleri dışındaki paydaşların (sektörel örgütlenmeler ve dernekler, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları vb.) da belirlenecek ortak vizyon çerçevesinde hareket etmeleri gerekir.
- Kapadokya Bölgesi gerçekten de kendine özgü doğal, tarihi, kültürel çekicilikleri ve diğer destekleyici unsurları ile ulusal/uluslararası düzeyde bir kongre merkezi olabilir.
- Son olarak, gelecekte yapılacak benzer araştırmalarda Bölgede bulunan ve kongre, sempozyum vb. düzenleme potansiyeli olan diğer otellerin ve oteller dışındaki paydaşların görüşlerine de başvurulması daha geçerli ve güvenilir sonuçların elde edilmesi bakımından önemlidir.

KAYNAKÇA

- Aydın, Ş. (1997). Kongre Turizmi ve Önemi. *VIII. Ulusal Turizm Kongresi*, Kuşadası, Aydın, 18-40.
- Aymankuy, Y. (2006). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çorbacı, E. ve Kuleli, E. (1998). Kongre Turizmine Paralel Olarak Kongre Otelciliği de Gelişiyor. *Hotel Dergisi*, 10:38-39.

- Eren, D. ve Yılmaz, İ. (2005). Kongre Turizmi ve Kapadokya'daki Kongre Olanaklarının Değerlendirilmesi, *Kapadokya Toplantıları IX: Kongre Turizmi*. Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir, 110-118.
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2009). Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Kapadokya Bölgesi'nde Kongre Turizmi Geliştirme Olanakları. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Temmuz-Aralık, 34:139-164.
- ICCA (2013). *Country and City Ranking Measured by Number of Meetings*, [URL:<http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=4020>] (Erişim 9 Haziran 2014).
- Karasu, T. (1985). *Kongre Turizmi ve Türkiye (Durum, Sorunlar, Öneriler)*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı-Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- Kızılırmak, İ. (1999). Kongre Turizmi Açısından Kapadokya Bölgesinin Dünü, Bugünü ve Geleceği, *Haftasonu Semineri VI*. Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir, 152-177.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2014). *Türkiye Turizm Stratejisi-2023*, [URL:<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr>] (Erişim 9 Haziran 2014).
- Özer, Ş. (2010). *Kongre Turizmi ve Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi: Kayseri ve Nevşehir İli Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Üniversitesi, Nevşehir.
- Tavmergen, İ. P. ve Aksakal, E. G. (2004). *Kongre ve Toplantı Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu (2014). *TDK Güncel Türkçe Sözlük*, [URL:<http://www.tdk.gov.tr>] (Erişim 9 Haziran 2014).
- Yılmaz, İ. (2001). Kapadokya Turizminin Mevcut Sorunları ve Bu Sorunların Çözümüne Yönelik Öneriler. *Maltepe Üniversitesi MYO Dergisi*, 2:29-46.
- Yılmaz, İ. ve Çullu, N. (2012). Nevşehir'de Alternatif Turizm Potansiyeli ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Üzerine Bir Araştırma, *1. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. Çağ Üniversitesi, Mersin, 247-265.

DIYARBAKIR'IN MARKA KENT OLMASI ÖNÜNDEKİ ENGELLER VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK

*Okt. Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
gulserenozaltas@artuklu.edu.tr*

Sadık SERÇEK

*Arş.Gör. Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
sadik.sercek@dicle.edu.tr*

ÖZET

Turizmde rekabet artık kentler arasında gerçekleşmekte ve kentlerin marka değerleri önem kazanmaktadır. Kentlerin markalaşması kentin imajının artmasının yanında ekonomik olarak da büyümesini sağladığından önemli bir konu olmuştur. Bu çalışmada literatür incelenerek; kentlerin markalaşması, Diyarbakır'ın marka değeri yaratabilecek unsurları, marka kent olma konusundaki engelleri belirlenmiştir. Bu engellerin aşılabilmesi için de öneriler yer almaktadır. Diyarbakır'ın marka değeri yaratabilecek unsurların başında surlar, karpuz, Ulu Cami, kiliseler ve diğer camiler olduğu belirlenmiştir. Diyarbakır'ın markalaşma önündeki en önemli engeller ise bölgede yaşanan güvenlik sorunları, olumsuz imajı ve önyargılar, koordinasyon eksikliği olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler:Marka, Markalaşma, Marka Kent, Diyarbakır.

GİRİŞ

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Türkiye'ye gelen toplam ziyaretçi sayısı 39.860.771 kişi; turizm geliri 2013 yılında bir önceki yıla göre yüzde 11,4 artarak 32.308.991 bin dolar olmuştur. Konaklama verilerine göre ise toplam 38.282.433 kişi turizm tesislerinde konaklamıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Diyarbakır'a gelen ziyaretçi sayıları yıllar itibarıyla Tablo 1'deyek almaktadır.

Tablo 1: Turistlerin Tesislere Geliş, Geceleme ve Ortalama Kalış Süreleri

Yıl	Konaklayan Kişi Sayısı			Geceleme Sayısı		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2009	16.046	170.109	186.155	26.265	242.303	268.568
2010	19.422	213.515	232.937	36.348	307.421	343.769
2011	21.007	221.626	242.633	38.655	295.823	334.478
2012	13.316	184.977	198.293	21.051	248.765	269.816
2013	22.582	203.300	225.882	37.299	295.783	333.082

Kaynak: Diyarbakır Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri (2014).

Türkiye ortalamalarıyla karşılaştırıldığında, 2013 yılında Diyarbakır'da konaklayan turist sayısı toplamda 225.882 olmakla birlikte, bu sayı Türkiye'deki turizm tesislerinde konaklayan turist sayısının %0,06'sını oluşturmaktadır. Bu veriler incelendiğinde Diyarbakır'ın turizm pastasında çok düşük bir pay aldığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak Diyarbakır'ın turizm açısından varlıklarını tam olarak pazarlayamamasından kaynaklandığı söylenebilir. Dolayısıyla kentin turizmde önemli bir konuma gelebilmesi

için farklı ve etkili bir pazarlama faaliyeti gerçekleştirmesi ve markalaşma sürecine girmesi gerekmektedir. Araştırmanın amacı, Diyarbakır destinasyonuna olan talebi artırarak kalıcı kılabilmek ve müşteri bağımlılığı sağlayabilmesi adına markalaşma sürecinde Diyarbakır'ın marka değeri yaratabilecek varlıklarını ortaya koymak ve marka kent oluşu önündeki engelleri belirleyerek çözüm önerileri sunmaktır.

MARKA VE KENT MARKALAŞMASI

Marka bir veya bir grup üretici veya satıcının mal ve hizmetlerini belirlemeye, tanıtmaya ve rakiplerinkinden farklılaştırmaya yarayan isim, terim, sözcük, logo, tasarım, işaret, renk veya bunların çeşitli bileşenleri olarak kabul görmektedir. Marka, tüketiciye rakiplerinden farklı olduğunu yansıtan bir olgudur (Kavas, 2004, s. 19).

Marka, müşterilerle ürün veya hizmet arasındaki ilişkiyi ifade eder. Marka, tüketicilerin ürünler veya hizmetlerle ilgili olarak duydukları, gördükleri, okudukları, izledikleri veya kendilerinin birebir deneyimlerinden elde ettikleri verilere göre yaptıkları tanımlamayı ifade eder (Bozkurt, 2004, s. 48).

Tüm bu tanımlardan hareketle denilebilir ki marka, ürünü ya da hizmeti rakiplerinden farklılaştırıp kimliklendirmekte, imaj oluşturmada ve kişileştirmektedir. Bununla birlikte marka, ürün veya hizmeti yasal boyutta temsil edilebilir kılmakta, firma ya da ürüne katma değeri bulunan bir varlık haline getirmektedir. Marka artık somut olarak bir varlık ve soyut olarak bir vaat, değerler ve algılar bütünüdür. Marka, ürün veya hizmetin somutsal görünümü ve işleyişinden öte tüketici algısında yer alan algılar ve anlamlar bütünüdür.

Markalaşma temelinde başarılı bir marka yönetim sürecini getirmektedir. Marka yönetimi, firmanın dış çevresi ile örgüt yapısının kapasitesini belirleyen ürünlerle ilgili girdilerin tüketici algılamaları üzerindeki etkileri, kısa dönemde karın artırılması, uzun dönemli yatırım ihtiyaçları ve gelişim gibi konular arasında bir denge sağlama görevini üstlenir. Markanın karşıladığı ihtiyaç ve istekler, rekabet avantajının yapısı diğer tüm kararları şekillendirmektedir. Çok fazla önem taşıyan bu tür sorunların çözümü zor olmakla birlikte tamamen tüketici zihninde şekillenmektedir. Bu nedenle marka yönetiminde yapılabilecek en büyük hatalardan biri tüketici tepkilerini ve algılarını dikkate almadan, tamamen yöneticilerin sadece pazardaki kendi tecrübelerine yönelik kararlar almasıdır (Aktuğlu, 2004, s. 42-43).

Çeşitli düzeylerdeki mekanlar ürün ve hizmetler gibi pazarlamaya konu olmakta ve marka olarak konumlandırılabilirler. Ülke, bölge, destinasyon, şehir ve yöre gibi değişik mekan düzeyleri mekan markası yaratma sürecine konu olabilirler.

Turistik pazarlamada kentlerin önemi gittikçe artmakta, bazı şehirler tek başına ait oldukları ülkeden daha fazla turist çekebilmektedir. Bu durum turizm ve tanıtımda şehirleri ön plana çıkarmayı, şehirleri markalaştırmayı zorunlu hale getirmektedir (Baysal, 2004, s. 22).

Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planında, marka kent “Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için çekim noktası haline getirilmesi” biçiminde tanımlanmaktadır. Bu yönde kentte yapılması gereken çalışmalar mimari düzenlemeler, ulaşım sistemi ile ilgili düzenlemeler, kültürel aksların düzenlenmesi, fiziksel ve sosyal düzenlemeler olarak belirtilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006, s. 21-22).

Kentlerin markalaşmasında kendine özgü nitelikler ve farklılaşma önem kazanmaktadır. Rekabet halinde olan diğer kentlerden farklı, üstün ve avantajlı birtakım özellikler sergilenmeli, tüketicilerde bu yönde bir algı oluşturulmalı ve söz konusu algı sürdürülebilir olmalıdır. Turizmin günümüzdeki öneminin yanı sıra, geleceğin en önemli sektörü olmaya aday bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Turizmin Türkiye ekonomisi içindeki konumu dikkate alındığında daha ciddi, uzun vadeli ve gerçekçi stratejiler üretilmesi gerekmektedir (Tek, 2009, s. 171).

Turistik pazarlamada kentlerin önemi gittikçe artmakta, bazı şehirler tek başına ait oldukları ülkeden daha fazla turist çekebilmektedir. Bu durum turizm ve tanıtımda şehirleri ön plana çıkarmayı, şehirleri markalaştırmayı zorunlu hale getirmektedir. Şehir markası yaratma, marka stratejisi ve iletişimde elde edilen bilgilerin, mekanların ve şehirlerin geliştirilmesi için kullanıldığı yeni bir disiplindir. Bu disiplin söz konusu şehrin güçlerinin pazar ihtiyaçlarıyla iyi bir şekilde ilişkilendirilmesini sağlamak ve güçlü, olumlu ve farklı itibarının o şehre kalıcı bir avantaj getirmesini sağlamayı temel alan bir anlayışı ifade etmektedir (Tanlasa, 2005, s. 44).

Marka kent stratejisinin çok yönlü maliyetleri, çıktıları, etkileri ve sonuçları söz konusudur. Bunların başında markalaşmanın gerektirdiği mali yük gelmektedir. Devamında markalaşacak kentin nicel ve nitel olarak yaratılan marka imajı ile örtüşmesini sağlayacak yatırımların maliyeti gelmektedir. Markanın tutunması ve işlemesi ile birlikte kente yönelecek insanların yaratacağı hizmet talepleri, kentin hizmet arzı üzerinde baskı yaratacak ve yeni yatırım gereksinimini doğuracaktır. Bunların yanı sıra, sosyal, kültürel, çevresel ve benzeri maliyetler, sorunlar ve dirençler gündeme gelebilecektir. Bu ve benzeri güçlükleri aşabilmek için kentlerin fiziki altyapı, emek piyasası, insan sermayesi, ekonomik ve mali olanakları, yönetim kapasitesi ve benzeri açılardan yeterlilikleri ve rekabet potansiyelleri önem kazanmaktadır (Tek, 2009, s. 172).

Bir bölgenin, turistik bir marka haline gelmesinin sağlayacağı yararlar aşağıdaki başlıklar altında özetlenebilir (Oppermann, 2000, s. 81; Yıldırım ve Beykan, 2000, s. 457, Akt.Kamiloğlu, 2010, s. 55):

- Turistin, turistik bölgeyi tanınmasını ve benzer turistik bölgelerden ayırt etmesini sağlar.
- Turizmin özelliği nedeniyle ürünün satın alınmadan önce denenmemesinin getireceği riskleri azaltır.
- Turistik bölgenin kalitesinin sembolü işlevini görür.

- Marka, bir bölgeye belirgin bir kimlik kazandırır ve bu sayede pazar bölümlemesini kolaylaştırır.
- Turistik bölgenin markalanması, bölgeyi simgeleyen ürünlerin de, markalanması çabalarını kolaylaştırır.
- Koordinasyon ve birleşme çabalarına yardım eder.
- Turistin hem fiziksel hem de psikolojik olarak ürüne çekilmesini sağlar.
- Markanın dayanıklılık özelliği, ürünler veya hizmetler değişse de markanın yaşamının süreklilik göstermesini sağlar.
- Destinasyonlara tekrarlı gelişlere sebep olur, bunu da, müşterisi ile arasında duygusal bağ kurarak sağlar.

Şehirlerin marka haline getirilmesi söz konusu olduğunda, kentin tarihi, coğrafi, kültürel, ekonomik özellikleri önemli birer marka oluşturma altyapısı olarak ortaya çıkmaktadır. Tarihi geçmişi olan şehirler, bu özelliklerini şehrin tanıtımında veya şehir markası oluşturulmasında çok sık bir şekilde kullanılmaktadırlar. Tarihi eserlerin bulunduğu bütün şehirler bu konuda bir potansiyel taşımaktadırlar. En güzel örnek İstanbul'dur. Mısır Piramitleri, Çin Seddi gibi dünyanın yedi harikasını üzerinde bulunduran şehirler, çoğunlukla bu harika eserlerin isimleri ile markalaşmışlardır (Eroğlu, 2007, s. 67).

Bir kentin markasının güçlü bir marka haline getirilmesi için öncelikle o kentte marka olmayı destekleyecek değerlerin ve niteliklerin bulunması gerekmektedir. Bu nedenle, kentlerin marka olmasında önemli bazı noktalar dikkatle irdelenmelidir. Kent markası, bir şehrin iyi bir markaya sahip olması için gerçekten var olmasa bile ayırıcı bir özelliğe sahip olması gereken özellikler ile şehrin görünüşü, kent insanlarının deneyimi, inançları ve davranışlarını da kapsamaktadır (Özdemir ve Karaca, 2009).

Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planında belirlenen turizm kentleri ile eko-turizm kentleri şöyle: Kaş- Finike, Anamur Kıyı Kesimi, Saros Körfezi, Kapıdağı Yarımadası-Avşa-Marmara Adaları, Kilyos, Samandağ, Maçka, Kahta turizm kentleri ile İğneada-Kıyıköy ve Datça Eko-turizm kenti. Türk turizmini 2023 yılına hazırlayan strateji planında; Türkiye'nin dokuz ayrı destinasyona ayrılması ve bu destinasyonları birbirine bağlayacak yedi ulaşım koridorunun oluşturulması ve ayrıca turizmde 10 turizm kentinin belirlenmesi yer alıyor. Buna göre belirlenen dokuz yeni merkez (destinasyon) şu şekilde adlandırılmaktadır: Söğüt, Bursa ve Bilecik (Frigya), Çorum ve çevresi (Hitit), Bitlis ve Van (Urartu), Çanakkale, Balıkesir (Troya), Denizli ve Aydın çevresi (Afrodizya), Kapadokya, GAP, ve Göller Bölgesi. Yeni turizm kentleri içerisinde yer alacak yerler ise Samandağ, Anamur, Kaş, Finike, Datça, Avşa, Saros, İğneada, Maçka ve Kahta'dır.

Plan çerçevesinde 15 şehrin turizmde markalaşması amaçlanmaktadır. Markalaşacak şehirler; Amasya, Bursa, Çorum, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon. Olarak belirlenmiştir. Bunun dışında metropol iller olan Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya'da şehir turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projelerin yaşama geçirilmesi hedeflenmektedir. Marka kentler ve planlanan kentler arasında Diyarbakır'ın yer almadığı görülmektedir. Bu araştırmada

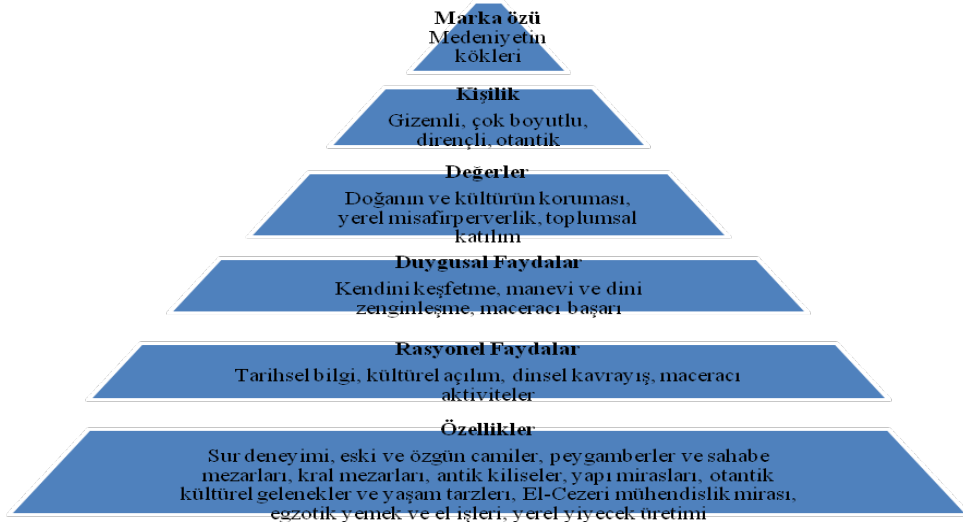
Diyarbakır'ın marka değerlerinin ve kentin markalaşamamasının nedenlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu sonuçlara göre de Diyarbakır'ın markalaşması için gerekli öneriler yer almaktadır.

DİYARBAKIR'IN MARKA DEĞERİ UNSURLARI VE MARKALAŞMASI

Tarihin her döneminde önemli medeniyetlere ev sahipliği yapan Diyarbakır kenti Hurrilerden başlayarak, Mittaniler, Asurlular, Medler, Persler, Selevkoslar, Partlar, Romalılar, Emeviler, Abbasiler, Şeyhoğulları, Hamdaniler, Bübeyhiler, Mervaniler, Büyük Selçuklular, İnaloğulları, HısnKeyfaArtukluları, Eyyubiler, Anadolu Selçukluları, İlhanlılar, Mardin Artukluları, Akkoyunlular, Safeviler ve Osmanlı medeniyetlerinin izlerini taşımaktadır (Özbek, Özönen, Aksoy ve Çelebi, 2010, s. 7).

Diyarbakır'ın marka değerleri, yüksek düzeyde duygusal anlam taşımaktadır. Yukarı Mezopotamya'nın ilk sakinlerinin yaşadığı ve bunların yaşam biçimlerinin günümüze taşındığı yer olarak günümüz medeniyetlerinin başlangıcını; pek çok tarihi cami, kilise, türbe ve diğer kutsal mekanlarda İslamiyet ve Hristiyanlık başta olmak üzere 3 büyük dinin köklerini keşfetmek, pek çok ziyaretçi için yoğun bir manevi yolculuk anlamına gelmektedir. Diyarbakır surlarının etkileyici uzunluğu, üzerlerindeki kitabeler ve surlara ait efsaneler, şehrin gizemini ve antik karakterini güçlendirmektedir. Dicle Nehri'nin gücü, güzelliği ve verimliliği, bölgenin kültürel zenginliğine ve tarımsal geleneğine tanıklık etmektedir (Diyarbakır Valiliği, 2011). Bunlardan hareketle tanımlanan Diyarbakır'ın turizm marka kimliği Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1:Diyarbakır'ın Turizm Marka Kimliği



Kaynak: Diyarbakır Valiliği (2010, s. 33).

Yukarıdaki marka kimliği, tüm tasarımlarda, iletişim, tanıtım ve ürün geliştirme faaliyetlerinde kullanılmalıdır. Pazarlama malzemeleri ve ürün tasarımları, eski kültürlere vurgu yaparak gizem ve otantikliği yansıtmalı; keşif ve maceraya davet unsuru içermelidir. Marka iletişimde, açı, renk ve ışık itibarıyla ilin marka kimliğini yansıtacak estetik özelliklerde ve yüksek kalitede fotoğraf kullanımına dikkat edilmelidir (Diyarbakır Valiliği, 2010).

Diyarbakır Turizm Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında marka imajını vurgulayabilmek için gerekli uygulamalar aşağıda belirtilmiştir:

- Yollarda, turistik yerlerde ve yapılarda, Diyarbakır'ın turizm marka kimliğine uygun şekilde profesyonelce tasarlanmış estetik yönlendirme işaretleri, levha ve tabelalar;
- Yerel ürünlerin paketleri üzerindeki ürün etiketlerinde marka kimliğini ön plana çıkaran estetik ve profesyonel tasarımlar;
- Oteller ve konaklama tesislerinde, restoranlarda, çarşı, dükkan ve mağazalarda marka kimliğini yansıtacak şekilde tasarlanmış kalite güvence çıkartmaları;
- Marka kimliğinin etkin şekilde ve profesyonel biçimde kullanılmasıyla tasarlanmış pazarlama ve tanıtım materyalleri ve reklamlar;
- Yerel etkinlikler boyunca marka kimliğinin vurgulanarak akıllarda kalıcı şekilde kullanılmasını sağlayacak uygulamalar yer almalıdır.

Diyarbakır'ın Kültürel Marka Değerleri

Diyarbakır ili kültür varlıkları büyük ölçüde kent merkezinde bulunmaktadır. Büyük bir bölümü Suriçi bölgesinde yer alan kültür varlıklarının başlıca özellikleri aşağıda verilmektedir.

Diyarbakır Surları: İnşa tarihi bilinmeyen kent surlarının M.S 349 yılında Roma İmparatoru Konstantinus tarafından onarılıp genişletildiği bilinmektedir. Yaklaşık 5 km. uzunluğunda olup yüksekliği 10-12 metre ve genişliği 3,5 metredir. Şehri boydan boya çevreleyen surlarda, şehirden giriş-çıkışlarda kullanılmak üzere kapılar inşa edilmiştir. Tarihi kent yanında savunma yapıları olan burçlarla 6 adet ihtişamlı kent kapısı ile diğer kentlere açılmaktadır. Bu kapılar açıldıkları önemli yolların ulaştığı ketlerin adıyla adlandırılmıştır. Diyarbakır surları, sağlam sur duvarları, burçları ve kapılarıyla günümüze en iyi şekilde ulaşmış ender sur yapılarındandır.

İçkale: Diyarbakır surları içerisinde etrafı surlarla çevrilerek kentten ayrılan İçkale, tarihi M.Ö. 6.000'li yıllara kadar uzanan Diyarbakır kentinin çekirdek yerleşim merkezidir. İçerisinde Diyarbakır kentinin tarihini ortaya koyan Virankale (Amida) Höyüğü, Artuklu döneminden kalmış bir saray ve kervansaray, 2'nci yüzyıldan kalma kentin en eski kilisesi, 11'inci yüzyıldan kalma cami, 19'uncu ve 20'inci yüzyıldan kalma idari ve askeri binalar bulunmaktadır. Artuklu sarayındaki motifli mozaikler, bulunan en eski Türk mozaikleridir. Diyarbakır ilinin tarihi ve kültürel dokusunun en önemli noktasını oluşturan İçkale bölgesi korunarak kültür ve turizm merkezi olarak değerlendirilmesi için kapsamlı bir proje ile desteklenmektedir.

Ulu Camii:Yapım tarihi kesin bilinmemektedir. Ancak M.S 639 yılında Mar Torna Kilisesi'nin camiye çevrilmesi ile oluşturulmuştur. Anadolu'nun en eski mabetlerinden olan Ulu Cami, Müslümanlar tarafından 5. Harem-i Şerif (Mukaddes Mabet) olarak kabul edilmektedir.

Şeyh Mutahhar (Dört Ayaklı Minare) Camii: Akkoyunlu döneminden kalma,siyah ve beyaz sıralı kesme taşlarla inşa edilmiştir. Camiden ayrı dört sütun üzerinde yükselen kare planlı minaresi Anadolu'da tek örnektir. Ayrıca kentsel sit alanı içinde yer alan Behram Paşa Cami, Ali Paşa Cami, İskender Paşa Cami, Fatih Paşa Cami (Kurşunlu Cami), Hüsrev Paşa Cami, Melek Ahmet Paşa Cami, Safa Cami, Hz. Süleyman Cami, Selahaddin-i Rumi Camisi de önemli tarihi camiler olarak öne çıkmaktadır.

Mesudiye Medresesi:Diyarbakır'da yapılan ilk büyük medresedir, Anadolu'nun ilk üniversitesi olarak kabul edilmektedir. Zinciriye Medresesi (Sincariye Medresesi), Ali Paşa Medresesi, Muslihiddin Lari Medresesi de kayda değer medreselerdendir.

Hüsrev Paşa Hanı (Deliller Hanı): Han 1527 yılında Hüsrev Paşa tarafından yaptırılmıştır. Deliller Hanı kesme siyah-beyaz taştan yapılmış olup ve iki katlıdır. Günümüzde turistik bir otel olarak işletilmektedir.

Hasan Paşa Hanı:1572-1575 yılları arasında yaptırılan iki katlı han, ihtişamı ve üslubuyla önemli yapılar arasındadır.Han geçtiğimiz yıllarda restore edilmiş ve günümüzde ticaret, sosyo-kültürel kullanımlarla çok sayıda ziyaretçi tarafından kullanılmaktadır.

Meryem Ana Süryani Kadim Kilisesi: İldeki faal durumdaki iki kiliseden biridir. Yapım tarihi kesin olarak bilinmemektedir. Bizans döneminden kalma mihrabı ve Roma biçimi kapısı ilgi çekicidir. 1915'e kadar Süryanice, Türkçe, Arapça ve Fransızca eğitim verilen bir okulken bugün papaz evi olarak kullanılmaktadır.

Saint George (Kara Papaz) Kilisesi:Yapım tarihi kesin bilinmemekle beraber Roma Dönemi'ne ait olduğu tahmin edilmektedir. Pagan tapınağıyken daha sonra kiliseye dönüştürülmüştür. Bazı kaynaklarda bu kilisede Cizreli büyük bilgin El Cezeri'nin imal ettiği robotların kullanıldığı rivayet edilmektedir.

Surp Giragos Kilisesi:Katolik Ermeni cemaatinin kullandığı bir kilisedir. Kaynaklar ve kilisedeki kitabelere göre yapım tarihinin 1515-1518 yılları arasında olduğu tahmin edilmektedir.

Mar Petyun (Keldani Katolik) Kilisesi:Yapım tarihi bilinmemekle beraber, 17. yy'da inşa edildiği tahmin edilmektedir. Günümüzde Keldani cemaati tarafından kullanılmakta ve faal durumdadır.

Kırklar Kilisesi:Kırklar Dağı üzerinde 5'inci yüzyıl sonlarında inşa edilen kiliseden günümüzde sadece bir duvar kalıntısı ve mahzen kısmı kalmıştır.

Gazi Köşkü (Semanoglu Köşkü):Dicle Vadisi'ne bakan bir konumda bulunan Gazi Köşkü, Akkoyunlular döneminde, siyah-beyaz bazalt taştan inşa edilmiştir. Mustafa Kemal 1917 yılında Diyarbakır'da Kolordu komutanı iken bir süre bu köşkte ikamet ettiğinden Gazi Köşkü olarak bilinmektedir. 1937 yılında Diyarbakır Belediyesi tarafından sahibinden alınarak Atatürk'e hediye edilmiştir. Günümüzde Atatürk'e ait eşyalar ve belgelerin gösterildiği bir müze olarak tanzim edilmiştir.

Erdebil Köşkü:Altıncı yüzyıl eserlerindendir. Plan ve mimari özellikler bakımından Gazi köşkü ile benzerlikler gösteren bu yapı, bodrum üzerinde, iki katlı ve dikdörtgen formda havuzlu olarak yapılmıştır (Baran ve Yılmaz, 2013, s. 186). 2008 yılında restore edilmiş ve kültür evi olarak kullanılmaktadır.

Dicle Köprüsü (On Gözlü Köprü): Kent merkezine 3 km mesafede Dicle nehri üzerinde yer alan Dicle Köprüsü kemer sayısından dolayı on gözlü köprü olarak anılmaktadır. Kesme bazalt taştan yapılan Köprü, 8'inci yüzyılda yapılmıştır.

Devegeçidi Köprüsü:Sivri kemerli yedi gözlü olarak inşa edilmiştir. Üzerinde iki kitabe ve Bakara suresinin 262. Ayeti bulunmaktadır. Bu kitabelere göre 1218 yılında Artuklular zamanında inşa edilmiştir.

Diyarbakır ilçelerde de önemli kültür ve tabiat varlıkları bulunmaktadır. Diyarbakır Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğünden alınan veriler esas alınarak hazırlanan ilçelere göre taşınmaz kültür varlıkları aşağıda verilmiştir.

Tablo 2: Diyarbakır İli İlçelere Göre Tescilli Taşınmaz Kültür Varlıkları

İlçe Adı	Arkeolojik Sit Alanı	Kentsel Sit Alanı	Doğal Sit Alanı	Diğer Sit Alanları	Toplam Sit Alanı	Tescilli Yapı
Merkez	20	1			21	655
Bismil	41				41	2
Çermik	11		1		12	26
Çınar	15				15	11
Çüngüş						16
Dicle	5				5	3
Eğil	4				4	6
Ergani	19			1	20	18
Hani			1		1	10
Hazro	1				1	10
Kocaköy	8		1		9	1
Kulp	2				2	7
Lice	3				3	7
Silvan	11		1		12	23
TOPLAM	140		4	1	146	795

Kaynak:Özbek, Özönen, Aksoy ve Çelebi (2010, s. 9).

Marka Değeri Yaratabilecek El Sanatları ve Hediye Eşyalar

Diyarbakır ili geleneksel el sanatları çömlekçilik, saraçlık, demircilik, telkırma, bakır işlemeciliği, telkari, kuyumculuk, dericilik, dokumacılık,(ipek dokumacılığı, puşicilik) mermercilik ve taş işlemeciliğidir. Bunlardan dokumacılık ile ilgili olarak ipekli

puşidokumacılığı, bakırcılık, basmacılık (taş/ahşap baskı), kuyumculuk (hasır-telkari) ve taş işlemeciliğinin günümüzde üretimi diğer el sanatlarına göre daha yaygın olarak devam etmektedir. İpek böcekçiliği Kulp, Lice, Silvan ve Merkez ilçelerde yapılmaktadır.

Diyarbakır'ın Marka Değeri Yaratabilecek Yiyecek ve İçecekleri

Diyarbakır mutfak kültürü de yağlı, baharatlı ve etli yemekleri ile burmalı kadayıf gibi yöresel tatlılarıyla ön plandadır. Karpuzu ile ünlenen Diyarbakır, ana yemek olarak ciğer kebabı, içli köfte, çiğ köfte, bulgur pilavı, kaburga, keşkek, lebeni; tatlılardan ise burma kadayıf ve sütlü nuriye ile yemek kültürü açısından da zengindir. Bölgede çokça tüketilen ve özellikle Diyarbakır'da yoğun şekilde üretim ve tüketimi yapılan 'ava sūsê' olarak adlandırılan meyan kökü şerbeti de yörede vazgeçilmez bir içecektir.

Diyarbakır Karpuzu:İriliği ve lezzeti ile dünyaca ünlü Diyarbakır karpuzu yuvarlak-oval şekilli, alacalı karpuz olup, Sürme, Pembe, Beyaz Kış, Kara Kış ve Ferik olmak üzere birçok çeşidi olup günümüzde sadece Sürme çeşidi yetiştirilmektedir. Karpuzların ağırlığı yaklaşık 20-30 kilo olmakla birlikte tipik yetiştirme (kuyu karpuzculuğu) ile 50-60 kiloya ulaşabilmektedirler (Türk Patent Enstitüsü, 2007). Diyarbakır karpuzu iriliğini hayvan gübresi, lezzetini ise güvencin gübresinden almaktadır (Diyarbakır Eczacılar Odası, 2014).

Diyarbakır Örgü Peyniri: Diyarbakır örgü peyniri bileşim olarak beyaz peynire, üretim biçimi açısından kaşar peynire benzemektedir. Peynirin yağ oranı yüksek, homojen, esnek ve yarı sert, besin değeri yüksek peynir çeşididir (Türk Patent Enstitüsü, 2010).

Diyarbakır karpuzu, iriliği nedeniyle şehrin sembolü olmakla birlikte örgü peynir gibi Coğrafi İşaret Tescil Belgesine sahiptir. Ayrıca 2014 yılında Diyarbakır Burma Kadayıfı için de başvuru yapılmıştır.

Diyarbakır'ın Marka Kent Olması Önündeki Engeller

Diyarbakır'ın son yirmi yıldır çevre il ve ilçelerden yoğun göç alması nedeniyle nüfusu hızla artmış ve kent farklı bir kimliğe sahip olmuştur. Kırsaldan kente göç eden vatandaşların şehir hayatına uyum sorunu yaşamaları ve kırsaldaki yaşayış biçimlerini şehre taşımaları nedeniyle kentte kirlilik ve hijyen sorunları ortaya çıkmıştır. Bölgede yaşanan güvenlik sorunları daha fazla turist Diyarbakır'a gelmesini engellemektedir.

Diyarbakır Turizm Stratejisi ve Eylem Planı'nda (2010) Diyarbakır turizminin analizi yapılarak Diyarbakır'ın markalaşma süreci önündeki engeller belirlenmiştir. Bunlar;

- Yerel halkın turizm konusundaki farkındalığın ve sahiplenmenin düşük olması,
- Çocukların sokaklardaki durumları ve turistlere karşı olumsuz tavırları,
- Bölgedeki güvenlik sorunları,
- Kent merkezindeki hırsızlık ve kapkaç problemleri,
- Şehir içinde ve turistik alanlarda otopark alanlarının yetersizliği ve trafik sorunları,
- Turizm için gerekli kalite ve standartta restoranlar ile diğer etkinlik ve hizmet alanlarının yetersizliği,

- Konaklama tesislerindeki hizmet kalitesinin düşüklüğü ve fiyatların yüksekliği,
- Tarihi ve kültürel değerlerin/ varlıkların korunmasına, önemli arkeolojik buluntuların korunma ve sergilenmesine yönelik zafiyetler,
- Kent merkezinde restorasyonları bitmemiş olan turizm değerlerinin sahipsizliği; açık olanların bir kısmına ziyaret saatlerinde girilememesi,
- Sınır ülkelerden gelen ziyaretçilerin direkt uluslararası uçuşların olmaması, havaalanının kapasitesi gibi nedenlerle bölgeye ulaşmada yaşadıkları zorluklar,
- Alternatif toplu taşıma olanaklarının eksikliği,
- Turizm sektörüne yönelik kapasite geliştirme ihtiyacının devam etmesi,
- Kamu ile özel sektör arasında ve sektör paydaşlarının kendi aralarında ortak çalışma deneyiminin ve kültürünün yeterince gelişmemiş olması,
- Rekabet içinde olunan diğer destinasyonlarda uygulanan standartlar ve yaşanan gelişmelere yönelik farkındalığın sınırlı düzeyde olması,
- Turizm alanında detaylı bir pazar araştırması bilgisinin eksikliği,
- Yörenin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik zafiyetler,
- Bir kısım restorasyon çalışmalarının yarım bırakılmış olması ve bir kısmının tamamlanmasında gecikmeler yaşanması,
- Restorasyonlarda, eserlerin orijinal dokusuna ve özgünlüğüne zarar verecek uygulamaların yapılması; gerekli hassasiyet ve uzmanlığın uygulanmaması,
- Bölgedeki ve Orta Doğu coğrafyasındaki güvenlik sorunlarıdır.

Belirtilen engeller incelendiğinde özellikle güvenlik sorunları, tarihi değerlerin uygun korunamaması, pazarlama eksikliği gibi sorunlar ön plana çıkmaktadır. Bu sorunların çözümü için de özellikle resmi kurumlar başta olmak üzere diğer ticari işletmeler ve Sivil Toplum Örgütlerinin beraber hareket etmeleri gerektiği sonucuna varılmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Diyarbakır; neolitik dönemin ve Anadolu'nun ilk yerleşmelerinden olan Çayönü yerleşmesi, İçkale, inşa tarihi bilinmeyen ve günümüze en iyi şekilde ulaşmış sağlam Surları, Paleolitik ve Mezolitik dönem izlerini taşıyan mağaralar (Hasuni Mağaraları, HilarMağaraları, Bırkleyn Mağaraları), farklı dönemlere ait çok sayıda anıtsal yapı ve sivil mimarlık örnekleri ve büyük ölçüde bozulmadan günümüze kadar ulaşmış tarihi kent dokusu ile kültür turizmi için yüksek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir (Özbek, Özönen, Aksoy ve Çelebi, 2010, s. 20). Bu tarihi unsurlar dikkate alındığında Diyarbakır'ın kültür turizmi açısından önemli bir kent olabileceği sonucuna varılmaktadır.

Diyarbakır'ın Suriçi bölgesinde ayakta kalan 31 tarihi cami, 7 kilise ve 1 tane havra bulunduğu göz önüne alınarak Diyarbakır'ın tarihi, kültürel ve dinsel açıdan zengin bir yapıya sahip olduğu söylenmektedir. Üç büyük dine özgü yapıların olması bir İslam şehri olma özelliğinin yanında diğer inançlara saygının da olduğunu göstermektedir. Hatta havra ve kiliselerin çoğunluğunun Müslümanların şehre hakim olduğu dönemde yapılmış olması bu yaklaşımı desteklemektedir (Gültekin, 2010, s. 188). Bu inanç yapılarının günümüzde ayakta kalması Diyarbakır'ın inanç turizmi açısından da önemli bir konuma taşınmasını sağlayabilecektir.

Diyarbakır'ın son yirmi yıldır çevre il ve ilçelerden yoğun göç alması nedeniyle nüfusu hızla artmış ve kent farklı bir kimliğe bürünmüştür. Bu ani değişim kente uyum sorunu, işsizlik, yoksulluk, gelir eşitsizliği, suç oranında artış gibi sorunların da artmasına neden olmuştur. Bunlar Diyarbakır'ın marka kent olmasını engelleyen en önemli sorunlar olarak yer aldığı söylenebilir. Diyarbakır'ın marka kent olmasını engelleyen bir diğer önemli sebep de bölgede yaşanan ve bölgenin ekonomik, sosyal ve siyasal yapısını olumsuz etkileyen olaylardır. Ancak “Çözüm Süreci” ile birlikte bölgede hakim olan olumlu hava Diyarbakır'ı yaşanan olumsuz olaylarla değil turizm değerleriyle tanımayla imkan vermektedir.

Diyarbakır'ın tescilli ürünleri olan karpuz, örgü peyniri ve kadayıf gibi şehre özgü diğer ürünlerin de coğrafi işaretli tescilleri yapılarak kent ile özleştirilmelidir. Değerliyurt, Aksu, Aydoğmuş, Kaya ve Türkmen (2013) tarafından yapılan çalışmada da “Diyarbakır'da Kültür Turizmi denildiğinde aklınıza ilk gelen mekan ya da imge nedir?”, sorusuna en fazla verilen cevaplar; surlar, ciğer kebabı, karpuz ve Ulu Cami şeklinde olmuştur. Ayrıca Eğil ilçesindeki peygamber kabirleri, Hz. Süleyman Camii ve 27 Sahabe Türbesi, Süryani ve Ermeni Kiliseleri, Hasan Paşa Hanı, Behram Paşa, Nasuh Paşa Camileri, Gazi Köşkü, On Gözlü Köprü, Asur Kral Kaya Mezarları, Malabadi Köprüsü ya hiç söylenmemiş ya da çok az sayıda katılımcı tarafından belirtilmiştir. Bu sonuca göre Diyarbakır denince sadece surlar değil karpuz ve ciğer gibi yiyeceklerin de kentin sembolleri olduğu sonucuna varılmaktadır.

Bu bilgiler ışığında şu önlemler alınabilir;

- Diyarbakır surlarının ve ilin diğer önemli tarihi varlıklarının restorasyonu, korunması, turizme kazandırılması ve tanıtımına yönelik koordineli çalışmaların devam etmesi gerekmektedir. Bu konuda özellikle devlet desteği sağlanmalıdır.
- Diyarbakır hakkında var olan önyargı ve olumsuz algıların, turizm faaliyetlerini ve turizmden elde ettiği pazar payını negatif yönde etkilediğinden yoğun şekilde iletişim ve halkla ilişkiler çalışması yapılmalıdır.
- Diyarbakır'daki tarihsel ve kültürel zenginlik, inanç ve kültür turizmi başta olmak üzere turizmin bir çok turizm faaliyetinin gerçekleştirebileceği destinasyonlarından biri olmak için gerekli potansiyele sahiptir. Diyarbakır'ın diğer destinasyonlar arasında ön plana çıkabilmesi ve potansiyel hedef gruplar tarafından tercih edilir hale gelebilmesi için özgünlük ve çekiciliğin ön plana çıktığı markalaşma yaklaşımı benimsenmelidir.
- Diyarbakır'da halkın turizmi desteklemesi ve sahiplenmesi için gerekli farkındalık düzeyine ulaşması ve süreçte aktif olarak görev alması konusunda halk bilinçlendirilmelidir.
- Diyarbakır'ın markalaşmasındaki en önemli konu “Çözüm Süreci”nin devam etmesidir. Bu konuda Diyarbakır'daki turizm paydaşlarının üzerine düşen görevi yapması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aktuğlu, I. K. (2004). *Marka yönetimi; güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baran, M. ve Yılmaz, A. (2013). Diyarbakır'ın köşkları. Y. K. Haspolat (Ed), *Tarih-Kültür-İnanç Kenti Diyarbakır: Dicle Üniversitesi Yayınları*.
- Baysal, A. (2004). *Dünyanın alamei harikaları: marka kentler*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Bozkurt, İ. (2004). *İletişim odaklı pazarlama: tüketiciden müşteri yaratmak*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Değerliyurt, M., Aksu, R., Aydoğmuş, M.Y., Kaya, M.F. ve Türkmen, E. (2013). Diyarbakır kültür turizmine ilişkin coğrafya öğretmen adaylarının bakış açılarının belirlenmesi. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8/9, 1045-1057,
- Diyarbakır Eczacılar Odası (2014). Diyarbakır karpuzu, *Diyarbakır Eczacı Odası Bülteni*.
- Diyarbakır Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2014). Diyarbakır turizm istatistikleri.
- Diyarbakır Valiliği (2010). Diyarbakır Turizm Stratejisi ve Eylem Planı, Diyarbakır.
- Eroğlu, H. (2007). Şehirlerin Markalaşması. <http://www.yerelsiyaset.com/pdf/kasim2007/16.pdf>, Erişim Tarihi: 20.07.2014.
- Gültekin, M. (2010). Diyarbakır'daki Dinsel mekanların kent imajı üzerine etkileri. 2. *Uluslararası Nebiler, Sahabiler, Azizler ve Krallar Kenti Sempozyumu*, Diyarbakır, 85-190.
- Kamiloğlu, F. (2010). *Kentsel markalaşma sürecinde reklamın rolü: İstanbul kültür başkenti projesinin değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kavas, A. (2004). Marka değeri yaratma. *Pazarlama ve İletişim Kültür Dergisi*, Cilt 3, Sayı 8.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2006), *Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013*, Yayın No:3085, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). Turizm istatistikleri. www.kultur.gov.tr (Erişim Tarihi: 13.08.2014)
- Özbek, A.,Özönen, H., Aksoy, A. ve Çelebi, Z. (2010). Karacadağ Kalkınma Ajansı Diyarbakır-Şanlıurfa Bölgesi kültür ve turizm durum raporu.
- Özdemir, Ş. ve Karaca, Y. (2009). Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmajı Üzerine Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*.
- Tanlasa, B.T. (2005). Kentlerde Şirketler Gibi Rekabet İçinde, *Marketing Türkiye*,Yıl:4, Sayı: 83.
- Tek, M. (2009). Kamu Yatırımlarında Turizmin Yeri, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de Marka Kentler Projesi: Eleştirel Bir Değerlendirme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (2), 169-184.
- Türk Patent Enstitüsü (2007). Coğrafi İşaret Tescil Belgesi.

GÜZELYURT (GELVERİ) TURİZMİNİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER: FİKİR TEPSİSİ YÖNTEMİ

Fatih PEKTAŞ

*Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
fpektas@aksaray.edu.tr*

Mehmet CAN

*Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
mehmet23can@hotmail.com*

Yusuf ACAR

*Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
yacar1986@gmail.com*

Bekir EŞİTTİ

*Arş. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
bekiresitti@comu.edu.tr*

Neşe ÇULLU KAYGISIZ

*Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
nesecullu@hotmail.com*

Şule ARDIÇ YETİŞ

*Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
ardicsule@gmail.com*

ÖZET

Kapadokya, eşsiz doğal ve kültürel yapısı ile ülkemizin önemli turizm bölgelerinden birisi haline gelmiş ve son yıllarda turizmden aldığı payı büyük oranda arttırmıştır. Kapadokya bölgesinin Aksaray kısmında yer alan ve bölgenin genel özelliklerine her şeyi ile sahip olan Güzelyurt; eski ve halk arasında kullanılan adı ile Gelveri ilçesi maalesef bölgenin sahip olduğu turizm potansiyelinden hak ettiği payı alamamaktadır. Bu bağlamda Güzelyurt'un Kapadokya turizmindeki geri kalmışlığının sebeplerini belirlemek, çözüm önerilerinde bulunabilmek için 21-22 Aralık 2013 tarihinde Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt M.Y.O.'nun ev sahipliğinde bir Çalıştay düzenlenmiştir. Çalıştay farklı üniversitelerden akademisyenler, turizm sektöründe faaliyet gösteren kişi ve kurum temsilcileri, bölgedeki çeşitli kamu kurum temsilcileri ve turizme ilgisi olan yerel halkın katılımları ile gerçekleştirilmiştir. Çalıştayda, katılımcılardan sistemli bir şekilde bilgi toplanması, bu bilgilerin ilgililerin kullanımına sunulması için fikir tepsisi yönteminden yararlanılmıştır. Fikir tepsisi yöntemi kullanılarak iki oturum yapılmıştır. İlk oturumda Güzelyurt turizminin SWOT analizi yapılmış, ikincisinde ise SWOT analizi sonucu elde edilen verilerden hareketle katılımcılar önerilerde bulunmuştur. Çalışmada Güzelyurt turizmi ile ilgili tehditler ve zayıflıklar, Güzelyurt'un önündeki engelleri olarak ele alınmıştır. Çalıştay sonrası elde edilen bilgiler ışığında Güzelyurt turizminin engellerinin neler olduğu belirlenmeye çalışılmış, çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler:*Kapadokya Turizmi, Güzelyurt (Gelveri), Fikir Tepsisi Yöntemi, SWOT Analizi.*

GİRİŞ

Günden güne değişen turist profili, özellikle ülkemizde deniz, kum ve güneşe odaklı turizm faaliyetlerinin farklı turizm çeşitlerini de kapsayıcı şekilde gerçekleştirilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Bu yüzdendir ki Kapadokya, sahip olduğu peri bacaları, yeraltı şehirleri, mağara ev, kilise ve katedralleri, vadileri ile ülkemizin önemli turizm bölgelerinden birisi haline gelmiştir. Aynı zamanda Hristiyan inancındaki yeri ve balon turizmi Kapadokya'nın cazibesini arttıran unsurlardandır. Kapadokya; Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kayseri ve Kırşehir illerini kapsayan bir bölgedir. Daha dar bir alan olan Kayalık Kapadokya ise Uçhisar, Göreme, Avanos, Ürgüp, Derinkuyu, Kaymaklı, İhlara ve çevresinden oluşmaktadır (Cappadocia Online, 2014). Güzelyurt; ilçe sınırları içerisinde yer alan İhlara, Selime ve Güzelyurt ilçe merkezi ile birlikte kayalık Kapadokya'nın tüm özelliklerini taşımaktadır. Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınan bilgiye göre 2013 yılında 2.689.949 turist çeken Kapadokya'da, Güzelyurt ilçe merkezini ziyaret edenlerin sayısı sadece 20.674, İhlara ve Selime beldelerini ziyaret edenlerin sayısı ise 331,223' tür (Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014). Bu sayılar Güzelyurt'un turizm potansiyeli ile turist sayısı arasındaki tezatlığı gözler önüne sermektedir.

Güzelyurt'un Kapadokya turizmindeki geri kalmışlığının sebeplerini belirlemek ve çözüm önerilerinde bulunmak için 21–22 Aralık tarihinde gerçekleştirilen “ Kapadokya Turizminde Güzelyurt'un Yeri ve Yapılması Gerekenler” Çalıştay'ında elde edilen bilgilerden hareketle Güzelyurt'un Kapadokya turizminde geri kalmışlığına sebep olan nedenler, çalışmada aşılması gereken engeller olarak ele alınmıştır. Bu engellerin belirlenmesi için fikir tepsisi yöntemi kullanılarak, SWOT analizi ve SWOT analizi sonuçlarına dayalı öneriler gerçekleştirilmiştir. Güzelyurt turizminin tehditleri ve zayıf yönleri, Güzelyurt'un Kapadokya turizmindeki engelleri olarak ele alınmıştır.

FİKİR TEPSİSİ YÖNTEMİ

Sistemli bir şekilde bilgi toplanması, bu bilgilerin ilgililerin kullanımına sunulması ve öğrenme ile ilgili konular bilgi yönetimi (knowledge management) olarak tanımlanmaktadır (Hull ve diğerleri, 2014, s.1). Destinasyon yönetiminde öncelikle destinasyonun içerisinde bulunduğu durumun belirlenmesi için bilgi toplanılmaktadır. Bu bilgiye genel olarak durum belirleme matrislerinin (SWOT, Performans Güçleri, Denge Analizi) yardımıyla ulaşırlı (Ülgen ve Kadri, 2013). Durum belirleme matrislerinin oluşturulması sürecinde; tüm ilgililerin katılımının sağlanması, sonuçlarının sahiplenilmesi ve benimsenmesi son derece önemlidir. Katılımcı bir anlayışla sürdürülen bu çalışmalarda ‘Fikir Tepsisi Yöntemi’ ve ‘Beyin Fırtınası Yöntemi’ fikir ortaya çıkarmak için sıkça kullanılan yöntemlerdendir.

Fikir Tepsisi yöntemi 6-3-5 ya da 365 tekniği olarak da bilinmekte ve genellikle pazarlama, reklam, tasarım, yazı ve ürün geliştirmede kullanılan bir grup yaratıcılık tekniği yöntemidir. İlk olarak 1968 yılında Profesör Bernd Rohrbach tarafından geliştirilmiştir (Linsey & Becker, 2011). Bu yöntem, TÜSSİDE tarafından “fikir tepsisi” yöntemi olarak

isimlendirilmiştir (Tübitak Ortak Akıl Platformu, 2004). VanGundy (1983) kısaca fikir tepsisi olarak ifade ettiğimiz yöntemi altı farklı ana türe ayırmıştır. Bunlar kısaca Nominal Grup Tekniği, Ortak Notebook, Fikir Tepsisi Havuzu, Pin Kartları, Battelle-Bildmappen Fikir Tepsisi ve SIL yöntemidir (VanGundy, 1983).

Genel olarak beyin fırtınası kavramına dayanarak geliştirilmiş olan fikir tepsisi yönteminin amacı yarım saat içinde 108 kadar yeni fikir üretmektir. Bir grupta minimum 6 katılımcının olması tercih edilir. Bunun nedeni ise bir grubun çok sayıda olmasının kontrolünün zorluğu ve çok az sayıda olmasının fikir üretimini kısıtlamasıdır. Gruplar halinde oturulan bu teknikte grup bir moderatör tarafından denetlenmektedir. Böylece konuda uzman olan katılımcılar bir araya getirilir. Bu katılımcılar konu ve içinde bulunulan çevre ile ilgili bilgiye sahip olan kişilerdir. Katılımcıların, belirli bir düzene uygun olarak, bulundukları masalar grup olarak kabul edilir. Her gruba çalışmaları için konu başlıkları verilir. Formun üstünde ele alınması gereken sorun yazılır (What is Brainwriting, 2003).

Her katılımcı, her 5 dakikada için 3 fikre kadar fikir üretir. Süre sonunda moderatörün işaretiyle birlikte her katılımcı tepsisini bir sağındaki katılımcıya verir ve soldaki katılımcının tepsisini alır (Stratejik Planda Kullanılacak Teknikler, 2014). Bir masa etrafında oturan katılımcılar önlerindeki yapıştırılıp sökülebilir küçük kâğıtlara sessizce bu üretilen fikirleri yazarak fikir tepsisi olarak ifade edilen A-3 kâğıdına yapıştırırlar (VanGundy, 1983). Katılımcı yazılı fikirleri sessizce okur ve ilham alması için başkalarının fikirleri üzerinden teşvik edilir. Böylece yaratıcılık süreci uyarılmış olur. 30 dakika içinde, 6 turdan sonra grup toplamda 108 kadar fikir ortaya çıkarılmış olur (Stratejik Planda Kullanılacak Teknikler, 2014).

Son aşama gruplar kendi çalışma konularındaki nihai listelerdeki fikirlerden önemli gördüklerine pul yapıştırarak ya da işaret koyarak oylarlar. Bunun nedeni fikirlerin sayısının fazlalığının bir sonraki aşamada yapılacak etki matrisi çalışmasını zorlaştırmaması için birbirinin benzeri olanların birleştirilmesi ve en önemli görülen ifadelerin seçilmesidir. Önceliklendirme sonucunda seçilen ifadeler liste halinde etki matrisinin içerisinde verilir (Boğaziçi Üniversitesi Paydaş Çalıştay Raporu, 2012).

Fikir Tepsisi yönteminde, Beyin Fırtınasına benzer bir şekilde, ilgili konuda fikirlerin kalitesinden önce miktarına bakılır. Literatürde bu yöntemlerin direkt olarak kıyaslanmadığı görülmektedir. Bu yöntemler genellikle kendi aralarında değiştirilebilir olarak kabul edilir. Ancak dikkat çekilen bazı farklarda vardır. Fikir Tepsisi yöntemiyle grup üyeleri beyin fırtınasındaki gibi sözlü olan üretkenlik kaybının üstesinden gelmiş olur. Ayrıca, bu yöntem, beyin fırtınasının sağladığı sözlü paylaşımın etkilerini ortadan kaldırmaz. Çünkü katılımcılar diğer katılımcıların düşüncelerini Fikir Tepsisinden takip edebilmektedir. Bu yöntemin beyin fırtınası yöntemine göre daha fazla fikir ürettiği belirtilmektedir (Michinov, 2012).

Bununla beraber beyin fırtınası yönteminde hızlı değerlendirme, hata yapma korkusu, moderatörün koyduğu davranış kalıplarına uyma zorunluluğu hissi, açıkça gözükken olguları sorgulamama, tek bir geçerli sonuç bulma zorunluluğu hissi, katılımcının kişiliğinden kaynaklanan kendi kendine koyduğu engeller gibi zorluklar vardır (Şahin, 2005). Gruplar Fikir Tepsisi yöntemi ile potansiyel olarak daha fazla ve daha iyi fikirler üretebilir (Heslin, 2009).

SWOT ANALİZİ

Destinasyonlar, kaynaklarını en iyi şekilde kullanabilmek ve yeni stratejiler geliştirebilmek için ayrıntılı bir analize ihtiyaç duymaktadır (Cebecioğlu, 2006). Bu analizler içerisinde en önemlilerinden olan SWOT analizi; 1960'larda Harvard Üniversitesi profesörleri olan Learned, Christensen, Andrews ve Guth tarafından geliştirilmiştir. SWOT Analizi, firmanın, sektörün, yatırımın, ülkenin veya coğrafi bölgenin hem kendi iç durumunun değerlendirilmesine, hem de dışındaki pazar yapısının ve rakiplerin durumunun analiz edilmesine imkân sağlar. Özetle SWOT Analizi iç ve dış durum analizinin içeren bir stratejik yönetim tekniğidir. SWOT analiz tekniği içsel özelliklerinden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönler ile geleceğe yönelik kontrol edilebilen veya edilemeyen çevre faktörlerinden kaynaklanan fırsat ve tehditlerin saptanmasını amaçlayan bir tekniktir (Karadeniz Kandır ve Önal, 2007). Türkçe kaynaklarda FÜTZ olarak kullanılan SWOT Analizi aşağıdaki İngilizce kelimelerin baş harflerinden oluşturulmuş bir kısaltmadır (Devrim, 2006):

S: Strength (Güçlü/ Üstün yönlerin tespit edilmesi)

W:Weakness (Güçsüz /Zayıf yönlerin tespit edilmesi)

O:Opportunity (Fırsatlar)

T: Threat (Tehdit ve tehlikeler)

YÖNTEM

Bu çalışma ile Güzelyurt'un Kapadokya turizmindeki yerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda "Kapadokya Turizminde Güzelyurt'un Yeri ve Yapılması Gerekenler" Çalıştay'ında elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Bu veriler Fikir Tepsisi yöntemi ile elde edilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SWOT analizi kullanılmış ve SWOT analizinden elde edilen bilgiler doğrultusunda Güzelyurt turizmini geliştirmeye yönelik önerilerde bulunulmuştur. Kullanılan SWOT analizindeki zayıf yönler ve tehditler Kapadokya turizminde Güzelyurt'un istenilen düzeye ulaşması için aşması gereken engeller olarak ele alınmıştır.

Bu çalışma, çeşitli üniversitelerden akademisyenler, turizm sektöründe faaliyet gösteren kişi ve kurum temsilcileri, bölgedeki çeşitli kamu kurum temsilcileri ve turizme ilgisi olan yerel halkın katılımları ile gerçekleştirilen Çalıştaya ilişkin veri ve bilgileri içermektedir. Çalıştay katılımcılarının 13'ü akademisyen, 13'ü Otel ve Restoran sahibi-çalışanları, 13'ü Seyahat Acentası çalışanı, 11'i yerel yönetim mensubu ve 10'u turizme ilgisi olan yerel

halka mensup kişilerdir. Bu Çalıştayda yaratıcı fikir oluşturma amaçlı katılımcıların bulundukları masalar grup olarak kabul edilerek, her gruba çalışmaları için konu başlıkları verilmiştir. Sonrasında verilen konu başlıklarında fikirlerin toplanması için “Fikir Tepsisi” yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılar yöntem gereği paralel oturumlar şeklinde Çalıştaya iştirak etmişlerdir. Tüm katılımcıların çalışmalara başından sonuna kadar aktif katılımı ile yazılı bilgi ve belge üretmeye yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Paralel oturumlarda farklı alanlarda bilgiye sahip katılımcıların dört masaya eşit bir şekilde dağıtılmasına özen gösterilmiştir. Her bir masaya fikirlerin alınması için konu başlıkları verilmiştir. Verilen konu başlıkları Güzelyurt’un Kapadokya turizmi açısından güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleridir. Konu başlıklar ile ilgili fikirlerin toplanması için belirlenen “fikir tepsisi” yöntemi katılımcılara izah edilerek çalışma başlatılmıştır. Fikir tepsisi yönteminin Çalıştayda uygulanış şekli aşağıdaki gibidir;

- Bir masa etrafında oturan grup katılımcıları önlerindeki yapıştırılıp sökülebilir küçük kâğıtlara bir ifade yazıp ve tepsi olarak kullandıkları A-3 kâğıdına yapıştırmışlardır.
- Katılımcı belli bir süre sonunda salon moderatörünün işareti ile fikir tepsisini bir sağındaki grup arkadaşına verip sol tarafındaki katılımcıdan diğer tepsiyi almıştır.
- Aldığı yeni tepsiye önceki kişi ya da kişilerin yazdıkları fikirleri de okuyarak yeni bir fikir daha eklemiştir.
- Bu işlemler tüm tepsilerin her bir katılımcının önünden en az bir defa geçmesi sureti ile katılımcının ilk olarak fikrini yapıştırdığı tepsinin kendisine gelmesine kadar devam etmiştir.
- Bir grupta oluşan fikirlerin tamamı yine aynı grup tarafından değerlendirilip benzer ifadeler elenerek, pekiştirilmiş nihai liste elde edilmiştir.
- Nihai listedeki bilgiler, SWOT analizi kapsamında değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Çalıştayda her bir grup SWOT analizinin bir bileşenini bağımsız bir şekilde ele aldığından, bir grupta üstün ya da fırsat olarak görülen bir özellik diğer grupta zayıflık ya da tehdit olarak görülebilmektedir. Bu durumun giderilmesi için Çalıştay çıktıları raporlaştırılırken katılımcıların beyanları analiz edilerek düzenlenmiştir. Yapılan düzenlemede SWOT analizinin bileşenlerine en uygun olan beyanlar olması gereken yerlerde yer almıştır.

Fikir Tepsisi yöntemi ile elde edilen nihai listelerde yer alan bilgiler SWOT analizinde aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

Üstünlükler

1. Bölgenin tarihi ve kültürel miras zenginliğine sahip olması,
2. Bölge halkının hoşgörülü olması,

3. Kapadokya'nın bütün özelliklerini taşıyor olması,
4. Jeotermal kaynakları bünyesinde bulundurması ve termal turizme uygunluk,
5. Doğal güzelliklere sahip olması,
6. Ulaşım merkezlerine yakınlık (Havalimanları, otobüs terminalleri),
7. Ortodoks Kilisesi kurucularından ST. Gregorous'un bölgede yaşaması,
8. Yeni şeylerin yapılabilmesine elverişli bakir bir yapısının olması,
9. El sanatları açısından folklorik zenginliğe sahip olması,
10. Butik otelcilığe uygun konak ve evlerin olması,
11. Mübadeleden dolayı gidenlerin Güzelyurt'u unutmaması,
12. Akılda kalır bir seyir özelliğinin olması,
13. Ulusal ve uluslararası fuarlarda temsil edilmeye başlanması ve belirli bütçelerin ayrılıyor olması.

Zayıflıklar

1. Yerel yönetim, yerel halk ve işletme sahibi ve çalışanlarının bilinçsizliği,
2. Tanıtımın eksik olması (reklâm) ve yanlış yapılması,
3. Aksaray'ın ve Güzelyurt'un Kapadokya bölgesinde olduğunun bilinmemesi,
4. Gezi, festival ve eğlence organizasyonlarının eksik olması,
5. Bölgede turizm ile ilgili dernek ve kuruluşlarının eksikliği,
6. Yiyecek içecek tesislerin yetersizliği,
7. Alternatif turizmin gelişmemiş olması,
8. Çevresel duyarlılık,
9. Tarihi yapıların tahribine engel olabilecek faaliyetlerin eksikliği (koruma, manastır vadisi)
10. Yaşlı ve engelliler için yeterli imkânların olmaması,
11. Alt yapı ve üst yapı eksikliği,
12. Destekleyici hizmetlerin (eğlence, hediyelik eşya, sağlık imkânlarının) eksik olması,
13. Sosyal etkinlik alanların eksik olması,
14. Destinasyon yönetim örgütünün olmaması,
15. Bölge mimarisini koruma adına kamu kuruluşlarının etkisizliği ve imar planlamalarındaki yetersizlik,
16. Yollarda yön ve bilgilendirme tabelalarının eksikliği,
17. Manastır, vadi vb. alanlarda yürüyüş yollarının ve merdivenlerinin tehlikeli olması, insanların tuvalet, dinlenme ve sağlık ihtiyaçlarını (revir) giderebilecekleri yerlerin az olması veya hiç olmaması,

18. Güzelyurt'a gelen turistlerin memnuniyetine ilişkin araştırmaların istatistikî verilerinin olmaması,
19. Bölgesel koordinasyon eksikliğine bağlı olarak Kaymakamlık, Belediye, Üniversite ve yatırımcılar arasında ilişkilerin zayıf olması,
20. Doğal ve tarihi değerlerin öne çıkarılmasında gelişmiş bir turizm plan ve programının yapılmaması,
21. Var olan özgün değerlerin ortaya çıkarılmaması (278 adet kilisenin varlığı),
22. Turizm alanındaki eğitim eksikliği.

Tehditler

1. Restorasyon faaliyetlerindeki sorunlar,
2. Aksaray'ın Nevşehir'in gölgesinde kalması ve geri planda kalması,
3. Ulusal ve uluslararası tur operatörleri, seyahat acenteleri kataloglarında ve tur güzergâhlarında yer almaması,
4. Yakın turizm destinasyonlarının turizmi çeşitlendirmesi ve turizm açısından ilerlemiş olması,
5. Yakın destinasyonların gelişmiş ulaşım imkanlarına sahip olması,
6. Yakın destinasyonlardaki hizmet kalitesinin yüksek olması,
7. Seyahat Acentelerinin yakın destinasyonlarda yoğunlaşması,
8. Acentelerin Güzelyurt dışındaki destinasyonlara yönelmeleri,
9. Bölgede tarihi alanlar ve civarlarında yapılan besiciliğin turizme olan negatif etkisi,
10. Yatırımların yakın destinasyonlara yönelmesi,
11. Eğitimli personellerin turizmin geliştiği yakın destinasyonları tercih etmesi.

Fırsatlar

1. İhlara Vadisi ve Selime Katedrali'nin bölge sınırları içerisinde yer alması,
2. Din Turizmine elverişli oluşu,
3. Güzelyurt'un Kapadokya bölgesinde yer alması,
4. Bölgesel teşviklerin olması,
5. Gelişmiş turistik bölgelere yakın olması,
6. Film yapımcılarının ilgisini çekecek doğal güzelliklere sahip olması,
7. Kültür ve turizm bakanlığının turizm potansiyeline sahip alanları sit alanı haline getirmesi,
8. Kırsal turizme uygun olması ve bakir bir yapıya sahip olması,
9. Alternatif turizm çeşitlerinin yapılabilmesine uygun olması (dağcılık, inanç, bisiklet turu, atçılık, gastronomi turizmi, çiftlik "organik tarım" turizmi, kayak vb.),

10. Yerel yönetimin turizmi destekliyor olması,
11. Aksaray'ın kalkınma bölgesinde olması ve buna bağlı olarak girişimcilere teşvik olanaklarının sağlanması,
12. Gastronomi turizminin gelişimine uygun mutfağının olması,
13. Butik işletmelerin oluşturulmasına imkan veren yapıların olması,
14. Örnek alınabilecek Nevşehir turizm bölgesi modeline yakın olunması,
15. Geleneklerin halk tarafından sürdürülebiliyor olması,
16. Gelişime destek olabilecek eğitim kurumlarının olması.

SWOT ANALİZİNE DAYALI ÖNERİLER

1. Güzelyurt'ta bulunan mevcut tesislerde iyileştirme faaliyetleri gerçekleştirilebilir,
2. Eski ve tarihi konakların restore edilmesi için girişimlerde bulunularak bu yapılar turizme kazandırılabilir,
3. Teşebbüste bulunabilecek kişiler teşvik edilerek, kapasitenin artırılmasına yönelik turistik tesis açılması sağlanabilir,
4. İşletmelerin güç birliği sağlaması amacıyla tüm paydaşların tek çatı altında toplanmasını sağlayacak dernek, oda ve birlikler oluşturulabilir (Sektör bazlı),
5. Tüm paydaşların yer aldığı destinasyon yönetim örgütü kurulabilir,
6. Bölgedeki termal kaynak avantajı kullanılabilir, kongre turizmi geliştirilebilir,
7. Güzelyurt, Ihlara ve Selime odaklı günübirlik turlar düzenlenebilir,
8. Bölgeye yakın gelişmiş turizm destinasyonlarından ulaşımın kolay sağlanması için alternatif yol yapımı yapılabilir, ulaşım ağı iyileştirilebilir,
9. Mevcut tarihi, kültürel vb. turistik değerlerin bakımının yapılması ve bunlara giden yürüyüş patikalarının daha sağlıklı, temiz, düzenli ve korumalı bir şekilde olması için düzenlemeler yapılabilir,
10. Yerel esnaf ve yerel yönetimin maddi ve manevi desteği alınarak, İstanbul ve Türkiye'de turizmin geliştiği bölgelerden ücretsiz olarak Güzelyurt bölgesine turlar düzenlenebilir (1996'da Göreme bölgesi için uygulanıp başarıya ulaşılmıştır),
11. Eğitim gezileri düzenlenebilir,
12. Reklam faaliyetleri için teknolojinin avantajlarından en üst düzeyde faydalanılabilir. Geniş çaplı bir tanıtım faaliyeti yürütülebilir. Birçok tanıtım videoları yerli ve yabancı turistlerin aktif olduğu web sitelerinde tanıtım amaçlı kullanılabilir,
13. Ulusal ve uluslararası aracı kurumların kataloglarında Güzelyurt'un yer alması için çaba gösterilebilir,
14. Nevşehir ve tüm Kapadokya bölgesindeki acenteler ile iletişim kurularak bu acenteler aracılığı ile Güzelyurt'u kapsayan tur programları düzenlenebilir,

15. Turizm ile ilgili faaliyet gösteren resmi kuruluşlar kanalı ile profesyonel destek alınarak bölgenin görsel tanıtımı yapılabilir,
16. Güzelyurt bölgesine ait bir tanıtım dergisi çıkartılabilir,
17. Bölgeyi tanıtan broşürler ve gezi haritası çıkartılabilir,
18. Bölgenin bilinirliğini arttırmak için slogan ve logo oluşturulabilir,
19. Turizm tanıtım fuarlarına katılımların sürekliliği sağlanabilir,
20. Alışveriş olanakları geliştirilebilir (Halı, kilim ve el yapımı süs eşyaları vb. satış noktaları),
21. Turistlerin hoş zaman geçirebilecekleri kafeler ve barlar açılabilir,
22. Yöresel tatları sunan restoranlar açılabilir,
23. Profesyonel kişiler tarafından bölgedeki esnaf ve halka yönelik bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilebilir ve ücretsiz dil kursları açılabilir,
24. Bölgedeki eğitim kurumları vasıtası ile turizmde istihdam edilecek kalifiye eleman ihtiyacı karşılanabilir, burada yetişen öğrencilerin yeteneklerinden faydalanılabilecek atölyelerin ve işletmelerin açılması için çaba gösterilebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kayalık Kapadokya'nın tüm özelliklerini kendisine bağlı olan Ihlara ve Selime beldeleri ile birlikte taşıyan Güzelyurt, Kapadokya'nın başkenti diyebileceğimiz Nevşehir'in (ilçeleri ile birlikte) turizm gelirleri açısından çok gerisinde kalmaktadır. Güzelyurt'a bağlı beldeler olan Ihlara ve Selime, Nevşehir merkezli seyahat acentelerinin tur güzergâhlarında yer almakta ve Güzelyurt'tan çok daha fazla ziyaret edilmektedirler. Ihlara ve Selime'ye gerçekleştirilen geziler ise günübirlik gezilerden öteye gitmemekte, hatta bu beldeler Nevşehir'e bağlıymış gibi gösterilmektedir. Çalışma kapsamında SWOT analizinden elde edilen zayıflıklar ve tehditlerinden öne çıkanları, Güzelyurt'un Kapadokya turizmindeki engelleri olarak ele alınmış, SWOT analizine dayalı öneriler ile birlikte çalışmanın sonuç ve öneriler kısmını oluşturmuştur.

Öncelikle tanıtım eksikliği, Güzelyurt'un turist çekmesindeki en büyük engellerden birisi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tanıtım eksikliği Kapadokya'nın sadece Nevşehir'den ibaret olduğu algısını oluşturmaktadır. Bu yüzdendir ki Ihlara ve Selime beldeleri Nevşehir'e bağlı olarak algılanmaktadır. Buradan hareketle yapılacak olan tanıtım faaliyetlerin de Kapadokya'nın sadece Nevşehir'den ibaret olmadığı, Güzelyurt ilçesinin bağlı olduğu Aksaray ilinin de Kapadokya'daki genel özellikleri tamamıyla taşıdığı ve Kapadokya'nın bir parçası olduğunu vurgulayan tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilebilir. Bu faaliyetlerde kullanılacak iyi bir slogan ve logo seçimi, Güzelyurt'un konumlandırılmasında fayda sağlayacaktır. Bunun sonucunda Kapadokya turizminin Nevşehir'e odaklı gerçekleştirilmesi azaltılarak, Kapadokya da ki turizm faaliyetlerinin Güzelyurt ve Aksaray'a yayılarak yürütülmesi sağlanabilir. Güzelyurt' un tanıtımındaki engelin aşılması noktasında,

Kapadokya’da ki belirli merkezler ile birlikte, Türkiye’de turizmin geliştiği bölgelerden Güzelyurt’a ücretsiz ulaşım olanağı sağlanabilir.

Tanıtımın etkili bir şekilde yapılmasını sağlayacak, Güzelyurt turizminin gelişimini planlı ve programlı bir şekilde sağlamayı amaç edinecek, bölgenin sorunları ile ilgilenecek etkili bir destinasyon yönetim örgütünün olmayışı diğer bir engeldir. Güzelyurt merkezli bu örgüt, Aksaray İl Kültür Turizm Müdürlüğü ile koordineli çalışarak Güzelyurt turizminde ki eksiklikleri giderebilecek, bölgedeki turizm paydaşları arasında koordinasyonu sağlayarak, bölgenin cazibesini arttırıcı bir rol oynayabilecektir.

Yerel halktaki turizm ve çevre bilinci eksikliği bir diğer engeldir. Bu engelin giderilerek yerel halkta turizm ve çevre bilinci oluşması için yerel yönetimler ve üniversite destekli eğitim programları hazırlanıp uygulanmalıdır. Oluşturulacak bu eğitim programlarının aynı zamanda turizmde çalışacak kalifiye eleman yetiştirmeye yönelik de gerçekleştirilebilmesi, Güzelyurt’ta turizm bilincine sahip donanımlı iş gücü ve işverenlerin oluşmasına katkıda bulunacaktır.

Turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı Nevşehir bölgesi ile Güzelyurt arasındaki alt yapı ve üst yapı gelişmişlik farkı, Güzelyurt’un bir diğer engelidir. Bu engel Kapadokya’ya yapılacak yatırımların alt ve üst yapı açısından daha gelişmiş bölgelere kaymasına neden olmaktadır. Örneğin bölgede açılacak olan yeni bir lokanta hâlihazırda faaliyet gösteren bir otelin yakınına ya da alışveriş olanaklarının bulunduğu bir bölgeye açılmak istenecektir. Böylece daha fazla turiste yakın olunacaktır. Bu engeli aşmak için yatırımda bulunacak girişimcilerin Nevşehir yerine Güzelyurt’ta yatırımda bulunmalarından kaynaklı kayıplarını giderecek destekleyici programlar hazırlanarak turizm teşvikleri uygulanmalıdır. Aynı zamanda bu teşvikler ile Nevşehir’de yoğunlaşmış turizm faaliyetleri daha geniş alanlara yayılmış olacak ve sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde turizm kaynaklarının daha etkin korunumu sağlanmış olacaktır.

Güzelyurt doğal ve kültürel değerlerinin yanında termal kaynaklara da sahiptir. Nevşehir Kozaklıda termal turizm faaliyetlerinin Güzelyurt’tan daha önce başlamış olması Güzelyurt’ta ki termal turizm faaliyetleri için bir diğer engeldir. Bu durum Güzelyurt’ta ki termal turizmin ve termal turizm ile birlikte yürütülebilecek kongre turizminin gelişmesini engellemektedir. Bu yüzden yine termal turizm tanıtımına yönelik faaliyet ve teşviklerde bulunulmalıdır.

TEŞEKKÜR

Öncelikle, Çalıştaya katılımı ve katkıları sayesinde fikir tepsisi yönteminin uygulanmasına sebep olan, Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi Dekanı, Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA’ya teşekkürlerimizi sunarız. Çalıştaya katılım ve katkılarından dolayı Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesinden Doç. Dr. İbrahim YILMAZ ve Yrd. Doç. Dr. İbrahim İLHAN’a, Aksaray Üniversitesi Güzelyurt M.Y.O. eski Müdürü Doç. Dr. Nuri ÜNLÜ’ye, Aksaray İl Kültür Turizm Müdürü Mustafa DOĞAN’a, Güzelyurt Kaymakamı Mustafa DURUK’a, Güzelyurt Eski Belediye Başkanı Kudret ÖZEŞ’e, Gülağaç Belediye Başkanı Faruk TEYMEN’e, Nevşehir Rehberler Odası Başkanı Sami YILMAZ’a ve diğer tüm katılımcılara teşekkürlerimizi sunarız.

KAYNAKÇA

- Boğaziçi Üniversitesi, Paydaşlar Çalıştayı Raporu (2012), http://arastirma.boun.edu.tr/_files/haber/paydaslar_calistayi_20120107.pdf, (Erişim 22 Ağustos 2014).
- Cappadocia Online, <http://www.matiana.com/cappa/locationtr.html>, (Erişim 20 Ağustos 2014).
- Cebecioğlu, C. (2010). *Swot analizi ve bir işletme üzerine uygulama* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- Devrim, B. (2006). *Strateji formülasyonu: swot analizi, kurumsal karne, kalite fonksiyon yayılımı, sun tzu'nun işletme yönetimi stratejilerinin bütünleştirilmesi üzerine bir çalışma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Heslin, A. P. (2009) Better than brainstorming? Potential contextual boundary conditions to brainwriting for idea generation in organizations. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 129–145
- Hull, E., Serenko, A., Bontis, N. (2014). An Application of the Knowledge Management Maturity Model: The Case of Credit Unions. *Twentieth Americas Conference on Information Systems*, Savannah, 1-10.
- J. S. Linsey ; B. Becker. (2011). *Effectiveness of Brainwriting Techniques: Comparing Nominal Groups to Real Teams' in Design Creativity*. London: Springer London; 2011, 165-171.
- Karadeniz, E., Kandır, S. Y., Önal, Y. B. (2007). Seçilmiş paydaşların swot yöntemiyle türk turizm yatırımlarını değerlendirmesine yönelik bir pilot çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*,18(2),195-205.
- N, Michinov (2012). Is Electronic Brainstorming or Brainwriting the Best Way to Improve Creative Performance in Groups? An Overlooked Comparison of Two Idea-Generation Techniques. *Journal of Applied Social Psychology*. 42. S1. Pp. E222–E243.
- Stratejik Planlamada Kullanılacak Teknikler, http://kisi.deu.edu.tr/userweb/yunusemre.ozer/fikir_gelistirme_teknikleri.doc, (Erişim 22 Ağustos 2014).
- Şahin, Ç. (2005). Aktif Öğretim Yöntemlerinden Beyin Fırtınası Yöntemi ve Uygulaması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 441–450.
- Tübitak Ortak Akıl Platformu, Paydaş Toplantısı I Raporu (2004), http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/taral/pdf/oap1.pdf, (Erişim 20 Ağustos 2014).
- Ülgen, H.& Mirze, S. Kadri. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. 6. Baskı. İstanbul, Beta Yayınları.
- VanGundy, A. B. (1983). Brainwriting for new product ideas: An alternative to brainstorming. *Journal of Consumer Marketing*, 1, 67–74.
- What is Brainwriting (2003), https://www.uco.edu/academicaffairs/cqi/files/docs/facilitator_tools/brainhan.pdf, (Erişim 22 Ağustos 2014).

YAVAŞ ŞEHİR KRİTERLERİNDE ENGELLİLİK (BETİMSSEL BİR ARAŞTIRMA)

Nur Neşe ŞAHİN

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
nurnesesahin@hotmail.com*

Murat DOĞDUBAY

*Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
dogdubay@balikesir.edu.tr*

ÖZET

Sosyal yaşamın doğal ortamlardan şehir hayatına kayması ve küreselleşmenin hızına ayak uydurma endişesi hem bireyler açısından farklılıkların hem de kültürel, yöreye özgü değerlerin bu hızlı sirkülasyon içerisinde erimesine sebep olmaktadır. İşte bu hızlı küresel homojenleşmenin karşısında duran Citta Slow (Yavaş Şehir) hareketi, şehirlerin dokusunu, sakinlerini, yaşam tarzlarının standartlaştırmasını ve yerel özelliklerin ortadan kalkmasını engellemek amacı gütmektedir. Yavaş şehir hareketine bir kentin dahil olabilmesi; belirli standartların sağlanması koşuluyla mümkündür. Bu standartlar ile doğal ve sağlıklı bir şehir idealine ilaveten 'herkes için ulaşılabilir olan' bir şehir yaratılmak istenmektedir. Yapılan bu çalışmada; ülkemizde yer alan Yavaş Şehirlerin engellilere yönelik düzenlemeleri olup olmadığı sorgulanmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmeye çalışılmıştır. Ülkemizde var olan 9 adet Yavaş Şehir Yerel Yönetimine internet sayfalarında belirtilen elektronik posta adresleri yoluyla ulaşılmaya çalışılmıştır. Belirtilen elektronik posta adreslerinden üç tanesinin çalışmadığı ve hata maili yolladığı belirlenmiştir. Diğer yedi Yavaş Şehir yerel yönetiminin sadece üç tanesi geri dönüş yapmıştır. Yavaş Şehir kriterleri içerisinde yer alan hizmetlere internet üzerinden ulaşılabilmesi ve şeffaflık noktasına vurgu yapılıyor olması, internet siteleri ve iletişim mailleri üzerinden ulaşılabilirliği gerekli kılmaktadır. Ancak; Yerel Yönetimlerin bu konuda göstermiş oldukları duyarsızlık ve Yavaş Şehir kavramına tam anlamıyla hakim olmamaları paylaşılması gereken öncelikli sonuç olarak ön plana çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yavaş Şehir, Yavaş Şehir Kriterleri, Engellilik, Erişim.*

GİRİŞ

Dünyadaki dengelerin hızlı değişimi, toplumların yaşam şekillerine ve toplumsal hayattan beklentilerine etki etmekte ve aynı ölçüde değişime uğratmaktadır. Doğal yaşam alanları ve küçük yerleşim yerlerinde süren toplumsal hayat; hızla kent ve metropol hayatına doğru kaymaktadır. Bu devrim sonucunda toplumun yapı taşı olan bireylerin yaşayış şekilleri, alışkanlıkları, değer algıları başkalaşmakta ve yeni bir toplumsal bütünlük meydana getirmektedir.

Küreselleşme ile McLuhan'ın dediği gibi dünya global bir köy haline gelmektedir (Taylan ve Arkan, 2008, s. 85). İletişimin kuvvetlendiği günümüz koşullarında, dünyanın herhangi bir yerindeki bir olayın sebebi kilometrelerce uzaklıktaki başka bir yerdeki hadiseye dayanabilmektedir. Bu durum Giddens'e göre hem gelişmiş ve gücü elinde bulunduran kesimlerin diğerleri üzerinde etkinliğini artırırken hem de tam tersi şekilde işleyebilmektedir (Kartal, 2007, s. 252).

Diğer bir deyişle; günümüz dünyasında globalleşmeyle birlikte güç odaklarının dünyanın her yerine nüfuz ettiğini düşünebileceği gibi aynı zamanda yerelin de dünya genelinde yankı bulacağı bir ortam oluşmaktadır denilebilmektedir. Dünya devletlerinin kalkınmaya bakış açılarında da bahsi geçen değişimin etkileri görülebilmektedir. Bu durumu daha net irdeleyebilmek adına; kalkınma kavramına yakından bakmakta fayda vardır. Kalkınmanın tanımını çok kompleks ve tartışmalı bulan düşünürler de olmakla birlikte (Sumner ve Tribe, 2008, s. 9); kalkınma; ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel yönlü, çok boyutlu ve insan odaklı bir süreci ifade etmektedir (Genç, 2013, s. 249). Aynı zamanda kalkınma; genel olarak bir ülkenin milli gelir düzeyinde meydana gelen sürekli artışa bağlı olarak ekonomik, sosyal ve siyasal yapısında meydana gelen değişimleri içeren bir süreç olarak da nitelendirilmektedir (Clark, 1996, s. 34).

Genç ve Clark'ın tanımları arasındaki ortak nokta; kalkınmanın pür bir ekonomik getiri olmadığı, bunun yanı sıra bu ekonomik gelişmenin sebep olduğu sosyo-demografik bir gelişmeyi işaret etmesidir. Daha net açıklamak gerekirse; kalkınma elde edilen ekonomik artışın halka yayılarak halkın yaşam kalitesinde bir artış meydana getirmesi, ekonomik gelişmenin elle tutulur bir çıktısı olarak yerel halkın da bu gelişmeyi hissetmesi ve hayatına yansıtması olarak yorumlanabilmektedir. Ulusal bazda başarılı bir kalkınma hedefi, yerelin de kalkınmasıyla birlikte mümkün olabilecektir. Farklı bir deyişle kalkınma; yerelin yaşam kalitesini bir üst seviyeye çıkartma çabası şeklinde kabul edilmektedir (Sayın, 2006, s. 347).

YAVAŞ HAREKETİ (SLOW MOVEMENT) VE YAVAŞ ŞEHİR (CITTA SLOW)

Yavaş Hareketi (Slow Movement)

Her toplum çağa ayak uydurma noktasında iç ve dış etkilerle bir takım değişimler göstermektedir. Bu noktada, alternatif bir sürdürülebilir kalkınma projesi olarak Yavaş hareketi kendini göstermektedir. Beton kentlerin içerisinde yalnızlığına ve yoğun iş temposunun stresine itilen şehir insanı, yavaş yavaş gözünü daha doğal olana, kültürel olana yöneltmektedir. Gelişmeler doğrultusunda ortaya çıkmış olan Yavaş Hareketi; hızlı modern hayatı eleştiren ve hayatın farklı alanlarında (yeme biçimi, ekonomik hayat, insanlar arası ilişki vs.) hız ve modern tüketim kalıplarını dönüştürecek bir kültürel değişimi savunan toplumsal hareket olarak tanımlanmaktadır. Yavaş Hareketi dahilinde yavaş yaşam; bir çeşit hayatı anlamlandırma süreci olarak tanımlanabilir. Yavaş Yaşam fikri; gönüllü bir sadelik içerisinde, kaliteli bir yaşam, daha dengeli bir hayat ve her şeyin anlamlı bir bütünlük içerisinde olması düşüncesine odaklanmaktadır (Meredith ve Storm, 2014).

Söz konusu kavram dahilinde Yavaş Hareketi'nin felsefesi yaşamın çeşitli alanlarına uygulanmış ve bunun sonucunda Yavaş Yemek, Yavaş Ebeveynlik, Yavaş Kent, Yavaş Mimari, Yavaş Okumagibi alt türleri de ortaya çıkmıştır (Wikipedia, 2014).

Yavaş Şehir (Citta Slow)

Yavaş hareketinin yaşanabilir bir türü olarak, bir şehirler birliği olan ve İtalyanca Citta (Şehir) ve İngilizce Slow (Yavaş) kelimelerinden oluşan Citta Slow (Yavaş Şehir) uygulamaları; Yavaş Hareketinden temellenen bir faaliyet türü olarak ele alınmaktadır. Yavaş Şehir hareketi; 1999 yılında İtalya’da Chianti bölgesinde yer alan Greve belediye başkanı Paolo Saturnini tarafından, Bra, Orvieto ve Positano belediye başkanlarının ve Yavaş Yemek (Slow Food) hareketinin kurucusu olan Carlo Petrini’nin desteğiyle başlatılmıştır (Radstrom,2011:s.90).

Çıkış noktası İtalya’da 1989 yılında kendini gösteren Uluslararası Yavaş Beslenme Hareketi (International Slow Food Movement) olan Yavaş Şehir akımı; yeni dünya insanının beklentisi dahilinde yeni bir anlayış, ideal bir yaşam alanı sunmak düşüncesiyle ortaya çıkmıştır (Slow Food, 2014). Pink (2008) ise; yavaş şehirleri; kurucularının, içinde bulunduğumuz “hızlı” ve küresel anlamda homojenleşmiş zamana cevaben ortaya koydukları; bu nedenle, küreselleşme bağlamında yerel farklılıkları vurgulayan ve yerel olarak yaşam kalitesini artırma arayışında olan bir hareket olarak tanımlamaktadır. Dünyada üye sayısını gün geçtikçe arttıran Yavaş Hareketi, küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, sakinlerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek, kentlerin kendi gelenek, göreneklerini, yemeklerini, tarihsel kimliklerini korumak fikrini benimsemektedir.

Yavaş Şehir ağı, başta Avrupa olmak üzere diğer kıtalardaki ülkelerde de her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Hareketin çıkış noktası İtalya olduğu için yavaş şehirlerin yaklaşık yarısı İtalya’da yer almaktadır (Miele, 2008, s. 137). Dünyada var olan Yavaş Şehirlerin sayısı ve bulundukları ülkeler Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1.Yavaş Şehir Bulunan Ülkeler ve Yavaş Şehir Sayıları

Ülke Adı	Yavaş Şehir Sayısı	Ülke Adı	Yavaş Şehir Sayısı
İtalya	75	ABD	3
Almanya	12	Kanada	2
Polonya	12	Danimarka	2
Güney Kore	11	İzlanda	1
Türkiye	9	İrlanda	1
Fransa	8	Yeni Zelanda	1
İspanya	6	Macaristan	1
Birleşik Krallık	6	Finlandiya	1
Portekiz	6	Çin	1
Hollanda	5	İsviçre	1
Belçika	5	İsveç	1
Norveç	3	Güney Afrika	1
Avusturya	3	KKTC	1
Avustralya	3	Japonya	1

Kaynak: (Citta Slow Türkiye,2014) .

Nüfusu 50,000 altında olan kentlerin üye olabildiği bir birlik olan Yavaş Şehir Hareketi'ne üyeliğin gerçekleşebilmesi için; aday belediyenin Yavaş Şehir kriterlerini uygulayabilmesi gerekmektedir. (Heitmann ve diğerleri, 2011, s. 116).

Yavaş Şehir olabilmek için kriterler şu şekilde gruplandırılmaktadır (Citta Slow Türkiye, 2014):

- Çevre Politikaları (12 adet)
- Altyapı Politikaları (9 adet)
- Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları (17 adet)
- Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkarlara dair politikalar (10 adet)
- Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar (10 adet)
- Sosyal Uyum (10 adet)
- Ortaklıklar ve Projelere Destek (3 adet)

Yavaş şehirlerde asıl olan önce üretim sonra tüketim döngüsü içerisinde doğal yaşam korunurken ve modern dünyadan kopmamaktır (Benli, 2013, s. 81). Belediye hizmetlerine ulaşmada en son teknolojinin imkânlarından yararlanarak güneş enerjili sokak aydınlatmasına, elektrikli araçlardan ileri teknolojiye arıtma tesislerine ve yaygın elektronik iletişim ağına kadar, modernliğin insani yaşam kalitesini arttıran imkânlarından yararlanılmasışevik edilmektedir (Petrini-Padovani, 2011, s. 157).

Kriterler incelendiğinde; Yavaş Şehirlerin öncelikli hedeflerinin çevre tahribatını en aza indirerek, herkes için, herkes tarafından ulaşılabilir, sağlıklı bir kent yaratmak olduğu görülmektedir. Yavaş Hareketi felsefesi temelinde şekillenen Yavaş Şehir Hareketi; kültürel zenginliklere, farklılıklara saygıya, heterojen yapıyı koruyarak birlik halinde yaşayabilme düşüncesine dayanmaktadır.

YAVAŞ ŞEHİR KRİTERLERİNDE ENGELLİLERE YÖNELİK UYGULAMALAR

En önemli hedefi; yerel toplumun ve ziyaretçilerinin yaşam kalitesini yükseltmek olan Yavaş Şehirler; kültürel yönleriyle ele alındıklarında, sosyal alanlar ve insani ilişkiler açısından değerlendirilen “sosyal bir hareket” olarak ifade edilmektedir (Parkins ve Craig, 2006, s. 79). Toplumun yapı taşı olan birey, farklılıklarıyla yörenin kimliğini oluşturmaktadır. Bir bütün halinde anlaşılan toplum içerisinde her birey bir diğeri kadar önem arz etmektedir. Şehirler, farklı özellikler taşıyan azınlıkları bir arada barındırmaktadır. Her kesim, şehirler içerisinde sunulan olanaklardan faydalanma hakkına sahiptir. Bu sebeple; toplum içerisinde azımsanmayacak kadar çok olan engelli bireylere yönelik de çalışmalar yapılması, bir kent sakini olarak engellilerin de toplumun diğer kesimleriyle aynı refah durumuna getirilmeleri beklenmektedir. Bir ülkenin gelişmişlik düzeyinin belirlenmesinde en önemli ölçütlerden bir tanesi deo ülkedeki engelli bireylerin yaşam standartlarının hangi düzeyde olduğudur. Engellinin yaşam kalitesini arttırmak, engelli bireyleri toplumla en üst düzeydebütünleştirmekten geçmektedir. Bütünleştirmenin en üst düzeyde olması için engelli bireyinkimsenin yardımına ve desteğine gereksinim

duymadan veya en az gereksinim duyabilecek şekilde yaşam koşullarının kendisine sağlanması gerekmektedir (MEB, 2014).

Bir milyardan fazla insanın veya (2010 dünya nüfus tahminlerine göre) dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15'inin bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir (Dünya Engellilik Raporu, 2011). Engellilerin bağımsız ve insan onuruna uygun bir yaşam sürebilmeleri için toplumun diğer üyeleriyle eşit şekilde ulaşma, bilgiye ve iletişime, halka açık diğer tesis ve hizmetlere erişimlerinin sağlanması gerekmektedir. Nitekim engelliliğin sosyal modelinde bağımsız bir hak olarak değerlendirilen erişebilirlik, Engelli Hakları Sözleşmesi'nde genel bir ilke olarak düzenlenmiş, ayrıca 'hak' nitelemesi olmaksızın bağımsız yaşamının ve toplumsal katılımın koşulu olarak ayrı bir hükümle desteklenmiştir (Çağlar, 2012, s. 543).

Yavaş Şehir felsefesi de, şehrin her sakinine eşit erişebilirlik hakkı tanıyarak şeffaf ve insan temelli bir yönetimle yaşam standardı oluşturma ile ilgilenmektedir (Citta Slow Türkiye, 2014). Erişebilirlik (accessibility), insan yapımı ve doğal fiziksel çevre başta olmak üzere; ekonomik, sosyal ve kültürel çevreye ulaşabilme, bu çevrelerde verilen hizmetlerden yararlanma ve katkıda bulunma olanaklarına sahip olmayı ifade etmektedir (Çağlar, 2012, s. 544). Yavaş Şehir Hareketi kapsamında özellikle erişebilirlik noktasında; engellilere yönelik ekstra çalışmaların yapılabilmesi, Yavaş Şehir felsefesinde bulunan, keyif alınarak 'yaşanabilir' şehirler yaratma fikrini de desteklemektedir.

Bu noktada; özellikle herkes için yaşanabilir olmayı hedefleyen Yavaş Şehirlerin kimi düzenlemelere öncelik vermeleri gerektiği düşünülmektedir. Şehirlerin Fiziksel Yeterlilikleri, engellilerin rahat bir yaşam sürmesinde büyük önem taşımaktadır. Yavaş Şehir olma kriterleri okunup derlenerek içerisinde Altyapı Politikalarında yer alan, doğrudan ve/veya dolaylı olarak engellileri ilgilendirdiği düşünülen kriterler şu şekilde toplanmıştır;

- Güvenli ulaşım ve trafik için planlar yapılması,
- Özel taşıtlar yerine uygun alternatif taşıma ve trafiğin toplu taşıma araçları ve yaya alanları ile bütünleştirilmesi için (toplulu taşıma bağlantılı ilave kentsel araba park alanları, yürüyen merdivenler, yürüyen bantlar, teleferik, bisiklet yolları, okullar, işyerleri ve benzerlerine erişim sağlayan yaya güzergâhları) planlar yapılması,
- Kamusal ve kamuyla ilgisi olan alanların engelliler için erişilebilir olması, mimari engellerin kaldırılması ve teknolojilere erişimin sağlanmasını garanti altına almak üzere altyapıların teşvik edilmesi,
- Sağlık hizmetlerine onaylanmış ulaşılabilirlik.
- Aile yaşantısına ve yerel aktivitelere (eğlence, spor aktiviteleri, okul ve aile arasında bağ oluşturmayı amaçlayan aktiviteler, yaşlılar ve kronik hastalar için evde yardımı da kapsayan yardım çalışmaları, sosyal tesisler, belediye çalışma saatlerinin düzenlenmesi, umumi tuvaletler) yardımcı olacak programların teşvik edilmesi,

- Kent tarzının yeniden yapılandırılması ve iyileştirmesi için bir program oluşturulması,
- Kriterler, engellilerin şehrin hizmetlerine ulaşmaları noktasında en önemli düzenlemeleri içermektedir. Bunun dışında Kentsel Yaşam Kalitesini Artırıcı Teknolojiler ve Araçlarkriteri altında yer alan;
- Engelli kişilerin entegrasyonu,
- Azınlıklara yönelik ayrımcılığı önleyici çalışmalar,
- Vatandaşlara götürülen hizmetler (belediye hizmetlerinin internet vb. üzerinden duyurulması, vatandaşlar için internet tabanlı bir belediye ağı oluşturulması ve vatandaşların bu ağı kullanmaları yönünde eğitilmeleri) için planlar yapmak maddesi de özellikle sosyal hayatın içerisinde yeterince yer alamayan engelli bireyler için üzerinde ciddiyetle durulması gereken bir konudur.

YÖNTEM

Bu çalışmada; Yavaş Şehir uygulamasının ne olduğu ve kapsamındaki Engellilik kavramı ile birlikte ifade edilebildiğini araştırma amacıyla Betimsel Araştırma yöntemi uygulanmıştır. Bu tip araştırmalar ile olgular hakkında sistemli ve düzenli bilgilere sahip olunmaktadır. Betimleyici bir araştırmada herhangi bir ilişkinin varlığı veya yokluğu araştırılmaktadır (Arslanoğlu, 2014). Betimsel araştırmalar araştırma türlerine göre durum saptayıcı/betimleyici araştırma (descriptive) grubuna dâhildir. Betimsel modeller, bir konu ile ilgili hâlihazırdaki durum araştırılmaktadır (Odabaş, 2014)

Türkiye’de 9 adet Yavaş Şehir bulunmaktadır. Bunlar; Akyaka(Muğla), Gökçeada(Çanakkale), Seferihisar(İzmir), Taraklı(Sakarya), Yenipazar(Aydın), Yalvaç(Isparta), Perşembe(Ordu), Vize(Kırklareli) ve Halfeti (Şanlıurfa) şehirleridir. Öncelikle; ülkemizde yer alan Yavaş Şehirlerin engellilere yönelik düzenlemeleri olup olmadığı, yine Yavaş Şehir kriterleri içerisinde yer alan hizmetlere internet üzerinden ulaşılabilmesi ve şeffaflık noktasından hareketle, internet siteleri ve iletişim mailleri saptanmıştır. Belirlenen internet erişim sayfaları şunlardır:

<http://www.akyaka.bel.tr/>
<http://www.gokceada17.net/>
<http://www.halfeti.bel.tr/>
<http://www.persembe.bel.tr/>
<http://seferihisar.bel.tr/>
<http://www.tarakli.bel.tr>
<http://www.vize.bel.tr/>
<http://www.yalvac.bel.tr/>
<http://www.yenipazar.bel.tr/>

BULGULAR

Yavaş Şehir bünyesinde bulunan 9 şehrin belediye siteleri üzerinden verilen iletişim adreslerine elektronik posta yollanmış ve şehir içerisinde engellilere yönelik ne çeşit

düzenlemeler yapıldığı konusunda bilgilendirme talep edilmiştir. Gelen geri dönüşler şu şekilde olmuştur:

- Akyaka, Gökçeada ve Perşembe Belediyelerinden, resmi internet siteleri üzerinden yayınladıkları iletişim amaçlı elektronik posta adreslerinin aktif olmaması ve site içerisinde engellilerle ilgili bir bilgilendirici yayın bulunmaması sebebiyle herhangi bir düzenlemeyle ilgili bilgi alınamamıştır.

- Yalvaç Belediyesi, elektronik postaya geri dönüş yaparak, şehir merkezinde bulunan tüm köprü girişlerine engellilere yönelik rampa yapıldığını belirtmiştir. Kurulan iletişim sonucunda; Yalvaç Belediyesi'nin engellilere yönelik yol ve park düzenlemeleri hususunda çalışma yürüttüğü ve en kısa zamanda hayata geçirmeyi planladığı belirlenmiştir.

- Bir diğer yanıt veren belediye olan; Vize Belediyesi de, özellikle görme engellilere yönelik yol düzenlemeleri yaptıklarını belirtmiştir. Vize Belediyesi'nin yapmış olduğu bir diğer uygulama ise; engelli oyun parkı projesidir. Engelli aileleri ve engelli çocuklar için düzenlenmiş park şu anda faaliyet göstermektedir. Bunun dışında; belediye, engelli gençleri tespit ederek teknoloji hizmeti sağlamış ve tespit edilen tüm engelli genç bireylere bilgisayar temin etmiştir.

- Taraklı Belediyesi de elektronik postaya cevaben; engellilere yönelik özellikle görme engelliler için sarı renkli yürüyüş bantları ve çarşı düzenlemeleri yapıldığını, engelli park yerlerine, rampalara özen gösterdiklerini belirtmiştir. 2013 yılında 'erişebilir turizm' teması ile düzenlenen yarışmada (Eden 2013) Türkiye birinciliği almış olan belediye, kent parkı içerisinde engellilere uygun alanlar yaratma konusunda çalışmalarını devam ettirmektedir. Taraklı Belediyesi, engelli dostu bir belediye olmayı hedeflediklerini özellikle belirtmiştir.

- Halfeti, Seferihisar ve Yenipazar Belediyeleri elektronik postaya yanıt vermemişlerdir. Halfeti, Yenipazar ve Perşembe Belediyeleri'nin bu konuda yaptıkları herhangi bir çalışma internet siteleri üzerinde de yer almamaktadır.

Seferihisar belediyesi' nin internet sitesi içerisinde , engellilerin sosyal hayata entegrasyonu çerçevesinde engelsiz eğlence projesi (piknik) yapıldığı, engelli çocukların da dahil edildiği müzik ve tiyatro kursu açıldığı, engelli bireylerle tüplü dalış etkinliği yapıldığı, engellilere uygun otobüs temin edildiği paylaşılmaktadır. Bunun dışında, Seferihisar'da yaşayan engellilere ve ailelerine sağlık, eğitim, rehabilitasyon, istihdam, hukuki haklar konusunda danışmanlık yapılmasının planlandığı da belirtilmektedir(Seferihisar Belediyesi, 2014).

Güney Ege Kalkınma Ajansı'nın yayınladığı Yavaş Şehir bilgi notu raporu içerisinde Yavaş Şehir Hareketi'nin Türkiye ayağının öncüsü olan Seferihisar Belediyesi'nin engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması üzerine kaynak yaratma çalışması yürüttüklerini, düzenlemeler için gerekli olan kaynak yaratıldığında bu kritere yönelik çalışmalar yürütüleceğini belirtmektedir (GEKA,2014). Ayrıca Ağustos 2009'da

Seferihisar'da kurulan Kent Konseyi içerisinde bir de engelli meclisi bulunduğu bilgisi paylaşılmaktadır.

Aynı şekilde Gökçeada belediyesinin de internet sitesinde engellilere dair uygulamalar içerisine dahil edebileceğimiz, meydan-kültürel aks yolu alan kullanımı projesi dahilinde engellilere ve yaşlı bireylere yönelik rampalar ve yol düzenlemeleri yapıldığından söz edilmektedir.

SONUÇ

Yavaş Şehir kriterleri içerisinde kentsel yaşam kalitesi politikaları kapsamında yer alan hizmetlere internet üzerinden ulaşılabilmesi ve şeffaflık noktasına vurgu yapılıyor olması, internet siteleri ve iletişim mailleri üzerinden ulaşılabilirliği gerekli kılmaktadır. Ancak; Yerel Yönetimlerin bu konuda göstermiş oldukları duyarsızlık ve Yavaş Şehir kavramına tam anlamıyla hakim olmamaları paylaşılması gereken öncelikli sonuç olarak ön plana çıkmaktadır.

Yapılan çalışma sonucunda; Yavaş Şehir kriterleri içerisinde özellikle dolaylı olarak engellileri ilgilendiren kriterlere öncelik verilmediğini de söylemek yanlış olmayacaktır. Zira; genel kriterlerin belli bir oranının gerçekleştirilmesi yeterli görüldüğünden engellilere yönelik kriterler genellikle önemli görülmemektedir. Engellilere yönelik düzenleme ve uygulamaların ilave masraflar gerektiriyor olması da yerel yönetimleri bu konuda daha az duyarlı olmaya itmektedir.

Yaşanabilir kent sloganıyla kendine bir yer bulan yavaş şehir hareketi markasını almış şehirlerin kimin için yaşanabilir olduğunu tekrar sorgulaması gerektiği düşünülmektedir. Yerel yönetimlerin birçoğunun yaptığı düzenlemelerde engelli olmayan bireyleri merkeze alarak onlara yönelik çalışmalar yürüttüğü gözlemlenebilmektedir. Çevrenin sürdürülebilir kullanımına, enerji kaynaklarına, alt yapı çalışmalarına, teknolojinin takibine oldukça duyarlı bir temele dayanan yavaş şehir şehirlerin dikkatini teknolojinin ‘uygulanabilirliği / kullanılabilirliği’ konusuna çekmek istemektedir. Aynı zamanda yaşanabilir kent olabilme kapsamında toplum içerisinde yadsınamayacak sayıda olan engelli bireylerin de imkanlardan eşit yararlanabilmesi noktasında daha duyarlı olmaları gerektiği düşünülmektedir.

Bu çalışma ile güncel ve önemli kabul edilen Yavaş Şehir uygulamalarında engellilere yönelik kriterler saptanmaya çalışılmış ve bu kriterlerin uygulama şekli tartışmaya açılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda; engellileri ilgilendiren doğrudan ve dolaylı kriterler tek tek model olarak ele alınıp, uygulanabilirliklerini saptamak mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

Akyaka Belediyesi (2014) [URL:<http://www.akyaka.bel.tr/>] (Erişim 26,08,2014)

ARSLANOĞLU, İ. (2014). Sosyal Bilimlerde Metod ve Araştırma Teknikleri.

[URL:<http://w3.gazi.edu.tr/~iarslan/arastek.doc>] (Erişim 04,09,2014)

- Benli, S. (2013). Ekoturizm ve Yavaş Şehir Hareketi. 2. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu. Adana, 76-82.
- CittaSlow Türkiye (2014) [URL:www.cittaslowturkiye.org] (Erişim 11,08,2014)
- CittaSlow Türkiye (2014) Üyelik Süreci ve Kriterler. [URL:http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1549] (Erişim 11,08,2014)
- Clark, J. (1996). Kalkınmanın Demokratikleşmesi. TÇV Yayınları, Ankara,34.
- Çağlar, S. (2012).Engellilerin Erişebilirlik Hakkı ve Türkiye’de Erişebilirlikleri. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 2,543-544. .
- Dünya Sağlık Örgütü (2014) , Dünya Engellilik Raporu, 2011. [URL:http://siteresources.worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/455687-1328710754698/YoneticiOzeti.pdf] (Erişim 05.09.2014)
- Genç, N. (2013). Yerel Demokrasi Ve Kalkınma Bağlamında Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü: Aydın Örneği, *Yerel ve Bölgesel Kalkınma: Küresel ve Yerel Bakış Açılırları*, Manisa,279.
- Gökçeada Belediyesi(2014) [URL:http://www.gokceada17.net/] (Erişim 26,08,2014)
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı (2014). Cittaslow Bilgi Notu [URL:geka.org.tr/yukleme/basili_materyaller/Cittaslow%20Bilgi%20Notu.pdf] (Erişim 04,09,2014)
- Halfeti Belediyesi(2014) [URL:http://www.halfeti.bel.tr/] (Erişim 26,08,2014)
- Heitmann, S., Robinson, P. ve Povey, G. (2011). Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism. In P. Robinson, S. Heitmann, & and P. Dieke (Eds.), *Research Themes for Tourism*. 114-127. UK: CAB International.
- Kartal, Z. (2007). Kavramsal ve Tarihsel Yönleriyle Küreselleşme, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 251-264.
- Meredith, B. Ve Storm, E. (2009). Slow Design – A Conscious Approach to Creating Well Being. [URL: http://www.Create-The-Good-Life.com] (Erişim 02,09,2014)
- Miele, M. (2008). CittaSlow: Producing Slowness Against the Fast Life. *Space and Polity*. 12,135–156.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2014). Engelli Bireylerde Toplumsal Uyum, 2011. [URL:http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Engelli%20Bireylerde%20Toplumsal%20Uyum.pdf] (Erişim 28.08.2014)
- Odabaş, H. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri I. [URL: http://odabashuseyin.files.wordpress.com/2011/04/2.pdf] (Erişim 04,09,2014)
- Parkins, W. ve Craig, G. (2006). Slow Living, Berg Publishers, Oxford,79.
- Perşembe Belediyesi(2014) [URL:http://www.persembe.bel.tr/] (Erişim 26,08,2014)
- Petrini, C. ve Padovani, G. (2011). Slow Food Devrimi, Sinek Sekiz Yayınevi, İstanbul,157.
- Pink, S. (2008). Sense and Sustainability: The Case of the Slow City Movement. *Local Environment*. 13(2), 95-106.
- Radstrom, S. (2011). Identity: an Introduction and History of Cittaslow. *Italian Journal of Planning Practice*. 1,88-91.
- Sayın, M. (2006).Yerel Ekonomik Kalkınma Modeli Olarak Gap-Gidem Projesi, Gap Girişimciliği Destekleme Merkezi
- Seferihisar Belediyesi(2014) [URL:http://seferihisar.bel.tr/] (Erişim 26,08,2014)

-
- Sumner, A. ve Tribe, M.(2008). International Development Studies: Theories and Methods in Research and Practice, Sage Publications, London, 9.
- Taraklı Belediyesi(2014) [URL:www.tarakli.bel.tr] (Erişim 26,08,2014)
- Taylan, H.H. ve Arklan, Ü. (2008). Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*,1,85-88.
- Vize Belediyesi(2014) [URL:www.vize.bel.tr/] (Erişim 26,08,2014)
- Yalvaç Belediyesi(2014) [URL: http://www.yalvac.bel.tr/] (Erişim 26,08,2014)
- Yenipazar Belediyesi(2014) [URL:http://www.yenipazar.bel.tr/] (Erişim 26,08,2014)
- Wikipedia (2014). Yavaş Hareketi. [URL:http://tr.wikipedia.org/wiki/Yava%C5%9F_Hareketi] (Erişim 20,08,2014)

HÜZÜN TURİZMİ VE MABETLEŞME SÜRECİ KAPSAMINDA “SARIKAMIŞ”

Şevket YİRİK

*Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
sevketyirik@gmail.com*

Faruk SEYİTOĞLU

*Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
fseyitoglu@akdeniz.edu.tr*

ÖZET

Hüzün genellikle insanları etkileyen ve ilgisini çeken bir duygu olmuştur. Geçmişin acılarını tarih sayfalarında arayan insanlar, bir gün kendisi ve tarihi için mabet hükmünde olan bu mekânları ziyaret edip, geçmişe ait tarih sayfalarından öğrendiği o anların heyecanını yaşamayı hep istemişlerdir. İnsanlar geçmişin acılarını, hüznlerini yaşayıp bunlardan ders çıkarıp aynı zamanda manevi bir borç bildikleri ziyaretler için seyahatler düzenlemişlerdir. Örneğin, Japonlar öğrencilerini ilk önce atom bombasının atıldığı Hiroşima bölgesine götürerek onlara geçmişin hüznü ve acılarından bahsettikten sonra öğrencilerine en son teknolojileri gösterip gelinek ve sahip olunan değerleri geçmişin izleri ile anlatıp şu dersi vermektedir: eğer ülkenize sahip çıkmazsanız geleceğiniz geçmişiniz gibi olabilir. Ziyaret edilen mekânlar hüzün alanı olunca hüzün turizmi de ortaya çıkmış olmaktadır. Bu çalışmada adlandırma, sınırlama ve yükseltme, tapınaklaşma, mekanik çoğaltma ve sosyal çoğaltma olarak beş aşamadan oluşan hüzün turizminde savaş alanı mabetleşme süreci “beyaz hüzün Sarıkamış” örneği ele alınarak incelenmiştir ve sonuç olarak; Sarıkamış Destinasyonunun mabetleşme sürecini tamamlamış bir destinasyon olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Hüzün turizmi, turizm, mabet, mabetleşme süreci, Sarıkamış*

GİRİŞ

Her toplumun geçmişinde hatırlamaktan zevk aldığı ve gurur duyduğu başarılar, günler veya olaylar olduğu gibi hatırlamak bile istemediği üzücü ve acı olaylar da vardır (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 152). Bu üzücü olayları anmak, kaybedilenlere saygı gösterisinde bulunmak veya hac görevini yerine getirmek amacıyla yapılan turizm faaliyetlerine hüzün turizmi denir. Hüzün turizmi, çoğumuzun yıllardır yaptığı ancak bu turizm türünün hangi kategoriye girdiğini büyük olasılıkla bilmediğimiz bir turizm çeşitidir. Hüzün turizminin nihai örneklerinden biri 11 Eylül terörist saldırılarının ardından New York Ground Zero’ya akın eden ziyaretçi dalgasıdır (Kendle, 2008). Bu örneğin dışında aşağıda sıralandığı gibi dünyada birçok hüzün turizmi örneği bulunmaktadır:

- Hiroşima’ya atom bombası saldırısı (1945) ve Bosna Hersek’te 1992-1995 yılları arasında yaşanan savaşın bıraktığı izler
- *Soykırım turizmi* ve *müzeler* toplu mezarların bulunduğu mekanlar; Kamboçya’da 1970’li yıllarda ortaya çıkan ölüm tarlaları ve Landmine Müzesi, Bosna’daki toplu katliamların olduğu ve şu an anıtlarının bulunduğu yerler

- *Trajik suç ve olaylar*; Prenses Diana'nın öldüğü yerde yalnız araba kullanma, İkiz Kule'lere yapılan saldırıların ardından anıtlaşan kalıntılardır (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 214).

Felaket turizmi için hüznün turizminin bir alt kümesidir şeklinde tanımlama yapılsa da özellikle son yıllarda çok fazla dikkat çekmesi yönüyle kendi kategorisini hak etmektedir. 2004 yılında meydana gelen Tsunaminin ardından Doğu Asya'yı veya Katrina Kasırgası sonrası New Orleans'ı görmek için akın eden ziyaretçi sayısı bu gerçeği gözler önüne sermektedir (Kendle, 2008).

Hüznün turizmi motivasyonunun nasıl oluştuğu ve turistleri ölümün gerçekleştiği hüznün alanlarına neyin sürüklediği uzun yıllar araştırılmıştır (Bowman ve Pezzullo, 2010, s. 189). Hüznün turizminin kavram olarak ortaya çıkmasından önce de ölümler turizm açısından önemli unsur olarak kalmış, ancak diğer turizm arzlarına göre çok önce inanç ve hac amacıyla ilgi çekmiştir (Stone, 2006, s. 147). Bu sebeple hüznün turizmi kavramına çok boyutlu bir anlayışla yaklaşılmaktadır (Sharples, 2005, s. 220). Hüznün alanları ziyareti motivasyonu tamamen olmasa da kısmen önemlidir (Lennon ve Foley, 2000, s. 46). Toplumlar, mezarlıkları saygınlık içeren yerler olarak görürken modernizm onları kitle turizmi alanına dönüştürmüştür (Rojek, 1993, s. 36). Fakat kitle iletişim teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak hüznün turizmi alanlarının tanınırlığı artmıştır (Lennon ve Foley, 2000, s. 16; Kaya, 2006). Bu çalışmada hüznün turizmi kapsamında savaş alanı mabetleşme süreci Türkiye'de Sarıkamış örneği ele alınarak incelenecektir.

HÜZÜN TURİZMİ KAVRAMI

Hüznün turizmi, ilk olarak Lennon ve Foley tarafından incelenmiş ve akademik olarak araştırmalarda yer almaya başlamıştır (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007, s. 217). Yerli yazında olduğu gibi uluslararası yazında da birçok şekilde ifade edilen hüznün turizmi, Lennon ve Foley (2000 s. 198) tarafından "*dark turizm*" olarak adlandırırken, Seaton (1996, s. 240) "*thanatourism*" olarak isimlendirmiş ve Blom (2000, s. 32)'da "*morbid turizm*" adı altında bu kavramı geliştirmiştir. Slayton (2006) ise, "dark" kelimesini "*grief*" olarak uyarlayarak çalışmasında "*grief tourism*" ifadesini kullanmıştır. Almanya'da da hüznün turizmi "*grusel tourism*" (shudder tourism-ürperti turizmi) olarak ifade edilmektedir (Kılıç ve Akyurt, 2011, s. 210). Hüznün turizmi kavramı, geçmişte meydana gelmiş ölüm ve üzüntülerin turizm amacıyla tüketilmesi şeklinde açıklanabilir (Aliağaoğlu, 2004, s. 55). Bu kavram tüketicilere o üzüntü ve acıyı yaşatmak sonucunda gerçekleşen olaylardan edinilen tecrübe ile ziyaretçinin huzura ermesi için yapılmaktadır.

Hüznün turizmi kavramının sahip olduğu anlam genişliği ve çeşitliliği sebebiyle kapsam alanının da benzer şekilde geniş olduğu söylenebilir (Seaton 1996, s. 240). Seaton (1996, s. 240 - 241) hüznün turizmini aşağıda verildiği gibi 5 kategoride incelemiştir:

1. Ölüm olaylarını izlemek amacıyla yapılan ziyaretler,
2. Bireysel veya toplu ölümlerin gerçekleştiği alanlara yapılan ziyaretler,

3. Anıt veya hapishanelere yapılan ziyaretler,
4. Ölümle ilgili olayların yaşatıldığı yerlere yapılan ziyaretler,
5. Ölümle ilgili kanıtların sergilendiği yerlere yapılan ziyaretler.

Hüzün turizmi ziyaretçileri, seyahatlerini gerçekleştirirken genelde ön yargılı olmaktadır. Çoğu hüzün turizmi destinasyonu medya yoluyla duyurulmaktadır (Lennon ve Foley, 2000, s. 44). Bu durum destinasyona hem olumlu hem de olumsuz etki edebilmektedir. Ancak bu durumun toplum açısından olumlu etkileri bulunabilir. Şöyle ki; herhangi bir hüzün olayından sonra (savaş, ölüm veya doğal afetler) bölgeye gelen ziyaretçi sayısı artmakta (Seaton, 1999, s. 131) ve bunun sonucunda da seyahat süresince edinilen anılar ve duygulardan ziyaretçiler tarafından uzun süre aile ve arkadaşlar arasında bahsedilmektedir (Gnoth, 1997, s. 286). Böylelikle söz konusu bölgenin tanınırlılığı ve turizm gelirlerinin artabilmesi olanaklı hale gelebilmektedir.

Hüzün Turizmi Savaş Alanları

Savaş alanları, ünlü veya çok sayıda insanın ani veya şiddetli ölümlere maruz kaldığı yerlerin ticari amaçlarla geliştirildiği alanlardır (Aliagaoglu, 2008, s. 90). Hüzün turizmi kapsamında savaş bağlantılı aktiviteler, site ve destinasyonlar, turizm pazarının büyük bir kısmını teşkil etmektedirler (Smith, 1998, s. 203). Bu kategori potansiyel turizm ürünü olarak savaş ve savaş alanlarının metalaştırılmasını içermektedir. Böyle destinasyonlar aslında eğitici ve hatıra odaklıdır. (Stone, 2006, s. 156). Birinci Dünya Savaşı, diğer savaş alanlarının hüzün turizmi kapsamındaki potansiyeli bakımından fark edilmesini sağlamıştır. Örneğin, Solomon Adaları'ndaki Guadalcanal Savaşı, İkinci Dünya Savaşı dönemlerinde gerçekleşmiş ve tatil güzergâhı üzerinde kurulu olan bir sitedir (Stone, 2006, s. 156).

TÜRKİYE'DE HÜZÜN TURİZMİ POTANSİYELİ

Türkiye millet olarak bu topraklarda yüzyıllardır var olma mücadelesi vermiştir. Geçtiğimiz yüzyılda 2 dünya savaşı görmüş ve 1'inci Dünya savaşında çok ağır bedeller ödeyerek vatan topraklarına sahip çıkmıştır. Ancak Çanakkale kardeşlik destanı, Başkomutanlık ve Sarıkamış destanları günümüzde hala milletin yüreğinde sevinç ve hüznün bir anda hatırlandığı destanlar olmuştur. Yakın tarihi itibari ile zor süreçlerden geçen Türkiye'de geçmişin acılarını ve hüznlerini yaşatma adına mabetleşmiş o kadar çok hatıra vardır ki; bu hatıralar yeni nesillere tarih ve geçmişin acılarını yaşayıp, bu acılardan ders çıkarıp geleceğe emin adımlar ile yürümesinde fayda sağlamaktadır. Türkiye'de hüzün turizmi alanlarının sayısı oldukça fazladır. Bunlardan önemli görülenlerden bahsedilecektir.

Anıtkabir

Anıtkabir, Anıt Bloğu ve Barış Parkı'nı içine alan 750.000m²'lik bir alan üzerine kurulmuştur (Taylak, 1998, s. 58). Anıtkabir'in inşaatı 9 Ekim 1944 günü saat 10.00'da ihtişamlı bir temel atma töreni ile başlamış ve inşaat 1 Eylül 1953'te bitirilmiştir. Giriş

yolunun iki yanı aslan heykelleri ve meşalelerle süslüdür. Zafer alanı, yolu asıl anıta bağlayan bölümdür; çevresinde sekiz kule bulunmakta ve her bir kuleye Kurtuluş Savaşı ile ilgili bir isim verilmiştir. Yirmi metre yükseklikte ve otuz metre genişlikteki şeref salonunun gerisindeki pencerenin önünde lâhit yer almaktadır. Atatürk'ün asıl mezarı, bu simgesel lâhdin tam altında bulunmaktadır. Anıtkabir için yapılan kabartma ve heykellerin konuları, Atatürk'ün hayatından, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet tarihinden seçilmiştir (Taylak, 1998, s. 58).

Tarihi Sinop Cezaevi

Tarihî Sinop Kapalı Cezaevi, bir dönem "Anadolu'nun Alkatrazı" tabiri ile de tanınan ve 1999 yılında kapatılarak müzeye çevrilen cezaevidir. Tarih kaynaklarında Sinop Kalesi içinde bulunan ve 1214'te Selçuklu Sultanı I. İzzettin Keykavus tarafından tersane olarak yaptırılan İç Kale'nin, 16. Yüzyıl'dan itibaren zaman zaman zindan olarak kullanıldığına dair bilgiler bulunmaktadır. Sinop'u 1640 yılında ziyaret eden Evliya Çelebi kale içindeki cezaevi ile ilgili izlenimlerini şu ifadelerle anlatmıştır: *"Büyük ve korkunç bir kaledir. 300 demir kapısı, dev gibi gardiyanları, kolları demir parmaklıklara bağlı ve her birinin bıyığından 10 adam asılır nice azılı mahkûmları vardır. Burçlarında gardiyanlar ejderha gibi dolaşır. Tanrı korusun, oradan mahkûm kaçtırmak değil, kuş bile uçurtmazlar"* (Yılmaz, 2009, s. 6).

"18.Yüzyıl'a gelindiğinde Sinop'ta sadece kale değil, Sinop şehrinin kendisi de mahkûm edilenlerin en önemli sürgün yerlerinden biri olmuştur. Bir diğer ifade ile şehrin bizzat kendisi cezaevi görevi üstlenmiştir. Sinop hapishanesinin kuruluş yerinden kaynaklanan bazı özelliklerinden dolayı kaçılması imkânsız bir yer olarak tanınmıştır. Burayı, ABD'de San Fransisco yakınlarındaki bir ada üzerinde bulunan ve birçok filme konu olan ünlü Alcatraz hapishanesine benzeterek, Anadolu'nun Alcatraz'ı olarak tanımlayanlar da bulunmaktadır. Sinop Cezaevi'ni girilir, ama çıkılmaz yapan bu şöhretin temelinde cezaevi ve onun bulunduğu yer gibi önemli rol oynamıştır" (Yılmaz, 2009, s. 6).

Çanakkale Savaşı

"Osmanlı başkenti İstanbul'un anahtarı olan Çanakkale Boğazı, Rusya'nın sıcak denizlere açılma yolu olması ve stratejik öneme sahip bulunması nedeniyle tarihte pek çok siyasi mücadeleye ve silahlı çatışmaya sebep olmuştur" (Türkmen, 2007, s.19). Almanya, Avusturya- Macaristan, İtalya üçlü ittifakı, İngiltere, Fransa, Rusya üçlü itilafı gerçekleşmiştir (Apuhan, 2008, s.13-14). Osmanlı Devleti ise o dönemde güçsüz ve zayıf olduğu, para, sanayi, ürünleri, silah ve mühimmat yönünden dışarıya bağımlı olduğundan, varlığını sürdürmek ve kalkınmak uğrunda bir devlete istinat etmesi gerektiği, özellikle Rusya'nın harp hedeflerinden korktuğu için Almanya ile ittifakı zorunlu görünmüştür. "Gizli" kaydı ile Türk- Alman İttifak Antlaşması, 2 Ağustos 1914'te imzalanmıştır (Kocabaş, 2009, s. 17-18).

Hüzün turizminin bir başka özelliği ders verici niteliğe sahip oluşudur. “Türk Ulusu Çanakkale savaşları sayesinde düşmanını tanımış ve düşmana kendini tanıtmıştır” (Aliagaoglu, 2004). Atatürk’ün “Bütünöyle bir Türk Abidesi olan yarımada, günümüzün genç ve gelecek kuşaklarına barışın değerini savaşın vahşetini gösteren tarihi bir mekândır.” sözü ile Çanakkale Savaşının tarihi önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Yine askeri açıdan bakılırsa, tarihçiler arasında savaşın ders verici etkileri konusunda görüş birliği bulunmaktadır. Gelibolu çıkarması 6 Haziran 1946 yılında gerçekleştirilen Normandiya çıkarması için de ders verici nitelikte olmuş, bu çıkarmanın yanlışları Normandiya’da tekrarlanmamıştır. Aynı özellik Arjantin ile Birleşik Krallık arasında gerçekleşen Falkland adaları savaşı için de geçerli olmuştur (Kurat, 2001: 72-77).

Türk savunmasının zayıfladığını düşünen itilaf devletleri 18 Mart 1915 sabahı, Çanakkale Boğazı’nı sadece donanma kuvvetleriyle geçmeye çalışmış ama başarılı olamamışlardır (Mütercimler, 2005, s. 187). İtilaf Devletleri donanması ağır kayıplar verince Anzaklar, 25 Nisan 1915 Pazar günü sabahın erken saatlerinde başlayan çıkarma ile Gelibolu Yarımadası’ndaki savaşa katılmıştır. O günden 9 Ocak 1916’ya kadar süren kanlı ve çetin çarpışmalar geçmiştir. (Duman, 2006, 201). Çanakkale cephesinde Türkler, kara ve deniz muharebelerinde toplam 57.263 subay ve er şehit vermiştir. Zayıyat sayısı; şehitler, yaralılar, kayıp ve esirler, hastaneye gönderilenler ve çeşitli hastalıklardan ölenler dâhil olmak üzere 210.000 kişi civarında olmuş.

Çanakkale cephesinin bir diğer ilginç yanı da, iki düşman ordunun savaşan askerleri arasındaki yakınlaşmanın getirdiği dostluğun, zamanla artmış olmasıdır. Anzak asker ve komutanları, Çanakkale’de yiğitçe savaşan Türklerin hem asker, hem de insancıl yönlerini yakından izleyerek, onların kendilerine tanıtıldığı gibi barbar bir ulusun çocukları olmadığını görüp anlama fırsatını elde etmişlerdi. Bu durum, ülkeler arasındaki siyasi ilişkileri de olumlu yönde etkilemiş ve savaş sonrasında, Avustralya ve Yeni Zelanda ile olumlu ilişki ve dostlukların oluşmasının başlıca sebebi olmuştur (Fewster vd., 2005, s. 104).

Beyaz Hüzün Sarıkamış Hareketi

1914 yılından beri Allahüekber dağlarında kar ile kucak kucağa yatan 90 bin vatan sevdalısının yattığı yerdir Sarıkamış. Bugün Türkiye’nin varoluşunda 90 bin şahadete ermiş vatan sevdalıların yadsınamaz yeri vardır (Gökçe, 2013). Sarıkamış, 24 Aralık 1914 yılında başlayan Osmanlı Rus savaşında Sarıkamış’ta Allahüekber Dağları’nda doksan bin askerin şehit olduğu hüznü bir destandır (Keleşyılmaz, 2000). Doksan bin kişilik ordunun tamamı, ağır kış şartlarındaki dondurucu soğukta donarak şehit olmuştur. Enver paşa Almanların Avrupa Cephesindeki yüklerini hafifletmek için Türk askerini Sarıkamış’a Ruslara karşı sürerek doksan bin askerin şehit olmasının tek sorumlusu olarak görülmüştür. Savaş sonrası Rus generaller Maslofski ve Nilkowski görüşlerinde Türk Askerleri hareketin ilk günlerinde galip gelebilecekken Enver Paşa ve diğer üst düzey komutanlarının inisiyatiflerini sorumsuzca kullanmaları sebebi ile böyle bir hezimetin

kaçınılmaz olduğunu belirtmiştir (Tutar vd, 2011). Sarıkamış, Eksi 40 dereceye düşen dondurucu soğuğa ve açlığa rağmen Türk askerinin mücadele verdiği yer olarak hafızalarda yerini almıştır. (Çolak, 2006; Aksun, 2005).

HÜZÜN TURİZMİNDE MABETLEŞME SÜRECİ

MacCannell (1976, s. 43-44) ünlü “The Tourist” kitabında turistik objenin mabetleşme sürecinden bahsetmiştir. Yazarın görüşüne göre turiste sunulan obje anlamlı ve zincirleme bir işaretleme aşamasından geçmelidir. Bir turistik objenin kalıcılığını sağlamak ve onu özel kılmak için bu objenin birbirleri ile bağlantılı bazı belirleyicilerinin olması gerekmektedir. MacCannell’a (1976) göre turistik obje, turistlerin gözünde yarı dini bir nitelik kazanmış olur (Aktaran: Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu, 2007, s. 218).

Mabetleşme süreci özellikle hüznün turizminin mabetleştirilmesi yönüyle bakıldığında zaten çoğu ziyaretçi tarafından kutsal sayılarak gelinen bu alanların mabetleştirme sürecine uygun olduğunu göstermektedir. Ancak MacCannell (1976), turistik obje olarak Mona Liza veya Napolyon’un şapkasını seçmiştir. Oysa savaş alanları onlardan farklıdır (Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu, 2007, s.218). Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu’na (2007) göre, örneğin askeri bir alanın mabetleşmesi, vatandaşların milliyetçilik duygularından olumlu veya olumsuz olarak etkilenebilmektedir. Yine Seaton’a (1999, s. 140) göre bu süreç savaş alanları için asla sona ermemektedir. Çünkü mabetleşme sürecinin aşamalarından olan ‘sınırlama ve yükseltme’ aşamasında yükseltme safhası son bulmamakta ve zenginleştirme olarak devam etmektedir.

Hüznün turizminde mabetleşme süreci adlandırma, sınırlama ve yükseltme, tapınaklaşma, mekanik çoğaltma ve sosyal çoğaltma olarak beş aşamadan oluşmaktadır (MacCannell, 1976; Seaton, 1999). Araştırmada bu süreç yöntem olarak kullanılmış ve süreçteki aşamalar “beyaz hüznün Sarıkamış” örneği ele alınarak incelenmiştir. Türkiye’de ise bu konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalardan Aliagaoglu (2008), Gelibolu Yarımadası’nın Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu (2007) ise Büyük Taarruz Başkomutan Tarihi Milli Parkı’nın mabetleşme sürecini bu yöntemle ele alıp incelemiştir. Bu çalışmada da mabetleşme sürecinin ne seviyede olduğunu belirlenmesini sağlayan bu yöntem kullanılarak Sarıkamış’ın Mabetleşme sürecini tamamladığı tespit edilmiştir.

Sarıkamış Mabetleşme Süreci

Şüphesiz ki milleti millet yapan en önemli unsur üzerinde yaşadığı topraklardır. 1914-1915 yılları bu vatan için bedenlerini siper etmiş on binlerce şehidin yattığı yerdir Sarıkamış. Sarıkamış son yıllara kadar hak ettiği değeri ve ilgiyi görmemiş fakat son çeyrek asırdır milletimizin yakın geçmişini bilme ve ona sahip çıkma iradesi ile kahramanlık ve kardeşlik destanlarının yazıldığı Çanakkale ve Sarıkamış artık milletimizin önemseddiği ve sahip çıktığı yerler olmuştur. Böyle hüznün turizmi destinasyonlarına duyulan ilgi her geçen gün artarak devam etmektedir. Gerek STK’lar gerekse devletin teşvik ve katkıları ile tarih ve kültür mirasımız olan bu alanlar gelecek nesiller için en büyük ibret alanlarıdır. Bu

kapsamda Sarıkamış alanı mabetleşme sürecinde; adlandırma, sınırlama ve yükseltme, tapınaklaşma, mekanik çoğaltma ve sosyal çoğaltma olarak tanımlanan beş aşamayı tamamlamış bir bölgedir.

Adlandırma

Herhangi bir alanın benzer özellikte diğer alanlardan ayırt edilmesi ile mekânın mabetleşmesi süreci başlamakta ve bu ilk aşamaya adlandırma adı verilmektedir. Adlandırma aşamasında yapılacak ilk iş kimlik doğrulama olmalıdır. Adlandırma safhasından önce mabetleşme sürecine girecek objenin özgünlüğü konusunda birçok araştırma yapılmalıdır (MacCannell, 1976, s. 44).

Savaş alanları, genellikle galip gelenler tarafından adlandırılır. Bunlar genellikle insani ve taktiksel nedenlerle şehrin ve insanların yoğun olarak bulunduğu yerlerden uzak, harita üzerinde kesin bir adı bulunmayan kırsal bölgelerdir. Savaşın sınırları adlandırma için belirlenmiş ve verilen isimler sonuç olarak turistler de dahil olmak üzere insanların aklında meydana gelen olayla ilgili bağlantı kurulabilecek yönde yapılmıştır (Seaton, 1999).

Allahüekber dağlarının yakınlarında gerçekleşen mücadele kavramsallaştırılmış ve tek bir savaş gibi Sarıkamış Harekâtı diye isimlendirilmiştir. 25 Aralık sabahı Sarıkamış'a yürümek üzere Bardız'dan hareket edilmişti daha sonra bitkin bir şekilde akşama Bardız geçidine ulaşılmıştı ancak Ruslar orada saldırmak için beklemekteydi. 4 gün boyunca sarp dağlarda ilerleyen 25 bin kişilik ordu çok kayıp vermiş ve sadece iki bin kişilik öncü kuvvet Bardız geçidine ulaşabilmiştir. Aynı günün gecesi 17'inci ve 29'uncu Tümen soğanlı dağlarında gecelediği sırada şiddetli tipi yüzünden yarıdan fazla kişi burada şehit olmuşlardır. Ateş yakmayı başarabilenler kurtulmuş ancak birçok asker bir ateş başı bulamadığı için donarak şehit olmuştur. O gece Sarıkamış zapt edilebilse idi askerlerimiz donarak şehit olmayabilirdi. O ana kadar inisiyatifi elinde bulunduran Türk askeri bu andan itibaren hezimete sürüklenmiştir. Sarıkamış'a ulaşmadan Soğanlı mevkiinde ordunun yarısı şehit olunca Türk milletinin tarihinde acıları dinmeyecek bir kara gün yaşanmıştır. Ancak askerlerin korkusuzca ve vatan uğruna öleceğini bilerek bu taarruza katılmaları bir kahramanlık destanı olmuş ve bunun adı Sarıkamış Destanı olarak tarihe geçmiştir (Tutar vd., 2011).

Sınırlama ve Yükseltme

Bir turistik objenin veya mekânın mabetleştirilmesi sürecinde ikinci aşama, sınırlama (çerçeveleme) ve yükseltmedir. Sınırlama aşamasında turistik öğenin çevresine yasal bir sınır çekilmektedir. MacCannell'a (1976) göre sınırlama safhasında obje yasal sınırlar içerisinde sergilenir. Örneğin Mona Lisa Tablosu'nun bir camın arkasında yanında başka bir tablo olmaksızın sergilenmesi sınırlamaya örnektir. Kuşkusuz konu savaş alanları olunca bu alanları bir kutu içine koymanın veya sergilemenin güçlüğü kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle konuyu sınırlandırma açısından ele almak gerekmektedir (Aliağaoğlu, 2008, s. 96).

Savaş alanlarındaki mekansal değişiklikler olmuştur ancak değişimlerin bir kısmı beşerî faktörler sayesinde gerçekleşirken, bir kısmı da coğrafi şartların getirdiği olumsuzluklara bağlıdır (Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu, 2007, s. 220). Savaş alanlarında sınırlama ve yükseltmeyi ancak olayın meydana geldiği yere bir anıt dikilmesi ile örnekleyebiliriz. Çünkü tüm savaş alanını sınırlandırmak imkânsızdır. Bu nedenle MacCannell'in Mona Lisa Tablosu için verdiği sınırlama ve yükseltme örneği, Sarıkamış için Şehitlik anıtlarının dikilişi ile sınırlandırılmıştır.

Sarıkamış savaş alanında anıtsal işaretlemeler, Yukarı Sarıkamış Şehitliği konusunda ilk girişim Tümen Komutanı Canik İskiripli paşa tarafından 1957 yıllarında yapılmıştır. Bu şehitliğin yanı sıra 1968 yılında yapılan “Batı Kışla Şehitliği Anıtı”, “Dikenliği Tabya Şehitliği Anıt Mezarı”, “Makineli Tüfek Şehitliği”, “Turangöl Şehitliği Anıtı”, “Ağababa Şehitliği Anıtı”, “Yayıklı Köyü (Divik) Kırklar Şehitliği Anıtı”, “Dik Yayla Şehitliği Anıtı”, “Millet bahçesi Meçhul Asker Anıtı”, “Çakırbaba Şehitliği Anıtı”, “Yağbasan Şehitliği Anıtı”, Mescidli (Deliktaş) Şehitliği Anıtı”, “Tekçam Şehitliği anıtı”, “Soğanlı Dağı Şehitliği Anıtı”, “Hamamlı Şehitliği Anıtı”, “Ersinik Yaylası Şehitliği Anıtı”, “Bardız Geçidi Şehitliği Anıtı”, “Fırın Tepe Şehitliği Anıtı” ve “Allahuekber Dağı Meçhul Asker Şehitliği Anıtı” da çeşitli dönemlerde Sarıkamış şehitlerinin anısına yaptırılmış ve görülmesi gereken önemli manevi mekânlar olarak sınırları yükseltme adına önemli yapıtlardır (Sarıkamış Dayanışma Grubu, 2014).

Tapınaklaşma

MacCannell'a göre (1976), “Çerçevelemede kullanılan maddenin kendisi mabetleşme sürecinin ilk aşamasına girerse, üçüncü aşamaya geçilmiş olunur. Bu aşama tapınaklaşma olarak adlandırılır”. Yazar örnek olarak Almanya’da Gutenberg müzesinde bulunan orijinal İncili vermektedir. İncil bir odada ve boş bir ortamda bir pedestelin içindedir. Odanın duvarlarında Beethoven’a ait bir kitabe gibi değerli kitabeler de vardır. Dolayısıyla orijinal İncili koruyan odanın duvarları, tapınaklaşma aşamasına girmiş bulunmaktadır (Aliagaoglu, 2008, s. 99).

Sanat veya kutsal emanetler için ev sahipliği yapan binalar bu aşamaya örnek olarak verilebilir (MacCannell, 1976, s. 45). Tapınaklaşmanın ilk örneklerinden birisi savaşların anılarının yaşatıldığı mekânların oluşturulması ve kış dönemlerinde şehitlerin kar üzerinde simgeleştirildiği heykellerinin yapılmasıdır. Türk Şehitleri onuruna hatıra yazıtların ve Sarıkamış’ta ulusal çapta organizasyonların yapılması kararlaştırılıp bir komite kurulmuştur. 2011 yılında Erzurum’da Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları düzenlenmiş ve turizmin burada yaygınlaştırılması ve Sarıkamış’ın da önemli bir destinasyon haline getirilmesi gerektiği belirtilmiştir (Günay, 2011). Her yıl binlerce ziyaretçi tarafından bölgedeki şehitlikler ve anıtlar ziyaret edilmektedir.

Mekanik Çoğaltma

Mekanik çoğaltmanın turistik bir obje veya mekânın mabetleşmesi sürecinde, turistik hedefe yönelen turistlerin gerçeği bulma konusunda en önemli safha olduğu söylenebilir (MacCannell, 1976, s. 45). Bu aşamada obje; resim, heykel, kitap, gazete veya hediyelik

eşya gibi türevleri ile çoğaltılmaktadır. Bu şekilde obje hakkında bilgi edinen turistin hayal kırıklığına uğramaksızın aradığını bulması amaçlanır.

MacCannell'in (1976, s. 45) ifadesine göre mekanik çoğaltma, kültürel olayların, örnek olarak turistik çekicilikler ve turist varış yerlerinin önem kazanmasına neden olmaktadır (Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu, 2007, s. 222). Kutsal objenin mekanik çoğaltılması, onun baskı, fotoğraf, model ve resimler şeklinde tekrar yaratılmasıdır. Böylece bu safhanın, turistik bir obje veya mekânın mabetleşmesi sürecinde, turistik hedefe yönelen turistlerin gerçeği bulma konusunda en önemli safhası olduğu söylenebilir.

Şüphesiz modern zamanın en etkili mekanik çoğaltma aracı, filmlerdir. Ancak, mabetleştirme sürecinin özellikle savaş dönemine ilişkin en etkili aracı yazılı medyadır. (Seaton, 1999, s. 146). Sarıkamış, hakkında yazılan kitaplar ve şiirler Sarıkamış'ı hiçbir zaman unutturmamıştır. Yapılan bir araştırmada Sarıkamış ile ilgili 49 tanesi kitap olmak üzere 1021 yayının bulunduğu tespit edilmiştir (Ağaoğlu, 2007).

İsmail Bilgin'in kitabı olan Beyaz Hüzün adlı eseri Sarıkamış Beyaz Hüzün olarak sinemaya uyarlanmış ve ünlü oyuncular Sarıkamış hareketini güzel bir dille dramatize etmiştir. Beyaz Hüzün filmi ünlü simaların rolleri ile Sarıkamış Destanının mekanik çoğaltma adına önemli bir rol üstlenmiştir (Yardımcıel, 2008). Aynı zamanda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteklediği filmde 1. Dünya Savaşı'nın ilk aylarında sınır birliğine cephane götürmek için gönüllü olan yaşları 12-17 arasında değişen 120 kahraman çocuğun hikayesi konu olarak işlenmiştir (Ağaoğlu, 2007).

Sarıkamış, mekanik çoğaltma yolunda medyadan büyük ölçüde faydalanmış bir örnektir. Sarıkamış'ın sürekli olarak yazılı baskı ve grafiksel imgeler yoluyla çoğalması halk bilincinde de olumlu etkiler bırakmıştır. Bu çoğalma birdenbire kitaplar, gazeteler ve resimlerle devam etmiştir (Ağaoğlu, 2007).

Basın, kitap, film ve etkinliklerin Sarıkamış'ın mabetleşme süreci üzerinde etkisi elbette büyüktür. Çünkü ziyaretçi hüzün alanına seyahat etme kararını yazılı medyadan edindiği bilgilere dayanarak almaktadır. Dolayısı ile bahsedilen hüzün destinasyonu hakkında ne kadar fazla baskı, resim, gazete vb.. yayın araçları yaygın olursa tanınması o derece kolaylaşmaktadır. Bu yazılı medya araçlarının yanı sıra gidilen destinasyonun ismi veya figürlerini içeren anahtarlık, şapka, biblo vb. görsel tanıtım araçları ziyaretçiler tarafından büyük ilgi görmektedir.

Sosyal Çoğaltma

MacCannell'in mabetleşme sürecinin son aşaması olan sosyal çoğaltma, kültürel objenin bulunduğu yerden farklı olarak uzaklarda bir yerlerde anılması şeklinde açıklanabilir Bu aşama, "Grupların, şehir veya bölgelerin ünlü bir çekicilikten sonra kendilerini adlandırmaları olayıdır" (MacCannell 1976, s. 45). Çanakkale 18 Mart Üniversitesi ismi bir sosyal çoğaltma örneğidir.

Çok güçlü simgesel obje ve olaylar bulunduğu yerde kalmayıp sosyal çevre tarafından çoğaltılır ve insan yaşamının gündelik bir parçası haline gelir. Bu aşama şehir veya

bölgenin belli bir çekicilikten sonra kendini adlandırma durumudur (MacCannell 1976). Sosyal çoğaltma savaş alanındaki objelerin alan dışında temsil edilmesi ve başka yerlerde anılması olarak da açıklanmaktadır (Seaton, 1999).

Sosyal çoğaltma adına Sarıkamış dışında Mersin, Kocaeli, Yalova ve Merzifon'da birer anıt bulunmaktadır. Bunların dışında Sarıkamış çevresinde birçok anıt ve şehitlik bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır:

- Sarıkamış'ta merkezde Şehitler Mahallesinde şehitlik, Hamamlı Köyünde şehitlik, Sarıkamış yakın Divik Yayla şehitlikleri (3 tane), Dikenli Tabya şehitliği, Divik köyü yanında bir şehitlik, Laloğlunda bir şehitlik, Boyalı köyünde yan yana 4 şehitlik, Erzurum-Şenkaya-Gaziler bölgesinde iki büyük şehitlik.
- Allahuekber Zirvesinde (3150 metre) bir anıt ve şehitlik, Narman girişinde çok büyük bir şehitlik ve anıt, Oltu'da, Kosor Boğazında, Toprak Otele yakın ve Ersinek Köyünde birer anıt.

Sarıkamış hatırası olarak süs eşyalarında dönemi anlatan figürler işlenmekte ve turistlere sunulmaktadır. Birçok yerde Sarıkamış isminde okulların olması, Sarıkamış kayak merkezinin turizm merkezi olması (<http://sehrıkafkas.blogcu.com/sarikamis-kars-kayak-merkezi-hakkında-bilgiler>), Sarıkamış Şehitleri Derneği tarafından Bursa'da şehitler anıtı açılması, birçok ilde Sarıkamış anısına sergi ve etkinliklerin düzenlenmesi Sosyal çoğaltma adına örneklerdir (Bursa'da Sarıkamış Şehitleri Anıtı Açıldı, haber, 2013).

SONUÇ

Bu çalışmada savaş alanları turizmi, hüznün turizmi kapsamında incelenerek dağılım alanlarından bahsedilmiştir. Sarıkamış Savaş Alanı yıllık olarak yaklaşık 90.000 kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Sarıkamış'ın ziyaretçi sayısını artırmak için sınırlama ve yükseltme aşamasının geliştirilmesi gerektiği söylenebilir. Ne hazindir ki; ağır kış şartları, yokluk, açlık, hastalık ve sefalet içinde ölerək kefensiz yatan bu kahraman şehitlerimiz, birkaç yıl öncesine kadar hiç anılmamaktaydı. Son yıllarda, adeta uykudan yeni uyanılmışçasına; onların her yıl anılması; oraların "Milli Park" olarak düzenlenip, mezar ve anıtların inşası; Türk Ulusu için sevindirici olmuştur. Her geçen gün ziyaretçi sayısı artmakta ve Sarıkamış hak ettiği değere kavuşma yolunda ilerlemektedir.

Ayrıca mekanik ve sosyal çoğaltmanın geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi ile savaş alanı için olumlu sonuçlar elde edileceği düşünülmektedir. Her milleti ayakta tutan manevi değerleri vardır, milletleri millet yapan geçmişte yaşadıkları acılardır nesillere düşen vazife ise tarih ve kültürüne sahip çıkarak ve bu acılardan ders çıkarıp geleceğe emin adımlar ile yürümektir. Bu açıdan bakıldığında son yıllarda gerek devletin gerekse özel sektörün katkıları ile Sarıkamış destanını canlandırma adına beyaz perdeye yansıyan filmlerin önümüzdeki yıllarda daha da artması ve bölgenin hüznün turizmi açısından değerinin daha fazla anlaşılaraq gelecek nesiller için bu destanın yaşatılabilmesi oldukça önemli görülmektedir.

Bu çalışmada ilgili literatürle bağlantılı olarak bir destinasyonun hüznün turizmi kapsamında mabetleşme süreci belirtilmiş olup, Sarıkamış destinasyonun hüznün turizmi

kapsamında beş basamağının tanımlanması yapılarak mabetleşme sürecindeki şartları karşılayıp karşılamadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak; Sarıkamış Destinasyonunun Mabetleşme sürecini tamamlamış bir destinasyon olduğu tespit edilmiştir. Gelecek nesillere bu tür destinasyonların aktarılabilmesi adına bu tür çalışmalar literatüre büyük katkı sağlayacaktır. Kültür ve tarih turizmi kapsamında hüzün turizmi alanlarının değerinin arttırılabilmesi ve turizm eğitimi alan öğrencilere okutulması önerilmektedir. Bu çalışmanın ileride yapılacak araştırmalara da katkı sağlayıp yol göstereceği ayrıca başka destinasyonların mabetleşme sürecinin araştırılması adına bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, F., ve Aliagaoglu, A. (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 215-225.
- Aliagaoglu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye’den Örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2), 55-70.
- Apuhan, R. Ş. (2008). *Çanakkale Geçilmez*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Aliagaoglu, A. (2008). Savaş Alanları Turizmi İçin Tipik Bir Yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, *Milli Folklor*, 78, 88-104.
- Ağaoğlu, B., (2007). Sarıkamış Harekatı Kaynakçası, İstanbul. Alındığı yer: http://www.mikrobeta.com.tr/wp-content/uploads/bsk-files-manager/60_134.pdf.
- Aksun, Z. N. (2005). Enver Paşa ve Sarıkamış Harekâtı, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- Bowman, M.S., ve Pezzullo, P.C. (2010). “What’ so ‘Dark’ About ‘Dark Tourism’?: Death, Tours and Performance”, *Tourist Studies*, 9 (3), 187-202.
- Blom, T. (2000). Morbid tourism: a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norwegian Journal of Geography*, 54, 29–36.
- Çolak, İ. (2006). Sarıkamış Destanı -Tarihimizin En Beyaz Dramı, Akis Kitap, İstanbul.
- Duman, M. (2006). *Çanakkale*, Ares Kitap, İstanbul.
- Fewster, K., Başarın, V., & Başarın, H.H. (2005). Gelibolu 1915 Savaşla Başlayan Dostluk, (Çeviri: İbrahim Keskin), *Sistem Yayıncılık*, İstanbul.
- Gökçe, A. (2013). Sarıkamış-Allahuekber Şehitleri. *Serhat Tarih-Kültür ve Haber Dergisi*, 2- 4. <http://serhatkultur.com/subat2013.pdf>.
- Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304.
- Günay, E. (2011). Sarıkamış Beyaz Hüzün Diye Anılan Bir Topraktır. http://www.zaman.com.tr/gundem_gunay-sarikamis-beyaz-huzun-diye-anilanbir-topraktir_633955.html (Erişim Tarihi 14.05.2014).
- Kaya, O. (2006). Ölüm Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma ve Sonuçları. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Sos. Bil. Enst., Çanakkale.
- Keleşyılmaz, V. (2000) Kafkas Harekatının Perde Arkası, OTAM (Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi), 11,277-304.

- Kendle, A. (2008). Dark Tourism: A Fine Line Between Curiosity and Exploitation. Available from Vagabondish: Essentials and ephemera for the curious traveler: <http://www.vagabondish.com/dark-tourism-travel-tours/> (Erişim Tarihi 02.06.2014).
- Kılıç, B., & Akyurt, H. (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı'', Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(1), 209-232.
- Kocabaş, S. (2009). 1915 Çanakkale Savaşları ve Türk-Dünya Tarihindeki Yeri. Vatan Yayınları, İstanbul.
- Kozak, M.A., & Bahçe, S. (2009). Özel İlgi Turizmi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2009.
- Kurat, T., (2001). The Gallipoli Campaign İnternational Perspectives 85 Year on, Conference Papers, 24-25 April 2000, Çanakkale.
- Lennon, J., & Foley, M. (2000). Dark Tourism The Attraction of Death and Disaster, Continuum, London.
- Maccannell, D. (1976). The Tourist, University of California Press, London.
- Mütercimler, E. (2005). Korkak Abdul'den Coni Türk'e Gelibolu 1915, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Rojek, C. (1993). Ways of Escape: modern transformations in leisure and travel, Macmillan: London.
- Seaton, A.V. (1996). Guided By the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism. International Journal of Heritage Studies, 2(2), 234-244.
- Seaton, A.V. (1999). "War and Thanatourism: Waterloo 1815-1914'' Annals of Tourism Research, 26(1), 130-158.
- Sharpley, R. (2005). Travels to the Edge o Darkness: Towards a Typology of Dark Tourism. Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives, 217-228.
- Slayton, S.L. (2006). Ground zero – Tragedy, Terror, and Grief Tourism. Houston WordPress. Available from: <http://www.grief-tourism.com/ground-zero-tragedy-terror-and-grief-tourism/> (Erişim Tarihi 12.06.2014).
- Smith, V.L. (1998). "War and Tourism An American Ethnography'', Annals of Tourism Research, 25(1), 202-227.
- Stone, P.R. (2006). A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions'', Selected Works, 54(2), 145-160.
- Taylak, M. (1998). Etnografya'dan Anıtkabir'e, Kültür Yayınları, Ankara.
- Tutar, H., Ögün, T., Kapu, H., Erdoğan, H., & Küçük, E. (2011). Türk Halkının Sarıkamış Algısı, SERKA Serhat Kalkınma Ajansı.
- Türkmen, Z. (2007). Çanakkale 1915, Berikan Yayıncılık, Ankara, 2007.
- Yardımcıel, M. (2008). <http://www.milliyet.com.tr/sarikamis-harekati---boyutlu-olarak-internette/gundem/gundemdetay/27.12.2008/1033439/default.htm> (Erişim Tarihi 14.06.2014).
- Yılmaz, C. (2009). Tarihi Sinop Kalesi Cezaevi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22), 1-16. <http://sehrikafkas.blogcu.com/sarikamis-kars-kayak-merkezi-hakkinda-bilgiler/4650092> (Erişim Tarihi 14.07.2014).
- <http://www.sarikamisdayanismagrubu.com/sehitliklerimiz.asp> (Erişim Tarihi 20. 07. 2014).
- <http://www.cihan.com.tr/news/1074491-Bursa-da-Sarikamis-Sehitleri-aniti-acildi-CHMTA3NDQ5MS8x> (Erişim Tarihi 27.07.2014).

TÜRKİYE’NİN DAĞ TURİZM POTANSİYELİ, ÇEŞİTLERİ, SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Hasan KÖŞKER

*Okt., Bitlis Eren Üniversitesi, Adilcevaz Meslek Yüksekokulu
hasankosker@yahoo.com*

Kamil UNUR

*Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kunur@yahoo.com*

ÖZET

Dünyadaki kentleşme, artan gelir ve eğitim seviyesi doğaya dönük turizm çeşitlerine olan ilgi ve talebi arttırmaktadır. Dağ turizmi bu ilgi ve talep artışından olumlu olarak etkilenmektedir. Nitekim dağ turizmi her yıl milyonlarca insanın katıldığı küresel bir faaliyet haline gelmiştir. Türkiye bu faaliyetten pay alabilecek potansiyel ülkelerden bir tanesidir. Bu nedenle çalışmada; Türkiye’nin dağ turizm potansiyeli ve çeşitlerini belirlemek, dağ turizmi sorunlarını ortaya koymak ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerini geliştirmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’nin dağ turizmi konusunda fikir beyan edebileceği düşünülen Türkiye Dağcılık Federasyonu başkanı, federasyona bağlı il temsilcileri, kamp müdürleri, antrenör ve sporcularla yüz yüze, telefon veya elektronik postayla görüşülmüştür.

Araştırmada Türkiye’de dağ turizmine uygun çok sayıda dağın bulunduğu tespit edilmiştir. Dağlardaki farklı yükseklik ve iklimin, biyolojik ve kültürel çeşitlilik oluşturduğu bu özelliğin dağ ve kış turizmi çeşitleri için uygun olanaklar sağladığı bulgulanmıştır. Türkiye’nin en önemli dağ turizmi sorunları; dağ turizmine gereken önemin verilmemesi, devlet teşvik ve desteğinin yetersiz olması, dağcılık mevzuatının yetersiz olması, alt-üstyapı eksikliği ve dağ tırmanış maliyetinin yüksekliği olarak tespit edilmiştir. Araştırma Türkiye’de dağ turizmine gereken önemin verilmesi, devlet destek ve teşvikinin artması, dağ turizm pazarına yönelik yatırımlarının yapılması ve doğal çevreye zarar vermeden dağ turizminin planlı olarak yapılandırılması önerisi ile sonuçlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Türkiye, Doğal Çekicilik, Ekoturizm, Dağ Turizmi.*

GİRİŞ

Doğal kaynakların kullanımı uygarlığın gelişmesine önemli katkılar sağlarken, diğer taraftan uygarlığın gelişmesi, sanayileşme ve kentleşme gibi nedenler insanların doğadan uzaklaşmasına neden olmuştur. Hayatın monotonluğundan kaçış, iş hayatının yorgunluk ve stresini atabilmek, doğaya dönme, doğanın bir parçası olma çabası insanları kentlerden uzak doğal çekiciliklerin olduğu bölgelere seyahate yönelmektedir (Koçak ve Balcı 2010, s. 213; Aklıbaşında, Bulut ve Külekçi, 2012, s. 8). Bir başka deyişle günümüz turisti deniz-kum-güneş üçgenindeki turizm faaliyetlerinden ziyade, yeni turizm çeşitlerine katılmak suretiyle farklı deneyimler yaşama eğilimindedirler (Petrick, 2002). Dağlık alanların pek çok çekici özelliklerinin yanında genellikle bozulmamış mekansal alanlardan meydana gelmesi, temiz havası, bio çeşitliliği, farklı arazi çeşitleri ve kültürleri barındırmasıyla yenilik arayışı içindeki insanlara değişik seçenekler sunmaktadır (Duran, 2010, s. 45-46). Bir ekoturizm çeşidi olarak kabul edilen dağ turizmi, macera turizmi olmaktan ziyade doğa

temelli bir turizmdir. Bu turizm çeşidinde dünyadaki dağlara tırmanış, buz- kaya tırmanışları, doğa gezileri ve vahşi yaşam manzalaralarını içine alan eşsiz doğal güzellikler sunulmaktadır (Pomfret, 2011, s. 502). Yürüyüş ve tırmanma şeklinde gerçekleştirilen dağ turizminde, dağların doğal güzelliklerinden ve temiz havasından yararlanılmaktadır.

Doğal zenginliklere sahip bazı gelişmekte olan ülkelerde, turizm endüstrisinin büyük bir bölümünü doğa temelli turizm oluşturmaktadır. Doğa temelli turizm korumalı alanlarda özellikle de dağlık bölgelerde yapılmaktadır. Batı Avrupa Alp'leri, Kuzey Amerika'daki Raki Dağları ve Himalayalar önemli örneklerdendir (Nepal, 2000, s. 661). Kış turizmi ile dağ turizmi arasında sıkı bir ilişki söz konusudur. Bundan dolayı, genellikle kış turizminin merkezleri dağlık yörelerde oluşturulmaktadır (Uçar, 2010, s. 196). Bu anlayış doğrultusunda birçok ülkede dağ ve kış turizmi birlikte planlanarak yapılandırılmaktadır. Böylece dağa ilgi duyan turistin satın alma karar ve tercihlerine uygun seçenekler sunulmaktadır.

Çeşitli faktörler dağ turizm talebinin artmasını sağlamaktadır. Bu faktörlerin başlıcaları; teknolojik destek sistemleri, gelişen altyapı, kolay erişilebilirlik, gerekli dağcılık materyallerinin üretilmesi ve dağ tırmanışına rehberlik edebilecek uzman kişilerin yetişmiş olmasıdır. Profesyonel kişilerin kontrollerinde yapılan dağ tırmanışları, dağ turizminin risk düzeylerini azaltarak popülerliğini arttırmaktadır (Beedie ve Hudson, 2003). Dağ turizminin popülerliğinin artması, dağ turizm talebinin geleceği açısından umut verici bir gelişme olarak kabul edilebilir.

1990'lı yıllardan itibaren uluslararası düzeyde yapılan toplantı ve zirvelerde, dağlar üzerinde durulan konular olmuştur. 1992 yılında Rio Çevre Zirvesi'nde Gündem 21'in 13. bölümü "Sürekli ve dengeli dağ yönetimi" başlığı adı altında yer almaktadır. Bu bakımdan Rio Zirvesi dünya dağcılığı açısından bir dönüm noktası olarak görülmektedir (Gönençgil ve Güngör, 2002, s. 38). Birleşmiş Milletler Örgütü 1998 yılında, 2002 yılını "Uluslararası Dağlar Yılı" olarak ilan etmiştir. 2002 yılı aynı zamanda "Ekoturizm Yılı" olarak da kabul edilmiştir. Ayrıca, 11 Aralık "Dünya Dağlar Günü" olarak ilan edilmiştir. Dağ ve ekoturizm kavramlarının aynı yıl bir arada kullanılması ve 11 Aralık'ın "Dünya Dağlar Günü" olarak ilan edilmesi dağ turizminin geleceği açısından önemli bir gelişme olmuştur.

Bu çalışmada, Türkiye'nin dağ turizm potansiyelinin ve dağ turizm çeşitlerinin incelenmesi, dağ turizmi sorunlarının tespiti ve çözüm önerilerine yönelik Türkiye Dağcılık Federasyonu başkanı, Türkiye Dağcılık Federasyonu'na bağlı il temsilcileri, antrenör ve sporcularla yapılan görüşmelerin içerik analizlerine bağlı bulgu ve öneriler sunulmaktadır.

TÜRKİYE'NİN DAĞ TURİZMİ POTANSİYELİ

Yeryüzünün büyük bir bölümü dağlık alanlardan oluşmaktadır. Avrupa ülkelerinde dağlık alanların ülke yüzölçümü içindeki ortalama oranı %36, Türkiye yüzölçümünün yaklaşık olarak %78'i dağlık alanlardan oluşmaktadır (European's Ecological Backbone, 2010). Alp-

Himalaya kıvrım kuşağı üzerinde yer alan Türkiye, ortalama 1000 metre yüksekliğe sahip olup, genellikle batıdan-doğuya doğru yükselen bir plato görünümündedir (Şekil 1). İç Anadolu’da ortalama yükseklik 1000-1500 metreler arasında değişmekte, Doğu Anadolu’da yükseklik 2000 metrenin üstüne çıkmaktadır. Ağrı Dağı’nda yükseklik 5137 metreye ulaşmaktadır (Ülker, 1992, s. 51).

Şekil 1: Türkiye’nin Dağlık Alanlarının Görünümü



Kaynak: Türkiye’nin Dağları Haritası, 2014

Kuzey Anadolu dağlık kuşağında, Kuzey Anadolu Sıradağları, Ilgaz Dağı, Kaçkar Dağları yer alır. Güney Anadolu dağlık kuşağında Toros Dağları, Bolkar Dağları, Munzur Dağı, Cilo ve Sat Dağları bulunur. Kuzey ve Güney Anadolu Sıradağları arasında kalan plato görünümlü orta kuşak üzerinde ise yer yer volkanik olaylara bağlı olarak gelişmiş, orta ve yüksek volkan dağları bulunur. Bunların başlıcaları; Uludağ, Köroğlu Dağları, Hasan Dağı, Erciyes Dağı, Nemrut Dağı, Süphan Dağı ve Ağrı Dağı’dır. Ayrıca Bingöl’ün kuzeyinde Şerafettin Dağları ve Erzurum’un güneyinde Palandöken Dağları 3000 metre yüksekliğinde dağ kuşaklarını oluşturmaktadırlar (Ülker, 1992, s. 51-52).

Türkiye sahip olduğu geniş dağlık alanları ile dağ turizmi için önemli bir potansiyele sahiptir. Farklı iklim bölgelerinde bulunan bu dağlardaki biyolojik ve kültürel çeşitlilik dağları, dağ turizmi açısından çekici kılmaktadır (Somuncu, 2004, s. 18). Değişik özellik ve yüksekliklerdeki dağlar; kış turizmi, dağ yürüyüşü, dağ tırmanışı vb. dağ turizmi çeşitleriyle dağcılık sporunu sevenlere çekici ve ilginç olanaklar sunmaktadır (Hazar, 2007, s. 102). Bu denli zengin olan dağ turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve dağ turizminin gelişmesine yönelik gerekli adımların atılması durumunda, Türkiye ulusal ve uluslararası dağ turizm talebinden daha fazla pay alabilecektir.

DAĞLIK ALANLARDA TURİZM OLANAKLARI

Temiz havası, manzara güzelliği, yaban hayatı, doğa sporları ve doğayla iç içe olmalarından dolayı dağlık alanların çekiciliği ve popülerliği sürekli olarak artmaktadır (Duran, 2012, s. 48). Dağlar alpinizm, yayla turizmi, kış turizmi dışında ekoturizm, kırsal turizm, klimatizm

vb. turizm çeşitlerine de olanak sağlamaktadır. Dağlık alanlarda yapılan başlıca turizm çeşitleri:

a- Dağ ve Kış Sporları Turizmi; genellikle alpinizm ve sportif tırmanış olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Dağlık alanlarda beş, sportif tırmanışın dört alt kategorisi bulunmaktadır. Başlıca dağcılık kategorileri (Kozak ve Bahçe, 2009, s. 178):

1- Alpin Stil; amaç dağın zirvesine ulaşmaktır, zirveye mümkün olan en kısa sürede çıkılıp dönülmeye çalışılır. Hızlı ve hafif olmak için tek kamp noktasından hareket edilir. Tamamen doğal yöntemlerin kullanıldığı bu tırmanış stilinde tırmanıcılar bütün zorluklar ve risklerle kendileri başa çıkarlar.

2- Günlük Yürüyüş (Hiking); genellikle dağlarda sabahın erken saatlerinde başlayıp akşam gün batımında sona eren günübirlik yürüyüştür. Parkurun uzunluk ve arazi yapısının zorluğuna bağlı olarak kamp yapılabilir. Doğal ortamda yürüyüş parkurları takip edilerek yapılan bir dağcılık etkinliğidir.

3- Kampli Etkinlik (Trekking); yılın her mevsimi dağlarda karavan, çadır vb. alanlarda kampli olarak yapılan hafif tempolu doğa yürüyüşüdür. Trekking yürüyüşleri arazinin yapısına göre patika, patikasız alanlarda, düz, engebeli, kayalık alanlarda, otlak ve çayırılık alanlarda yapılmaktadır. Fazla kondisyon ve teknik gerektirmeyen trekkingdesakatlanma vb. risklerinin çok düşük olması, maliyetinin az olması gibi nedenlerle kitlelerin en yoğun ilgi gösterdiği dağ ve doğa sporudur.

4- Expedition;dağlarda uzun süreli ve çok amaçlı olarak yapılan zirve tırmanışları, araştırma gezileri, keşif, bilimsel şeklinde çok değişik amaçlarla yapılan etkinliklerdir. Bu tırmanışta dağcılar, dağlarda uzun süreli kaldığı için tüm kamp malzemeleri yanlarında götürmektedirler. Ayrıca kendilerine yardımcı olması için taşıyıcı, dağ rehberi, sağlık personeli, aşçı vb. yardımcılar da eşlik edebilmektedir.

5- Ferrata; genellikle İtalya ve Avusturya Alpler'i ile dünyanın belirli bölgelerinde profesyonel dağcılar tarafından yapılmaktadır. Dağcılık tırmanışının en köklü stillerinden biri olup, kayalara metal merdivenler, çelik halatlar sabitlenerek tırmanışlar gerçekleştirilmektedir. Bazen de metal merdiven, çelik halat ve iplerden köprüler yapılarak uzun olan mesafeler kısaltılmaktadır (Vikipedi Özgür Ansiklopedi, 2014).

b- Sportif Tırmanış; genellikle profesyonel ve meraklı kişilerin katıldığı macera yönü ağır basan bir etkinliktir. Sportif tırmanışlar çoğunlukla kaya üzerinde veya yapay duvarlarda yapılan tırmanış şeklinde gerçekleşmektedir. Sportif tırmanış kendi içinde dört kategoriden oluşmaktadır. Bunlar (Kozak ve Bahçe 2009, s. 178-179):

1- Bouldering; kaya tırmanışına yeni başlayanlar için faydalı bir antrenmandır. Herhangi bir güvenlik tedbiri alınmaksızın yerden fazla yükselmeden kaya tırmanma tekniklerini kullanarak kaya üzerinde yapılan tırmanışdır.

2- Kaya Tırmanışı; kaya tırmanma tekniklerini ve kaya tırmanışı için gerekli olan emniyet malzemelerini kullanarak kaya üzerinde bir ip boyunca gerçekleştirilen tırmanış şeklidir. Bu spor, doğayla baş başa kalmak ve de adrenalinini damarlarında hissetmek isteyen fiziksel güç ve zeka gerektiren ekstrem dağcılık faaliyetidir.

3- Uzun Duvar Tırmanışı;kaya tırmanma tekniklerini ve kaya tırmanışı için gerekli olan emniyet malzemelerini kullanarak ip boyundan daha da yüksek olan kayalarda yapılan tırmanıştır. Dağın dik olan sarp yüzüne tırmanılmaktır. Uzun duvar tırmanışları, duvarın uzunluğu, zorluğu, hava şartları ve tırmanış yapan kişilerin hız ve tecrübesine göre bir gün hatta günlerce sürebilmektedir (Vikipedi Özgür Ansiklopedi, 2014).

4-Yapay Duvar Tırmanışı; kapalı veya açık alanlarda kimyasal malzemeler kullanılarak sabit ya da ayarlanabilen değişik boyutlarda inşa edilen duvar sistemleridir. Değişik boyut ve şekillerde, değişik aralıklarda basamaklar ve tutulacak yerler bulunmaktadır. Üstten emniyetli iplerle duvara dağcılık teknik malzemeleri yerleştirilmeden tırmanışlar gerçekleştirilmektedir.

c- Kayak ve Dağ Kayağı; farklı yükseklik, uzunluk ve eğimlere sahip olan karla kaplı yamaçlar veya alanlarda kayak araç ve gereçleri kullanılarak yapılan kış sporuna kayak denir (Ülker, 1992, s. 12). Dayanıklılık, güç ve kondisyon gerektiren dağ kayağı; kayak araç ve ekipmanları kullanarak ayakları yerden kaldırmadan ayakları yerden sürümek şeklinde grupça yapılan bir dağ sporudur (Türkiye Dağcılık Federasyonu, 2014).

d- Çim Kayağı; ilk kez Fransa'da 1980 yılında yapılmaya başlanmış, Fransa'dan Avrupa ülkelerine ve dünyaya yayılmıştır. Türkiye'de iki bölgede çim kayağı bulunmaktadır. İlk açılanı 2001 yılında Bursa Demirtaş Barajı DSİ Nilüfer Çim Kayağı Tesisleri, ikincisi Bolu-Gerede Esentepe Çim Kayağı tesisleridir. Kayak yapma keyfini ve sporunu kar yağışının olmadığı yaz aylarında devam ettirmek isteyen kişilerin yaptığı bir dağ sporudur (Arınç, 2003, s. 262-263).

e- Heliski; heliski denilen dağ sporu macera turizm endüstrisinin en hızlı gelişen türlerinden bir tanesidir (Hudson and Miller, 2005, s. 134). Kayakçılar helikopterle dağların zirvelerine çıkarılıp oradan sarp yamaçlar ve yüksek eğimli yamaçlardan aşağılara doğru kaymaktadırlar. Heliskide, daha çok kimsenin ayak basmadığı, ağaçlıkların ve evlerin olmadığı تنها bölgeler tercih edilmektedir Türkiye'de 2005 yılında heliski organizasyonu Kaçkar Dağları'nın Rize Çamlıhemşin yöresinde başlamıştır. 2009 yılından beri Rize Çamlıhemşin ve İkizdere Vadisi ile Trabzon Uzungöl çevresindeki dağlık alanlarda yapılmaktadır (Zaman ve Birinci, 2009).

f- Yamaç Paraşütü; eğimli veya yüksek tepe ve dağlardan metrelerce yukarılara çıkarak saatlerce havada süzöldükten sonra yere inilen bir dağ sporudur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014).

g- Flora Turizmi; dağ florasının sahip olduğu soğanlı, yumrulu ve rizomlu bitkilerin yeşerip çiçeklendiği dönemlerde turizm amaçlı geziler ve organizasyonlar düzenlenmektedir (Duran, 2012, s. 50). Dağlık alanlardaki manzaranın güzelliği, farklı renk ve desenlerdeki bitki örtüsünün zenginliği hem seyir hem de fotoğraf çekme olanağı sunmaktadır.

h- Dağ Bisikleti; asfalt dışındaki toprak, patika, engebeli ve dağlık arazilerde yapılan bir bisiklet spor dalıdır. Türkiye’de 1990 yılından itibaren dağ bisikletçiliği yapılmaktadır (Dadak Doğa Sporları İhtisas Kulübü, 2014).

ı- Av Turizmi; bilinçli ve ekolojik dengeye zarar vermeden belirli bir olgunluğa erişmiş hayvanların avlanmasıdır. Dağlık alanlar av ve yaban hayatı açısından zengin çeşitlilik ve türlere sahiptir (Duran, 2012, s. 49). Türkiye’de av turizmi “Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü” sorumluluk ve kontrolünde yürütülmektedir.

i- Jeo Turizm; doğal ortamda az bulunan, görsel güzelliği olan yer şekilleri ve yapılarına dayalı olan turizm faaliyetidir. Jeo turizmde jeomorfolojik manzaralar, anıtlar, göller, jeotermal kaynaklar, antik mağaralar, maden ocakları vb. biyolojik zenginlik önemli yer tutmaktadır (Duran, 2012, s. 48).

j- Dağ Fotoğrafçılığı; dağlarında farklı mevsim ve saatlerde manzara fotoğraflarını, güneşin doğuş ve batışını, jeolojik oluşumları, dağlardaki doğal yaşamı, doğal alanlardaki bitkileri fotoğraflamak amacıyla yapılan özel ilgi turizmidir

k- Yayla Turizmi; dağlık alanlarda çok sayıda yaylanın bulunması, bu yaylaların bulundukları coğrafi koşullara göre çok farklı seçenekler sunması dünyada ve Türkiye’de yayla turizminin gelişmesine olanak sağlamaktadır.

Dağlık alanlarda belirtilen turizm çeşitlerine ek olarak ata binme, sportif olta balıkçılığı, ornito/kuş gözlem, sağlık, mağara ve kırsal turizm de yapılabilmektedir.

YÖNTEM

Araştırmada Türkiye’nin dağ turizm potansiyeli, dağ turizm çeşitleri, dağ turizmi sorunlarının tespiti ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda öncelikle ikincil kaynaklar (kitap, dergi, makale, bülten, web sayfası) incelenerek literatür taraması yapılmıştır. Sonra dağ turizmi konusunda fikir beyan edebileceği düşünülen başta Türkiye Dağcılık Federasyonu başkanı olmak üzere, Türkiye Dağcılık Federasyonu’na bağlı il temsilcileri, kamp müdürleri, antrenör ve sporcularla görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapmak için toplam 35 kişiyle elektronik posta ve telefonla yapılan ön görüşmede çalışma ve amacı anlatılmış, böyle bir çalışmaya katılıp katılamayacakları sorulmuştur. Ön görüşme yapılan 35 kişiden yalnızca 17 kişi ayrıntılı olarak sorularımızı yanıtlatabileceklerini belirtmişlerdir. Görüşmeler 2014 yılı Haziran ayı boyunca (03-30 Haziran) katılımcının tercihi ve uygunluğuna göre yüz yüze, telefon veya elektronik posta yoluyla yapılmıştır. Bu görüşmelerin 5 tanesi yüz yüze, 3 tanesi telefonla, 9 tanesi

ise elektronik posta yoluyla yapılmıştır. Tüm görüşmelerde aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

1-Türkiye'nin dağ turizm potansiyelini nasıl görüyorsunuz?

2-Türkiye'deki dağlar, hangi dağ turizmi çeşitleri için daha elverişlidir?

3-Türkiye'de dağcılığın ve dağ turizminin en önemli sorunları nelerdir?

4-Türkiye'de dağcılık ve dağ turizmi sorunlarının çözülerek geliştirilmesi için sizce neler yapılmalıdır?

Görüşmeye katılmayı kabul eden 17 kişinin cevapları araştırmacılar tarafından, bilgisayar ortamına aktararak düzenlenmiş ve içerik analizleri yapılmıştır. İçerik analizinde tespit edilen özellikler tablolarda sıklık düzeylerine göre sıralı olarak soldan sağa doğru sıralanmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılmayı kabul eden 17 kişinin 5'i kadın, 12'si erkektir. Katılımcıların dağılımı; 1 Türkiye Dağcılık Federasyonu başkanı, 1 Türkiye Dağcılık Federasyonu kurul üyesi ve dağcılık kamp müdürü, 3 dağcılık kulüp başkanı ve dağ antrenörü, 5 dağ sporcusu, 7 dağ antrenörü ve dağ sporcusundan oluşmaktadır (Tablo 1).

Tablo 1: Görüşmeye Katılan Katılımcıların Özellikleri

Görüşme Numarası	Katılımcının Kişinin Özelliği
G1	Dağ antrenörü ve dağ sporcusu
G2	Dağ antrenörü ve dağ sporcusu
G3	Dağ antrenörü ve dağ sporcusu
G4	Dağ sporcusu
G5	Dağ sporcusu
G6	Dağ antrenörü ve dağ sporcusu
G7	Dağ antrenörü ve dağ sporcusu
G8	Türkiye Dağcılık Federasyonu Başkanı
G9	Türkiye Dağcılık Federasyonu kurul üyesi ve dağcılık kamp müdürü
G10	Dağ antrenörü ve dağ sporcusu
G11	Dağ antrenörü ve dağ sporcusu
G12	Dağcılık kulüp başkanı ve dağ antrenörü
G13	Dağ sporcusu
G14	Dağcılık kulüp başkanı ve dağ antrenörü
G15	Dağcılık kulüp başkanı ve dağ antrenörü
G16	Dağ sporcusu
G17	Dağ sporcusu

Katılımcılar Türkiye'nin batıdan doğuya doğru yükselen sıradağları ve volkanik dağlarıyla, dağ turizm potansiyelinin Avrupa ülkelerinden daha zengin olduğunu ifade etmektedirler. Ağrı, Kaçkar, Aladağlar, Uludağ, Erciyes, Cilo, Süphan, Akdağ ve Bozdağlar olmak üzere çok sayıda dağ turizmine uygun dağın bulunduğu ifade edilmiştir. Türkiye'deki her dağın kendine özgü özelliklerinin olduğu, dağlarındaki farklı yükseklik ve iklimin, biyolojik ve kültürel çeşitlilik oluşturduğu bu özelliğin dağ ve kış turizmi çeşitleri için uygun olanaklar

sağladığı, ancak Türkiye'nin zengin olan dağ turizm potansiyelinin yeterince değerlendirilemediği belirtilmektedir. Bu konudaki bazı katılımcıların görüşleri aşağıda verilmektedir.

10 numaralı katılımcı:

“.....Türkiye'nin dağ turizm potansiyeli inanılmaz derece zengindir. Ülkeyi boydan boya kesen sıradağlar, topraktan mantar gibi fışkıran volkanik dağlar, yaylalar vs. vs....Sadece Hakkari'deki dağları ütülesek bir Türkiye daha çıkar.....”

7 numaralı katılımcı:

“.....Avrupa'nın en güzel dağlarına sahip olan ülkemiz, dağcılık sporu ve dağ turizmi açısından dünyanın önde gelen coğrafik alanlarından....”

15 numaralı katılımcı:

“.....Ülkemizdeki her dağın kendine özgü güzellikleri vardır. Karadeniz'de Kaçkar Dağları tabii güzellikleri, buzul yapısı, çok sayıda zirvelere, göllere ve değişken iklime sahiptir... Erciyes, Süphan ve Hasan Dağı volkanik yapısıyla..... Aladağlar, Bolkarlar ve Cilo buzul yapıları ve kaya tırmanışlarıyla..... Ağrı Dağı yüksekliği ve kalpak buzuluyla tüm dünya dağcılarının ilgisini çeken dağlarımızdandır.... Bütün bu zenginliğe rağmen ülkemizde dağ turizmi arzuladığımız noktanın çok gerisindedir.....”

Tablo 2’de katılımcıların Türkiye’deki dağların hangi dağ turizmi çeşitleri için daha elverişli olduğuna ilişkin görüşleri yer almaktadır. Bu doğrultuda 19 dağ turizmi çeşidi belirtilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Türkiye’de Yapılan Dağ Turizmi Çeşitleriyle İlgili Görüşleri

Görüşme Numarası	Cinsiyet	Kayak	Hiking	Trekking	Yamaç Paraşütü	Yayla Turizmi	Kaya Tırmanışı	Tur/Dağ Kayağı	Doğa Kampı	Alpin Stil	Flora Turizmi	Heliski	Ekolojik Geziler	Dağ Fotoğrafçılığı	Dağ Bisikleti	Çim Kayağı	Snowboard	Av Turizmi	Jeo Turizm	Kuş Gözleme	Toplam
G1	E		X	X		X			X				X								5
G2	E	X	X	X	X	X				X	X							X			8
G3	K		X				X	X		X	X			X			X				7
G4	K	X		X	X	X															4
G5	E	X			X		X	X						X	X						6
G6	K	X	X	X			X				X	X	X								7
G7	E	X	X		X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X					12
G8	E	X							X		X		X				X		X		6
G9	E	X	X	X		X	X	X													6
G10	E	X	X	X	X		X	X	X				X								8
G11	K	X	X			X		X		X	X				X						7
G12	E	X			X	X			X			X			X						6
G13	E			X	X		X			X		X		X						X	7

Görüşme Numarası	Cinsiyet	Kayak	Hiking	Trekking	Yamaç Paraşütü	Yayla Turizmi	Kaya Tırmanışı	Tur/Dağ Kayağı	Doğa Kampı	Alpin Stil	Flora Turizmi	Heliski	Ekolojik Geziler	Dağ Fotoğrafçılığı	Dağ Bisikleti	Çim Kayağı	Snowboard	Av Turizmi	Jeo Turizm	Kuş Gözleme	Toplam
G14	E		X	X					X		X							X			5
G15	E	X	X	X	X	X		X													6
G16	K	X	X				X	X		X											5
G17	E	X	X	X	X	X			X			X									7
Toplam		13	12	10	9	9	8	8	7	6	6	5	4	4	3	2	2	2	1	1	112
Frekans %		11,6	10,7	8,9	8	8	7,1	7,1	6,2	5,3	5,3	4,4	3,5	3,5	2,6	1,7	1,7	1,7	0,8	0,8	100
Katılımcı%		76,4	70,5	58,8	52,9	52,9	47	47	41,1	35,2	35,2	29,4	23,5	23,5	17,6	11,7	11,7	11,7	5,8	5,8	

17 katılımcıdan 13'ü Türkiye'deki dağlarda kayak (katılımcı, %76,4; frekans %11,6), 12'si hiking (katılımcı, %70,5; frekans %10,7), 10'u trekking (katılımcı, %58,8; frekans %8,9), 9'u yamaç paraşütü (katılımcı, %52,9; frekans %8), 9'u yayla turizmi (katılımcı, %52,9; frekans %8), 8'i kaya tırmanışı (katılımcı, %47; frekans %7,1), 8'i tur/dağ kayağı (katılımcı, %47; frekans %7,1), 7'si doğa kampı (katılımcı, %41,1; frekans %6,2), 6'sı alpin stil (katılımcı, %35,2; frekans %5,3), 6'sı flora turizmi (katılımcı, %35,2; frekans %5,3), 5'i heliski (katılımcı, %29,4; frekans %4,4), 4'ü ekolojik gezileri (katılımcı, %23,5; frekans %3,5), 4'ü dağ fotoğrafçılığı (katılımcı, %23,5; frekans %3,5), 3'ü dağ bisikleti (katılımcı, %17,6; frekans %2,6), 2'si çim kayağı (katılımcı, %11,7; frekans %1,7), 2'si snowboard (katılımcı, %11,7; frekans %1,7), 2'si av turizmi (katılımcı, %11,7; frekans %1,7), 1'i jeo turizm (katılımcı, %5,8; frekans %0,8), 1'i kuş gözlemenin (katılımcı, %5,8; frekans %0,8) yapılabileceğini belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılanlar, Türkiye'nin çok zengin dağ turizmi potansiyelinin olduğunu düşünmekle beraber; dağ turizminin çok önemli sorunlarının da olduğunu ifade etmektedirler. Bu doğrultuda katılımcılar 20 tane dağ turizm sorununu belirtmişlerdir. Tablo 3'te, katılımcıların Türkiye'deki dağ turizmi sorunlarına yönelik görüşleri yer almaktadır. 17 katılımcıdan 12'si Türkiye'deki dağ turizm sorunlarını dağ turizmine gereken önemin verilmemesi (katılımcı, %70,5; frekans %9,4), 11'i devlet teşvik ve desteğinin az olması (katılımcı, %64,7; frekans %8,6), 10'u dağcılık mevzuatının yetersizliği (katılımcı, %58,8; frekans %7,8), 9'u altyapı yetersizliği (katılımcı, %52,9; frekans %7), 9'u üstyapı yetersizliği (katılımcı, %52,9; frekans %7), 8'i dağcılık malzeme maliyetlerinin yüksek olması (katılımcı, %47; frekans %6,2), 7'si kamu ve sivil kuruluşların ilgisizliği (katılımcı, %41,1; frekans %5,5), 7'si amatör ve korsan dağcılarının bölgesel hakimiyeti (katılımcı, %41,1; frekans %5,5), 7'si çevre kirliliği (katılımcı, %41,1; frekans %5,5), 6'sı örgütlenme sorunu (katılımcı, %35,2; frekans %4,7), 6'sı koordinasyon eksikliği (katılımcı, %35,2; frekans %4,7), 5'i dağ turizmi konusundaki bilinçsizlik (katılımcı, %29,4; frekans %3,9), 5'i plansızlık/master planlarının olmaması (katılımcı %29,4; frekans %3,9), 5'i bürokratik

engeller (katılımcı %29,4; frekans %3,9), 5'i yetersiz tanıtım (katılımcı %29,4; frekans %3,9), 4'ü tur rotalarının tam olarak belirlenmemiş olması (katılımcı %23,5; frekans %3,1), 3'ü yönetim (katılımcı %17,6; frekans %2,3), 3'ü denetim mekanizmasının olmaması (katılımcı %17,6; frekans %2,3), 3'ü izinsiz/korsan tırmanışlar (katılımcı %17,6; frekans %2,3), 2'si kadın dağcıların yeterince özendirilememesi (katılımcı %11,7; frekans %1,5) olarak belirtmişlerdir.

Tablo 3: Katılımcıların Türkiye'deki Dağ Turizmi Sorunlarına İlişkin Görüşleri

Görüşme Numarası	Cinsiyet	Dağ Turizmine Gerekten Önemin Verilmemesi	Devlet Teşvik ve Destəğinin Az Olması	Dağcılık Mevzuatının Yetersizliğı	Altyapı Yetersizliğı	Üstyapı Yetersizliğı	Dağcılık Malzeme Maliyetlerinin Yüksek Olması	Kamu ve Sivil Kuruluşların İlğısizliğı	Amatör ve Korsan Dağcıların Bölgesel Hakimiyeti	Çevre Kirliliğı	Örgütlenme Sorunu	Koordinasyon Eksikliğı	Dağ Turizmi Konusundaki Bilinçsizlik	Plansızlık /Master Planlarının Olmaması	Bürokratik Engeller	Yetersiz Tanıtım	Tur Rotalarının Tam Olarak Belirlenmemiş Olması	Yönetim	Denetim Mekanizmasının Olmaması	İzinsiz/ Korsan Tırmanışlar	Kadın Dağcıların Yeterince Özendirilememesi	Toplam
G1	E	X	X	X	X				X			X			X		X	X				9
G2	E	X				X	X	X		X		X										5
G3	K		X			X	X				X	X	X			X						7
G4	K	X	X	X	X	X		X					X				X	X		X		9
G5	E	X	X				X	X					X									5
G6	K				X		X	X		X					X				X		X	7
G7	E			X			X	X		X	X			X		X			X			7
G8	E	X	X	X	X	X			X			X			X							8
G9	E	X	X	X			X		X	X		X	X	X	X							10
G10	E	X	X		X	X		X						X		X						7
G11	K		X	X					X		X	X					X					6
G12	E	X	X	X							X		X						X			6
G13	E			X	X	X			X	X								X		X		7
G14	E	X		X	X	X			X		X			X	X							8
G15	E	X	X		X	X	X	X		X			X			X	X					10
G16	K	X		X			X		X	X				X	X						X	8
G17	E	X	X		X	X					X	X			X							8
Toplam		12	11	10	9	9	8	7	7	7	6	6	5	5	5	5	4	3	3	3	2	127
Frekans %		9,4	8,6	7,8	7	7	6,2	5,5	5,5	5,5	4,7	4,7	3,9	3,9	3,9	3,9	3,1	2,3	2,3	2,3	1,5	
Katılımcı %		70,5	64,7	58,8	52,9	52,9	47	41,1	41,1	41,1	35,2	35,2	29,4	29,4	29,4	29,4	23,5	17,6	17,6	17,6	11,7	

“Türkiye’de dağcılık ve dağ turizmi sorunlarının çözülerek geliştirilmesi için sizce neler yapılmalıdır?” Sorusuna katılımcılar tarafından 19 tane çözüm önerilmiştir. Tablo 4’te katılımcıların çözüm önerileri yer almaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Türkiye'nin Dağ Turizmi Sorunlarının Çözümüne ve Geliştirilmesine İlişkin Görüşleri

Görüşme Numarası	Cinsiyet	Yeterli Devlet Destek ve Teşviki Sağlanmalı	Planlı Olarak Dağ Turizmi Yapılandırılmalı	Doğal Alanlara Zarar Vermeden Üstyapı Yatırımları Yapılmalı	Doğal Alanlara Zarar Vermeden Altyapı Yatırımları Yapılmalı	Gerekli Yasal Düzenlemeler Yapılmalı	Çevre Bilinci ve Sorumluluğu Oluşturulmalı	Ulusal ve Uluslar arası Düzeyde Etkin Tanıtım Yapılmalı	Potansiyel Dağ Turizm Alanları Koruma Altına Alınmalı	Eğitimli Mühendisler Eşliğinde Tırmanışlar Gerçekleştirilmeli	Kurumlar Arası Koordinasyon Sağlanmalı	Tur Rotaları Tam Olarak Belirlenmeli	Yerel Halk Dağ Turizmi Konusunda Bilinçlendirilmeli	Yurt Dışında Dağ Turizmi Turları Düzenleyen Seyahat Acentalarıyla İşbirliği Yapılmalı	İzinsiz Dağ Tırmanışları Engellenmeli	Yönetim ve Dağcılık Kulüpleri Denetlenmeli	Yeni ve Güçlü Bir Yönetime Gidilmeli	Genç Nesillere Dağ Turizmi Sevgisi Aşılanmalı	Dağcılık Millî Bir Spor Haline Getirilerek Teşvik Edilmeli	Kadınların Dağ Turizmine Özendirilmesi	Toplam
G1	E	X		X	X	X			X		X	X			X	X					9
G2	E	X		X					X				X								4
G3	K	X	X		X			X										X			5
G4	K	X									X				X		X		X		5
G5	E	X	X	X	X			X						X							6
G6	K	X					X		X	X	X		X			X				X	8
G7	E		X			X	X		X	X											5
G8	E	X	X	X	X	X				X	X		X								8
G9	E	X		X		X			X									X			5
G10	E	X	X				X	X													4
G11	K		X			X				X	X	X		X							6
G12	E			X	X	X	X	X													5
G13	E		X	X	X	X			X	X					X	X					8
G14	E	X		X	X		X	X													5
G15	E	X	X	X	X		X	X				X		X							8
G16	K	X	X			X	X						X								5
G17	E	X	X	X	X		X			X	X				X						8
Toplam		13	10	10	9	8	7	7	6	6	5	4	4	3	3	3	2	2	1	1	104
Frekans %		12,5	9,6	9,6	8,6	7,6	6,7	6,7	5,7	5,7	4,8	3,8	3,8	2,8	2,8	2,8	1,9	1,9	0,9	0,9	100
Katılımcı %		76,4	58,8	58,8	52,9	47	41,1	41,1	35,2	35,2	29,4	23,5	23,5	17,6	17,6	17,6	11,7	11,7	5,8	5,8	

17 katılımcıdan 13'ü öncelikle yeterli devlet destek ve teşvikinin sağlanması (katılımcı, %76,4; frekans %12,5) konusuna dikkat çekmişlerdir. 10'u planlı olarak dağ turizmi yapılandırılmalı (katılımcı %58,8; frekans %9,6), 10'u doğal alanlara zarar vermeden üstyapı yatırımları yapılmalı (katılımcı %58,8; frekans %9,6), 9'u doğal alanlara zarar vermeden altyapı yatırımları yapılmalı (katılımcı %52,9; frekans %8,6), 8'i gerekli yasal düzenlemeler yapılmalı (katılımcı %47; frekans %7,6), 7'si çevre sorumluluğu ve bilinci

oluşturulmalı (katılımcı %41,1; frekans %6,7), 7'si ulusal ve uluslararası düzeyde etkin tanıtım yapılmalı (katılımcı %41,1; frekans %6,7), 6'sı potansiyel dağ turizm alanları koruma altına alınmalı (katılımcı %35,2; frekans %5,7), 6'sı eğitimli mihmandarlar eşliğinde tırmanışlar gerçekleştirilmeli (katılımcı %35,2; frekans %5,7), 5'i kurumlar arası koordinasyon sağlanmalı (katılımcı %29,4; frekans %4,8), 4'ü tur rotaları tam olarak belirlenmeli (katılımcı %23,5; frekans %3,8), 4'ü yerel halk dağ turizmi konusunda bilinçlendirilmeli (katılımcı %23,5; frekans %3,8), 3'ü yurt dışında dağ turizmi turları düzenleyen seyahat acentalarıyla işbirliği yapılmalı (katılımcı %17,6; frekans %2,8), 3'ü izinsiz dağ tırmanışları engellenmeli (katılımcı %17,6; frekans %2,8), 3'ü yönetim ve dağcılık kulüpleri denetlenmeli (katılımcı %17,6; frekans %2,8), 2'si yeni ve güçlü bir yönetime gidilmeli (katılımcı %11,7; frekans %1,9), 2'si genç nesillere dağ turizmi sevgisi aşılanmalı (katılımcı %11,7; frekans %1,9), 1'i dağcılık milli bir spor haline getirilerek teşvik edilmeli (katılımcı %5,8; frekans %0,9), 1'i kadınların dağ turizmine özendirilmesi (katılımcı %5,8; frekans %0,9) gerektiğini belirtmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Alp- Himalaya kıvrım kuşağı üzerinde yer alan Türkiye yüzölçümünün büyük bir kısmı dağlık ve engebeli arazilerden oluşmaktadır. Coğrafi yapısı ile Türkiye’de dağ turizm çeşitlerinin yapılabilceği çok sayıda dağ ve dağlık alan bulunmaktadır. Katılımcıların “Türkiye’nin dağ turizm potansiyeli” ve “yapılan dağ turizm çeşitleri” sorularına verdikleri cevapların genel değerlendirmesi neticesinde, Türkiye’nin ulusal ve uluslararası boyutta dağ turizmi talebine cevap verebilecek potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür. Konu ile ilgili 10 numaralı katılımcı görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir.

“.....Türkiye’nin dağ turizm potansiyeli son derece zengindir.... Yıllar önce katıldığım bir toplantıda Dünya Kayak Federasyonu başkanı Cilo Dağları için siz delisiniz 9 ay *non stop* kayak yapabileceğiniz bir yeri terörle öldürüyorsunuz demişti....” Dünya Kayak Federasyonu başkanı çok doğru ve yerinde bir saptama yapmıştır. Ancak terör sorunu kolay çözülebilecek bir sorun değildir. Türkiye Cumhuriyeti terör sorununu çözebilmek için yıllarca değişik yöntemler kullanmıştır. Son yıllarda ise bugüne kadar denemediği barışçıl bir yöntemle terör sorununu aşmaya çalışmaktadır. Bu sorunun çözülmesi hiç şüphesiz başta dağların kullanımı olmak üzere, terörün yaşandığı illerdeki turizm faaliyetlerinin canlanmasına neden olacaktır.

Diğer katılımcı görüşlerinden bazıları aşağıda verilmektedir.

13 numaralı katılımcı:

“.....Türkiye dağlarının her birisi bir başka cennettir. Ağrı Dağı’nda alpinizm, tur kayağı, Kaçkarlar’da alpinizm, tur kayağı, heliski, doğa kampı, dağ fotoğrafçılığı, Erciyes’te alpinizm, tur kayağı, yamaç paraşütü, Aladağlar’da alpinizm, zirve tırmanışları tur kayağı, dağa kampı, dağ fotoğrafçılığı, yamaç paraşütü ve kuş gözlemciliği ile.... Hangi birisini sayayım.....” Yukarıda ismi verilen dağlarda belirtilen dağcılık faaliyetlerinin bir kısmı

bugün yetersizde olsa yapılmaktadır. Bu faaliyetleri yapan turist sayısının artması için Türkiye alt paragrafta belirtilen Avrupa'ya yakınlığını da kullanmalıdır.

14 numaralı katılımcı:

“.....Türkiye dağ turizm çeşitliliği, mevsimsel zenginliği, özellikle de 3000 metre üzeri dağların fazlalığı açısından büyük potansiyele sahiptir. Dağ turizmine ilgi duyan turistlerin fazla olduğu Avrupa'dan kolay ulaşılabilir bir konumda olması çok büyük bir fırsattır.....”

16 numaralı katılımcı da konuyu:

“.....Türkiye çok zengin dağ turizmi potansiyeline sahiptir. Cilo ve Munzur Dağları'nın turizme açılmasıyla birlikte, dağ turizminin daha da çok gelişeceğini düşünüyorum....”

ifadeleriyle desteklemiştir. Bu ifadelerden hareketle Türkiye dağ turizm için önemli bir potansiyele sahip olduğu, bu turizm çeşidinin geliştirilmesi için gerekli adımların atılması gerektiğini önerilebilir.

Katılımcılar Türkiye'de dağ turizminin gelişimini engelleyen 20 sorunu dile getirmişlerdir. En önemli 5 sorun olarak; dağ turizmine gereken önemin verilmemesi (%9,4), devlet destek ve teşvikinin az olması (%8,6), dağcılık mevzuatının yetersizliği (7,8), altyapı yetersizliği (%7,0) ve üstyapı yetersizliği (%7,0) olarak sıralanmıştır. Konu ile ilgili 7 numaralı katılımcı görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir.

“..... Dağa küs olan bir ülkede ne yapılabilir? Zor işler bunlar.....” Günümüzde dağların turizm için yeterince kullanılmadığı doğru bir eleştiri olsa da Türklerin dağa küs olduğunu iddia etmek çok doğru olamasa gerek. Çünkü Türkiye'de dağlar özellikle yaylacılık ve hayvancılık anlamında çok yoğun olarak kullanılmaktadır. Ayrıca "Ferman padişahınsa dağlar bizimdir diyen" bir kültürden gelen Türkler Kurtuluş Savaşı'nda Toroslar ve Batı Anadolu dağlarını direniş için kullanmışlardır.

Sorunlarla ilgili diğer katılımcı görüşlerinden bazıları aşağıdaki gibidir.

8 numaralı katılımcı:

“.....Yıllarca devletin en az ödenek tahsis ettiği bir federasyonuz. Her bütçe döneminde olimpiik olan spor federasyonları öz evlat, olmayanlar üvey evlat muamelesi görmüş ve görmektedir.....” Türkiye'de dağcılık federasyonunun yaşadığı sorunu futbol, basketbol ve voleybol gibi popüler spor dalları dışındaki birçok spor federasyonunun yaşadığını ileri sürmek mümkündür. Ancak son yıllarda tenis ve yüzme gibi federasyonların ödenekleri arttırılmıştır.Türkiye Dağcılık Federasyonu için de gelecekte ödenek artışının yapılabileceği umut ve beklentisi bulunmaktadır.

1 numaralı katılımcı ise konuyu:

“..... Birçok dağımızda dağ evi bulunmamaktadır, olanların da kapasiteleri sınırlı ve başka amaçlarla kullanılmaktadır. En önemli dağımız Ağrı Dağı olmasına rağmen dağ evi, hatta barınak bile yok. Cilo ve Akdağlar aynı durumda. Aladağlar'daki dağ evi kısıtlı ve başka

amaçlarla kullanılmaktadır. Avrupa’da ve İran’da her dağda dağ evi bulunmaktadır. İlgili kurumlar bunu görebilmeli.....” ifadeleriyle desteklemiştir. İran gibi coğrafi olarak daha büyük ve ekonomik olarak daha küçük bir ülkede tüm dağlarda dağ evinin olması, dağcıların Türkiye’ye yönelik eleştirilerini haklı çıkarır nitelikte bir durum olarak değerlendirilebilir. Dağ evlerinin yapılması dağcıların acil durumlarda bu evleri kullanma olanağı yaratacağından ölüm ve yaralanma sayılarının azalmasına neden olabilir.

“Türkiye’de dağcılık ve dağ turizmi sorunlarının çözülerek geliştirilmesi için sizce neler yapılmalıdır?” Sorusuna katılımcılar 19 çözüm önerisi getirmişlerdir. En önemli 5 çözüm önerisi; yeterli devlet destek ve teşviki sağlanmalı (%12,5), planlı olarak dağ turizmi yapılandırılmalı (%9,6), doğal alanlara zarar vermeden üstyapı yatırımları yapılmalı (%9,6), doğal alanlara zarar vermeden altyapı yatırımları yapılmalı (%8,6), gerekli yasal düzenlemeler yapılmalı (%7,6), olarak sıralanmıştır. Konu ile ilgili bazı katılımcılar görüşlerini aşağıdaki şekilde ifade etmişlerdir. 3 numaralı katılımcı:

“.....Dağ turizminin ülke genelinde gelişebilmesi için devlet, yerel yönetimler ve büyük spor kulüplerinin desteklemesi şarttır. Planlanan dağcılık faaliyetleri için gerekli maddi destek sağlanarak teşvik edilmelidir. Parası olanın ve sponsor bulabilenin yaptığı bir faaliyet olmamalıdır.....”

6 numaralı katılımcı:

“.....Dağlar başıboş bırakılmamalı, mutlaka belli bir plan dahilinde ve kontrollü olarak dağ turizmi yapılmalı. Yeterli bilgi, tecrübe, donanım ve duyarlılığa sahip olmayan çok sayıda tur firmaları veya kişiler sadece ticari amaçlı turist çıkarıyorlar. Dağ tırmanış rotalarında her türlü çöpe rastlamak mümkündür. Bugün ülkemizdeki birçok dağ çevre kirliliği ve ekolojik tahribatla karşı karşıyadır. En gözde Dağımız olan Ağrı aşırı çöp içinde.....”

17 numaralı katılımcı da konuyu,

“.....Dağlara giden yollar ve yapılan üstyapılar estetikten yoksun olarak, doğaya zarar verecek şekilde yapılmaktadır. Oysa dağcılığın özünde keşfetme ve otantiklik vardır. Sahillerimizin başına gelen ortadadır. Dağların fütursuzca tahrip edilmesine karşı yasal düzenlemeler derhal yapılarak, doğa tahribatı önlenmelidir” ifadeleriyle desteklemiştir. Bu eleştirilerden Türkiye’de bir çok alanda olduğu gibi dağlarla ilgili gelişmelerde de uzun vadeli sürdürülebilir çözümler üretmek yerine günlük çözümler üretildiği ileri sürülebilir. Bu bakış açısı dağların kirletilmesi konusunda yapılmaktadır. Kentlerde insanların sokağa rahatça çöp atabildiği ve piknik alanlarının genellikle pis bırakıldığı düşünüldüğünde dağlarda bırakılan çöplere şaşmamak gerekir. Genel olarak dağcıların söyledikleri çok fazla yoruma gerek bırakmayacak gerçekler olarak değerlendirilebilir. Ancak bütün eleştirilere rağmen, Türkiye ’de dağcılıkla ilgili hiç bir şey yapılmadığı söylenemez. Erzurum Palandöken’de yapılan kayak tesisleri ve Kayseri Büyükşehir Belediyesi’nin Erciyes Dağı’nda dağ turizmini geliştirmek için yaptığı

bütüncül planlama ve planın uygulamaya konulması Türkiye'de dağcılığın geliştirilmesi için yapılmalara örnektir.

Araştırmada zaman sınırlaması nedeniyle yeterli örnek büyüklüğüne ulaşılammıştır. Yeterli örnek büyüklüğüne ulaşmak için görüşölmek istenen ve elektronik posta atılan bazı kişiler görüş beyan etmemişlerdir. Örnek büyüklüğünün yetersiz olduğu gerçeğı göz önünde bulundurarak, katılımcıların görüşlerinden hareketle Türkiye'nin dağ turizminin geliştirilmesi ile ilgili olarak aşağıdaki öneriler getirilebilir.

-Dağ turizmi devlet tarafından teşvik edilerek, eksik olan alt ve üstyapı yatırımları bir eylem planlı içerisinde doğal çevreye zarar vermeden yapılmalıdır.

-Türkiye dağlarının master planları hazırlanarak incelenmeli, tırmanış rotaları tam olarak çıkartılmalıdır.

- Türkiye'nin turizm çeşitlendirilmesi adına dağ turizminin geliştirilmesine ağırlık verilmeli, ulusal ve uluslararası düzeyde Türkiye'nin dağ turizm potansiyeli konusunda etkin tanıtımlar yapılmalıdır.

- Dağ turizm potansiyeli olan bölgelerin öncelikleri belirlenmeli, bu önceliklere uygun olarak hedef pazar belirlenmelidir. Hedef pazarın istek ve ihtiyaçlarına göre dağ turizm potansiyeli bir bütün halinde pazarlanmalıdır.

-Dağ turizmi konusundaki mevzuat yetersizliğı, dağcılık konusunda profesyonel olan kişilerin ve paydaşların görüşleri alınarak kanun yapıcılar tarafından gerekli yasa ve yönetmelikler çıkarılarak giderilmelidir.

-Sürdürülebilir dağ turizminin sağlanabilmesi için potansiyel dağlar koruma altına alınarak çevre tahribatı ve çevre kirliliğı önlenmelidir.

-Dağ turizm sektörü paydaşlarıyla koordinasyon ve işbirliğı sağlanmalıdır. Bu amaçla toplantı, çalıştay, seminer vb. toplantılar yapılmalıdır.

-Amatör ve korsan dağcıların bölgesel hakimiyeti ortadan kaldırılarak, izinsiz ve korsan dağ tırmanışları engellenmelidir. Dağcılık eğitimi alan uzman mihmandarlar eşliğinde dağ tırmanışları desteklenmelidir.

-Topluma özellikle gençlere doğa ve dağ turizmi bilinci ve sevgisi aşılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aklıbaşında, M., Bulut, Y. ve Külekçi, E. A. (2012). Aladağ'da (Kayseri- Yahyalı) yetişen doğal bitkilerin flora turizmi açısından değerlendirilmesi. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, Özel Sayı, 8-15.
- Arınç, K. (2003).Dünyada ve Türkiye'de kış sporlarına alternatif yeni bir spor ve turistik aktivite; çim kayağı ve Demirtaş Barajı Çim Kayağı Merkezi örneğı (Bursa-Türkiye). *AÜ Türkiyat Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 21, 261-278.

- Beedie, P. and Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625-643.
- Duran, C. (2012). Türkiye’de dağlık alanların kırsal turizm açısından önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 45-52.
- European’s Ecological Backbone (2010). Recognising the true value of our mountains, *EEA (European Environment Agency) report*. Number: 6, Copenhagen.
- Dadak Doğa Sporları İhtisas Kulübü, (2014). Dağ bisikleti. [URL: <http://www.dadak.org/?pnum=29&pt=Da%C4%9F+Bisikleti+Hakk%C4%B1nda>] (Erişim Tarihi: 07.07.2014).
- Google, (2014). Türkiye’nin dağları haritası. [URL: <https://www.google.com.tr/search?q=türkiye+dağ+haritası&source>] (Erişim Tarihi: 07.07.2014).
- Gönençgil, B. ve Güngör, Y. (2002). Türkiye’de dağ turizmi, potansiyeller, sorunlar. *Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu*. 25-27 Haziran 2002, Ilgaz, Kastamonu.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hudson, S. and Miller, G.A. (2005). The responsible marketing of tourism: The case of Canadian mountain holidays. *Tourism Management*, 26, 133-142.
- Koçak, F. ve Balci, V. (2010). Doğada yapılan sportif etkinliklerde çevresel sürdürülebilirlik. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 2(2), 213-222.
- Kozak, M. A. ve Bahçe A.S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2014). Yamaç paraşütü. [URL: <http://www.ktb.yatirim.isletmeler.gov.tr/TR,10165/yamac-parasutu.html>] (Erişim Tarihi: 04.07.2014).
- Nepal, S.K. (2000). Tourism in protected areas the Nepal Himalaya. *Annals of Tourism Research*, 7(3), 661-681.
- Petrack, J. (2002). An examination of golf vacationer novelty. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 384-400.
- Pomfert, G. (2011). Package mountainer tourists holidaying in the French Alps: An evaluation of key influences encouraging their participation. *Tourism Management*, 32, 501-510.
- Somuncu, M. (2004). Dağcılık ve dağ turizmindeki ikilem: Ekonomik yarar ve ekonomik bedel. *Ankara Üniversitesi Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2 (1), 1-21.
- Uçar, M., Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal turizm ve kırsal kalkınma (Fethiye Örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ülker, İ. (1992). *Dağ turizmi*. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Türkiye Dağcılık Federasyonu, (2014). Dağ kayağı. [URL: <http://www.tdf.org/?portfolio=dag-kayagi>] (Erişim Tarihi: 04.07.2014).
- Vikipedi Özgür Ansiklopedi, (2014). Dağcılık. [URL: <http://www.wikipedia.org/dagcılık>] (Erişim Tarihi: 04.07.2014).
- Zaman, M. ve Birinci, S. (2009). Kaçkar Dağları’nda alternatif bir turizm aktivitesi: Heliski (Dağ Kayağı). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 33-46.

MANİSA MESİR MACUNU FESTİVALİ ZİYARETÇİLERİNİN FESTİVALE KATILIM NEDENLERİ VE MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN UNSURLARIN BELİRLENMESİ

Z.Gökçe DÖNER

*Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
gokce_doner@hotmail.com*

Mustafa TEPECİ

*Prof. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi
mustafa.tepeci@cbu.edu.tr*

ÖZET

Çalışmanın amacı, eşi olmayan bir etkinlik olan Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali'ne katılan bireylerin katılım nedenlerini ve ziyaretçilerin festivalden duydukları memnuniyet derecesini etkileyen unsurları belirlemektir. 474. Manisa Mesir Macunu Festivali içerisindeki farklı etkinlik türlerine katılan ziyaretçilerden, hazırlanmış olan anket formları aracılığı ile veri toplanmıştır. Toplamda 315 katılımcıdan yüzyüze yapılan görüşme ile anket verisi toplanmıştır. Araştırma sonucunda festivale katılma nedenleri şu 7 başlık altında toplanmıştır: heyecan, sosyalleşme ve eğlence, aile ve grup birlikteliği, rutinden kaçış, mekân çekiciliği, etkinlik çekiciliği, kültürel ve tarihi çekicilik. Festivale katılanların festival kapsamındaki faaliyetlerden genel olarak memnun oldukları belirlenmiş ve bu memnuniyette belirleyici unsurlar ise rutinden kaçış ve mekân çekiciliği olmuştur.

Anahtar kelimeler: etkinlik, festival, festivale katılma güdüsü, memnuniyet, Mesir Macunu Festivali.

GİRİŞ

Etkinlikler, son yıllarda önemli turizm ürünlerinden biri olarak öne çıkmakta ve turistlerin bölgeye çekilmesinde etkili bir unsur olmaktadır. Özellikle de yerel festivallerin, turizm tanıtımı ve talebini arttırmada; turizmin çeşitlendirmesi, sezonun uzatılması ve destinasyon imajı oluşumunda etkisi bulunmaktadır (Felsenstein ve Fleischer, 2003; Tayfun ve Arslan, 2013). Türkiye destinasyonu, çok sayıda yerel bazda kültürel ve tarihi etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Buna karşılık ilgili literatür incelendiğinde festivallerin düzenlenmesi, katılımcıların katılma nedenleri yada güdülerinin belirlenmesi ve festivallerin başarısının artırılması gibi konularda çok az sayıda araştırmanın Türkiye'de yürütülmüş olduğu görülmektedir (Tayfun ve Arslan, 2013; Yolal, Çetinel ve Uysal, 2009; Yolal, Woo, Çetinel ve Uysal, 2012).

Örneğin, Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali, Türkiye'nin süreklilik arz eden ve kültür, tarih, ayrıca sağlık temasını da içeren festival etkinliklerinden bir tanesidir. Festival, 474 yıldır yapılan bir etkinlik olmasına rağmen şimdye kadar festival katılımcılarının geliş sebepleri ve festivalden memnuniyetleri, festival organizasyonu ve başarısı üzerine herhangi bir bilimsel araştırma yapılmamıştır.

Bu alanda gerçekleştirilen bilimsel çalışmalar, festival etkinliğine katılan bireylerin güdülerinin belirlenmesinin etkinlik yönetimi ve pazarlamasında yol gösterici olduğunu

ortaya çıkarmıştır (Crompton ve McKay, 1997; Formica ve Uysal, 1998). Ayrıca, festivale katılanların memnuniyet düzeyleri ve memnuniyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi de karar vericiler için girdi sağlayabilecektir. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali'ne katılan ziyaretçilerin katılım güdülleri ile ziyaretçilerin festivalden duydukları memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışma sonucunda elde edilen bilgilerle, etkinliği organize eden festival komitesine daha etkili bir festival düzenlenmesi ve planlanması hususunda yol gösterici bilgiler sunulması hedeflenmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Etkinlik Kavramı

Etkinlik, *“başlangıcı ve sonu olan, özel bir takım koşullara sahip, kayda değer olay”* ifadesi olarak tanımlanmıştır (Getz, 2007:18). Etkinlikler, insanlığın varolduğu günden beri hayatının içinde yer almaktadır. Bireyler için önemli olan günler, aylar veya yıllarda yapılan etkinlikler, kültürler için alışkanlık haline gelmiştir. Çok uzun yıllardan beri kültürümüzün vazgeçilmez birer parçası olan etkinlikler çok çeşitli olup, son yıllarda bu etkinliklere ilginin arttığı görülmektedir. Farklı kültürlerle duyulan merak unsuru ve turistik ürün tüketiminde alternatiflere gidilmesi, etkinliklere katılımın yükselmesine neden olmuştur. Diğer yandan ise, kişilerin boş zamanlarında ve gelirlerindeki artış, turistik tüketim eğilimlerinin değişim göstermesi; halka açık etkinlikler, yerel festivaller ve kutlamaların sayılarında artışı ortaya çıkarmıştır (Allen, O'Toole, Harris ve McDonnell, 2011).

Son yıllarda, devletler ve yerel yönetimlerin etkinliklerin düzenlenmesine yönelik verdiği desteklerde artışlar olduğu görülmektedir. Katılımcıların bölgeye çekilmesine yönelik yapılacak girişimler için, ziyaretçilerin katılım güdülerini ve demografik özelliklerini belirlemeye yönelik çok sayıda çalışmaya alanyazında rastlanmaktadır (Baez ve Devesa, 2014; Bayrak, 2011; Chang, 2006; Crompton ve McKay, 1997; Duran ve Hamarat, 2014; Formica ve Uysal, 1998; Lee, 2000; Lee, Lee ve Wicks, 2004; Li, Huan ve Cai, 2009; Nicholson ve Pearce, 2001; Uysal, Çetinel ve Yolal, 2009).

Etkinlikler, turizmi teşvik eden ve bölgesel ekonominin kalkınmasına destek olan bir araç olarak değerlendirilebilmektedir. Hayatımızın her alanına dokunabilen etkinlikler; sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel özelliklere sahiptir. Düzenlenen etkinliklerin, hem katılımcı hem de yerel halk üzerinde önemli değişimlere neden olduğu gözlemlenmektedir. Etkinlikler sayesinde değişik kültürler arasındaki çatışmalara son verilebilmektedir. Turistik çekiciliklerin ve destinasyonların tanıtılmasında etkili bir şekilde kullanılan etkinlikler, politika ile uğraşan kişiler açısından da bir rant haline getirilebilir (Allen ve diğerleri, 2011; Getz, 2008).

Son yıllarda, rakamlarında artış görülen kültürel etkinliklerin düzenlenmesini teşvik eden pek çok neden bulunmaktadır. Bunlar, kişi başına düşen gelirde artışa katkı sağlaması,

istihdam etkisi yaratması, yeni açılacak olan işletmelere fırsatlar sunması, bölgesel ve yerel gelişim stratejilerine katkı sağlaması ve turizm endüstrisinin gelişimine olanak vermesidir (Baez ve Devesa, 2014; Dwyer, Forsyth ve Spurr, 2005; Felsenstein ve Fleischer, 2003; Lee ve diğerleri, 2004).

Yukarıda sayılan faydaların yanında, turizmin gelişmesi, özellikle kentlerin pazarlanmasında başarıya ulaşmak ve güçlü bir kent imajının oluşturulmasında festivallerin önemli katkısı vardır. Festivallere katılımın nedenlerinin belirlenerek etkinliği planlamakve bu etkinliği doğru hedef kitleye ulaştırmak, etkinlik düzenleyicilerinin esas görevleriarasında yer almaktadır. Bu bağlamda, etkinliklere katılan ziyaretçilerin güdülerini ve eğilimlerini belirlemek gerekmektedir.

Festival ve Festival Turizmi

Getz, Andersson ve Carlsen (2010: 30), festivalleri *“temalı ve halka açık kutlamalar”* olarak tanımlamıştır. Festivaller, bireylerin sosyal ve kültürel hayatı ile iç içe geçmiş durumdadır. Bu etkinlikler, içerisinde gerçekleştirdikleri kültürler için birer kimlik olma özelliği taşımaktadır. Festivaller, kültürel etkinliklerin bir unsuru olarak ifade edilmek ile beraber, dışarıdan gelen katılımcıların yerel halkın geleneklerini deneyimlemelerine olanak sağlamaktadır.

Tarihi alanlar ve bu alanlarda gerçekleşen kültürel etkinlikler, turizm endüstrisi açısından sürekli artan öneme sahiptir. Bölgenin ve insanların kendine özgün özelliklerini beraberinde getiren festivaller, turizm harcamaları üzerinde de etkili olmaktadır. Festivaller, farklı kültürden toplumlarla kaynaşmaya yol açmaktadır. Böylece, yeni kültürlere duyulan merak unsuru artarak, kişiler farklı kültürlerden deneyim yaşayabilecekleri yerlere yönelmektedir (Çulha, 2008).

Yerel festivaller, turizm pazarlaması alanında ve bölgesel kalkınmada giderek artan bir etkiye sahiptir. Turistler bakımından önemli bir seyahat çekiciliği unsuru olan yerel festivaller, bölgeye ve yerel halka gözle görülür olanaklar sağlamaktadır. Bunların en başında ise turizm sezonunun uzaması, gelir yaratma etkisinin olması ve çevresel / bölgesel gelişime katkıda bulunması gelmektedir (O'Sullivan and Jackson, 2002).

Festivaller, çoğu zaman destekleyici turistik ürünler olarak görülmektedir. Ancak, dünyada örnekler incelendiği zaman, birçok yerde düzenlenen festivallerin başlı başına turist çekici etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu nedenle ki, festival ziyaretçilerinin katılım motivasyonlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda yapılacak olan çalışmaların sonucunda ise, düzenlenecek olan festivallerin daha etkili hale gelerek; daha fazla sayıda kitleyi çekmesi mümkün olacaktır.

Festivallere Katılım Nedenleri (Güdüsü)

Turistik davranışın altında yatan tek neden olarak açıklanan güdü, aynı zamanda da tüm davranışların arkasında yatan itici ve çekici bir güç olarak tanımlanmaktadır (Crompton,

1979'dan aktaran Baloğlu ve Uysal, 1996: 32). İtici faktörler, bireyleri etkinliklere yönlendiren sosyo-psikolojik faktörler olup; etkinliğin yöneticisi tarafından kontrol altında tutulamayan içsel güdülerdir. Çekici faktörlerde ise etkinlik yöneticisinin payı oldukça fazladır. Bireyler etkinliğe katılım kararı verme aşamasında, etkinliğin sunacağı yararları gözetmektedirler. Diğer yandan ise bireylerin kendilerini etkileyebilecek görsel imgelerin de etkisi altında kaldıkları çeşitli çalışmalarda vurgulanmıştır (Bayrak, 2011; Getz, 2008). Bu sebeple etkinliklerin pazarlamasından sorumlu olan kişilerin katılımcıları neyin güdülediği konusunda bilgi sahibi olmaları önem arz etmektedir. Bu nedenle ki, etkinlik yönetimi ve pazarlaması alanında büyük paya sahip olan güdülerin tespiti üzerine yapılacak olan çalışmaların önemi ortaya çıkmıştır.

Formica ve Uysal (1998) yapmış oldukları çalışmada, tarihi eskilere dayanan ve kültürel bir etkinlik olma özelliğini gösteren "*İtalya Spoleto Festivali*"ni incelemiştir. Bu araştırmada yirmi üç çeşit güdü için faktör analizi yapılmış olup, sonucunda bunları özet olarak sunan altı boyut ortaya çıkmıştır. Bunlar, 1) sosyalleşme ve eğlence, 2) etkinlik çekiciliği ve heyecan, 3) grup birlikteliği, 4) kültürel ve tarihsel çekicilik, 5) aile birlikteliği ve 6) destinasyonun ilgi çekici yada yenilikçi olmasıdır.

Crompton ve McKay (1997), San Antonio, Fiesta'da altmış iki güdüden yola çıkarak gerçekleştirmiş oldukları araştırmanın sonucunda, festival katılımcılarının güdülerini kültürel keşif, değişiklik veya bağlılık, dengeyi yeniden sağlama, tanıdık grup sosyalleşmesi, dış etkileşim veya sosyalleşme, toplu halde yaşama olmak üzere altı boyut olarak belirlemişlerdir.

Lee (2000), 1998 yılında gerçekleştirilmiş olan "*Kyongju World Culture Expo*"ya katılan Kafkas ve Asya kökenli ziyaretçilerin karşılaştırmalı olarak katılım güdülerini belirlemiştir. Çalışmanın analizi aşamasında, otuz iki çeşit güdüye faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda ise kültürel keşif, aile birlikteliği, kaçış, değişiklik, dış grup sosyalleşmesi, etkinlik çekiciliği ve tanıdık grup sosyalleşmesi olmak üzere yedi farklı boyut tespit edilmiştir.

Nicholsan ve Pearce (2001), Yeni Zelanda'da gerçekleşen dört farklı etkinliğe katılan ziyaretçilerin katılım güdülerini karşılaştırmalı olarak belirlemeyi amaçlamıştır. Katılımcılara düzenlenmiş olan ankette yirmi farklı katılım güdüsü listelenmiştir. *Marlborough Şarap, Yiyecek ve Müzik Festivali* için toplanan veriler doğrultusunda sosyalleşme, eşsizlik veya değişiklik, kaçış ve aile boyutları; *Hokitika Wildfoods Festivali*'nde ise sosyalleşme, teklik ilgisi veya değişiklik, eğlence ve heyecan, kaçış ve aile; *Wardbirds Over Wanaka Festivali* için yapılan analizlerde ise teklik ilgisi veya değişiklik, sosyalleşme, ayrıntılar, kaçış ve aile faktörleri; *Yeni Zelanda Altın Gitar Ödülleri* doğrultusunda toplanan verilerin ışığında ise ayrıntılar ve eğlence, kaçış, çeşitlilik, eşsizlik, aile ve sosyalleşme boyutları saptanmıştır.

Chang (2006) yapmış olduğu çalışmada, *Aborjin Kültürel Festivali* ve benzeri etkinliklere katılan ziyaretçilerin katılım güdülerini belirlemeye ve demografik görüntüsünü çizmeye

çalışmıştır. Araştırmanın sonuçları, kültürel festivallere katılan bireylerin katılım nedenlerinin kültürel keşif güdüsü ağırlıklı olarak ortaya çıktığına işaret etmektedir. Yirmi sekiz katılım güdüsü ile toplanan verilerin faktör analizi sonucunda boyutlar; dengeyi yeniden sağlama, festival katılımı ve öğrenme, yenilik arayışı, sosyalleşme ve kültürel keşif şeklinde ortaya çıkmıştır.

Uluslararası Truva Festivali'ne katılan bireylerin etkinliğe katılım güdülerini ölçmeyi hedefleyen Duran ve Hamarat (2014), çalışmasındaki ölçekte yer alan yirmi altı madde ile topladığı veriye yaptığı analiz sonucunda katılım güdülerini altı boyutta belirlemiştir: kültürel keşif, yenilik, sosyalleşme, etkinlik çekiciliği, aile birlikteliği ve kaçış ve heyecan. Yolal vd. (2012), Eskişehir Sanat Festivaline katılanların güdülerini; sosyalleşme, heyecan, etkinlik yeniliği, kaçış ve aile birlikteliği boyutları altında sınıflamışlardır. Çalışma katılımcıların festivaldeki faaliyetlerin genelinden memnun olduğunu ortaya çıkarmıştır. Festivaldeki faaliyetlere göre (senfoni orkestrası, rock müzik, dünya müzikleri, dans, bale ve tiyatro) katılımcıların memnuniyet düzeyleri farklılık göstermemiştir.

Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali

Manisa Mesir Macunu Festivali, 474 yıldır kutlanan bir festivaldir. Kültürel ve tarihi dokusunu kaybetmeyen festival, sanat ve kültürel boyutlarının yanında hem sağlık hem de inanç turizmi etkinliklerini bünyesinde barındırmaktadır. Festival, her yıl nevruz zamanında Manisa'da kutlanmaktadır. Yıllardır süre gelen geleneği ve çeşitli etkinlikler ile ziyaretçisi ile buluşan festivalde, içinde 41 çeşit baharat bulunan Mesir Macunu, her yıl aynı yerden halka saçılmaktadır.

Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Hükümetlerarası Komitesinin 03-07 Aralık 2012 tarihlerinde gerçekleşen toplantısında 2012 yılında “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine” alınmıştır (UNESCO, 2012). Mesir macunu, Sultan Süleyman'ın Manisa'daki şehzadelik günlerinde annesi Hafsa Sultan'ın hayatını kurtarmıştır. O günden bu yana bu macun özel bir tedavi yöntemi olarak kabul edilmektedir. Festival bu boyutta bakıldığı zaman, ana temasının esasen sağlık olduğu görülmektedir (Özbalcı ve Var, 2013).

Mesir Macunu Festivali pek çok etkinliği beraberinde getirerek, yoğun bir programa sahip olma özelliğini içerisinde barındırmaktadır. “Sergi açılışları”, “Sanat etkinlikleri”, “Sağlık günleri/fuarı ve çeşitli kongreler”, “Çocuk oyunları ve kukla gösterisi”, “Müzik ve dans etkinlikleri”, “Camii ziyareti ve mevlüt”, “Yemek yarışması”, “Kortej, fener alayı, yürüyüş” ve “Mesir saçımı” olmak üzere çeşitli alt-etkinlikler, festival kapsamında ziyaretçiler ile buluşmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, 2014 yılında düzenlenen Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali'ni ziyaret eden tüm ziyaretçiler oluşturmaktadır. Manisa Merkez, ilçeler, il dışı ve uluslararası katılım konusunda kesin rakamlar verilemese de her yıl festivale on binlerce ziyaretçi katılmakta, “40 bin kişi Mesir kapmak için yarıştı” gibi başlıklarla gazete haberleri festivale katılımın büyüklüğünü göstermektedir. Ana etkinlik dalı olan, mesir macunu saçımı faaliyeti altında çeşitlilik gösteren festivaldeki tüm etkinliklerden en az 30 anket formu toplanılması hedeflenmiştir. Araştırma örneklemini; Manisa Festivali sırasında ziyaretçi olarak bulunan kişiler arasından gönüllü olarak anket çalışmasına katılmayı kabul eden 315 yerli ve yabancı ziyaretçiden oluşmaktadır.

Ölçme Aracı

Araştırmada, nicel veri toplama araçlarından biri olan anket formu kullanılmıştır. Birinci bölümde, festival katılımcılarının katılım güdülerini belirlemek için Formica ve Uysal (1998)'ın İtalya'da kültürel bir etkinlik olan Spoleto festivali üzerine yapmış oldukları araştırmalarında kullanmış oldukları ölçek kullanılmıştır. Böylece, anket formunun birinci bölümünde 23 adet güdü ifadesi 5'li Likert ölçeğine (1 = hiç katılmıyorum, 2 = katılmıyorum, 3 = nötr, 4 = katılıyorum, 5 = tamamen katılıyorum) göre cevaplandırılması istenmiştir. İkinci bölümde ise, Kunin (1955) tarafından geliştirilen, sembolik nitelikler olarak “somurtan-gülümseyen yüzler” cevap seçenekleriyle festival katılımcılarının etkinliklerden memnuniyet düzeyini en iyi yansıtan yüz ifadesini işaretlemeleri istenmiştir. Ayrıca, katılımcıların demografik özelliklerini ölçen ve festivale katılım ile ilgili bilgilerini içeren sorular oluşturulmuştur. Anket formu, İngilizce ve Türkçe olmak üzere iki dilde düzenlenmiştir. Yurt dışından gelen katılımcılara İngilizce anket uygulanmıştır.

Veri Toplama

Manisa Mesir Macunu Festivali'ne katılan bireylerin katılım nedenleri ve memnuniyetine ilişkin veriler; katılımcılardan, her etkinlik başlama programından bir saat önce olmak koşuluyla; yurt dışından gelen katılımcılardan ise konakladıkları otellerde mesir saçımı öncesinde toplanmıştır. Festival katılımcılarına anketörler tarafından yaklaşılarak, olumlu görüş bildirenlere anket sorularını yanıtlamaları istenmiştir. Aynı zamanda, etkinlik başlamadan önce katılım nedenleri yada güdülerini kayıt altına alınmıştır. Araştırmadaki anketlerin doldurulması, yüksek lisans öğrencileri ve araştırmacılar tarafından katılımcılara birebir sorularak cevapları işaretlenmiştir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Anketi cevaplayanların cinsiyetine bakıldığında %50 oranında eşit dağılım görülmektedir. Örneklem %80'i evli, yaklaşık %80'i lise ve üstü eğitimlidir. Çeşitli meslek grupları

örnekleme temsil edilmekte, katılımcıların %61'i Manisa ilinde yaşarken, il dışından katılanların oranı %27, yurt dışından gelenlerin ise %8,6'dır. Festivale gelenlerin çoğunluğunu aile ve arkadaşlarıyla katılanlar oluşturmaktadır. Daha önceden festivale katılanların oranı %67 iken ilk defa katılanlar %32 civarındadır.

Tablo 1. Manisa Mesir Macunu Festivali'ne Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

Demografik Değişkenler	Kategori	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	157	49,8
	Bayan	158	50,2
Medeni Hal	Bekar	154	48,9
	Evli	140	44,4
	Diğer	2	0,6
	Cevaplamayan	19	6,0
Eğitim	İlköğretim	32	10,2
	Lise Mezunu	118	37,5
	Üniversite	118	37,5
	Lisansüstü	15	4,8
	Cevaplamayan	32	10,1
Meslek	Memur	32	10,2
	İşçi	14	4,4
	Serbest Esnaf	29	9,2
	Profesyonel Meslek Sahibi	32	10,2
	Çiftçi	2	0,6
	Emekli	21	6,7
	Öğrenci	79	25,1
	Diğer	52	16,5
Yaşanılan Yer	Cevaplamayan	54	17,1
	Manisa (ve ilçeleri)	193	61,2
	İl Dışı	85	27,0
	Yurt Dışı	27	8,6
Katılım Grupları	Cevaplamayan	4	1,3
	Tur Grubu	61	19,4
	Aile	109	34,6
	Eş	19	6,0
	Arkadaş	110	34,9
	Yalnız	12	3,8
Etkinliklere Katılım	Cevaplamayan	4	1,3
	Sanat Etkinlikleri	26	8,3
	Müzik ve Dans Etkinlikleri	28	8,9
	Cami Ziyareti ve Mevlüt	46	14,6
	Yemek Yarışması	65	20,6
	Kortej, Fener Alayı, Yürüyüş	68	21,6
Festivale Önceden Katılım Oranları	Mesir Saçımı	57	18,1
	Önceden Katıldım	211	67,0
	Önceden Katılmadım	104	33,0

Faktör Analizi

Festivali ziyaret edenlerden toplanan verilerle temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre faktör analizi yapılarak festival ziyaretçilerinin gelme nedenlerinin boyutları ortaya çıkarılmıştır. Festival ziyaret güdülerini ölçmeye çalışan 23 maddenin faktör analizine tabi tutulmasıyla, toplam varyansın % 61'29 unu açıklayan 19 maddenin oluşturduğu yedi boyutlu faktör yapısı ortaya çıkmıştır. İlk yapılan faktör analizinde çapraz şekilde birden fazla faktöre yüklenen 4 madde analiz dışı bırakılmış ve yapılan ikinci faktör analizinde bahsedilen 7 faktörlü yapı ortaya çıkmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği .814 ($p < .000$) verinin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Festivale katılma güdülerini en yüksek varyansla açıklayan (%10,03) Faktör 1 (Heyecan), 4 maddeden oluşmuştur. Bu maddelere baktığımızda eğlence, merak ve hayata canlılık katmak gibi festivale katılma nedenlerini içermektedir. Faktör 2 (Sosyalleşme ve Eğlence) varyansı %9,86 oranında açıklamış ve 3 maddeden oluşmuştur. Bu maddeler katılımcıların başkalarıyla hoş zaman geçirme motivasyonlarını belirtmektedir. Faktör 3 (Aile ve Grup Birlikteliği) varyansı %9,32 oranında açıklamış ve 3 maddeden oluşmuştur. Faktör 4 (Rutinden Kaçış) varyansı %8,69 oranında açıklamıştır ve 3 maddeden oluşmuştur. Mekan Çekiciliği, Etkinlik Çekiciliği ve Kültürel ve Tarihi faktörleri 2 maddeden oluşup, açıklanan varyansta sırasıyla %8.13, %8.07 ve %7.18 katkı sağlamışlardır. Faktörlerin güvenilirlik (iç tutarlılık) katsayıları Cronbach alpha ile hesaplanıp Tablo 2'de verilmiştir. Bu katsayılar .608 ile .730 arasında olup faktörlerin iç tutarlılıklarını sağladığını göstermektedir

Formica ve Uysal (1998)'ın yaptığı analizde 6 faktör boyutu belirlenirken, bu çalışmada 7 faktör yapısı ortaya çıkmış, bu çalışmadan farklı olarak Rutinden Kaçış faktörü belirlenmiştir. Formica ve Uysal'ın ölçeğini kullanan Yolal vd. (2009) çalışmasında 4 boyut (sosyalleşme, kaçış ve heyecan, aile birlikteliği ve etkinlik yeniliği), Yolal vd. (2012) çalışmasında ise 5 boyut (sosyalleşme, heyecan, etkinlik yeniliği, kaçış ve aile birlikteliği) belirlemişlerdir. Faktör sayıları biraz farklı görülse de aslında bu çalışmaların birbirlerine benzer faktör yapıları ortaya çıkmaktadır. Aynı ayrı yüklenmesi beklenen maddeler bir araya gelip birleşik faktörler oluşturabildikleri gibi, değişik faktörleri oluşturması beklenen maddeler bir araya gelerek de Formica ve Uysal çalışmasında isimlendirilmeyen (Rutinden Kaçış) yeni bir faktörü oluşturabilmektedir.

Tablo 2. Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivaline Katılım Güdülerinin Boyutları

Faktörler	Faktör Yükleri	Eigen Değer	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
<i>Faktör 1: Heyecan</i>		2.107	10.032	.615
Bu tür etkinliklere olan merakımı gidermek	.667			
Benim yaptığım şeylerden hoşlanan diğer insanlarla birlikte olmak	.596			
Daha önceki katılımcılardan festivalin eğlenceli olduğunu duydum	.590			
Hayatıma heyecan ve canlılık katmak	.547			
<i>Faktör 2: Sosyalleşme ve Eğlence</i>		2.071	9.864	.730
Festivali birlikte geldiklerimle yaşamak	.747			
Etkinlikte eğlenen insanlarla bir arada olmak	.706			
Dünya'nın her yerinden katılımcı olarak gelen farklı milletlerden insanlarla birlikte olmak	.595			
<i>Faktör 3: Aile ve Grup Birlikteliği</i>		1.958	9.323	.621
Ailemle daha fazla ortak bir şeyler yapmak	.700			
Festival kalabalığının tadını çıkarmak	.683			
Eğlenen insanlarla bir arada olma fırsatı	.472			
<i>Faktör 4: Rutinden Kaçış</i>		1.825	8.691	.661
Festivale katılan diğer insanları gözlemlemek	.765			
Gündelik rutin yaşamımda değişiklik yapmak	.574			
Festival, özgün şeyleri görme fırsatı sunar	.482			
<i>Faktör 5:Mekan Çekiciliği</i>		1.708	8.133	.608
Gece yapılan eğlencelere katılmak	.839			
Etkinlik Manisa'yı ziyaret etmem için iyi bir fırsattır	.708			
<i>Faktör 6: Etkinlik Çekiciliği</i>		1.695	8.070	.669
Yeni ve farklı şeyleri yaşamak	.829			
Özel etkinliklere katılmayı sevmek	.751			
<i>Faktör 7: Kültürel ve Tarihi Çekicilik</i>		1.508	7.179	.610
Mesir Macunu Festival'i eşi olmayan bir festivaldir	.815			
Tarihi alanda müzik dinlemekten hoşlanırım	.529			
<i>Açıklanan Toplam Varyans</i>			61.293	

Notlar: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği= .814 Bartlett's Test of Sphericity: $p < .000$ (Chi-Square 1106,167 df=210).

Betimleyici İstatistikler ve Korelasyon Analizi

Tablo 3 çalışmada ölçülen değişkenlerin ortalama, standart sapma ve korelasyon ilişkilerini göstermektedir. Festivale gelenlerin katılım güdülerinin ortalamaları incelendiğinde tüm boyut ortalamalarının 1'den 5'e Likert tipi derecelendirme ölçeğinde 4 (katılıyorum) civarında olduğu görülmektedir. Katılımcıların memnuniyet düzeyi de 4,35 olup, katılımcıların festival etkinliklerinden memnun oldukları görülmektedir. Benzer

şekilde Yolal vd. (2012) Eskişehir Sanat Festivaline katılanların festivaldeki farklı 6 faaliyetten memnuniyet düzeyini 3.9 ile 4,1 arasında bulmuştur.

Tablo 3. Çalışmadaki Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri ve Korelasyonları

	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.Yaş	32,29	14,5	1									
2. Gelir	1706	1170	,14	1								
3. Heyecan	3,96	,687	,01	-,30**	1							
4.Sosyalleşme ve Eğlence	4,13	,766	,03	-,10	,42**	1						
5.Aile ve Grup Birlikteliği	4,08	,663	,06	-,12	,52**	,52**	1					
6.Rutinden Kaçış	3,96	,687	,16**	-,03	,42**	,33**	,40**	1				
7.Mekân Değişikliği	4,05	,828	-,01	-,08	,36**	,27**	,34**	,37**	1			
8.Etkinlik Çekiciliği	4,27	,717	-,07	-,01	,42**	,38**	,37**	,22**	,28**	1		
9. Kültürel ve Tarihi	4,19	,697	,18**	,08	,26**	,26**	,21**	,35**	,21**	,13*	1	
10.Memnuniyet	4,35	,735	,04	-,04	,36**	,27**	,36**	,32**	,35**	,30**	,17**	1

Not: Korelasyonlar *0.05; **0.01; düzeyinde anlamlıdır.

Değişkenler arasındaki bire-bir ilişkileri belirleyebilmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Festivale katılım güdülleri boyutları arasında ,134 ile ,523 arasında korelasyon ilişkileri görülmektedir. Festivale katılım güdülleri ile memnuniyet arasındaki korelasyon ilişkileri ise ,168 ile ,364 arasında değişmektedir.

Regresyon Analizi

Demografik ve diğer bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla Regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 4’de görüldüğü üzere demografik değişkenlerin festivalden memnuniyetleri üzerinde açıklayıcı bir etkisi olmamıştır ($F=,935$; $p=,396$). Festivale katılma güdü boyutları modele eklendiğinde festival etkinliklerinden memnuniyet %35.4 oranında açıklandığı görülmektedir. Rutinden kaçış ($Beta=,245$, $t=2,462$, $p=,016$) ve mekân değişikliği ($Beta=,252$, $t=2,550$, $p=,013$) bu açıklamada etkili olmuştur.

Tablo 4. Demografik Değişkenler ve Festivale Katılım GÜdÜleri Boyutlarının Festivalden Memnuniyet Üzerindeki Etkilerinin Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	Beta	t değeri	p değeri	R-square (Düzeltilmiş)	F değış	Manidarlık
Memnuniyet	Yaş	- ,075	-,840	,403	,020 (-,001)	,935	,396
	Gelir	,027	,285	,776			
	Heyecan	,002	,023	,982	,354 (,287)	6,434	,000
	Sosyalleşme ve Eğlence	- ,113	-1,099	,275			
	Grup Birlikteliği	,223	1,915	,059			
	Rutinden Kaçış	,245	2,462	,016			
	Mekan Değişikliği	,252	2,550	,013			
	Kültürel ve Tarihi	,136	,705	,482			
	Etkinlik Çekiciliği	,065	1,324	,189			

*N=97

SONUÇ VE ÖNERİLER

Manisa Mesir Macunu Festivali'ne katılımcılarının katılım nedenleri veya güdÜleri ile festivalden duydukları memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, festival kapsamındaki farklı etkinlik türlerine katılan ziyaretçilerden, yüzyüze görüşülerek anket formları aracılığı ile veri toplanmıştır.

Araştırma sonucunda festivale katılma nedenleri 7 başlık altında toplanmıştır. Bunlar heyecan, sosyalleşme ve eğlence, aile ve grup birlikteliği, rutinden kaçış, mekan çekiciliği, etkinlik çekiciliği, kültürel ve tarihi çekiciliktir. Bu boyutlar Formica ve Uysal (1998), Yolal vd. (2009; 2012) çalışmalarındaki faktör boyutlarıyla örtüşmektedir. Ancak, Formica ve Uysal (1998)'ın gerçekleştirmiş olduğu araştırmanın sonucunda altı faktör tespit edilmiştir. Buna karşılık, Manisa Mesir Macunu Festivali'ne katılım nedenleri incelenirken

festivale katılma güdüsü olarak ortaya çıkan Rutinden Kaçış faktörü ile birlikte yedi boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır.

Daha önce festival konusunda yapılan çalışmalarda, katılımcıların memnuniyet düzeyleri pek incelenmemiş, katılımcıların memnuniyet düzeylerini etkileyen çekicilik boyutları yine belirlenmemiştir. Bu çalışmada, festivale katılanların festival kapsamındaki faaliyetlerden genel olarak memnun oldukları belirlenmiş ve bu memnuniyette rol oynayan unsurlar rutinden kaçış ve mekan çekiciliği olmuştur. Festival katılımcılarının günlük rutin çalışma hayatlarından uzaklaşarak, özgün tecrübeler deneyimlemeleri ziyaretlerinden memnuniyetlerini arttırmıştır. Mesir festivali kapsamında gerçekleşen faaliyetlerin bir benzerini başka bir yerde tecrübe imkanı bulamayan ziyaretçiler, günlük rutinlerinin dışına çıkarak Manisa'da mesir karılması ve saçımına katılmış, geleneksel yemekler ve folklorik gösterileri izleme imkanını bulmuşlardır. Manisa'da yer alan Sultan Camii, Muradiye Camii, Manisa Müzesi, Tıp Tarihi Müzesi, Mevlevihane gibi tarihi, dini ve kültürel atmosferi yaşama imkanı bulanlar bu mekan ve atmosferden memnun ayrılmışlardır.

Araştırma gerçekleştirilirken, zaman ve kaynak bakımından sınırlılıklar söz konusu olmuştur. Zaman ve kaynak kısıtlılığı, çok büyük bir örneklem grubuna ulaşmamızı engellemiştir. Bu sınırlılıklar giderildiği takdirde, şehir dışı ve uluslararası festival katılımcılarına kolayca ulaşılabilecektir. Bu şekilde toplanacak olan anketler festival organizasyonu için yol gösterici olacaktır. Diğer yandan ise, anketi cevaplayan bazı katılımcıların soruları cevaplama direnci ile karşılaşmıştır. Bu nedenle, ankete zaman ayırmak istemeyen kişilerden, sağlıklı cevap alınamayacağı için veri toplanmasında ısrarcı olunmamıştır.

Bu çalışmanın sonucunda elde edilen bilgiler ışığında araştırmacılara birkaç öneri sunulabilir. Birincisi, Formica ve Uysal (1998) tarafından geliştirilen ölçeğin bu çalışmadaki psikometrik özellikleri (faktör analizi, güvenilirlik rakamları ve bağımlı değişkeni açıklaması) ölçeğin güvenilirliği ve geçerliğine işaret etmekle birlikte; Mesir Macunu Festivali ana faaliyetleri (anlamı) olan Mesir Saçımı, Mesir'in sağlık için tüketilmesi, Manisa ve Sultan Camii'nin tarihi ve dini atmosferi, Mesir karılması, Mevlüt okunması ve çok sayıda medeniyete yerleşim yeri olmasından dolayı özellikle tarihi, kültürel ve sağlık boyutlarında katılımcıların festival güdülerini ortaya çıkarabilecek kapsam ve içerik geçerliliğini arttıracığı düşünülen madde ve boyutların ölçeğe ilave edilmesine ihtiyaç duyulduğunu düşündürmektedir.

Diğer bir öneri de, katılımcıların memnuniyetleri üzerinde etkili olan rutinden kaçış ve mekan çekiciliği unsurları çoğu festivale katılma nedenleri arasında olduğu tarafımızca düşünülmesine rağmen yeterince incelenmemiş olduğu görülmektedir. Bu boyutların derinlemesine ve genişlemesine incelenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Allen, J., O'Toole, W, Harris, R. ve McDonnell, I. (2011). *Festival & Special Event Management* (5th ed.). Australia: Willey.

- Baez, A., ve Devesa, M. (2014). Segmenting and profiling attendees of a film festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(2), 2-2.
- Baloğlu, S. ve Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32-38.
- Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai tribal area, Taiwan. *Tourism Management*, 27(6), 1224-1234.
- Crompton, J. L. ve McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism research*, 24(2), 425-439.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Journal of YasarUniversity*, 3(12), 1827-1852.
- Duran, E., Hamarat, B. ve Özkul, E. (2014). A sustainable festival management model: The case of International Troia festival. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(2), 4-4.
- Dwyer, L., Forsyth, P. ve Spurr, R. (2006). Assessing the economic impacts of events: a computable general equilibrium approach. *Journal of Travel Research*, 45(1), 59-66.
- Felsenstein, D., ve Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385-392.
- Formica, S., ve Uysal, M. (1998). Market segmentation of an international cultural-historical event in Italy. *Journal of Travel Research*, 36(4), 16-24.
- Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Butterworth-Heinemann: New York.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.
- Getz, D., Andersson, T. ve Carlsen, J. (2010). Festival management studies: developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 29-59.
- Kunin, T. (1955). The construction of a new type of attitude measure. *Personnel Psychology*, 8, 65-67.
- Lee, C. K. (2000). A comparative study of Caucasian and Asian visitors to a Cultural Expo in an Asian setting. *Tourism Management*, 21(2), 169-176.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., ve Wicks, B. E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism management*, 25(1), 61-70.
- Li, M., Huang, Z., ve Cai, L. A. (2009). Benefit segmentation of visitors to a rural community-based festival. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(5-6), 585-598.
- Nicholson, R. E., ve Pearce, D. G. (2001). Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four South Island events. *Journal of Travel Research*, 39(4), 449-460.
- O'Sullivan, D., ve Jackson, M. J. (2002). Festival tourism: a contributor to sustainable local economic development?. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342.
- Özbalcı, S. ve Var., T(2013). Mesir festival with an economic perspective. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3).

- Özdemir Bayrak, G. (2011). Festival motivators and consequences: a case of Efes Pilsen Blues Festival, Turkey. *Anatolia*, 22(3), 378-389.
- Tayfun, A., ve Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2012). *Mesir macunu festivali unesco'nun somut olmayan kültürel miras listesinde*. [URL: <http://unesco.org.tr/dokumanlar/duyurular/mesirmacunu.pdf>] (Erişim 3 Eylül 2014).
- Yolal, M., Çetinel, F., ve Uysal, M. (2009). An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir International Festival. *Journal of Convention & Event Tourism* 10 (4),276-291.
- Yolal, M., Woo, E. Çetinel, F., & Uysal, M.(2012). Comparative research of motivations across different festival products. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(1), 66-80.

MÜZİKAL ETKİNLİKLERİN KISITLANAN KÜLTÜR TURİZMİNİ GELİŞTİRMEK İÇİN KULLANIMI: BODRUM ÖRNEĞİ

Cem YALÇIN

*Bodrum Halk Eğitim Merkezi
cem_ylcin@hotmail.com*

Zafer ÖTER

*Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
oter@hotmail.com*

Serkan ÇELİK

*Yrd. Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
scelik55@gmail.com*

ÖZET

Son yıllarda, tüm dünyada turist ve turizm profili, 3S turizminde ulaşılan doyum sonucunda değişime uğramaktadır. Turistler, son yıllardaki farklı talep ve tercihleriyle alternatif turizm türlerinin gelişmesine neden olmaktadır. Bu çalışmada müzik etkinliklerinin, kültür turizmine katkı sağlayıp sağlamadığı ve nasıl katkı sağlayacağı ele alınmış ve Bodrum örneği incelenmiştir. Bodrum'un doğal ve sosyokültürel çekicilikleriyle beraber, düzenlenen müzik festivallerinin Bodrum'un kültürünü tanıtıcı ve geliştirici özellikte olduğu görülmektedir. Bu açıdan, ilçede kıyı tatili yerine kültür turizminin gelişimini sağlamada müzik festivallerine önemli rol düşmektedir. Bu çalışma nitel tasarıma uygun biçimde planlanmış ve henüz tamamlanmamış bir araştırmanın ön verilerini analiz etmektedir. Bu kapsamda Bodrum'da müzik etkinlikleri, festivaller ve diğer muhtelif sanatsal etkinliklerle ilgilenen anahtar bilgi kaynakları olan kişilerle yarı-yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilerek birincil veriler elde edilmiştir. Ulaşılan ön bulgulara göre, Bodrum destinasyonunda müzik etkinlikleri ve festivaller kültür turizmini geliştirici nitelikte planlanmamaktadır. Müzik festivallerini organize eden ve destekleyen kurumların, Bodrum'da kültürel etkinliklere dayalı turizmi geliştirme konusunda yeterli farkındalık düzeyine ulaşmadıkları anlaşılmaktadır. Bodrum'a yıl boyunca ziyaretçi akışı sağlamada müzikal etkinliklerin nasıl rol oynayabileceği konusu gelecekte daha fazla tartışılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: *Kültür turizmi, alternatif turizm, Bodrum, müzik etkinlikleri.*

GİRİŞ

Günümüz turizm anlayışında nicelikten niteliğe geçiş için tüm destinasyonlarda çözüm arayışları görülmektedir. Destinasyonların nitelikli ve sürdürülebilir bir turizm anlayışına yönelmesiyle birlikte alternatif turizm türlerinin nasıl hayata geçirileceği sorunsalı ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm çeşitlerinden biri olarak gösterilen ve özel ilgi turizmi kavramıyla beraber incelenen etkinlik turizmi, son yirmi yıldır, etkinliklerin hızlı gelişimi ve yarattığı ekonomik etkiler nedeniyle hızla önem kazanmıştır.

Müzik ve turizm ilişkisi üzerine Türkiye'de akademik çalışmaların çok kısıtlı olduğu görülmektedir. Yabancı yazında müzik-turizm ilişkisi üzerine çalışmaların mevcut olduğu ve genellikle turizmi canlandırmak ve müzikten ekonomik ve turistik faydalar elde etmek

üzerine çalışmalar yapıldığı görülmekte (Gibson ve Connell, 2005; Labate, 2009; Lashua, Spracklen, ve Long, 2014) ve somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) olarak müziğin turizme olan bağı ele alınmaktadır (Thimm, 2014).

Gittikçe büyük bir sektör haline gelme eğiliminde olan etkinlik turizmi, gerek destinasyonun tanıtımı, gerekse destinasyona, ekonomik, sosyokültürel ve çevresel açılardan katkısı değerlendirildiğinde, bölge yönetimleri ve turizmden gelir elde eden işletmelerin önemle üzerinde durması gereken bir turizm çeşididir. Etkinlik turizmi kapsamına giren müzikal faaliyetler gerçekleştirildiği bölgenin kültürünü ve yaşam tarzını yansıtmaları açısından, gelen turistleri etkilemekte ve bölgenin değerini artırmaktadır. Bu çalışmada önce yazına bakılarak turizm kavramı ve kitle turizminden alternatif turizm türlerine olan yöneliş ele alınacaktır. Devamında Bodrum destinasyonu ve müzikal kapasitesi irdelenecek ve bir uygulama ile çalışma sonlandırılacaktır.

TURİZM KAVRAMI

Guyer – Feyler tarafından, 1905 yılında ortaya atılan ilk tanıma göre turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirine daha çok yaklaşmasına olanak veren, modern çağa özgü bir olaydır (akt.Kozak, 2007). Hunziker ve Krapf'ın (1959) turizm tanımı ise kalıba dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşıda bulunmamak koşulu ile yabancıların, geçici süre kalışlarından doğan ilişkilerin tümüdür (akt. Eralp, 1983).

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik değişimler, alışkanlıklar ve ihtiyaçlar üzerinde büyük etkiler yaratmış; bunun sonucu olarak uluslararası düzeyde yaygın bir turizm hareketi doğmuştur. Böylece, turizm olgusu günümüzde ulaştığı boyutları ile sanayileşme ve uluslararası ticaret gibi önemli ve sürekli bir sektör özelliğine sahip olmuştur. Uluslararası turizm gelirleri son yıllarda dünyadaki ticari ilişkiler kapsamında elde edilen mal ve hizmet gelirleri içinde en hızlı artan gelirlerden biri olmuştur. Uluslararası turizm gelirlerinin bu hızlı artışına, özellikle gelişmiş ülkelerdeki ekonomik refah düzeyi ve yabancı ülkelerdeki harcama eğilimleri olumlu etki yapmıştır (Usta, 1992).

Turizm yerel kalkınmanın sağlanması ve yerel halkın yaşam kalitesini artırarak pozitif etkilerde bulunmaktadır. Bu durum yerel halk için gelir artışı, yatırımcı için kar ve yerel yönetimler için vergi artışı yolu ile gelir elde etmek demektir. Ayrıca yerel halkın kendi kültürel kaynaklarından dolayı gurur duyması, bu kaynakların geliştirilmesi ve korunması için katılımında bulunmasını sağlar (Uslu ve Kiper, 2006).

Küreselleşmenin beraberinde getirdiği yeni gelişmeler sonucunda, turizm alanında, özellikle iletişim teknolojisinde hızlı gelişme, ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler, küresel turizmin gelişmesine hız kazandırmış ve alternatif

turizm eğilimlerini arttırmıştır. Ayrıca, küresel seyahatin demokratikleşmesi, yabancı sermaye yatırımlarını arttırmış, turizm alanındaki yatırımlarla, birlikte turizm bilinci gelişmiş ve seyahat formalitelerini azaltarak da küresel turizmi pozitif anlamda etkilemiştir (Çeken, 2004).

Turizm günümüzde özellikle uluslararası ekonomik, kültürel, siyasi, toplumsal ilişkilerin belirleyici bir parçası haline gelmiştir. Sahip olduğu doğal ve kültürel mirası ulaşım ve altyapı ile harmanlayarak küresel ziyaretçilere açan ülkeler turizmden sağlanan döviz için rekabet etmektedirler.

KİTLE TURİZMİNDEN ALTERNATİF TURİZMLERE GEÇİŞ

Deniz-kum-güneşe dayanan (3S) kıyı turizmi önemini devam ettirmekle birlikte son yıllarda tatil-turizm kavramına ilişkin çekiciliklere ya da turistik ürünlere her geçen gün yenisi eklenmekte ve uluslararası turizm pazarındaki rekabet hızlanmaktadır. Bu nedenle egzotik, doğal ve kültürel çekiciliklere sahip mekânlar, termal merkezler, yaylalar, korunan alanlar ilgi çekerken, eko-turizm, termal turizm, kültürel turizm, kırsal, turizm türleri ön plana çıkmaktadır (Kömürcü, 2013).

Farklı ürün sunma potansiyeli olan bölgeler, diğer bölgelere oranla, ulusal ya da uluslararası turizmde rekabette daha fazla şansa sahip olabilmektedir. Örneğin; İspanya, Yunanistan ve Türkiye gibi Akdeniz ülkelerine bakıldığında, bu bölgeleri ziyaret eden turistlerin çok farklı türde turizm ürünlerini satın alma eğiliminde oldukları görülmektedir. Yunanistan ve Türkiye, bir yandan deniz-kıyı ağırlıklı kitle turizminde önemli bir konuma sahip iken, aynı zamanda sahip oldukları kültürel, tarihsel ve doğal çekicilikleri ile de farklı gruplar için ürün geliştirme ve sunma potansiyeline sahip olabilmektedir (Duman, Kozak ve Uysal, 2007).

Yıllardır süregelen klasik (3S) turizm anlayışı, küreselleşen dünyada açığa çıkan gelişmeler ve imkânlar sayesinde ve insanların klasik turizme doyumu sonucunda değişime uğramıştır. Turistlerin doyumsuzluğu, farklı ve eşsiz tatil anlayışı, alternatif turizm kavramını doğurmuştur. Her bir ziyaretçinin özel ilgi alanı ya da tercihi alternatif turizm kapsamında değerlendirilmektedir.

Alternatif turizm, kitlesel klasik turizme alternatif olarak gelişen turizm türlerini ele alan bir kavramdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından alternatif turizm; “sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacını güden bir turizm çeşididir” şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir araştırmada ise alternatif turizm; “geleneksel ve klasik kitle turizmi ve şehir turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesi ile oluşturulmuş bir turizm çeşidi” olarak tanımlanmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010). Aşağıdaki tabloda ölçütlere göre ayrılmış ve genel olarak kabul görmüş alternatif turizm çeşitlerine yer verilmiştir.

Tablo 1: Alternatif Turizm Çeşitleri

Alternatif Turizm Çeşitleri		
Yapılan etkinliğin türüne göre	Sağlık turizmi Yat turizmi İnanç turizmi Spor turizmi Av turizmi Festival turizmi Alışveriş turizmi	Kuşgözlemciliği İpek yolu turizmi Doğa yürüyüşü Etkinlik turizmi Kongre turizmi Kültür turizmi Kumar turizmi Yemek turizmi vb.
Gidilen yerin doğasına göre	Mağara turizmi Tarım ve çiftlik turizmi Akarsu turizmi	Yayla turizmi Dağ turizmi vb.
Kullanılan araçlara göre	Hava sporları turizmi Bisiklet turizmi Golf turizmi Sportif olta balıkçılığı Su altı dalış turizmi	Jeep safari Balon turizmi Foto safari Rüzgâr sörfü vb.

Kaynak: Kömürcü, G. (2013). Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Alternatif turizm kapsamında değerlendirilen kültür turizmi, kültürler arası ilişkileri kuvvetlendiren, ziyaretçilerin ve destinasyonların maddi ve manevi değerlerini koruyan, gelecek nesli çok kültürlü bir ortama hazırlayan bir turizm türüdür.

Kültür kavramının barındırmış olduğu özelliklerinden dolayı, birçok turist, toplumlara ait kültürleri tanıma isteği içinde seyahat etmektedir. Turistlerin bu farklı kültürleri görüp tanımak için yaptıkları seyahat ve konaklamalar “kültür turizmi” olarak adlandırılmaktadır. İnsanlar eski medeniyetlerin ya da kültürlerin izlerini görme isteğinin yanı sıra kendi kültürleri dışındaki kültürlere de ilgi duymaktadırlar (Arınç, 2002). Bu nedenle turistler, yöreleri daha çok kültürel çekiciliklerini görmek amacıyla ziyaret etmektedirler. Kültür ve diğer turizm kaynakları bir araya geldiğinde ise ülkelere birçok açıdan kazanç sağlayabilmektedir (Uygur ve Baykan, 2007).

Bir turistik ürünün oluşturulabilmesi açısından ülkenin, bölgenin veya yörenin sahip olması gereken üç özellik bulunmaktadır. Bu özellikleri; ulaşılabilirlik, turizm işletmelerinin varlığı ve çekiciliktir. Çekici olaylar arasında, spor olayları, kültürel olaylar, fuarlar, sergiler, dünyada ve Türkiye’de düzenlenen yerel etkinlikler ilk akla gelenlerdir (Kızılırmak, 2006). Destinasyonlar, daha fazla turist çekebilmek için, birbirleri ile bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutta rekabet ederler. Son yıllarda destinasyonlar arasındaki bu yoğun rekabet nedeniyle festivaller gibi etkinliklerin geliştirilmesi ve düzenlenmesi büyük bir sektör haline gelmiştir (Atak, 2009).

BODRUM: GÜÇLÜ POTANSİYELE SAHİP BİR TURİZM DESTİNASYONU

Ülkeler, rekabet edebilmeleri açısından birçok kaynağa ve kendine has özelliklere sahipken, ülke içindeki bölgeler de buna benzer kendine has özellikler taşıyabilmekte ve başarılı bir şekilde pazarlanıp, pazardan payını almaktadır. Bir destinasyonun başarısını, sahip olduğu rekabet gücünden almaktadır. Sahip olunan çekicilikler ve özellikler pazarlama faaliyetlerini başarıya ulaştırmaktadır. Bu kapsamda, tanıtımlar yapılmalı ve politikalar belirlenmelidir. Bu açıdan bakıldığında Bodrum, Ege Bölgesinde ve Türkiye'nin geneline bakıldığında, orijinal ve güçlü çekiciliklere sahip, kendine has özellikleri olan bir destinasyondur. Rekabet avantajı sağlayacak olan bu önemli özellik, ziyaretçilerin ilgisini ve talebini artıracak niteliktedir. 3S turizm talebinin güçlü olduğu Bodrum, turizm hareketlerindeki ziyaretçi sayılarındaki farklılaşmalara rağmen, sahip olduğu avantajlar sayesinde, güçlü bir destinasyon ve marka olabilme özelliğini korumaktadır. Bodrum'u 3s turizm açısından tercih eden ziyaretçiler, buradaki tarihi dokuyu ve kültürel zenginlikleri keşfederek ve ziyaret ederek kültür turizmini de gerçekleştirmektedirler. Burada, alternatif turizm kapsamında olan kültür turizminin, 3s turizmiyle birbirini destekler nitelikte olduğunu fark edilebilmektedir. Bodrum'da, çeşitli zamanlarda düzenlenen festival ve müzik etkinlikleri, bu tarihi ve kültürel doku içerisinde, yerli ve yabancı ziyaretçilere alternatif ürün şeklinde sunulurken, destinasyonun sosyokültürel yapısını ve kendine has özellikleri tanıtmaya olanak sağlamaktadır. Bodrum'da yerel ve uluslararası birçok festival ve müzik etkinlikleri düzenlenmektedir.

Bodrum'da Düzenlenen Uluslararası Festivaller: Uluslararası Bodrum Bale Festivali, Uluslararası Bodrum Film Festivali, Uluslararası Bodrum Dans Festivali, Uluslararası Bodrum Çocuk ve Sanat Festivali, Uluslararası Bodrum Kitap ve Kültür Festivali.

Bodrum'da Düzenlenen Yerel Festivaller: Bodrum Karnavalı, Bodrum Türk Filmleri Haftası, Yalıkavak Film Festivali, Pedasa Festivali, Bodrum Motofeast Motosiklet Festivali, Deniz Filmleri Festivali, Deve Güreşi Festivali, Mandalina Festivali.

Bodrum'da Düzenlenen Müzik Festivalleri: Uluslararası Gümüşlük Klasik Müzik Festivali, D-Marin Turgutreis Uluslararası Müzik Festivali, Barok Müzik Festivali.

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı Bodrum'da düzenlenen müzik etkinliklerinin kültür turizmine olan katkılarını yerel anahtar bilgi kaynaklarının bakış açısıyla tespit etmektir. Bu genel amaç çerçevesinde aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

1. Düzenlenen müzik etkinlikleri kültür turizminin gelişimine nasıl faydalar sağlamaktadır?
2. Düzenlenen müzik etkinlikleri Bodrum'da kültür turizminin gelişimini destekleyici nitelikte midir?

Bu araştırma, Ege Bölgesi, Muğla ili, Bodrum İlçesinde düzenlenen müzik festivallerinin etkileriyle sınırlıdır. Sosyal bilimlerde, insan unsurlarından ve bilgi toplama araçlarından

kaynaklanan sınırlılıklar bu araştırma için de geçerlidir. Bu çalışma, Bodrum'da düzenlenen müzik etkinliklerinin kültür turizmine olan etkilerini belirlemek amacıyla yürütülen nitel bir araştırmadır. Nitel araştırma; gözlem, yarı yapılandırılmış görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmadır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formunun güvenilir ve geçerliliğini belirlemek için uzman görüşüne başvurulmuştur. Görüşmeleri gerçekleştirmek için kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Konuya dair derin bilgisi olduğuna inanılan kişilerin önerileriyle diğer görüşmecilerle temas kurulmuştur. Toplamda üç adet anahtar bilgi kaynağı ile temas kurularak veri toplanmıştır. Veri toplama süreci devam etmekte olup araştırma tamamlandığında 20 civarında kişiyle görüşme yapılması planlanmaktadır. Verilerin yüksek sezon olarak bilinen yaz aylarından (2014) toplanması veri toplamayı zorlaştırdığından görüşme sayısı sınırlı kalmıştır. Birincil veriler 2014 yılında yüz yüze görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Görüşmeler sırasında ses kaydı yapılmıştır. Ses kayıtları daha sonra çözümlenerek yazılı belgeye dönüştürülmüştür. Elde edilen görüşme verileri arasında örüntüler ve analitik ilişkiler sorgulanarak betimsel analize başvurulmuştur.

BULGULAR

Bu araştırmanın verilerini toplamak için görüşülen ilk anahtar bilgi kaynağı Bodrum'da festivalleri, etkinlikleri ve kültür turizmini yaşatmak ve geliştirmek için BKST'yi (Bodrum Kültür ve Sanat Topluluğu) kuran ve kültür turizminin her alanıyla ilgili çalışmalarını sürdüren NC kısaltmasının sahibi kişidir. İkinci anahtar bilgi kaynağı olarak Bodrum'da müzisyenlik ve zaman zaman tur rehberliği yapan MÇ ile görüşülmüştür. Üçüncü ve son anahtar bilgi kaynağı uzman ise çeşitli müzikal organizasyonları düzenleyen EK olmuştur. Bodrum'da kültür turizmini destekleyici nitelikte olan müzik etkinlikleri ve festivallerin, kültür turizmi kapsamında değerlendirilmesine yönelik katılımcılara yöneltilen sorular ve ulaşılan bulgular çalışmanın bu kısmında yer almaktadır. Katılımcıların verdiği cevaplar parantez içerisinde ad ve soyadları kodlanarak verilmiştir.

- Bodrum'da turizmin gelişimine dair izlenimler:

“ ...Bodrum'da turizmin mevsimsellik etkisiyle, sadece yaz aylarında oldukça yoğunlaşan yerli ve yabancı ziyaretçi girişleri ve Turizmin burada hızlı gelişmesi, Bodrum'un kendine has kültürünü, yanlış empoze edilen popüler kültürün altında ezilmesine, deformasyona uğramasına neden olmuştur. Alt yapı gelişiminin yetersizliği, Bodrum'daki turizm potansiyelini olumsuz etkilemektedir... (BKST kurucusu- NC).”

“ ... Bodrum'da turizm, yaz aylarında yoğunlaşmaktadır. 1998 yılına kadar çok iyi giden turizm, 2000'li yıllarda, çeşitli etkilerle durulmaya başlamıştır ve turist profili, daha az para bırakan bir şekle gelmiştir. 3S turizmiyle ön planda olan Bodrum'da, 2000'li yıllarda, canlı müzik yapan işletmeler çoğalmaya başlamıştır. Bodrum'un tanıtımı

açısından önemli olan, ülkemizce ve dünyaca ünlü müzisyenlerin konserleri daha fazla düzenlenmekte ve bu durum oldukça ilgi görmektedir... (Müzisyen, MÇ)."

" ... Turizm Bodrum'da, her kesime hitap eden tatil paketleriyle ve gelişen imkânlarla, hızla gelişmeye devam etmektedir. Fakat altyapı sorununun hala çözülmemesi ve yolların yetersiz kalması, turizmi ve organizasyonları olumsuz etkilemektedir. En fazla, Rus, Azeri, Hollanda, Almanya, İngiltere gibi ülkeler ziyaret etmektedirler, Bodrum'u. Bodrum, tarihi zenginlikleriyle dikkat çeken ve talep gören bir yapıdadır ve bölge, ülke turizmine katkı sağlamaktadır...(Organizatör, EK)."

- Sanat, müzik ve kültür camiasının turizmle olan ilişkisi:

" ...Bodrum'da, henüz turizme empoze olmuş ve işbirliği halinde istikrarlı çalışan, kurumsallaşmış bir organizasyon anlayışı mevcut değil. Bundan dolayı sağlıklı bir sanat, sanatçı ve etkinlik ve turizm ilişkisi kurulamamıştır... (BKST kurucusu- NC)."

" ...Turizmle; sanat, müzik ve kültür iç içedirler. Her ülkenin ve bölgenin kendine has özellikleri içinde, kültürü, sanatı ve müziği de mevcuttur. Turizm yapılan ülkenin müziği ve kültürü turistlere satılır, bu anlamda ekonomik girdi sağlar ve turizm ürünleri olarak gösterilebilir. Bodrum'da birçok işletmede, müzik ve sahne sanatları, yöresel dansları, 'Türk Geceleri' adı altında, yerli ve yabancı ziyaretçilere sunulmaktadır... (Müzisyen, MÇ)."

" ...Turizm bölgelerinde düzenlenen müzik etkinlikleri ve konserler vb. etkinlikler, bölgenin tanıtımı için önemlidir ve turizm talebini olumlu etkilemektedir. Düzenlediğimiz organizasyonlarda, kültürel yapıyı da işlemek ve sunmak, önemli ve gereklidir. 3S turizminin yanında, düzenlenen etkinlikler, kültür turizmine hizmet etmekte ve katkılar sağlamaktadır... (Organizatör, EK)."

- Bodrum'un kültür ve sanat etkinliklerinin tarihi gelişimi:

" ...Bodrum, Türkiye'deki diğer destinasyonlara göre, kültür ve sanat tarihinin olumlu ve güçlü etkisini hep hissetmiştir ve bu ayrıcalığı hala korumaktadır. Bodrumun geçmiş yapısında da var olan çok kültürlülük ve bu yapının hala var olması, burada yaşan insanlarda hoşgörüyü, anlayışı geliştirmiştir. Bu özellik, doğal ve tarihi çekicilikleri açısından bakıldığında, ziyaretçiyi buraya çeken bir özelliktir. Bodrum'un kendi kültürünü tanıtmada önemli bir özelliktir. Bodrum'da, kültür turizmini destekler nitelikteki festivaller ve etkinlikler, bu çok kültürlü ortamda, kendi kültürümüzü tanıtmamıza olanak sağlamaktadır. Tarihi, kültürel ve doğal çekicilikler çok fazla; fakat bunu harmanlayıp, iyi bir organizasyon ve festivalle oluşturacak sunacak ve pazarlayacak bir anlayış mevcut değildir... (BKST kurucusu- NC)."

" ...Kendine has kültürüyle ve tarihsel eserleriyle, Bodrum, çok ön planda bir bölgedir. Bu durum, turistlerin dikkatini çekmekte ve talebi arttırmaktadır. Antik Tiyatro, Bodrum

Kalesi, Mozole öne çıkan, tarihi çekicilikleridir. Bodrum, bu anlamda oldukça zengindir fakat kültür turizmi arka planda kalmıştır... (Müziyen, MÇ)."

"...Bodrum, tarihi ve kültürel açıdan oldukça zengindir. Son yıllarda düzenlenen yerel ve uluslararası festivaller, Bodrum'u daha fazla tanıtmaktadır. Bu anlamda, daha iyi ve verimli organizasyonlarla, Bodrum'da ki kültür turizmi geliştirilebilecek kapasitededir... (Organizatör, EK)."

- Bodrum turizm endüstrisinin müziyen ve sanatçılara olan etkisi:

"...Bodrum'a gelen sanatçılar, kapasitesinin üstünde ziyaretçi aldığı dönemlerde maddi ve manevi kazanç elde ederler. Eserlerini daha çok insana tanıtıp, iyi destinasyonun olumlu etkilerinden pay alırlar. Otellerdeki yabancı ziyaretçiler Türk müziyen gruplarını dinleme fırsatını yakalarlar. Fakat dış tanıtımda çok da etkisi olmaz, Bir turizm ürünü olarak tüketirler... (BKST kurucusu- NC)."

"...Bodrum'da, müzik alanında etkinlikler ve işletmelerde müziyenlik yapabilme olanakları, turizmin yaz aylarında yoğunlaşmasıyla, ancak; yaz aylarında gerçekleşebiliyor. Farklı şehirlerden gelen müziyenler ve ünlü müziyenler, yaz aylarında çalışabilmekte, burada yaşayan müziyenler ise; kış aylarındaki durgunluğun neticesinde, olumsuz etkilenmektedirler... (Müziyen, MÇ)."

"...Olumlu bir etkileşim olduğunu düşünebilirim. Bodrum popüler bir bölge ve buradaki müziyenlerin kedilerini tanıtmaya ve duyurma şansı olmaktadır. Ancak, turizm kısa bir dönemde gerçekleşmektedir ve bu durum, müziyen ve sanatçılar için bir kaç ayla sınırlıdır. Turizm, Bodrum'un kültürel özellikleriyle de çeşitlendirilerek, 12 aya yayılmalıdır... (Organizatör, EK)."

- Bodrum'da kültür turizminin gelişimine katkıda bulunma yolları:

"...Bodrum'da kültür turizmi, festivaller ve müzik etkinliklerinin gelişmesi için bir alt yapı oluşturulmalıdır. BKST'nin kuruluş amacı, Bodrum'da kültür turizmini destekleyen tüm unsurların, yerel halk ve ziyaretçilere tanıtılması, kültür turizmini destekleyen etkinliklerin daha iyi organize olması için yollar aramaktır. Her ay on bin adet dağıtılmaktadır. BKST aylık kültür ve sanat gazetesi çıkartmaktadır. Bu gazetede, Bodrum'daki tarihi ve kültürel yapıya ait zenginlikler anlatılmakta ve düzenlenen festivaller ve etkinliklerin yayımlanmasıyla ziyaretçiler bilgilendirilmektedir. Bodrum'daki festivaller ve müzik etkinlikleri ayrıca, kültürel değerleri de tanıtıyor ve kültürümüzü aktarmaya yardımcı oluyor. En önemli eksiklik aylık ve yıllık etkinlik ve festival takviminin olmayışıdır. BKST bu anlamda da bu açığı kapatmak için çalışıyor. BKST düzenlenen festivalleri ve müzik etkinliklerini desteklemek amacıyla, etkinliklere dair afiş bastırıyor, web sitesinden duyuru yapıyor, belediyeden açık alan ilan tahtası (billboard) olarak etkinlikleri, kültür turizmini desteklemesi ve destinasyonun genel tanımı açısından destekliyor... (BKST kurucusu- NC)."

“ ...Bodrum’da, kültürel etkinlik anlamında, çok gelişmiş ve istikrarlı organizasyonlar, hala gerçekleştirilememiştir. Ünlü sanatçılar, gelip konser vermekte ve cebini doldurmaktadır. Bu anlamda, kültüre dayalı organizasyonlar gerçekleştirilmelidir... (Müziyen, MÇ).”

“ ...Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziği etkinliklerini düzenledim. Bodrum’un müziğini ve diğer, kendine has ürünlerini ve özelliklerini tanıtıcı etkinlikler yapmalıyız. Bu, Bodrum’da, kültür turizmi açısından, büyük bir eksiklik... (Organizatör, EK).”

- Gelecekte Bodrum’un kültür turizmi destinasyonu özelliğinin güçlenmesi için müzisyenlere düşen roller:

“ ...Sanatçıların, katılacağı etkinlikler ve festivaller, kültür turizmini geliştirecek nitelikte olmalı, bu anlamda organizatör de sanatçı da kültür turizminin gelişimi açısından stratejik düşünüp, ilk sıraya maddi kazancı ve kişisel tatminlerini koymamalı. Uzun vadeli ve stratejik düşünürse hem kültür turizmine katkı sağlayacağını hem de daha fazla kazanç elde edeceğini bilmelidir. Maalesef sokak müziği, sanatçılar tarafından alt kültür olarak görülüyor. Sanatçılar tutucu ve kapalı sanat anlayışından kurtulmalı, repertuarlarını tüm ziyaretçilere hitap edecek şekilde geliştirmelidirler. Bodrum belediyesi, kaliteli sokak müzisyenleriyle işbirliği yapıp, sanatçıların tüm masraflarını karşılayabilir ve Bodrum sokaklarında bu kültürü geliştirebilir. Bu durum, Bodrumdaki çağdaş sanat anlayışının var olduğu ve kültür zenginliğinin yüksek olduğu bir algı yaratabilir... (BKST kurucusu- NC).”

“ ...Gerçekten, kültüre hizmet etme bilincinde olmak lazım, ilk başta. Müzisyen ve sanatçıların, birden fazla müzisyen ve sanatçıyla, uyum içinde çalışabilmesi için, anlayışlı olmaları gerekmektedir. İyi organizasyonlarda, ilk etapta, maddi karşılık beklemeden de yer alabilmelidir, müzisyenler... (Müziyen, MÇ).”

“ ...Müzisyenler, Bodrum’un müziğini ve kültürünü iyi tanımalı ve araştırmalıdır. Dünya müzikleri açısından bilgi sahibi olmalı ve kültürel bilince sahip olmalıdırlar...(Organizatör, EK).”

- Bodrum’da kültür turizmi amaçlı müzikal etkinlik ve festivallere yerel yönetimin yaklaşımı:

“ ...Bodrum belediyesi kültür turizmi açısından bir politikaya sahip; fakat uygulanması konusunda bazı sorunlar olabiliyor. Daha verimli web sayfaları ve Bodrum kültürünü ve etkinliklerini sunan turizm paketleri oluşturulmalıdır belediye tarafından. Alt yapıdaki yetersizlikler de belediyenin elini kolunu bağlayabiliyor. Belediyenin bu anlamda uygulanabilir bir strateji geliştirmesi, daha deneyimli ve yaratıcı personel bulundurması, Bodrumdaki kültür turizmi potansiyelini çıkartmak için etkinliklere ve kültürel tanıtımlara ağırlık ve önem vermesi gerekmektedir... (BKST kurucusu- NC).”

“ ...Bodrum’da, müzisyenlerin ya da müzik gruplarının çalışmalarını yapabilmeleri için ve bu çalışmaları etkinlik şeklinde sunabilmeleri için, çalışma alanları ve sahne eksiklikleri

vardır. Turizme tahsis edilen birçok alan vardır; fakat sahne ve etkinlik alanları, sınırlıdır. Bodrum Belediyesi, bu anlamda, destekleyici olmalıdır. Bunun yanında, Bodrum'da düzenlenen festivallere, Bodrum Belediyesi, katkıda bulunmaktadır ... (Müzisyen, MÇ)."

"...Bodrum'un kültürünü yansıtır tanıtacak organizasyonların düzenlenmesi, en başta belediyenin görevidir. Halkı bilinçlendirmeli ve sivil toplum örgütleri ve sanatçılarla işbirliği içinde olmalıdır. Bu anlamda, etkinlik eksikliği olduğunu söyleyebilirim... (Organizatör, EK)."

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler analiz edildiğinde turizm, sanat, etkinlik, sanatçı ve dinleyiciyi içeren bir sistemin inşa edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Bunun için öncelikle fiziki altyapı eksikliklerinin (ulaşım, enerji, açık ve kapalı havada etkinlik mekânları vb.) giderilmesi gerekmektedir. Bu sorumluluk özellikle yerel yönetime düşmektedir. Diğer bir önemli sonuca göre mevsimsellik birçok sektörü olduğu gibi müzikal etkinlik düzenleyicilerini de olumsuz etkilemektedir. Düşük sezonda ve kış aylarında azalan ziyaretçi sayısı kültürel etkinlik katılımcılarının sayısını ciddi oranda düşürmektedir. Bu konuda tur operatörleri, havayolları ve konaklama işletmeleri ile ortak çözümler arama gereği ortaya çıkmaktadır. Canlı müziğin kültür amaçlı ziyaretçileri çekmede büyük önem taşıdığı sonucu ortaya çıkmıştır. Canlı müzik etkinliklerinin hem sayısal olarak artması hem de zamansal ve mekânsal olarak tüm ilçeye yayılması önem taşımaktadır. Ziyaretçi sayısını artırmanın ve ilgiyi canlı tutmanın diğer bir yöntemi ise dünyaca ünlü müzisyenlerin Bodrum'a çeşitli vesilelerle getirilmesidir. Bu noktada ünlü müzisyenler için kolaylaştırıcı çözümler sıkça kullanılmalıdır. Toplanan verilerden çıkan diğer önemli bir sonuç kültür ekonomisi, kültür pazarlaması, yaratıcı ekonomi, yenilikçi kent gibi kavramların Bodrum örneğinde hayata geçirilmesinin gerektiğidir. Gerçekten, farklı müzikal etkinliklere sahip olmak ile onları ulusal ve uluslararası müzik pazarlarına tanıtabilmek ayrı şeyler olarak belirginleşmiştir. Bu noktada, ünlü kişiler ve medyanın etkisinden yararlanma becerisi akla gelmektedir. Araştırma verilerinde ortaya çıkan diğer bir konu küresel/yerel kültür ikileminin yarattığı sancılardır. Bodrum her iki kültüre aynı anda dokunabilen bir destinasyon olarak yerel kültürel mirasının bozulmaması ve korunması konusunda müzikal çözümlere de muhtaç durumdadır. Son olarak araştırma verilerine göre kurumsal bir destinasyon tanıtımı kapsamında müzikal etkinliklerin pazarlanması kültür turizmini canlandırmak için gerekli görülmektedir. Bodrum mevcut imajı (elit, estetik, çok kültürlü, hoşgörülü) ile uyumlu biçimde karma nitelikli büyük festivaller düzenlemek ve müzikal etkinlikleri bu festivale dahil etmek şansına sahiptir.

SONUÇ

Turizmin, belli aylarda Bodrum kapasitesinin üstüne çıkmasından dolayı, hızlı bir gelişme ve kültüründe yozlaşma olduğu sonucuna varılmıştır. Müzisyen ve sanatçılar daha çok turizm işletmelerinin (otel, restoran vb.) etkisi altında hizmet sunmaktadırlar. Bu durumda özgünlük ve özgürlük sorunu ortaya çıkmaktadır. Süre kısıtlaması, belli müzik kategorilerine odaklanma, maliyete odaklanma gibi sorunlar kültürel tüketimle tezat

oluşturabilmektedir. Bu nedenle müzikal etkinlik ve festivallerin turistin geldiği zamana göre düzenlenmesi alışkanlığından vazgeçilerek yılın tümüne dengeli biçimde yayılması ve turistin kültürel etkinliğin peşine takılması sağlanmalıdır. Müzisyenler turistin olduğu yer ve zamanda etkinlik düzenlemek yerine en iyi performans sunabildikleri yer ve zamanları tercih etmelidir. Doğru olan sadece sanatçının turistlerin peşinden gitmesi değil, aynı anda turistlerin sanatçı ve etkinliklerin peşinden gitmesidir. Bunu markalaşan sanatçılar, gruplar, festivaller, müzisyenler ile başarmak mümkün olabilir. Ancak; markalaşma sürecinde yerel yönetim, turizm esnafı, mesleki birlik ve örgütler gibi çeşitli kurum/kuruluşların desteği gerekmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki öneriler geliştirilmektedir:

- Turizmi mevsimsellik özelliğinden kurtararak, 12 aya yaymayı başarmak önemlidir. Bodrum yerel halkını, belediye ve çeşitli kurumlar, Bodrum'un yerel ve kültürel özelliklerini iyice tanımalı, sahip çıkmalı ve üzerinde çalışmalar yaparak, iyi organize edilmiş ve istikrarlı festivallerle, Bodrum'un kültürünü sunabilmelidir. Bu durum kültür erozyonunu da önleyecektir.
- Kültür ve sanat festivallerinin, daha çok talep görmesi için, iyi bir organizasyonun yanı sıra, yörenin alt yapısını hızla iyileştirmesi gerekmektedir. Bodrum'daki bu kültürel zenginlik, ilçenin fiziksel sorunlarıyla örselenmemelidir. Bodrum'da müzisyen, sanatçı ve organizatörler arasında, sağlıklı bir ilişki kurulamadığının, bu durumun organizasyonlara ve tanıtıma olumsuz yansıyacağı sonucuna varılmıştır.
- Bodrum Müzisyenler Derneği adı altında, müzisyen ve sanatçıları bir çatı ve amaç altında toplayabilecek bir dernek ya da kurum kurulmalıdır. Bodrum'un tarihi ve kültürel çekiciliklerinin oldukça fazla olduğu; fakat organizasyonlardaki eksikliklerin ve istikrarsızlığın, kültür tanıtımı ve kültür turizmini olumsuz etkilediği sonucuna varılmıştır. Bunun için uzmanların ve danışmanların kullanımı özendirilmelidir.
- Etkinlik ve festivalleri, Bodrum'da var olan tarihi ve kültürel çekiciliklerle harmanlayıp sunabilecek ve organizasyon anlamında artılar getirebilecek festival düzenleyicilere ihtiyaç olduğu görülmüştür. Bu konuda, yöreyi iyi tanımak ve festival organizasyonlarına hâkim olmak gereklidir. Bodrum Belediyesi'nin ve destekçilerin, kültür turizmi konusundaki girişimlerin yetersiz kaldığı ve organizasyon yapanları tam destekleyici tutumda olmadıkları sonucuna varılmıştır.
- Bodrum Belediyesi, aylık/yıllık etkinlik ve festival takvimi oluşturmalıdır. Bu takvimler yazılı, görsel, işitsel, internet, sosyal medya gibi ortamlarda farklı dillerde sürekli paylaşılmalıdır. Havalimanları, otogar ve diğer terminalerde ücretsiz dağıtılmalı, grup veya bireysel rezervasyon için Belediye ve diğer kurum/kuruluşların web sitesi üzerinden çevrimiçi (online) satın alma olanakları sunulmalıdır.
- Bodrum'da düzenlenen festival ve müzik etkinliklerine destek olan ve bu konuda çalışan BKST'nin ve bu tarz kurumların Bodrum Belediyesi tarafından desteklenmesi gerekmektedir.
- Bodrum Belediyesi iyi bir kültür, tanıtım ve etkinlik stratejisine sahip olmalıdır ve uygulanabilir olmalıdır.

- Bodrum Belediyesi, ulusal ya da yerel kültürel ve festival turizmi örnekleri ve projelerinden yararlanabilir ve Bodrum'un özelliklerine bağlı kalarak, Bodrum destinasyonu için örnek teşkil edilebilir.
- Konser, festival ve etkinlik alanlarının, sahnelerin yetersizliği, festival turizminin gelişimini olumsuz etkilemektedir. Bodrum'daki mekân sorunu çözümlenmelidir.
- Bodrum Belediyesi, dünyaca ünlü 'sokak müzisyenleriyle' Bodrum'da sokak müziği projesini ve kültürünü başlatabilir. Destinasyonun kültürel ve sanatsal imajı açısından oldukça önemlidir. Fransa'da 21 Haziran tarihinde uygulanmakta olan "müzik gecesi" projesinde olduğu üzere yılda bir güne mahsus gündüz ve gece sürekli ücretsiz müzik etkinliği sunulan bir festival organize edilebilir. Bu festivalde yerel/ulusal/uluslararası amatör ve profesyonel müzisyenler yer alabilir.
- Yabancı ziyaretçiler, kendi kültürlerine ait müziklere hâkimler ve biliyorlar. Kendi müziklerinin yanı sıra, Bodrum'un kendine has halk müziği, halk oyunlarını içeren paketler hazırlanmalı ve Bodrum kültürü tanıtılmalıdır.

Bu araştırmanın çeşitli kısıtları vardır. Henüz araştırma devam ettiğinden örneklem sayısının gelecekte artması ve daha genellemeye uygun sonuçlara ulaşılması hedeflenmektedir. Bu nedenle, mevcut analiz sonuçları kısıtlı bir örneklem grubunu temsil etmektedir. Çalışmanın ileride etkinlik turizmi literatürü ile daha zengin bir içeriğe kavuşturulması ve yeni boyutlar eklenmesi gerekmektedir. Yeni araştırmalarda Bodrum dışı destinasyonlarda müzikal etkinliklerin kültür amaçlı ziyaretçilerle olan ilişkisi araştırılabilir. Diğer yandan; turistik destinasyonlarda kültürel ürün sunucuları olarak müzisyenler ve diğer sanatçılar üzerine araştırmalar yapılması gerekmektedir. Bu sanatçıların çalışma koşulları, turiste ve turizme olan bakışları, gelir ve eğitim durumları gibi pek çok konu gelecekte araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Arınc, P. C. (2002). *Selçuk'ta kültür turizmi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Atak, O. (2009). *Türk turizminin tanıtımında festivallerin yeri ve önemi: Antalya örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çeken, H. (2004). Küreselleşme eğilimlerinin uluslararası turizm hareketlerine etkisi ve Türkiye. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, (12), 1-11.
- Duman T., Kozak, M., ve Uysal M.S. (2007). Turizmde ürün çeşitliliği yoluyla ürün değeri oluşturma: Türkiye'deki arz kaynakları üzerine bir inceleme. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*.18(2), 206-214.
- Eralp, Z.(1983). *Genel turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu.
- Gibson, C., and Connell, J. (2005). *Music and tourism: on the road again*. UK: Channel View Publications.
- Kılıç B. ve Kurnaz A.(2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 2(4) 39-56.

- Kızılırmak, İ.(2006). *Yayla turizmi tanıtım açısından eko turizm türü olan yayla turizminin incelenmesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kömürcü, G. (2013). *Etkinlik turizmi çeşidi olarak festivaller: Bozcaada yerel tatlar festivali örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Labate, E.A. (2009). *Music and tourism in Cusco, Peru: culture as a resource*. (Unpublished doctoral dissertation), University of Texas at Austin, USA.
- Lashua, B., Spracklen, K., Long, P. (2014). Introduction to the special issue: music and tourism. *Tourist Studies*, 14(1): 3-9.
- Thimm, T. (2014). Immaterial world heritage tango-commodification of dance as a tourism product in Buenos Aires. *IGU Regional Conference*, Krakow, Poland.
- Uslu A., Kiper T.(2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*.3(3), 305-313.
- Usta, Öcal, (1992). *Turizm*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Uygur S., Baykan E.(2007).Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri.*Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*,2.

DESTİNASYON MARKALAŞMASINDA MİTOLOJİK LOGO ve AMBLEMİN ÖNEMİ: MUĞLA ARAŞTIRMASI

Uysal YENİPINAR

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
uysalyenipinar@mersin.edu.tr*

Oya YILDIRIM

*Öğr. Gör., Çukurova Üniversitesi Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
oyildirim@cu.edu.tr*

ÖZET

Günümüz turizmde, makro düzeyde ülkeler arasında yaşanan rekabet, mikro düzeyde destinasyonlar, kentler ve beldeler arasında yaşanmaktadır. Yaşanan rekabet ortamında destinasyonların farklı özgün değerlerini ön plana çıkararak markalaşması önemli olmaktadır. Bu durum, rakiplerin kolay taklit edemeyeceği doğal, tarihi ve kültürel öz değerlerin simge, logo ve amblem gibi akılda kalıcı görsel mesajlarda yer almasının önemini artırmaktadır. Bu nedenle çalışmanın amacı, Muğla destinasyonu marka kimliğini yansıtan simge ve imgelerin belediye logo ve amblemlerinde kullanılma sıklığı ve farkındalığını araştırmaktır. Çalışmanın evreni yerel belediyeler, örneklem kitlesi ise 7 ilçe belediyesidir. Bu amaçla, toplam 7 ilçe belediyesinin internet sitelerindeki logo ve amblemler, yerel, tarihi, kültürel öz değerler ve mitolojik öykülerden esinlenme sıklığı açısından içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, 6 belediyenin amblem ve logolarında yerel imgelerin marka değeri olarak kullanıldığı, 1 belediyenin logosunun ise yerel değerleri yansıtmadığı anlaşılmıştır. Sonuç olarak; yerel belediyelerin çoğunluğunun öz değerler konusunda bilinçli olduğu, ancak amblem ve logoların simgelerin anlaşılabilirliği, şekil, renk ve kalite gibi konularda yetersiz kaldıkları gözlenmiştir. İlgili belediyelerin amblem ve logolarını geliştirme ve dizayn aşamalarında destinasyon turizm uzmanları ile teknik tasarımcılardan yararlanmaları önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Markalaşma, Öz Değer, Amblem-Logo, Muğla Destinasyonu.*

GİRİŞ

Destinasyon, en basit şekliyle “ziyaret edilen yer” anlamı taşımakta ve “seyahat eden kişilerin geçici olarak kaldığı yer” olarak tanımlanmaktadır (Atay, 2003, s. 145). Turizm destinasyonu ise, turist toplumunun yerel toplum içinde bulunduğu coğrafi bir yer ya da bölgeyi ifade etmektedir (Tinsley ve Lynch, 2001, s. 367-378). Turizm bir kentin ulaşmak istediği hedeflere varmada sağladığı ekonomik katkılardan dolayı önemli bir sektördür. Ziyaretçilerin gideceği destinasyonu seçmesi ise çok sayıdaki alternatifler arasından tercih yapması ile gerçekleşmektedir. Sektörde makro ve mikro düzeyde yaşanan bu rekabet ortamında artık ülkesel pazarlama yerine bölge ve kent olarak pazarlama hakim olmaya başlamıştır. “Bir yerin öz niteliklerine uygun olarak oluşturulan bir destinasyon kimliğinin seçili hedef kitlelere yönelik etkin iletişim çabaları” olarak tanımlanan destinasyon pazarlaması ile bölge, belde ve kent pazarlaması da gerçekleştirilebilir (Rainisto, 2013, s. 12).

Küresel rekabette saf tutan çağdaş destinasyon pazarlamacılarının, belki de en güçlü görülen silahı destinasyon markalamasıdır (Sezgin ve Ünüvar, 2011, s. 54). Destinasyon markalaması, destinasyona ilişkin tutarlı bir marka kimliği oluşturmak ve olumlu imaj geliştirme çalışmalarıyla destinasyon markasını farklılaştırmak şeklinde tanımlanmaktadır (Cai, 2002, s. 722). Rakip destinasyonlara göre daha derin anlam taşıyan, duygusal değeri yüksek, seyahat etmek için daha fazla para ödenebilen destinasyonlar markalaşmış destinasyonlardır. Markalaşmak, bir kimlik oluşturmaktır. Hem destinasyon markası, hem de destinasyon markalamasının odak noktası ise marka kimliğinin geliştirilmesidir. Markanın tıpkı bir insan gibi onu diğerlerinden farklı kılan bir kimlik taşıması gerektiğine inanılmaktadır. Marka kimliği, markaya ait anlamı, kültürel ve sosyal tüm yönleri kapsar. Marka bir ad olmaktan daha fazla, ürüne bir kimlik ve kişilik katan, tüketicilerin algılarıyla şekillenen, ürün tercihlerinde tüketicilere rehberlik eden bir varlık olarak karşımıza çıkmaktadır (Kaypak, 2013, s. 341). Marka kimliği destinasyonu temsil edeceği için bu kimlik, destinasyonun ne olmak istediğini göstermelidir (Sezgin ve Ünüvar, 2011, s. 101-102).

Destinasyon markalaşmasında bölge için bir kimlik oluşturma kadar önemli bir diğer konu ise marka konumlandırmanın gerekliliğidir. Marka konumlandırma, rakip marka imajlarını dikkate alarak; tüketicilerle ilişkilendirecek güçlü bir yararı, hedeflediği pazar bölümüne geçerli kılacak şekilde markayı farklılaştırma amacı taşımaktadır (Uztuğ, 1999, s. 144). Başarılı ve güçlü bir marka meydana getirmenin ön koşulu, markanın rakiplerinden “farklılaştırılmasıdır” (Kapferer, 1992, s. 96).

Turizm pazarlarında isim olarak tanınmak ve diğer destinasyonlara göre farklılaşmak, marka imajı yaratmanın en geçerli yoludur. Turistik ürün ve hizmetlerin kolay taklit edilebilir olması ve rakiplerin birbirlerinin faaliyetlerini yakından izleme olanağı bulmaları turizm destinasyonlarının birbirine benzemesine neden olmakta ve marka imajı yaratmada önemli bir sorun olarak gündeme gelmektedir. Diğer taraftan her destinasyonun kendine özgü nitelikleri bu konuda önemli fırsatlar sunabilmektedir. Bölgesel farklılıklar kullanılarak, ürüne bir anlam katılabilmekte ve rakip destinasyonlara göre de kalıcı bir farklılık elde edilebilmektedir (Doğanlı, 2006, s. 84). Destinasyon markası yaratılırken bölgenin olumlu ve ayırt edici, özgün özelliklerini dile getiren isim, sembol, logo, amblem, slogan ve işaretlerden yararlanılabilmektedir.

Günümüzde çok sayıda uzman, pazarlamanın kentlere ve destinasyonlara uygulanabileceği ve her kentin, ticari şirketlerin ürün ve hizmetleri gibi pazarlanabileceği konusunda hemfikirdir. Ancak kent ve bölge pazarlamasında kentlerin yerel kimliklerini dikkate alan, turizm, şehir düzenlemesi ve mimari, bölgesel coğrafya ve yerel değerler gibi çok sayıdaki farklı boyutuyla pazarlamaya konu olabilir (Rainisto, 2003, s. 10). Dolayısıyla kent markası, söz konusu kenti ve onun sahip olduğu olanakları diğer kentlerden ayıran, hem rasyonel hem de duygusal nitelikteki özgün inançlar kümesidir. Bu doğrultuda, marka kent, markalaşmış, marka olmuş kent anlamına gelmektedir (Kaypak, 2013, s. 345). Bölge ve kentlerin sahip olduğu kültürel, tarihi ve doğal değerler kentlerin tanıtılması ve

markalaşması için önemlidir. Zira, geçmişi olmayan bir kent, hafızasını yitirmiş insana benzer. Kent dokuları, mimarisi, ağaçlar, parklar, kütüphaneler, ibadet yerleri insanların yaşanmışlıklarının, çalışmışlıklarının ve kişisel tarihlerinin izleridir (Kaya ve dğr, 2007, s. 52-53). Bu açıdan kentlerin markalaşmasında bu özgün değerlere önem ve öncelik verilmesi gerekmektedir.

Son yıllarda, başta büyükşehir belediyeleri olmak üzere, pek çok il ve ilçe belediyesi yönetim biçimlerini yenilemekte, hizmetleriyle kendilerinin bir marka gibi algılanmasını sağlamakta ve kurumsal kimlik olarak birer logoya sahip olmak istemektedirler. Bu nitelikleriyle hem yerel sınırlar içinde hem de dışında daha çok tanınır hale gelmelerinin yarısını sürdüren kentler, kendilerini temsil eden amblem ve logolarla öne çıkmaya çalışmaktadırlar (Demir, 2012, s. 116).

İnsanlar sanata, farklı kültürlere giderek daha fazla ilgi duymakta, doğaya uyum gösterme, görsel değerleri öne çıkarma eğilimleri yükselmektedir. Sosyal yaşamın karmaşıklığı, stres, bozulan doğa, çevresel kirlilik, gürültü, trafik sorunları gibi olumsuzluklar, insanların huzur arayışlarını artırmaktadır. Bu durum insanları bu tür gereksinimlerini karşılayacak turistik destinasyonlara yöneltmektedir. Muğla destinasyonu bu özellikleri karşılayacak niteliktedir. Muğla destinasyonu öz değerlerinden geliştirilmiş simge, sembol ve diğer kavramlar bölgenin rakiplerinden ayırt edilip farklı kılınmasını sağlar. Bu doğrultuda çalışma konusu; Muğla bölgesinin sahip olduğu öz değerlere ait simge, sembol ve mitolojik imgelerin yerel belediyelerin isim, logo ve amblemlerinde kullanılma sıklığı olarak belirlenmiştir.

Destinasyon markalaşması son yıllarda yerli ve yabancı akademisyenlerin önem verdiği, üzerinde kavram ve kuramlar geliştirmeye çalıştığı bir konudur. Marka imajı ve algısı üzerine çok sayıda, markalaşma ile ilgili artan oranda araştırmaların yapıldığı gözlenmektedir. İlgili alan yazın taramasında sembol, simge, amblem gibi marka kimliği oluşturmada önemli unsurların kullanımı ile ilgili az sayıda çalışmanın yapıldığı belirlenmiştir. Çalışmanın bu yönüyle başta literatüre ve akademisyenlere, daha sonra destinasyon yöneticileri ile turistik işletme yöneticilerine ve yerel halkın bilinçlenmesine katkı sunacağı düşünülmektedir.

DESTİNASYON MARKALAŞMASINDA GÖRSEL UNSURLAR

Amblem, Logo ve Simgenin Önemi: Destinasyon markalaması, destinasyona ek çekiciliklerin kazandırılması sürecidir (Yavuz, 2007, s. 47). Bu süreçte diğer bir ifadeyle, destinasyonu markalaştırma çabaları çerçevesinde, destinasyonu en iyi şekilde yansıtacak bir logo veya amblem belirleme çalışmaları yapılmaktadır (Özdemir, 2008, s. 120). Çünkü, destinasyonların kendisini her yerde temsil edecek ve diğer destinasyonlar arasından ayırt edilmesini sağlayacak bir simgeye ve sembole ihtiyacı vardır. Logo ve amblem tasarımı marka, işletme, ürün kimliğini ifade eden ve akılda kalıcılığı sağlayan en etkili araçlardan biridir. Akılda kalıcılığı sağlama konusunda görsel hafızanın, işitsel ve sesli hafızadan çok daha etkili olduğu bilinmektedir (Çakır, 2013, s. 54). Broşürün, kataloğun ve posterlerin

grafik tasarımı dikkat çekici olmadığı takdirde insanlarda bakma ve inceleme isteği uyandırmamaktadır (Özdemir, 2008, s. 148). Bu yönüyle iyi bir destinasyon imajı yaratmada katkısı bulunan belediyelerin logo ve amblemlerini incelemek ayrı bir önem taşımaktadır. Ancak, belediyelerin logo ve amblemlerini incelemeye geçmeden önce bu kavramların açıklanarak, farklarının ortaya konması faydalı olacaktır.

Mitolojik Öyküler: Mitoloji, efsaneler bilimi anlamına gelmektedir. Mitolojik öyküler, çok eski zamanlarda gelmiş ve yaşamış olan ulusların inandıkları tanrıların, kahramanların, devlerin ve perilerin hayatından bahseden hikayelerdir. Her toplumun kendine özgü bir mitolojisi vardır ve bu mitolojiler temsil ettiği topluluğun aynası gibidir (Erhat, 1972).

Logo: “Bir ürünün, firmanın, hizmetin ya da destinasyonun isminin, harf ve resimsel öğeler kullanılarak sembolleştirilmesi” olarak tanımlanmaktadır. Amblemden farklı olarak ayırt edici özellikler yanında firmanın ismini de yansıtır (Gemci, Gülşen ve Kabasakal, 2009, s. 110). Diğer bir ifadeyle bir logo, markanın görsel sembolü olan bir amblem ile markanın isminin ayırt edici biçimde bir araya gelmesiyle oluşur (Ries, 1998, s. 125). Logo, bir markanın en önemli öğesi, hatta markanın imzası olarak görülmektedir. Dolayısıyla logo, işletmenin ya da destinasyonun kimliğinin ve modernizmin harmanlandığı bir yapıda olmalıdır (Klein, 2002, s. 51).

Amblem:Görsel sanatlar alanında “çizgi ve resimle yapılan işaretler” olarak adlandırılan amblem, daha geniş olarak “ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği taşımayan; soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgeler” şeklinde tanımlanmaktadır (Becer, 2005, s. 194; Koç ve Küçükarslan, 2008, s. 32; Kahraman, 2012, s. 110). Diğer bir deyişle amblem, farklı ve hatırlanabilir bir görsel kimlik yaratmak için logo ile birlikte kullanılan semboldür. Gün geçtikçe çoğalan firmaların birbirleri arasında fark edilmelerini sağlayan bir nesneye ihtiyaç duymaları amblemleri ortaya çıkarmıştır (Yılmaz ve Saymal, 2013, s. 168). Markanın tüketici tarafından akılda kalıcılığına hizmet eden resimsel sembolü amblemdir (Kahraman, 2012, s. 110). Amblemen tanımında dikkat etmemiz gereken önemli husus logodan farkını belirtmektir. Amblem bir sembol olarak ifade edilirken, logo markanın sembol ile bütünleştirilmesiyle oluşmaktadır (Aaker, 1991, s. 198).

Logotayp; amblem ile logonun bileşimidir, denilebilir. Diğer bir ifade ile; simge, biçim, formun; logonun karakter harf(ler)i ile bileşim uygulanarak (harf deformasyon ya da değişimi) ortaya çıkan görseldir. Günümüzde logo ile beraber kullanılsa da logo ile arasındaki farklar, tarihten bu yana kaynaklarda yerini almış ve öğretilmiştir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Çalışmanın temel amacı; Muğla destinasyonu marka kimliğini yansıtan doğal, kültürel ve mitolojik öz değerlere ait temaların destinasyonda yer alan belediyelerin simge, logo ve amblemlerinde kullanılma sıklığı ve farkındalığını araştırmak ve konunun önemine dikkat çekmektir. Antik çağda Muğla-Bodrum arası Karya, Fethiye ise Likya olarak anılmaktadır

(Özsalmanlı ve Pank, 2012, s. 5). Antik Karya Bölgesi'nin en eski yerleşim alanlarından olan Muğla ili ve ilçeleri tarihi kalıntılar açısından zengin olup, 102 adet antik kent bulunmaktadır. Bunların dışında tescillenmemiş ama yeri bilinen birçok (yaklaşık 50 adet) antik kentin varlığı da bilinmektedir (Öz, 2007, s. 19). Doğal, tarihi, kültürel ve mitolojik değerler açısından zenginliği, Türkiye'nin en fazla turistik beldesine sahip olması, turistik işletmecilik geleneğinin uzun yıllardır süregelmesi Muğla bölgesinin çalışma alanı olarak seçilmesinde etkili olmuştur. Ayrıca, destinasyon markalaşmasında ve marka kimliği oluşturmada destinasyonu temsil edecek en öncelikli mercilerden birinin belediyeler olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, söz konusu destinasyonda araştırma için yerel belediyelerin logo ve amblemlerinin incelenmesine karar verilmiştir. Bunun yanı sıra Muğla destinasyonunda faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kullandığı logo ve amblemler başka bir çalışmanın konusu olarak düşünülmektedir.

Alan yazın taramasında logo ve amblemlerin farklı bilim dallarında ve çeşitli yönleri ile incelendiği çalışmaların (Öztürk, 2006; Küçükarslan ve Koç, 2008; Özdemir, 2011; Demir, 2012; Kahraman, 2012; Çakır, 2013; Yılmaz ve Saymal, 2013; Çakmak, 2013; Atam, 2014) var olduğu görülmekte, ancak logo ve amblemlerin destinasyon markalaşması açısından değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanılmamaktadır. Oysa turizm sektöründe markalaşmanın önemi her geçen gün artmaktadır. Turizmde söz sahibi olmak isteyen destinasyonlar sadece isimleri ile değil kullandıkları logo ve amblemler ile de ziyaretçilerin zihninde destinasyon markası hakkında çağrışımlar yaratmaktadır. Bu nedenle yerel belediyelerin logo ve amblemlerinin tarih, kültür ve mitolojik öz değerler gözetilerek tasarlanması kentin, bölgenin marka değerini ve rakiplerinden farklılığını vurgulaması açısından önemlidir. Bu nedenle çalışmanın Turizm İşletmeciliği Bilim alanına farklı bir bakış açısı kazandıracağı öngörülmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın evrenini Muğla iline bağlı ilçe belediyeleri oluşturmaktadır. Muğla ili biri merkez olmak üzere 13 ilçe belediyesi tarafından yönetilmektedir. Zaman kısıtı nedeni ile tüm hedef kitle araştırmaya dahil edilmemiş örneklem alma yoluna gidilmiştir. Araştırmanın örneklemine ise, Muğla iline bağlı 7 ilçe belediyesi oluşturmaktadır. Örneklem alınmasında söz konusu destinasyondaki yatak kapasiteleri dikkate alınmış, turistik işletme ve yatırım belgeli yatak sayısı en fazla olan toplam 7 ilçe belediyesi araştırmaya dahil edilmiştir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014). Bu ilçe belediyeleri, Bodrum, Marmaris, Fethiye, Milas, Ortaca, Datça ve Ula'dır. Toplam 7 ilçe belediyesinin kullandığı simge, logo ve amblemler 01.08.2014-15.08.2014 tarihleri arasında internet sitelerinde yer alan bilgilerden yararlanılarak incelemeye tabi tutulmuş, bu simge, logo ve amblemlerde kentin öz değerlerine ne kadar yer verildiği değerlendirilmeye çalışılmıştır.

ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Çalışmada mali olanakların yetersizliği, araştırma alanında yer alan belediyeler arasındaki mesafeler, ulaşım zorluğu ve zaman yetersizliği gibi etkenler araştırmada bazı kısıtların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kısıtlardan bazıları şunlardır;

- Araştırma alanı Muğla destinasyonundaki 7 yerel belediye ile sınırlandırılmış, destinasyondaki diğer belediyeler, konaklama işletmeleri, acentalar, hediyelik eşya dükkanları, restoranlar, bar ve kafeler gibi diğer turistik tesisler araştırmaya dahil edilmemiştir.
- Yüz yüze görüşme veri toplama tekniği kullanılarak, logoların yaratılış öykülerini derlemek mümkün olmamış, araştırmada internet sitelerinde kullanılan logo, amblem ve simgeler dikkate alınmıştır. Bu nedenle, araştırma sonucunda elde edilen bulgular, Muğla destinasyonundaki yerel belediyelerin internette ulaşılabilir logo, isim, simge ve amblemleri ile sınırlıdır.
- Araştırma sonuçları araştırmaya konu olan Muğla destinasyonu ile sınırlıdır, başka destinasyonlar için genellenemez.

BULGULAR

Araştırma kapsamında Muğla iline bağlı 7 adet yerel belediye logosu incelenmiştir. Bunlar; Bodrum, Marmaris, Fethiye, Milas, Ortaca, Datça ve Ula'dır. **Şekil 1**'de, Muğla destinasyonunda en fazla turistik yatak sayısına sahip olan Bodrum ilçesinin logosu yer almaktadır.



Şekil 1: Bodrum Belediye Logosu

Bodrum Belediye logosu incelendiğinde; tarihi Bodrum kalesi, denizaltından çıkarılarak aslına uygun şekilde onarılıp kale içindeki müzede sergilenen antik batık tekne ile tekne içinde bulunup müzede sergilenen amforaların imge olarak kullanıldığı görülmektedir. Diğer yandan görsel imgeler yazı ile de desteklenerek kentin günümüzdeki ismine, parlament mavisi logo rengi ile Bodrum'un kıyı kenti olduğuna vurgu yapılmak istendiği anlaşılmaktadır. Bodrum'un yerel değerlerinden 5'ini çarpıcı şekilde vurgulayan başarılı bir logodur.



Şekil 2: Marmaris Belediye Logosu

Marmaris belediye logosu incelendiğinde; logoda mavi, kırmızı ve sarı renklerin kullanıldığı ayrıca martı sembolüne yer verildiği görülmektedir. İlçe uzun süren yaz mevsimi, uygun iklimi, zengin tabii güzellikleri ve yat limanları ile önemli bir turizm merkezidir. Bu renkler ve martı sembolü deniz ve güneşi simgelediği için logoda kullanımı uygundur. Ancak Karia'nın liman kenti olan Marmaris'de turuncgiller, tahıl, zeytin, yerfıstığı gibi birçok tarım ürünü de yetişmektedir. Ayrıca arıcılık gelişmiş, ilçenin çam balı meşhur olmuştur. Bu nedenle Marmaris belediyesinin logosunda kullanılan simgelerin ilçenin öz değerlerini tam olarak yansıttığını söylemek mümkün değildir.



Şekil 3: Fethiye Belediye Logosu

Fethiye belediye logosu incelendiğinde, deniz mavisi rengi ile Ölüdeniz' berraklığının, yeşil rengi ile Fethiye kıyılarının yeşil doğasına vurgu yapılmak istendiği anlaşılmaktadır. Muğla'nın turizm açısından en gelişmiş ilçelerinden biri olan Fethiye'de bulunan Belcekız Plajı ve Ölüdeniz isimlerini mitolojik bir öyküden almaktadır. Logoda; Ölüdeniz ve Belce Kız plajının temsili bir krokisine yer verilerek simgesel bir coğrafi tanımlama kullanıldığı anlaşılmaktadır. Görsel yerel belediye adı yazılarak, marka ismi direkt kullanılmıştır. Logo tasarımı öz değerlerden yararlanıldığı ve doğal değerlerin ön plana çıkarıldığı anlaşılmaktadır.



Şekil 4: Milas Belediye Logosu

Milas Belediye logosu incelendiğinde; madalyon içinde zeytin dalı, tütün, arı ve mermer simgeleri görülmektedir. Logodaki simgelerin Milâs'ın tarihi ve doğal değerlerini simgelediği anlaşılmaktadır. **Yeraltı kaynakları imgesi:** Antik çağda ve günümüzde Milas kırmızı ve beyaz mermerleriyle ünlü olup önemli rezervlere sahiptir. Diğer yandan feldspat ve linyit gibi çok önemli yeraltı maden rezervleri bulunmaktadır. **Zeytin dalı:** Muğla ilinde en çok zeytin ağacına sahip ilçe, Milas'tır. Ülke zeytinciliğinin % 10'u Milas'tan karşılanır (Özer, 2014). **Bal ve Arıcılık:** Milas Muğla ilinin önemli arıcılık merkezlerinden biridir. Milas'ın 114 köyünden 65'inde 1400 aile arıcılıkla uğraşır. **Gümüşkesen Mezar Anıtı:** Gümüşlükte, Sodra eteğinde Gümüşkesen ismiyle anılan güzel bir mezar anıtıdır. Anıt antik Mylasa kentinden günümüze ulaşmış ve fazla hasar görmeden günümüze kadar sağlam kalmıştır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014).



Şekil 5: Ortaca Belediye Logosu

Ortaca belediye logosu incelendiğinde, deniz, hisar, domates, pamuk ve martı sembolleri görülmektedir. Karya'lılar tarafından M.Ö.3000-2000 yılları arasında kurulan Dalyan Caunos ve Sarıgerme-Pisilis antik kenti Ortaca kıyı şeridinde bulunmaktadır. Pamuk üreticiliği hep ön sırada yer almıştır. 1960 yılında Tariş Pamuk Fabrikası'nın kurulmasıyla pamuk üreticiliği had safhaya ulaşmıştır. 2.150 dekar araziden yılda 10.750 ton tarla domatesi üretilirken; 2.318 dekar seradan 20.230 ton sera domatesi üretilmektedir (T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı, 2009, s. 8). Ortaca belediyesinin logosunda kullanılan simgelerinin ilçenin öz değerlerinden geliştirildiği anlaşılmaktadır.



Şekil 6: Datça Belediye Logosu

Datça belediye logosu incelendiğinde; madalyon içinde tepede tarihi yel değirmeni, martı, deniz, güneş ve zeytin dalları simgelerinin kullanıldığı görülmektedir. Datça'ya özgü beş simgenin logoda yer aldığı anlaşılmaktadır.



Şekil 7: Ula Belediye Logosu

Ula Belediye logosu incelendiğinde; Ula'nın tarihi evleri, denizi ve kentte bisikletle gezinti yapılabileceğine vurgu yapılmıştır. Logo renkleri ve imgelerinde yerel değerlerin ön plana çıkarıldığı görülmektedir.

SONUÇ

Araştırmada, toplam 7 yerel belediyenin logosu tarihi, doğal, kültürel ve mitolojik öz değerleri yansıtmaya başarıları açısından incelenmiştir. Araştırma sonucunda, 6 belediye logosunda (eksikleri olmakla birlikte) öz değeri yansıtan imge ve simgelerin başarı ile kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu logolar; Bodrum, Fethiye, Milas, Datça, Ortaca ve Ula ilçe belediyelerinin logolarıdır. Diğer yandan 1 belediye logosunun ise öz değeri yansıtan imge ve simgeleri kullanmaktan oldukça uzak olduğu gözlenmiştir. Bu logo Marmaris ilçe belediyesinin logosudur. Marmaris Muğla destinasyonunda en çok turist çeken beldelerden biridir. Bu nedenle belediye logosunun beldenin öz değerleri ile uyumlu, daha anlamlı ve akılda kalıcı olması gerektiği düşünülmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda ulaşılan diğer tespitleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Bazı logo tasarımlarının ve logolarda kullanılan renklerin uyumsuz olduğu, simgelerin ise anlaşılır olmadığı saptanmıştır.
- Bir başka tespit, bazı logolarda kimi simgelerin abartılı, kimilerinin ise silik olduğu yönündedir. Örneğin, Ula belediye logosunda, Ula'nın tarihi evlerinin betimlenmesi olumlu olmakla birlikte, bu betimlemenin çok silik olması iyi bir logo olarak kabul edilmesini engellemektedir.
- Bazı logolardaki simgelerin çok karmaşık olup göz yorduğu tespit edilmiştir. Milas ve Ortaca belediye logoları bu tespiti örnek olarak gösterilebilir. Bu logolarda öz değerlere yer verilmiş olması doğru bir yaklaşımdır. Ancak simgeler kullanılırken mümkün olduğu kadar açık ve net olması, ilk bakıldığında olumlu bir fikir yaratması ve herhangi bir karmaşaya yer vermemesi açısından önemlidir.
- Yine bulgularda göze çarpan diğer bir tespit ise; yerel belediyelerin öz değerlerinin farkında oldukları ve bunu bir şekilde logolarına yansıtmak istediklerinin gözlenmesidir. Ancak logo oluşturmada, öz değer sembollerini kullanmada, logotaypın dizaynı gibi teknik konularda amatör ruhla hareket ettikleri de gözlenmiştir.

- Bazı logolarda öz değerlere yer verilmekle birlikte, mitolojik öykülere fazla yer verilmediği de bir diğer tespittir.
- Bodrum, Fethiye ve Datça belediye logolarının öz değerleri ve mitolojik öyküleri yansıtmaya açısından diğer belediyelere göre kısmen daha başarılı olduklarını söylemek mümkündür. Çünkü Bodrum belediye logosunda; Bodrum kalesi, kale içindeki müzede sergilenen antik batık tekne ve tekne içinde bulunup müzede sergilenen amforalar betimlenmiştir. Fethiye belediye logosunda; mitoloji de yer alan ve Ölü Deniz’ de bir plaja da adı verilen Belce Kız öyküsünün izleri görülmektedir. Datça belediye logosunda; yel değirmeni ve zeytin dalları simgelerinin kullanılması çok fazla karışıklık yaratmadan tarihi ve doğayı işaret etmektedir.

ÖNERİLER

Yukarıda açıklanan tespitlerden yola çıkarak getirilecek çözüm önerisi şu şekilde özetlenebilir. Marka değerini gösteren logonun anlaşılır, dikkat çekici ve kaliteli oluşu markanın tanınırlığını ve güvenilirliğini artıracaktır. Bu nedenle, önce logolarda kullanılacak semboller dikkatlice belirlenmelidir. Bunlar belirlendikten sonra turizm uzmanları ve turistik beldelerin logo ve amblemlerinin çizimi ve dizaynında konusunda uzman teknik bir ekipten yararlanılarak logo ve amblemler belirlenebilir.

Çalışmada; Muğla destinasyonu kavramı ile Muğla iline bağlı turistik yerel belediye ve beldelerin tek bir destinasyon çatısı altında toplanması ifade edilmiştir. Belediye ve beldelerin tanıtımı ve pazarlanmasında Muğla destinasyon örgütü ile ortak hareket edilmesi bütünsel yaklaşım, bilgi ve deneyim paylaşımı açısından önemlidir. Böylece beldelerin kimliği destinasyon marka ve kimliğini yansıtır nitelikte olabilir. Destinasyon planlama örgütü ile işbirliği içerisinde logo ve amblemlerde hangi öz değerlerin ön plana çıkarılacağı uzman ekiplerce tartışılıp karara bağlanabilir. Böylece kullanılacak logo ve amblemler destinasyonun genel kimliği, kalitesi, mesajı gibi konular ile örtüşebilecektir. Rakiplerin çoğaldığı günümüzde öz değerlere sahip çıkılarak korunmaları ve marka kimliğinde kullanılmaları önemlidir. Benzer tutum ulusal ve uluslararası tanıtım araçlarının kullanılmasında da izlenebilir. Böylece işin uzmanlarından yararlanılarak, bölge markasına değer katacak kaliteli ve yıllarca anımsanacak kalıcı logolar yaratılmalıdır.

Bu araştırmanın gelecekte daha da genişletilerek Muğla destinasyonundaki diğer belediyeler, konaklama işletmeleri hatta tüm turizm işletmeleri boyutunun da incelenmesi hedeflenmektedir. Bizden sonraki araştırmacılar konuyu kitap, broşür gibi başka alanlarda ve yüz yüze görüşme tekniğini kullanarak geliştirebilir ve farklı bulgulara ulaşabilirler.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. New York: The Free Press.
- Atam, A. A. (2014). Kurumsal kimlik çalışmaları: Beko örneği. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 4(2), 16-39.

- Atay, L. (2003). Destinasyon pazarlaması yönetimine ilişkin stratejik bir yaklaşım. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(2), 144-158.
- Becer, E. (2005). *İletişim ve grafik tasarım*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Cai, Liping A. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 720-742.
- Çakır, E. (2013). Akademik dünyanın kentsel imgelerinden mitolojik simgelerine üniversite logoları. *Milli Folklor Dergisi*, 12(97), 53-69.
- Çakmak, M. N. (2013). Belediye logoları hakkında bazı düşünceler. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 27(1-2), 1315-1326.
- Demir, H. (2012). Mersin’de kentsel kimlik göstergeleri olarak kullanılan logolara ilişkin bir değerlendirme. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 22, 115-122.
- Doğanlı, B. (2006). *Turizmde destinasyon markalaşması ve Antalya örneği* (Yayınlanmış doktora tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Erhat, A. (1972). *Mitoloji sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gemci, R., Gülşen, G. ve Kabasakal, M. (2009). Markalar ve markalaşma şartları. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 14,(1), 105-114.
- Kahraman, M. E. (2012). Marka oluşturma aşamasında amblemin yeri ve önemi. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 20, 107-116.
- Kapferer, J. N. (1992). *Stratejik brand management*, New Jersey: The Free Press.
- Kaya, E., Şentürk, H., Danış, O. ve Şimşek, S. (2007). *Modern kent yönetimi – I*. İstanbul: Okutan Yayıncılık.
- Kaypak, Ş. (2013). Küreselleşme sürecinde kentlerin markalaşması ve marka kentler. *Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14,(1), 335-355.
- Klein, N. (2002). *No logo*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Koç, A. ve Küçükarslan, Ö. (2008). Türkiye’de veteriner hekimliği ambleminin tarihsel gelişimi. *Veteriner Hekim Der. Dergisi*, 79 (3), 31-36.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2014). [URL: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,73796/milas.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Öz, H. (2007). Muğla’da yeri bilinmeyen 50 ören yeri daha var. *Muğla Kent Tarihi*, 5(3), 19-22.
- Özer, R. (2014). Tarihin, kültürün ve bereketin diyarı Milas. [URL: <http://mitso.org.tr/baskanimiz/>] (Erişim 10 Ağustos 2014).
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2011). Kentlerin gezgin imgeleri veya kent imgeleri giydirilen otobüsler. *Milli Folklor Dergisi*, 12(89), 41-53.
- Özsalkanlı, A. Y. ve Pank, C. (2012). Muğla’da büyükşehir belediyesi yapılanması sürecine ilişkin bir değerlendirme. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2.
- Öztürk, G. (2006). Logonun kurum kimliği üzerindeki etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 1-17.

- Rainisto, S. K. (2003). *Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and The United States* (Unpublished doctoral dissertation), Helsinki University, Helsinki, Finland.
- Rise, A. ve L. (1998). *Marka yaratmanın 22 kuralı*. (Çev. Atakan Özdemir) Ankara: Mediacat Yayınları.
- Sezgin, M. ve Ünüvar, Ş (2011). Sürdürülebilirlik ve şehir pazarlaması ekseninde yavaş şehir. Konya: Çizgi Yayınevi.
- T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı (2009). Ortaca İlçe Raporu. [URL: <http://geka.org.tr/yukleme/dosya/ORTACA.pdf>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Tinsley R. & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International Journal of Hospitality Management*, 20(4), 367-378.
- Uztuğ, F. (1999). *Siyasal marka: Seçim kampanyaları ve aday imajı*. Ankara: Mediacat Yayınları.
- Yılmaz, M. ve Saymanlı, M. (2013). Göstergebilimsel yöntem ışığında otomotiv firmalarının amblemlerinin çözümlenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 12(23), 167-179.
- Yavuz, M. C. (2007). *Uluslararası destinasyon markası oluşturulmasında kimlik geliştirme süreci: Adana örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.

TURİSTİK DESTİNASYON SEÇİMİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE BELİRLENMESİ: YERLİ TURİSTLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ümit ŞENGEL

*Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
umits@sakarya.edu.tr*

Salim İBİŞ

*Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
salimibis@sakarya.edu.tr*

Burhanettin ZENGİN

*Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
bzengin@sakarya.edu.tr*

Orhan BATMAN

*Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
obatman@sakarya.edu.tr*

ÖZET

Turistik faaliyetlerin gittikçe yoğunlaşması, turistik bölge diye nitelendirilen destinasyonların önemini giderek arttırmaktadır. Turist çekme bakımından oldukça önemli olan turizm bölgeleri turistik çekiciliklere sahip olmak durumundadır. Turistik destinasyonların talep çekmek adına kendilerini geliştirmek ve bu gelişimlerini pazarlama faaliyetleri ile tüketicilere aktarmaları gerekmektedir. Destinasyonlar Talep kaynaklı değerlendirildiğinde ise turistlerin bir takım özelliklerine göre farklı şekilde tercih mümkün olabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Bu çalışmada turistik destinasyon tercihlerinde demografik özelliklere farklılık var mıdır? Sorusundan hareket edilmiştir. Bunun için 421 kişiye anket yapılarak veriler toplanmıştır. Bu anketlerden demografik özelliklere göre destinasyon tercihi farklılıkların olup olmadığı test edilmiştir. Anketlerin önemli bir kısmı online, diğerleri ise yüz yüze yapılmıştır. Veriler neticesinde demografik özelliklerin turistik destinasyon tercihlerindeki etkileri tespit edilmiş ve konu ile ilgili bulgular değerlendirilerek sonuçlara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Turizm, Turistik destinasyon, Destinasyon seçimi.*

GİRİŞ

Turizm sektörü, dünyada en hızlı gelişen ve ülke ekonomileri açısından en çok gelir getiren sektörlerden bir tanesidir. Turizm sektörünün bu gelişimi, ülkelerin busektörden daha çok pay alma isteklerini de arttırmaktadır. Böylece ülkeler istedikleri pazar paylarına ulaşmak için ellerindeki tüm imkânlarıyla rekabet etmek zorunda kalmaktadırlar. Ülkeler açısından önemli bir turistik ürün olan destinasyonların, doğru pazarlanması ve ziyaretçiler tarafından bilinen, kabul edilen ve tercih edilen yerler olması, rekabette ayırt edici bir güç olacaktır (Ceylan, 2011, s. 90).

Destinasyonların tercih edilme durumu hem destinasyonların bulunduğu bölgedeki kaynak ve çalışmalara, hem de turistlerin bir takım özelliklerine göre değişebilmektedir. Bu

anlamda literatür tarandığında, özellikle arz kaynaklı destinasyon tercihleri ilgili çok fazla çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Ancak turistlerin değer yargıları, düşünceleri, destinasyonlara olan fiziki uzaklıkları, engel durumları, eğitim seviyeleri, gelir durumları gibi talep kaynaklı tercih etmeyi etkileyebilecek durumların varlığından da söz etmek gerekmektedir.

Destinasyonların sahip olduğu turistik çekicilikler bu anlamda elbette önemli olmaktadır. Bu çekicilikler özellikle turistlerin eğlenmesi ve keyif alması amacıyla yönetilebilmeli ve kontrol altına alınabilmelidir. Bu kaynaklar; tarih, kültür, Sanat faaliyetleri, Spor faaliyetleri, eğlence ve alış veriş olanakları gibi kaynaklardır (Özdemir, 2008, s. 30). Bu kaynakların üzerinde durulması gerek konularından birisi de, bu kaynakların tercih edilmesinin turistler açısından farklılık gösterip göstermeyeceğidir. Bu anlamda bu çalışmada destinasyonlardaki çekiciliklerin ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre farklılıkları ele alınmaktadır.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonra destinasyon, destinasyon pazarlaması ve destinasyon tercihini kapsayan literatür taramasına yer verilmektedir. Sonraki bölümde çalışmanın amacını, kısıtlarını, evren ve örneklemi hakkında bilgilerin anlatıldığı yöntem bölümüne yer verilmektedir. Son olarak ise bulgular verilmiş olup, çalışma sonuç ve değerlendirme kısmı ile bitmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Destinasyon Kavramı

Turizm bölgesi (destinasyon), yerel ölçekte sunulan mal, hizmet ve tatil deneyimlerinin bileşiminden oluşan, turistler için cazip kabul edilebilecek farklı doğal çekicilikler ve özellikleri barındıran yerlerdir. Bir diğer tanıma göre ise, tüketicilerin, turizm için tercih edecekleri seyahat türüne, kültürel geçmişlerine, ziyaret amaçlarına, eğitim düzeylerine ve geçmiş deneyimlerine göre farklı şekillerde yorumlanan algısal bir kavramdır. Turistlerin belirli bir bölgeyi seçmesinde çok sayıda motivasyon unsuru etkili olmaktadır. (Pekyaman, 2008, s. 4; Kozak, 2008, s. 45).

Turistik destinasyonu açıklayan diğer ifade “ziyaret edilen yer” ifadesidir (Yavuz, 2007, s. 38). Burada ziyaret edilen yer ile anlatılmak istenen turistin söz konusu bölgeye ayak bastığı andan, çıktığı ana kadar ihtiyaç duyabileceği her türlü ihtiyacının karşılandığı coğrafik mekândır. Buhalis (2000, s. 97) destinasyon kavramını turizm ürünlerinin karması olarak değerlendirmektedir. Bu ürünler turistlere bütünleşik deneyimler sunan ürünlerdir. Destinasyonlar ülke, bölge, şehir veya bir ada olabilmektedirler. Ayrıca destinasyon, seyahat güzergahlarına, kültürel geçmişlere, ziyaretlerin amacına, eğitim seviyesi ve geçmiş tecrübeler gibi öznel olarak yorumlanabilen ve algısal bir manaya sahip bir kavramdır.

Tosun ve Jenkins’a göre (1996, s. 520) destinasyon, “insan beyninde belli bir imaja sahip markalaşmış bir alan olarak önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller,

karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bölge” olarak tanımlanmaktadır. Destinasyonun farklı tanımları yapılmakla birlikte genel anlamda ortak bir tanım yapılacak olursak “turistler tarafından ziyaret edilen ve diğer bölgelerden farklı özelliklere sahip yerler” olarak tanımlanabilir.

Bir turizm destinasyonundan söz edebilmek için aynı kültür, iklim ve doğa koşullarına sahip, doğal ve kültürel zenginlikleri olan, müşterilere sunulabilecek o bölgeye özgü aktiviteler geliştirmiş, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim olanaklarına sahip, kamusal hizmetlerin sunulduğu turist çekim merkezlerinden oluşan, belli bir marka ve imajı bulunan coğrafik alan olmalıdır (Bahar ve Kozak, 2005, s. 78).

Destinasyonlar bölge için oldukça önemli olup, bölgedeki paydaşların tamamı için mana taşımaktadır. Bu nedenle bölgelerde bulunan paydaşların tamamı turistik kaynağa sahip bu bölgelerin bir turizm bölgesi haline gelmesi için yoğun bir çaba taşımaktadırlar. Oteller, restoranlar, belediyeler, üniversiteler, ticaret odaları, sponsorlar ve en önemlisi bölgelerde bulunan yerel halklar bu paydaşların bir kısmını oluşturmaktadır. Kamu, özel sektör ve sivil toplum üçgeninde ortak amaçlar için birleşmenin zorluğu özellikle koordinasyon ve organizasyon anlamında destinasyon yönetiminin paydaşlar açısından önemini ortaya koymaktadır (Doğan ve Doğan, 2013, s. 2).

Destinasyon Pazarlaması ve İmajı

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgeler olarak adlandırılan destinasyonlar için tercih edilebilirlik açısından pazarlama hayati önem taşımaktadır. Hem mikro anlamda hem de makro anlamda turistik destinasyonlar ile ilgili önemli pazarlama faaliyetleri yapılmaktadır. Özellikle turistik kaynağa sahip ülkeler istihdam ve ödemeler dengesi gibi ekonomi için hayati öneme sahip konulara olan katkılarından dolayı, turizm faaliyetleri ülkelerin üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir (Şengel, 2014). Bu anlamda ülkelerde destinasyonlar için makro anlamda çok önemli pazarlama faaliyetleri yürütülmektedir.

Destinasyon pazarlaması genellikle sıfırdan başlayıp gelişimi turizm dışındaki olumlu veya olumsuz olaylardan etkilenmektedir. Destinasyon pazarlamaları için özellikle ülkesel bazda bakıldığında turizm bakanlıkları, ulusal turizm örgütleri ve oluşturulan destinasyon yönetim örgütlerinin aktif roller üstlendikleri görülmektedir. Esas önemli olan ciddi mali kaynağa ihtiyaç olan bu çalışmalara gerekli maddi desteğin sağlanmasıdır. Bu anlamda Destinasyon marka kimliğini ve onu diğer destinasyonlardan ayıran özelliklerini belirlemek ve pazarlama çalışmalarında bu belirlenen unsurları vurgulamak önem taşımaktadır. Bunlar bir destinasyonu uluslararası turizm pazarında rekabetçi bir konuma taşıyacak temel unsurlardır. (Özdemir, 2008, s. 73).

Destinasyonlar bütün elemanları ile bir ürün olarak düşünüldüğünde, bu kavramın pazarlanması konusunda ortaya çıkan ihtiyaç görülebilmektedir. Ancak söz konusu

pazarlama faaliyeti bu bütünleşik yapıdan dolayı oldukça pahalı ve zor bir süreci beraberinde getirmektedir. Bu karmaşıklıkların giderilmesi için gerekli destinasyon organizasyonların kurulmasına imkan sağlanmaktadır (Genç vd., 2014). Destinasyon pazarlaması için oldukça önem taşıyan bu organizasyonlar içinde en büyük problem bürokratik engellerdir (Duman ve Öztürk, 2005, s. 10).

Destinasyonlar ile ilgili pazarlama faaliyetleri yürütülürken esas amaçlanan konuların başında, sağlam bir destinasyon imajı oluşturmak ve tercih edilebilir bir marka oluşturmak gelmektedir. Böylece insanların zihinlerinde destinasyonu nasıl canlandırdıkları, nasıl düşündükleri ve neler hissettikleri ile ilgili destinasyon tercihleri ele alınabilmektedir. Bu anlamda araştırmacılar turistik destinasyonu ülke, bölge ve şehir olarak farklı coğrafik düzeyde ele almış ve imajlar böylece ya makro ya da mikro düzeyde ölçülmeye çalışılmıştır. Kısaca pazarlama faaliyetleri sonucu oluşturulan bu imaj, belli faktörleri de birlikte değerlendirerek kişilerin destinasyon tercihini etkileyen önemli bir değişken olabilmektedir (Üner, vd., 2006, s. 191).

Bir destinasyon için etkin bir pazarlamanın sağlanması için söz konusu bölge için, burayı tercih etmesi beklenen bütün seçili kitle için çalışmalar yürütülmelidir. Bütün bu seçili kitle için faaliyetler yürütülmezse mevcut pazarlamadan önemli yararlar sağlanamaz. Söz konusu kitle aşağıda verilmektedir (İpar, 2011, s. 158).

- Destinasyonu ziyaret eden, bol gelir bırakan ve karşılığında istedikleri turistik ürün ve hizmetlerden faydalanmak isteyen “Turistler”,
- Destinasyon bölgesinde yaşayan yöre halkı için iş imkânları yaratan, bölgenin alt ve üst yapı bakımından gelişmesini sağlayarak, çeşitlikredi teşvikleri ile turizm tesisleri inşa eden, nitelikli çalışanlarınbölgeye gelmesini sağlayan “Yatırımcılar”,
- Destinasyonda verilen hizmeti en mükemmel şekilde yerine getirebilecek, alanında uzman “Nitelikli çalışanlar”,
- Altyapı ve coğrafi bakımdan diğer sektörlerin de bölgede var olması bakımından elverişli destinasyonlarda, sanayi gelişimi, halk için gelir kaynağı, yönetimler için vergi ve iş gücü sağlayan “Üreticiler”,
- Destinasyonda yer alan ticari kuruluşların merkez yönetimleri olarak adlandırılan “Şirket yönetimleri”,
- Destinasyona yerleşmesi istenilen ancak gerçek anlamda, birçokdestinasyonda yöreye olumsuzluk katacağı düşünülen ve bu sebepledestinasyona yerleşmesinin istenmediği “İnsanlar”.

Yukarıdaki seçili 6 hedef kitle grubunu kapsayacak şekilde destinasyon pazarlaması sağlanması taktirde başarılı bir pazarlamadan söz edilebilmektedir. Çünkü destinasyon pazarlaması ürün grubu pazarlaması olduğundan dolayı, bu pazarlamada sadece tüketiciyi hedef almak yetersiz olabilmektedir.

Destinasyon pazarlaması sonucunda oluşacak imaj için en temel konuların başında iletişim gelmektedir. Destinasyonun kendi içinde olan imajı ile dışarıda algılanan imajlar karşılaştırılarak bir “hedef imaj” oluşturulması faydalı olabilmektedir. Bu hedeflenen imajında istenilen yerlere ulaştırılması, ancak iyi bir iletişim ile sağlanabilmektedir (Öter ve Özdoğan, 2005, s. 129). İletişim ile ilgili destinasyon pazarlaması ve imaj oluşturma ile ilgili ele alınabilecek diğer önemli bir konuda bilgisayar teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerdir. Gerek web sitesi anlamında gerekse de sosyal ağlar vasıtası yardımıyla müşteriler ile sağlanan etkin iletişim sayesinde internet teknolojileri destinasyon pazarlamasında oldukça kritik ve önemli roller üstlenmektedir (Özdemir, 2007).

Destinasyon imajı yukarıdaki bilgiler ışığında açıklanması gereken bir kavram olmaktadır. Bu anlamda destinasyon imajı, söz konusu destinasyonla ilgili olarak insanların inançlarının, fikirlerinin ve izlenimlerinin toplamı olarak tanımlanmakta ve bu imajın etkili olması, geçerliliğine, inandırıcılığına, basitliğine, çekiciliğine ve ayırıcı özelliğe sahip olmasına bağlanmaktadır (Yükselen ve Güler, 2009, s. 23). Bir marka halini alması nedeniyle destinasyon marka imajı ise, bir destinasyonun farklı özelliklerinin, tüketicilerce algılanması olarak tanımlanabilir. Bir destinasyonun potansiyel ve mevcut turistlerce nasıl algılandığı, destinasyonun gelişimi açısından önem taşımaktadır. Destinasyonun marka imajı özellikleri, fiziksel çevre, etkinlikler, marka tutumu ve insan özellikleri olarak sınıflandırılmıştır. Marka tavrı; tüketicilerin algılamaları ve destinasyon markası boyutları ve deneyimleri sonucundaki memnuniyetlerini ifade etmektedir (İlban, 2008, s. 126; Ceylan, 2011, s. 92).

Destinasyon Tercihi

Destinasyonların tercihi bir takım etkenlere bağlı olarak değişebilmektedir. Bu etkenlerden en önemlilerinden bir tanesi bölgenin turizm potansiyelidir. Özellikle destinasyonları rekabette rakiplerine göre önemli bir noktaya taşıyacak olan fiziki, tarihi, kültürel, doğal ve rekreatif kaynakların tamamı destinasyon tercihi etkileyebilmektedir (Bahar ve Kozak, 2006). Bu durumda destinasyonların rekabette avantaj sağlamalarına imkân sağlayacak temel konular alt ve üst yapı yatırımlarıdır. Lüks tüketime imkân verecek yapılardan temel ihtiyaçları sağlayan yapılara kadar gerekli bütün imkânlar sağlanmalıdır. Aksi takdirde turistik potansiyel kapsamında destinasyon tercihi imkansızlaşmaktadır.

Turizm potansiyeli ile başlayan destinasyon tercihini etkileyen faktörler, tanıtım faaliyetlerine gelene kadar özellikle imaj oluşturma ve marka yaratma gibi kritik iki faktör ile beraber, onun üzerinde faktörü içermektedir (Ersun ve Aslan, 2011). Özer (2012)’de yaptığı çalışmada, destinasyon tercihi ile ilgili söz konusu bölgedeki kaynakların varlığına vurgu yapmaktadır. Bu faktörlerin önemli bir kısmı arz kaynaklı tercih edilmeyi açıklamaktadır. Talep kaynaklı destinasyon tercihini etkileyen faktörlerin varlığından da söz etmek gerekmektedir.

Destinasyon tercihi etkileyen talep kaynaklı temel faktörlerin başında ise tüketici davranışları gelmektedir. Turizmde tüketici davranışı, kişilerin turistik ürünleri satın alma

kararlarını etkileyen faaliyetlerin tümüdür (Usta, 2012, s. 165). Bu davranışların oluşumu çok boyutlu olup çeşitli faktörlere göre şekillenebilmektedir. Nüfusun toplam miktarı, coğrafik dağılım, yaş dağılımı, cinsiyet dağılımı, aile yapısı gibi faktörler tüketici istek ve ihtiyaçlarının saptanması ve tercih edilmesin önemli bir rol oynamaktadır (Mucuk, 2012, s. 72-72).

Tüketici davranışları geçmişte tesadüflerin bir eseri olarak alınmış olduğunda uzun bir süre ihmal edildiği düşünülmektedir (Rızaoğlu, 2007, s. 95). Ancak modern üretim anlayışında tüketiciyi üretimin merkezine koyan kalite anlayışı ile beraber tüketici davranışları hem bilimsel açıdan, hem de uygulama açısından önem kazanmaktadır. Bu çalışmada da tüketicilerin destinasyon tercihinde kişilerin tüketim eğilimlerine etki edebilecek potansiyele sahip demografik özellikler ele alınmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı; Turistik destinasyon seçiminin kişilerin sahip oldukları demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin araştırılmasıdır. Literatüre bakıldığında turistik destinasyon seçiminin çoğunlukla arz faktörleri açısından değerlendirildiği, bu açıdan sınırlı olarak ele alındığı görülmektedir. Bu bakımdan çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında 421 yerli katılımcıya olasılığa dayalı olmayan kolayda örnekleme tekniği yolu ile belirlenen katılımcılara uygulanan anket ile veriler toplanmıştır. Bu katılımcılar daha önce Türkiye genelinde çeşitli turizm aktivitelerine katılmış yerli turistlerden oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçek, (Özsoy, 2013 ve İçöz, 2013)' ten geliştirilmiştir. İnternet ortamından ve yüz yüze yapılan görüşmelerden elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiş, faktör analizi yapılmış ve tespit edilen boyutların demografik özelliklere göre t-testi ve Anova testi yapılarak elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

BULGULAR

Araştıramaya dahil edilen katılımcıların sahip oldukları demografik özellikleri aktarmak amacıyla yapılan frekans analizi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Değişken	(n)	(%)
Cinsiyet		
Kadın	201	47,7
Erkek	220	52,3
Toplam	421	100,0
Eğitim Durumu		
Lise	58	13,8
Üniversite	253	60,1
Lisansüstü	110	26,1
Toplam	421	100,0

Meslek		
Memur	143	34,0
İşçi	11	2,6
Serbest meslek	21	5,0
Özel Sektör	84	20,0
Öğrenci	145	34,4
Çalışmıyor	17	4,0
Toplam	421	100,0
Gelir durumu		
1000 ve altı	142	33,7
1001-2000	71	16,9
2001-3000	144	34,2
3001-4000	42	10,0
4001 ve üzeri	22	5,2
Toplam	421	100,0

Demografik bulgulara ilişkin bilgilerin sunulmuş olduğu Tablo 1'e bakıldığında araştırmaya katılanların (% 52,3) oranında erkek ve (% 47,7) oranında kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından bakıldığında çoğunluğu (% 60,1) üniversite mezunlarının oluşturduğu görülmektedir. Meslek açısından ise memur (%34,0) ile öğrenciler (%34,4) birbirlerine yakın oranlarda çoğunluğu oluşturmuştur. Gelir durumunda çoğunluk 1000 tl ve altı ile (%33,7) 2001-3000 (% 34,2) aralıkları çoğunluktadır. Gelir durumu yüksek katılımcıların oranı (%5,2) ile en düşük oranı oluşturmaktadır.

Tablo 2.Araştırmaya Yönelik Faktör Analizi Bulguları

Mutfak	Cr. Alfa 0,848	Art. Ort.	Std. Sapma	Faktör Yüğü
Farklı mutfak kültürlerini tanımak		2,44	1,123	,878
Yeni tatlar ve lezzetler keşfetmek		2,40	1,088	,857
Spor	Cr. Alfa 0,834	Art. Ort.	Std. Sapma	Faktör Yüğü
Değişik spor (deniz sporları dahil) olanaklarından yararlanmak		2,47	1,050	,871
Spor ve rekreatif faaliyetler gerçekleştirmek		2,54	1,067	,815
Sosyal İlişkiler	Cr. Alfa 0,785	Art. Ort.	Std. Sapma	Faktör Yüğü
Benimle aynı ilgi alanlarındaki insanlarla buluşmak		2,42	1,036	,875
Yeni insanlarla tanışmak, arkadaşlıklar/dostluklar kurmak		2,34	1,058	,800
Özel İlgi	Cr. Alfa 0,685	Art. Ort.	Std. Sapma	Faktör Yüğü
Doğal ve kırsal alanlardaki turistik faaliyetlere katılmak		2,33	1,137	,878
Özel ilgi turlarına katılmak		2,49	1,059	,677

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi: Açıklanan toplam varyans: % 52,970; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: 0,838; Bartlett's Küresellik Testi: $p < 0,000$; Ki-kare:1553,126; Df:

28; Cronbach's alpha: 0,872; Değerlendirme Aralığı: (1) Kesinlikle katılmıyorum – (5) Kesinlikle Katılıyorum.

Tablo 2’de kişilerin turistik ürün çeşitlerinin boyutlarının belirlenmesine yönelik faktör analizi yapılmıştır. 25 ifadeden oluşan ölçekten istatistiksel ve mantıksal açıdan anlamlı çıkan 8 ifade seçilmiştir. Veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını anlamak için KMO değeri ile Barlett’s test sonuçlarına bakılmıştır. Faktör boyutlarının elde edilmesinde yaygın olarak kullanılan bir yöntem olan temel bileşenler analizi ve varimaks rotasyon tekniğinden yararlanılmıştır. Bu değerler veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermiştir.

Tablo 2’de kişilerin turistik ürün çeşitlerine yönelik boyutların belirlenmesine amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Bunun sonucunda 25 ifadeden 4 faktör oluşmuştur. Ancak faktörler arasında istatistiki açıdan anlamlı olup mantıksal açıdan anlamlı olmayan ifadeler tespit edilmiştir. Bu bakımdan oluşan 4 faktörden hem istatistiksel hem de mantıksal açıdan anlamlı bir sonuç elde edebilmek amacıyla 25 ifadeden buna uygun 8 ifade seçilmiştir. Veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını anlamak için KMO değeri ile Barlett’s test sonuçlarına bakılmıştır. Yine faktörlerin Cronbach’s alpha katsayıları verilmiş ve güvenilirlik açısından yeterli olduğu görülmüştür. Faktör boyutlarının elde edilmesinde yaygın olarak kullanılan bir yöntem olan temel bileşenler analizi ve varimaks rotasyon tekniğinden yararlanılmıştır. Bu değerler veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermiştir.

Tablo 3. Yerli Turistlerin Cinsiyetlerine Göre Destinasyon Tercihlerindeki Farklılaşma

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A.Ortalama	F Değeri	Anlamlılık
Mutfak	Kadın	201	2,2587	1,744	0,002*
	Erkek	220	2,5682		
Spor	Kadın	201	2,4801	1,839	0,656
	Erkek	220	2,5227		
Sosyal İlişkiler	Kadın	201	2,2512	4,210	0,008*
	Erkek	220	2,4955		
Özel İlgi	Kadın	201	2,3010	5,333	0,028*
	Erkek	220	2,5068		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Destinasyon tercihleri ile ilgili faktör analizi sonucunda oluşturulan 4 boyutun cinsiyete göre farklılığını ölçen t-testi analiz sonuçları tablo 3’te verilmektedir. tablo 3 incelendiğinde destinasyon tercihi ile ilgili oluşturan 4 boyuttan mutfak cinsiyete göre anlamlı bir farklılık taşıdığı görülmektedir ($p < 0,05$). Erkeklerin (A.O: 2,5682) destinasyon tercihinde bayanlara (A.O: 2,2587) kıyasla mutfak daha fazla tercih nedeni olarak gördükleri tablo 3’ten anlaşılmaktadır. Ayrıca destinasyon seçiminde sosyal ilişkilerinde cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tablodan anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Buradaki farklılıkta erkeklerin (A.O: 2,4955) bayanlara (A.O: 2,2512) kıyasla destinasyon tercihi

açısından sosyal ilişkileri daha olumlu karşılamalarından kaynaklandığı söylenebilir. Aynı şekilde erkeklerin (A.O: 2,5068) kadınlara (A.O: 2,3010) kıyasla destinasyon seçiminde özel ilgiyi daha olumlu karşılamalarından kaynaklanan istatistiksel anlamda anlamlı bir farklılığı ortaya koymaktadır ($p<0,05$). Bütün bu açıklamalara rağmen oluşan 4 boyuta ilişkin Aritmetik ortalamalar ilişkin tablo 3 incelendiğinde hem erkeklerin hem de kadınların destinasyon tercihinde çalışmadaki 4 farklı boyuta ortalamasının altında önem verdikleri ifade edilebilir. Ayrıca destinasyon tercihinde spora ilişkin cinsiyetlere göre bir farklılığın olmadığı da tablo 3'ten anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Yerli Turistlerin Eğitimlerine Göre Destinasyon Tercihlerindeki Farklılaşma

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A.Ortalama	F	Anlamlılık
Mutfak	Lise	58	2,4138	0,178	0,837
	Lisans	253	2,4427		
	Lisansüstü	110	2,3727		
Spor	Lise	58	2,2414	2,918	0,052
	Lisans	253	2,5079		
	Lisansüstü	110	2,6273		
Sosyal İlişkiler	Lise**	58	2,1034	3,452	0,033*
	Lisans	253	2,3874		
	Lisansüstü**	110	2,5045		
Özel İlgi	Lise***	58	2,0776	4,071	0,028*
	Lisans***	253	2,4605		
	Lisansüstü***	110	2,4636		

* $p<0,05$ düzeyinde anlamlı

** Scheffe testi sonucuna göre değişkenler arasındaki farklılık "Lise" ile "Lisansüstü" değişkenleri arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

*** Scheffe testi sonucuna göre değişkenler arasındaki farklılık "Lise" ile "Lisans" ve "Lisansüstü" değişkenleri arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tablo 4 dikkatle incelendiğinde destinasyon tercihleri ile ilgili oluşan 4 boyuttan "sosyal ilişkiler" ve "özel ilgi" boyutlarında eğitime göre istatistiksel açıdan bir farklılaşmanın olduğu görülmektedir ($p<0,05$). "Spor" ve "Mutfak" boyutlarında ise anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Scheffe testi incelendiğinde sosyal ilişkilerdeki farklılığın "lise" ve "lisansüstü" değişkenleri arasında olduğu görülmektedir. Bu iki değişken arasındaki farklılığın eğitim seviyesi ile ilgili olduğu ve lisansüstü eğitim sahibi kişilerin lise mezunu kişilere göre destinasyon tercihinde sosyal ilişkileri daha çok ön planda tuttuğu düşünülmekte ve bu durum tablodan da görülmektedir. Özel ilgi ile alakalı Scheffe testi incelendiğinde ise istatistiksel farklılığın "lise" değişkeninin hem "lisans" hem de "lisansüstü" değişkenleri arasında gerçekleştiği göze çarpmaktadır. Aynı şekilde özel ilgi destinasyon tercihinde eğitim seviyesi ile orantılı olacak sonuçlar vermektedir. Lisans ve üstü eğitim sahibi kişiler destinasyon tercihinde lise mezunu kişilere göre özel ilgi ile ilgili daha pozitif düşünmektedirler. Bu farklılıklara rağmen katılımcıların destinasyon tercihinde söz konusu boyutları tercihte olumsuz yakın bir tutum sergiledikleri görülmektedir.

Tablo 5. Yerli Turistlerin Mesleklerine Göre Destinasyon Tercihlerindeki Farklılaşma

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A.Ortalama	F	Anlamlılık
Mutfak	Memur	143	2,1765	0,233	0,206
	İşçi	11	2,4048		
	Serbest Meslek	21	2,4138		
	Özel Sektör	84	2,4266		
	Öğrenci	145	2,4545		
	Çalışmıyor	17	2,4702		
Spor	Memur	143	2,2273	0,754	0,887
	İşçi	11	2,4107		
	Serbest Meslek	21	2,4552		
	Özel Sektör	84	2,5588		
	Öğrenci	145	2,5979		
	Çalışmıyor	17	2,6429		
Sosyal İlişkiler	Memur	143	2,2353	0,299	0,687
	İşçi	11	2,2727		
	Serbest Meslek	21	2,3452		
	Özel Sektör	84	2,3517		
	Öğrenci	145	2,4371		
	Çalışmıyor	17	2,4762		
Özel İlgi	Memur	143	2,1176	0,790	0,553
	İşçi	11	2,2273		
	Serbest Meslek	21	2,3512		
	Özel Sektör	84	2,4034		
	Öğrenci	145	2,4615		
	Çalışmıyor	17	2,6429		

Faktör analizi sonucunda oluşan 4 boyuttan mesleğe göre farklılığını ölçen anova testi analiz sonuçları tablo 5'te verilmektedir. Tablo dikkatle incelendiğinde bu 4 boyutta da destinasyon tercihinde mesleğe göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir. Ortalamalar incelendiğinde, katılımcıların mesleklerine göre destinasyon seçiminde bu 4 boyuta göre farklılık yaşanmasa da, genel anlamda olumsuzya yakın bir tutumun olduğu görülmektedir. Bunun durumun da katılımcılardan öğrenci ve çalışmayanların azımsanmayacak sayıda olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 6. Yerli Turistlerin Aylık Gelire Göre Destinasyon Tercihlerindeki Farklılaşma

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A.Ortalama	F	Anlamlılık
Mutfak	0-1000	142	1,9167	1,620	0,523
	1001-2000	71	2,1548		
	2001-3000	144	2,3838		
	3001-4000	42	2,4444		
	4001-5000	6	2,5563		
	5001 ve üzeri	16	2,8125		

Spor	0-1000	142	2,4340	1,235	0,587
	1001-2000	71	2,4789		
	2001-3000	144	2,4930		
	3001-4000	42	2,5595		
	4001-5000	6	2,9375		
	5001 ve üzeri	16	3,0833		
Sosyal İlişkiler	0-1000	142	2,3125	1,462	0,598
	1001-2000	71	2,3134		
	2001-3000	144	2,3403		
	3001-4000	42	2,3944		
	4001-5000	6	2,6310		
	5001 ve üzeri	16	3,0833		
Özel İlg	0-1000	142	2,3571	0,639	0,178
	1001-2000	71	2,3768		
	2001-3000	144	2,3993		
	3001-4000	42	2,4296		
	4001-5000	6	2,5938		
	5001 ve üzeri	16	3,0000		

Faktör analizi sonucunda oluşan 4 boyuttan aylık gelire göre farklılığını ölçen anova testi analiz sonuçları tablo 6'da verilmektedir. Tablo dikkatle incelendiğinde bu 4 boyutta da destinasyon tercihinde aylık gelire göre istatistiksel açıdan söz konusu anlamlı bir farklılık bulunmadığı ortaya çıkmaktadır. Gelir durumuna da bakıldığında katılımcıların bu 4 boyutu destinasyon tercihinde olumsuzya yakın olarak algıladıkları görülmektedir. Bunun 2000 TL'nin altında geliri olan kişilerin çok sayıda olmasından kaynakladığı düşünülmektedir. Çünkü çalışma neticesinde ortaya çıkan bu 4 boyut turistik destinasyonlar içinde yüksek gelir sahibi kişilerin yapacakları uygulamalar olarak görülmektedir. Tablo 6 incelendiğinde 3 boyutta da 5000 ve üzeri gelir grubuna ait ortalamaların 3 ve üzerinde çıkması bu yargıyı destekler niteliktedir.

SONUÇ

Gittikçe gelişen dünya ile beraber insanlarda turizm hareketleri için oldukça önemli olan iki kaynağında varlığının arttırmaktadır. Entelektüel sermayenin gittikçe arttığı günümüz koşullarında özellikle gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, dünya genelinde insanların gelirlerinde artışlar meydana gelmektedir. Ayrıca işlerin önemli bir kısmının sanal ağlara taşınması ve iş saatlerinin de gittikçe azalması insanların harcayabilecekleri boş zamanı arttırmıştır. İşte artan bu gelir ve boş zamanı en iyi değerlendirilecek alanların başında, insanların gezme ve görme ihtiyaçlarını karşılayacak olan turizm gelmektedir. Dünyadaki bu gelişmeler ile beraber seyahat hareketleri ve turizm endüstrisi de hızlı bir gelişme yaşamaktadır.

İnsanların gezme görme ihtiyaçlarının karşılandığı yerler olan destinasyonların tercih edilmesi hem arz kaynaklı hem talep kaynaklı olabilmektedir. Özellikle arz kaynaklı tercihlerin sıkça olduğu ve bunun pazarlama stratejileri ile de desteklendiği bilinmektedir.

Bu arz kaynaklı tercihlerin yanında kişilerin kişilik özellikleri, değer yargıları, gelenek ve toplumsal yapıları, hayat görüşleri ve demografik bir takım özelliklerinin de yer aldığı talep kaynaklı tercih nedenlerinin de varlığından söz etmek gerekmektedir.

Bu çalışmada demografik özelliklere göre kişilerin turistik destinasyon tercihlerin değişebileceği tespit edilmiştir. Özellikle cinsiyet ve eğitim durumunun kişilerin destinasyon seçimini etkilediği görülmektedir. Cinsiyet ile ilgili tercihler zamana ve mekâna göre değişme özelliği gösterse de, eğitim seviyesinde aynı durum söz konusu değildir. Eğitim seviyesinin artması turistik ürün tercihinde ilgi ve deneyimler sayesinde önemli değişimlere neden olacağı söylenebilir.

Destinasyon seçiminde meslek ve gelir gibi demografik bulgulara göre bu çalışmada farklılıklar tespit edilmese de verilen ortalama cevaplardan bu iki değişkeninde destinasyon tercihinin etkileyebileceği söylenebilir. Özellikle destinasyonlardaki zengin kaynakların kullanımı gelir ile ilişkilendirilebilecek bir durumdur. Çalışmadaki ortalamalardan 5000 TL ve üzeri gelire sahip kişilerin destinasyon tercihi ile ilgili boyutlara olumluya yakın cevaplar vermeleri bunun önemli bir göstergesi olarak söylenebilir.

Çalışmadaki en önemli kısıtların başında turizm faaliyetlerine katılmış yüksek gelir sahibi yerli turistlere ulaşmadaki zorluklar ifade edilebilir. Bu kitleye ulaşamadığı için daha çok düşük ve orta gelire sahip ancak turizm faaliyetlerine katılmış yerli turistler tercih edilmiştir. Bundan sonraki süreçte konu ile ilgili çalışacak araştırmacılar yüksek gelir sahibi yerli turistlere uygulama yapmaları önerilmektedir. Ayrıca yabancı turistlere uygulama yapılarak konu yerli ve yabancı turist bakımından karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Bahar, O. ve Kozak, M (2005), Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2006), Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Buhalis, D. (2000), “Marketing the competitive destination of the future”, *Tourism Management*, S. 21, ss. 97-116.
- Ceylan, S. (2011), “Destinasyon Marka İmajı Ve Pamukkale Yöresinde Bir Uygulama”, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, S. 7, ss. 89-102
- Dalyan Örneği”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C. 4, S. 1, ss. 163-182.
- Doğan, H. ve D. İ. (2013), “Göller Bölgesinin Sessiz ve Mağrur Beldesi Barla: Destinasyon Yönetimi Bağlamı Bir Analiz Çalışması”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* S. 18, ss. 1-21
- Duman, T. ve Öztürk A. B. (2005), “Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C. 16, S. 1, ss. 9-23

- Ersun, Nue ve Kahraman Arslan (2011), Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri”, *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Yıl:2011, Cilt xxxı, Sayı ıı, ss.229-248.
- Genç, K., Atay, L. ve Eryaman, M. Y (2014) “Sürdürülebilir Destinasyon Yaratma Sürecinde Örgütlenmenin Önemi: Çanakkale Turizmi Üzerine Bir Araştırma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C. 25, S. 1, ss. 49 - 61
- İçöz, O. (2013). Turistik Ürün Pazarlamasında Marka İmajının Rolü ve Bölgesel Marka İmajı Yaratma, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, S.B.E. , İzmir.
- İlban, M. O. (2008), “Seyahat Acenta Yöneticilerinin Destinasyon Marka İmajı Algılamaları Üzerine Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış*, C.8, S. 1, ss.121-152.
- İpar, M. S. (2011), “Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü, Balıkesir.
- Kozak, N., M. A. Kozak ve M. Kozak (2008), Genel Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Mucuk, İ. (2012), Pazarlama İlkeleri, 19. Baskı, Türkmen Kitap Evi, İstanbul
- Öter, Z ve Özdoğan, O. N. (2005), “Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C. 16, S. 2, ss. 127-138.
- Özdemir, G. (2007). “Destinasyon Pazarlamasında İnternetin Rolü”. *Journal Of Yaşar University*. C. 2, S. 8, ss. 889–898
- Özdemir, G. (2008), Destinasyon Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Özer, Ö. (2012), “Destinasyon Tercihinde Pazarlama Karması Bileşenlerinin Rolü: Dalyan Örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, (4), 1, ss:163-182
- Özsoy, E. (2013). A Tipi ve B Tipi Kişilik ile İş Tatmini Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, SBE, Sakarya.
- Pekyaman, A. (2008) “Turistik Satın alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Rızaoğlu, B. (2007), Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara
- Şengel, Ü. (2014), “Bilgi Ekonomisindeki Gelişmelerin Türkiye’deki Turizm Sektörüne Etkileri”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tosun, C. ve Jenkins, C. L. (1996), “Regional Planning Approaches to Tourism Development: In Case of Turkey”, *Tourism Management*, Vol:17/7.
- Usta, Ö. (2012), Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara
- Üner, M. M., Göçer, E. ve Taşçı, A. (2006), “Türkiye Turizmde Yükselen Destinasyon Olarak İstanbul Şehrinin İmajı”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C. 17, S. 2, ss. 189-201.
- Yavuz, H. (2007) “Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Nitelikli İşgören İstihdamını Etkileyen Faktörler: Sakarya Örneği”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yükselen, C. ve Güler, G. E. (2009), Antakya Marka Kent Görüş ve Öneriler, Detay Yayıncılık, Ankara

ENGELSİZ TURİZM AÇISINDAN DESTİNASYON YÖNETİM ÖRGÜTÜNÜN ÖNEMİ

Gökalp Nuri SELÇUK

*Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gokalpns@atauni.edu.tr*

Nihan KINALI

*Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
nihan.kinali@atauni.edu.tr*

Meltem ERDOĞAN

*Öğr. Gör., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
meltemerdogan@atauni.edu.tr*

ÖZET

Dünya turizminin gelişim sürecinde destinasyon yönetim örgütlerinin etkinliği azımsanmayacak ölçüdedir. Destinasyonun turizm açısından çeşitliliğinin artırılmasında, bir niş pazar olarak görülen engelli turizminin destinasyon yönetim örgütleri ile işbirliği içinde yürütülmesi önemlidir. Engelli bireylerin engelsiz bir şekilde turizme katılımlarını teşvik edecek en önemli unsurun ziyaret sürecinde hareketlerinin kısıtlanmaması olacağı söylenebilir. Bu bağlamda çalışmada, engelsiz turizm amacıyla ulusal ve uluslararası destinasyon yönetim örgütlerinin faaliyetlerine değinilmektedir.

Anahtar Kelimeler:*Destinasyon, Destinasyon Yönetim Örgütü, Engelli Turizmi, Engelsiz Şehirler.*

GİRİŞ

Engellilik; ‘kişiden ya da bir bütün olarak vücuttan beklenen davranışlar, yetenekler ve görevler olarak ifade edilen normal aktivitelerin yerine getirilmesindeki eksiklik ya da sınırlılık’ olarak tanımlamıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 1980). Dünyada; 2008 verilerine göre 600 milyondan fazla (TÜRSAB, 2008), 2009 verilerine göre 650 milyondan fazla (Darcy ve Pegg, 2011), 2011 verilerine göre ise 720 milyondan fazla (Dünya Sağlık Örgütü, 2011) ve ülkemizde ise son verilere göre 8,5 milyon civarında (MÜSİAD, 2011) engelli insan bulunmaktadır. Dünyanın en büyük azınlığı olarak nitelendirilen engelli turizminden pay almak isteyen destinasyonların yönetim örgütlerinin ne denli önemli olduğu görülmektedir.

Çalışmanın amacı, turizm işletmeleri ve aracı kuruluşların sosyal sorumluluk ilkesi çerçevesinde, engelsiz turizme yönelik yapmış oldukları uygulamalara değinmektir. Aynı zamanda, engelsiz turizm için destinasyonların erişilebilirliğini ve destinasyon yönetim örgütü ile işbirliği içerisinde bunun mümkün olabileceğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, konuya ilişkin olarak gerçekleştirilen akademik çalışmalar, çeşitli kurum ve kuruluşların yayınları, internet siteleri ile arşivlerinden yararlanılmış ve çalışmada temel tanımlar ile engelsiz turizm için bakış açısı oluşturulmaya çalışılmıştır.

DESTİNASYON VE DESTİNASYON YÖNETİM ÖRGÜTÜ

Destinasyon; doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri bulunan, turistik donanımına sahip olan ve bu nedenle turistlerin para kazanma ve yerleşme amacı olmaksızın önemli boyutlarda ziyaret ettikleri coğrafi bir mekân olarak ifade edilebilir (İlban, 2007, s. 5).

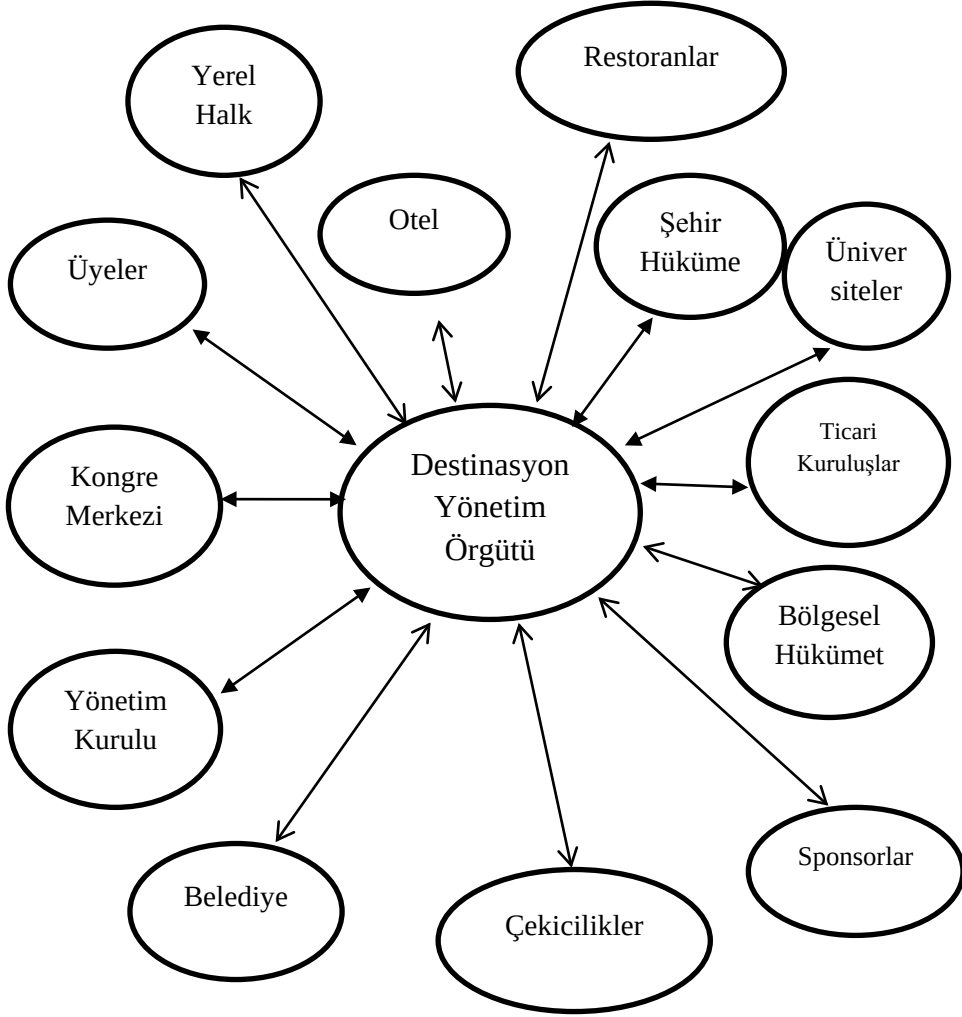
Tosun ve Jenkins (1996, s. 522) çalışmalarında kapsamlı bir tanımlama yaparak, turizm destinasyonunu; *“Ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan beyninde belli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alan ve önemli çekicilikler, çekim merkezleri ve festivaller karnavallar gibi çeşitli etkinlikleri, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dahili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turizm tesislerinin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge”* olarak ifade etmişlerdir.

Gerek tatil amacıyla gerekse kültürel nedenlerle yapılan seyahatlerde turist, kendi beklentileri ile çekim yeri (destinasyon) özelliklerinin uyuşmasını sağlamaya çalışmaktadır (Çakıcı ve Aksu, 2007, s. 183). Bu özellikler; çekicilik (doğal oluşumlar, iklim, emsalsiz yapılar, el sanatları, mutfağı, denizi, festivaller, fuarlar, plajı vb), ulaşım (kent içi ve kente ulaşım), alt yapı ve üst yapı (konaklama, yeme içme, alış veriş alanları bankalar, haberleşme vb), etkinlikler (gece hayatı, spor olanakları, fuarlar, müzeler, alışveriş çeşitliliği, turlar vb), diğer (hijyen, güvenlik, konuk severlik, iletişim kurabilme, fiyat vb) olarak sıralanabilir (Buhalis, 2000, s. 98; Balıran, 2006; Bahar ve Kozak, 2005, s. 78; Mihalko ve Ratz, 2007, s. 96).

Seçilmiş (2012, s. 234), bir turizm destinasyonunun çekiciliğini ve bu yolla destinasyona gelen turist sayısını artırabilmek için söz konusu destinasyonun iyi bir şekilde yönetilmesi ve pazarlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Bir bölgenin turistik olabilmesi için; destinasyonun çekiciliğini de arttıran konaklama, yeme-içme, ulaşım, ören yeri vb. eğlence ve dinlenme olanaklarının olması çok önemlidir. Destinasyon yönetimi çekiciliklerini en uygun şekilde değerlendirmek ve en yüksek faydayı sağlamak amacıyla etkin bir pazarlama anlayışı benimsenmesini ifade etmektedir (Kırca, 2014).

Destinasyon yönetimi; destinasyon ürününü oluşturan mal ve hizmetlerin bir bütün olarak uyum içinde yönetilmesi gerekliliğinden doğmuştur. Destinasyon yönetiminin amaçları arasında destinasyon kaynaklarının sürdürülebilirliğini sağlamak, destinasyon çekim merkezlerini korumak ve geliştirmek ile yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirmek ve eğitmek gibi konular sayılabilirken; temel amacının turistlerin seyahatleri sırasında yaşadıkları destinasyon deneyiminin kalitesini arttırmaktır (Özdemir, 2014, s. 83).

Şekil 1. Destinasyon Yönetim Örgütünün Paydaşları



Kaynak: Sheehan ve Ritchie (2005, s. 728).

Turizm destinasyonunun başarısı bağımsız ve birbirine bağlı örgütlerden oluşan örgüt ağına bağlıdır. Destinasyon yönetim örgütleri için finansal kaynak sağlayan, turizm üstyapısını hazırlayan, programlara katılan ya da destekleyen, ya da hükümeti etkileyen çıkar ortaklarının önemi büyüktür. Destinasyon yönetiminin toplam 32 çıkar ortağı olmakla birlikte en önemlileri oteller, devlet (farklı düzeylerde), çekicilikler, destinasyon yönetim örgütünün yönetim kurulu, kongre merkezi, destinasyon yönetim örgüt üyeleri, yerel halk, restoranlar, üniversiteler, yerel ticaret odaları ve sponsorlardır (Özdemir, 2007, s. 38).

Dünya Turizm Örgütü (2004) destinasyon yönetim örgütlerini, destinasyonları yönetmek ve/veya pazarlamaktan sorumlu örgütler olarak tanımlamakta ve genelde aşağıdaki kategorilerden birine dahil etmektedir (Presenza, Sheehan ve Ritchie, 2004):

- Ulusal düzeyde turizmin yönetiminden ve pazarlamasından sorumlu ulusal turizm otoriteleri ya da örgütleri,
- İlçe, eyalet veya vilayet olarak bir idari veya yerel yönetim bölgesi, bazen bu amaç için tanımlanmış coğrafi bir bölgenin turizminin yönetiminden ve/veya pazarlamasından sorumlu il, bölge veya devlet bazında destinasyon yönetim örgütleri,
- Kent ya da kasaba gibi daha küçük coğrafi alanların turizm yönetiminden ve/veya pazarlamasından sorumlu yerel destinasyon yönetim örgütleri.

Destinasyon yönetim örgütlerinin, ülkelerin turizm destinasyonu olarak pazarlanmasından sorumlu ulusal turizm örgütlerinin pazarlama bölümü olarak ele alır ve yerine getirmesi gereken amaçları olarak; turizm gelirlerini artırmak, istihdam yaratmak, turizmi bölgesel ve mevsimsel olarak yaymak, destinasyon çevresi kalitesini korumak, turistlerin ilgisini korumak, sürdürülebilir gelişim sağlamak gibi genel olarak aynıdır. İlk iki amaç her ülke için geçerli olmakla birlikte, diğer amaçlar daha çok az gelişmiş ülkeler için geçerli sayıldığı belirtilmektedir (Ersun ve Arslan 2011, s. 241).

Günümüzde Barselona, Londra, Paris, Viyana gibi birçok başarılı destinasyonun paydaş örgütlenmesi ve yönetiminin öneminin farkına vararak ülkelerinin turizm yönetimi dışında yerel bazda destinasyon yönetim örgütleri oluşturdukları ve bu doğrultuda yaptıkları çalışmalarla başarılı oldukları söylenebilir. Türkiye’de de destinasyon yönetim örgütlenmesi konusunun öneminin farkına varılmakla beraber henüz somut adımlar atılmadığı ortadadır (Genç, Atay ve Eryaman, 2014, s. 50).

ENGELLİ TURİZMİ

Engellilik insan olma halinin bir parçasıdır - neredeyse herkes yaşamının belli bir noktasında geçici veya kalıcı olarak zayıf düşecek ve uzun yıllar yaşayan insanlar işlevlerini yerine getirme konusunda artan zorluklarla karşılaşacaktır. Engellilik karmaşıktır ve engellilik ile bağlantılı dezavantajların üstesinden gelen müdahaleler çoklu ve sistemiktir - bağlamına göre değişiklik gösterdiği ifade edilmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2011, s. 1). Farklı engele sahip bireylerin, farklı istek ve gereksinimleri olacağı göz önüne alındığında engellilik türleri ortaya çıkmaktadır. Genel bir sınıflandırma ile engellilik çeşitleri; bedensel engelliler, duyuşal engelliler, işitme engelliler, konuşma engelliler, zihinsel engelliler, geçici engelliler ve yaşlılar olarak ele alınmaktadır.

Seyahati engelliler için bir hak olarak kabul eden modern toplumlar ve toplumun tüm kesimlerinin bu doğrultuda örgütlenmesi yolunda adımlar atılmaktadır. 1981 yılının Birleşmiş Milletler tarafından “Uluslararası Engelliler Yılı” olarak ilân edilmesiyle, bu gruptaki insanlara yönelik davranışlarda önemli ölçüde anlayış değişikliği gözlenmiştir. Bu

değişikliği pekiştirmek amacıyla, yine Birleşmiş Milletlerce 1983- 1992 yılları “Engelli İnsanlar On Yılı” olarak belirlenmiş, bu dönemde belirginleşen ve “Engelli İnsanlara Yönelik Dünya Eylem Programı” ile daha da gelişen anlayış, günümüzde çağdaş toplumun vazgeçilmezleri arasına girmiştir. Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan, 1997 yılındaki Dünya Engelliler Günü nedeniyle verdiği mesajında engellileri dünyanın **"en büyük azınlığı"** olarak nitelemiştir. Diğer yandan dünyanın en büyük azınlığı olarak nitelenen engelliler turizm endüstrisi için dünyanın en büyük özel pazarı anlamına gelmektedir (Artar ve Karabacakoglu, 2003).

1990'da ABD'de çıkartılan Engelli Amerikan Yasası (ADA: The Americans With Disabilities Act) ve 1995'de İngiltere'de yürürlüğe giren Engelliler Ayrımcılıkla Mücadele Yasası (DDA: Disability Discrimination Act) engelli turizmi konusunda sektörde önemli rol oynamışlardır (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008, s. 382).

İngiliz Üniversitesi Surrey tarafından yürütülen OSSATE (One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe- Avrupa'da Erişilebilir Turizm) adlı çalışma da Avrupa'da 46 milyona yakın fiziksel ya da zihinsel sorunu bulunan engellinin yaşadığını ve aynı zamanda hareket zorluğu yaşayan hamile kadınlar ve 65 yaş üzeri nüfus göz önüne alındığında bu rakam 130 milyon kişiye ulaştığını belirtmektedir. Araştırma sonuçlarına göre bu nüfusun yaklaşık yüzde 70'i seyahat ettiğini ve bu kişilerin genellikle bir ya da birkaç kişinin refakatiyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde Avrupa'da seyahat eden potansiyel rakamın 130 milyon kişi ve bunların yaklaşık turizm harcamasının 80 milyar Avro'dan fazla olduğu üzerinde durmaktadır. Çeşitli kaynaklardan edinilen bilgilerde, ABD'deki engellilerin toplam nüfusunun ise 50 milyona yaklaştığı ve bu kesimin alım gücünün 175 milyar dolara ulaştığı ifade ediliyor. Daha global bir fikir edinebilmek için de dünyanın büyüyen ekonomisi Çin'de 60 (çalışabilir durumda 25 milyon) ve gelişmiş Japonya'da 5 milyon (18 yaşın üzerinde 3 milyon) engelli bulunduğu söylenebileceğini ifade etmektedir (TÜRSAB, 2008).

2006 yılında benimsenen *Engellilerin Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'nin* (CRPD) amacı, “tüm engelli insanların temel özgürlüklerden vebütün insan haklarından tam ve eşit bir şekilde faydalanmasını teşvik etmek,sağlamak, korumak ve insan olmaktan ileri gelen haysiyetlerine yöneliksaygıyı arttırmaktır”. Bu, dünya çapında engelliliğe yönelik anlayışta ve verilentepkilerde büyük bir değişimi ifade etmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2011, s. 1). BM Engelli Hakları Sözleşmesi'yle birlikte hakları dile getirilen engelliler için tüm dünyada ‘Engelsiz Turizm’ düşüncesi giderek yaygınlaştığı belirtilmektedir (Kilimci, 2008).

Engelli turistlerin boş vakitlerini değerlendirmede ve turizm faaliyetlerine katılmada, kişilerle ilişkiler kurmada engelli olmadıkları ve turizmden faydalanabilmeleri için yapılması gerekenler unsurların olduğu belirtilmektedir. Bunlardan ilki turistik çekicilik unsurlarıdır; turizm faaliyetlerinde sonradan oluşturulan çevre (tematik parklar, spor olayları vb.), doğal güzellikler (iklim, dağ, okyanus vb.), tarihsel yapılar (müzeler, antik

kentler vb.) ve son olarak sosyal ve kültürel çevre yer almaktadır. Engellilerin seyahatleri süresince en fazla zorlandıkları durum bu noktalara ulaşmada yaşanmaktadır. Fiziksel engelliler için burada önemli olan, yeterli ve doğru bilgi toplamalarıdır. İkinci nokta ise bilgi kaynağıdır; ihtiyaç duyulan bilgiler genellikle neler yapılacağı, nasıl yapılacağı, nerede kalmacağı, ulaşım araçları ile ilgili bilgilerdir (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 89).

Darcy (1998) çalışmasında, ulaşılabilirlik hem toplumda eşitliğin sağlanması hem de engelli haklarının olumlu yönde gelişebilmesi için önem arz ettiğini ve ulaşılabilir turizm kısıtlı olan bireylerin seyahatleri ile ilgili faaliyetleri gerçekleştirirken ıstırap çekmemeleri, aksine keyif almaları ve özgür olmaları ile ilgili olduğunu belirtmektedir. İngiltere Turizm Konseyi'ne (2000) göre ulaşılabilir turizm, özel ihtiyaçları olan bireylerin tatillerini ve dinlenme zamanlarını herhangi bir engel veya problemle karşılaşmadan, iyi geçirmelerini sağlamak için oluşturulmuş hizmet ve olanaklar olarak tanımlanmaktadır. Yaşlı, engelli veya başka kısıtları olan bireylerde, seyahatleri doğrultusunda özel ihtiyaçlar ortaya çıkabilmektedir. Bu ihtiyaçların giderilmesi ve/veya herhangi bir engelle karşılaşmadan seyahatlerinin tamamlanması ile ilgili çalışmalar, ulaşılabilir turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Bu kapsamda hareket engeli olan bireyler için turizm tesislerinde fiziksel ulaşılabilirliği sağlamak amacıyla, yollar, rampalar, asansörler, korkuluklar, yönlendirme işaretleri, kapılar, duşlar, elektrik düğmeleri, telefonlar gibi unsurların, onların kullanımına uygun bir şekilde düzenlenmesi gerektiğini belirtmektedir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 262).

Mercan (2010) çalışmasında, turizm faaliyetlerinde bir arazi kullanımı söz konusu olduğu için, bu faaliyetlerde mutlaka turizm planlamasına gereksinim olduğunu, bu yüzden planlama çalışmaları, turizmin ev sahibi topluma olan yararlarını arttırmakta, olumsuz sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri azaltmakta ve/veya ortadan kaldırmakta olduğunu ifade etmektedir. Turizm planlamasına verilen önem, engelli turizmiyle ilgili olarak yapılacakların başarısında doğrudan etkili olacaktır (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012, s. 3).

Turizm talep cephesinde yer alan engellilerin, ihtiyaç duydukları temel donanımların bölgede yer alan turistik tesislerde bulunmayışı ise engellilerin turizm hareketliliğinden faydalanmalarının önüne geçmektedir. Engelliler tarafından hazırlanmış internet sitelerinde yapılan araştırmalarda engellilerin tavsiye ettikleri tesislerin bazı ortak özellikleri olduğu dikkat çekmektedir. Yürüme engelliler için tekerlekli sandalye ile girebilecekleri banyonun olması, odanın tüm kapılarından tekerlekli sandalyenin geçebiliyor olması, tek elle, sıkı sıkı kavramaya gerek kalmadan açılıp kapanabilen musluklar, kapı kolları, kilitler, görme engelliler tarafından fark edilebilecek veya görüşü zayıf kişiler tarafından okunabilecek şekilde yazılmış levhalar bu özelliklerden bazılarıdır. Bölgede bu özelliklere dikkat ederek tasarlanmış ve inşa edilmiş tesislerin yetersiz olması, engellilerin tatil olanaklarını kısıtlamaktadır (Çizel, Sönmez ve Akıncı, 2012, s. 8).

Yau, Mckercher ve Packer (2004, s. 946)'a göre; engelli bireyler de diğerleri gibi turizmde aynı istek ve ihtiyaçlara sahip olduklarını, ancak öncelikli olarak engelli olmayan bireylere yönelik tasarlanmış seyahatin, engelli bireyler için bazı zorlukları olacağına değinmişlerdir.

Bir engeli bulunsun ya da bulunmasın tüm bireyleri kapsayan bir toplum planı uygulanması, bireylerin yaşamını eşit koşullarda sürdürülebilmelerini sağlayacaktır. Engelli bireylerin de diğer bireyler gibi istek ve ihtiyaçlarını bağımsızca karşılayabilmesi, onların özgüvenini artırarak toplumla bütünleşmelerine destek olacaktır. Toplumda her bireyin eşit koşulları paylaşması, toplumun genel barış ve refahı açısından da önem taşımaktadır. Bu nedenle, toplum içinde bir engeli bulunması sebebiyle yaşamında kısıtlamalarla karşılaşan engelli bireylere yönelik düzenlemelerin, öncelikli olarak gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır (Tozlu ve diğerleri, 2012, s. 13). Chen (2004), engelliler için engelsiz turizm sağlamanın hükümetlerin sorumluluğu olduğunu belirtmiştir (Pehlivanoğlu, 2012, s. 8).

Fiziksel engellilerin seyahat isteğinin karşılanmasında devlet ve hizmet sektörü tarafından birlikte planlama yapılmasının ve hazırlanması gerekir. Devlet sosyal olmanın bir gereği olarak, bunu gerçekleştirmelidir. Bu bağlamda, Miller ve Kirk'in (2002) araştırmasından ortaya çıkan önemli bir bulgu; engellilerin turizmden yeterli ölçüde faydalanmalarında devletin büyük sorumluluk sahibi olması gerektiğidir (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 89).

TÜRKİYE'DE ENGELSİZ TURİZM İÇİN YAPILAN ÇALIŞMALAR

Engelli bireyleri ziyarete teşvik edebilecek önemli unsurlardan biri, ziyaret sürecinde hareketlerinin kısıtlanmaması veya en aza indirilebilmesi olacaktır. Turizme engelsiz bir katılım için ise, destinasyonda engelli bireylere yönelik gerekli düzenlemelerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Tozlu ve diğerleri, 2012, s. 3).

Türkiye'nin turizm potansiyelinin engelli pazarına sunduğu ürünleri, bu alanda yaşanan sıkıntıları tespit etmek ve yerli-yabancı engelli konukların Türkiye'de "engelsiz seyahat" edebilmelerine yardımcı olabilmek amacıyla TÜRSAB bünyesinde 15 Haziran 2006 tarihinde "Herkes İçin Engelsiz Turizm Komitesi" oluşturuldu (TÜRSAB, 2006).

TÜRSAB, Avrupa Komisyonu'nun da desteğiyle, engelsiz turizmi destekleyen tarafları bir araya getirmek amacıyla Haziran 2006'da kurulan Avrupa Engelsiz Turizm Ağı (ENAT)'na üye oldu. Kurucuları arasında İngiltere Turizm Örgütü Visit Britain, Yunanistan Turizm Baranlığı, İsveç Turizm Örgütü Tourism for All Sweden, Belçika Engelsiz Uzmanları Bürosu gibi 5 Avrupa ülkesinden 9 kuruluşu olan ENAT'ın 50'ye yakın ülkeden yaklaşık 400 üyesi bulunuyor.

Marmaris

Marmaris İçmeler'de, "Engellilere, engelsiz otel" sloganı ile hizmet veren ACT Access Centres Türkiye Panorama Park Oteli, 2007 sezonuna yeni bir konsept ile giriyor: Otel tamamen engelli tatilciler için hazır hale getiriliyor (Behramoğlu, 2007, s. 41). ACT

Access Centres Türkiye Panorama Park Oteli, Türkiye'nin engelli tatilcilere hizmet sunan ve donanım olarak tam olan ilk otelidir.

Alanya

T.C. Alanya Belediyesi Faaliyet Raporu (2013)'e göre engelsiz turizm için yapılan çalışmalar aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

- Tevfik Hoca Alanya Evi'nde bedensel engelli birey ve yürüme güçlüğü çeken yaşlı kişilerin kullanımını kolaylaştırmak için ulaşılabilirlik çalışmaları yapılarak tadilatı tamamlanmıştır. Burada bulunan tuvaletlerden bir tanesi engelliler için uygun hale getirilmiş ayrıca özellikle tekerlekli sandalye kullanmak zorunda olan kişilerin mekâna ulaşımını kolaylaştırmak için engelli rampa çalışması tamamlanarak kullanıma açılmıştır.
- Alanya Kalesi'nin iç kale bölümünün engelli bireylere ulaşılabilir olması için Müze Müdürlüğü'nün yaptığı çalışmalar kapsamında proje hazırlanarak kendilerine teslim edilmiştir.
- Alanya Kapalı Olimpik Yüzme Havuzunun engelli birey ya da profesyonel engelli sporcular tarafından aktif kullanılabilmesi için duş, wc ve girişteki merdiveninde korkuluk çalışması yapılarak erişilebilir fiziksel yapıya kavuşturulmuş ve kullanıma açılmıştır. Bu kapsamda Engelsiz Park ve Yaşam Merkezi tarafından temini sağlanan engelli asansörünün kurulumu da tamamlanmıştır. Bu sayede engelli ve yaşlı kişilerin bağımsız bir şekilde havuza girebilmeleri sağlanmıştır. Engelsiz Park ve Yaşam Merkezi'nde 2013 yılı içerisinde 'Engelsiz Turizm Kenti Alanya Uygulama ve İşbirliği Protokolü' çerçevesinde proje ortakları ile koordineli bir biçimde çalışılarak, bu proje kapsamında merkeze başvuru yapan tüm turistik işletmelere ulaşılabilirlik konusunda danışmanlık hizmetleri verilmiştir.
- 2013 yılında, Herkes için Alanya'' projesi kapsamında açılan Engelsiz Park ve Yaşam Merkezi, çeşitli uzmanlık alanları doğrultusunda çalışmalarını yürütmektedir.
- Alanya Belediyesi tarafından 2003 yılında başlatılan engelsiz turizm çalışmaları neticesinde 2011 yılında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Altid ve Altso'nun katılımı ile Engelsiz Turizm Kenti Alanya Protokolü'nü imzalayarak Türkiye'nin örnek engelsiz turizm destinasyonu olma yolunda önemli bir adım atan Alanya bir ilke daha imza atarak, Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen engelsiz turizm alanında çalışmalar yürüten profesyonelleri bir araya getiren ENAT'a üye olan Türkiye'deki ilk şehir oldu.
- Alanya Belediyesi tarafından inşa edilen, Açık hava Tiyatrosu, gerek mekânsal ulaşılabilirliği ve gerekse evrensel erişilebilirlik kurallarıyla tasarlanmış olan iç mekânı ile tüm engel gruplarına hizmet edecek şekilde planlanmıştır. Ayrıca Açık hava tiyatrolarının tarihinde ilk defa işitme cihazı kullanan, işitme engelliler ve işitme engelli grubuna girmeyip kısmi işitme kaybı yaşadığı için işitme cihazı kullanan vatandaşlarımızın tesisten faydalanabilmeleri için, sahneye hâkim özel bir alana

İndüksiyon Döngü Sisteminin alt yapısının hazırlanması için Engelsiz Park ve Yaşam Merkezi uzmanları teknik destek vermiştir.

- Engelsiz Park ve Yaşam Merkezi uzmanları tarafından ulaşılabilirlik tespiti yapılarak raporlanan Kazım Bulut Camii, yapılan yapısal düzenlemelerle engellilerin ulaşımına uygun hale getirilmiştir.

Denizli

Denizli Valiliği, Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi (Ulusal Ajans) tarafından kabul edilen Leonardo da Vinci Mesleki Eğitim Programında yer alan "Engelli Bireylerin Konaklama ve Yeme İçme Sektörlerine Erişimi" isimli Yenilik Transferi Projesi'ni 21 Kasım 2013'te başlattı. Proje 2 yıl sürecek ve sloganı "Tourism For All" (Herkes için turizm) olan proje ile Denizli bu alanda da öncülüğünü sürdürmüş olacak. Projenin sonunda, fiziksel engelli yetişkinlerin turistik tesislerden daha kaliteli hizmet alabilmeleri sağlanarak konaklama ve yeme-içme hizmetlerinde çalışan personelin ve yöneticilerin erişilebilirlikle ilgili bilgi ve becerileri artıracaktır.

İstanbul

Ortopedik engelli, görme engelli ve işitme engellilerin turizme katılabilmesi, müzeleri engelsiz gezebilmeleri için İstanbul Kalkınma Ajansı bir proje başlatmıştır. "Erişilebilir Turizm Engelsiz İstanbul" projesi, İstanbul'u "erişilebilirlik" konusunda küresel turizmde rekabet edebilir düzeye getirmeyi amaçlamaktadır. Proje kapsamında yer alan müzeler: İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Topkapı Sarayı Müzesi, Kariye Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, Ayasofya Müzesi, Miniaturk ve Panaroma 1453 Müzesi, M.Rahmi Koç Müzesi bulunmaktadır.

Antalya

Niobel Travel, Antalya'da engelli turizmi alanında faaliyet gösteren bir seyahat acentesi ve 2007 yılında temeli atılan Niobel Travel hem yurtiçinde, hem de yurtdışında faaliyet göstermektedir. 2011 yılında Porto Bello Otel'de, 2012'de de Sea Life Otel'de Kepez Belediyesi ile işbirliği içerisinde 'Engeliniz Engelimizdir' isimli beş günlük empatik bir proje gerçekleştirdi.

Dünyaca ünlü turizm beldesi Antalya Side'ye tatile gelen yaşlı ve engelli turistler, yabancı dil bilen zabıtarlar tarafından golf arabasıyla taşınıyor. Başta Antik Tiyatro olmak üzere Athena ve Apollon Tapınağına ulaşım engelli turistler için golf arabaları ile sağlanıyor.

Titreyengöl-Sorgun Turizm Yatırımcıları Birliği (TİSOYAB) Başkanı Hüseyin Aydoğan, bölge destinasyonundaki bütün konaklama tesislerinin engelli turistlerin tatil yapmasına yönelik dizayn edildiğini ve destinasyon bölgesindeki otellerin hepsinin engelli turistlerin tatil yapmasında Avrupa Birliği(AB) standartlarında olduğunu altını çizen Aydoğan, Avrupalı emekli ve engelli turistlerin bölgeyi tercih etmesindeki en önemli etkenin otellerin A kalite olması ve konforunun mükemmel olması olduğunu kaydetti.Bölge

destinasyonunda Almanya, Hollanda, İngiliz, Avusturya, Norveç, İsveç, Finlandiya, Çek Cumhuriyeti, Fransa ve Belçikalılar olmak üzere yıllık ortalama 12 bin engelli turistin tatil yaptığı belirtildi (sabahgazetesi, 2013).

Samsun

Samsun Büyükşehir Belediyesi Mavi Işıklar Eğitim, Dinlenme ve Rehabilitasyon Merkezi-Kampı: Eğitim, sağlık ve rehabilitasyonu bir arada sunan ancak modern turizmin tüm unsurlarını da konukları ile buluşturan Mavi Işıklar, Türkiye’de bir ilki gerçekleştirirken dünyada da benzerleri arasında öne çıkmayı başaran bir tesis oldu. Engelli vatandaşlarımızın her türlü ihtiyacını rahatlıkla görebildiği tesiste uzmanlar gözetiminde farklı eğitimlerde veriliyor.

Kültür ve Turizm Bakanı Ömer Çelik: "Sorumluluğumuzdaki tüm alanlarda engelsiz bir yaşam için hem uygulama hem de Ar-Ge çalışmalarımız aralıksız sürdüğü belirtti. Çelik, bakanlık tarafından son iki yılda engelliler için 454 bin 165 lira ödenekle 10 müzede ulaşılabilirliğin sağlanmasına yönelik uygulamalar yaptı ve bu müzeler gerekli donanımlarla engelli ziyaretçiler için engelsiz bir ortama dönüştürüldü. 2014 bitmeden bunlara ek olarak beş müze ve beş ören yerinde daha engellilere yönelik düzenlemeleri tamamlamayı planladıklarını belirtti. 44 müze ve 2 ören yerinde engelli ulaşılabilirliğine yönelik düzenleme çalışmaları gerçekleştirdik” ifadelerine değinmiştir (Atar, 2014).

Türkiye 2005 yılında 7 yıl içerisinde bütün kamu kuruluşlarının ve toplu olarak kullanılan noktaların engellilerin ulaşımına uygun hale getirilmesi konusunda Birleşmiş Milletler anlaşmasına imza attı. Bu anlaşma süresi dolmasına yakın 3 sene daha uzatıldı. Türkiye’de engelli turizmine yönelik yapılan çalışmalar ile engelsiz turizm için önemli adımlar atıldığı görülmektedir. Engelsiz turizm için kalkınma ajansları ve sunulacak projeler ile potansiyel ortaya çıkartılarak, çeşitli düzenlemeler yapılması mümkün olabilir.

ENGELSİZ ŞEHİR ÖRNEKLERİ

2010 yılında Avrupa Komisyonu tarafından başlatılan *Ulaşılabilir Turizm Avrupa Ağı*(ENAT) şehirlere ulaşılabilirlik ödülü vermektedir. Şehrin ulaşılabilirlik ödülü alabilmesi için aşağıdaki kriterleri sağlaması gerekmektedir:

- Şehir yaşamının temel yönleriyle erişilebilir olarak geliştirilmiş olması,
- Kamusal alanların ve çevrenin yapısının,
- Ulaştırma ve ilgili altyapının,
- Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) de içeren bilgi ve iletişimin,
- Kamu tesisleri ve hizmetlerinin,
- Sürdürülebilir bir şekilde erişilebilirliğin gelişimini devam ettirmeyi öneren,
- Diğer tüm Avrupa şehirlerinde en iyi uygulamaların benimsenmesini teşvik eden ve bir model olarak rol oynamak

ENAT tarafından 2010 yılından itibaren ödül verilen şehirler: Salzburg (Avusturya), Avila (İspanya), Turin (İtalya), Mulhouse (Fransa), Lucca (İtalya), Viborg (Danimarka).

ENAT'a 2010 yılında 19'u Avrupa Birliği'ne üye toplam 66 Avrupa şehri başvurdu ve kazanan Avila (İspanya) oldu. 2011 yılında ENAT'a 23'ü AB'ye üye toplam 114 başvuru oldu ve kazanan Salzburg (Avusturya) oldu. 2012 yılında 20'si AB'ye üye toplam 99 şehir başvuru oldu ve kazanan Berlin (Almanya) oldu. 2013 yılının kazananı ise Gothenburg (İsveç) oldu.

Avrupa nüfusu günden güne yaşlanmaktadır. *Ulaşılabilir Turizm Avrupa Ağı* (ENAT) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Avrupa'da yaşayan yaklaşık 37 milyon engelli ve 120 milyon engelli grubuna giren yaşlı birey bulunmaktadır. Toplam 157 milyon bireyden oluşan bu topluluğun %74'lük kısmının (116 milyon) seyahat edebilir bireyler olduğu tahmin edilmektedir. 2050 yılında Avrupa'da 65 yaş ve üzeri insan sayısının 2003 yılına göre üç kat daha fazlalaşacağı ve 80'li yaşlarda olan nüfusun beş katına çıkacağı öngörülmektedir. Bu rakamlar çok büyük bir ulaşılabilir turizm pazar potansiyeli olduğunun göstergesidir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261).

Avrupa'da Erişilebilir Turizm Rehberi olarak PANTOU sitesi Avrupa Birliği tarafından desteklenmektedir. PANTOU herkes için erişilebilir turizm amacıyla Avrupa'daki iç turizme müşteri kazandıran tur operatörlerini ve seyahat acentelerini içeren bir sitedir. Turistlere tatillerini istediklerine şekilde planlayabilmeye yönelik çeşitli argüman sunmaktadır. Özellikle engelli tatilcilerin tatillerini engelsiz olarak geçirebileceği destinasyon bulmasında sitedeki bilgiler yardımcı olmaktadır. Türkiye'den TUVA Health&Holiday (Antalya), FHS Tourism&Event (İstanbul), Kaya Izmir Thermal&Convention, Sixpoint Blind Association (ALTınokta Körler Derneği) (Ankara) ve Tourism for All Turkey (Alanya) PANTOU'nun tedarikçilerindendir. Bu tedarikçiler müşterilerine: Erişilebilir Konaklama, Erişilebilir Transfer Hizmetleri, Şehir Turları, Tarihsel ve Kültürel Geziler sunmaktadırlar.

Bazı seyahat acenteleri sadece engellilere yönelik tur programları düzenlemektedir. Örneğin; İtalya'da bir tur operatörü olan Accessible Italy internet üzerindeki sayfalarında engellilerin katılabileceği turları ve çeşitli şehirlerinin (Roma, Venedik, Floransa gibi) engellilere yönelik düzenlemelerini aktarmaktadır. Türkiye'de ise engellilere yönelik bu tutumu tur operatörü olan FHS turizm üstlenerek Accessible Turkey sitesini düzenlemektedir. Engelli tatilciler için Türkiye'de gidebilecekleri destinasyonları, otelleri, müzeleri internet üzerindeki tanıtım sayfalarında anlatılmaktadır.

SONUÇ

Turistik ürünleri engelli bireylerinde kullanabileceği şekilde sunmak turizm sektörünün (tur operatörleri, seyahat acenteleri, oteller, restoranlar, müze ve öğrenme yerleri) yüklenmiş olduğu bir sosyal sorumluluktur. Bununla ilgili olarak Destinasyon Yönetim Örgütlerinin; yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, kamu kurum ve kuruluşları, turizm işletmeleri ve üniversitelerin dikey bir şekilde bağlantı içerisinde gerekli düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir.

Dünya'daki engelli sayısının bir milyona yaklaşıyor olması ve bu kişilerin turizmden yararlanacakları düşünüldüğünde bu pastadan pay alabilmek için destinasyonları engelsiz olarak hedef kitleye sunmak gerekmektedir. Engelli turizmi için en çok tercih edilen İtalya ve İspanya'nın engellilere yönelik düzenlediği turizm işletmeleri örnek teşkil edebilir. Engelli turizminin dönemseller olarak Eylül ayında başlayıp, Aralık ayında bittiğini ve Şubat ayında başlayıp, Mayıs ayında bittiğini göz önünde bulundurursak turizm sezonunu uzatmak için iyi bir alternatif olacağını görülmektedir.

Destinasyonda engelli turistler için çekim gücü oluşturacak etmenleri belirlemek ve bu etmenleri potansiyel turistlere ulaştırmada teknolojik unsurlardan yararlanmak büyük önem taşımaktadır. Türkiye için Accesible Turkey örneğinde olduğu gibi engelli turizmüne yönelik acente ve tur operatörlerinin girişimde bulunması ve engelsiz seyahat yapılabilecek destinasyonların tanıtılması sağlanabilir.

Türkiye'deki engelsiz turizm için yapılan çalışmalardan biri olan Engelsiz Turizm Kenti Alanya ENAT'a üye olan Türkiye'deki ilk şehirdir. Türkiye'de ki diğer turistik destinasyonları da bu konuda teşvik etmek, engelsiz turizm için farkındalık yaratabilir. Engellilerin toplum içerisinde yer almasını kolaylaştırmak, sosyal yaşam içerisinde rahat hareket edebilmelerini sağlamak için temel donanımların sağlanması; engelsiz otel, engelsiz ulaşım, engelsiz destinasyon ve engebesiz çevre yapılandırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Artar, Y. ve Karabacakoglu, Ç. (2003). Türkiye'de özürlüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki altyapı olanaklarının araştırılması (N. Öztürk, Düzenleme). *Özürlülerin Toplumsal Gelişimine Yönelik Proje*, Ankara.
- Atar, N. (2014). Engelli Turizm hedefimizde önemli bir yer tutuyor. [URL: <http://www.turizmhaberleri.com/haberayrinti.asp?ID=28108>] (Erişim 24.08.2014).
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). *Küreselleşme sürecinde uluslararası turizm ve rekabet edebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baldıran, Ş. (2006). Tarihi dokuya sahip şehirlerin turizm destinasyonu olarak geliştirilmesi ve Amasya'nın iç turizmde destinasyon olma çabaları. II. *Ulusal Turizm Sempozyumu*, Eğirdir, 203-216.
- Behramoğlu, B. (2007). Herkese engelsiz tatil. *TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği*, 280, 40-42.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 25, 623-636.
- Çakıcı, A. C. ve Aksu, A. (2007). Çekim yeri seçiminde grup etkisi: Yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 183-194.
- Çizel, B., Sönmez, N. ve Akıncı Z. (2012). Antalya'da engelli turizminin gelişmesi için arz ve talep üzerine bir araştırma, Yayına Hazırlayan: Cengiz Sayın, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı. [URL: <http://apgem.akdeniz.edu.tr>] (Erişim 01.08.2014).

- Darcy, S. & Pegg, S. (2011). Towards strategic intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation sector managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 468-476.
- ENAT: European Network for Accessible Tourism. [URL: <http://www.accessibletourism.org>] (Erişim 27.07.2014).
- Engelli turist Türkiye'yi tercih ediyor. [URL: <http://www.sabah.com.tr/Turizm/2013/11/09/engelli-turist-turkiyeyi-tercih-ediyor>] (Erişim 01.08.2014).
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 31(2), 229-248.
- Genç, K., Atay, L. ve Eryaman, M. Y. (2014). Sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecinde örgütlenmenin önemi: Çanakkale turizmi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 49 – 61.
- İlban, M. O. (2007). *Destinasyon pazarlamasında marka imajı ve seyahat acentalarında bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Kırca, M. (2014). *Destinasyon ve destinasyon ile ilgili kavramlar*. [URL: <http://www.mustafakırca.com/destinasyon-ve-destinasyon-ile-ilgili-kavramlar.html>] (Erişim 29.08.2014).
- Kilimci, S. (2008). Turizm Engel Tanımaz. *Engelli Turizm* 5, 257-261. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/komite-haberleri/turizm-engel-tanimaz_490.html] (Erişim 27.07.2014).
- Mihalko, G. & Ratz, T. (2007). Akdeniz’de turistik çevre. (Y. E. Taşgit, Çev.). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 90-100.
- MÜSİAD (2011). *Türkiye’de engelli gerçeği*. İstanbul: Cep Kitapları, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği.
- Özdemir, G. (2007). *Destinasyon yönetim ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi* (Yayınlanmamış doktora tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon yönetimi ve pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. & Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer’s market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Pehlivanoğlu, B. (2012). Konaklama yapılarının engellilere yönelik oda düzenlemelerinin irdelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(4), 27-35.
- Presenza, A., Sheehan, L. & Ritchie, J. R. B. (2004). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *World Tourism Organization Survey Of Destination Management Organizations*, Spain: World Tourism Organization.
- PANTOU: Promoting Accessible Tourism in Europe[URL: <http://pantou.org>] (Erişim 01.08.2014).
- Sheehan, L. R. & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination stakeholders: Exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711-73.
- T.C Alanya Belediyesi Faaliyet Raporu (2013).
- Tosun, C. & Jenkins, C. L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: The case of Turkey. *Tourism Management*, 17(7), 519-531.

- Tozlu, E., Mercan, Ş. O. ve Atay, L. (2012). Çanakkale'nin engelli turizmine ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1).
- TÜRSAB (2006). *Herkes için engelsiz turizm komitesi*.
- TÜRSAB Ar.-Ge. Departmanı. (2008). *Dünyada ve Türkiye'de engelsiz turizm pazarı*.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 261 – 263.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 87-98.
- Yau, M. K., Mckercher, B. & Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability more than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.
- World Health Organisation (1980). *International classification of impairments, disabilities and handicaps*. Geneva.
- World Health Organisation (2011). *World report on disability*. Malta.

TURİSTİK BİR DESTİNASYON OLARAK BAŞKENT ANKARA’NIN İMAJI

Yusuf DÜNDAR

*Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
yd_30_rd@hotmail.com*

Evren GÜÇER

*Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
evrengucer@gazi.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmada bir turistik destinasyon olarak Avrupa ülkeleri başta olmak üzere diğer ülke başkentleri ile kıyaslandığında istenilen seviyede olmayan Ankara’nın yabancı turistler açısından imajının analiz edilmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek için literatür taraması sonucunda oluşturulan anket, 2014 yılı Şubat ayında, Ankara Esenboğa Havalimanı dış hatlar giden peronu bekleme salonunda yabancı turistlere uygulanmış ve 688 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Elde edilen verilerin analizinde, “yüzde”, “frekans”, “standart sapma” ve “aritmetik ortalama” analizleri kullanılmıştır.

Algılanan destinasyon imajını belirleyen 13 faktör (Turistik Yan Hizmetler, Sosyal Çevre ve Bölge Atmosferi, Genel Altyapı, Yiyecek-İçecek Hizmetleri, Eğlence Hizmetleri, Mimari, Doğal Çevre, Dinlenme ve Eğlence, Yöre Halkının Eğitim Düzeyi, Konaklama Hizmetleri, Doğal Kaynaklar, Tarihi ve Kültürel Mekanlar, Müze ve Dini Mekanlar) üzerinden Ankara’nın imajı ayrıntılı bir şekilde analiz edilerek değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, özetle, genel olarak Rus turistlerin diğer turistlere oranla daha çok memnun ayrıldıkları, Ankara’nın restoranların sayısı, fiyatlarının uygunluğu ve kalitesi açısından değerlendirilen yiyecek ve içecek hizmetleri boyutunda en olumlu algıya sahip olduğu, yöre halkının eğitim düzeyi boyutunda ise en olumsuz algıya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Destinasyon imajı, İmaj ölçümü, Ankara.*

GİRİŞ

“Bireylerin, seyahat etme eğilimlerini gerçekleştirmek için destinasyon belirlemeleri sürecinde bir çok faktör etkili olsa da bunlardan belki de en önemlisi o bölgenin bireylerce algılanan imajıdır” (Kaşlı ve Yılmazdoğan, 2012, s. 200). Potansiyel ve gerçek turistlerin; destinasyon seçim kararını verme süreçlerine ilâve olarak, destinasyonu ziyaret esnasındaki davranışlarını, tekrar ziyaret ve tavsiye gibi ziyaret sonrası davranışlarını etkileyen en önemli faktör destinasyon imajıdır. Nitekim, Leisen (2001) ve Özdemir (2008) bir destinasyon ürününün potansiyel turistler tarafından destinasyon seçim sürecinde dikkate alınmasını, destinasyonun kendisinden çok imajının belirlediğini ve destinasyon imajının bir turistin destinasyon seçimini etkileyen en önemli unsurlardan biri olduğunu ifade etmektedirler. Hatta Özdemir (2008), Akyurt ve Atay (2009) turistlerin satın alma kararını ve memnuniyet düzeyini etkileyen en önemli unsurun destinasyon imajı olduğunu belirtmektedirler.

Özdemir'e (2008) göre destinasyon imajının etkileri yalnızca destinasyon seçimine yönelik değil aynı zamanda genel olarak turist davranış ve tutumlarına yönelik olarak da kendini gösterir. Destinasyon imajının turistlerin destinasyona yönelik aldığı kararları nasıl etkilediği üzerine odaklanması önemlidir.

Bir destinasyonla ilgili ziyaret sonrası değerlendirmeler seyahat harcamalarını, algılanan hizmet kalitesini, tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyetini içermek te olup (Chen ve Tsai, 2007), Taşçı ve Gartner'a (2007) göre destinasyon imajı bu sürecin belirleyenlerinden birisidir. Bu nedenle de imaj ile seyahat sonrası davranışlar arasındaki ilişkinin anlaşılması, destinasyon yöneticilerine imajlarını daha etkin ele alma ve geliştirme imkanı sunar. Ancak, destinasyon imajının ziyaret öncesi davranışlara etkisi üzerinde çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen, ziyaret sonrası davranışlar üzerindeki etkisi ihmal edilmiş bir alan olarak kalmıştır.

Destinasyon bazlı pazarlama anlayışı çerçevesinde oluşturulan destinasyon yönetim örgütleri tarafından destinasyon imajının turistler tarafından nasıl algılandığının bilinmesi başarılı bir turizm tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde çok önemli bir yere sahiptir. Çalışma Türkiye'nin başkenti Ankara'da gerçekleştirilmiştir. Turistik bir destinasyon olarak Ankara, Avrupa başta olmak üzere diğer ülke başkentleri ile karşılaştırıldığında istenilen seviyede değildir. Tüketici merkezli Ankara turizminin imajını belirleyen çalışmaların yok denilecek kadar az olması bu durumun nedenlerinden biri olarak sayılabilir. Nitekim, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığının 2013 yılı gelen yabancı ziyaretçi istatistiklerine bakıldığında, Ankara'ya gelen yabancı ziyaretçilerin (332 645) Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi miktarının (34 910 098) yaklaşık olarak % 1'ini oluşturduğu görülmektedir. Bu çalışmada destinasyon bazlı pazarlama anlayışı ile turistik bir destinasyon olarak Ankara'nın imajının analiz edilmesi ve değerlendirilmesi ile öncelikle geliştirilecek temel ve destekleyici turizm türlerini belirlemek amaç edinilmiştir.

DESTİNASYON İMAJI

Destinasyon İmajı Kavramı

İmaj ve destinasyon imajı uzman çevreler tarafından farklı şekillerde tanımlanmış (Öter ve Özdoğan, 2005; Özdemir, 2008; Avcıkurt, 2004; Türkkahraman, 2004; Köroğlu ve Güzel, 2007; Baloğlu, 1997; Tolungüç, 2000; Kim ve Richardson, 2003; Rızaoğlu, 2004; Şahbaz ve Kılıçlar, 2009; Tarakçıoğlu ve Aydın, 2003; Kotler, 1994; Baloğlu ve McCleary, 1999; Ditcher, 1985; Baloğlu ve Brinberg, 1997; Avcıkurt, 2005; Taşçı, 2003; Gallarza, Saura ve Garcia, 2001; Gartner, 1993; Akyurt ve Atay, 2009; Yaraşlı, 2007) ve her yazar destinasyon imajına kendi uzmanlık alanı çerçevesinde yaklaşmıştır. Bu nedenle literatürde yer alan bu farklı tanımları tamamen doğru ya da yanlış diye nitelendirmek uygun olmayacaktır. Bütün tanımlamalar destinasyon imajına yaklaştığı disiplin açısından doğru ve yeterli olabilir ancak tüm disiplinleri içine alacak genel kabul görmüş bir tanımın bulunması zordur. Gunn (1972), imajın oluşturulması sürecini kavramsallaştıran ilk araştırmacılardandır ve destinasyon imajını; "bir yer hakkındaki kişisel tercihlerin

göstergesi” şeklinde tanımlamıştır. Hunt’un (1975) destinasyon imajının bölgeyi tercih eden turist sayısının artışında somut kaynaklardan daha etkili olduğunu vurgulaması da destinasyon imajının ne denli etkili olduğunu vurgulaması anlamında ilktir. Üner, Güçer ve Taşçı (2006) turizm araştırmacılarının imaj konusunu farklı bakış açılarıyla ele almalarının, birbirinden değişik imaj tanımlarının da ortaya çıkmasına neden olduğunu ifade ederek, imaj tanımlarıyla ilgili literatür entegrasyonunu araştırmaları kapsamında ele alan Gallarza ve Saura (2002)’den hareket ederek, imajı “herhangi bir varlıkla ilgili bilgi, düşünce ve hislerden oluşan bütün” şeklinde tanımlamaktadırlar. Lawson ve Baud-Bovy (1977) destinasyon imajını; “bir bireyin veya grubun belirli bir yer veya nesne üzerinde bireyin sahip olduğu tüm bilgilerin, izlenimlerin, önyargıların ve duygusal düşüncelerin bir tanımlamasıdır” şeklinde tanımlamışlardır. Yaygın kullanılan bir tanıma göre destinasyon imajı bir yer hakkında insanların sahip olduğu izlenimler ve inançların toplamı (Alvarez ve Campo, 2014) olarak tanımlanmaktadır.

Baloğlu ve Mangaloğlu’na (2001) göre turizm ürünü soyut ve birbirine benzer olduğu için destinasyonlar arası rekabet imajlar aracılığı ile gerçekleşmektedir. Nitekim konumlama stratejilerinin en büyük amacı destinasyonla ilgili olumsuz imajın yerine yeni olumlu bir imaj yaratmak ya da sahip olunan olumlu imajı kuvvetlendirmektir. Başka bir ifade ile Chon’un (1991) belirttiği gibi turizm alanında, kişiler satın alma sürecinde bir destinasyon hakkındaki imajlarına, inançlarına ve algılamalarına objektif gerçeklerden daha çok önem vermektedirler. “Turizm endüstrisinin giderek artan rekabetçi yapısı, turistik destinasyonların etkili plan ve stratejiler geliştirmesini zorunlu hale getirmiştir. Destinasyonlar genellikle pazar yerindeki rekabete oranla algılanan imajları üzerine yoğunlaşmaktadırlar” (Baloğlu ve Mangaloğlu, 2001, s.1).

“Bir destinasyonu ziyaret etmeden önce turistlere ulaşan bilgi genellikle onların o destinasyon hakkındaki zihinsel imajıyla desteklenir. Çoğu durumda, bir turistin nereye seyahat edeceği kararını üreten gerçek bilgiden öte muhtemelen (fikir ve düşünceler) imajdır” (Tapachai ve Waryszak, 2000, s. 37). “Gerçekten de bireylerin eğlenecekleri ve seyahat edecekleri yerleri seçim süreci destinasyon imajına bağlıdır” (Chen ve Kerstetter, 1999, s. 256). Um ve Crompton’a (1999) göre potansiyel turistler daha önce ziyaret etmedikleri bir destinasyon hakkında genellikle sınırlı bilgiye sahiptirler. Bu bilgi medya veya kendi sosyal gruplarından elde edilen sembolik bilgilerdir. Turistler bu bilgilerle alternatif destinasyonların imajlarını formüle ederler. Bu yüzden imaj, destinasyon seçim sürecinde kritik bir eleman olarak görülmektedir. Destinasyon seçimleriyle ilgili yapılan mevcut çalışmalar bu nedenle, destinasyon imajının baskın özelliklerini tanımlamak ve bunların bir turistik destinasyon seçiminde oynadıkları rolü ortaya çıkarmak üzerine odaklanmaktadır.

Chen ve Tsai (2007, s. 1121) gerçekleştirdikleri araştırmada davranışsal niyetler üzerinde en önemli etkiye destinasyon imajının sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuç, destinasyon pazarlamasında konumlandırma stratejileri ile doğru imajın oluşturulması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Destinasyon imajı davranışsal niyetleri doğrudan ve

dolaylı olarak etkilemektedir. Destinasyon imajı, sadece karar alma sürecini etkilememekte, aynı zamanda turistlerin karar alma sonrası davranışlarını da etkilemektedir. Bu nedenle bir destinasyon imajı oluşturma veya onu geliştirme çabaları, ziyaretçilerin yeniden ziyaretlerini veya tavsiye etme davranışlarını kolaylaştırmaktadır.

İmaj Oluşum Süreci

İmaj oluşum süreci, destinasyon seçimi niyetiyle ve ziyaret gerçekleştiğinde oluşan turist tatminiyle ilgilidir. İlgili alanyazında uzmanların çoğu imajın iki temel bileşeni (bilişsel ve duyuşsal) bulunduğuna yönelik ortak fikir sahibidirler. Baloğlu ve McCleary (1999), Beerli ve Martin (2004a), İlban, Köroğlu ve Bozok (2008) da imajın bilişsel ve duyuşsal değerlendirmeleri içerdiğini, imajın bilişsel boyutunun bireyin bir yer hakkında sahip olduğu inançlar ve fikirler olarak tanımlanırken, imajın duyuşsal boyutunun duygular ve hisleri içerdiğini belirtmektedirler. Bilişsel öge genellikle bir yerin fiziksel özelliklerini, o yerde yaşayan insanları ve yaşanan olayları değerlendirme sonucu ortaya çıkar. İmajın duyuşsal ögesi ise, insanların bir yer ile ilgili hissettikleri duyguları ifade eder. Duyuşsal öge bir yerin insanlarda uyandırdığı duyguların ve anlamın değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkar. Alvarez ve Campo (2014) bazı çalışmalarda bir yer hakkında değerlendirmeyi müteakiben bireyin davranışı ve o yere ziyaret eğilimi olarak tanımlanan imajın davranışsal (çaba gerektiren) bileşeninin de olduğunun savunulduğunu ifade etmektedirler. Ancak, literatürde bireyin davranış eğilimlerine yol açan imajın iki bileşeni olduğu (bilişsel ve duyuşsal) genel kabul görmektedir. Bir yerin duyuşsal olarak değerlendirilmesinin genel olarak o yerin bilişsel bir şekilde değerlendirilmesine bağlı olduğu kabul edilmektedir. Daha açık bir şekilde bir yerin duyuşsal imajı, bir yeri sevip sevmeme, hoşlanıp hoşlanmama, o yer ile ilgili olarak insanların sahip olduğu bilgilere, inançlara, düşüncelere yani bilişsel imaja bağlı olduğu görüşü ağırlık kazanmaktadır. İmajın bilişsel ve duyuşsal boyutları bireyin bir yer hakkında negatif veya pozitif değerlendirmesini özetleyen genel imajı oluşturmaktadır. Bir destinasyonu bilişsel ve duyuşsal olarak değerlendirme sonucunda o destinasyonun genel imajı oluşmaktadır. Özetle, bir yerin genel imajı bilişsel ve duyuşsal bileşenlerle oluşan ikinci seviyedeki yapı (Campo ve Alvarez, 2010) olmaktadır. Yani bir destinasyondaki farklı nitelikler ve özellikler etkileşim sonucunda bir genel imaj oluşturur. Birçok çalışma iyi bilinen ve daha gelişmiş yerler için genel imaj üzerinde bilişsel bileşenin daha büyük etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Baloğlu ve McCleary (1999) ise önceden ziyaret edilmemiş ve önceden negatif bir imaja sahip olan yerler için duyuşsal imajın daha büyük bir ağırlığa sahip olduğunu belirtmektedirler. Alvarez ve Campo (2014) sürekli çatışmalara konu olan bir ülke olarak İsrail'in Türkler açısından imajını analiz ettiği çalışmada, insanların bir millete karşı önceden düşmanlığı varsa ülke imajının öncelikle imajı oluşturan duyuşsal bileşenlerle oluştuğunu imajın bilişsel bileşenleri ile oluşmadığını doğrulamışlardır. Ayrıca araştırma sonuçları iki ülke arasındaki politik çatışmaların önemli ölçüde imajın duyuşsal bileşenleri ile ülke imajına zarar verdiğini ve önceden sahip olunan düşmanlığı artırdığını göstermiştir.

Fakeye ve Crompton (1991) destinasyon imajının üç aşamalı bir süreçten oluştuğundan bahsetmektedirler. Bunlar organik, uyarılmış ve karmaşık imajdır. Bu farklı imaj tiplerine yönelik pazarlama faaliyetlerinde bulunulması gerektiğini ifade etmektedirler. Bu modele göre potansiyel bir ziyaretçi, destinasyonlar hakkında önceden bir “organik imaj” olarak ifade edilen imaja sahiptir. Destinasyonlar hakkında seyahat güdüsü ile aktif olarak belirli ticari kaynaklardan elde ettiği bilgiler sonucunda “uyarılmış imaja”, alternatif destinasyonlarla karşılaştırarak destinasyonu seçip ziyaret ettikten sonra “karmaşık imaja” sahip olur. Organik imaj, pazarlama olmadığında genel tarihi bilgilere ya da haberlere dayalı oluşan imajdır. Uyarılmış imaj destinasyon pazarlama materyallerinin iletim sürecinde oluşur. Karmaşık imaj ise destinasyonu ziyaret sonucunda oluşan imaj tipidir. Bu “karmaşık imaj” bir dahaki seyahat ihtiyacı ortaya çıktığında söz konusu destinasyonu ziyaret etme veya etmeme kapsamında alternatiflerin değerlendirilmesinde etkili olacaktır.

Destinasyon imajının oluşturulması son derece karmaşık bir süreç olup, destinasyon imajının oluşumu ile ilgili olarak bir çok farklı model (Phelps, 1986; Gunn, 1988; Chon, 1990; Fakeye ve Crompton, 1991; Echtner ve Ritchie, 1993; Gartner, 1993; Stabler, 1993; Murphy, 1999; Baloğlu ve McCleary, 1999; Gallarza, Saura ve Garcia, 2002; Beerli ve Martin, 2004a) geliştirilmiş ve destinasyon imajının oluşumuna etki eden unsurlar incelenmiştir. Destinasyon imajı oluşumu ve destinasyon seçimi ile ilgili olarak geliştirilen modellerde bireysel faktörlerden sosyo-demografik özellikler ile bireylerin faydalandıkları bilgi kaynakları önemli bir yer tutmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada verilerin toplanması amacıyla yararlanılan ölçme aracı olarak anket kullanılmıştır. Ölçme aracı literatür taraması sonucunda ve Beerli ve Martin’in (2004a) algılanan destinasyon imajını belirleyen dokuz ana özellik çerçevesinde geliştirilmiştir. Destinasyon imajı ölçümünün güvenilir, geçerli ve kabul edilebilirliğinin azlığı nedeniyle Beerli ve Martin (2004a) tarafından destinasyonun tüm yönleriyle ölçümünün yapılması amacıyla bir yapı oluşturulmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bu kapsamda Beerli ve Martin (2004a) ölçümlerde kullanılmak üzere algılanan destinasyon imajını belirleyen boyutları/özellikleri dokuz başlık altında sınıflandırmışlardır. Bunlar, doğal kaynaklar, genel altyapı, turistik altyapı, turist boş zaman değerlendirme ve eğlence, kültür, tarih ve sanat, politik ve ekonomik faktörler, doğal çevre, sosyal çevre ve mekan atmosferidir. Destinasyon imajını belirleyen söz konusu özellikler/boyutlara ilişkin alt boyutlar da Beerli ve Martin (2004a) tarafından yapılan çalışmada ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Ölçek geliştirme sürecinde Ankara’nın spesifik özellikleri de dikkate alınarak her boyuta ilişkin uygun ifadeler oluşturulmuş ve turizm alanında uzman akademisyenlerin görüşü alınarak ölçeğe son şekli verilmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığının Ankara Esenboğa Havalimanına gelen yabancıların milliyetlerine göre dağılımına ilişkin istatistiklere dayanılarak Almanca, Rusça, Farsça, Arapça ve Türkçe hazırlanan anketler dört bölümden ve 16 sorudan oluşmaktadır. İlk

bölümünde yabancı turistlerin demografik özelliklerinin ortaya konması amacıyla 7 soru yer almıştır. Bu kapsamda, milliyet, yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim durumu, mesleki konuma ilişkin veriler elde edilmiştir. İkinci bölümde Ankara denildiğinde akla gelen ilk şey, Ankara'yı tercih ederken yararlanılan ya da etkilenilen bilgi kaynakları, daha önceki ziyaret miktarı, ziyaret sebebi, ziyaretin organize şekli ve genel memnuniyet düzeyi sorulmuştur. Bu kapsamda ikinci bölümde toplam 6 soru bulunmaktadır. Ölçme aracındaki tek açık uçlu soru bu bölümde yer almaktadır. Ankara denildiğinde aklınıza gelen ilk şey nedir? sorusu ölçme aracındaki tek açık uçlu sorudur. Genel memnuniyet düzeyi ise 10'lu bir ölçek üzerinden belirlenmeye çalışılmıştır. (1. Hiç Memnun Kalmadım.....10. Son derece memnun kaldım). Üçüncü bölümde Ankara'ya yönelik algılanan destinasyon imajını belirleyen özelliklerin 5'li likert ölçeği ile değeri (1. Kesinlikle Katılmıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum) ölçülmüştür. İmajı belirleyen özellikler kapsamında toplam 73 ifade yer almıştır. Dördüncü bölümde ise destinasyon sadakatine ilişkin "Çevrenizdeki kişilere Ankara'yı tavsiye eder misiniz?" ve "Ankara'yı tekrar ziyaret etmeyi düşünüyor musunuz?" şeklinde 2 soru bulunmaktadır.

Veriler Şubat 2014 ayı içerisinde Ankara'daki tek havalimanı olan Esenboğa Havalimanı dış hatlar giden terminalinde bulunan yabancı turistlerden toplanmıştır. Konu hakkında önceden bilgilendirilen anketörler ve araştırmacı tarafından cevaplamayı kabul eden toplam 765 kişiye anket dağıtılmış ve 688 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Ölçme aracından elde edilmiş ölçümlerin güvenirliği Cronbach'ın alfası ölçüm güvenirliği kestirim yöntemi ile belirlenmiş ($\alpha=0,971$), ölçüm yorum ve/veya kullanım geçerliği (içyapı üzerine temellenmiş kanıt) ise faktör analizi ile test edilmiştir.

BULGULAR

Araştırma kapsamında ankete katılan turistlerin bireysel özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları ile Ankara denildiğinde akla gelen ilk şey, yararlanılan ya da etkilenilen bilgi kaynakları, ziyaret sıklığı, ziyaret sebebi, ziyaretin organize şekli, Ankara'yı tavsiye ve tekrar ziyaret etmeye ilişkin verilerin frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmış, bununla birlikte, genel memnuniyet düzeyine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri, algılanan destinasyon imajını ölçen likert ölçeğinde ise her bir ifadeye ilişkin frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Anket verilerinin çözülmesinde SPSS 22.0 for Windows istatistik paket programından yararlanılmıştır.

Araştırmaya katılanların % 24,7'sini Almanlar, % 19,9'unu İranlılar, % 16,7'sini Kuzey Kıbrıslılar, % 8,9'unu Azeriler, % 7,7'sini Ruslar, % 6,3'ünü Araplar, % 15,8'ini diğer milliyetlere mensup turistler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan turistlerin % 43,5'ini kadınlar oluştururken, % 56,5'ini erkekler oluşturmaktadır. Yaş dağılımları incelendiğinde, % 30'luk bir oranla en çok katılımcının 19-25 yaş grubundan, en az katılımcının ise, % 2,7 ile üçüncü yaş grubundan, diğer bir ifade ile 65 yaş ve üstü gruptan olduğu görülmektedir. Ankete cevaplandıran turistlerin medeni durumları incelendiğinde, % 54,1'ini bekâr, %

35,9'unu evli ve çocuklu turistler, % 8,7'sini evli ve çocuksuz turistler oluşturmaktadır. Eğitim durumları incelendiğinde ise, araştırmaya katılanların % 71'ini lisans ve lisansüstü eğitim gören turistler oluşturmaktadır. Aylık hane halkı ortalama geliri ile ikamet ettiği ülke standartlarına göre araştırmaya katılanların çoğu (% 69,9'u) orta gelir düzeyinde bulunmaktadır. Mesleki konumlara bakıldığında ise % 34,1'inin öğrenci, % 32,3'ünün ücretli çalışan, % 12,7'sinin kendi hesabına çalışan, % 8,3'ünün işveren, % 7,6'sının emekli, % 5'inin ise işsiz olduğu, çoğunluğunun öğrenci ve ücretli çalışan turistlerden oluştuğu görülmektedir. Turistlerin % 41,8'i Ankara'yı dört veya daha fazla ziyaret etmişken, % 34,4'ünün Ankara'yı ilk kez ziyaret ettiği görülmektedir.

Tablo 1. Turistlerin Demografik Özellikleri

Değişkenler	Gruplar	f	%
Milliyet	Almanya	170	24,7
	İran	137	19,9
	KKTC	115	16,7
	Azerbaycan	61	8,9
	Rusya	53	7,7
	Arap Ülkeleri	43	6,3
	Diğer	109	15,8
Yaş	18 ve altı	35	5,2
	19-25	202	30
	26-32	141	21
	33-40	108	16
	41-48	71	10,5
	49-56	68	10,1
	57-64	30	4,5
	65 ve üstü	18	2,7
Cinsiyet	Kadın	299	43,5
	Erkek	389	56,5
Medeni Durum	Bekar	366	54,1
	Evli, çocuksuz	59	8,7
	Evli, çocuklu	243	35,9
	Diğer	9	1,3
	Çok Düşük	19	2,8
Gelir	Düşük	63	9,3
	Orta	476	69,9
	Yüksek	111	16,3
	Çok Yüksek	12	1,8
	İlköğretim	32	4,8
Eğitim	Lise	161	24,2
	Üniversite	333	50,1
	Lisansüstü	139	20,9
	İşveren	55	8,3
Meslek	Emekli	50	7,6
	Kendi hesabına çalışan	84	12,7
	Öğrenci	225	34,1
	Ücretli çalışan	213	32,3
	İşsiz	33	5
Ziyaret Sıklığı	İlk kez	231	34,4
	İki kez	98	14,6
	Üç kez	62	9,2
	Dört veya daha fazla	281	41,8

Turistlerin % 29'u tatil, % 21,6'sı iş, % 21,4'ü eğitim, % 13'ü vize işlemlerini yürütmek, % 11,9'u aile, arkadaş, akraba, meslektaş gibi yakınları ziyaret, % 3,1'i sağlık kuruluşlarında tedavi amaçlı Ankara'yı ziyaret etmiştir. Ankara'ya gelmiş olan turistlerin tercih ettikleri seyahat türleri incelendiğinde, turistlerin % 15'i Ankara'ya seyahatleri sırasında paket turu tercih ederken, % 85'i ise münferit olarak Ankara'ya seyahat etmeyi tercih etmişlerdir. Ankara'yı ziyaret eden yabancı turistlerin Ankara'yı tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme düşünceleri incelendiğinde, % 73,8'inin Ankara hakkında olumlu bir algıya sahip olarak yakın çevresine Ankara'yı tavsiye edeceği, % 84,2'sinin Ankara'ya tekrar ziyaret gerçekleştirmeyi düşündüğü görülmektedir. Diğer taraftan % 26,2'sinin Ankara'yı tavsiye etmeyeceği, % 15,8'inin ise tekrar ziyaret etmeyi düşünmediği görülmektedir.

Araştırmaya katılanların genel memnuniyet düzeylerine ilişkin aritmetik ortalama 6,82 olarak hesaplanmıştır (s.s=2,11). Genel memnuniyet düzeyleri en olumludan en olumsuz doğru incelendiğinde, genel olarak Rus turistlerin diğer turistlere oranla daha çok memnun ayrıldıkları ($\bar{X}=7,44$), Arap turistlerin ise genel olarak en olumsuz algıya sahip oldukları ($\bar{X}=6,36$), sıralamanın ise Rus ($\bar{X}=7,44$), Azeri ($\bar{X}=7,17$), Alman ($\bar{X}=7,10$), İranlı ve Kuzey Kıbrıslı turistler ($\bar{X}=6,76$) ile Arap turistler ($\bar{X}=6,36$) ve diğer ülke mensupları ($\bar{X}=6,16$) olarak gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılanların imajlarının oluşmasında ve Ankara hakkında bilgi sahip olmak için kullandıkları kaynaklar incelendiğinde, en önemli bilgi kaynağının aile-arkadaş-akraba-meslektaş tavsiyesi (% 31,5) olduğu görülmektedir. Zorunlu nedenlerle ziyaret (% 21,6) ikinci sırada yer alırken, bilgi kaynakları internet-sosyal medya (% 15), önceki ziyaretler (% 11,5), okuldan öğrenilen genel bilgiler (% 5,9), tv-radyo (% 5,3), seyahat acentesi/tur operatörü (% 3,2), rehber kitaplar (% 1,8), gazete-dergi (% 1,8), seyahat ve turizm fuarları (% 1,4) olarak sıralanmaktadır. Katılımcıların çok küçük bir kısmı ise (% 1) Ankara'yı nereden duyduklarını hatırlamamaktadırlar.

Araştırmaya katılan turistlere Ankara denildiğinde akla gelen ilk şeyin ne olduğu sorulduğunda, yaklaşık olarak her üç turistten ikisi, Başkent, Anıtkabir, Atatürk, Güzel Şehir, Vatan-Aile-Akraba-Yakınlar, Elçilik-Vize, Üniversite-Eğitim-Öğrenci Şehri demişlerdir. İlk üç sırayı sırasıyla, Başkent, Anıtkabir ve Atatürk almaktadır.

Temel ya da genel araştırma amaçları için, ölçüm güvenirlik katsayıları en az .80 ve daha yukarı olmalıdır (Bademci, 2007; 2011; 2013). Bu çalışmada Cronbach'ın alfası ile hesaplanan ölçüm güvenirliği katsayısı 0,971'dir.

Ek 1.'de araştırmaya katılan turistlerin Ankara ile ilgili olarak destinasyon özelliklerine ilişkin verdikleri cevaplar incelendiğinde, en çok beğendikleri ve en iyi buldukları özellik olarak "restoranların sayı bakımından yeterliliği" karşımıza çıkmaktadır ($\bar{X}=3,99$). Müteakiben, Ankara'nın sahip olduğu "her bütçeye uygun restoranlar" ($\bar{X}=3,93$), "yöresel ve dünya mutfaklarından tatlar sunan kaliteli restoranlar" ($\bar{X}=3,70$) şeklinde

sıralanmaktadır. Sonuç olarak, Ankara yiyecek ve içecek hizmetleri açısından çok olumlu bir algıya sahiptir. En düşük aritmetik ortalamaya sahip olan ifadeler, ise “yöre halkının yabancı lisan konuşma düzeyinin yüksek oluşu” ($\bar{X}=2,45$), “gizemli ve heyecan verici bir destinasyon oluşu” ($\bar{X}=2,88$) ve “turist bilgilendirme hizmeti yeterliliğidir” ($\bar{X}=2,89$). Diğer ifadeler ile karşılaştırıldığında bu üç ifade düşük bir ortalamaya sahiptir ve geliştirilmesi gereken unsurların başında gelmektedir.

Ankara destinasyonun imajına ilişkin ifadelerin bulunduğu ölçek faktör analizine tabi tutulduğunda Tablo 2.’den de görülebileceği üzere 13 farklı alt boyut (turistik yan hizmetler, sosyal çevre ve bölge atmosferi, genel altyapı, yiyecek-içecek hizmetleri, eğlence hizmetleri, mimari, doğal çevre, dinlenme ve eğlence, yöre halkının eğitim düzeyi, konaklama hizmetleri, doğal kaynaklar, tarihi ve kültürel mekânlar, müze ve dini mekânlar) oluşmaktadır. Araştırmaya katılan turistlerin boyutlar itibari ile Ankara’da en çok beğendikleri özellik yiyecek-içecek hizmetleri boyutu ($\bar{X}=3,79$, s.s.=0,87) ve takiben konaklama hizmetleri ($\bar{X}=3,56$, s.s.=0,93), genel altyapı ($\bar{X}=3,53$, s.s.=0,88), tarihi ve kültürel mekânlar ($\bar{X}=3,51$, s.s.=0,99), müze ve dini mekânlar ($\bar{X}=3,39$, s.s.=1,05), eğlence hizmetleri ($\bar{X}=3,37$, s.s.=0,98), mimari ($\bar{X}=3,37$, s.s.=0,92), dinlenme ve eğlence ($\bar{X}=3,35$, s.s.=1,04), sosyal çevre ve bölge atmosferi ($\bar{X}=3,32$, s.s.=0,79), doğal kaynaklar ($\bar{X}=3,19$, s.s.=0,98), turistik yan hizmetler ($\bar{X}=3,11$, s.s.=0,80), doğal çevre ($\bar{X}=3,07$, s.s.=0,99) olurken, en düşük aritmetik ortalamaya sahip olarak değerlendirilen boyut ise yöre halkının eğitim düzeyi ($\bar{X}=2,84$, s.s.=0,97) olmuştur. Faktörlerin toplam açıklanan varyansı % 77,549 olarak belirlenmiştir.

Tablo 2. Destinasyon Özellikleri Alt Boyutlarına İlişkin Faktör Yükleri

İFADELER	Turistik Yan Hizmetler	Sosyal Çevre ve Bölge Atmosferi	Genel Altyapı	Yiyecek- İçecek Hizmetleri	Eğlence Hizmetleri	Güvenirlilik Katsayısı
Ankara’ya yönelik birçok paket tur vardır.	,645					
Ankara’da tur operatörleri tarafından her bütçeye uygun hazırlanan paket turlar bulunmaktadır.	,657					
Ankara’da turist rehberliği hizmetleri yeterli ve tatminkârdır.	,691					
Ankara’da turist bilgilendirme hizmeti yeterlidir.	,705					
Ankara’da turistleri yönlendirici tabela, işaretler yeterlidir.	,536					

Ankara'da ev ve otel odası dışındaki alanlarda dinlenme olanakları yeterlidir.	,478	
Ankara'da dışarıda yapılabilecek birçok aktivite bulunmaktadır.	,579	0,924
Sadece Ankara'ya özgü yapılabilecek aktiviteler bulmak mümkündür.	,709	
Ankara içinde kısa gezinti olanakları (kısa süreli şehir turları) yeterlidir.	,695	
Ankara istenildiğinde macera için güzel fırsatlar sunmaktadır.	,616	
Ankara'da spor yapabilme imkanları yeterlidir.	,507	
Ankara için hazırlanmış hatıra ve hediyelik eşyalar orijinal ve satın almaya değerlidir.	,558	
Ankara gizemli ve heyecan verici bir destinasyondur.	,530	
Ankara için yapılan tanıtım faaliyetleri yeterlidir.	,492	
Ankara dinamik ve mutlu bir nüfusa sahiptir.	,460	
Ankara'nın yöre halkı modern, şık, kibardır ve halkın yaşam standardı yüksektir.	,500	
Ankara'daki yerel halk misafirperver ve cana yakındır.	,488	
Ankara'daki esnaf yardımseverdir, ısrarcı ve rahatsız edici değildir.	,669	
Ankara'da kentsel yönetim demokratiktir.	,670	
Ankara'da istenildiğinde lüks	,605	

mal ve hizmetler kolaylıkla bulunabilir.			
Ankara moda olduğu için seyahat edilen bir destinasyondur.	,606		0,899
Ankara evli ve çocuklu aileler için uygun bir destinasyondur.	,615		
Ankara rahatlatıcı ve dinlendirici bir destinasyondur.	,582		
Ankara ziyaret ettiğim diğer destinasyonlara benzemez, farklı ve özgün bir destinasyondur.	,426		
Ankara bilinen, ün ve şöhrete sahip bir destinasyondur.	,576		
Ankara destinasyon içinde gelişmiş ulaşım ağına sahiptir.	,497		
Ankara'daki sağlık imkânları yeterli seviyededir.	,796		
Ankara'da birçok modern sağlık tesisi bulunmaktadır.	,800		
Ankara destinasyonun haberleşme imkânları iyidir.	,714		0,818
Ankara'da pasaport, vize işlemleri vb. hizmetlerde kolaylık sağlanmaktadır.	,674		
Ankara'da restoranlar bakımından yeterlidir.	,702		
Ankara'da her bütçeye uygun restoranlar mevcuttur.	,776		
Ankara'da yöresel ve dünya mutfaklardan tatlar sunan kaliteli restoranlar vardır.	,662		0,807

Ankara yerel mutfağı özgün ve çekicidir ve yöresel yemekleri çeşitli ve lezzetlidir.				,565		
Ankara'da yeterli sayıda eğlence imkanı veren bar, disko vb. bulunmaktadır.					,729	
Ankara'da her bütçeye uygun eğlence imkanı mevcuttur.					,462	0,810
Ankara'da hızlı bir gece yaşantısı ve eğlence ortamı bulunmaktadır.					,696	
İFADELER	Mimari	Doğal Çevre	Dinlenme ve Eğlence	Yöre Halkının Eğitim Düzeyi	Konaklama Hizmetleri	Güvenirlilik Katsayısı
Ankara'da birçok modern bina bulunmaktadır.	,501					
Ankara'da planlı bir kentleşme mevcuttur, bu nedenle düzenli bir destinasyondur.	,554					0,742
Ankara'da binaların mimari yapısı bölgeye özgündür ve çekicidir.	,533					
Ankara aşırı kalabalık bir destinasyon değildir.		,704				
Ankara'da hava ve gürültü kirliliği mevcut değildir.		,764				0,728
Ankara şehir içi trafiği yoğun değildir.		,606				
Ankara'da birçok park, bahçe ve yeşil alan bulunmaktadır.			,675			
Ankara ilgi çekici ve özgün kültürel etkinliklere(festival , şenlik, konser vb.) ev sahipliği yapmaktadır.			,519			0,553
Ankara'da yöre halkının yabancı				,763		

lisan konuşma düzeyi yüksektir.				
Ankara'da yöre halkının eğitim seviyesi yüksektir.		,686		0,690
Ankara'da kurallara uyan bir halk vardır.		,494		
Ankara'da her bütçeye uygun konaklama imkânı mevcuttur.			,659	
Ankara'da konaklama işletmelerinde verilen hizmetler kalitedir.			,668	0,692
İFADELER	Doğal Kaynaklar	Tarihi ve Kültürel Mekânlar	Müze ve Dini Mekânlar	Güvenirlilik Katsayısı
Ankara dört mevsim çeşitli turizm aktivitelerine imkân veren güzel bir iklime sahiptir.	,618			
Ankara ilgi çekici ve büyüleyici manzara ve doğal çekiciliklere sahiptir.	,601			0,746
Ankara'da güzel, çekici ve ilginç birçok yer vardır.	,492			
Ankara ulusal ve uluslar arası kongre, sempozyum vb. etkinliklere ev sahipliği yapabilecek yeterli mekanlara sahiptir.		,490		
Ankara tarihi ve arkeolojik amaçla ziyaret edilebilecek ilgi çekici ve özgün mekânlara sahiptir.		,800		0,513
Ankara'da müze vb. ziyaret edilecek alanlar için giriş ücretleri uygundur.			,543	
Ankara'da çeşitli dinlere mensup ziyaretçilere uygun dini yerler bulunmaktadır.			,614	0,572

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılan turistlerin Ankara'ya ziyaret sebebine ve ziyaretin organize şekline ilişkin bilgiler incelendiğinde, yabancı turistlerin çoğunlukla tatil amaçlı Ankara'ya seyahat ettikleri görülmektedir. İkinci ve üçüncü sırayı ise iş ve eğitim amaçlı ziyaretler almaktadır. Vize işlemlerini yürütmek için Ankara'yı tercih edenlerin sayısı da önemli

miktardadır. Vize işlemlerini yürütmek amacıyla Ankara'ya seyahat ettiğini belirten turistlerin tamamını İranlı turistler oluşturmaktadır. Bu durum kriz durumunda bulunan bir ülkenin daha güvenli bir konumda olan komşu ülkeye turizm açısından fayda sağlayabileceğinin iyi bir örneğini teşkil etmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu münferit olarak Ankara'yı ziyaret etmiştir. Bu durum, seyahat acentesi ve tur operatörlerinin faaliyetlerinin yetersiz kaldığını, Ankara'ya yönelik paket turların istenilen seviyede olmadığını ya da turistlerin dünyada değişen turizm trendlerine paralel olarak bağımsız hareket etme isteklerinin ön plana çıktığını gösterebilmektedir.

Araştırmaya katılanların imajlarının oluşmasında ve Ankara hakkında bilgi sahip olmak için kullandıkları kaynaklar incelendiğinde, en önemli bilgi kaynağı olarak aile-arkadaş-akraba-meslektaş tavsiyesinin, ikinci sırada zorunlu nedenlerle ziyaretin, üçüncü önemli kaynağın ise internet-sosyal medya olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Önceki ziyaretlerin de turistler tarafından önemli bilgi kaynakları arasında sayıldığı görülmektedir. Ziyaret nedenleri ile yararlanılan/etkilenilen bilgi kaynakları birlikte değerlendirildiğinde, zorunlu olarak Ankara'yı ziyaret edenlerin sayısının hiç de az olmadığı, yoğunlukla iş, eğitim, vize işlemleri nedenleriyle seyahatin gerçekleştiği görülmektedir. Yakın çevresinin tavsiyesi ile seyahat edenlerin çoğunluğu oluşturması dikkate alındığında, kulaktan kulağa pazarlamanın önemi bir kez daha ön plana çıkmakta ya da Ankara için pazarlama materyalleri, tutundurma araçlarının yeterince etkili olmadığı görülmektedir. Destinasyon sadakatinin iki ana göstergesi olarak Ankara'ya ilişkin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme durumları incelendiğinde, Ankara'yı ziyaret eden turistlerin büyük çoğunluğunun Ankara'yı tekrar ziyaret etmeyi düşündükleri ve yakın çevresine Ankara'yı tavsiye edeceklerini belirttikleri görülmektedir. Zorunlu nedenlerle yapılan ziyaretlerin önemli bir yere sahip olması nedeniyle tek başına tekrar ziyaret etme oranını dikkate almak yapılacak değerlendirmelerde yanılgıya düşürebilir. Bu nedenle tavsiye etme durumu sadakate ilişkin asıl gösterge olarak gösterilebilir.

Turistlerin turistik destinasyon olarak Ankara için genel memnuniyet düzeylerine bakıldığında, Araştırmaya katılanların genel memnuniyet düzeyinin ortalamanın biraz üstünde olduğu, genel olarak Rus turistlerin diğer turistlere oranla daha çok memnun ayrıldıkları, Arap turistlerin ise genel olarak en olumsuz algıya sahip oldukları görülmektedir. Arap turistlerin memnuniyetsizliklerine neden olan etkenler üzerinde durulmasının ve bu turistlere yönelik çalışmalar yapılmasının gerektiği düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan turistlerin Ankara destinasyonunun özelliklerini algılamalarına ilişkin cevapları incelendiğinde, en çok beğendikleri özelliğin “yeme-içme hizmeti veren tesislerin yeterli, uygun fiyatlı ve kaliteli” olduğu ortaya çıkmaktadır. Diğer beğendikleri özellikler ise, ulusal ve uluslararası kongre, sempozyum vb. etkinliklere ev sahipliği yapabilecek yeterli mekanlara sahip olması ve lüks mal ve hizmetlerin kolaylıkla bulunabilmesidir. Turistlerin diğer özelliklere göre daha düşük olarak değerlendirdikleri ve geliştirilmesini düşündükleri özellikleri ise, “yöre halkının yabancı lisan konuşma düzeyi”, “gizemli ve heyecan verici bir destinasyon oluşturma” ve “turist bilgilendirme hizmetleri”

olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle ziyaretçilerin yöre halkının yabancı lisan konuşma düzeyini yeterli bulmaması, ülkemizdeki lisan öğretiminin kalitesinin ve çeşitliliğinin sorgulanması gerektiğini işaret etmektedir. Araştırmaya katılan turistlerin boyutlar itibarı ile Ankara’da en beğendikleri özellik yiyecek-içecek hizmetleri, takiben konaklama hizmetleri ve genel altyapı, en olumsuz değerlendirdikleri ise sırasıyla yöre halkının eğitim düzeyi, doğal çevre ve turistik yan hizmetlerdir. Bu sonuca göre tesisleşme ve genel alt yapı bakımından Ankara iyi bir seviyede iken, turizm farkındalığının ve eğitiminin, aktivite çeşitliliğinin, tamamlayıcı turistik hizmetlerin yeterli olmayışından dolayı Ankara genel ve turistik alt yapısı hazır olmasına rağmen turizm faaliyetinin yoğun olarak icra edilmediği, yeterli tanıtımın yapılmadığı ya da ağırlıklı olarak iç turizme odaklı bir anlayışın bulunduğu bir destinasyon görünümündedir.

Araştırma sonuçlarına göre yiyecek-içecek, konaklama tesisleri başta olmak üzere Ankara’nın genel altyapısı ile birlikte kaliteli ve yeterli bir turistik altyapıya sahip olduğu, fakat bu altyapıyı tamamlayacak paket tur organizasyonları, turist rehberliği, turist bilgilendirme faaliyetleri, özellikle uluslararası alanda yeterli tanıtım faaliyetleri gibi turizm sektörü için hayati öğelere etkili bir şekilde sahip olmadığı görülmektedir. Ayrıca, özellikle eğitim gören genç ve bekâr turistlere yönelik olarak spor, eğlence aktiviteleri, kısa süreli şehir turları, heyecan verici aktiviteler, Ankara’ya özgü yapılabilecek aktivitelerin eksiklikleri ziyaret eden turistler tarafından çok fazla hissedilmektedir. Bununla birlikte, yöre halkı dâhil, turizm pazarlamacıları ve yöneticileri, turizm sektörüne dolaylı olarak etki eden kurum ve kuruluşların Ankara’nın turizm potansiyelinden ve altyapı gelişmişliğinden fazlaca haberdar olmadığı, bundan yararlanarak turizm faaliyetlerini geliştirici tedbirlerin alınmadığı, turizmin gelişmiş tesislerin dışına tüm Ankara çevresine çıkamadığı görülmektedir. Bunun en büyük nedeni olarak Ankara’nın turizm sektörü odaklı bir kalkınmayı hedef almaması gösterilebilir ve bu özellikle doğal kaynakları dikkate alındığında gayet doğal bir sonuçtur. Ancak, İstanbul gibi bazı destinasyonlar kalkınmasını sanayi ve ticaret gibi sektörlere odaklasa da bu destinasyonlar da turizm sektörü, turizm odaklı kalkınmayı hedefleyen destinasyonlardan daha fazla gelişmiştir. Ankara’da başkent olmasını kullanarak özellikle iş turizminin, eğitim turizminin merkezi olabilir. Ancak bu amaçla gelecek turistler için dışarıda yapılabilecek birçok aktivite çeşitliliği sunması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyurt, H. ve Atay, L. (2009).Destinasyonda imaj oluşturma süreci.*Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(1), 1-14.
- Alvarez, M. D. and Campo, S. (2014). The influence of political conflicts on country image and intention to visit: a study of İsrail’s image. *Tourism Management*, 40, 70-78.
- Avcıkurt, C. (2004, 17-19 Ekim). *Ülke imajı ve turizm ilişkisi-Türkiye örneği, turistik yerlerin (destinasyonların) pazarlanması*. Haftasonu Turizm Konferansı (IX)’nda sunulmuş bildiri, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir.
- Avcıkurt, C. (2005). *Turizmde tanıtma ve satış geliştirme*. İstanbul: Değişim Yayınları.

- Bademci, V. (2007). *Ölçme ve araştırma yöntembiliminde paradigma değişikliği: testler güvenilir değildir*. Ankara: Yenyap Yayınları.
- Bademci, V. (2011). Kuder-Richardson 20, Cronbach'ın alfası, Hoyt'un varyans analizi, genellenirlik kuramı ve ölçüm güvenilirliği üzerine bir çalışma. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17, 173-193.
- Bademci, V. (2013). Değerbiçiciler arası (interrater) ölçüm güvenirliliğinin Cronbach'ın alfası ile kestirilmesi. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 55-62.
- Baloglu, S. (1997). The relationship between destination images and sociodemographic and trip characteristics of international travelers, *Journal of Vacation Marketing*, 3(3), 221-233.
- Baloglu, S. and Brinberg, D. (1997). Affective images of tourism destination. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11-15.
- Baloglu, S. and McCleary, W. K. (1999). U.S. international pleasure travelers' images of four Mediterranean destinations: a comparison of visitors and non- visitors, *Journal of Travel and Tourism Research*, 8(2), 144-151.
- Baloglu, S. and Mangaloglu, M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by us-based tour operators and travel agents. *Tourism Management*, 22(1), 1-9.
- Beerli, A. and Martin, J. D. (2004a). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Campo, S. and Alvarez, M. D. (2010). Country versus destination image in a developing country. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27(7), 749-765.
- Chen, C. F. and Tsai, D. J. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management*, 28(4), 1115- 1122.
- Chen, P. and Kersteter, D. L. (1999). International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination. *Journal of Travel Research*, 37(Feb), 256-266.
- Chon, K. S. (1990). The role of destination image in tourism: a review and discussion, *The Tourist Review*, 45(2), 1-9.
- Chon, K. S. (1991). Tourism destination image modification process: marketing implications. *Tourism Management*, 12(1), 68-74.
- Ditcher, E. (1985). What's in an image. *Journal of Consumer Marketing*, 2(1), 75-81.
- Echtner, C. M. and Ritchie, J. R. B. (1993). The measurement of destination image: an empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 31, 3-13.
- Fakeye, P. and Crompton, J. (1991). Images differences between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G. and Garcia, H. C. (2001). Destination image: towards a conceptual framework, *Annals of Tourism Research*, 29(1).
- Gallarza, M. G., Saura, I. G. and Garcia, H. C. (2002). Destination image: towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Gartner, W. (1993). In communication and channel systems in tourism marketing. M. Uysal and D. R. Fesenmaier (Ed.), *Image formation process* (s. 191-215). NewYork: Haworth Press.
- Gunn, C. (1972). *Vacationscape: designing tourist regions*. Austin: University of Texas.

- Gunn, C. (1988). *Tourism planning*, San Francisco: Taylor and Francis.
- Hunt, J. D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, 13(3), 1-7.
- İlban, M. O., Köroğlu, A. ve Bozok, D. (2008). Termal turizm amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Gönen örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 105 -129.
- Kaşlı, M., ve Yılmazdoğan, O. (2012). İmajın turistik talebe etkisi: Eskişehir örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, (4)2, 199-209.
- Kim, H. and Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control*. Paramus, NJ: Prentice Hall International.
- Köroğlu, A. ve Güzel, Ö. (2007, 07-08 Eylül). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolünü belirlemeye yönelik Alman turistler üzerinde bir araştırma*. I. Ulusal Türkiye Turizm Kongresi'nde sunulan bildiri, Sakarya.
- Lawson, F. and Baud-Bovy, M. (1977). *Tourism and recreational development*. London: Architectural Press.
- Leisen, B. (2001). Image segmentation: the case of a tourism destination. *Journal of Services Marketing*, 15(1), 49 – 66.
- Murphy, L. (1999). Australia's image as a holiday destination-perceptions of backpacker visitors, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 8(3).
- Öter, Z. ve Özdoğan, O. N. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Selçuk-Efes örneği. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 127-138.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Phelps, A. (1986). Holiday destination image-the problem of assessment: an example developed in Menorca. *Tourism Management*, 3(2), 168-180.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Stabler, M. (1993). The image of destination regions: theoretical and empirical aspects. in Brian Goodall and Gregory Ashworth, *Marketing in the tourism industry the promotion of destination regions*. UK: Routledge.
- Şahbaz, R. P. ve Kılıçlar, A. (2009). Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon imajına etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31–52.
- Tapachai, N. and Waryszak, R. (2000). An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection. *Journal of Travel Research*, 39, 37-44.
- Tarakçıoğlu, S. ve Aydın, İ. (2003). Yunanistan, İtalya ve Mısır'ın imajının Türkiye'de faaliyet gösteren (A) grubu seyahat acentaları tarafından algılanması: ampirik bir uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, 166-189.
- Tasci, A. D. A. (2003). *Determinants of destination image*. Doktora Tezi, Michigan State University, USA.
- Tasci, A. D. A. and Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.

- Tolungüç, A. (2000). *Turizmde tanıtım ve reklam*, Ankara: Mediacat Kitapları.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014). *Sınır giriş çıkış istatistikleri*.
- Türk kahraman, M. (2004). *Günümüzün büyüğü imaj ve gerçek hayat*. Sosyoloji Konferansları, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Metodoloji ve Sosyoloji Araştırmaları Merkezi, İstanbul.
- Um, S. and Crompton, J. (1999). The roles of image and perceived constraints at different stages in the tourist's destination decision process. in Pizam and Mansfeld, *Consumer behaviour in travel and tourism*. London: The Haworth Press.
- Üner, M. M., Güçer, E. ve Taşçı, A. (2006). Türkiye turizmde yükselen destinasyon olarak İstanbul şehrinin imajı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 189-201.
- Yaraşlı, G. Y. (2007). *Destinasyon imajı ve Trabzon yöresine yönelik bir çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

EKLER

Ek 1. Araştırmaya Katılan Turistlerin Ankara Destinasyonun Özelliklerini Algılamalarına İlişkin Bulgular

	Dağılım	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Boş	$\bar{X}$	s.s.
Ankara dört mevsim çeşitli turizm aktivitelerine imkân veren güzel bir iklime sahiptir.	f 65	125	145	219	62	72		3,14	1,17
	% 9,4	18,2	21,1	31,8	9	10,5			
Ankara ilgi çekici ve büyüleyici manzara ve doğal çekiciliklere sahiptir.	f 62	149	161	203	67	46		3,10	1,16
	% 9	21,7	23,4	29,5	9,7	6,7			
Ankara destinasyon içinde gelişmiş ulaşım ağına sahiptir.	f 35	76	129	237	122	89		3,56	1,12
	% 5,1	11	18,8	34,4	17,7	12,9			
Ankara'daki sağlık imkânları yeterli seviyededir.	f 28	72	133	198	85	172		3,47	1,09
	% 4,1	10,5	19,3	28,8	12,4	25			
Ankara'da birçok modern sağlık tesisi bulunmaktadır.	f 24	57	126	191	91	199		3,55	1,07
	% 3,5	8,3	18,3	27,8	13,2	28,9			
Ankara destinasyonun haberleşme imkânları iyidir.	f 31	64	137	257	86	113		3,53	1,05
	% 4,5	9,3	19,9	37,4	12,5	16,4			
Ankara'da pasaport, vize işlemleri vb. hizmetlerde kolaylık sağlanmaktadır.	f 43	83	97	214	119	132		3,51	1,20
	% 6,3	12,1	14,1	31,1	17,3	19,2			
Ankara'da birçok modern bina bulunmaktadır.	f 26	82	131	275	126	48		3,61	1,06
	% 3,8	11,9	19	40	18,3	7			
Ankara'da planlı bir kentleşme mevcuttur, bu nedenle düzenli bir destinasyondur.	f 39	92	136	240	78	103		3,39	1,10
	% 5,7	13,4	19,8	34,9	11,3	15			
Ankara'da binaların mimari yapısı bölgeye özgündür ve çekicidir.	f 52	164	156	194	65	57		3,09	1,14
	% 7,6	23,8	22,7	28,2	9,4	8,3			
Ankara'da her bütçeye uygun konaklama imkanı mevcuttur.	f 24	67	125	228	101	143		3,58	1,06
	% 3,5	9,7	18,2	33,1	14,7	20,8			
Ankara'da konaklama işletmelerinde verilen	f 18	65	166	217	90	132		3,53	1,00
	% 2,6	9,4	24,1	31,5	13,1	19,2			

hizmetler kalitedir.									
Ankara ulusal ve uluslar arası kongre, sempozyum vb. etkinliklere ev sahipliği yapabilecek yeterli mekanlara sahiptir.	f	18	41	120	216	100	193	3,68	1,00
	%	2,6	6	17,4	31,4	14,5	28,1		
Ankara'da restoranlar sayı bakımından yeterlidir.	f	22	42	70	272	216	66	3,99	1,02
	%	3,2	6,1	10,2	39,5	31,4	9,6		
Ankara'da her bütçeye uygun restoranlar mevcuttur.	f	23	45	79	278	192	71	3,93	1,03
	%	3,3	6,5	11,5	40,4	27,9	10,3		
Ankara'da yöresel ve dünya mutfaklardan tatlar sunan kaliteli restoranlar vardır.	f	29	71	106	245	155	82	3,70	1,12
	%	4,2	10,3	15,4	35,6	22,5	11,9		
Ankara'da yeterli sayıda eğlence imkanı veren bar, disko vb. bulunmaktadır.	f	30	86	123	197	71	181	3,38	1,10
	%	4,4	12,5	17,9	28,6	10,3	26,3		
Ankara'da her bütçeye uygun eğlence imkanı mevcuttur.	f	24	77	154	199	87	147	3,46	1,06
	%	3,5	11,2	22,4	28,9	12,6	21,4		
Ankara'da hızlı bir gece yaşantısı ve eğlence ortamı bulunmaktadır.	f	49	85	141	157	70	186	3,23	1,18
	%	7,1	12,4	20,5	22,8	10,2	27		
Ankara'ya yönelik birçok paket tur vardır.	f	33	83	142	131	42	257	3,15	1,08
	%	4,8	12,1	20,6	19	6,1	37,4		
Ankara'da tur operatörleri tarafından her bütçeye uygun hazırlanan paket turlar bulunmaktadır	f	33	86	152	109	32	276	3,05	1,05
	%	4,8	12,5	22,1	15,8	4,7	40,1		
Ankara'da turist rehberliği hizmetleri yeterli ve tatminkârdır.	f	39	119	140	94	43	253	2,96	1,12
	%	5,7	17,3	20,3	13,7	6,3	36,8		
Ankara'da güzel, çekici ve ilginç birçok yer vardır.	f	53	120	147	202	115	51	3,32	1,21
	%	7,7	17,4	21,4	29,4	16,7	7,4		
Ankara'da turist bilgilendirme hizmeti yeterlidir.	f	56	149	143	128	38	174	2,89	1,12
	%	8,1	21,7	20,8	18,6	5,5	25,3		
Ankara'da turistleri yönlendirici tabelalar ve işaretler yeterlidir.	f	67	133	146	171	52	119	3,01	1,17
	%	9,7	19,3	21,2	24,9	7,6	17,3		
Ankara'da ev ve otel odası dışındaki alanlarda dinlenme olanakları yeterlidir.	f	44	97	132	188	76	151	3,29	1,16
	%	6,4	14,1	19,2	27,3	11	21,9		
Ankara'da birçok park, bahçe ve yeşil alan bulunmaktadır.	f	68	89	127	225	107	72	3,35	1,24
	%	9,9	12,9	18,5	32,7	15,6	10,5		
Ankara'da dışarıda yapılabilecek birçok aktivite bulunmaktadır.	f	54	100	137	188	74	135	3,23	1,18
	%	7,8	14,5	19,9	27,3	10,8	19,6		
Sadece Ankara'ya özgü yapılabilecek aktiviteler bulmak mümkündür.	f	67	118	160	120	56	167	2,96	1,18
	%	9,7	17,2	23,3	17,4	8,1	24,3		
Ankara içinde kısa gezinti olanakları (kısa süreli şehir turları) yeterlidir.	f	40	116	130	193	65	144	3,23	1,13
	%	5,8	16,9	18,9	28,1	9,4	20,9		
Ankara istenildiğinde macera için güzel fırsatlar sunmaktadır.	f	54	128	164	119	63	160	3,02	1,16
	%	7,8	18,6	23,8	17,3	9,2	23,3		
Ankara'da spor yapabileme imkanları yeterlidir.	f	45	84	150	158	65	186	3,23	1,14
	%	6,5	12,2	21,8	23	9,4	27		
Ankara tarihi ve arkeolojik	f	38	96	147	204	101	102	3,40	1,14

amaçla ziyaret edilebilecek ilgi çekici ve özgün mekanlara sahiptir.	%	5,5	14	21,4	29,7	14,7	14,8		
Ankara ilgi çekici ve özgün kültürel etkinliklere (festival, şenlik, konser vb.) ev sahipliği yapmaktadır.	f	33	90	155	182	73	155		
	%	4,8	13,1	22,5	26,5	10,6	22,5	3,32	1,10
Ankara için hazırlanmış hatıra ve hediyelik eşyalar orijinal ve satın almaya değerdir.	f	54	99	159	177	87	112		
	%	7,8	14,4	23,1	25,7	12,6	16,3	3,25	1,18
Ankara'da müze vb. ziyaret edilecek alanlar için giriş ücretleri uygundur.	f	36	78	103	231	97	143		
	%	5,2	11,3	15	33,6	14,1	20,8	3,50	1,14
Ankara yerel mutfağı özgün ve çekicidir ve yöresel yemekleri çeşitli ve lezzetlidir.	f	40	64	136	232	139	77		
	%	5,8	9,3	19,8	33,7	20,2	11,2	3,60	1,14
Ankara'da çeşitli dinlere mensup ziyaretçilere uygun dini yerler bulunmaktadır.	f	52	95	127	151	85	178		
	%	7,6	13,8	18,5	21,9	12,4	25,9	3,24	1,23
Ankara aşırı kalabalık bir destinasyon değildir.	f	64	104	144	230	86	60		
	%	9,3	15,1	20,9	33,4	12,5	8,7	3,27	1,19
Ankara'da hava ve gürültü kirliliği mevcut değildir.	f	82	140	154	179	66	67		
	%	11,9	20,3	22,4	26	9,6	9,7	3,01	1,21
Ankara şehir içi trafiği yoğun değildir.	f	104	152	142	174	65	51		
	%	15,1	22,1	20,6	25,3	9,4	7,4	2,91	1,25
Ankara dinamik ve mutlu bir nüfusa sahiptir.	f	72	87	158	197	78	96		
	%	10,5	12,6	23	28,6	11,3	14	3,21	1,21
Ankara'nın yöre halkı modern, şık, kibardır ve halkın yaşam standardı yüksektir.	f	69	111	176	177	82	73		
	%	10	16,1	25,6	25,7	11,9	10,6	3,15	1,20
Ankara'daki yerel halk misafirperver ve cana yakındır.	f	48	89	110	242	128	71		
	%	7	12,9	16	35,2	18,6	10,3	3,51	1,19
Ankara'da yöre halkının yabancı lisan konuşma düzeyi yüksektir.	f	155	185	115	87	42	104		
	%	22,5	26,9	16,7	12,6	6,1	15,1	2,45	1,23
Ankara'da yöre halkının eğitim seviyesi yüksektir.	f	51	102	192	143	47	153		
	%	7,4	14,8	27,9	20,8	6,8	22,2	3,06	1,09
Ankara'da kurallara uyan bir halk vardır.	f	69	84	169	171	42	153		
	%	10	12,2	24,6	24,9	6,1	22,2	3,06	1,14
Ankara'daki esnaf yardımseverdir, ısrarcı ve rahatsız edici değildir.	f	48	81	158	234	87	80		
	%	7	11,8	23	34	12,6	11,6	3,38	1,12
Ankara'da kentsel yönetim demokratiktir.	f	67	81	133	157	66	184		
	%	9,7	11,8	19,3	22,8	9,6	26,7	3,15	1,23
Ankara'da istenildiğinde lüks mal ve hizmetler kolaylıkla bulunabilir.	f	33	56	108	265	116	110		
	%	4,8	8,1	15,7	38,5	16,9	16	3,65	1,08
Ankara moda olduğu için seyahat edilen bir destinasyondur.	f	65	119	149	165	52	138		
	%	9,4	17,3	21,7	24	7,6	20,1	3,04	1,17
Ankara evli ve çocuklu aileler	f	47	65	131	225	108	112	3,49	1,16

için uygun bir destinasyondur.	%	6,8	9,4	19	32,7	15,7	16,3		
Ankara rahatlatıcı ve dinlendirici bir destinasyondur.	f	52	92	157	217	93	77	3,34	1,16
Ankara ziyaret ettiğim diğer destinasyonlara benzemez, farklı ve özgün bir destinasyondur.	%	7,6	13,4	22,8	31,5	13,5	11,2		
	f	48	115	169	175	76	105	3,20	1,14
Ankara gizemli ve heyecan verici bir destinasyondur.	%	7	16,7	24,6	25,4	11	15,3		
	f	66	181	161	121	61	98	2,88	1,17
Ankara bilinen, ün ve şöhrete sahip bir destinasyondur.	%	9,6	26,3	23,4	17,6	8,9	14,2		
	f	53	100	169	201	83	82	3,27	1,15
Ankara için yapılan tanıtım faaliyetleri yeterlidir.	%	7,7	14,5	24,6	29,2	12,1	11,9		
	f	78	107	154	154	65	130	3,04	1,22
	%	11,3	15,6	22,4	22,4	9,4	18,9		

KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİNİN ENGELSİZ TURİZME BAKIŞ AÇILARI: ALANYA ÖRNEĞİ

Boran TOKER

*Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Alanya İşletme Fakültesi
borantoker@akdeniz.edu.tr*

Yaşar Yiğit KAÇMAZ

*Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
yykacmaz@hotmail.com*

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, konaklama işletmelerinde görev yapan üst düzey yöneticilerin engelsiz turizme yönelik bakış açılarının ve yaklaşımlarının belirlenmesidir. Anket tekniğinin kullanıldığı çalışmaya, Alanya bölgesindeki otellerde görev yapan 81 üst düzey konaklama işletmesi yöneticisi katılmıştır. Çalışmada uygulanan faktör analizi neticesinde yöneticilerin engelsiz turizm pazarına bakış açılarının; “işletme”, “yasal düzenlemeler”, “seyahat acentası”, “bilgi ve bilinç”, “destinasyon”, “devlet ve işbirliği”, “değer ve kazanç” ve “yeterlilik” olmak üzere sekiz faktör altında toplandığı saptanmıştır. Çalışma sonucunda, yöneticilerin bakış açılarını yansıtan bu sekiz faktörün; “turizm eğitimi alma durumu”, “engellik ile ilgili eğitim alma durumu”, “otel sınıfı”, “oda sayısı”, “çalışılan pozisyon” ve “görev yapılan otelde çalışma süresi” değişkenleri bakımından anlamlı farklılaşma gösterdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Engelsiz Turizm, Üst Düzey Yönetici, Konaklama İşletmesi, Alanya.*

GİRİŞ

Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında azınlık pazarların artması, bireylerin yaşam tarzlarının değişmesi ve pazarlamanın gelişmesi ile büyük pazarlar bölünerek daha küçük pazarlar oluşturmaya başlamışlardır. Oluşan bu küçük ama ortak özellikli pazarlara niş pazar denilmektedir (Albayrak, 2006, s.220). Yoğun rekabetin yaşandığı turizm endüstrisinde rekabet üstünlüğünün sağlanabilmesi için konaklama işletmelerinin niş pazarlara ulaşması gerekmektedir. Bu nedenle konaklama işletmeleri artan bir şekilde spesifik turist gruplarının bulunduğu yeni niş pazarlara odaklanmaktadır. Spesifik turist gruplarından biri de engelli bireylerin oluşturduğu gruptur. Bu grubun yapmış olduğu turizm faaliyeti engelsiz turizm olarak adlandırılmaktadır. Engelsiz turizm, engelli bireylerin eşit, bağımsız ve saygın biçimde tüm ihtiyaç ve beklentilerini yerine getirmelerine imkân verecek uluslararası standartlarda tasarlanmış turizm hizmetleri, ürünleri ve çevreleri oluşturmaktır (Darcy ve Dickson, 2009, s.34; Buhalis ve Darcy, 2011, s.8-10). Engelsiz turizm, tüm dünyadaki engelli sayısının fazlalığı ve bu kişilerin genellikle tek başlarına değil yanlarında refakatçi veya refakatçileriyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde konaklama işletmeleri için çok değerli bir pazar anlamına gelmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s.65).

Dünya genelinde toplam nüfusun yaklaşık %15’ini engelli bireylerin oluşturduğu düşünüldüğünde engelsiz turizm pazarının büyüklüğü dikkat çekmektedir (World Health

Organizasyon, 2011, s.7-8). Bu pazardan pay almak isteyen konaklama işletmeleri engelli turistlerin memnuniyetlerini sağlayabilmek için engellilere yönelik uygulamalara gitmek durumundadır. Özellikle sezonluk turizm faaliyetleri gerçekleştiren konaklama işletmeleri için önemli bir sorun olan ve ölü sezon olarak adlandırılan kış, sonbahar ve ilkbahar dönemlerinde de gerçekleştirilebilen bu turizm türü konaklama işletmeleri için daha da önem arz etmektedir. Engelsiz turizm atıl turizm pazarına hareket kazandıracak önemli bir etken olabileceği gibi, sezon yoğunluğunun düştüğü aylarda da pazarı hareketlendirecek bir büyüklüğe sahiptir (Metin, 2013). Yoğun rekabet ortamında engellilere yönelik uygulamalara önem veren konaklama işletmeleri engelsiz turizm pazarından daha büyük pay alabilecektir. Engelli bireylerin oluşturduğu müşteri grubu büyük önem taşımaya rağmen, bu konudaki genel uygulamalar müşterilerin arzu ettiği tatminkârlık düzeyinde değildir. Rampaların inşası, engelliye özel park alanlarının tahsisi, engelsiz yatak odalarının düzenlenmesi, gerekli teknolojinin edinilmesi gibi birçok zorunluluk yüzünden turizm işletmeleri engelli turizmüne soğuk bakmaktadır (Arola, Cooper ve Cooper, 2011, s.140, Burnett ve Baker, 2001, s.4). Turizmin talep cephesinde yer alan engellilerin, ihtiyaç duydukları temel donanımların bölgede yer alan turistik tesislerde bulunmaması engellilerin turizm hareketliliğinden faydalanmalarının önüne geçmektedir (APGEM, 2012, s.8). Gerek turizm işletmelerinin engelli turizmüne soğuk bakmaları gerekse rezervasyon, konaklama ve tur paketlerindeki yetersizlikler engelli turistlerin normal bireyler gibi turizm faaliyeti içerisine girmelerini engellemektedir (Yau, McKercher ve Packer, 2004, s.947). Bununla birlikte, engelli turistlerin ilk tatil organizasyonlarında veya ilk kez gittikleri bir destinasyonda yaşadıkları deneyimler onların tekrar seyahat etme veya aynı destinasyonu tekrar tercih etmeleri açısından önem taşımaktadır (Murray ve Sproats, 1990'dan aktaran Yau ve diğerleri, 2004, s. 948).

LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde ağırlıklı olarak yabancı ülkelerde ve Türkiye’de yapılmış bazı nicel ve nitel çalışmalara yer verilmiştir. Öncelikle Türkiye’de yapılan çalışmalar incelenecektir. Yaylı ve Öztürk’ün (2006) çalışmasında Türkiye genelinde yer alan konaklama işletmelerinden toplam 252 yöneticiye engelsiz turizme yönelik görüşleri sorulmuştur. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, yöneticilerin büyük çoğunluğu, yöneticilerin engelsiz turizm pazarının farkında olmadıkları görüşüne katılmaktadır. Yöneticilerin yarısından fazlası işletmelerinin engelsiz turizm pazarına uygun olmakla birlikte, personelin engelsiz turizm için yeterli bilgiye sahip olmadıkları görüşündedir. Yöneticilerin büyük bölümü devletin engelsiz turizm açısından özendirici tedbirler alması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca yöneticiler engelsiz turizm pazarının oldukça yüksek maliyet gerektirdiği görüşüne katılmamaktadırlar.

Atak’ın (2008) yaptığı çalışmada Marmaris’te bulunan otel işletmelerindeki 57 yöneticiye engelsiz turizme bakış açıları ve tesislerin uyguladığına yönelik sorular yöneltilmiştir. Çalışmada, yöneticiler ve çalışanlar işletmelerindeki engelli uygulamalarının genel anlamda bedensel engellilerin kullanımına uygun olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca

tesislerin girişlerinin, banyolarının, restoranlarının ve çevresel düzenlemelerinin uygunluğu tesisin yıldız durumuna ve engelli müşteriye hizmet verilmesi de tesisin hizmet yılına bağlı olarak değişmektedir.

Tozlu, Mercan ve Atay'ın (2012) Çanakkale'de yapmış olduğu çalışmada 30 adet konaklama işletmesi yöneticisine işletmelerinde yer alan engelli uygulamalarına yönelik sorular sorulmuştur. Çalışmada 30 yöneticinin 21'i daha önce engelli bireylere hizmet verdiğini belirtmişken, 22 işletmede engelsiz yatak odalarının bulunmadığı belirlenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, Çanakkale'de turizme katılan engelli bireylerin konaklayabileceği düşünülen otellerin neredeyse tamamında engellilere yönelik düzenlemeler açısından yeterli bir altyapıya sahip olunmadığı anlaşılmaktadır.

Zengin ve Eryılmaz (2013) çalışmasında, Bodrum'daki 40 otel yöneticisine engelsiz turizme ilişkin görüşlerini sormuştur. Çalışmada ağırlık olarak yöneticilere çalıştıkları işletmelerin fiziki durumu ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre işletmelerin sadece yasal zorunluluk olan %1'lik kapasitede engelsiz odalara sahip oldukları görülmektedir. Bu sonuç işletmelerin engelsiz turizm pazarına hizmet verme konusunda hazırlıksız ve isteksiz olduğu biçiminde algılanabilir. Çalışmaya katılan tesis yöneticilerinin tamamı engelliler için özel tesisler inşa edilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Bu sonuç yöneticilerin engellilere hizmet verme konusunda çok istekli olmadıklarını ve engellilerin özel tesislerde tatil yapmaları gerektiğini düşündükleri şeklinde yorumlanmıştır. Ayrıca çalışmaya katılan yöneticilerin büyük bölümü, engelli turistlerin tesiste konaklayan diğer misafirleri olumsuz etkileyeceğini düşünmektedirler. Buna karşın yöneticiler engelsiz turizme yönelik yapılacak düzenlemelerin tesise ilave maliyet getirmesinden dolayı göz ardı edilebileceği fikrine de karşı çıkmaktadırlar.

Yenişehirlioğlu'nun (2013) İstanbul ve Antalya'da bulunan 5 ve 4 yıldızlı konaklama işletmelerindeki 36 yönetici ile yaptığı çalışmaya göre, tesis yöneticileri işletmelerini engellilerin kullanımına uygun görürken tesislerin engelliliğe tam anlamıyla uygun olmadığı görülmüştür. Çalışmada yöneticilerin engelsiz yatak odalarının olduğunu belirtmelerine rağmen bu odaların sadece fiziksel engelliler için düzenlendiği saptanmıştır.

Yabancı ülkelerde yapılan araştırmalar incelendiğinde ise O'Neill ve Knight'ın (2000) çalışmasında Batı Avustralya'da yer alan konaklama işletmelerinde çalışan 72 yöneticiye engelsiz turizm hakkındaki görüşleri ve tesislerin uyguladığına yönelik sorular yöneltilmiştir. Yapılan çalışmada yöneticilerin sadece %48'inin daha önce engelsiz turizme yönelik deneyimlerinin olduğu belirlenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, yöneticilerin %80'dan fazlası çalıştıkları işletmelerin erişilebilir olduğunu ve uygun engelsiz yatak odalarına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Buna karşın yapılan incelemede tesislerin bahsedildiği oranda erişilebilir olmadığı, yeterli rampa düzenlemelerinin bulunmadığı, kapıların dışa açılmadığı bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca çalışmada yöneticiler engelsiz turizme yönelik yeterli yasal düzenlemelerin olmadığını belirtmişlerdir.

Atef'in (2011) Mısır'da yapmış olduğu çalışmada, 6 zincir otel grubunda çalışan 26 yöneticiye engelsiz turizm ile ilgili görüşleri sorulmuştur. Yöneticiler, engelli turistlerin engellilik durumuna göre, işletmelerinde eğlence ve gece hayatı dışında bütün olanaklardan faydalanabildiklerini belirtmişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre, konaklama işletmelerinde engelli turistlere yönelik hizmetler gelişmektedir ve bu durum müşteri memnuniyetini de arttırmaktadır. Müşteri memnuniyetinin artmasının ise destinasyon ve konaklama işletmeleri ve çalışanlarına bağlı olduğu belirtilmiştir.

Darcy ve Pegg'in (2011) çalışmasında konaklama işletmeleri yöneticilerine engelsiz turizm ve işletmelerinin engelsiz turizme uygunluğu ile ilgili görüşleri sorulmuştur. Çalışma Avustralya'nın Sydney şehrinde yer alan konaklama işletmelerinde çalışan 10 yönetici ile odak grup mülakat yöntemiyle, 22 yöneticiyle ise yazılı olarak yapılmıştır. Çalışmada bütün işletmelerin engelsiz yatak odasına sahip oldukları fakat işletmelerde yer alan bütün alanların erişilebilir olmadığı görülmüştür. Çalışmada yöneticilerin engelli turistlere daha önce hizmet verdikleri ve engelsiz turizm konusunda deneyime sahip oldukları saptanmıştır. Yöneticilerin tamamı engelli turistlere ihtiyaçları doğrultusunda ve diğer müşterilerden farklı olmayacak şekilde hizmet verilmesi gerektiği görüşündedirler. Sonuçlar incelendiğinde personel eğitimlerinde engelli turistlere yönelik daha fazla eğitim verildiğinde engelli turistlere daha güvenli hizmet sağlanabileceği vurgulanmıştır. Bununla birlikte yöneticiler, eğitimlerde çalışanlara engellilere yönelik uygulamalarla ilgili eğitimlerin verildiğini belirtmişlerdir. Çalışmada yöneticiler engelsiz yatak odası sayılarını arttırdıkları takdirde engelli turistlerin kullanmadıkları dönemlerde bu odaları diğer müşterilere vermek zorunda kaldıklarını ve bu durumun diğer müşteriler tarafından olumsuz karşılandığını belirtmişlerdir. Bu nedenle yöneticiler engelsiz yatak odası sayılarını standart sayıda tutmak istemektedirler. Çalışmada yöneticilere engelsiz turizm pazarı hakkında görüşleri de sorulmuştur. Buna göre yöneticiler niş bir pazar olarak engelsiz turizme aktif olarak yönelmediklerini belirtmişlerdir.

Kim, Stonesifer ve Han'ın (2012) Amerika Birleşik Devletleri'nin Florida eyaletinde yapmış olduğu çalışmada hem engelli turistlerin görüşlerine hem de yöneticilerin engelsiz turizme yönelik görüşlerine yer verilmiştir. Çalışma, 10 yönetici ile mülakat yöntemi ile yapılmıştır. Çalışmada yöneticiler, personele engelsiz turizm konusunda gerekli eğitimlerin verildiğini ve personelin bu konuda bilinçli olduğunu belirtmişlerdir. Buna karşın çalışmanın diğer bölümünde engelli turistler bu görüşe katılmamaktadırlar. Yöneticiler engelli turistlerin ihtiyaçlarının işletmeye yük bindirdiği görüşündedirler. Çalışmada engelli turistler tesise geldikleri gün bir personel tarafından bilgilendirme yapılabileceği görüşündedirler. Yöneticiler bu görüşü düşük maliyetli olduğu için uygun görmektedirler. Çalışma sonuçları incelendiğinde işletmelerin pazarlama stratejilerini değiştirip engelsiz turizm pazarına yöneldikleri ve engelsiz turizme yönelik uygulamalar yaptıkları takdirde rekabet üstünlüğü sağlayacağı görüşünde oldukları saptanmıştır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, konaklama işletmelerinde görev yapan üst düzey yöneticilerin engelsiz turizme bakış açılarının ve yaklaşımlarının belirlenmesidir. Literatür incelendiğinde, engelsiz turizm ile ilgili gerek yurt içinde gerekse yurtdışında yapılmış çok sayıda çalışmanın olduğu saptanmıştır. Buna karşın, üst düzey yöneticilerin engelsiz turizme bakış açılarına ilişkin çalışmaların çok yaygın olmadığı görülmektedir. Araştırma, Antalya ili Alanya ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Alanya'nın seçilme nedeni Alanya'nın Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı'na (ENAT) katılmış olmasıdır ve Alanya Türkiye'deki ENAT üyesi ilk şehirdir. Araştırmanın evrenini Alanya bölgesinde faaliyet göstermekte olan konaklama işletmelerinde görev yapan üst düzey yöneticiler oluşturmaktadır. Üst düzey yöneticilerin seçilme nedeni ise bu yöneticilerin konaklama işletmelerindekütüm strateji ve politikalarla birlikte engelsiz turizm pazarı ile ilgili olarak da son karar verici pozisyonunda olmalarıdır.

Çalışmada kullanılan ölçeğin geliştirilmesi aşamasında öncelikle konu ile ilgili literatür taraması yapılmış (O'Neill ve Knight, 2000; Yaylı ve Öztürk, 2006; Atak, 2008; Atef, 2011; Darcy ve Pegg, 2011; Tozlu ve diğerleri, 2012; Kim ve diğerleri, 2012; Zengin ve Eryılmaz, 2013; Yenişehirlioğlu, 2013) ve literatür taraması sonucu bir önerme havuzu oluşturulmuş ve konu ile ilgili akademisyen ve uzmanların görüşüne sunulmuştur. Akademisyen ve uzmanların incelemesi sonrasında 41 önermeden oluşan nihai ölçeğe ulaşılmıştır. Oluşturulan ölçek Alanya'da yer alan turizm birlikleri ve dernekleri aracılığı ile internet üzerinden ve bire bir görüşmeler ile 2014 yılı Haziran-Temmuz aylarında konaklama işletmeleri üst düzey yöneticilerine uygulanmıştır.

Anket formu aracılığı ile toplanan veriler istatistik paket programı SPSS 16.0 ile analiz edilmiştir. Çalışmada ilk olarak demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Konaklama işletmelerinde görev yapan üst düzey yöneticilerin engelsiz turizme bakış açılarının hangi boyutlardan oluştuğunu saptayabilmek amacıyla ölçekte yer alan maddeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Ardından verilerin homojen dağılıp dağılmadığını tespit etmek için normal dağılım testi uygulanmıştır. Verilerin normal dağılım göstermediği tespit edildiği için çalışmada parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Bu çerçevede, üst düzey yöneticilerin demografik özellikleri itibari ile engelsiz turizme bakış açılarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri kullanılmıştır.

BULGULAR

İstatistiksel analizler sonucu elde edilen bulgular dört başlık altında incelenmiştir. İlk olarak araştırmaya katılan konaklama işletmelerindeki üst düzey yöneticilere ilişkin demografik bulgulara yer verilmiştir. İkinci olarak, ankete katılanların verdikleri cevapların frekans ve yüzde dağılımları değerlendirilmiştir. Ardından konaklama işletmelerindeki üst düzey yöneticilerin engelsiz turizme bakış açılarını oluşturan boyutlar tespit edilmiştir. Son olarak konaklama işletmelerinde görev yapan üst düzey yöneticilerin

engelsiz turizme bakış açılarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Demografik Bulgular

Tablo 1’de üst düzey yöneticilere ilişkin demografik bulgular yüzde ve frekans dağılımları biçiminde sunulmuştur.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Cinsiyet	n	%	Oda Sayısı	n	%
Kadın	23	28,4	0-50 oda	7	8,6
Erkek	58	71,6	51-80 oda	10	12,3
Yaş	n	%	81-110 oda	12	14,8
18-25 yaş	1	1,2	111-140 oda	1	1,2
26-32 yaş	19	23,5	141-170 oda	12	14,8
33-40 yaş	27	33,3	171-200 oda	8	9,9
41-48 yaş	19	23,5	201 oda ve üzeri	31	38,3
49-55 yaş	12	14,8	Pozisyon	n	%
56 yaş ve üzeri	3	3,7	İşletme Sahibi/Hissedar	33	40,7
Eğitim	n	%	Genel Müdür	32	39,5
İlköğretim	1	1,2	Genel Müdür Yardımcısı	9	11,1
Lise	8	9,9	Diğer*	7	8,6
Ön lisans	13	16,0	Bulunduğu Otelde Çalışma Süresi	n	%
Lisans	51	63,0	0-3 yıl	20	24,7
Lisansüstü	8	9,9	4-6 yıl	19	23,5
Turizm Eğitimi	n	%	7-9 yıl	11	13,6
Alma Durumu			10-12 yıl	7	8,6
Evet	52	64,2	13-15 yıl	10	12,3
Hayır	29	35,8	16 yıl ve üzeri	14	17,3
Engellilik ile İlgili Eğitim Alma Durumu	n	%	Sektörde Çalışma Süresi	n	%
Evet	17	21,0	1-5 yıl	3	3,7
Hayır	64	79,0	6-10 yıl	24	29,6
Otel Sınıfı	n	%	11-15 yıl	16	19,8
5 Yıldız	23	28,4	16-20 yıl	15	18,5
4 Yıldız	28	34,6	21-25 yıl	8	9,9
3 Yıldız	8	9,9	26 yıl ve üzeri	15	18,5
Müstakil Apart Otel	9	11,1			
Otel	6	7,4			
Apart Otel	7	8,6			

* Koordinatör, Direktör

Araştırma kapsamında yer alan konaklama işletmelerinde çalışan üst düzey yöneticilerin %28,4'ünü kadın yöneticiler, %71,6'sını erkek yöneticiler oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan yöneticilerin %1,2'si 18-25 yaş aralığında yer alırken, %23,5'ü 26-32 yaş, %33,3'ü 33-40 yaş, %23,5'i 41-48 yaş, %14,8'i 49-55 yaş aralığında olup, %3,7'si ise 56 ve üzeri yaştadır. Yöneticilerin eğitim durumları incelendiğinde %1,2'sinin ilköğretim, %9,9'unun lise, %16'sının ön lisans, %63'ünün lisans ve %9,9'unun ise lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir. Alınan eğitimin turizm eğitimi olup olmadığı incelendiğinde ise çalışmaya katılan yöneticilerin %64,2'sinin turizm eğitimi aldığı görülmektedir. Buna karşın çalışmaya katılan yöneticilerin sadece %21'inin engellilik ile ilgili bir eğitim aldıkları belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan yöneticilerin iş hayatına yönelik bulgular incelendiğinde yöneticilerin %28,4'ünün 5 yıldızlı, %34,6'sının 4 yıldızlı, %9,9'unun 3 yıldızlı, %11,1'inin müstakil apart otel, %7,4'ünün belediye belgeli otel ve %8,6'sının belediye belgeli apart otellerde çalıştığı görülmektedir. Bununla birlikte yöneticilerin %8,6'sı 0-50 odalı, %12,3'ü 51-80 odalı, %14,8'i 81-110 odalı, %1,2'si 111-140 odalı, %14,8'i 141-170 odalı, %9,9'u 171-200 odalı ve %38,3'ü 201 oda ve üzeri kapasiteli konaklama işletmelerinde çalışmaktadırlar. Çalışmaya katılan yöneticilerin çalışmış oldukları pozisyonlar incelendiğinde %40,7'sinin işletme sahibi/hissedar, %39,5'inin genel müdür, %11,1'inin genel müdür yardımcısı ve %8,6'sının koordinatör veya direktör olduğu belirlenmiştir. Yöneticilerin çalıştıkları konaklama işletmesinde çalışma süreleri incelendiğinde %24,7'sinin 0-3 yıl, %23,5'inin 4-6 yıl, %13,6'sının 7-9 yıl, %8,6'sının 10-12 yıl, %12,3'ünün 13-15 yıl ve %17,3'ünün 16 yıl ve üzeri sürelerde işletmelerinde çalıştığı görülmektedir. Bununla birlikte yöneticilerin %3,7'sinin 1-5 yıl, %29,6'sının 6-10 yıl, %19,8'inin 11-15 yıl, %18,5'inin 16-20 yıl, %9,9'unun 21-25 yıl ve %18,5'inin 26 yıl ve üzeri sürelerde turizm sektöründe çalıştığı belirlenmiştir.

Yöneticilerin Engelsiz Turizme Yönelik Tutumlarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan konaklama işletmelerinde görev yapan üst düzey yöneticilerin engelsiz turizm pazarına yönelik tutumlarını değerlendirmek için ankete verilen cevapların frekans ve yüzde değerleri incelenmiştir. Tablo 2'de anketteki önermelerin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

Tablo 2. Önermelerin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Önermeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Kathıyorum		Kesinlikle Kathıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
İşletmemizde bulunan engelsiz yatak odaları engelli turistlerin kullanımına uygundur.	2	2,5	4	4,9	17	21,0	38	46,9	20	24,7
İşletmemizde bulunan engelsiz yatak odası sayısını artırmayı düşünüyoruz.	8	9,9	21	25,9	31	38,3	16	19,8	5	6,2

Önermeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
İşletmemizde bulunan genel alanlar (otopark, lobi, asansör, genel tuvalet, restoran vb.) engelli turistlerin kullanımına uygundur.	2	2,5	7	8,6	7	8,6	39	48,1	26	32,1
İşletmemiz içerisinde engelli turistler rahatlıkla hareket edebilirler.	4	4,9	5	6,2	13	16,0	35	43,2	23	28,4
İşletmemizde bütün engelli turistler (fiziksel, görme, işitme, vb.) rahatlıkla konaklayabilirler.	5	6,2	18	22,2	25	30,9	21	25,9	10	12,3
İşletmedeki çalışanlar engelsiz turizm bilincindedir.	3	3,7	19	23,5	20	24,7	30	37,0	8	9,9
İşletmedeki çalışanlara engelsiz turizme yönelik yeterli eğitim verilmektedir.	14	17,3	32	39,5	17	21,0	14	17,3	3	3,7
İşletmedeki çalışanlar engelli turistlere hizmet vermekte zorlanmaktadır.	8	9,9	32	39,5	24	29,6	12	14,8	5	6,2
İşletmedeki çalışanlar engelli turistlerle iyi iletişim kurabilmektedirler.	1	1,2	2	2,5	19	23,5	45	55,6	11	13,6
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemeler hakkında yeterli bilgiye sahibim.	4	4,9	12	14,8	22	27,2	34	42,0	9	11,1
Ülkemizdeki turizm kapsamında engellilere yönelik mevcut yasal düzenlemeler yeterlidir.	17	21,0	29	35,8	25	30,9	6	7,4	3	3,7
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemelerin uygulanması zordur.	6	7,4	28	34,6	18	22,2	18	22,2	9	11,1
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemelerle ilgili denetimler düzenli olarak yapılmaktadır.	19	23,5	30	37,0	17	21,0	10	12,3	4	4,9
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemeler hakkında yeterli bilgilendirme yapılmaktadır.	18	22,2	33	40,7	17	21,0	12	14,8	1	1,2
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemelerin geliştirilmesi için devlet, sivil toplum kuruluşları ve turizm sektörü arasında daha çok işbirliğine ihtiyaç vardır.	1	1,2	2	2,5	1	1,2	27	33,3	50	61,7
Engelli turistlerin kullanımına uygun olmayan tesisler yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir.	1	1,2	1	1,2	15	18,5	23	28,4	40	49,4
Devlet, işletmelerin engelsiz turizm pazarına girmesi konusunda teşvik edici olmalıdır.	1	1,2	3	3,7	33	40,7	42	51,9	79	97,5
Seyahat acentalarının vermiş olduğu hizmetler engelsiz turizm	21	25,9	37	45,7	18	22,2	4	4,9	1	1,2

Önermeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
pazarı için yeterlidir.										
Seyahat acentası yöneticileri engelsiz turizmin bilincindedir.	15	18,5	33	40,7	26	32,1	6	7,4	1	1,2
Seyahat acentası yöneticileri otelleri engelsiz turizm konusunda teşvik etmektedir.	12	14,8	32	39,5	12	14,8	16	19,8	9	11,1
Seyahat acentalarının otellerden talep ettiği engelli uygulamaları bulunmaktadır.	7	8,6	27	33,3	19	23,5	24	29,6	3	3,7
Seyahat acentalarının yapmış olduğu engelli uygulamaları engelsiz turizm pazarındaki konumumuzu etkilemektedir.	5	6,2	22	27,2	27	33,3	21	25,9	6	7,4
Engelsiz turizm pazarına yönelik yeterli bilgiye sahibim.	2	2,5	15	18,5	26	32,1	33	40,7	3	3,7
Engelsiz turizm pazarına girmek işletmemize rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.	2	2,4	8	9,9	20	24,7	37	45,7	13	16,0
Engelsiz turizm pazarı niş (özel) bir pazardır.	1	1,2	6	7,4	16	19,8	38	46,9	20	24,7
Engelli turistler sadece kendileri için özel tasarlanmış tesislerde konaklamalıdır.	25	30,9	25	30,9	15	18,5	12	14,8	4	4,9
Engelsiz turizm pazarına girmek konusunda işletmemizi hazır hissetmiyorum.	6	7,4	19	23,5	22	27,2	21	25,9	11	13,6
Engelsiz turizm pazarına girmek işletmemize değer katmaktadır.	1	1,2	1	1,2	18	22,2	48	59,3	13	16,0
Engelsiz turizm pazarı girilmesi zor bir pazardır.	6	7,4	14	17,3	31	38,3	19	23,5	9	11,1
Engelsiz turizm pazarına yönelik tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir.	2	2,5	3	3,7	17	21,0	41	50,6	18	22,2
Engelsiz turizm pazarına girmek işletmemize ekonomik kazanç sağlamaktadır.	4	4,9	10	12,3	23	28,4	32	39,5	12	14,8
Engelsiz turizm pazarına girmek maliyetlerimizi artırmaktadır.	2	2,5	27	33,3	21	25,9	24	29,6	7	8,6
İşletmemiz engelsiz turizm pazarına özel pazarlama stratejileri uygulamaktadır.	14	17,3	40	49,4	17	21,0	7	8,6	2	2,5
Engelsiz turizm pazarı göz ardı edilebilir bir pazardır.	20	24,7	31	38,3	14	17,3	13	16,0	2	2,5
Engelsiz turizm pazarına girmek diğer müşterileri olumsuz etkilemektedir.	18	22,2	34	42,0	18	22,2	8	9,9	2	2,5
Engelli turistler için özel tesisler inşa edilmelidir.	9	11,1	17	21,0	9	11,1	29	35,8	17	21,0
Alanya destinasyonu engelsiz turizm pazarı için uygundur.	1	1,2	8	9,9	18	22,2	34	42,0	20	24,7
Destinasyon yöneticileri engelsiz turizmin bilincindedir.	5	6,2	11	13,6	24	29,6	28	34,6	13	16,0

Önermeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Destinasyon yöneticileri işletmeleri engelsiz turizm konusunda teşvik etmektedir.	5	6,2	11	13,6	22	28,4	20	27,2	20	24,7
Destinasyondaki alanlarda (tarihi, turistik alanlar vb.) yer alan engelli uygulamaları engelsiz turizm pazarındaki konumuzu etkilemektedir.	1	1,2	6	7,4	13	16,0	38	46,9	23	28,4
Destinasyonun engelli turistlere sağlamış olduğu imkanlar (ulaşım, eğlence, alışveriş vb.) engelsiz turizm pazarındaki konumuzu etkilemektedir.	2	2,5	5	6,2	14	17,3	35	43,2	25	30,9

Tablo 2 incelendiğinde yöneticilerin genel anlamda işletmelerini engelli turizmüne uygun gördükleri buna karşın işletmelerinde yer alan engelsiz yatak odası sayılarını arttırmayı düşünmedikleri görülmektedir. Yöneticilerin çalışanlar ile ilgili düşünceleri incelendiğinde; işletmelerinde çalışanların engelsiz bilincinde olduğunu buna karşın engelli turistlere yönelik herhangi bir eğitim verilmediğini belirtmişlerdir. Turizm mevzuatında yer alan engelli uygulamaları ve bu konudaki denetimler incelendiğinde ise yöneticiler mevzuatta yer alan uygulamalar hakkında yeterli bilgiye sahip olduklarını buna karşın uygulamaların ve denetimlerin yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Tablo 2’de yer alan seyahat acentaları ile ilgili sorular incelendiğinde verilen cevapların genellikle olumsuz olduğu, yöneticilerin seyahat acentalarının engellilere yönelik uygulamalarını yetersiz buldukları görülmektedir. Yöneticilerin engelsiz turizm pazarına yönelik görüşleri incelendiğinde ise engelsiz turizm pazarının bilincinde oldukları belirlenmiştir. Tablo 2’de yer alan destinasyon ile ilgili sorular incelendiğinde ise yöneticilerin Alanya destinasyonunu engelli turistler için uygun buldukları anlaşılmaktadır.

Güvenirlilik ve Faktör Analizleri

Çalışmada konaklama işletmeleri üst düzey yöneticilerinin engelsiz turizm pazarına yönelik tutumlarına ilişkin ölçeğin güvenirlik analizi sonucunda verilerin genel güvenirlik değeri (Cronbach Alpha katsayısı) 0.70 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen sonuç, ölçeğin “oldukça güvenilir” olduğunu göstermektedir (Özdamar, 1999, s.522; Akgül ve Çevik, 2005, s.435). Ayrıca, ölçeğin alt boyutları ile ilgili güvenirlik değerleri de (Cronbach Alpha katsayıları) kabul edilebilir sınırlar içindedir. Ölçeğe ilişkin güvenirlik değerleri Tablo 3’de yer almaktadır.

Elde edilen Cronbach Alpha sonucuna göre, değişkenleri daha sağlıklı belirleyebilmek ve ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla verilere faktör analizi uygulanmıştır. Verilere uygulanan temel bileşenler (principal component) analizinde varimax faktör döndürme seçeneği kullanılmış ve elde edilen saçılma diyagramına (screeplot) göre

özdeğerleri (eigenvalue) 1'in üzerinde olan veriler değerlendirmeye alınmıştır. İlk faktör analizinde ölçekte yer alan 41 maddenin 12 faktör altında toplandığı görülmüştür. Ancak, düşük yüklenme değerine (<0.50) sahip ve/veya çapraz yüklenen 17 madde bir sonraki faktör analizine dahil edilmemiştir. Ayrıca, Barlett testi sonucu 742.783 değeri ve $p<0.001$ düzeyi ile Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0.609 olarak gerçekleşmiştir ve bu değerler kabul edilebilir sınırlar içindedir (Bayram, 2004, s.138; Akgül ve Çevik, 2005, s.428; Altunışık vd., 2005,s.220).Faktör analizi sonucunda 24 maddenin sekiz faktör altında, toplam farkı (varyansı) %71,2 oranında tanımlayarak oluştuğu saptanmıştır.Sonuçlar incelendiğinde bu sekiz faktör sırasıyla; “işletme”, “yasal düzenlemeler”, “seyahat acentası”, “bilgi ve bilinç”, “destinasyon”, “devlet ve işbirliği”, “değer ve kazanç” ve “yeterlilik” olarak adlandırılmıştır. Faktör analizi sonuçları Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3.Faktör Analizi

Faktörler	1	2	3	4	5	6	7	8
Özdeğerler	3.737	3.023	2.678	2.016	1.949	1.470	1.137	1.077
Varyansı Açıklama Oranı %	15.569	12.596	11.159	8.398	8.120	6.125	4.739	4.486
Faktörlerin Güvenirlilik katsayısı (Cronbach's Alpha)	.821	.800	.719	.677	.840	.579	.666	.493
Faktör 1: İşletme								
İşletmemiz içerisinde engelli turistler rahatlıkla hareket edebilirler.	.842							
İşletmemizde bulunan genel alanlar (otopark, lobi, asansör, genel tuvalet, restoran vb.) engelli turistlerin kullanımına uygundur.	.822							
İşletmemizde bütün engelli turistler (fiziksel, görme, işitme vb.) rahatlıkla konaklayabilirler.	.773							
İşletmemizde çalışanlar engelli turistlerle iyi iletişim kurabilirler.	.680							
İşletmemizde bulunan engelsiz yatak odaları engelli turistlerin kullanımına uygundur.	.646							
Faktör 2: Yasal Düzenlemeler								
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemelerle ilgili denetimler düzenli olarak yapılmaktadır.		.823						
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemeler hakkında yeterli bilgilendirme yapılmaktadır.		.809						
Ülkemizde turizm kapsamında engellilere yönelik mevcut yasal düzenlemeler yeterlidir.		.767						

Faktörler	1	2	3	4	5	6	7	8
Özdeğerler	3.737	3.023	2.678	2.016	1.949	1.470	1.137	1.077
Varyansı Açıklama Oranı %	15.569	12.596	11.159	8.398	8.120	6.125	4.739	4.486
Faktörlerin Güvenirlilik katsayısı (Cronbach's Alpha)	.821	.800	.719	.677	.840	.579	.666	.493
Faktör 3: Seyahat Acentası								
Seyahat acentası yöneticileri otelleri engelsiz turizm konusunda teşvik etmektedir.			.821					
Seyahat acentalarının otellerden talep ettiği engelli uygulamaları bulunmaktadır.			.785					
Seyahat acentalarının yapmış olduğu engelli uygulamaları engelsiz turizm pazarındaki konumumuzu etkilemektedir.			.663					
Seyahat acentası yöneticileri engelsiz turizmin bilincindedir.			.590					
Faktör 4: Bilgi ve Bilinç								
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemeler hakkında yeterli bilgiye sahibim.				.806				
Engelsiz turizm pazarına yönelik yeterli bilgiye sahibim.				.746				
Destinasyon yöneticileri engelsiz turizmin bilincindedir.				.631				
Faktör 5: Destinasyon								
Destinasyondaki alanlarda (tarihi, turistik alanlar vb.) yer alan engelli uygulamaları engelsiz turizm pazarındaki konumumuzu etkilemektedir.					.915			
Destinasyonun engelli turistlere sağlamış olduğu imkânlar (ulaşım, eğlence, alışveriş vb.) engelsiz turizm pazarındaki konumumuzu etkilemektedir.					.859			
Faktör 6: Devlet ve İşbirliği								
Devlet, işletmelerin engelsiz turizm pazarına girmesi konusunda teşvik edici olmalıdır.						.777		

Faktörler	1	2	3	4	5	6	7	8
Özdeğerler	3.737	3.023	2.678	2.016	1.949	1.470	1.137	1.077
Varyans Açıklama Oranı %	15.569	12.596	11.159	8.398	8.120	6.125	4.739	4.486
Faktörlerin Güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha)	.821	.800	.719	.677	.840	.579	.666	.493
Turizm kapsamında engellilere yönelik yasal düzenlemelerin geliştirilmesi için devlet, sivil toplum kuruluşları ve turizm sektörü arasında daha çok işbirliğine ihtiyaç vardır.						.707		
Engelli turistlerin kullanımına uygun olmayan tesisler yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir.						.555		
Faktör 7: Değer ve Kazanç								
Engelsiz turizm pazarına girmek işletmemize değer katmaktadır.							.861	
Engelsiz turizm pazarına girmek işletmemize ekonomik kazanç sağlamaktadır.							.798	
Faktör 8: Yeterlilik								
Engelsiz turizm pazarına girmek konusunda işletmemizi hazır hissetmiyorum.							.778	
Engelsiz turizm pazarı göz ardı edilebilir bir pazardır.							.738	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.609								
Bartlett's Test of Sphericity 742.783 p=0,000								
Toplam varyansı								%
%71.193								
Ölçeğin Genel Güvenirlik katsayısı						(Cronbach's Alpha)		
0.699								

Mann -Whitney-Uve Kruskal-Wallis Testleri

Konaklama işletmeleri yöneticilerinin demografik değişkenlere göre engelli turizmine yönelik tutumlarının farklılık gösterip göstermediğini saptayabilmek için Mann-Whitney-U ve Kruskal-Wallis testleri kullanılmıştır.

Tablo 4. Mann-Whitney U Testleri

Tanıtıcı Özellikler		İşletme	Yasal Düzenlemeler	Seyahat Acentası	Bilgi ve Bilinç	Destinasyon	Devlet ve İşbirliği	Değer ve Kazanç	Yeterlilik
<i>Cinsiyet</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
Erkek	58	38,71	42,66	38,64	40,89	39,53	40,97	36,16	43,86
Kadın	23	46,78	36,80	46,96	41,28	44,72	41,09	53,22	33,78
Mann-Whitney U testi		Z=-1,399 p=0,162	Z=-1,019 p=0,308	Z=-1,444 p=0,149	Z=-0,069 p=0,945	Z=-0,932 p=0,352	Z=-0,021 p=0,983	Z=-3,024 p=0,002*	Z=-1,758 p=0,079
<i>Turizm Eğitimi Alma Durumu</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
Evet	52	37,15	40,83	37,56	42,04	41,94	39,13	38,35	42,70
Hayır	29	47,90	41,31	47,17	39,14	39,31	44,34	45,76	37,95
Mann-Whitney U testi		Z=-1,979 p=0,048*	Z=-0,089 p=0,929	Z=-1,774 p=0,076	Z=-0,537 p=0,591	Z=-0,502 p=0,616	Z=-0,979 p=0,327	Z=-1,397 p=0,163	Z=-0,882 p=0,378
<i>Engellilik ile İlgili Eğitim Alma Durumu</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
Evet	17	44,94	39,18	52,18	53,62	42,68	47,79	41,44	43,76
Hayır	64	39,95	41,48	38,03	37,65	40,55	39,20	40,88	40,27
Mann-Whitney U testi		Z=-0,780 p=0,435	Z=-0,363 p=0,717	Z=-2,217 p=0,027*	Z=-2,510 p=0,012*	Z=-0,344 p=0,731	Z=-1,373 p=0,170	Z=-0,089 p=0,929	Z=-0,551 p=0,582
Mean Rank :; *:p<0,05; 1: Tamamen katılıyorum5: Hiç Katılmıyorum									

Tablo 4’de “cinsiyet”, “turizm eğitimi alma durumu” ve “engellilik ile ilgili eğitim alma durumu” gruplarına uygulanan Mann-Whitney U testlerinin sonuçları verilmiştir. “Cinsiyet” grubu incelendiğinde “değer ve kazanç” faktöründe cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu, diğer faktörlerin algılanmasında ise farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. “Turizm eğitimi alma durumu” grubu incelendiğinde “işletme” faktöründe turizm eğitimi alma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu, diğer faktörlerin algılanmasında ise farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Son olarak “engellilik ile ilgili eğitim alma durumu” grubu incelendiğinde “seyahat acentası” ile “bilgi ve bilinç” faktörlerinin engellilik ile ilgili eğitim alma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu, diğer faktörlerin algılanmasında ise herhangi bir farklılığın olmadığı saptanmıştır.

Tablo 5. Kruskal-Wallis Testleri

Tanıtıcı Özellikler		İşletme	Yasal Düzenlemeler	Seyahat Acentası	Bilgi ve Bilinç	Destinasyon	Devlet ve İşbirliği	Değer ve Kazanç	Yeterlilik
<i>Yaş</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
18-25 yaş	1	51,00	63,50	33,00	5,50	40,00	48,50	2,50	73,00
26-32 yaş	19	40,89	35,82	48,71	36,32	35,00	37,71	38,16	46,34
33-40 yaş	27	38,23	46,54	37,50	46,61	45,76	41,89	46,63	41,11
41-48 yaş	19	49,18	35,61	42,71	39,97	39,58	48,39	37,39	37,24
49-55 yaş	12	32,88	49,33	37,04	42,00	43,00	33,04	38,92	39,88
56 yaş ve üzeri	3	43,50	17,33	31,33	34,50	37,50	36,33	52,33	23,83
Kruskal-Wallis Testi		p=0,501	p=0,108	p=0,587	p=0,423	p=0,735	p=0,539	p=0,301	p=0,410
<i>Eğitim</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
İlköğretim	1	34,50	12,50	49,50	10,50	40,00	34,50	32,00	73,00
Lise	8	55,94	36,12	39,31	33,62	30,25	47,69	44,12	38,31
Önlisans	13	52,92	48,00	41,62	47,62	40,69	43,58	36,00	40,42
Lisans	51	35,98	40,34	39,58	39,70	42,75	40,18	41,71	41,42
Lisansüstü	8	39,50	42,25	49,69	49,75	41,19	36,19	42,62	37,94
Kruskal-Wallis Testi		p=0,059	p=0,545	p=0,831	p=0,304	p=0,714	p=0,855	p=0,908	p=0,706
<i>Otel Sınıfı</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
5 yıldız	23	42,07	36,43	50,39	40,48	40,30	41,70	43,89	39,74
4 yıldız	28	45,86	46,14	40,45	43,30	40,98	41,07	36,12	45,38
3 yıldız	8	16,25	36,38	27,31	50,31	31,69	38,75	46,75	41,19
Müstakil Apart	9	42,72	36,78	40,67	24,44	41,00	27,56	43,78	31,00
Otel	6	26,92	42,42	22,92	56,33	55,75	53,83	37,00	51,42
Apart Otel	7	56,21	44,93	43,93	31,00	41,36	47,29	44,29	31,36
Kruskal-Wallis Testi		p=0,009*	p=0,689	p=0,071	p=0,076	p=0,559	p=0,349	p=0,761	p=0,401
<i>Oda Sayısı</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
0-50 oda	7	39,00	31,71	44,86	29,64	47,79	53,86	50,14	35,21
51-80 oda	10	21,45	41,55	41,15	41,35	37,70	36,15	47,80	48,10
81-110 oda	12	45,79	36,62	38,79	40,71	41,25	35,92	39,08	35,50
111-140 oda	1	23,50	43,00	49,50	36,50	13,00	48,50	78,00	34,50
141-170 oda	12	48,62	36,00	31,33	34,33	37,08	49,75	41,83	56,67
171- 200 oda	8	37,19	49,12	17,00	49,31	43,94	38,81	36,38	30,00
201 oda üzeri	31	44,50	44,39	50,60	44,15	42,10	38,56	37,16	39,13
Kruskal-Wallis Testi		p=0,114	p=0,715	p=0,013*	p=0,641	p=0,816	p=0,481	p=0,434	p=0,145
<i>Pozisyon</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
İ.Sahibi/Hissedar	33	40,92	39,98	38,59	41,23	42,76	43,92	42,26	44,39
Genel Müdür	32	41,05	43,50	39,20	39,28	37,17	37,05	40,52	35,50
G. Müdür Yrd.	9	35,22	32,44	36,06	40,17	48,00	47,61	29,11	55,44
Diğer	7	48,57	45,36	66,93	48,86	41,21	36,79	52,57	31,57
Kruskal-Wallis Testi		p=0,734	p=0,597	p=0,023*	p=0,805	p=0,577	p=0,481	p=0,228	p=0,069
<i>Bulunduğu Otelde Çalışma Süresi</i>	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
0-3 yıl	20	41,40	37,62	53,00	40,32	36,70	44,05	36,72	40,32
4-6 yıl	19	35,95	40,26	38,76	37,79	41,76	27,97	40,92	41,29
7-9 yıl	11	43,73	29,55	49,36	36,45	44,09	55,86	44,73	50,36
10-12 yıl	7	47,79	48,07	29,36	45,36	38,07	29,43	50,43	48,43
13-15 yıl	10	47,60	45,85	27,65	38,80	35,10	48,35	39,90	27,80
16 yıl ve üzeri	14	37,04	48,82	35,68	49,29	49,36	43,18	40,36	39,93
Kruskal-Wallis Testi		p=0,728	p=0,332	p=0,028*	p=0,716	p=0,599	p=0,016*	p=0,819	p=0,330

Tanıtıcı Özellikler		İşletme	Yasal Düzenlemeler	Seyahat Acentası	Bilgi ve Bilinç	Destinasyon	Devlet ve İşbirliği	Değer ve Kazanç	Yeterlilik
Sektörde Çalışma Süresi	n	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank
1-5 yıl	3	42,17	24,00	68,67	47,50	29,33	48,33	49,00	46,00
6-10 yıl	24	40,67	36,67	46,21	35,06	40,29	42,15	42,06	41,79
11-15 yıl	16	38,22	45,44	30,44	50,91	52,12	39,59	47,06	42,97
16-20 yıl	15	47,03	44,10	42,90	38,60	42,77	39,63	31,73	47,70
21-25 yıl	8	48,94	33,12	35,69	32,19	23,31	46,19	44,12	27,44
26 yıl ve üzeri	15	34,00	47,70	39,33	45,73	40,27	37,80	38,83	37,17
Kruskal-Wallis Testi		p=0,625	p=0,367	p=0,100	p=0,252	p=0,084	p=0,947	p=0,510	p=0,460
Mean Rank :; *:p<0,05; 1: Tamamen katılıyorum5: Hiç Katılmıyorum									

Tablo 5’de “yaş”, “eğitim”, “otel sınıfı”, “oda sayısı”, “pozisyon”, “bulunduğu otelde çalışma süresi” ve “sektörde çalışma süresi” gruplarına uygulanan Kruskal-Wallis testlerinin sonuçları verilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde “yaş”, “eğitim” ve “sektörde çalışma süresi” gruplarının faktörleri algılamasında istatistikî anlamda bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. “Oda sayısı”, “pozisyon” ve “bulunduğu otelde çalışma süresi” grupları incelendiğinde ise “seyahat acentası” faktörünün algılanmasında istatistikî anlamda farklılığın olduğu, diğer faktörlerin algılanmasında ise anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, “otel sınıfı” grubu incelendiğinde “işletme” faktörünün algılanmasında istatistikî anlamda bir farklılığın olduğu, diğer faktörlerin algılanmasında ise anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır.

SONUÇLAR

Alanya’da üst düzey konaklama işletmesi yöneticilerinin engelsiz turizm pazarına bakış açılarını belirlemek için yapılan bu çalışmada yöneticilerin anket sorularına verdikleri cevaplar; “işletme”, “yasal düzenlemeler”, “seyahat acentası”, “bilgi ve bilinç”, “destinasyon”, “devlet ve işbirliği”, “değer ve kazanç” ve “yeterlilik” olmak üzere sekiz boyut altında toplanmıştır.

İlk boyut olan “işletme” incelendiğinde yöneticilerin genellikle işletmelerini engelsiz turizm pazarına uygun gördüğü ve işletmede çalışanların engelli turistlere yeterli hizmeti verdiği görüşüne sahip oldukları saptanmıştır. Bu boyut ile ilgili yapılan Kruskal-Wallis testi incelendiğinde otellerin sınıflarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farklılık apart otel yöneticilerinin diğer otel sınıfları yöneticilerine göre işletmelerini engelli turizme daha uygun görmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu farkın apart otel sınıflarında uygulanan mevzuat ve düzenlenmelerin diğer otel sınıflarına göre farklılık göstermesinden dolayı ortaya çıktığı söylenebilir. Bu boyut ile ilgili yapılan Mann-Whitney U testinde ise turizm eğitimi almamış yöneticilerin, turizm eğitimi almış yöneticilere göre işletmelerini engelsiz turizme daha hazır gördükleri saptanmıştır.

Ankette yer alan “yasal düzenlemeler” boyutu incelendiğinde yöneticilerin genel anlamda mevzuatta yer alan engelli uygulamaları hakkında bilgi sahibi olduğu buna karşın

uygulamaları yeterli bulmadığı görülmektedir. “Yasal düzenlemeler” boyutu incelenirken bu boyutun “devlet ve işbirliği” boyutu ile birlikte yorumlanması daha yerinde olacaktır. Yasal düzenlemeleri yetersiz bulan yöneticiler bu düzenlemelerin uygulanmasında ve geliştirilmesinde devletin daha aktif rol oynaması gerektiğini belirtmiş olup yapılacak iyileştirmelerin sivil toplum kuruluşları ve turizm sektörü ile işbirliği içinde yapılması gerektiğini vurgulamışlardır.

Anketteki “seyahat acentası” boyutu incelendiğinde yöneticilerin seyahat acentalarının yapmış olduğu engelli uygulamalarını yetersiz bulduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda, seyahat acentası yöneticilerinin engelsiz turizm bilincinde olmalarının ve konaklama işletmelerini teşvik etmelerinin önemli olduğu; ayrıca seyahat acentalarının kendi bünyelerinde engelli uygulamalarını geliştirmelerinin engelsiz turizm pazarını olumlu yönde etkileyebileceği söylenebilir. Yapılan Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri incelendiğinde bazı gruplarda farklılaşmaların olduğu görülmektedir. Bu farklılaşmanın ise her konaklama işletmesinin farklı uygulamaları olan farklı seyahat acentaları ile çalışması nedeniyle ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Ankette yer alan “bilgi ve bilinç”, “değer ve kazanç” ile “yeterlilik” boyutlarını oluşturan sorular incelendiğinde bu boyutların beraber yorumlanması daha uygun olacaktır. “Bilgi ve bilinç” boyutu incelendiğinde yöneticilerin engelsiz turizm pazarı hakkında yeterli bilgiye sahip oldukları görülmektedir. Bu boyuta uygulanan Mann-Whitney U testi sonucuna göre, beklendiği üzere engellilik ile ilgili eğitim almış yöneticilerin almamış yöneticilere göre engelsiz turizm pazarına yönelik daha fazla bilgi ve bilince sahip oldukları saptanmıştır. Bunun yanında yöneticiler işletmelerini engelsiz turizm pazarı için hazır hissetmemekle birlikte engelsiz turizm pazarının göz ardı edilemeyeceğini de belirtmişlerdir. Ayrıca yöneticiler engelsiz turizm pazarının göz ardı edilmediği takdirde işletmenin değer ve kazanç elde edeceğini de belirtmektedirler. Alınan sonuçlar yöneticilerin tesislerini yeterli bulmasına karşın işletmelerini engelsiz turizm pazarı için henüz hazır hissetmediklerini de göstermektedir. Bu durum yöneticilerin engelsiz turizm pazarını yeterince tanınamalarından dolayı çekimser oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Anketin “destinasyon” boyutu incelendiğinde ise yöneticilerin genel anlamda Alanya destinasyonunu engelsiz turizm pazarı açısından uygun buldukları görülmüştür. Türkiye’de ilk ENAT üyesi destinasyon olan Alanya’da bugüne kadar yapılan engelli uygulamaları da yöneticilerin bu görüşünü olumlu yönde etkilemektedir. Alanya destinasyonunda yer alan engelli uygulamalarının geliştirilmesi ve mevcut düzenlemelerin sürdürülebilirliği konaklama işletmelerinin engelsiz turizm pazarında yer almalarını olumlu yönde etkileyebilecektir.

Kitlesel ve mevsimsel turizmin yapıldığı Alanya destinasyonunda gerek sezon uzunluğunun arttırılması gerekse kitlesel turizm ile birlikte alternatif turizm pazarlarına girilebilmesi için işletmelerin yapacağı engelli uygulamaları ve yöneticilerin engelsiz turizm bilincinde olması büyük önem taşımaktadır. İşletmelerde strateji ve politikaların

belirlenmesinde son karar verici konumunda olan üst düzey yöneticilerin engelsiz turizm pazarı bilincinde olmaları işletmelere değer ve kazanç sağlayacaktır. Üst düzey yöneticilerin engelsiz turizm pazarına bakış açılarının belirlenmesi amacı ile yapılan bu çalışmanın ileride farklı ve büyük örneklemelerle tekrarlanması konuya ilişkin daha detaylı bilgi edinilmesini de sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akgül, A. ve Çevik, O. (2005). *İstatistiksel Analiz Teknikleri: SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamalar*, Ankara: Emek Ofset.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Albayrak, T. (2006). Niş Pazarlama Prensipleri ve Ortopedik Destek Ürünleri Pazarı Örneği, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 11, 219-235.
- APGEM, (2012). *Antalya'da Engelli Turizmin Gelişimi İçin Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma*, Antalya: Yiğitler Grup Reklam Matbaa.
- Arola, E., Cooper, C. & Cooper, R. (2011). Encounters of Disabled Customers on the Tourism Stage, In Buhalis, D. and Darcy S. (Eds), *Accessible Tourism Concepts and Issues*, Bristol: Channel View Publications.
- Atak, V. (2008). *Marmaris'teki Otel İşletmelerinin Bedensel Engelli Turizmine Bakışı* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Atef, T. M. (2011). Assessing the Ability of the Egyptian Hospitality Industry to Serve Special Needs Customers. *Managing Leisure*, 16, 231-242.
- Bayram, N. (2004). *Sosyal Bilimlerde SPSS İle Veri Analizi*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Buhalis, D. & Darcy, S. (2011). Indroduction: From Disabled Tourists to Accessible Tourism, In Buhalis, D. and Darcy, S. (Eds), *Accessible Tourism Concepts and Issues*, Bristol: Channel View Publications.
- Burnett, J. J. & Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer, *Journal of Travel Research*, 40, 4-11.
- Darcy, S. & Dickson, T. J. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 32-44.
- Darcy, S. and Pegg, S. (2011). Towards Strategic Intent: Perceptions of Disability Service Provision Amongst Hotel Accommodation Managers, *International Journal of Hospitality Management*, 30, 468-476.
- Kim, W. G., Stonesifer, H. W. & Han J. S. (2012). Accommodating the Needs of Disabled Hotel Guests: Implications for Guests and Management, *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1311-1317.
- Metin, A. (2013). *Engelsiz Turizmde Ulaşılabilirliğin Önemi ve Ulaşılabilirlik Kriterleri*, [URL: http://worldhealthand3rdagetourism.org/PDFs/Ayhan_METIN.pdf] (06.01.2014).
- Murray M. & Sproats J. (1990). The Disabled Traveler: Tourism and Disability in Australia, *Journal of Tourism Studies*. 1, 9-14.

- O'Neill, M. & Knight, J. (2000). Disability Tourism Dollars in Western Australia Hotels, *Hospitality Reviews*, 2 (18), 72-88.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Tozlu, E., Mercan, Ş. O. ve Atay, L. (2012). Çanakkale'nin Engelli Turizmine İlişkin Durumunun Belirlenmesi ve Planlanmasına Yönelik Bir Çalışma, *Aksaray Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(4), 1-16.
- World Health Organization, (2011). *World Report of Disability Summary*, Malta: WHO Library Cataloguing-in-Publication Data.
- Yau, M. K., McKercher, B. & Packer, T. L. (2004). Travelling with Disability More than an Access Issue, *Annals of Tourism Research*, 4 (31), 946-960.
- Yaylı, A. ve Öztürk Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (17), 87-97.
- Yenişehirlioğlu, E. (2013). *Engelli Turistlerin Konaklama İşletmelerinde Kabul Görme Düzeyine Yönelik Algılama ve Sorunlar: Karşılaştırmalı Nitel Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi, *International Journal of Economics and Administrative Studies*, 11, 51-74.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN ENGELLİLER İÇİN OLANAKLARI VE YÖNETİCİLERİN GÖRÜŞLERİ: KUŞADASI ÖRNEĞİ

Tuğrul AYYILDIZ

*Yrd. Doç. Dr.,Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi
tayyildiz@adu.edu.tr*

Hakan ATAY

*Yrd. Doç. Dr.,Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi
hakanatay@gmail.com*

Ahu YAZICI

*Yrd. Doç. Dr.,Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi
yaziciahu@yahoo.com*

ÖZET

Günümüzde turizme katılan engellilerin sayısı artmakta ve bu pazar gün geçtikçe gelişmektedir. Dünya üzerinde engelli ya da engelsiz tüm insanların turizme katılma hakları vardır. Bu durumda engellilerin seyahate katılabilmeleri için seyahat acentaları, yiyecek-içecek işletmeleri gibi konaklama işletmelerine de birçok görevler düşmektedir. Bu çalışma konaklama işletmelerinin engelliler için olanaklarını ortaya koymak, Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmelerindeki yöneticilerin Türkiye'deki engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşlerini belirlemek, otel yöneticilerinin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda da engelsiz turizm için birçok sonuç ortaya çıkarılarak bunlara yönelik öneriler gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Engelli, Engelsiz Turizm, Kuşadası.*

GİRİŞ

Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı tarafından yürütülmüş olan Türkiye Özürlüler Araştırması sonuçlarına bakıldığında, çocuklukta ve gençlikte özürlülüğe daha az rastlandığı, yaşlılıkta ise özürlülüğün arttığı görülmektedir. Ayrıca okuma yazma bilmeyen engellilerin sayısının okuma yazma bilmeyen genel nüfus içindeki oranının çok yüksek olması, engelli olmakla yoksulluk ve sosyal olanak eksikliği arasında doğrusal bir ilişki olduğu düşüncesini doğrulamaktadır. TÜİK tarafından 2010 yılında yürütülmüş olan özürlülerin sorun ve beklentileri araştırması sonuçları da bu savı desteklemektedir. Araştırma verilerine göre çalışmaya katılan engellilerin % 85,7'si sosyal yardım ve desteklerin artırılmasını istemektedirler. Engelli vatandaşlarımızın en çok talep ettiği hizmetler sağlık, bakım, iş, eğitim, fiziksel çevre düzenlemesi ve uygun ulaşım olanaklarıdır.

Turizm hizmetleri açısından bakacak olduğumuzda engelli vatandaşlarımızın bir turizm tesisinde nelere ihtiyaç duyabileceklerini, bir turistik hizmetten neler bekleyeceklerini tahmin etmek çok da güç değildir. Bir turistik tesis, engelli vatandaşların aktivitelerini rahatça yapmalarına olanak sağlayan fiziksel değişiklikleri yaptığı ve uygun personele sahip olduğu sürece “engelli turizmi” hizmeti içinde var olabilecektir. Diğer yandan işin

bununla bittiğini düşünmek yanıltıcıdır. Bir turistik tesisi ziyaret eden engelli turist aynı zamanda tesisin yer aldığı çekimyerini de ziyaret etmektedir. Dolayısıyla tesis dışındaki genel olanakların durumu da hizmetin kalitesinde dolaylı olarak etkide bulunmaktadır. Toplu taşıma araçları, taksiler, alışveriş merkezleri, restoranlar, kaldırımlar, kamu binaları vb. gibi unsurlarda da gerekli düzenlemeler yapılmadığı sürece engelli turizmde başarı kısmi boyutta kalacaktır. Sürdürülebilir bir engelli turizmi yaratılmak isteniyorsa sadece tesislerin değil bir bütün olarak çekimyerlerinin engelli turistlere uygun olarak yapılandırılması gerekmektedir.

Bu doğrultuda çalışma konaklama işletmelerinin engelliler için olanaklarını ortaya koymayı amaçlamış ve çalışma Kuşadası'nda bulunan dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinde gerçekleştirilmiştir.

ENGELLİ VE ENGELLİ TURİZMİ (ERİŞİLEBİLİR TURİZM) KAVRAMI

Engelli turizmi kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle engelli kavramının incelenmesi gerekmektedir.

Engelli Kavramı

Engelli sözcüğü insan aklında yetersizlik, özürlü olmak veya sakat olmak gibi bazı kavramları çağrıştırmaktadır. Günümüzde engelli sözcüğünün daha kabul edilebilir daha yumuşak bir kelime olduğu düşünülmektedir. Her ne kadar engelli kavramı ve bu kavram üzerinden yapılan mevzuatlar ülkeden ülkeye değişse de (Kolat, 2009), Dünya Sağlık Örgütü (WHO) bu kavramlara bazı açıklamalar getirmiştir:

Bozukluk: Sağlık bakımından psikolojik, fizyolojik ve anatomik yapı ve işlevlerdeki eksikliklerdir.

Özürlülük: Bir yetersizlik sonucu normal kabul edilen sınırlar içinde bir aktiviteyi gerçekleştirme becerisinde yaşanan kısıtlı olma durumudur.

Engellilik: Bozukluk veya özürlü olmaktan dolayı kişinin yaş, cinsiyet, sosyal ve kültürel faktörlere bağlı olarak kendinden beklenen rolleri yerine getirememesidir.

Engelli veya özürlü sözcüğü: doğuştan veya sonradan herhangi bir hastalık veya kaza sonucu bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal yetilerini çeşitli derecelerde kaybetmiş, normal yaşamın gereklerine uyamayan kişileri tanımlamakta kullanılmaktadır (Ozida, 2010). Bir başka tanıma göre engel-özür: bireyin yaşadığı sürece yaş, cinsiyet sosyal ve kültürel faktörlere bağlı olarak toplumda oynaması gereken rollerin yetersizlik yüzünden yerine getirememesi durumudur. Yani birey belirli bir zamanda, belirli bir durumda kendisinden yapılması istenenleri yetersizlik yüzünden başaramazsa, yetersizlik özür veya engele dönüşmektedir (Ulutaşdemir, 2007). Engelli insanların, evlilik kurma, iş edinme, aile yaşantısına uyum sağlama, sosyal yaşama uyum sağlama, çocuk sahibi olma ve büyütme gibi toplumsal bazı rolleri yerine getirememesi engelli olmanın sadece

bedensel veya zihinsel değil daha geniş anlamda sosyolojik bir kavram olduğunu da göstermektedir (Karataş ve Çifci, 2010).

Engelli Amerikalılar Yasası'na göre engellilik kavramı şu şekilde tanımlanmıştır (Burnett ve Baker, 2001; Çakmak, 2008):

Bireyin bir veya daha fazla ana yaşamsal aktivitesini büyük ölçüde sınırlayan fiziksel veya zihinsel bozukluğu, bu tarz bir bozukluğun kaydını; veya bu tarz bir bozukluğu olduğu kabul edilenler engelli olarak tanımlanmaktadır.

Bu tanımlar ışığında engelli vatandaşların ellerinde olmadan birtakım bedensel ve zihinsel sınırlarla ve yetersizliklerle yüzleşmek zorunda oldukları söylenebilir. Bu sınırların, engellerin ve yetersizliklerin turizm hizmetlerinin uygun sunumu noktasında nasıl ele alınması gerektiği son derece kritik bir sorunu doğurmaktadır.

Engelli Turizmi (Erişilebilir Turizm) Kavramı

Turizm alanında engelli insanların çeşitli güdülerle farklı deneyimleri arzuladıkları görülür. Her engelli insanın birbirinden farklı destek ihtiyaçları vardır. Bu açıdan bakıldığında engelli turizmi kavramı bu çeşitliliğin vurgulanmasını engellemektedir. Dolayısıyla günümüzde engelli turizmi kavramı “erişilebilir turizm (accessible tourism)” olarak evrimleşmiştir. Erişilebilir turizm kavramını kısaca: ulaşım, görme, duyma ve algılama boyutlu turizme erişim gereksinimleri olan insanları, engelliler, yaşlılar ve çocuklar da dahil olmak üzere kapsamaktadır (Darcy ve Dickson, 2009). Burada dikkate alınması gereken temel nokta bir tesiste yapılacak düzenlemelerin “erişimi kolaylaştırıcı” yapıda olmasıdır. (Çakmak, 2008).

Engelli turistlerin doğası dikkate alınacak olursa, yöneticiler ürün ve servislerini dizayn eder ve sunarken engelli turistleri tıpkı normal turistlik tüketiciler gibi algılamak durumundadırlar. Erişilebilir turizm olgusunun doğru anlaşılabilmesi için yöneticilerin engelli turist gruplarının karakteristiklerini, sosyal yapılarının doğasını da göz önüne alarak anlamaları gerekmektedir (Buhalis ve Darcy, 2010). Engellilik kavramını sadece zihinsel ve fiziksel özelliklere bağlı olarak tanımlamak bu kavramın sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-politik boyutlarının görülmesini engelleyebilir (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012).

Engelliler açısından tatilin anlamı normal insanlardan çok da farklı değildir: dinlenmeye ayrılan zaman, gündelik hayatın stresinden ve baskısından uzaklaşmak gibi temel motivasyonlar söz konusudur. Bunlara ek olarak engelli birisi için tatile çıkmak ona sürekli bakıcılık yapan aile veya eş açısından da bir mola sürecidir. Kendisine bakan insanlardan uzak tatil yapan engelliler için oteldeki olanaklara ulaşımın kolay olması ve bilgi akışı büyük önem arz etmektedir (Shaw ve Coles, 2004; Blichfeldt ve Nicolaisen, 2011).

Engelli insanların turizm faaliyetlerine katılımında öncelikli sorunlardan birisi ulaşım ile ilgilidir. Dolayısıyla öncelikle ulaşım ile ilgili sorunların ve engellerin ortadan kaldırılması

gerekmektedir (Cavinato ve Cuckovich, 1992; Yau, McKercher ve Packer, 2004). Diğer yandan Crawford ve Godbey (1987), engelli seyahatçilerin karşısına çıkabilecek olan bariyerleri üç kategoride ele almıştır (a) kişinin kendi zihninde oluşan engeller (b) kişiler arası veya toplumsal engeller, ve (c) yapısal engeller.

Kişinin kendi zihninde olan engellere: kişinin kendisine olan özgüven eksikliği, cesaret eksikliği ve turistik tatil konusunda engellilere yönelik fırsatlara ilişkin bilgi eksiklikleri örnek gösterilebilir. Kişiler arası veya toplumsal engellere: kişinin tatil için kendine arkadaş bulamaması ve benzer şekilde sosyal etkileşim becerilerinin düşük olması gösterilebilir. (Crawford ve Godbey, 1987).

Bir destinasyon ya da tesis açısından, engelli turistlere sunulan bilgilerin yetersiz olması, esneklikten uzak katı kurallar, değişime karşı toleransın düşük olması, uygun olmayan tesisler ya da teknoloji, güvenlik kurallarını uygulamada gönülsüzlük ve kişiselleştirilmiş servislerin zayıf olması kritik öneme sahip engellere örnek gösterilebilir (Daniels, Rodgers ve Wiggins, 2005).

Turistik tesislerin engelli vatandaşların ürünlere ve servislere erişimlerini sağlama noktasında şu noktalara dikkat etmeleri önemlidir (Improving information on accessible tourism for disabled people, 2004):

- Zayıf fiziksel plan,
- Dar kapılar ve merdivenler gibi mimari engeller,
- Duyma sorunu olanlar için işitme döngüsü (induction loop) gibi temel ekipmanların hali hazırda bulunması, ve
- Servislere nasıl ulaşılabileceğinin yolu belirtilmelidir.

Daha ayrıntılı olarak belirtilmesi gerekirse, odanın sağladığı olanaklar (engelli odalarının ilk katlarda olması, kolay kullanılan kapı kolu, asansöre yakınlık vb.) ve banyo olanakları (duşta oturma yeri, tutma çubuğu, kaymayan banyo zemini vb.) engelli turistler için kritik önem sahiptir (Darcy, 2010).

Ülkemizde turizm alanında engellilerin turistik faaliyetlere rahatça ulaşabilmesi için yapılan yasal düzenlemelere bakıldığında, Turizmi Teşvik Yasası uyarınca hazırlanan 1982 tarih 2634 sayılı bu yönetmelik 21.06.2005 tarihinde Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmeliğin “*Asli konaklama tesislerinin genel nitelikleri*” başlıklı 18. maddesinin “c” bendinde bedensel engelliler için düzenlemelere şu şekilde yer verilmiştir:

“Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin % 1’i oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme-içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel engellilerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılır”.

Engellilerin ulaşım, konaklama, eğlence ve gezi alanlarında rahat bir şekilde hareket edebilme imkânlarının sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda, hem ulaşım, hem konaklama ve hem de açık alanlarda engelli bireyler düşünülerek çalışmaların yapılması, standartların sağlanması bir zorunluluktur (Çizel, Sönmez ve Akıncı, 2012). Engellilere hizmet verme konusunda eğitim almış, gerekli farkındalığa sahip işgücünün özel olarak eğitilmesi ve engelli turistlere hizmet sağlama konusunda özel olarak uzmanlaşmış acentaların var olması bu standartlara örnek olarak gösterilebilir (Yaylı ve Öztürk, 2006).

Ülkemizde engellilere yönelik hazırlanmış olan yasal düzenlemeye turistik işletmelerin ne derecede uyduğuna yönelik yapılan bazı araştırmalara bakıldığında, işletmelerin büyük çoğunluğunun yasayı görmezden geldiği (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012) veya yasaya uysalar bile sadece tekerlekli sandalye kullanan engelli vatandaşlara yönelik düzenlemeler yaptıkları, diğer engelli türlerini göz ardı ettikleri ortaya çıkmaktadır (Zengin ve Eryılmaz, 2013). Tesislerde engellilere yönelik yapılan çevresel düzenlemelerin ve nitelikli hizmet bilgisine sahipliğin otellerin yıldız sayısına bağlı olması da bir diğer sorundur (Atak, 2008). Üzerinde durulması gereken bir diğer sorun da engelli turistlerin sosyo-psikolojik duygu durumlarına yönelik farkındalık eksikliğidir. Otel personelinin bir engelli turiste acıyarak bakması, onlara normal turistlere davrandıkları gibi davranmamaları engelli turistlerde üzüntü meydana getirmektedir (Eryılmaz, 2010). Bunun yanında tesis dışında turistik bölgelerdeki ulaşım araçlarının, üst geçitlerin ve kaldırımların bedensel engellilerin erişimine uygun olmaması göz önüne alınması gereken çevresel sorunlara örnektir (Arıcı, 2010).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın ana amacı, konaklama işletmelerinin engelliler için olanaklarını ortaya koymaktır. Bu ana amaç altında, çalışmanın alt amaçları arasında Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmelerindeki yöneticilerin Türkiye'deki engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşlerini belirlemek, otel yöneticilerinin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerini belirlemek bulunmaktadır. Çalışma işletmelerin engellilerin turizme katılmaları konusunda olanaklarını ortaya koyması, otel yöneticilerinin engellilerin seyahate katılmaları ve turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerini ortaya koyması açısından önem taşımaktadır. Böyle bir çalışmanın Kuşadası'nda daha önce yapılmamış olmasıda çalışmaya önem kazandırmaktadır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışma tarama modelindedir. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Oluşturulan anket dört bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde, işletmelerin özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde, konaklama işletmelerinin engelliler için olanaklarını tespit etmek amacı ile Eryılmaz ve Zengin'in (2013) tarafından geliştirilen ifadeler kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde, Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmelerindeki yöneticilerin

Türkiye’deki engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşlerini belirlemek, anketin dördüncü bölümünde, otel yöneticilerinin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerini belirlemek amacıyla Yaylı ve Öztürk (2006) tarafından geliştirilen ifadeler kullanılmıştır. Ankette yer alan ifadeler 5’li likert ölçeği şeklinde hazırlanmış olup sorularda 1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum şeklinde sıralanmıştır. Araştırmacılar tarafından oluşturulan anket soru formu işletmelere tek tek gidilerek, bazılarında yüz yüze, bazılarında ise anketin doldurulması için verilen süre sonunda işletmelere gidilerek toplanmıştır. Araştırmada, evren olarak Kuşadası’nda bulunan 4 ve 5 yıldızlı işletmeler dahil edilmiştir. Evren için Aydın İl Kültür Turizm Müdürlüğü sayfasında yer alan otel işletmelerinin listesinden yararlanılmıştır. Buna göre Kuşadası’nda toplam 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesi sayısı 27’dir. Çalışma çerçevesinde tüm işletmelerden birer yöneticiye ulaşılmış ve hepsinden geri dönüş sağlanmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Yirmiyedi işletmeden toplanan anketlere verilen cevaplar SPSS for Windows 18.0 istatistiksel paket programın yardımıyla değerlendirilmiştir. Verilerin doğru şekilde girildiği, betimleyici istatistikler, anket ve girilen değerler karşılaştırılarak sağlanmıştır.

İşletmelere Ait Özellikler

Tablo 1’de anketin ilk kısmında yeralan, işletmelerle ilgili özellikler yer almaktadır. Bu verilere göre çalışmada yer alan otel işletmelerinin büyük bölümünün (%55,6) oda sayıları 100’ün altındadır. İşletmeler yatak sayıları bakımından değerlendirildiğinde %33,3’ü 201-400 arasında yatağa sahiptir, %29,6’sı 601-800 yatağa sahiptir.

Tablo1: İşletmelere Ait Özellikler

		f	%
İşletmenin oda sayısı	0-100	15	55,6
	101-200	11	40,7
	201-300	1	3,7
	Toplam	27	100,0
İşletmenin yatak kapasitesi	0-200	5	18,5
	201-400	9	33,3
	401-600	4	14,8
	601-800	8	29,6
	801 ve daha fazla	1	3,7
	Toplam	27	100,0
İşletmenin faaliyet yılı	5 ve daha az	7	25,9
	6-10	4	14,8
	11-15	2	7,4
	16-20	3	11,1
	21-25	6	22,2
	26 ve üstü	5	18,5
	Toplam	27	100,0
İşletmede engellilerin kullanımına uygun oda olup olmaması	Yok	3	11,1
	Var	24	88,9
	Toplam	27	100,0

İşletmelerdeki engelli oda sayıları	1	7	25,9
	2	7	25,9
	3	8	29,6
	4	2	7,4
	Toplam	24	88,9
	Kayıp değer	3	11,1
	Toplam	27	100,0
Engelli odalarının bulunduğu katlar	giriş	8	29,6
	1	8	29,6
	2	1	3,7
	3	1	3,7
	5	1	3,7
	1+2+3	2	7,4
	3+5	1	3,7
	4+5+6	1	3,7
	1+8	1	3,7
	Toplam	24	88,9
	Kayıp değer	3	11,1
	Toplam	27	100,0
1 yılda konaklayan engelli turist sayısı	1-50	26	96,3
	101 ve üzeri	1	3,7
	Toplam	27	100,0
İşletmede hizmet verilen engelli tipi	Yürüme problemi olan	3	11,1
	Tekerlekli sandalye kullanan	4	14,8
	Duyma ve konuşma engeli olan	1	3,7
	Yürüme problemi olan+ Tekerlekli sandalye kullanan	4	14,8
	Yürüme problemi olan+ Tekerlekli sandalye kullanan+ Zihinsel engelli	4	14,8
	Tekerlekli sandalye kullanan+ Duyma ve konuşma engeli olan	1	3,7
	Yürüme problemi olan+Tekerlekli sandalye kullanan+Duyma ve konuşma engeli olan	2	7,4
	Tekerlekli sandalye kullanan+Alerjik problemi olan	1	3,7
	Yürüme problemi olan+Tekerlekli sandalye kullanan+ Zihinsel engelli+ Alerjik problemi olan	1	3,7
	Yürüme problemi olan+Tekerlekli sandalye kullanan+ Zihinsel engelli+ Alerjik problemi olan	1	3,7
	Tekerlekli sandalye kullanan+ Duyma ve konuşma engeli olan+ Zihinsel engelli	2	7,4
	Yürüme problemi olan+Tekerlekli sandalye kullanan+Duyma ve konuşma engeli olan+ Zihinsel engelli	2	7,4
	Yürüme problemi olan+Tekerlekli sandalye kullanan+Duyma ve konuşma engeli olan+ Zihinsel engelli+ Alerjik problemi olan	1	3,7
	Toplam	27	100,0

Kuşadası'ndaki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin büyük bölümü 5 ve daha az yıldır faaliyet göstermektedir. Kuşadası'ndaki konaklama işletmelerinin büyük bir bölümünde (%88,9) engellilerin kullanımına uygun oda bulunmaktadır. Ancak ilginç olan yasal bir zorunluluk olmasına rağmen 3 işletme, tesislerinde engellilerin kullanımına uygun oda bulunmadığını belirtmişlerdir. Çalışmaya katılan işletmelerden engelliler için oda ayıranlar arasında büyük bölümünün (%29,6) 3 odalarını engellilere uygun düzenledikleri görülmektedir. Bunu 1 ve 2 oda ayıran işletmeler izlemektedir (%25,9).

İşletmelerin büyük bölümü engelliler için odalarını giriş katında ya da birinci katta düzenlemektedirler. Bir çok otelin giriş katında odasının olmaması bu gerçekleşen durumu

etkilemektedir. Çalışmaya katılan bütün işletmeler son bir yıl içerisinde işletmelerinde engelli misafirleri konuk ettiklerini belirtirken bunların %96,3'ünün işletmelerinde 1-50 arasında engelli misafir konuk ettikleri tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan işletmelerde konaklayan engelli misafirlerin büyük bölümü (%14.8) tekerlekli sandalye kullanan, yürüme problemi olan ve zihinsel engellilerden oluşmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde Kuşadası'ndaki konaklama işletmelerinde konaklayan engellilerin büyük bölümünün yürüme problemi olan ve tekerlekli sandalye kullanan misafirlerden oluştuğu görülmektedir.

İşletme Olanaklarına İlişkin Yönetici Görüşleri ve İşletme Sınıfına Göre Farklılıklar

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların vermiş oldukları cevaplar oldukça ilgi çekicidir. Çalışmaya katılanların büyük bir bölümü işletmelerinin mimarisinin engelliler için uygun olduğunu belirtmişlerdir. Tesisimizin mimarisi engelliler için uygundur ifadesine katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin sayısı toplam katılımcıların yarısından fazlasını oluşturmaktadır (16) Aynı şekilde işletmelerin engellilere yönelik uygulamaları katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından yeterli bulunmaktadır. Ancak ilgi çekici durum tesisin mimarisi engelliler için uygun olmayan ve engellilere yönelik uygulamaların yeterli olmadığı işletmelerde azımsanmayacak kadar çoktur.

Çalışmaya katılanların büyük bir bölümü (%55,6) engelli odalarındaki tuvalet ve banyoların engellilerin kullanımına tamamen uygun olduğunu belirtirken yine katılımcıların büyük bir bölümü (%40,7) işletmelerindeki genel mahallarindeki tuvalet ve banyoların engellilerin kullanımına tamamen uygun olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük bir bölümü görme engelliler için gerekli yerlerde kabartma yazısı kullanılmadığını (%63) ve asansörlerde sesli uyarı sistemi (%48,1) kullanılmadığını belirtmişlerdir.

Tesislerin büyük bölümünde işletme engelliler için görsel levhaların yeterli düzeyde olmadığı (%29,6), katılımcıların verdikleri cevaplardan anlaşılmaktadır. İşletme yöneticilerinin büyük bölümü işletmelerinde bölümler arasında ortopedik engelliler için ulaşım sağlanmaktadır ifadesine katıldıklarını (%51,9) belirtmişlerdir. İşletmelerdeki asansörlerin büyük bölümünün tekerlekli sandalye kullanımına uygun olduğu anlaşılmaktadır.

İşletmelerin büyük bölümünün (%51,9) ortopedik engellilerin havuza girişini sağlamak için özel sisteme sahip olmadıkları görülmektedir. İşletmelerin büyük bölümünün restoranlarında ise engelliler için düzenlemelere gitmedikleri anlaşılmaktadır.

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlara göre bir çok işletmenin otoparklarında engelli otoparkı olduğu anlaşılmaktadır. Ancak engelliler için uygun otoparkı bulunmayan işletme sayısında azımsanmayacak kadar çoktur. Katılımcıların büyük bölümü işletmelerinde engellilere hizmet etmek için yeterli özel eğitilmiş personel vardır ifadesine katılmadıklarını ya da tamamen katılmadıklarını belirtirlerken (%55,5) işletmelerin büyük bölümünün

çalışanlarının engelli müşterilere hizmet vermede yeterli bilgiye sahiptir ifadesine katıldıklarını ve kesinlikle katıldıklarını (%44,4) belirtmişlerdir.

Yöneticilerin verdikleri cevaplara göre Kuşadası'ndaki yöneticilerin büyük bölümünün engelli pazarının farkında olmadıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların büyük bölümü işletmelerinde engelli turistlere hizmet verilmesinin kendilerini mutlu edeceğini (%63) ve engelli turistlerin tesiste konaklayan diğer turistleri olumsuz etkilemeyeceğini (%59,3) düşünmektedir.

Tablo2: İşletme Olanaklarına İlişkin Yönetici Görüşleri ve İşletme Sınıfına Göre Farklılıklar

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katlıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		$\bar{X}$	ss	p
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Tesisimizin mimarisi engelliler için uygundur	2	7,4	8	29,6	1	3,7	12	44,4	4	14,8	3,30	1,265	,651
Tesisimizdeki engellilere yönelik uygulamalar yeterlidir	1	3,7	8	29,6	4	14,8	12	44,4	4	14,8	3,22	1,089	,735
Engelli odalarındaki tuvalet ve banyolar engellilerin kullanımına tamamen uygundur	1	3,7	4	14,8	1	3,7	6	22,2	15	55,6	4,11	1,251	1,000
Genel mahallerdeki tuvalet ve banyolar engellilerin kullanımına tamamen uygundur	1	3,7	7	25,9	0	0	8	29,6	11	40,7	3,78	1,340	,978
Görme engelliler için gerekli yerlerde kabartma yazısı kullanılmaktadır	17	63,0	4	14,8	3	11,1	2	7,4	1	3,7	1,74	1,163	,951
Asansörlerde sesli uyarı sistemi kullanılmaktadır	13	48,1	4	14,8	1	3,7	3	11,1	6	22,2	2,44	1,695	,334
İşitme engelliler için görsel levhalar yeterli düzeydedir	7	25,9	5	18,5	3	11,1	8	29,6	4	14,8	2,89	1,476	,287
Bölümler arasında ortopedik engelliler için ulaşım sağlanmaktadır	7	25,9	5	18,5	0	0	14	51,9	1	3,7	2,89	1,396	,728
Asansörler tekerlekli sandalye kullanımına uygundur	2	7,4	0	0	2	7,4	10	37,0	13	48,1	4,19	1,111	,270
Ortopedik engellilerin havuza girişini sağlamak için özel sistemlere sahibiz	14	51,9	8	29,6	0	0	4	14,8	1	3,7	1,89	1,219	,600
Engelliler için restoranlarımızda özel düzenlemelerimiz mevcuttur	6	22,2	7	25,9	4	14,8	7	25,9	3	11,1	2,78	1,368	,978
Otoparkımızda engelli park yeri mevcuttur	7	25,9	2	7,4	3	11,1	7	25,9	8	29,6	3,26	1,607	,062
Engellilere hizmet etmek için yeterli özel eğitilmiş personel vardır	5	18,5	10	37,0	5	18,5	6	22,2	1	3,7	2,56	1,155	,408
Çalışanlarımız engelli müşterilere hizmet vermede yeterli bilgiye sahiptir	3	11,1	7	25,9	5	18,5	7	25,9	5	18,5	3,15	1,322	,957
Kuşadası'ndaki tesis yöneticileri engelli pazarının farkındadırlar.	7	25,9	12	44,4	2	7,4	1	3,7	5	18,5	2,44	1,423	,115
Tesisimizde engelli turistlere hizmet vermek bizi mutlu eder.	1	3,7	0	0	1	3,7	8	29,6	17	63,0	4,48	,893	,901
Engelli turistler tesiste konaklayan diğer misafirleri olumsuz etkilemez	1	3,7	2	7,4	0	0	8	29,6	16	59,3	4,33	1,074	,585

Çalışmada işletme olanaklarına ilişkin yönetici görüşlerinin işletme sınıfına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Tablo 2'ye göre işletme olanaklarına ilişkin yönetici görüşleri ve işletme sınıfına göre farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ($p>,005$)

Yöneticilerin Türkiye'deki Engellilerin Seyahate Katılmaları Konusundaki Görüşleri ve İşletme Sınıfına Göre Farklılıklar

Yöneticilerin Türkiye'deki engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşlerini belirlemek için 11 ifade kendilerine yöneltilmiştir. Bu ifadelerden ilk ikisi çevre düzenlemesi ile ilgilidir. Yöneticilerin büyük bölümü mevcut çevrenin engelliler için uygun olmadığı görüşünde birleşmişlerdir.

Tablo3:Yöneticilerin Türkiye'deki Engellilerin Seyahate Katılmaları Konusundaki Görüşleri ve İşletme Sınıfına Göre Farklılıklar

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum		$\bar{X}$	ss	p
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Ulaşım alt yapısı engellilere uygun değildir	4	14,8	3	11,1	2	7,4	12	44,4	6	22,2	3,48	1,369	,416
Çevresel düzenlemeler engellilere uygun değildir	3	11,1	6	22,2	3	11,1	9	33,3	6	22,2	3,33	1,359	,869
Yöneticiler engelli pazarının farkında değildirler	1	3,7	2	7,4	7	25,9	12	44,4	5	18,5	3,67	1,000	,109
Engelliler pazarı yeterince para kazandırmamaktadır	5	18,5	4	14,8	14	51,9	3	11,1	1	3,7	2,67	1,038	,863
Engelliler için özel tasarlanmış oteller inşa edilmelidir	1	3,7	2	7,4	5	18,5	4	14,8	15	55,6	4,11	1,188	,681
Otellerin mimari yapıları engellilere uygun değildir	2	7,4	3	11,1	4	14,8	15	55,6	3	11,1	3,52	1,087	,058
Turizm işletmelerinde çalışan personelin fiziksel engellilere hizmet vermedeki bilgi düzeyleri yetersizdir.	1	3,7	2	7,4	6	22,2	11	40,7	7	25,9	3,78	1,050	,329
Engellilerin faydalanmasına uygun olmayan turizm işletmeleri, yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir.	1	3,7	1	3,7	2	7,4	5	18,5	18	66,7	4,41	1,047	,240
Engellilerin turizm faaliyetlerine katılması, devletin sosyal olmasının bir gereğidir.	0	0	0	0	1	3,7	7	25,9	19	70,4	4,67	,555	,110
Bu alandaki dernekler etkin çalışmamaktadır.	1	3,7	3	11,1	5	18,5	9	33,3	9	33,3	3,81	1,145	,825
Yerel yönetimler (belediyeler) üzerlerine düşeni yapmamaktadır.	1	3,7	3	11,1	2	7,4	9	33,3	12	44,4	4,04	1,160	,349

İfadelerden 3. ve 4. soru ise engelli pazarına yönelik sorulardır. Katılımcıların büyük bölümü yöneticilerin engelli pazarının farkında olmadıklarını belirtirken büyük çoğunluk engelliler pazarının yeterince para kazandırması konusunda fikrim yok cevabını vermişlerdir. Bu durum yöneticilerin engelli pazarının farkında olmadığından ya da gerekli

araştırmaların yapılmaması sonucu bu pazarın ne kadar bir getiri sağlayacağı konusunda fikirlerinin olmaması ile açıklanabilir.

Çalışmaya katılan yöneticilerin büyük bölümü turizm işletmelerinde çalışan personelin fiziksel engellilere hizmet vermedeki bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu görüşüne katılmaktadırlar. Bu durum sektörde çalışanların engelli turizmüne yönelik bilgilerinin yetersiz olduğunu göstermektedir. Çalışmaya katılan yöneticilerin çoğunluğu engellilerin faydalanmasına uygun olmayan turizm işletmeleri, yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir ifadesine katılmaktadır. Aynı şekilde çalışmaya katılanların büyük çoğunluğu Engellilerin turizm faaliyetlerine katılması, devletin sosyal olmasının bir gereğidir ifadesine de katılmaktadırlar.

Çalışmaya katılan yöneticilerin yine büyük çoğunluğu bu alanda çalışan derneklerin ve yerel yönetimlerin üzerlerine düşen görevleri yerine getirmediğini düşünmektedirler. Çalışmada yöneticilerin Türkiye'deki engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşlerinin işletme sınıfına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Tablo 3'e göre yöneticilerin Türkiye'deki engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşlerinin işletme sınıfına göre farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ($p>,005$)

Otel Yöneticilerinin Yabancı Engelli Turistlerin Türk Pazarına Yönelmeleri İçin Yapılması Gerekenler Konusundaki Görüşleri ve İşletme Sınıfına Göre Farklılıklar

Otel yöneticilerinin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerini belirlemek üzere kendilerine 10 ifade yöneltilmiştir. Tablo 4'de görüldüğü üzere yöneticilerin büyük bölümü (%48,1) yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için herhangi bir şeyin yapılmasına gerek olmadığı görüşüne kesinlikle katılmamaktadırlar. 2 ifadeye göre yöneticilerin büyük çoğunluğu engelli pazarının göz ardı edilemeyecek bir Pazar olduğunu düşünmektedir (%37).

Otel yöneticileri devletin engellilerin turizme katılmaları için özendirici önlemleri alması konusuna katılmaktadırlar. Aynı şekilde yöneticilerin büyük bölümü turizm işletmelerinde engelliler için işaretlemelerin yetersiz olduğu ve engellilere kendi tanıtımlarının yapılması konusunda yetersiz dökümanları olduğu, tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi görüşünde birleşmektedirler

Tablo 4: Otel Yöneticilerinin Yabancı Engelli Turistlerin Türk Pazarına Yönelmeleri İçin Yapılması Gerekenler Konusundaki Görüşleri ve İşletme Sınıfına Göre Farklılıklar

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum		$\bar{X}$	S.S.	P
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur	13	48,1	10	37,0	0	0	2	7,4	2	7,4	1,89	1,219	,117
Engelliye hizmet vermek oldukça yüksek maliyet	10	37,0	5	18,5	7	25,9	4	14,8	1	3,7	2,30	1,235	,699

gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazar dilimidir													
Devlet engellilerin seyahate katılmaları hususunda özendirici tedbirler almalı	0	0	0	0	0	0	15	55,6	12	44,4	4,44	,506	,711
Turizm işletmelerinde engelliler için kullanılan işaretlemeler yetersizdir	0	0	3	11,1	3	11,1	10	37,0	11	40,7	4,07	,997	,910
Turizm işletmelerinde engelliler için işaretlemeler zorunlu hale getirilmeli	0	0	2	7,4	2	7,4	9	33,3	14	51,9	4,30	,912	,977
Turizm işletmelerinin kendilerini engellilere tanıtmada yeterli dokümanları yoktur	0	0	1	3,7	5	18,5	11	40,7	10	37,0	4,11	,847	,533
Türk halkı bu yönde eğitilmeli	0	0	0	0	0	0	8	29,6	19	70,4	4,70	,465	,140
Hizmet personeli özel eğitimden geçirilmeli	0	0	0	0	0	0	10	37,0	17	63,0	4,63	,492	,081
Tanıtım faaliyetine ağırlık verilmeli	0	0	0	0	1	3,7	9	33,3	17	63,0	4,59	,572	,116
Kültür ve Turizm Bakanlığı uluslararası ilgili kamu kurum ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği sağlamalı	0	0	0	0	0	0	6	22,2	21	77,8	4,78	,424	,224

Çalışmaya katılan yöneticilerin büyük bölümü Türk halkının ve hizmet personelinin eğitilmesi konusuna katıldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca yöneticilerin büyük bölümü Kültür ve Turizm Bakanlığı uluslararası ilgili kamu kurum ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği sağlamalı görüşüne de katılmaktadırlar.

Çalışmada otel yöneticilerinin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerinin işletme sınıfına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Tablo 4'e göre yöneticilerin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerinin işletme sınıfına göre farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ($p>,005$)

SONUÇ

Bu çalışma, konaklama işletmelerinin engelliler için olanaklarını ortaya koymak, Kuşadası'nda faaliyet gösteren otel işletmelerindeki yöneticilerin Türkiye'deki engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşlerini belirlemek, otel yöneticilerinin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerini belirlemek amaçları ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışma çerçevesinde konaklama işletmeleri açısından engellilerin turizme katılmalarıyla ilgili olarak bazı önemli veriler ortaya çıkmıştır. Öncelikle Kuşadası'ndaki konaklama işletmelerinden 3 tanesi işletmelerinde engelliler için odanın bulunmadığını belirtmişlerdir. Bu durumun Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'in engelliler ile ilgili maddesine uygun olmadığı tespit edilmiştir. İşletmelere engellilerin konaklamak amacı ile gelmesi durumunda odaların buna göre geçici olarak düzenlendiği düşünülmektedir.

İşletme olanaklarına genel olarak bakıldığında tesislerin büyük bölümünde görme engelliler, işitme engelliler için kabartma yazıların, levhaların eksik olduğu, engelliler için havuza girişi sağlamak için özel sistemlerin olmadığı, restoranlarda özel düzenlemelerin yetersiz olduğu görülmektedir.

İşletmeler için önemli konulardan bir diğeri de işletmelerine gelen engellilere hizmet verecek eğitimli personel eksikliğidir. Anketlere verilen yanıtlardan bu durum ortaya çıkmaktadır. İşletmelerin özel eğitimli personel sıkıntısı çekmesi yöneticilerin bu konuya gereken önemi vermemesinden ya da özel eğitimli personelin konaklama işletmelerini tercih etmemelerinden kaynaklanıyor olabilir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu Kuşadası'ndaki tesis yöneticilerinin engelli pazarının farkında olmadığı düşüncesini taşımaktadır. Bu durum yöneticilerin bu Pazar konusunda gerekli araştırmaları yapmamaları ile açıklanabilir.

Katılımcıların büyük bir bölümü Türkiye geneli olarak işletmelere baktıkların da genel olarak işletmelerin engelliler için ulaşım alt yapısının, çevresel yapının ve mimari yapının uygun olmadığını düşünmektedirler. Bu nedenle beklide yöneticilerin büyük bir bölümü engelliler için özel tasarlanmış oteller inşa edilmelidir düşüncesine katıldıklarını belirtmektedirler. Katılımcıların büyük bölümü belediyelerin ve bu konuda çalışan derneklerinde üzerlerine düşen görevleri yerine getirmede sıkıntı yaşadıkları düşüncesini paylaşmaktadırlar.

Katılımcıların büyük bölümünün yöneticilerin engelliler pazarının farkında olmadığı düşüncesini paylaştıkları bu pazarın yeterince para kazandırmadığı ifadesine ise fikrim yok cevabını vermişlerdir. Bu durum yöneticilerin bu Pazar ile ilgili gerekli araştırmaları yapmadıkları bu pazara gerekli önemi vermedikleri düşüncesine yol açmaktadır.

Otel yöneticilerinin yabancı engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerine bakıldığında özellikle yöneticilerin büyük bölümünün engelliler için işaretlemelerin yetersiz oluşu ve bu konuda yasal düzenlemelere ağırlık verilmesi konusuna katılmaları dikkat çekmektedir. Bunu dışında yöneticilerin büyük bölümünün işletmelerin tanıtımının eksik olması ve hem Türk halkının eğitilmesi hem de hizmet personelinin özel olarak eğitilmesi konusunda birleştikleri görülmektedir.

ÖNERİLER

Çalışma, araştırmacılar ve yöneticiler açısından bir takım önerileride beraberinde getirmiştir. Öncelikle bazı işletmelerin engelliler için özel oda ayırmadıkları görülmektedir. Bu konuda denetimlerin daha da sıklaştırılması gerekmektedir. Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik maddeleri arasında engelliler için oda sayılarının artırılması sağlanabilir. Ayrıca yine aynı yönetmelikte engellilere ilişkin özel uygulamaların gerçekleştirilmesine yönelik daha farklı maddeler eklenebilir.

Konaklama işletmelerinde engellilere yönelik uygulamalar gerçekleştirecek olanlar devlet tarafından daha fazla desteklenebilir. Özellikle sadece engellilere ilişkin konaklama işletmesi açacak olanlara yönelik daha farklı özendirici teşvikler verilebilir.

Konaklama işletmeleri yöneticileri engellilerin turizme kazandırılması açısından bu Pazar konusunda daha fazla araştırma yaparak tanıtımlara daha fazla önem verebilirler. Ayrıca yöneticiler engellilere yönelik olarak uygulamalarını arttırarak engellilerinde turizme katılmalarına destek olabilirler. Engellilere yönelik hizmet verecek personel gerek bu eğitimi veren kuruluşlar aracılığı ile gerekse hizmet içi eğitimler ile eğitilerek bu konudaki ihtiyaç giderilebilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm yöneticileri, akademisyenler, yerel yönetimler, bu konu ile ilgili sivil toplum kuruluşları ve bu konu ile ilgili tüm paydaşlar bir araya gelerek engelsiz turizm için çalışmalar yapmalıdırlar.

Çalışma sonuçlarının genelleştirilebilmesi örnekleme ilişkin sınırlılıklardan dolayı mümkün olmayabilir. Çalışmaya ait ilk sınırlılık çalışmada kullanılan örneklemin büyüklüğüdür. Örneklemin geliştirilmesi ile farklı sonuçların elde edilmesi olasıdır. Çalışma Kuşadası ile sınırlı tutulmuştur. Çalışmanın, farklı bir bölgede uygulanması ile farklı sonuçlara ulaşılması muhtemeldir. Gelecek çalışmalarda farklı bölgelerde yapılan çalışmaların karşılaştırılması, farklılık ve benzerliklerin ortaya konması yararlı olacaktır. Ayrıca bu çalışmada ele alınan turistik konaklama işletmeleridir. Buna ek olarak şehir otelciliğinde de bu konunun ele alınması ve turistik konaklama işletmeleri ile şehir otelciliği arasındaki farkların belirlenmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Arıcı, S. (2010). *Bedensel Engellilerin Turizm Sektöründen Beklentilerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Atak, V. (2008). *Marmaris'teki Otel İşletmelerinin Bedensel Engelli Turizmine Bakışı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Blichfeldt, B. S., Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: not easy but doable. *Current Issues in Tourism*, Volume: 14, Issue: 1, pp: 79-102.
- Buhalis, D., Darcy, S. (2010). *Aspects of Tourism : Accessible Tourism : Concepts and Issues*. Channel View Publications, Bristol, Great Britain.
- Burnett, J. J., Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel Related Behaviors of the Mobility Disabled Consumer. *Journal of Travel Research*, Vol: 40, No: 1, pp: 4-11.
- Cavinato, J., Cuckovich, M. (1992). Transportation and Tourism for the Disabled: An Assessment. *Transportation Journal*, Vol: 31, No: 3, pp: 46-53.
- Crawford, D., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, Volume: 9, Issue: 2, pp: 119-127.
- Çakmak, N. M. (2008). Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Engelli Tanımı Hakkında Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt 57, Sayı 2, s. 63-114.
- Çizel, B., Sönmez, N., Akıncı, Z. (2012). *Antalya'da Engelli Turizminin Gelişimi İçin Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma*. Yiğitler Grup Reklam, Matbaa Ankara.

- Daniels, M. J., Rodgers, E. D., Wiggins, B. P. (2005). "Travel Tales": an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities. *Tourism Management*, Volume: 26, Issue: 6, pp: 919-930.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, Volume: 31, Issue: 6, pp: 816-826.
- Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16 (1), 32-44.
- Eryılmaz, B. (2010). Turizmde Engelli Pazarının Değerlendirilmesi ve Bodrum Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- European Commission. (2004). *Improving information on accessible tourism for disabled people*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Karataş, K., Çifci, E. G., (2010). Türkiye’de Engelli Kadın Olmak: Deneyimler ve Çözüm Önerileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Woman Studies (Special Issue), Cilt: 3, Sayı: 13.
- Kolat, S. (2009). *Avrupa Birliği Sosyal Politikası Çerçevesinde Özürlülere Yönelik Ayrımcılıkla Mücadele ve Türkiye’deki Yansımaları*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, Ankara.
- Resmi Gazete. (2005). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, 21 Haziran 2005.
- Shaw, G., Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey. *Tourism Management*, Volume: 25, Issue: 3, pp: 397-403.
- Tozlu, E., Mercan, Ş. O., Atay, L. (2012). Çanakkale’nin Engelli Turizmine İlişkin Durumunun Belirlenmesine ve Planlanmasına Yönelik Bir Çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 1.
- TÜRSAB Ar-ge Bölümü. (2008). Dünyada ve Türkiye’de Engelsiz Turizm Pazarı.
- Ulutaşdemir, N. (2007). Engelli Çocukların Eğitimi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 5, s: 119-130.
- WHO. (2001). İşlevsellik, Yetiştirimi ve Sağlığın Uluslararası Sınıflandırması: ICF. (Çevirenler: Elif Kabakçı, Ahmet Göğüş), Bilge Matbaacılık, Ankara.
- Yau, M. K., McKercher, B., Packer, T. L. (2004). Travelling With a Disability More Than an Access Issue. *Annals of Tourism Research*, Volume: 31, No: 4, pp: 946-960.
- Yaylı, A., Öztürk, Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 1, s: 87-98.
- Zengin, B., Eryılmaz, B. (2013). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, Yıl: 6, Sayı: 11.

[http://www.ozida.gov.tr/arastirma/oztemelgosterge.htm/\[26.01.2010](http://www.ozida.gov.tr/arastirma/oztemelgosterge.htm/[26.01.2010) 14.08.2014

<http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html> 14.08.2014

ENGELLİ TURİZMİ VE BELEK'TEKİ OTEL YÖNETİCİLERİNİN ENGELLİ TURİZMİNE BAKIŞ AÇILARI

Gülay Özdemir YILMAZ

*Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gulay@balikesir.edu.tr*

Seda ŞAHİN

*Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ssen@balikesir.edu.tr*

Cevdet AVCIKURT

*Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
cevdet_avcikurt@yahoo.com*

ÖZET

Engelliler Dünya'daki turizm endüstrisi için giderek büyüyen önemli bir pazar konumundadır. Temel insan hakları ve çağdaş bir toplum olabilmenin gereği olarak engellilere seyahat hakkı ve imkanı tanınmalıdır. Engellilere seyahat hakkı ve imkanı tanınmasının temel koşulu ise engelliler için gerekli düzenlemelerin yapılması ve altyapının sağlanmasıdır. Bu konuda hükümetlere, yerel yönetimlere ve turizm sektörü yöneticilerine büyük görevler düşmektedir. Bu konuda elini taşına altına koyması gereken turizm sektörünün önemli aktörlerinden olan otel yöneticilerinin görüşleri de son derece önemlidir. Bu doğrultuda, çalışmanın amacı, otel yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açılarını ortaya koymaktır. Ayrıca, otel yöneticilerinin bağlı bulundukları işletmelerde engellilere yönelik donanımların belirlenmesi çalışmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır. İlgili yazın taraması yapıldıktan sonra Belek'te faaliyet gösteren otel yöneticileri basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlendikten sonra anket uygulanmıştır. Anketler 02 Mayıs-31 Temmuz 2014 tarihleri arasında yöneticiler ile yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. Elde edilen verilerin yüzde ve frekans dağılımları yapılmış ve yöneticilerin demografik özellikleri ile görüşleri arasında farklılık bulunup bulunmadığını belirlemek için t-testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda, yöneticilerin engelli pazarının farkında olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan diğer önemli bir bulgu ise yöneticilerin engelli turizmini önemli bir pazar olarak gördüğüdür.

Anahtar Kelimeler: *turizm, engelli turizm pazarı, otel, yönetici*

GİRİŞ

Dünya'da çok sayıda engelli bulunmakta ve engelli bireylerin sayıları her geçen gün artmaktadır. Dünya Engellilik Raporu'na göre; dünya nüfusunun yaklaşık % 15'inin bir tür engellilik yaşadığı tahmin edilmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2011). Dünya Bankası ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan bir araştırmaya göre ise bugün dünyada 1 milyar engelli bulunmaktadır (Şahin ve Erkal, 2013, s. 143). Türkiye'de de engelli olan nüfusun toplam nüfus içindeki oranı %12.29'dur (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014).

Engelli kişilerin hem evlerinde hem ev dışında yaşayabilecekleri problemlerin sayısı sınırsızdır. Bu engeller hareket kabiliyetlerini sınırlamakta ve yaşam kalitelerini düşürmekte böylelikle de sosyal ve psikolojik sorunlar yaşamalarına sebep olmaktadır.

Engelli kişilerin yaşadıkları sorunlar küresel insan haklarının bir konusu olarak ele alınmalıdır. Özellikle Türkiye’de engelli kişiler sosyal hayatlarında pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Bu sorunlar engelli kişilerin sosyal hayata entegre olamamalarına neden olmaktadır. Bu sosyal sorunu çözmek için engelli kişilerin evlerinin dışındaki sosyal hayata katılmaları teşvik edilmelidir. Turizm pek çok toplumda sosyal ve kültürel hayatın önemli bir parçasıdır, bu nedenle engelli kişiler turizm aktivitelerinden mahrum kalmamalıdır. Bu önemli aktiviteye katılım sadece engelli kişinin yaşamını zenginleştirmemekte aynı zamanda ülkelerin turizm potansiyelini ve gelirlerini de arttırmaktadır (Şahin ve Erkal, 2013, s. 143).

Engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılmalarına mani olan bireysel sınırlılıkların yanı sıra işletmelerde engellilere yönelik düzenlemelerin eksikliğinden kaynaklanan pek çok engel bulunmaktadır. Gerekli düzenlemeler yapılırsa ve geçmişe oranla günümüzde birçok engelli seyahate çıksa da dünyada engelliler ile özel hizmet ve donanım gerektiren müşterilere yönelik konaklama imkanlarının halen oldukça sınırlı olduğu söylenebilir (Artar ve Karabacakoglu, 2003, s.2). Türkiye’de de otellerdeki mimari engeller, yönetenlerin ve çalışanların eğitimsiz oluşunun doğurduğu engeller gibi kendilerinden kaynaklanmayan birçok nedenden dolayı maddi imkanı olmasına rağmen milyonlarca engelli tatil olanaklarından yararlanamamaktadır (Engelsiz Hayat Merkezi, 2014).

Engelli kişiler turizm endüstrisi için önemli bir niş pazardır. Bu pazar yavaş yavaş büyümektedir ve turizm endüstrisinin geneli için oldukça önemli ekonomik bir faktördür (Bizjak, Knez’evic’ ve Cvetrez’nik, 2011, s. 854). Ancak, bu konu ile ilgili araştırma ve çalışmaların sayısı sınırlıdır (Lazarus ve Kaufman, 1988; Murray ve Sproats 1990; Kohl ve Greenlaw, 1992; Woods ve Kavanaugh, 1992; Erdoğan, 1994; Ray ve Ryder, 2003; Yörük, 2003; Arıcı, 2010; Yaylı ve Öztürk, 2006; Şahin ve Erkal, 2013). Engelli pazarının tüm dünyadaki turizm endüstrisi için gittikçe büyüyen önemli bir pazar olduğu (Öztürk ve diğerleri, 2008, s. 382) göz önüne alındığında bu konu ile ilgili çalışmaların oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Çalışmanın amacı, otel yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açılarını ortaya koymaktır. Ayrıca, otel yöneticilerinin bağlı bulundukları işletmelerde engellilere yönelik donanımların belirlenmesi çalışmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Engellilik konusunda değişik kaynaklarda çoğunlukla da aynı anlama gelecek şekilde farklı kavramlar kullanılmaktadır. Bunlar arasında en sık rastlanılanları ise “bozukluk”, “engelli”, “özürlü” ve “sakat” kavramlarıdır. Bu kavramlar üzerinde henüz bir anlaşma sağlanamamıştır ve tek bir anlam için farklı durumlarda farklı kavramlar kullanılmaktadır (Öztürk, 2009, s. 17). Engelli kavramı, yürüme, konuşma, kendine bakabilme veya çalışmamak gibi ana yaşam aktivitelerini yerine getiremeyecek fiziksel ya da zihinsel sakatlığı olan kişiyi ifade etmektedir (Huh ve Singh, 2007, s. 4). Engellilik bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerinden belirli bir oranda, sürekli olarak fonksiyon ve görüntü

kaybına neden olan organ yokluğu veya bozukluğu sonucu kişinin normal yaşam gereklerine uyamama durumudur (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 53). Normal gündelik aktivitelerini olumsuz etkileyen, önemli ve uzun dönemli fiziksel veya zihinsel sakatlığı bulunan kişilere engelli denir (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008, s. 382).

Engellilik sınıflandırması, oluşumlarına ve engellilik kaynağına bağlı olarak; sonradan engellilik ve doğuştan engellilik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kişilerin fiziksel engelleri; hareket edemeden başlayıp, bir hareketi yeterli zamanda yapamamaya kadar farklı ölçülerde derecelenmektedir. Öte yandan, fiziksel engelliler için ikinci bir gruplama daha yapmak gerekirse, diyabetik kişileri ve duyma problemleri olanları da bu grupta ele almak gerekir (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 24).

McKercher, Packer, Yau ve Lam (2003) tarafından engellilerin turizme katılımına engel olan faktörler “bireysel” ve “dış kaynaklı” engeller olarak ikiye ayrılmıştır. Bunlar tablo 1’de özetlenmiştir. Bireysel kaynaklı engeller, turizme katılmadan önce engelli kişinin aşması gereken ilk engelleri ifade etmektedir. Bunlar bireyin en fazla kontrol edebileceği engellerdir. Bu engelleri aştıktan sonra bireyin aşması gereken, seyahatine engel olan, seçenekleri sınırlayan veya memnuniyeti azaltan dış kaynaklı bir takım engeller bulunmaktadır.

Tablo 1. Engelli Bireylerin Turizm Faaliyetlerine Katılımına Engel Olan Faktörler

Bireysel kaynaklı engeller		Dış kaynaklı engeller	
Bireye özgü engeller	Ekonomik engeller	Çevresel engeller	İnteraktif engeller
Bilgi eksikliği	Satın alabilirlik	Konaklama imkânlarına erişim	Yeteneksel zorluklar ve yetersizlikler
Sosyal engeller	Gelir eşitsizliği	Patikalar, tepeler gibi ekolojik engeller	İletişim zorlukları
Sağlık ile ilgili engeller	Seyahat işletmelerine olan ihtiyaç	Ulaşım imkanları	Katılım için cesaret eksikliği
Fiziksel veya psikolojik engeller	Özel olanaklar	Kanun ve uygulamalar	Seyahat ve konaklama işletmeleri personelinin tutumu
		Güvenlik	Bilgilerin doğruluğu ve ulaşılabilirliği

Kaynak: McKercher ve diğerleri, 2003, s. 467

Yenişehirlioğlu ve Türkay (2013) tarafından yapılmış olan araştırmada; konaklama işletmelerinin engelli bireylere mimari olarak kısmen uygunluk gösterdiği ancak bu uygunluğun engelli bireylerin rahatlıkla hareket edebileceği bir seviyede olmadığı belirlenmiştir. Zengin ve Eryılmaz (2013); otel yöneticilerinin bu pazarın öneminin farkında olmadıklarını, turistik işletmelerin engellilerle ilgili yasal mevzuata genelde uyduklarını ancak konu ile ilgili yasal mevzuatın gelişmiş ülkelere göre yetersiz olduğunu tespit etmişlerdir. Atak (2008) ise, Marmaris’teki otellerin tamamına yakınının engellilere

bir kez de olsa hizmet verdiğini fakat yarıdan fazlasında engellilere ayrılan bir odanın bulunmadığını ortaya koymuştur.

Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını teşvik etmek amacıyla yapılan yasal düzenlemelerin son yıllarda arttığı görülmektedir. Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını kolaylaştırmak öncelikle hükümetlerin sorumluluğu altındadır (Poria, Reichel ve Brandt, 2011, s. 574). Avrupa Birliği (AB), engelli bireyler için turizm alanında da fırsat eşitliği yaratmak ve bu kişilerin topluma entegrasyon sürecini hızlandırmak için başlıca özür tiplerine göre turizm işletmelerinin gerek personel ve gerekse teknik düzenlemeleri nasıl yapması gerektiğine ilişkin bir el kitabı yayınlamıştır (Çiçek ve Özgen, 2001, s. 146). Birleşmiş Milletler (BM) Engelli Hakları Sözleşmesi'yle birlikte, hakları dile getirilen engelliler için tüm dünyada 'Engelsiz Turizm' düşüncesi giderek yaygınlaşmaktadır (Pehlivanoglu, 2012, s. 27). Etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin yavaş yavaş etkisini göstermeye başlamasıyla birlikte eskisine oranla engelliler çok daha mobil hale gelmiş, çeşitli ekonomik ve sosyal olanaklara kavuşmuş, daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır (TÜRSAB, 2008). Türkiye'de yaşayan veya ülkemize gelen engelli bireylerin turizm hareketi içerisinde yaşam standartlarını iyileştirmek amacıyla 1991 yılından itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012). Bu düzenlemelerin ve uygulamaların yetersiz olduğu görülmekle birlikte duyarlı bazı yerel yönetimlerin gayretiyle özellikle ulaştırma boyutunda çeşitli düzenlemeler gerçekleştirilmektedir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261).

Turistik olanaklar ve destinasyonlardaki engeller dikkatli karar verme ve düşük maliyetle kolayca giderilebilir (AB Komisyonu, 2004, s. 6). Bu konudaki en önemli nokta belirlenen düzenlemelerin konaklama işletmelerinin inşaat aşamasında planlaması ve yerine getirilmesidir. Aksi taktirde inşası tamamlanan tesisin içerisinde bu düzenlemelere gidilmesi hem zaman alıcı hem de maliyetli olacaktır.

METODOLOJİ

Engelli kişiler turizm endüstrisi için önemli bir pazardır. Bu pazar her geçen gün büyümektedir ve turizm endüstrisinin geneli için oldukça önemli ekonomik bir faktördür. Engellilerin rahatça seyahat edebilmesi için özel hizmet ve donanım ihtiyaçları vardır. Engellilerin özellikle konaklama esnasında yaşadıkları sorunları ve eksiklikleri yakından gözlemleyebilme olanağına sahip oldukları için, ayrıca otelin bu konudaki hizmet ve donanımları hakkında ayrıntılı bilgi sahibi oldukları için araştırma konusu olarak yöneticilerin görüşleri belirlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, otel yöneticilerinin engelli turizmüne bakış açılarını belirlenmeye çalışılmıştır. Engelliler ve turizme katılımı ile ilgili çalışmaların sınırlı olması nedeniyle yapılan bu çalışmanın ilgili yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca yapılan bu çalışma otel yöneticileri için olduğu gibi turizm pastasından pay alan tüm paydaşlar için de, engelli turizm pazarından daha fazla pay alabilmelerini sağlamak amacıyla yapılması gereken düzenlemeler hakkında yol gösterebilir.

Araştırma, otel yöneticilerinin engelli turizmine yönelik görüşlerini belirlemeyi amaçladığından tarama modelindedir. Tarama modelleri var olan durumu ortaya koymaya yaramaktadır (Balcı, 2006). Ayrıca araştırmada yöneticilerin görüşlerinin, yaş, cinsiyet gibi demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ilişkisel tarama modelinden de yararlanılmıştır. Keşifsel araştırma olanları ortaya çıkarmayı amaçladığından (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007, s. 60) bu araştırmada tercih edilmiştir.

Engelliler ve engellilerin turizme katılımı ile ilgili yazın taraması yapıldıktan sonra Belek bölgesinde faaliyet gösteren otel yöneticilerinin engelli turizmine ilişkin görüşlerini belirlemeye yönelik olarak hazırlanan anket aracılığıyla veriler toplanmış ve bulgular değerlendirilmiştir. Ölçeğin oluşturulmasında temel olarak Yaylı ve Öztürk'ün (2006) çalışmasından yararlanılmıştır. Bunun dışında Zengin ve Eryılmaz'ın (2013) çalışmalarından yararlanılarak çalışmanın amacına uygun sorular yapılandırılarak hedef kitleye uygulanmıştır. Genel geçer kabul görmüş bir ölçek kullanıldığı için, ayrıca zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle araştırmada ön-test uygulanmamıştır.

Belek'te faaliyet gösteren otel yöneticileri basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlendikten sonra anket uygulanmıştır. Bu kapsamda Belek'te faaliyet gösteren 57 konaklama işletmesine anket uygulanmaya çalışılmış ancak 52'sinden geri dönüş alınabilmiştir. Anketler 02 Mayıs-31 Temmuz 2014 tarihleri arasında uygulanmıştır. Yöneticiler ile yüz yüze görüşülerek anket uygulanmıştır. Uygulamadan önce ankete katılan yöneticilere anket ve çalışmanın amacı ile ilgili gerekli bilgiler verilmiş ve anketlerin sağlıklı bir şekilde uygulanması hedeflenmiştir. Elde edilen verilerin yüzde ve frekans dağılımları yapılmış ve yöneticilerin demografik özellikleri ile görüşleri arasında farklılık bulunup bulunmadığını belirlemek için t-testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır.

Bu araştırmanın kuramsal çerçevesi ulaşılabilen kaynaklar ile, ampirik uygulaması ise ankete katılan yöneticiler ile sınırlıdır. Aynı zamanda bu araştırma, evrenin oldukça geniş bir alana yayılması, ulaşılabilirlik, zaman ve maliyetler nedeniyle Belek bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otellerde ve tatil köylerinde çalışan yöneticiler ile sınırlı tutulmuştur.

Araştırma, Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden biri olarak kabul edilen Antalya'da gerçekleştirilmiştir. 2013 yılı verilerine göre Antalya'nın 11 535 762 ziyaretçi sayısına (Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2014a) sahip olmasının yanı sıra 921 gibi oldukça yüksek tesis sayısına (Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2014b) sahip olması nedeniyle araştırma bölgesi olarak Antalya ili tercih edilmiştir. Uygulama bölgesi olarak Antalya iline bağlı Belek'te 5 yıldızlı otel işletmeleri ve tatil köyleri tercih edilmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde Belek'te 48 tane 5 yıldızlı otel ve 9 tane tatil köyü faaliyet göstermektedir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014c). Toplam 57 işletmeden 52 tanesine ulaşılmıştır. Evren büyüklüğüne karşılık örneklem büyüklüğü tablosuna göre evren büyüklüğü 60 ise, 52 örneklem sayısının yeterli olacağı ifade edilmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s. 137). Araştırma kapsamına

turizm işletme belgeli 5 yıldızlı oteller ve tatil köylerinin alınma sebebi; engellilere yönelik yatırımın belirli bir maliyet getirmesi ve bu maliyetleri de ancak bu tesislerin karşılayabilmesidir. Turizm Tesisleri Yönetmeliğinde kapasitesi 80 oda ve üzerindeki tesislerde 80 odaya kadar en az 1 oda olmak üzere tesis kapasitesinin % 1'i oranındaki odalarda engelliler için düzenleme istenmiş olması ve ayrıca "T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Oteller İçin Sınıflandırma Formu"nda bu düzenlemelere yer vermesidir (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s.57). Ayrıca bu işletmelerin; uluslararası standartlarda hizmet veren işletmeler olmalarının yanı sıra, oturmuş bir örgüt yapısına ve profesyonel yönetici ve yönetim kadrolarına sahip oldukları düşüncesidir. Bu hususlar araştırma sonuçlarının sağlam bir temele oturtulması konusunda önem taşımaktadır.

BULGULAR

Araştırmada, öncelikle işletmelere ve yöneticilere ait bilgilere yer almaktadır. Daha sonra araştırmaya katılan yöneticilerin görüşlerine ilişkin bulguların tablolaştırılmasında frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine yer verilmiştir. Ayrıca verilerin analizinde, değişkenler arası ilişkileri ve farklılıkları belirlemek amacıyla, t-testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

Tablo 2. İşletmeler Hakkında Bilgiler

İşletmelerin Sınıfı	Frekans (f)	Yüzde (%)
Beş Yıldız	47	90,4
Tatil Köyü	5	9,6
Engellilere Hizmet Verme Durumu		
Evet	52	100
Hayır	---	---
Tesiste Konaklayan Engelli Kişi Sayısı		
1-50 kişi arası	29	55,8
51-100 kişi arası	6	11,5
101 ve üzeri	7	13,5
Bilinmiyor	10	19,2

Otel yöneticilerinin görev yaptıkları işletmelerden 47 tanesi (%90,4) beş yıldızlı otel, 5 tanesi ise (%9,6) tatil köyüdür. Otel yöneticilerinin görev yaptıkları konaklama işletmelerinin tümü engelli müşterilere hizmet vermiştir. 29 işletmede (% 55,8) "1-50 kişi arası", 6 işletmede (%11,5) "51-100 kişi arası", 7 işletmede (%13,5) "101 ve üzeri" engelli konaklamıştır. 10 işletme ise (%19,2) konaklayan engelli sayısını bilmediğini ifade etmiştir.

Tablo 3. İşletmelerin Engelli Müşteri Tiplerine Göre Hizmet Verme Durumu

Hizmet Türleri	Evet	%	Hayır	%
Yürüme Problemi olanlara	48	92,3	4	7,7
Tekerlekli Sandalye kullananlara	52	100	-----	-----
Görme Engellilere	23	44,2	29	55,8
Duyuma ve Konuşma Engellilere	25	48,1	27	51,9
Zihinsel Engellilere	27	51,9	25	48,1
Astım ve Alerjik Problemleri olanlara	30	57,7	22	42,3

İşletmelerin engelli müşteri tiplerine göre hizmet verme durumu bakıldığında 52 işletmeden tamamı tekerlekli sandalye kullanan engelli misafirleri ağırlamıştır. 48 tanesi (%92,3) yürüme problemi olanları, 30 tanesi (%57,7) astım ve alerjik problemi olanları, 27 tanesi (%51,9) zihinsel engellileri, 25 tanesi (%48,1) duyma ve konuşma engellileri, 23 tanesi (44,2) görme engelli misafirleri ağırlamıştır. Tablo 3'e bakıldığında en fazla bedensel engelli misafirlerin ağırlandığı görülmektedir. En az ise görme engelli misafirlerin ağırlandığı (%55,8) belirlenmiştir. Bu durumun bedensel engelli müşterilerin diğer engelliler içinde payının nispi olarak fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 96).

Tablo 4. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)
Bay	30	57,7
Bayan	22	42,3
Yaş		
19-30 yaş	12	23,1
31-50 yaş	36	69,2
51 yaş ve üstü	4	7,7
Eğitim		
Lise	10	19,2
Önlisans	11	21,2
Lisans	25	48,1
Lisansüstü	6	11,5
Sektörde Çalışma Süresi		
1 yıldan az	-	-
1-5 yıl	11	21,2
6-10 yıl	13	25
11 yıl ve üzeri	28	53,8
İşletmede Çalışma Süresi		
1 yıldan az	5	9,6
1-5 yıl	32	61,5
6-10 yıl	8	15,4
11 yıl ve üzeri	6	11,5
Cevap vermeyen	1	1,9
İşletmedeki Konum		
Genel Müdür	1	1,9
Önbüro Müdürü	18	34,6
Kat Hizmetleri Müdürü	9	17,3
Satış ve Paz. Müdürü	9	17,3
Diğer (Halkla İlişkiler, Yönetici Asistanı, Genel Koordinatör)	15	28,8

Yöneticilerin 30 kişi (%57,7) bay, 22 kişi (%42,3) ise bayandır. Yöneticilerden 36'sı (%69,2) 31-50 yaş grubu aralığındadır. 12 kişi (%23,1) 19-30 yaş grubu aralığında, 4 kişi (%7,7) ise 51 ve üstü yaş grubu aralığındadır. %48,1'i lisans, %21,2'si önlisans, %19,2'si lise ve %11,5'i lisansüstü mezunudur. Yöneticilerin sektörde çalışma sürelerine baktığımızda %53,8'i 11 yıl ve üzeri, %25'i 6-10 yıl, %21,2'si 1-5 yıl aralığındadır.

Yöneticilerden, %61,5'i 1-5 yıl, %15,4'ü 6-10 yıl, %11,5'i 11 yıl ve üzeri, %9,6'sı ise 1 yıldan az bulundukları işletmede görev yapmaktadır. Yöneticilerin işletmedeki konumu; %34,6'sı Önbüro Müdürü, %28,8'i Halkla İlişkiler Müdürü, Yönetici Asistanı, Genel Koordinatör, %17,3'ü Kat Hizmetleri Müdürü, % 17,3'ü Satış Pazarlama Müdürü, %1,9'u Genel Müdür şeklinde dağılım göstermektedir.

Tablo 5. İşletmelerin Engelli Müşterilere Uygunluk Durumu

İşletmenin Sunduğu İmkanlar	Uygun (f)	%	Uygun Değil (f)	%	Kısmen Uygun(f)	%
Park Alanları	50	96,2	2	3,8	--	--
İşletmenin girişi	49	94,2	3	5,8	--	--
Resepsiyon	44	84,6	8	15,4	--	--
Asansörler	44	84,6	8	14,4	--	--
Merdivenler	33	63,5	18	34,6	1	1,9
Odalar	51	98,1	1	1,9	--	--
Banyolar	50	96,2	1	1,9	1	1,9
Tuvaletler	52	100	--	--	--	--
Restoranlar	44	84,6	8	15,4	--	--
Yüzme Havuzu	22	42,3	30	57,7	--	--
Bar-disko	37	71,2	15	28,8	--	--
Sauna	36	69,2	16	30,8	--	--
Güneşlenme Yerleri	48	92,3	4	7,7	--	--

İşletmelerde yer alan ünitelerin engelli müşteriler için uygunluk durumuna bakıldığında; engelli müşteriler açısından otellerin en uygun ünitelerinin tuvaletler, odalar, banyolar, güneşlenme yerleri, park alanları ve işletmenin girişi olduğu görülmektedir. Engelli müşteriler için uygunluk oranı düşük olan üniteler ise; yüzme havuzu, merdivenlerdir. Ankete cevap veren yöneticiler, sauna ünitesinin özellikle astım hastaları için uygun olmadığını belirtmişlerdir. Genel olarak tabloya bakıldığında ise; işletmelerin, engelli misafirlerin rahat hareket edebileceği ünitelere sahip olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 6. Yöneticilerinin Türkiye'deki Bedensel Engellilerin Seyahate Katılmaları Konusundaki Görüşleri

Görüşler katılım	(1)* %	(2) %	(3) %	(4) %	(5) %	$\bar{X}$	s.s.
1.Bölgenin ulaşım alt yapısı bedensel engelliler için uygun değildir.	15,4	15,4	25	25	19,2	3,17	1,33
2.Çevresel düzenlemeler bedensel engellilere uygun değildir.	7,7	26,9	21,2	25	19,2	3,21	1,25
3.Otel yöneticileri bedensel engelli pazarının farkında değildirler.	21,2	30,8	21,2	15,4	11,5	2,65	1,29
4.Bedensel engelli pazarı yeterince para kazandırmamaktadır.	21,2	26,9	23,1	25	3,8	2,63	1,18
5.Bedensel engelliler için özel tasarlanmış oteller inşa edilmelidir.	7,7	13,5	21,2	30,8	26,9	3,55	1,24
6.Otellerin mimari yapıları bedensel engelliler için uygun değildir.	5,8	34,6	40,4	15,4	3,8	2,76	0,92

7.Turizm işletmelerinde çalışan personelin bedensel engellilere hizmet vermedeki bilgi düzeyleri yetersizdir.	17,3	17,3	23,1	38,5	3,8	2,94	1,19
8.Bedensel engellilerin faydalanmasına uygun olmayan turizm işletmeleri, yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir.	3,8	5,8	5,8	34,6	50	4,21	1,05
9.Bedensel engellilerin turizm faaliyetlerine katılımı, devletin sosyal olmasının gereğidir.	3,8	7,7	17,3	25	46,2	4,01	1,14
10.Bu alandaki dernekler etkin çalışmaktadır.	23,1	34,6	19,2	21,2	1,9	2,44	1,12
11.Yerel yönetimler (belediyeler vb.) üzerlerine düşeni yapmaktadır.	23,1	32,7	17,3	21,2	5,8	2,53	1,22

(*) 1=Kesinlikle Katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Kısmen Katılmıyorum Kısmen Katılıyorum

4=Katılıyorum 5=Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmaya katılan yöneticilerin %50'si "Bölgenin ulaşım alt yapısı bedensel engelliler için uygun değildir" şeklindeki önermeye kısmen katılmıyorum kısmen katılıyorum yönünde ve katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %26,9'u "Çevresel düzenlemeler bedensel engellilere uygun değildir" şeklindeki önermeye katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %30,8'i "Otel yöneticileri bedensel engelli pazarının farkında değildirler" şeklindeki önermeye katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %26,9'u "Bedensel engelli pazarı yeterince para kazandırmamaktadır" şeklindeki önermeye katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %30,8'i "Bedensel engelliler için özel tasarlanmış oteller inşa edilmelidir" şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %40,4'ü "Otellerin mimari yapıları bedensel engelliler için uygun değildir" şeklindeki önermeye kısmen katılıyorum kısmen katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %38,5'i "Turizm işletmelerinde çalışan personelin bedensel engellilere hizmet vermedeki bilgi düzeyleri yetersizdir" şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %50'si "Bedensel engellilerin faydalanmasına uygun olmayan turizm işletmeleri, yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir" şeklindeki önermeye kesinlikle katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %46,2'si "Bedensel engellilerin turizm faaliyetlerine katılımı, devletin sosyal olmasının gereğidir" şeklindeki önermeye kesinlikle katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %34,6'sı "Bu alandaki dernekler etkin çalışmaktadır" şeklindeki önermeye katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %32,7'si "Yerel yönetimler (belediyeler vb.) üzerlerine düşeni yapmaktadır" şeklindeki önermeye katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir.

Tablo 6 genel olarak değerlendirildiğinde en yüksek ortalamanın 4.21 ile "Bedensel engellilerin faydalanmasına uygun olmayan turizm işletmeleri, yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir" şeklideki 8. önermede gerçekleştiği görülmektedir. "Bedensel engellilerin turizm faaliyetlerine katılımı, devletin sosyal olmasının gereğidir" ($\bar{X}$ =4,01) şeklindeki 9. önerme, "Bedensel engelliler için özel tasarlanmış oteller inşa edilmelidir" ($\bar{X}$ =3,55) şeklindeki 5. önerme ölçeğin en yüksek ortalamalarına sahip diğer önermelerdir. Bu bulgudan hareketle yöneticilerin ağırlıklı olarak, engelliler için yasal düzenlemelerin

yapılması gerektiğini ve bunu sosyal devlet olmanın bir gereği olduğu görüşünde yoğunlaştığı söylenebilir.

“Bu alandaki dernekler etkin çalışmaktadır” ($\bar{X}=2,44$) şeklindeki 10. önerme ve “Yerel yönetimler (belediyeler vb.) üzerlerine düşeni yapmaktadır” ($\bar{X}=2,53$) şeklindeki 11. önerme ölçeğin en düşük ortalamalarına sahip önermelerdir. Bu bulgudan hareketle yöneticilerin ağırlıklı olarak, derneklerin ve yerel yönetimlerin bu alanda etkin çalışmadığı görüşünde yoğunlaştığı söylenebilir.

Tablo 7. Yöneticilerinin Bedensel Engellilerin Turizme Katılımlarını Arttırmak İçin Yapılması Gerekenler Konusundaki Görüşleri

Görüşler	(1)*	(2)	(3)	(4)	(5)	$\bar{X}$	s.s.
	%	%	%	%	%		
1.Bedensel engellilerin turizme katılımlarının sağlanması için herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur.	28,8	50,0	5,8	9,6	5,8	2,13	1,12
2.Bedensel engelliye hizmet vermek oldukça yüksek maliyet gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazardır.	34,6	19,2	21,2	19,2	5,8	2,42	1,30
3.Devlet bedensel engellilerin seyahate katılmaları konusunda özendirici tedbirler almalıdır.	1,9	3,8	1,9	48,1	44,2	4,28	,84
4.Turizm işletmelerinde bedensel engelliler için kullanılan işaretlemeler yetersizdir.	5,8	9,6	40,4	28,8	15,4	3,38	1,05
5.Turizm işletmelerinde bedensel engelliler için kullanılan işaretlemeler zorunlu hale getirilmelidir.	1,9	1,9	3,8	51,9	40,4	4,26	,79
6.Turizm işletmelerinin kendilerini bedensel engellilere tanıtmada yeterli dokümanları yoktur.	3,8	7,7	23,1	46,2	19,2	3,69	1,00
7.Türk halkı bedensel engelliler ve seyahatleri konusunda eğitilmelidir.	3,8	3,8	5,8	42,3	44,2	4,19	,99
8.Bedensel engelliler için ayrı oteller inşa edilmelidir.	7,7	17,3	34,6	15,4	25,0	3,32	1,24
9.Mevcut otellerin fiziki düzenlemesi bedensel engellilere hizmet verecek şekilde yeniden yapılandırılmalıdır.	3,8	9,6	15,4	42,3	28,8	3,82	1,07
10.Hizmet personeli özel eğitimden geçirilmelidir.	1,9	-	-	53,8	44,2	4,38	,69
11.Bedensel engelliler ve seyahatleri konusunda yasal düzenlemeye öncelik verilmelidir.	3,8	-	5,8	46,2	44,2	4,26	,88
12.Tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir.	3,8	3,8	3,8	50,0	38,5	4,15	,95
13.Kültür ve Turizm Bakanlığı uluslararası ilgili kamu kurum ve sivil toplum kuruluşları ile iş birliği sağlamalıdır.	1,9	3,8	5,8	42,3	46,2	4,26	,88
14.Engelli turizmine uygun hizmet veren işletmeler Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmelidir.	1,9	-	5,8	42,3	50,0	4,38	,77
15.Devlet tarafından engelli turizminin geliştirilmesi için yöredeki turizm işletmelerine yönelik aktif ve pasif (KDV muafiyeti, uzun vadeli düşük faizli krediler sunulması gibi) teşvikler sağlanmalıdır.	3,8	1,9	7,7	42,3	44,2	4,21	,95
16.Engellilerin turizm işletmelerine ulaşımını sağlayacak özel ulaşım ve konaklama imkânları planlanmalıdır.	5,8	-	11,5	42,3	40,4	4,11	1,02

17.Engelli dostu turizm işletmelerini özendirecek yasal düzenlemeler yapılmalıdır.	1,9	-	9,6	38,5	50,0	4,34	,81
18.Turistik yerlerin altyapısı ve üstyapı tesisleri uluslararası engelli standartlarına göre uygun hale getirilmelidir.	1,9	1,9	5,8	46,2	44,2	4,28	,82
19.Türkiye’de Engelli Turizminin gelişme potansiyeli vardır.	5,8	5,8	23,1	46,2	19,2	3,67	1,04

(*) 1=Kesinlikle Katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Kısmen Katılmıyorum Kısmen Katılıyorum 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmaya katılan yöneticilerin %50’si “Bedensel engellilerin turizme katılımlarının sağlanması için herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur” şeklindeki önermeye katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %34,6’sı “Bedensel engelliye hizmet vermek oldukça yüksek maliyet gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazardır” şeklindeki önermeye kesinlikle katılmıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %48,1’i “Devlet bedensel engellilerin seyahate katılmaları konusunda özendirici tedbirler almalıdır” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %40,4’ü “Turizm işletmelerinde bedensel engelliler için kullanılan işaretlemeler yetersizdir” şeklindeki önermeye kısmen katılmıyorum kısmen katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %51,9’u “Turizm işletmelerinde bedensel engelliler için kullanılan işaretlemeler zorunlu hale getirilmelidir” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %46,2’si “Turizm işletmelerinin kendilerini bedensel engellilere tanıtmada yeterli dokümanları yoktur” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %44,2’si “Türk halkı bedensel engelliler ve seyahatleri konusunda eğitilmelidir” şeklindeki önermeye kesinlikle katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %34,6’sı “Bedensel engelliler için ayrı oteller inşa edilmelidir” şeklindeki önermeye kısmen katılmıyorum kısmen katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %42,3’ü “Mevcut otellerin fiziki düzenlemesi bedensel engellilere hizmet verecek şekilde yeniden yapılandırılmalıdır” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %53,8’i “Hizmet personeli özel eğitimden geçirilmelidir” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %46,2’si “Bedensel engelliler ve seyahatleri konusunda yasal düzenlemeye öncelik verilmelidir” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %50’si “Tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %46,2’si “Kültür ve Turizm Bakanlığı uluslararası ilgili kamu kurum ve sivil toplum kuruluşları ile iş birliği sağlamalıdır” şeklindeki önermeye kesinlikle katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %50’si “Engelli turizmine uygun hizmet veren işletmeler Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmelidir” şeklindeki önermeye kesinlikle katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %44,2’si “Devlet tarafından engelli turizminin geliştirilmesi için yöredeki turizm işletmelerine yönelik aktif ve pasif (KDV muafiyeti, uzun vadeli düşük faizli krediler sunulması gibi) teşvikler sağlanmalıdır” şeklindeki önermeye kesinlikle katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %42,3’ü “Engellilerin turizm işletmelerine ulaşımını sağlayacak özel ulaşım ve konaklama imkânları planlanmalıdır” şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş

bildirmiştir. Yöneticilerin %50'si "Engelli dostu turizm işletmelerini özendirecek yasal düzenlemeler yapılmalıdır" şeklindeki önermeye kesinlikle katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %46,2'si "Turistik yerlerin altyapısı ve üstyapı tesisleri uluslararası engelli standartlarına göre uygun hale getirilmelidir" şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir. Yöneticilerin %46,2'si "Türkiye'de Engelli Turizminin gelişme potansiyeli vardır" şeklindeki önermeye katılıyorum yönünde görüş bildirmiştir.

Tablo 7 genel olarak değerlendirildiğinde en yüksek ortalamanın 4.38 ile "Hizmet personeli özel eğitimden geçirilmelidir" şeklindeki 10. önermede ve "Engelli turizmine uygun hizmet veren işletmeler Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmelidir" şeklindeki 14. önermede gerçekleştiği görülmektedir. "Engelli dostu turizm işletmelerini özendirecek yasal düzenlemeler yapılmalıdır" ($\bar{X}=4,34$) şeklindeki 17. önerme ölçeğin en yüksek ortalamasına sahip diğer önermedir. Bu bulgudan hareketle yöneticilerin, engellilere hizmet verecek personelin buna yönelik eğitim alması gerektiği görüşünde birleştiği söylenebilir. Ayrıca engelli turizmine yönelik hizmet veren işletmeler ile ilgili yasal düzenlemeler yapılması gerektiği ve bunların Bakanlık tarafından belgelendirilmesi gerektiğini düşündükleri söylenebilir.

"Bedensel engellilerin turizme katılımlarının sağlanması için herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur" ($\bar{X}=2,13$) şeklindeki 1. önerme ve "Bedensel engelliye hizmet vermek oldukça yüksek maliyet gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazardır" ($\bar{X}=2,42$) şeklindeki 2. önerme ölçeğin en düşük ortalamalarına sahip önermelerdir. Bu bulgudan hareketle yöneticilerin ağırlıklı olarak, engellilerin turizme katılımlarının sağlanması için bir takım düzenlemeler yapılması gerektiğini ve bu pazarın göz ardı edilmemesi gereken bir pazar olduğu görüşünde yoğunlaştığı söylenebilir.

Ayrıca araştırmada yöneticilerin yaş, eğitim durumu, sektörde çalışma süresi, işletmede çalışma süresi, işletmedeki konumları gibi özellikleri ile yöneticilerinin Türkiye'deki bedensel engellilerin seyahate katılımları konusundaki görüşleri ve bedensel engellilerin turizme katılımlarını arttırmak için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerine ilişkin anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır; ancak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yöneticilerin cinsiyetleri ile yöneticilerinin Türkiye'deki bedensel engellilerin seyahate katılımları konusundaki görüşleri ve bedensel engellilerin turizme katılımlarını arttırmak için yapılması gerekenler konusundaki görüşlerine ilişkin anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirleyebilmek için t-testi yapılmıştır; ancak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

SONUÇ

Turizm artık herkes için gerekli bir ihtiyaçtır ve tüm insanların hakkıdır. Her ne kadar günümüzde turizm faaliyetlerine katılan engelli bireylerin sayısı artmaya başlasa da önemli bir oranı birçok sebepten dolayı turizme katılmamaktadır. Dünya'da ve Türkiye'de engelli nüfusunun giderek arttığı dikkate alındığında engelli pazarı turizm açısından önemli bir

pazardır ve üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Turizm sektörünün bileşenlerini oluşturan tüm kesimlerin engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımına engel olan sorunların ortadan kaldırılması için, yani “engelsiz turizm” için üzerine düşen görevleri yerine getirmesi gerekmektedir. Bu sorumluluk makro açıdan hükümetlere, mikro açıdan ise işletmelere aittir. Tüm kesimlerin ortak amaç olan; engelliler için turizm konusunda birbirlerini destekleyen ve tamamlayan bir şekilde hareket etmeleri gerekmektedir. “Engelsiz turizm” sayesinde engelli bireyler turizm faaliyetlerine eşit katılım hakkına kavuşmuş olacaklardır.

Son yıllarda araştırmacılar tarafından engelli turizm pazarına yönelik yapılan çalışmaların arttığı görülmektedir. Bu çalışmaların çoğu engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılım engelleri üzerinedir. Yapılan çalışmanın amacı da; otel yöneticilerinin engelli turizm pazarına bakış açılarını ortaya koyabilmektir.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre, işletmelerin tamamı engelli müşterilere hizmet vermişlerdir. İşletmeler hemen hemen her gruptaki engellilere hizmet vermiş iseler de, bedensel engellimüşterileri daha fazla ağırlamışlardır. Bu durumun bedensel engellilerindiger engelliler içinde payının nispi olarak fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Yaylı ve Öztürk’ün (2006) yaptığı çalışma bunu destekler niteliktedir. Otellerin tuvalet, banyo ve odalar gibi hizmet birimlerinin merdiven ve yüzme havuzu gibi hizmet birimlerine göre engelliler için daha uygun niteliktedir.

Araştırmaya katılan otel yöneticilerinin engelli turizmine yönelik görüşlerinden bazılarını şu şekilde özetlemek mümkündür; engelliler için yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Bu sosyal devlet olmanın bir gereğidir. Engelli turizmine yönelik hizmet veren işletmeler ile ilgili de yasal düzenlemeler yapılmalı ve bunların Bakanlık tarafından belgelendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca derneklerin ve yerel yönetimlerin bu alanda daha etkin çalışmaları sağlanmalıdır. Turizmdeki engellerin kaldırılıp engellilerin turizme daha fazla katılımlarını teşvik etmek amacıyla yerel halkın yanı sıra engellilere hizmet veren turizm çalışanlarının da buna yönelik eğitim almaları gerekmektedir.

Sonuç olarak, yöneticiler engelli pazarının öneminin farkındadırlar ve bunun göz ardı edilmemesi gereken bir pazar olduğunu düşünmektedirler. Yöneticilerin engelli turizm pazarının ve öneminin farkında olmaları bu pazarın büyümesi açısından önemli bir faktördür.

Engelli turizmi ile ilgili Türkiye’de yapılabilecekler konusunda aşağıda belirtilen öneriler getirilebilir;

- Mevcut yasal mevzuata ilişkin düzenlemeler yapılmalı ve bunlar uluslararası standartlara uygun hale getirilmelidir.
- Türkiye Otelciler Birliği, işletmeleri teşvik etmek amacıyla, “engelli dostu” gibi bir sertifika veya etiket uygulaması yapmalıdır.

- Mevcut işletmelerin sonradan bir takım düzenlemeler ile engellilere yönelik hizmet ve donanım sunmalarının önüne geçilmeli ve oteller daha inşaat aşamasındayken engellilere yönelik donanımların kurulması sağlanmalıdır.
- Engelliler için otellerin hizmet birimlerinde yapılacak düzenlemelerin diğer müşterilerin kullanımına engel teşkil edecek nitelikte olmamasına özen gösterilmelidir. Otellerdeki hizmet birimlerinin düzenlenmesi engelliler dahil tüm müşterilerin ortak kullanımına uygun nitelikte planlanmalı ve düzenlenmelidir. Aksi takdirde engellilerin sosyal hayata entegrasyonu eksik kalmış olacaktır.
- Engelli ve engellilik konusunda tüm sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları, yerel yönetimler, Bakanlıklar, medya kurum ve kuruluşları halkın bilinçlendirilmesi yönünde çalışmalar yapmalıdır.
- Genelde tüm turizm sektöründe, özelde otel işletmelerinde çalışan hizmet personelinin engelli turizmi, engellilerin hakları gibi konuların dışında onlara yönelik özel hizmet sunumlarını gerçekleştirebilmek için çeşitli eğitimlere tabi tutulmalıdır.
- Derneklerin daha etkin çalışmaları ve halkın bilinçlendirilmesinde aktif rol almaları teşvik edilmelidir.

Tüm bilimsel çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları vardır. Araştırma sadece Belek ile sınırlandırılmıştır ve burada çeşitli nedenlerle ulaşamayan bazı otel yöneticileri vardır. Buna benzer araştırmalar farklı destinasyonlardaki konaklama işletmelerine ve turizm sektörüne hizmet eden diğer işletmelerde görev yapan yöneticilere de yapılabilir ve alan yazına katkı sağlanabilir.

Teşekkür:Anketlerin uygulanması sırasında bu çalışmaya katkı sağlayan değerli mezun öğrencimiz Ece Çağla ESİRGİN'e teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- AB Komisyonu. (2004). *Improving information on accessible tourism for disabled people*. İtalya: Enterprise Publication.
- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, *Türkiye engelliler araştırması temel göstergeleri*.<http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri#ozurlu> (Erişim 15 Temmuz 2014)
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu S. ve Yıldırım E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, spss uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014a). *Konaklama tesisi istatistikleri*. [URL:<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,93462/konaklama-tesisi-istatistikleri.html>] (Erişim 18 Eylül 2014).
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014b). Gümrük kapıları ziyaretçi girişleri (2013-2014). [URL:<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,88282/2014-yili.html>] (Erişim 18 Eylül 2014)
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2014c). Belek'teki konaklama işletmelerinin sayısına ilişkin veriler Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nden e-posta aracılığıyla alınmıştır.

- Arıcı, S. (2010). *Bedensel engellilerin turizm sektöründen beklentilerinin tespit edilmesine yönelik bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Artar, Y. ve Karabacaköğü, Ç. (2003). *Türkiye’de Engelliler turizminin geliştirilmesine yönelik konaklama tesislerindeki altyapı imkanlarının araştırılması*. (Düzenleyen Necdet Öztürk). İstanbul: Dünya Engelliler Vakfı.
- Atak, V. (2008). *Marmaris’teki otel işletmelerinin bedensel engelli turizmine bakışı* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Balcı, A. (2006). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Bizjak, B., Knez’evic’, M. ve Cvretz’nik, S., (2011), Attitude change towards guest with disabilities, reflections from tourism students, *Annals of Tourism Research*, 38 (3), 842-857.
- 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.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2011). *Dünya engellilik raporu* [URL:<http://siteresources.worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/455687-1328710754698/YoneticiOzeti.pdf> (Erişim 25 Temmuz 2014)
- Engelsiz Hayat Merkezi, *Turizm özgürlük ise engelliler turizmde neredeler? Engelsiz turizm!* [URL: <http://www.engelsizhayatmerkezi.com/>] (Erişim 25 Haziran 2014).
- Erdoğan, A. (1994). *Turizm Çeşitlendirmesinde Bir Alternatif: Özürlüler Turizmi ve Türk Turizmindeki Durumu*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Huh, C. ve Singh, A.J. (2007). Families travelling with a disabled member: analysing the potential of an emerging niche market segment. *Tourism and Hospitality Research*, 7 (3/4), 212-229.
- Kohl, J. P. ve Greenlaw, P. S. (1992). The ADA, Part II: Implications for managers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33 (1), 33-39.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). *Oteller Yasası*. [URL:<http://www.turizm.gov.ct.tr/Portals/1063/Mevzuat/T%C3%BCz%C3%BCKler/2012%20Oteller%20Tuzugu.pdf>] (Erişim 27 Haziran 2014)
- Lazarus, B. ve Kaufman, J.E. (1988). Handicapped guests and the hospitality curriculum. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29 (2), 69-70.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K. ve Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24 (2003), 465-474.
- Murray, M. ve Sproats, J. (1990). The disabled traveler: tourism and disability in Australia. *The Journal of Tourism Studies*, 1 (1), 9-14
- Öztürk, M. (2009). *Türkiye’de engelli gerçeği*, İstanbul.: Ajansvista Matbaacılık
- Öztürk, Y., Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer’s market? the views of hotel and travel agency managers”, *Tourism Management*, 29 (2008), 382-389.
- Pehlivanoğlu, B. (2012). Konaklama yapılarının engellilere yönelik oda düzenlemelerinin irdelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2 (4), 27-35.

- Poria, Y., Reichel A. ve Brandt, Y. (2011). Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 23(5), 571-591.
- Ray, N. M. ve Ryder, M. E. (2003). "Eibilities" tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24 (2003), 57-72.
- Şahin, H. ve Erkal, S. (2013). Analysis of disabled individuals' level of satisfaction with accommodation facilities, *American Journal of Social Science*, 2 (3), 143-151.
- TÜRSAB. (2008). *Dünya'da ve Türkiye'de Engelsiz Turizm Pazarı*. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı Raporu.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (2), 261 – 263.
- Woods, R. H. and Kavanaugh, R. R. (1992). Here Comes the ADA — Are you ready? (Part I), *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33 (1), 24-32.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Türkiye'deki konaklama işletmeleri ve a grubu seyahat acentaları yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma, *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir, 23-46.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Türkay, O. (2013). Engelli turistlerin konaklama işletmelerinde kabul görme düzeyine yönelik algılama ve sorunlar: karşılaştırmalı nitel bir araştırma. *Akademik Turizm ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1, 46-56.
- Yörük, Ü. K. (2003). *Turizm Yapılarının Tasarımında Özürlü Etmenin İrdelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013) Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6 (11), 51-74.

ENGELLİ TURİZMİNİN SORUNLARINA YÖNELİK İSTANBUL'DAKİ 4 VE 5 YILDIZLI ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

Begüm Dilara EMİROĞLU

*Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi
begum.emiroglu@istanbul.edu.tr*

Şehnaz DEMİRKOL

*Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi
sdemirkol@istanbul.edu.tr*

ÖZET

Engelli bireylerin çoğunluğu yılda en az bir kez tek başlarına ya da yanlarında refakatçileriyle birlikte tatile çıkmaktadır. Avrupa'daki engelli bireylerin yaklaşık % 70'inin turizm faaliyetlerine katılması engelli turizm pazarının turizm endüstrisi içindeki yeri ve önemini ortaya koymaktadır. Ancak engelli turizm pazarında böyle büyük bir potansiyel bulunmasına rağmen engelli turistlerin seyahat etmelerini ve turizm faaliyetlerine katılmalarını kısıtlayan pek çok problem bulunmaktadır. Engelli bireyler turizme katılımları sırasında başta ulaşım ve konaklama olmak üzere pek çok kısıtlama ile karşılaşmakta ve bu durum onların turizm aktivitelerine katılım oranını da etkilemektedir. Bu bakımdan araştırma; İstanbul'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı zincir otel işletmelerinin engelli bireylere sunduğu imkanlar, genel olarak İstanbul'daki engelli turizm pazar yapısı ve engelli turizminin geliştirilmesine dair tesis yöneticilerinin görüşlerini almak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada otellerde engelli bireylere sunulan hizmetlerin çoğunda yetersizlikler olduğu, genel olarak İstanbul'daki engelli turizm pazar yapısı hakkında olumsuz düşünüldüğü ve geliştirilmesi için yapılması gerekenlere çoğu yöneticinin katıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Engellilik, Engelli Turizmi, Engelli Turizm Pazarı*

GİRİŞ

Engellilik; “bireyin yaşadığı sürece yaş, cinsiyet sosyal ve kültürel faktörlere bağlı olarak toplumda oynaması gereken rollerin yetersizlik yüzünden yerine getirememesi durumudur” (Ulutaşdemir, 2007, s. 120). Bu gün dünyada 600 milyondan fazla insan fiziki ya da zihinsel bir engel ile yaşamaktadır (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 51). Ülkemizde ise, engelli nüfusu 8,5 milyonun üzerindedir. (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 87).

Engelli insanların, yaşamın tüm alanlarına uyumlarının sağlanması çok önemlidir. Engelli bireylerin normal insanlar gibi gezmeye, tatil yapmaya ve farklı yerler görmeye ihtiyaçları vardır (Artar ve Karabacakoglu, 2003, s. 1). Ancak engelli bireyler daha evlerinden çıktıkları andan itibaren tüm mekanlarda ve özellikle bu mekanlara ulaşım sürecinde birçok sorun ve kısıtlama ile karşılaşmaktadır (Şahin ve Erkal, 2012, s. 1).

Avrupa'daki engelli nüfusun yaklaşık yüzde 70'inin seyahat faaliyetlerine katılması engelli turizm pazarına önem verilmesinin gerekliliğini göstermektedir (Türsab, 2008). Günümüz turizm endüstrisi için engelli turizm pazarı çok önemli bir pazardır ancak bu zamana kadar bu pazara gereken önem gösterilmemiştir. Engelli bireylerin normal insanlar gibi turizm aktivitelerine katılmak en doğal haklarıdır ancak turizm faaliyetleri her zaman engelli

olmayan bireyler için hazırlanmış konumdadır (Yaylı ve Öztürk 2006, s. 87). Engelli bireyler turizme katılımları sırasında sosyal ve fiziksel kısıtlamalar, ulaşım kısıtlamaları, konaklama tesisi kısıtlamaları, seyahat bilgisi kısıtlamaları gibi pek çok engele maruz kalmaktadır (United Nations, 2003, s. 10).

Bu bakımdan bu çalışma kuramsal ve alan araştırması olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın kuramsal bölümünde engellilik kavramına, engellilik çeşitlerine, engelli haklarına, çeşitli ülkelerdeki engelli nüfusuna, engelli turizm kavramına ve engelli turizm pazarında turistlerin karşılaştığı problemlere yer verilmiştir. Çalışmanın alan araştırması kısmında ise İstanbul’da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı zincir otel işletmelerinin yöneticilerine gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda elde edilen bulgular analiz edilerek öneriler sunulmuştur.

ENGELLİ KAVRAMI VE ÖNEMİ

İngiltere Engellileri Koruma Kanunu’na göre engelli kişi gündelik faaliyetlerini gerçekleştirme yeteneğinde önemli derecede ve uzun dönemli kötü etkiye sahip olan fiziksel ve zihinsel bozukluğa sahip kişidir (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008, s. 382). “Ayrılmaya Karşı Fiziksel Engelliler Birliği” ise sakatlık ve engellilik durumunu; “vücut mekanizması ya da organizmada kusurlu bir uzuvu sahip olma ya da bunlardan birinde bir eksikliğe sahip olma” şeklinde tanımlamıştır (Buhalis, Eichhorn, Michopoulou ve Miller, 2005, s. 9).

Tüm bu tanımlara göre kişi, fiziksel ve zihinsel bir bozukluğa sahipse ve kişinin normal gündelik faaliyetlerini gerçekleştirme yeteneğini uzun vadede ve önemli bir biçimde etkileyen bozukluklar varsa o kişi engelli bir insan olarak kabul edilmektedir (Papworth Trust, 2013: 4).

İngiltere’deki Surrey Üniversitesi’nde yürütülen OSSATE (One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe- Avrupa’da Erişilebilir Turizm) adlı çalışmada engellilik; hareket bozuklukları, görsel bozukluklar, iletişim bozuklukları, zihinsel bozukluklar ve gizli bozukluklar olarak sınıflandırılmıştır. Yapılan bu sınıflandırmalar ve içeriği Tablo 1’de gösterilmiştir (Buhalis ve diğerleri, 2005, s. 11).

Engelli insanlar engellerinden ötürü sağlık eğitim, istihdam ve politik konulara katılımında birtakım eşitsizlikler yaşamakta; şiddet, taciz, önyargı ve saygısızlıklara maruz kalmakta ve özerklikleri reddedilebilmektedir. (Örneğin zorunlu sterilizasyon işlemine tabi tutulma, kendi istekleri dışında kurumlarında sınırlı zaman geçirme, ya da özrü nedeniyle yasal olarak yetersiz kabul edilme vb.). Bu gibi nedenlerden ötürü engellilik insan hakları konusu kapsamına alınmıştır (WHO, 2011, s. 9).

Tablo 1. Engellilik Çeşitleri

Bozukluk Çeşidi	Tanım	Aşağıdaki Alanlardan Bir veya Daha Fazlasında Gerçekleşen Zorluklar
Hareket Bozuklukları	Bacaklar, ayak, sırt, boyun, kollar ve elleri etkileyen fiziksel hareket kısıtlamaları	- Fiziksel ve motor görevlerde - Bağımsız hareketlerde - Temel yaşam fonksiyonlarını yerine getirmede zorluklar
Duyusal Bozukluklar	Görme kapasitesi sınırlı olan ya da hiç olmayan Tamamen sağır olan ya da işitme gücü bulunan	- Net bir vizyon gerektiren işlerde düşük performans - Yazılı iletişimde zorluklar - Görsel olarak sunulan bilgiyi anlamada zorluklar - Net işitme gerektiren işlerde düşük performans - Sözlü iletişimde zorluklar - İşitsel olarak sunulan bilgileri anlamakta zorluklar
İletişim Bozuklukları	Dilin kullanılmasında ve ifade edilmesinde kısıtlamalar, bozukluklar ve gecikmeler	- Genel konuşma yeteneklerinde - Sembolik dil, yazma, konuşulanları anlama ve iletme ile ilgili problemler
Entelektüel / Zihinsel Bozukluklar	Bir davranış bozukluğunun sebep olduğu yaşam boyu süren hastalıklar	- Daha yavaş öğrenme hızı - Dağınık öğrenme kalıpları - Uyarlanırlı davranış güçlükleri - Soyut kavramları anlamada güçlükler - Bilişsel işlevlerin sınırlı kontrolü - Duyusal motor ve konuşma becerileri ile ilgili sorunlar - Temel yaşam fonksiyonlarının kısıtlanması
Gizli Bozukluklar	Çeşitli hastalıklar	- Kalp problemleri - Kan basıncı ya da dolaşım problemleri - Solunum gücü - Mide, karaciğer veya böbrek ile ilgili sorunlar - Kandaki şeker seviyesini kontrol etmedeki sorunlar (diyabet) - Merkezi sinir sistemi bozukluğu (epilepsi)

Kaynak: Buhalis ve diğerleri, 2005, s. 11.

Engelli haklarına ilişkin Birleşmiş Milletler erişebilirlik, istihdam, eğitim, sağlık, bağımsız yaşam, kültürel ve sportif etkinliklere katılım, sivil haklar vb. neredeyse tüm politika alanlarında engelli kişilerin haklarını tanımlamıştır. Bu doğrultuda 2010-2020 Avrupa Engellilik Stratejisi'nin temel amacı engelli haklarına ilişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'nde yapılan uluslararası taahhütlere riayet etmek, Avrupa'da herkes için engelsiz bir yaşam oluşturmak ve engelli insanların tüm haklarını sağlayacak şekilde onları güçlendirmektir (Pagan, 2012, s. 1514-1515). Engelli Hakları Sözleşmesi ise özellikle kültür, eğlence ve turizmde engellilerin haklarını tanımlamaktadır ve uluslararası nitelikte bir yapıya sahip sözleşmedir (Darcy ve Dickson, 2009, s. 36). 2006 yılının Ağustos ayında "Birleşmiş Milletler Engelli İnsan Hakları Toplantısı" düzenlenmiştir. Bu toplantı ile birlikte engelli insanların hakları ve bağımsızlığı da onaylanmıştır. Avrupa Birliği Konseyi ise 2003 yılını Avrupa Engelliler Yılı olarak ilan etmiştir. Yıl boyunca tüm devletlerde engellilere karşı ayrımcılıkta duyarlılaşma ve bilinçlendirme kampanyaları yürütülmüştür. Bu yıl, turizm sektöründe de çok olumlu sonuçlar vermiştir (ENAT, 2007, s. 9-11).

ABD'de nüfusun % 21'i (54 milyon insan) engellidir. 2030 yılında ABD' de yaşayan insanların % 24' ünün (bu nüfusun % 15' i şiddetli engelli) engelli olacağı tahmin

edilmektedir. (Buhalis ve diğerleri, 2005, s. 37). Alman Ulusal İstatistik Kurumu 2013 verilerine göre Almanya’da yaşayan engelli birey sayısı 7,5 milyondur ve 2011 verileri ile karşılaştırıldığında engelli bireylerin sayısı %3,6’lık bir artış göstermiştir (Destatis Statistisches Bundesamt). İngiltere’de 2011 yılında gerçekleştirilen nüfus sayımına göre engelli bireylerin sayısı 9.4 milyon (toplam nüfusun %18’i ile) kişidir (English Federation of Disability Sport). Avusturalya İstatistik Bürosu tarafından 2009 yılında sunulan rapor ise ülkede 4 milyon kişinin (toplam nüfusun % 18.5’i ile) engelli olduğunu göstermiştir (Australian Bureau of Statistics, 2011). Türkiye’de ise Devlet İstatistik Enstitüsü ve Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı ile 2002 yılında ortaklaşa gerçekleştirilen “Türkiye Özürlüler Araştırması” sonuçlarına göre engelli nüfusun toplam nüfus içindeki oranı %12.29’dur ve ülkemizde 8.431.937 kişi engelli olarak yaşamını sürdürmektedir (Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü). Tüm bu veriler engellilik kavramının ne kadar önemli ve dikkate alınması gereken bir olgu olduğunu gözler önüne sermektedir.

ENGELLİ TURİZM PAZARI

Engelli insanlar ve turizm arasındaki ilişki, Avrupa, Amerika ve Asya-Pasifik’te son on yılda artan bir şekilde akademik dünyanın ve hükümetlerin dikkatini çekmeye başlamıştır. Doksanlı yıllarda engelli insanlara yönelik fırsat yaratılması için Dünya Turizm Örgütü, diğer uluslararası kurumlara seyahat ve turizm konusunda engellilik ve erişim sorunlarına dair koordineli bir yaklaşım benimsemeleri yönünde çağrıda bulunmuştur (Darcy, 2006, s. 1).

Touche Ross tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada Avrupa’daki 8 milyon engelli insanın yılda en az bir kez yurtdışına çıktığı belirlenmiştir. Ayrıca 15 milyon Avrupalı engelli kendi ülkelerinde seyahat etmekte, 22 milyon Avrupalı engelli ise günlük gezilere katılmaktadır. (Öztürk ve diğerleri, 2008, s. 383). Yine, engelli kişilerin büyük bir çoğunluğunun en az bir refakatçi ile seyahate çıktığı düşünüldüğünde Avrupa’daki bu özel seyahat pazarının 35 milyon seyahat ve 630 milyon geceleme ürettiği ortaya çıkmaktadır (Artar ve Karabacakoglu, 2003, s. 1). Onlara eşlik eden insanlarla birlikte bu durum turizm gelirlerinde çarpan etkisi yaratmaktadır (Daruwalla ve Darcy, 2005, s. 564).

Engelli insanların turizmde karşılaştığı engel ve kısıtlamalar genel olarak sosyal ve kültürel kısıtlamalar, seyahat planlama bilgisi kısıtlamaları, ulaşım kısıtlamaları, erişilebilir konaklama tesisleri kısıtlamaları, destinasyon deneyimi kısıtlamalarından oluşmaktadır.

- **Sosyal ve kültürel kısıtlamalar:** Tıbbi görüşün aksine, bazı toplumlarda engelliliğin bireyin fiziksel özelliklerindeki bozukluğundan ziyade sosyal etkileşimlerinin bir ürünü olduğu görüşü yaygındır. Özellikle doğu ve batı kültürleri arasında engellilik kavramına dair farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Bunlar psikososyal, dini, prestij, politik eşitsizlikler ve uygunsuz eğitim gibi farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Bu farklılıkların turizmin gerçekleştiği bölgelerde engellilerin seyahat etmesi ve sosyal katılımları üzerinde birtakım etkileri bulunmaktadır (United Nations, 2003, s. 10).

- **Seyahat planlama bilgisi kısıtlamaları:** Engelli insanların seyahat planlamaları engelli olmayan bireylere göre daha fazla sorgulama gerektirmektedir. Yüksek erişilebilirlik gereksinimleri ve ihtiyaçlarından dolayı engelli kişilerin daha detaylı bilgiye ihtiyacı vardır ve kendi özel gereksinimleri ile ilgili konularda bilgi aramaktadır (Buhalis ve diğerleri, 2005, s. 21). Engellilerin bilgi alacakları kaynakların kısıtlı olması ise onların seyahat etmesini önemli ölçüde etkilemektedir (United Nations, 2003, s. 11). Çünkü erişilebilir destinasyonlara ilişkin yeterli bilgi olmazsa engelli insanlar ihtiyaçlarını karşılayamayacak ve tatil yapmaktan da kaçınacaklardır (Eichhorn, Miller, Michopoulou ve Buhalis, 2008, s. 192).
- **Ulaşım kısıtlamaları:** Genel olarak kamu ulaşımı engelli insanların kullanımına uygun değildir (United Nations, 2003, s. 13). Havayollarında uçuş programlarının iptal edilmesi, bagajların yanlış yerleştirilmesi, tekerlekli sandalyelerin kaybolması ya da zarara uğraması gibi problemler zaman zaman meydana gelebilmektedir. Diğer problemler ise tekerlekli sandalye kullanan yolcuların giriş-çıkış işlemleri, uçak saatleri değişimi ve tuvaletlerde ortaya çıkmaktadır. Bunların dışında uzun saat süren uçuşlar ekonomi sınıfında oturan bazı engelli kişilerde uzuv sertlikleri ve eklem iltihaplarına neden olabilmektedir. Bu tür problemlerin hepsi engelli kişiler için sıkıntı yaratmaktadır. Ulaşım da diğer kısıtlamalar otobüs, tren ve arabalarda da meydana gelebilmektedir. Günümüz otobüs yolculuklarında fiziksel engelli insanlar için hidrolik asansörler bulunmaktadır ve yolcular otobüse iniş ve çıkışlarında kolay bir şekilde taşınabilmektedir. Düşük zeminli otobüsler gelişmiş ülkelerde şehirlerarası kamu taşımacılığında artmaktadır. Ancak pek çok gelişmiş ülkede bu şekilde tasarlanmış otobüslerin kullanılabilirliği oldukça kısıtlıdır. Trenlerde ise araç kapıları ile platform arasındaki boşluk oldukça geniştir. Tuvaletler ve kompartımanlar ise tekerlekli sandalye kullanan engelli insanların erişimi için oldukça kısıtlı kalmaktadır (Vignuda, 2001, s. 4).
- **Erişilebilir konaklama tesisleri kısıtlamaları:** Günümüzde pek çok konaklama işletmesi erişilebilir engelsiz turizmin ne anlama geldiğini bilmemektedir. İşletmeler odalarının özellikleri hakkında detaylı ve kesin bir bilgi sağlamakta yetersiz kalmaktadır. Pek çok durumda, konaklama işletmeleri odalarının erişilebilir ve engelsiz olduğunu söylemektedir ancak engelli bireyler odaya girdiklerinde odaları kendilerine uygun bir biçimde tasarlanmış olarak bulamamaktadır (United Nations, 2003, s. 16). Yine pek çok otelde engelli odaları zemin katlarda birkaç tane bulunmaktadır. Otellerin genelinde erişilebilirlik problemleri bir hal almaktadır. Birkaç otelde tüm bina boyunca açık bir erişim, görsel işaretler, açık tabelalar, bar, havuz alanları, resepsiyona kolay erişim ve tüm katlar için asansör bulunmaktadır. Otellerin çoğu özel park alanlarına sahiptir ancak bunlar otellerin ana girişinden oldukça uzaktadır ve binalara giriş için yürüyerek bilgilendirme gerekmektedir. Diğer bir sorun ise çoğu otel tesisinin engelliliği sadece tekerlekli sandalye kullanan engelliler gibi düşünmesi ve bu yönde erişim

sağlamasıdır. Otellerden sadece birkaçında görsel ve işitsel araçlar ya da körler alfabesi bulunmaktadır. Bunların dışında pek çok engelli turist tesislerdeki yeme ve içme hizmet alanlarının da erişime güç olduğunu belirtmektedir (Vignuda, 2001, s. 4-5).

- **Destinasyon deneyimi kısıtlamaları:** Turizm deneyimi destinasyondaki etkileşimleri ve sosyal ilişkileri içerir. Ulaşım, çevre, konaklama ve müşteri hizmetlerinin tutumları engellilerin turizm deneyimleri üzerinde önemli rol oynamaktadır (United Nations, 2003, s. 18).

METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma aşağıdaki araştırma sorularına cevap aramak amacıyla gerçekleştirilmiştir ve tesis yöneticilerinin bu konulardaki görüşleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

- Tesislerde engelli bireylere yönelik hizmet olanakları nasıl bir dağılım göstermektedir?
- Tesis yöneticilerinin engelli turizm pazarının yapısı ve pazarın geliştirilmesine dair düşünceleri, yöneticilerin demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?
- Tesislerde sunulan hizmet olanakları otellerin hizmet yılı ve yıldız sayısına göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırma hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir:

- **H1:** Engelli turizm pazarının geliştirilmesi ve engelli turizm pazarının yapısına dair yönetici görüşleri yöneticilerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.
- **H2:** Otellerin engelli bireylere sunduğu olanaklar tesis özelliklerine göre farklılık gösterir.

Araştırmanın Önemi

Bu çalışma yılda 6,5 milyondan fazla turist çekmesi ve dünyadaki en büyük zincir otel gruplarını bünyesinde bulundurmasından ötürü ülkemizin en önemli turizm kentlerinden biri olan İstanbul'daki otel işletmelerinin engelli bireylere sunduğu hizmet olanaklarının ortaya çıkarılması, kentin engelli turizm pazar yapısının incelenmesi ve engelli turizm pazarının geliştirilmesine yönelik konularda tesis yöneticilerinin görüşlerini dikkate alan bir çalışma olmasından ötürü önem arz etmektedir.

Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini İstanbul'daki tüm 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Ancak zaman ve maliyet kısıtlamalarından ötürü araştırma örneklemini İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı

zincir otel işletmeleri olarak seçilmiştir. İstanbul'daki tüm 4 ve 5 yıldızlı otellerin listesine "http://hotelieristanbul.blogspot.com.tr." adresinden ulaşılmıştır. İstanbul'da bulunan tüm yerli ve yabancı 4 ve 5 yıldızlı zincir otel işletmelerinin sayısı 70 olarak belirlenmiştir ve bunlardan 50 otel işletmesi yöneticisine ulaşılmıştır.

Araştırma Metodu

Araştırmada zaman ve maliyet avantajından ötürü e-posta anket veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma Nisan-Ağustos ayları içinde yürütülmüştür ve her otelden bir yönetici anket sorularını cevaplandırmıştır. Anket soruları konu ile ilgili yerli ve yabancı yazınsal literatür incelenerek oluşturulmuştur. Anket sorularının hazırlanmasında; Artar ve Karabacakoğlu (2003), Öztürk ve diğerleri (2008), Darcy ve diğerleri (2010) çalışmalarından faydalanılmıştır. Anket güvenilirliği 0,92 olarak bulunmuştur. Araştırma bulguları SPSS 22 programında analiz edilmiş ve bulguların yorumlanmasında, yönetici düşüncelerinde demografik özelliklere, tesislerin engelli bireylere sunduğu olanaklarda ise hizmet yılı ve yıldız sayısına göre farklılıklar bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla Kruskal Wallis ve Mann Whitney U testlerinden yararlanılmıştır.

BULGULAR

Çalışma süresince örneklem kapsamındaki 70 otel işletmesinden 50 otel işletmesine ulaşılmış ve çalışmada bu veriler kullanılmıştır.

Katılımcıların ve tesislerin demografik yapılarına ilişkin tanımlayıcı bilgiler Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Yapılarına ve Tesis Durumlarına İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

KATILIMCILARIN BİLGİLERİ			TESİSLERİN BİLGİLERİ		
Cinsiyet	Frekans (F)	Yüzde (%)	Yıldız Sayısı	Frekans (F)	Yüzde (%)
Kadın	24	48	4 yıldız	14	28
Erkek	26	52	5 yıldız	36	72
Toplam	50	100	Toplam	50	100
Yaş	Frekans (F)	Yüzde (%)	Hizmet Verilen Engelli Türü	Frekans (F)	Yüzde (%)
18-25	2	5	Fiziksel	0	0
26-35	14	28	Görme	0	0
36-45	23	46	İşitsel	0	0
46-55	10	20	Zihinsel	0	0
56 ve üstü	1	2	Hepsi	50	100
Toplam	50	100	Toplam	50	100
Çalışılan Departman	Frekans (F)	Yüzde (%)	Hizmet Yılı	Frekans (F)	Yüzde (%)
Önbüro	22	44	1 yıldan az	3	6
Kat hizmetleri	14	28	1-5 yıl	17	34
Satış-Pazarlama	8	16	5-10 yıl	19	36
İnsan Kaynakları	6	12	10 yıldan fazla	11	24
Toplam	50	100	Toplam	50	100

Tablo 2'nin devamı

KATILIMCILARIN BİLGİLERİ					
Eğitim	Frekans (F)	Yüzde (%)	Mesleki Deneyim	Frekans (F)	Yüzde (%)
Lise ve Dengi	2	4	1-5 yıl	4	8
Önlisans	10	20	6-10 yıl	18	36
Lisans	35	70	10 yıldan fazla	28	56
Yükseklisans	3	6	Toplam	50	100
Toplam	50	100			
Turizm Eğitimi	Frekans (F)	Yüzde (%)			
Var	35	72			
Yok	15	28			
Toplam	50	100			

Katılımcıların % 70'inin eğitim durumunun lisans ve % 56'sının mesleki deneyiminin 10 yılın üzerinde bulunması turizm açısından olumlu bir gelişmedir. Katılımcıların % 72'sinin turizm eğitimi almış olmasıyla turizme ve engelli turizm pazarına dair mevcut bilgi ve farkındalıklarının olduğu düşünülebilir. Çalıştıkları departman açısından incelendiğinde araştırmaya katılan katılımcıların % 72'si ön büro ve kat hizmetleri departmanlarında çalışan yöneticilerden oluşmaktadır. Bu durum tesislere dair en doğru bilgilerin alınmış olunduğunun bir göstergesi sayılabilir. Bunların dışında araştırmaya katılan tesislerin hepsinin 4 engelli türü için de hizmet verdiği görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Cevaplarına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Ankette Yer Alan Önermeler	Hiç Katılmıyorum		Katılıyorum	
	Katılmıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	Kararsızım			
	f	%	f	%
Otellerin Engelli Bireylere Sunduğu Olanaklar				
Otelimizde engelli sürücüler için yeterli sayıda park yeri vardır.	29	58	21	42
Otel dışındaki yaya kaldırımları engellilerin hareket edebilmesini sağlayacak şekilde düzenlenmiştir.	28	56	22	44
Otelimizin cafe, restoran, havuz, spa vb diğer sosyal alanlarında engeli insanlar için özel düzenlemeler yapılmıştır.	30	60	20	40
Otelin genel alanlarında engelli bireyler için engelli tuvaletleri bulunmaktadır.	19	38	31	62
Engelli odalarındaki tuvalet ve banyolar engellilerin kullanımına uygundur.	11	22	39	78
Çalışanlarımız engelli müşterilere hizmet verme bilgisine ve yeteneğine sahiptir.	28	56	22	44
Otelimizin web sitesi engelli müşterilerin odalar hakkında net, açık ve doğru bir bilgi almasına olanak tanımaktadır.	28	56	22	44
Otelimizde engelli bireylerin sorunlarına çözümde bulunabilecek bir asistan bulunmaktadır.	29	58	21	42
Otelimizdeki engelli odaları engelli müşterilerin tatminini sağlamaktadır.	18	36	32	64
Otelin giriş alanında tekerlekli sandalye kullanan engelli bireyler için düzgün bir rampa bulunmaktadır.	18	36	32	64
Repsiyon bölümündeki deskler tekerlekli sandalye kullanan bireyler için uygun yüksekliktedir.	26	52	24	48
Otelimizdeki halılar tekerlekli sandalye kullanan misafirlerimizin kolayca hareket edebilmesine olanak tanımaktadır.	8	16	42	84

Tablo 3'ün devamı

	f	%	f	%
Otelin genel alanındaki telefonlar tekerlekli sandalye kullanıcıların erişebileceği yükseklikte tasarlanmıştır.	6	12	44	88
Oteldeki genel alanlar tekerlekli sandalye kullanan misafirlerin hareket edebilmesine olanak tanıyan bir biçimde dekore edilmiştir.	32	64	18	36
Asansörlerin boyutu ve asansördeki kontrol panellerinin yüksekliği tekerlekli sandalye kullanan misafirleri erişimine uygun olarak tasarlanmıştır.	7	14	43	86
Engelli odaları tekerlekli sandalye kullanan misafirlerin odada rahatça hareket edebilmelerine imkan tanıyan bir biçimde tasarlanmıştır.	6	12	44	88
Engelli odalarındaki yatak, dolap, raf, elektrik anahtarları, kumandalar ve perde yükseklikleri tekerlekli sandalye kullanan bireylerin erişimine olanak tanıyan bir biçimde tasarlanmıştır.	6	12	44	88
Otelimiz havuz kenarında engelli bireylerin havuza girişini sağlayan lift veya diğer özel sistemler mevcuttur.	49	98	1	2
Otelimizde bulunan merdiven ve trabzanlar hareket zorluğu yaşayan müşterilerin erişimine uygun bir şekilde dizayn edilmiştir.	27	54	23	46
Otelin giriş kısmında görme zorluğu çeken bireyler için belirgin işaretler bulunmaktadır.	22	44	28	56
Görme engelli bireyler için resepsiyon bölümünde güçlü bir aydınlatma bulunmaktadır.	18	36	32	64
Otel genel alanı ve engelli odalarındaki renk kontrastı görme zorluğu çeken bireyler için uygun renkte tasarlanmıştır.	41	82	9	18
Asansörlerde görme engelli bireyler için sesli anons sistemleri kullanılmıştır.	31	62	19	38
Asansörlerin panel butonlarında görme engelli bireyler için kabartma sistemi kullanılmıştır.	34	68	16	32
Oda içindeki oteli ve odayı tanıtıcı broşürler görme zorluğu çeken bireylerin kullanımına uygun bir şekilde hazırlanmıştır.	33	66	17	34
Engelli odaları görme problemi çeken kişiler için uygun bir şekilde aydınlatılmıştır.	21	42	29	58
Otelimizde bulunan merdiven ve trabzanlar görme engeli bulunan müşterilerin erişimine uygun bir şekilde dizayn edilmiştir.	28	56	22	44
Engelli odalarında işitme engelli bireyler için telefon ahizelerinde işitmeyi çoğaltıcı işitme cihazı bulunmaktadır.	46	92	4	8
Engelli odalarında işitme engelli bireyler için tex telefonlar bulunmaktadır.	38	76	12	24
İşitme engelliler için görsel levhalar yeterli düzeydedir.	24	48	26	52
Engelli odalarında işitme engelli bireyler için teletexli TV'ler bulunmaktadır.	17	34	33	66
Engelli odalarında işitme engelli bireyler için ekstra güçlü sesli kapı zili/görsel/titreşimli uyarı sistemleri bulunmaktadır.	45	90	5	10
Otelimizde zihinsel engellilere yönelik düzenlemelerimiz bulunmaktadır.	32	64	18	36
Zihinsel engellilerle beraber otelimize gelen refakatçilere yönelik hizmetler vermekteyiz.	33	66	17	34
Zihinsel engellilere otelimize tek başlarına geldiklerinde onlara yardımcı olacak asistan hizmetimiz bulunmaktadır.	40	80	10	20
Engelli Turizm Pazarının Yapısı				
Turizm tesislerindeki ulaşım altyapısı engelli insanlar için uygun değildir.	15	30	35	70
Turizm tesislerindeki çevresel düzenlemeler engelli insanlar için uygun değildir	16	32	34	68
Turizm tesis yöneticileri engelli turizm pazarının farkında değildirler.	11	22	39	78
Turizm tesislerinin mimarisi engelli bireylere uygun olarak tasarlanmamıştır.	18	36	32	64

Tablo 3'ün devamı

	f	%	f	%
Turizm tesislerinde çalışan personelin engelli bireylere hizmet etmek için yeterli bilgisi ve altyapısı bulunmamaktadır	10	20	40	80
Engelli turizm konusunda ilgili kuruluşlar yeterince görev yapmamaktadır.	17	34	33	66
Yerel yönetimler (belediyeler vb.) engelli turizmi konusunda ne yapacaklarını bilmemektedir.	23	46	27	54
Engelli Turizm Pazarının Geliştirilmesi				
Engelli müşterilere hizmet etmek ağır bir maliyet gerektireceğinden engelli turizm pazarı yok sayılmalıdır.	36	72	14	28
Devlet engelli bireylerin turizme olan katılımlarını sağlamak için gerekli önlemler almalıdır.	15	30	35	70
Turizm tesislerinde engelli insanlar için tabela, levha ve işaretler bulunması yasal hale getirilmelidir. (örneğin körler alfabesi vb. uygulamalar)	18	36	32	64
Turizm işletmeleri kendilerini bedensel engelli bireylere tanıtmada gerekli dökümana sahip olmalıdır.	18	36	32	64
Engellilik konusunda Türk milleti bilinçlendirilmelidir	23	46	27	54
Engelli bireylere hizmet eden özel oteller inşa edilmelidir.	21	42	29	58
Mevcut otellerdeki restorasyon uygulamaları engelli bireyleri göz önünde bulunduracak şekilde yapılmalıdır.	19	38	31	62
Otellerdeki servis personeli engellilik ve engelli turizmi konusunda bilinçlendirilmelidir.	21	42	29	58
Engellilere ilişkin yasal düzenlemeler etkin bir şekilde uygulanmalıdır.	10	20	40	80
Engellilik konusunda reklam faaliyetleri yapılmalıdır.	9	18	41	82
Bu konu hakkında Kültür ve Turizm bakanlığı ve kamu-özel sektör kuruluşları arasında işbirliği olmalıdır.	9	18	41	82

Tablo 3'den de anlaşılabileceği üzere araştırmaya katılan tesis yöneticilerinden alınan cevaplara göre otellerin engelli bireylere sunduğu olanaklar yönünden birtakım zayıflıkları bulunmaktadır. Bu zayıflıklar; otellerin sosyal alanlarında (café, restoran, havuz vb) engellilere yönelik özel düzenlemelerin bulunmaması (%60), engellilere hizmet edebilme bilgi ve deneyimine sahip personel kıtlığı (%56), otel web sitelerinin engellilerin odalar hakkında açık, doğru ve net bilgileri alabilmesine olanak tanıyacak şekilde düzenlenmiş olmaması (%56), otelde engelli bireylerin sorunlarına çözümde bulunabilecek bir asistanın bulunmaması (%58), resepsiyon bölümünde bulunan desklerin engelli bireyler için uygun yükseklikte olmaması (%52), oteldeki genel alanların engelli bireylerin hareket edebilmesine olanak tanıyan bir biçimde dekore edilmemesi (%64), havuz kenarlarında engelli bireylerin havuza girişini sağlayan lift veya diğer özel sistemlerin bulunmaması (%98), otelde bulunan merdiven ve tirabzanların hareket zorluğu yaşayan müşterilerin erişimine uygun bir şekilde dizayn edilmemiş olması (%54), otellerin giriş kısmında görme engelli bireyler için belirgin işaretler bulunmaması (%44), otel genel alanı ve engelli odalarındaki renk kontrastının uygun renkte tasarlanmaması (%82), asansörlerde sesli anons sistemlerinin bulunmaması (%62), asansörlerde kabartma sisteminin bulunmaması (%68), oteli ve odayı tanıtıcı broşürlerin görme zorluğu çeken bireylerin kullanımına uygun bir şekilde hazırlanmaması (%66), merdiven ve tirabzanların görme engelli bireylere uygun bir şekilde tasarlanmaması (%56), engelli odalarında telefon ahizelerinde işitmeyi çoğaltıcı işitme cihazların bulunmaması (%92), tex telefonların bulunmaması

(%76), ekstra güçlü sesli kapı zili/görsel/titreşimli uyarı sistemleri bulunmaması (%90), zihinsel engellilere yönelik düzenlemelerin (%64), zihinsel engellilerle beraber gelen refakatçilere yönelik hizmetlerin (%66) ve tek başlarına otele gelen zihinsel engellilere yardımcı olabilecek asistan hizmetlerinin var olmaması (%80) şeklinde sıralanmıştır.

İstanbul'daki engelli turizm pazarının yapısı bakımından ise yöneticiler oldukça olumsuz düşünmektedir. Katılımcılar turizm tesislerindeki ulaşım altyapısının (%70), tesislerdeki çevresel düzenlemelerin (%68) ve tesislerdeki mimari düzenlemelerin (%64) engellilere yönelik olmadığını ve çalışan personelin engellilere hizmet etmek için yeterli bilgi ve altyapısı (%80) bulunmadığını düşünmektedir. Bunların dışında yöneticiler; tesis yöneticilerinin engelli turizm pazarının farkında olmadığı (%78), engelli turizm konusunda ilgili kuruluşların yeterince görev yapmadığı (%66) ve yerel yönetimlerin engelli turizmi konusunda ne yapacaklarını bilmediği (%54) önermelerine katılım göstererek bu konular hakkındaki olumsuz düşüncelerini ortaya koymuşlardır.

Engelli turizm pazarının güçlendirilmesi için yapılması gerekenlere dair yöneticilerin çoğu engelli turizm pazarı yok sayılmalı (%72) ifadesine katılım göstermemiştir. Devletin engelli bireyler için gerekli önlemler alması (%70), turizm tesislerinde engelli bireyler için tabela, levha ve özel işaretler bulunmasının yasal hale getirilmesi (%64), turizm işletmelerinin kendilerini bedensel engelli bireylere tanıtmada gerekli dokümana sahip olmaları (%64), engellilik konusunda Türk Milletinin bilinçlendirilmesi (%54), engellilere hizmet eden özel otellerin inşa edilmesi (%58), otellerdeki restorasyon uygulamalarının engellileri göz önünde bulunduracak şekilde yapılması (%62), servis personelinin engellilik ve engelli turizmi konusunda bilinçlendirilmesi (%58), engellilere ilişkin yasal düzenlemelerin etkin bir şekilde uygulanması (%80), engelli turizmi konusunda reklam faaliyetleri yapılması (%82), bu konu hakkında Kültür ve Turizm Bakanlığı ve kamu ve özel sektör kuruluşları arasında işbirliği olması (%82) ifadelerine ise çoğunlukla katılım göstererek engelli turizm pazarının güçlendirilmesi için yapılması gerekenler hakkındaki düşüncelerini belirtmişlerdir.

Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmada belirlenen hipotezleri sınamak için Kruskal Wallis ve Mann Whitney U testlerinden yararlanılmıştır.

H1: Engelli turizm pazarının geliştirilmesi ve engelli turizm pazarının yapısına dair yönetici görüşleri yöneticilerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

Birinci araştırma hipotezi katılımcıların demografik özelliklerini kapsayan yaş, eğitim durumu, mesleki deneyim, çalışılan departman ve turizm eğitimi alıp almama durumu gibi değişkenlerin her biri temelinde test edilmiştir.

Tablo 4. Çalıştıkları Departmanlara Göre Farklılığı Gösteren Kruskal Wallis Testi

ENGELLİ TURİZM PAZARININ GELİŞTİRİLMESİ					
Çalışılan Departman	n	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Ki Kare	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık Düzeyi (p)
Önbüro	22	32,39	19,651	3	,000*
Kat Hizmetleri	14	28,57			
Satış Pazarlama	8	15,31			
İnsan Kaynakları	6	6,67			
ENGELLİ TURİZMİ PAZAR YAPISI					
Çalışılan Departman	n	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Ki Kare	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık Düzeyi (p)
Önbüro	22	16,14	18,235	3	,000*
Kat Hizmetleri	14	29,29			
Satış Pazarlama	8	34,81			
İnsan Kaynakları	6	38,58			

*p < 0,05

Katılımcıların engelli turizm pazarının geliştirilmesi ve engelli turizm pazarının yapısına dair düşünceleri tablo 4’de de görülebileceği üzere çalıştıkları departmana göre anlamlı farklılık göstermektedir ($P,000 < 0,05$). Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi uygulanmıştır.

Tablo 5. Çalışılan Departman Türlerinin Karşılaştırılması İçin Mann Whitney U Testi

ENGELLİ TURİZM PAZARININ GELİŞTİRİLMESİ					
Çalışılan Departman	n	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Mann Whitney U	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Önbüro	22	19,68	128,000	-,850	,395
Kat Hizmetleri	14	16,64			
Ön büro	22	18,34	25,500	-2,966	,003*
Satış Pazarlama	8	7,69			
Önbüro	22	17,36	3,000	-3,551	,000*
İnsan Kaynakları	6	4,00			
Kat Hizmetleri	14	13,79	24,000	-2,194	,028*
Satış Pazarlama	8	7,50			
Kat Hizmetleri	14	13,14	5,000	-3,057	,002*
İnsan Kaynakları	6	4,33			
Satış Pazarlama	8	9,13	11,000	-1,691	,091
İnsan Kaynakları	6	5,33			
ENGELLİ TURİZMİ PAZARININ YAPISI					
Çalışılan Departman	n	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Mann Whitney U	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Önbüro	22	14,34	62,500	-2,979	,003*
Kat Hizmetleri	14	25,04			
Ön büro	22	12,61	24,500	-2,988	,003*
Satış Pazarlama	8	23,44			
Önbüro	22	12,18	15,000	-2,873	,004*
İnsan Kaynakları	6	23,00			
Kat Hizmetleri	14	10,29	39,000	-1,176	,240
Satış Pazarlama	8	13,63			
Kat Hizmetleri	14	8,96	20,500	-1,785	,074
İnsan Kaynakları	6	14,08			
Satış Pazarlama	8	6,75	18,000	-,787	,431
İnsan Kaynakları	6	8,50			

*p < 0,05

Tablo 5’de görülebileceği üzere Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi sonuçlarında yöneticilerin engelli turizm pazarının geliştirilmesine yönelik yaklaşımlarında;

- Önbüro departmanında çalışanlar ile satış-pazarlama departmanında çalışanlar,
- Önbüro departmanında çalışanlar ile insan kaynakları departmanında çalışanlar,
- Kat hizmetleri departmanında çalışanlar ile satış-pazarlama departmanında çalışanlar,
- Kat hizmetleri departmanında çalışanlar ile insan kaynakları departmanında çalışanlar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Yöneticilerin engelli turizm yapısına yönelik yaklaşımlarında ise;

- Önbüro departmanında çalışanlar ile kat hizmetleri departmanında çalışanlar,
- Önbüro departmanında çalışanlar ile satış-pazarlama departmanında çalışanlar,
- Önbüro departmanında çalışanlar ile insan kaynakları departmanında çalışanlar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 6. Turizm Eğitimi Almış Olma ve Olmama Durumlarına Göre Farklılığı Gösteren Mann Whitney U Testi

ENGELLİ TURİZM PAZARININ GELİŞTİRİLMESİ					
Turizm Eğitimi Almış Olma Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Mann Whitney U	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Evet	35	33,00			
Hayır	15	8,00	,000	-5,585	,000*
ENGELLİ TURİZM PAZARININ YAPISI					
Turizm Eğitimi Almış Olma Durumu	n	Aritmetik Ortalama	Mann Whitney U	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Evet	35	20,00			
Hayır	15	38,33	70,000	-4,088	,000*

*p < 0,05

Yöneticilerin engelli turizm pazarının geliştirilmesi ve engelli turizm pazarı yapısına dair düşünceleri tablo 6’da görülebileceği üzere turizm eğitimi almış olma ve olmama durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($P,000 < 0,05$). Tabloda turizm eğitimi almış yöneticilerin engelli turizm pazarının geliştirilmesine yönelik düşüncelerinin turizm eğitimi almamış yöneticilere göre daha yüksek olduğu, engelli turizm pazarının yapısına yönelik düşüncelerde ise turizm eğitimi almamış yöneticilerin turizm eğitimi almış yöneticilere göre daha yüksek olduğu görülebilir.

Tablo 7. Yaş, Eğitim ve Mesleki Deneyim Durumlarına Göre Farklılığı Gösteren Kruskal Wallis Testi

ENGELLİ TURİZM PAZARININ GELİŞTİRİLMESİ					
Değişkenler	n	Ortalama Sırası	Ki Kare	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)
Yaş					
18-25	2	34,25	7,439	4	,114
26-35	14	28,82			
36-45	23	27,52			
46-55	10	16,15			
56 ve üstü	1	8,50			
Eğitim					
Lise ve Dengi	2	11,50	2,225	3	,527
Ön lisans	10	24,30			
Lisans	35	26,34			
Yüksek lisans	3	29,00			
Mesleki Deneyim					
1-5 yıl	4	22,38	,552	2	,759
6-10 yıl	18	24,19			
10 yıldan fazla	28	26,79			
ENGELLİ TURİZMİ PAZARININ YAPISI					
Değişkenler	n	Ortalama Sırası	Ki Kare	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)
Yaş					
18-25	2	39,50	6,249	4	,181
26-35	14	26,46			
36-45	23	21,17			
46-55	10	29,50			
56 ve üstü	1	43,50			
Eğitim					
Lise ve Dengi	2	41,50	4,203	3	,240
Ön lisans	10	26,95			
Lisans	35	23,46			
Yüksek lisans	3	33,83			
Mesleki Deneyim					
1-5 yıl	4	33,25	4,632	2	,099
6-10 yıl	18	29,75			
10 yıldan fazla	28	21,66			

*p < 0,05

Tablo 7’de de görülebileceği gibi katılımcıların engelli turizm pazarının geliştirilmesi ve engelli turizm pazarının yapısına dair düşünceleri yaş, eğitim ve mesleki deneyim durumlarına göre farklılık göstermemiştir ($P > 0,05$).

Tablolardan elde edilen bulgular H1 hipotezini desteklemektedir. Diğer bir ifadeyle yöneticilerin engelli turizm pazarının geliştirilmesi ve engelli turizm pazarı yapısına dair görüşleri demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H2: Otellerin engelli bireylere sunduğu olanaklar tesis özelliklerine göre farklılık gösterir.

İkinci araştırma hipotezi tesis özelliklerini kapsayan hizmet yılı ve yıldız sayısı gibi değişkenlerin her biri temelinde test edilmiştir.

Tablo 8. Hizmet Yıllarına Göre Farklılığı Gösteren Kruskal Wallis Testi

Otellerin Engelli Turizm İmkânları	n	Ortalama Sırası	Ki Kare	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık Düzeyi (p)
Hizmet Yılı					
1 yıldan az	3	37,50	21,045	3	,000*
1-5 yıl	17	34,12			
5-10 yıl	19	25,08			
10 yıldan fazla	11	9,64			

*p < 0,05

Otellerin engelli turizm imkânları Tablo 8’de de görülebileceği üzere otellerin hizmet yıllarına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($P,000 < 0,05$). Bu farklılıkların hangi hizmet yılından kaynaklandığını bulmak için Mann Whitney U ikili karşılaştırma testi uygulanmıştır.

Tablo 9. Hizmet Yıllarına Göre Farklılığı Gösteren Mann Whitney U Testi

OTELLERİN ENGELLİ TURİZM İMKÂN LARI					
Hizmet Yılı	n	Ortalama Sırası	Mann Whitney U	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
1 Yıldan Az	3	12,67	19,000	-,690	,490
1-5 yıl	17	10,12			
1 Yıldan Az	3	15,83	15,500	-1,246	,213
6-10 yıl	19	10,82			
1 Yıldan Az	3	13,00	,000	-2,589	,010*
10 Yıl ve Üstü	11	6,00			
1-5 Yıl	17	22,00	102,000	-1,887	,059
6-10 Yıl	19	15,37			
1-5 Yıl	17	20,00	,000	-4,406	,000*
10 Yıl ve Üstü	11	6,00			
6-10 Yıl	19	18,89	40,000	-2,781	,005*
10 Yıl ve Üstü	11	9,64			

*p < 0,05

Tablo 9’da görülebileceği üzere Mann Whitney U ikili karşılaştırma sonuçlarında otel imkânlarının hizmet yıllarına göre farklılaşmasında;

- 1 yıldan az oteller ile 10 yıl üstünde faaliyette bulunan oteller arasında,
- 1-5 yıl arası ve 10 yıl üstü faaliyette bulunan oteller arasında,
- 6-10 yıl ve 10 yıl üstünde faaliyette bulunan oteller arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 10. Yıldız Sayısına Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi

Otellerin Engelli Turizm İmkânları	n	Ortalama Sırası	Mann Whitney U	Z Değeri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Yıldız Sayısı					
4 Yıldızlı Oteller	14	15,36	110,00	-3,070	,002*
5 Yıldızlı Oteller	36	29,44			

*p < 0,05

Otellerin engelli turizm imkanları yıldız sayısına göre anlamlı farklılık göstermiştir. Tablo 10'da da görülebileceği gibi 5 yıldızlı otellerin imkanlarının 4 yıldızlı otellere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablolardan elde edilen bulgular H2 hipotezini desteklemektedir. Diğer bir ifadeyle otellerin engelli bireylere sunduğu olanaklar tesis özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Engelli turizm pazarı son yıllarda en cazip pazarlardan biri haline gelmiştir. Ancak ülkemizde başta olmak üzere pek çok ülkede engelli bireylerin turizme katılımları yaşadıkları kısıtlamalardan ötürü çok düşük düzeyde kalmaktadır.

Gerçekleştirilen bu araştırmada tesis yöneticilerinin görüşlerine başvurarak İstanbul'daki konaklama işletmelerinin engelli bireylere sunduğu olanaklar, engelli turizm pazarının yapısı ve geliştirilmesi için yapılması gerekenler incelenmiştir. Otel işletmelerinin engelli bireylere sunduğu olanakların yeterince kısıtlı olduğu ve otellerdeki mevcut uygulamaların tüm engelli bireylere hizmet verebilecek şekilde düzenlenmediği, otel genel alanları, sosyal alanlar, web siteleri ve odaları gibi pek çok yerde mimari, çevresel ve altyapısal eksikliklerin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca engelli turizmüne dair gerekli olan yasal düzenlemelerin olmadığı ve bu konu hakkında ilgili kuruluşların yeterince faaliyette bulunmadığı gözlenmiştir.

Yapılan analizler çalışılan departman ve turizm eğitimi almış olma durumu gibi iki demografik özelliğin yöneticilerin İstanbul'daki engelli turizm pazarı yapısı ve pazarın güçlendirilmesine dair düşüncelerinde kişilerarası bir farklılık oluşturduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla yöneticilerin engelli turizm pazarı ve bu pazarın geliştirilmesine yönelik düşünceleri demografik özelliklere göre farklılık göstermiştir. Özellikle ön büro ve kat hizmetlerinde departmanlarında çalışan yöneticilerin engelli turizm pazarı ve

pazarın geliştirilmesine yönelik düşüncelerinde diğer departmanlara göre farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla ön büro ve kat hizmetleri gibi ön plan departmanında çalışan kişilerin arka plan departmanlarda çalışan kişilere göre misafirlerle daha çok yüz yüze iletişimde bulunmasından ötürü engelli turizmi hakkında daha çok farkındalıklarının olduğu söylenebilir. Turizm eğitimi alan ve engelli turizm pazarı hakkında bilgi sahibi olan yöneticiler almayan yöneticilere göre pazarın güçlendirilmesini daha çok istemektedirler. Turizm eğitimi almayan ve engelli turizmi hakkında bilgisi olmayan yöneticiler ise İstanbul'daki engelli turizm pazarı yapısına turizm eğitimi alan kişilerden daha olumsuz bakmaktadırlar. Bu durum turizm eğitimi alan kişilerin turizme dair konular ve değişen pazar profili hakkında bilgi sahibi olmalarından ötürü engelli turizm pazarına dair farkındalıklarının olduğunun bir göstergesi sayılabilir.

Otellerin engelli turizm imkânları hizmet yılı ve tesis sayısına göre farklılık göstermiştir. Özellikle yeni açılan otellerin engelli turizm pazarı hakkında eski otellere göre daha fazla

farkındalık sahibi oldukları, mevcut hizmetler ve bunlara dair düzenlemelerde engelli bireyleri daha fazla göz önünde bulundurdıkları söylenebilir. Yine 5 yıldızlı otel işletmelerini sunduğu olanakların 4 yıldızlı otel işletmelerine göre daha fazla olmasının nedeninin yıldız sayısına bağlı olarak kalite ve maliyet faktörlerinden kaynaklandığı söylenebilir.

Tüm bunlar doğrultusunda engelli turizminin geliştirilmesine yönelik şu önerilerde bulunulabilir:

- Engelli bireylerin turizme olan katılımlarını yükseltmek için pek çok çaba sarf edilmelidir. Bu çabaların en başında engelli bireylerin konakladığı turizm tesislerinin fiziksel yapılarının engellilere yönelik düzenlenmiş olması gerekliliği gelmektedir. Birçok otel engelliliği sadece tekerlekli sandalye kullanıcıları olarak algılamakta ve otel içindeki engellilik düzenlemelerini sadece fiziksel engellilere yönelik gerçekleştirmektedir. Otellerin her şeyden önce altyapılarını fiziksel, görme, işitme ve zihinsel engelli türlerine hizmet verebilecek şekilde düzenlemiş olmaları gerekmektedir.
- Engelli bireylerin tatillerinden memnun kalabilmelerinin en büyük etkenlerinden birisi de personeldir. Engellileri tanıyan ve onların özel gereksinimlerine cevap verebilecek eğitilmiş otel personeli engellilerin tatillerinden memnun kalmış bir şekilde evlerine dönebilmelerinde büyük rol oynayacaktır. Bu nedenle otellerin bünyelerinde çalışan personelini bu yönde eğitmesi gerekmektedir.
- Bazı otellerde çalışılan departmanlara göre engelliliğe bakış değişebilmektedir. Engelli bireylerle yüz yüze bulunan departmanda çalışan bireyler engelliliğe daha fazla önem verirken arka planda bulunan departmanlarda engellilik konusu yeterince önemli hissedilmemektedir. Engellilik ve engelli turizmi konusunun tüm departmanlara hassasiyetle benimsenmesi gerekmektedir.
- Engelli bireyler tatilleri sırasında bilgi gereksinimine oldukça ihtiyaç duymaktadır. Rezervasyon sırasında beğenip memnun kaldıkları oteller tatil esnasında beklentilerini karşılayabilecek nitelikte çıkmamaktadır. Bu problemten ötürü otellerin web sayfalarını engelli bireylerin bilgi ihtiyacına hizmet verebilecek şekilde düzenlemeleri gerekmektedir. Özellikle engelli odalarının sayısı, konumu ve otellerin engellilere yönelik sunduğu hizmetler web sayfalarında açık, net ve doğru bir şekilde belirtilmelidir.
- Son yıllarda açılan ve hizmet yılı yeni olan oteller engelli turizmine daha çok önem vermekte ve düzenlemelerini tüm engelli türlerine hizmet verebilecek şekilde yapmaktadırlar. Ancak faaliyet yılı uzun otellerde engelli bireylere yönelik düzenlemelere pek fazla rastlanılmamaktadır. Uzun yıllardan beri hizmet veren otellerin mevcut restorasyon uygulamalarını tüm engelli bireylere hizmet verebilecek şekilde yapmaları gerekmektedir.

- Otellerin yıldız sayısı engelli bireylere verilecek hizmetlerin kalitesini etkileyebilmektedir. Oteller engelli bireylere hizmet verirken tüm engelli bireylere düşünerek bu yönde hizmetler vermelidir. Zihinsel engelli bireyler neredeyse tüm otellerde unutulmuş bir durumdur. Otellerin mevcut düzenlemeleri uygulamalarında zihinsel engelli bireyleri göz ardı etmemesi gerekmektedir.
- Engelli turizm pazarına dair yapılacak düzenlemeler oldukça maliyetlidir ancak son yıllarda engelli pazarı turizmde oldukça cazip bir pazar haline gelmeye başlamıştır. Engelli turistlere birebir hizmet verebilecek engelli turizm otellerinin yaygınlaşması pazarın daha da canlanmasına neden olabilir. Bunun için engelli turistlere doğrudan hizmet verebilecek engelli turizm otelleri yaygınlaştırılmaya çalışılmalıdır.
- Engelli turizm pazarının geliştirilmesinde başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere pek çok kamu ve özel sektör kurumu birlikte ortaklaşa çalışmalar yürütmelidir. Engelli turizm pazarına ilgi çekilebilmesi için gerekli reklam faaliyetleri ve engellilere yönelik bir takım uygulamalar gerçekleştirilmelidir.
- Turizm sadece otellerde gerçekleştirilen bir eylem değildir. Engelli bireylerin konakladığı çevreyi gezip görmek en büyük haklarıdır. Bunları gerçekleştirebilmeleri için ulaşım yeterliliği çok büyük bir rol oynamaktadır. Engelli bireylerin destinasyonlara ulaşmalarını sağlayacak gerekli fiziksel altyapı oluşturulmalıdır. Bunun için devlet ve yerel yönetimler bu konuda çalışmalar yapmalı ve ulaşım altyapılarını engellilere yönelik düzenlemelidir.
- Engelliliğin en büyük problemlerinden birisi de halkın engellilik konusundaki bilincidir. Ülkemizde dair pek çok ülkede engellilik acınma, çaresizlik ve yetersizlik olarak görülmektedir. Engelliliğe yönelik bu yanlış algının ortadan kaldırılabilmesi için tüm vatandaşları bu konuda bilinçlendirebilecek çalışmalar yürütülmelidir.

KAYNAKÇA

- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). Türkiye’de Özürlüler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Olarak Konaklama Tesislerindeki Alt Yapı Olanaklarının Araştırılması (Düz.Öztürk, N.). Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi, 1 -35.
- Australian Bureau of Statistics (2011). *Disability Prevalence*, 02.05.2011. [URL: <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Lookup/4446.0main+features42009>] (Erişim 20 Nisan 2014).
- Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E. ve Miller, G. (2005). Accessibility Market and Stakeholder Analysis One-Stop-Shop For Accessible Tourism in Europe (OSSATE). *OSSATE Accessibility Market and Stakeholder Analysis*, 1-88.
- Darcy, S. (2006). Setting A Research Agenda For Accessible Tourism. *National Library of Australia Cataloguing in Publication Data*, 1-35.
- Darcy, S. ve Dickson, T. J. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 32-44.

- Darcy, S., Cameron, B. ve Pegg, S. (2010). Accessible Tourism and Sustainability: A Discussion and Case Study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (4), 515–537.
- Daruwalla, P. ve Darcy, S. (2005). Personal and Societal Attitudes to Disability, *Annals of Tourism Research*, 32 (3), 549–570.
- Destatis Statistisches Bundesamt, *7.5 Million Severely Disabled People Are Living in Germany*. [URL:<https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/SocietyState/Health/DisabledPersons/Current.html>] (Erişim 20 Nisan 2014).
- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E. ve Buhalis, D. (2008). Enabling Disabled Tourists? Accessibility Tourism Information Schemes. *Annals of Tourism Research*, 35 (1), 189-210.
- ENAT. (2007). *Rights of Tourists with Disabilities in the European Union Framework*, 2007.[URL:http://www.accessibletourism.org/resources/enat_study_1_rights_final_en.pdf] (Erişim 10 Nisan 2014).
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü. *Türkiye Engelliler Araştırması Temel Göstergeleri*. [http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Türkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri#nufus] (Erişim 21 Nisan 2014).
- English Federation of Disability Sport, Fact and Statistics. [URL: http://www.efds.co.uk/resources/facts_and_statistics] (Erişim 21 Nisan 2014).
- Öztürk, Y., Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is The Turkish Tourism Industry Ready For A Fisabled Customer's Market? The Views of Hotel and Travel Agency Managers. *Tourism Management*, 28, 382-389.
- Pagan, R. (2012). Time Allocation in Tourism For People With Disabilities. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1514–1537.
- Papworth Trust (2013). *Disability in the United Kingtom 2013*. [URL: <http://www.papworthtrust.org.uk/sites/default/files/Facts%20and%20Figures%202013%20web.pdf>] (Erişim 19 Nisan 2014).
- TÜRSAB Raporu (2008), *Dünyada ve Türkiye’de Engelsiz Turizm Pazarı*, Şubat 2008. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 21 Nisan 2014).
- Şahin, E. ve Erkal, S. (2012). Ortopedik ve Görme Engelli Bireyler İçin Konaklama Tesislerinde Yapılması Gereken Düzenlemeler. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-Dergisi*, 28 Nisan 2012, 1-14.
- Ulutaşdemir, N. (2007). Engelli Çocukların Eğitimi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2 (5), 119-130.
- United Nations. (2003). Barrier-Free Tourism for People With Disabilities in The Asian and Pacific Region. *United Nations Publications*, 1-114.
- Vignuda, J. L. (2001). Promotion of Barrier-Free Tourism For People With Disabilities in The Asian and Pacific Region. *Seminar of Sustainable Development of Ecotourism in Pasific Island Countries*, 17-18 October 2001, Fiji.
- WHO. (2011). Word Report On Disability. *WHO Library Cataloguing-in-Publication Data*, 1-325.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açılıarı Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 87-97,
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 11, 51-73.

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ DAVRANIŞI ÜZERİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER: 4 VE 5 YILDIZLI OTELLERİN YİYECEK-İÇECEK DEPARTMANI İŞGÖRENLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Ali YAYLI

*Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
yayli@gazi.edu.tr*

Ceren AVCI

*Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
cerenavci@gazi.edu.tr*

ÖZET

Mevcut çalışmada, 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek-içecek departmanlarında çalışan işgörenlerin iş sağlığı ve güvenliği davranışları üzerinde, güvenlik iklimi ve planlı davranış kuramı bileşenlerinin doğrudan ve dolaylı etkileri incelenmiştir. Araştırma örneklemini, Ankara’da 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan 384 yiyecek-içecek departmanı işgöreni olarak belirlenmiştir. Araştırma verileri, SPSS 16.0 ve Lisrel 8.80 paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, güvenlik davranışı üzerinde en yüksek doğrudan etkiye sahip değişkenler sırasıyla iş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normları, güvenlik davranışına yönelik algılanan kontrol ve güvenlik iklimidir. Araştırma bulgularının teorik ve pratik uygulanabilirliği, sonuç ve öneriler bölümünde tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *İş Sağlığı ve Güvenliği, Güvenlik İklimi, Planlı Davranış Kuramı, Yapısal Eşitlik Modeli.*

GİRİŞ

Uluslararası Çalışma Örgütü’nün verilerine göre her yıl gerçekleşen kaza oranı yıllık 317 milyon civarında olup bu kazaların birçoğu işe uzun süreli geri dönememeye neden olmakta, 2,34 milyon kişi ise iş kazalarından veya iş ile bağlantılı durumlardan yaşamını yitirmektedir (“Programme on Safety and Health at Work and the Environment (SafeWork) Raporu”, 2012, s.vi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı verilerine göre ise ülkemizde bu oran her gün 172 iş kazası, 4 işe bağlı ölüm ve 6 sürekli işgöremez hale gelen çalışan şeklindedir (“6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu Raporu”, 2012, s.9). Türkiye’de 2012 yılı itibarıyla ulusal işgücü içerisinde yer alan 27 021 400 kişi¹ içerisinde 60 090’sı erkek, 5 781’i kadın işgörenlere ait olmak üzere toplam 74 871 iş kazası; 386’sı erkek, 9’u kadın işgörenlere ait olmak üzere ise toplam 395 meslek hastalığı vakası yaşanmıştır. (“Çalışma Hayatı İstatistikleri Raporu”, 2012).

Hizmet sektöründe, sanayi sektörüne kıyasla, iş kazası ve meslek hastalıkları oranı daha düşük olmasına rağmen, iş sağlığı ve güvenliğini tehlikeye atabilecek unsurlar göz ardı edilemeyecek düzeydedir. Nitekim konaklama sektöründe 2012 yılında 663’ü erkek, 231’i kadın işgörenlere ait olmak üzere toplam 894 iş kazası gerçekleşmiştir (“Çalışma Hayatı İstatistikleri Raporu”, 2012). Sosyal Güvenlik Kurumu İş Kazası İstatistikleri’ne göre “kazaların ilk beş sebebi bir veya birden fazla cisim tarafından sıkıştırılma, ezilme,

cisimlerin batması veya kesmesi, makineler, düşen cisimlerin çarpıp devirmesi, kişilerin düşmesi ve taşıt kazaları sonucu ortaya çıkmaktadır” (Üçüncü, 2012, s. 6).

Konaklama işletmelerinin farklı departmanlardan oluştuğu göz önüne alındığında, her departman için farklı risk unsurları söz konusu olacaktır. Kayıtlara geçen kaza çeşitlerinden yola çıkarak, kazaların en sık, yiyecek-içecek departmanlarında yaşanma olasılığı olduğu düşünülmektedir. Müşteriye hızlı bir şekilde hizmet sunma güdüsünün, yiyecek ve içeceklerin hazırlanması sırasında patlayıcı, kesici veya yakıcı araçlarla çalışma zorunluluğunun ve işgörenlerin yiyecek-içeceklerin taşınması sırasında kullandıkları manuel arabaların kaza unsuru olma olasılığı yüksektir.

İş sağlığı ve güvenliğinin amacı, *“iş yerindeki tüm sağlık ve güvenlik durumlarıyla ilişkili olarak, öncelikle risklerin önlenmesi”*², işgörenin yaşamına ve vücut bütünlüğüne yönelik tehlikelerin ortadan kaldırılması, çalışanların işlerini etkin ve verimli bir biçimde gerçekleştirmelerini sağlayan koşul, yetenek ve alışkanlıkların bireysel ve örgütsel boyutta yaratılması ve aynı zamanda tehlike, risk ve kazaların sebep olduğu kayıp zamanın azaltılarak verimliliğin yükseltilmesidir (Herrero, Mariscal, Rodriguez ve Ritzel, 2012; Centel, 2000, s. 2; Tüzüner ve Özaslan, 2011). Kazaların %80-90 oranında, insan hatalarından meydana geldiği kabul edilmiştir (Hale ve Glendon, 1987; Heinrich, Petersen ve Roos, 1980; Didla, Mearns ve Flin, 2009). Bu bağlamda, sağlık ve güvenlik davranışını motivasyonel, davranışsal canlandırmaya dayalı ve çok katmanlı davranış grupları altında inceleyen birçok sosyo-bilişsel model vardır (Armitage ve Conner, 2000). Bu modellerden biri olan planlı davranış kuramı modeli, insan davranışını anlamaya yönelik yapılan çalışmalarda kullanılan en etkili yöntemlerden biridir (Ajzen, 2002).

Planlı davranış kuramı (Ajzen, 1991) ve öncülü olan nedenli eylem kuramı (Fishbein ve Ajzen, 1975), davranış üzerindeki bilişsel ve motivasyonel etkiler ile davranışın öngörülmesini sağlamaktadır. Uygulamalı sosyal psikoloji ve örgütsel davranış araştırmalarının güvenliği davranışsal açıdan incelemeye başlamaları ile beraber sağlık ve güvenlik yönetiminin köşe taşlarından biri haline gelen kavramlardan bir diğeri de güvenlik iklimidir (Fugas ve diğerleri, 2012).

Turizm sektöründe işgörenlerin iş sağlığı ve güvenliği davranışlarına yönelik durumsal ve psikolojik faktörleri inceleyen bir çalışmanın yapılmamış olması dikkat çekicidir. Bu sebeple mevcut çalışmada, örgütsel boyutta güvenlik iklimi, psikolojik boyutta ise planlı davranış kuramı aracılığıyla işgörenlerin iş sağlığı ve güvenliği davranışlarının bütüncül bir açıyla incelenmesi amaçlanmıştır. Daha özelleştirmek gerekirse, güvenlik iklimi ve kuram bileşenleri arasındaki doğrudan etkiler ortaya çıkarılmak istenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde güvenlik iklimi ve planlı davranış kuramı ile ilgili yazın taramasına yer verilmiş, ikinci bölümde çalışmanın yöntemi ele alınmıştır. Üçüncü bölümde çalışmanın bulguları ortaya konmuş, son bölümde ise çalışma bulguları, alanda yapılmış diğer çalışmalarla kıyaslanarak mevcut çalışmanın alana teorik ve pratik olası katkıları tartışılmıştır.

İLGİLİ YAZIN

Güvenlik iklimi '*işgörenlerin, işyerlerinin güvenliğiyle ilgili sahip oldukları algı*' (Zohar, 1980, s. 101) olup, örgütlerin ayırt edici özelliklerinden birini oluşturmaktadır (Clarke, 2006; Cooper ve Phillips, 2004; DeJoy ve diğerleri, 2004). İlk olarak Zohar (1980) 'güvenlik ikliminin ölçümü için sekiz faktörlü bir ölçek geliştirmiştir. Araştırma sonucunda güvenlik iklimi, örgütlerin bir karakteristiği ve örgütün genel güvenlik düzeyi ile ilişkili bir bileşen olarak tanımlanmış, güvenlik ikliminin en önemli nitelendiricileri ise *yönetimin güvenliğe karşı algılanan tutumu ve üretim sürecinde güvenliğin ön planda tutulmasına ilişkin algı* olarak saptanmıştır.

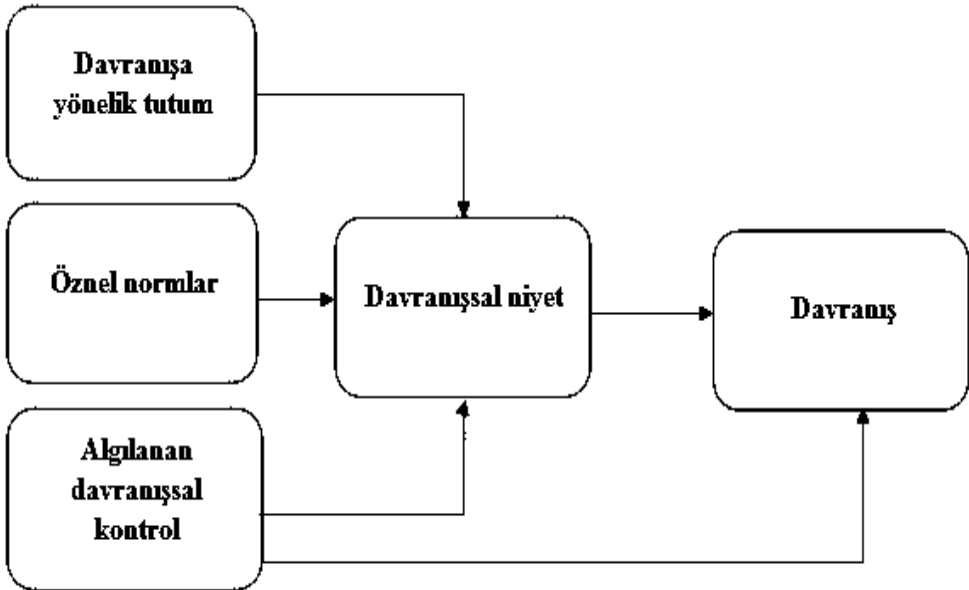
Güvenlik ikliminin tanımına ilişkin genel bir fikir birliği olsa da, kavramın bileşenlerine ilişkin sürekli bir tartışma yaşanmıştır (Johnson, 2007). Bu sebeplesüreç içerisinde yapılmış çalışmaların bir kısmı kavramın kapsamını örgütsel değişkenler aracılığı ile belirlemeye yönelik iken (Cooper, 2000; Flin, Mearns ve Bryden, 2000; Guldenmund, 2000; DeJoy ve diğerleri, 2004), birçoğu da güvenlik iklimi, güvenlik davranışı ve kazalar arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik olmuştur (Griffin ve Neal, 2000; Neal, Griffin ve Hart, 2000; Varonen ve Mattila, 2000; Glendon ve Litherland, 2001; Burke, Sarpy, Tesluk ve Smith Crowe, 2002; Neal ve Griffin, 2002; Cooper ve Phillips, 2004; Fogarty, 2004; Zohar ve Luria, 2005; Clarke, 2006; Huang, Ho, Smith ve Chen, 2006; Neal ve Griffin, 2006; Hahn ve Murphy, 2008; Fugas ve diğerleri, 2012).

Bu çalışmalar sonucunda, güvenlik iklimi ile güvenlik davranışı arasındaki ilişki ortaya çıkarılmıştır. Örneğin Clarke(2006), meta analizi ile incelemiş olduğu 68 alan çalışmasında bu tanıyı desteklemiştir. Öte yandan, Varonen ve Mattila (2000), örgütsel değişkenlerle güvenlik iklimi ve güvenlik iklimi ile güvenlik davranışı arasında ilişki saptamışken, Huang vd., (2006), algılanan davranışsal kontrolün, güvenlik iklimi ve kazaya uğrama arasında aracı değişken etkisini tespit etmiştir. Farklı bir perspektif ile kavram, örgütsel ve bireysel düzey boyutlarında da araştırma konusu olmuş (Zohar ve Luria, 2005; Neal ve Griffin, 2006), ayrıca güvenliğe yönelik bilgi, beceri (Neal ve Griffin, 2000; Burke vd., 2002), güvenlik eğitimi (Probst, 2004), güvenlik temelli etkileşim (Zohar ve Luria, 2005) ve güvenlik liderliği (Wu vd., 2008) gibi değişkenlerin de güvenlik davranışı üzerinde güvenlik iklimi ile beraber etkisi olduğu saptanmıştır. Son olarak Fugas vd. (2012), güvenlik iklimi ile güvenlik davranışı arasında planlı davranış kuramı bileşenlerinin aracı etkisini ortaya çıkaran bir çalışma gerçekleştirmiştir.

Bileşenler arasındaki nedensel bağlantıları ortaya koyuş biçimi ile planlı davranış kuramı (Ajzen, 1985; Ajzen, 1991) ve öncülü olan nedenli eylem kuramı (Fishbein ve Ajzen, 1975), davranış üzerindeki bilişsel ve motivasyonel etkiler ile davranışın öngörülmesini sağlamaktadır. Kurama göre insan davranışı üç inancın etkisi altındadır. Bu inançların ilki, benzer davranışsal sonuçlar veya davranışın diğer özellikleri hakkındaki inançları niteleyen davranışsal inançlardır. İkincisi, diğer bireylerin normatif beklentileri hakkındaki inançları niteleyen normatif inançlar ve üçüncüsü davranışın gerçekleşmesinde engelleyici veya

ilerletici faktörlerin varlığına ilişkin inançları niteleyen kontrol inançlarıdır (Ajzen, 1991). Davranışsal inançlar, davranışa karşı olumlu veya olumsuz tutumların üretilmesine sebep olurken normatif inançlar, algılanan sosyal baskı ve öznel normların oluşmasına sebep olur. Kontrol inançları ise, *'bir davranışı gerçekleştirmede algılanan kolaylık veya zorluk'* (Ajzen, 2002, s. 665) olarak tanımlanan, algılanan davranışsal kontrolün oluşmasına sebep olur. Davranışa karşı tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün biraraya gelmesiyle, davranışsal niyet oluşur. Son olarak, davranış üzerinde yeterli derecede geçerli kontrol verildiğinde, niyetin dışavurumuyla davranış gerçekleştirilir (Ajzen, 2002). Kuram, sürücü ihlalleri (Manstead ve Parker, 1995; Conner, Smith ve McMillan, 2003; Chorlton, Conner ve Jamson, 2012), uyuşturucu kullanımı (Conner ve McMillan, 1999), yiyecek seçimi (Armitage ve Conner, 1999), güvenli eşya kaldırma (Johnson ve Hall, 2005), hız limitine uyma (Elliot, Armitage ve Baughan, 2003), iş yerinde güvenli olmayan davranışlar (Fogarty ve Shaw, 2010), kişisel sağlık davranışları (McCaul, Sandgren, O'Neill ve Hinsz 1993; Godin ve Kok, 1996; McEachan, Conner, Taylor ve Lawton, 2011) ve iş sağlığı ve güvenliği davranışı (Fugas vd., 2012) olmak üzere pek çok sağlık ve güvenlik davranışına uygulanmış ve kuramın davranış öngörücü gücü geçerlik kazanmıştır.

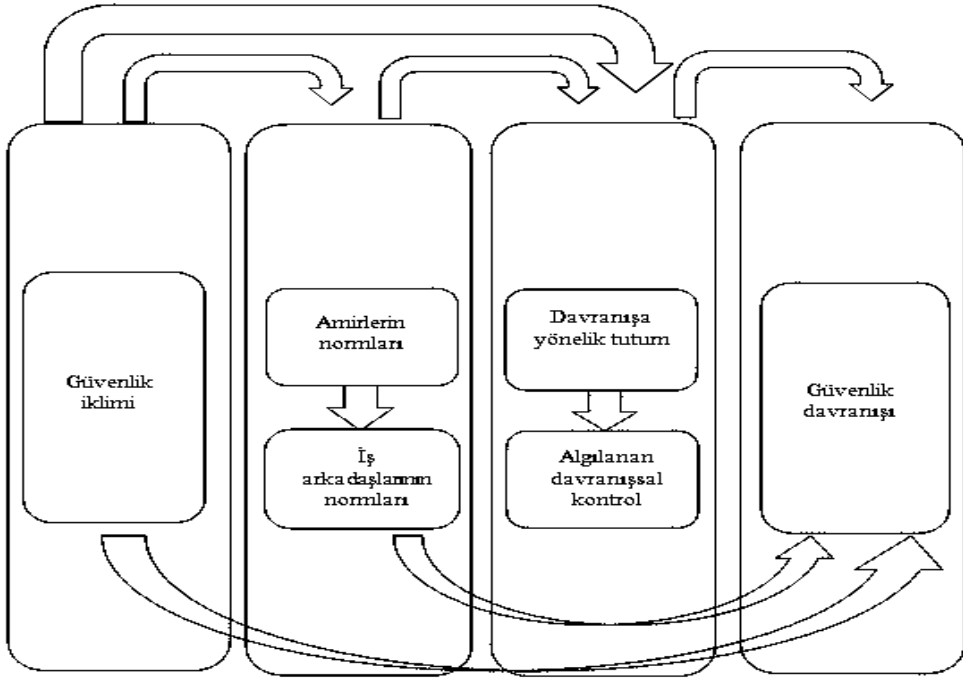
Şekil 1. Planlı Davranış Kuramı Modeli



Kaynak: Ajzen, 1991, s. 182

Mevcut çalışmada, güvenlik iklimi ve kuram bileşenleri arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır ve bu doğrultuda öznel normlar, amirlerin güvenlik normları ve iş arkadaşlarının güvenlik normları (Fugas vd., 2012) şeklinde ayrılarak, aşağıda yer verilen araştırma modeli oluşturulmuştur.

Şekil 2. Araştırma Modeli



Oluşturulmuş modele göre yapılandırılan hipotezler aşağıdaki gibidir:

- H_{1a}: Güvenlik ikliminin, amirlerin güvenliğe yönelik normları üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H_{1b}: Güvenlik ikliminin, iş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normları üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H_{2a}: Güvenlik ikliminin, güvenlik davranışına yönelik tutum üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H_{2b}: Güvenlik ikliminin, güvenlik davranışına yönelik algılanan kontrol üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H₃: Güvenlik ikliminin, güvenlik davranışı üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H₄: Amirlerin güvenliğe yönelik normlarının, iş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normları üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H_{5a}: Amirlerin güvenliğe yönelik normlarının, güvenlik davranışına yönelik tutum üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H_{5b}: Amirlerin güvenliğe yönelik normlarının, güvenlik davranışına yönelik algılanan kontrol üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H₆: Amirlerin güvenliğe yönelik normlarının, güvenlik davranışı üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H_{7a}: İş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normlarının, güvenlik davranışına yönelik tutum üzerinde doğrudan etkisi vardır.
- H_{7b}: İş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normlarının, güvenlik davranışına yönelik algılanan kontrol üzerinde doğrudan etkisi vardır.

H₈: İş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normlarının, güvenlik davranışı üzerinde doğrudan etkisi vardır.

H₉: Güvenlik davranışına yönelik tutumun, güvenlik davranışına yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde doğrudan etkisi vardır.

H₁₀: Güvenlik davranışına yönelik tutumun, güvenlik davranışı üzerinde doğrudan etkisi vardır.

H₁₁: Güvenlik davranışına yönelik algılanan kontrolün, güvenlik davranışı üzerinde doğrudan etkisi vardır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın evrenini Ankara’da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek-içecek departmanlarında çalışan işgörenler oluşturmaktadır. Yiyecek-içecek departmanı mutfak, servis, bar ve restaurant alt bölümlerini kapsayacak şekilde belirlenmiştir. 4 ve 5 yıldızlı otellerin evren olarak seçilme nedeni, 4 yıldızın altındaki otellerin yoğunluklu olarak yiyecek-içecek hizmetlerini dışarıdan tedarik etmeyoluna gitmesi ve kendi bünyelerinde yiyecek-içecek personeli çalıştırmamalarından kaynaklanmıştır.

Ankara’da 4 ve 5 yıldızlı toplam 54 otel bulunmaktadır³. Otellerin belirli departmanlarında çalışan işgören sayısı ise bilinmemektedir. Ana kütle sayısının bilinmediği durumlarda örneklem sayısı belirlemeye yönelik olarak kullanılan “ $n = \pi(1-\pi) / (e/Z)^2$ ” formülü ve %95 güven aralığı ve %5 hata payı ile, örneklem sayısı 384 olarak hesaplanmıştır (Kurtuluş, 2010, s. 67). Veri toplama aracı olarak anket kullanılmış ve değerlendirmeye uygun toplam 384 anket elde edilmiştir.

Araştırmaya katılan toplam 384 işgörenin 143’ü (%37,2) 4, 241’i (%62,8) ise 5 yıldızlı otellerde çalışmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu erkek olup cinsiyet dağılımı 119 kadın (%31), 258 erkek (%67,2) şeklindedir. İşgörenlerin yoğunluklu olarak dahil olduğu yaş grubu 189 kişi ile (%49,2) 25-34 arası yaş grubudur. Bu grubu 112 kişi ile (%29,2) 17-24 arası yaş grubu, 64 kişi ile (%16,7) 35-44 arası yaş grubu ve 19 kişi ile (%4,9) 45-54 arası yaş grubu takip etmektedir. İşgörenlerin çoğunluğu bekar olup (n=219, %57), bir kısmı evlidir (n=163, %42,4). 150 katılımcı (%39,1) ortaöğretim mezunu, 117 katılımcı (%30,5) önlisans mezunu, 84 katılımcı (%21,9) lisans mezunu, 20 katılımcı (%5,2) ilköğretim mezunu ve 12 katılımcı (%3,1) yüksek lisans mezunudur. 183 katılımcı (%47,7) çalışıyor oldukları kurumda 1-3 yıl arası, 93 katılımcı (%24,2) ise 1 yıldan az bir süredir çalışıyor olduklarını belirtmişlerdir. Kurumlarında 3-6 yıl arası çalışan katılımcıların sayısı 72 (%18,8), 6-10 yıl arası çalışan katılımcıların sayısı 21 (%5,5) ve 10 yıldan fazla çalışan katılımcıların sayısı ise 13’tür (%3,4).

Araştırmada, Fugas vd. (2012)’nin çalışmalarında kullanmış oldukları ölçekler kullanılmış, ankette yer alan ifadelerin, katılımcılar tarafından, 7’li Likert Ölçeği’ne göre 1: kesinlikle katılmıyorum, 7: kesinlikle katılıyorum aralığında cevaplandırılması istenmiştir. Ankette yer alan ifadeler araştırmacı tarafından Türkçe’ye uyarlanmış, bazı ifadeler Türkiye’deki iş prosedürüne uyacak biçimde değiştirilmiştir. Gerçekleştirilen 19 pilot çalışma sonucunda, ankette yer alan anlaşılması güç bir ifade, olumsuz yargıdan olumlu yargıya çevrilmiştir.

Demografik ifadelerin tanımlayıcı istatistikleri için istatistik paket programı kullanılmış, ankette yer alan değişkenler arası ilişkilerin belirlenmesi için ise, Lisrel 8.80 programı aracılığıyla Anderson ve Gerbing (1998)'in iki aşamalı yapısal eşitlik modeli yöntemi uygulanmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Yapısal eşitlik analizlerinin uygulanabilmesi için, eldeki verinin, normal dağılım kriterlerini karşılaması gerekmektedir. Bu sebeple öncelikle, verinin basıklık ve çarpıklık değerleri kontrol edilmiştir. ‘Güvenlik davranışına yönelik tutum’ değişkenini ölçen 19, 20 ve 21. ifadelerin basıklık değerinin 7 sınırında, dolayısıyla olması gereken basıklık değerlerinin dışında (Hong, Malik ve Lee, 2003) olduğu saptanmıştır (if19: 6,8; if20: 8,5; if21: 7). Verinin normal dağılmadığı durumlarda, ölçüm ve yapısal modelin kestirimi için asimptotik kovaryansmatraksi ve robust en çok olabilirlik kestirim yönteminin kullanılması tavsiye edilmekte olup (Satorra ve Bentler, 1999; Ntoumanis, 2001; Mercken, Candel, Willems ve Vries, 2007; Fenollar, Roman ve Cuestas, 2007; Şimşek, 2007, s. 56), analiz için bahsi geçen yöntemler kullanılmıştır.

Tablo 1. Ölçüm Modelindeki Değişkenlerin Standardize Edilmiş Parametre Değerleri

Örtük değişken	Gözlenen değişken	Faktör yükü	t değeri	Standart hata değeri	Cronbach alfa
Güvenlik İklimi	if1	0,83	46,86***	0,31	,93
	if2	0,88	62,18***	0,23	
	if3	0,79	36,81***	0,38	
	if4	0,84	49,69***	0,29	
	if5	0,84	48,83***	0,30	
	if6	0,81	41,15***	0,35	
Amir Normları	if7	0,79	37,62***	0,37	,92
	if8	0,87	50,70***	0,25	
	if9	0,87	60,77***	0,23	
	if10	0,82	43,34***	0,33	
	if11	0,80	39,68***	0,36	
	if12	0,76	31,77***	0,43	
	if13	0,90	81,10***	0,19	
Arkadaş Normları	if14	0,90	79,97***	0,19	,95
	if15	0,91	85,55***	0,18	
	if16	0,85	54,03***	0,28	
	if17	0,87	64,07***	0,24	
	if18	0,86	57,96***	0,27	
Tutum	if19	0,88	67,22***	0,22	,94
	if20	0,97	123,48***	0,64	
	if21	0,91	79,64***	0,18	
	if22	0,82	40,84***	0,32	
Algılanan Kontrol	if23	0,92	63,26***	0,16	,86
	if24	0,94	44,58***	0,29	
	if25	0,73	28,32***	0,47	
Güvenli Davranış	if26	0,83	47,88***	0,30	,92
	if27	0,84	48,27***	0,30	
	if28	0,88	64,86***	0,22	
	if29	0,86	57,93***	0,25	
	if30	0,78	36,54***	0,39	

Tablodan, tüm faktör yüklerinin ,50; t değerlerinin ise 2, 576 sınır değerinden yüksek olduğu görülmektedir (Hair, Anderson, Tahtam ve Black, 1998). Model uyum iyiliği indeksleri de kabul edilebilir değerler üretmiştir ($\chi^2=1384,97$ (p= 0.00), df= 390; $\chi^2/df=3,55$; RMSEA= 0,082; CFI= 0,97; RMR= 0,048; NFI= 0,97).

Tablo 2. Ölçüm Modelinin Yapı Güvenirliği ve Ayrımsama Geçerlikleri

	Yapı Güvenirliği	GI ¹	ŞN ²	AN ³	T ⁴	AK ⁵	GD ⁶
GI ¹	0,93	0,69					
ŞN ²	0,92	0,48	0,67				
AN ³	0,95	0,30	0,45	0,78			
T ⁴	0,94	0,22	0,23	0,18	0,85		
AK ⁵	0,90	0,22	0,20	0,28	0,28	0,74	
GD ⁶	0,93	0,34	0,32	0,49	0,18	0,37	0,68

Yapı güvenirliği değerleri, 70 ve açıklanan varyans değerleri ,50 olan ölçüm modelinin, yapı güvenirliği ve ayırım geçerliğinin sağlanmış olduğu da görülmektedir. Bir sonraki aşamada, yapısal model test edilmiş ve analiz değerlerine tablo 3'te yer verilmiştir:

Tablo 3. Örtük Değişkenler Arasındaki Doğrudan İlişkilere Yönelik Standardize Edilmiş Yol Katsayıları

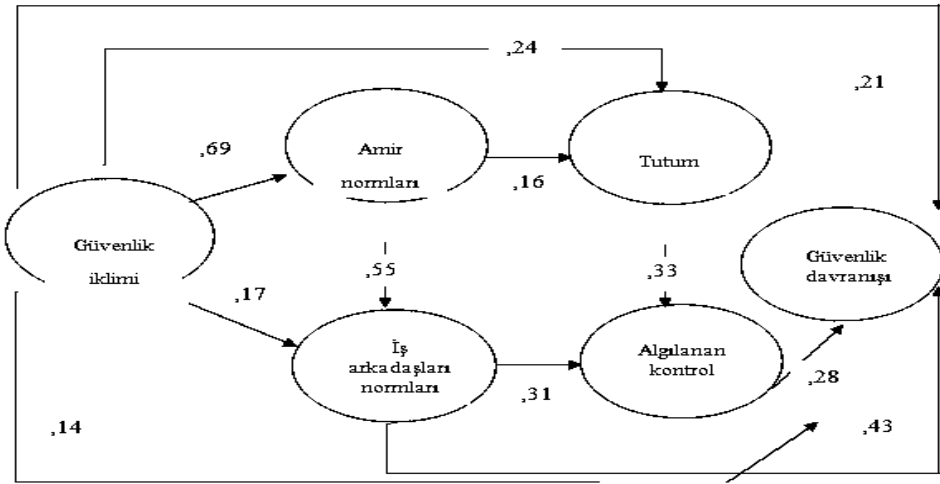
Hipotez	Doğrudan etki	β	t değeri	Sonuç
H1a	Güvenlik iklimi – amir normları	0,69	21,29***	Kabul
H1b	Güvenlik iklimi – arkadaş normları	0,17	2,88**	Kabul
H2a	Güvenlik iklimi – tutum	0,24	3,59***	Kabul
H2b	Güvenlik iklimi – algılanan kontrol	0,15	2,20*	Kabul
H3	Güvenlik iklimi – güvenli davranış	0,20	3,57***	Kabul
H4	Amir normları – arkadaş normları	0,55	9,67***	Kabul
H5a	Amir normları – tutum	0,20	2,60**	Kabul
H5b	Amir normları – algılanan kontrol	-0,021	-0,27	Ret
H6	Amir normları – güvenli davranış	0,034	0,53	Ret
H7a	Arkadaş normları – tutum	0,16	2,55*	Kabul
H7b	Arkadaş normları – algılanan kontrol	0,32	5,23***	Kabul
H8	Arkadaş normları – güvenli davranış	0,42	7,86***	Kabul
H9	Tutum – algılanan kontrol	0,33	6,58***	Kabul
H10	Tutum – güvenli davranış	-0,017	-0,35	Ret
H11	Algılanan kontrol – güvenli davranış	0,29	5,68***	Kabul

Tablo 3'te de görüleceği gibi, amirlerin normları ve algılanan davranışsal kontrol ($\beta = -0,021$; $t = -0,27$; $p > 0,05$), tutum ve güvenlik davranışı ($\beta = -0,017$; $t = -0,35$; $p > 0,05$) ve amirlerin normları ile güvenlik davranışı ($\beta = 0,034$; $t = 0,53$; $p > 0,05$) arasındaki yol katsayılarının anlamlı çıkmadığı görülmektedir. Söz konusu ilişkilerin modelden çıkarılması ile, modelin uyum iyiliği indekslerinde χ^2 değeri 1445,25 ($p = 0,00$), serbestlik derecesi 417, χ^2/df değeri 3,47; RMSEA değeri 0,080; ECVI değeri 4,02; AIC değeri 1541,25; CFI değeri 0,97; NFI değeri 0,96 ve RMR değeri 0,048 olarak kaydedilmiş olup değişkenler arasındaki tüm yol katsayıları anlamlı hale getirilmiştir.

Mevcut modelde (bkz. şekil 3) güvenlik davranışı üzerindeki en yüksek etkiyi iş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normları göstermekte olup ($\beta = 0,43$; $t = 9,19$) bu etkiyi

güvenlik davranışına yönelik algılanan kontrol ($\beta = 0,28$; $t = 6,01$) ve güvenlik iklimi ($\beta = 0,21$; $t = 4,58$) takip etmektedir. Güvenlik ikliminin, amirlerin güvenliğe yönelik normları üzerindeki etkisi, modeldeki en yüksek değere sahip etki olup ($\beta = 0,69$; $t = 21,29$), amirlerin güvenliğe yönelik normlarının iş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normları üzerindeki etkisi ($\beta = 0,55$; $t = 9,67$) ve iş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normlarının güvenlik davranışı üzerindeki etkisi ($\beta = 0,43$; $t = 9,19$) takip etmektedir. Böylece, güvenlik davranışındaki varyansın %59'u, güvenlik iklimi, iş arkadaşlarının güvenliğe yönelik normları ve güvenlik davranışına yönelik algılanan kontrol tarafından açıklanmıştır.

Şekil 3.Örtük Değişkenler Arası İlişkilere Yönelik Yol Diyagramı



SONUÇ VE ÖNERİLER

Mevcut çalışmada, 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek-içecek departmanlarında çalışan işgörenlerin iş sağlığı ve güvenliği davranışları, güvenlik iklimi ve planlı davranış kuramı kapsamında incelenmiştir. Bu bağlamda, güvenlik iklimi ve planlı davranış kuramı bileşenlerinin, güvenlik davranışını öngörüp öngörmediği sorusuna cevap aranmıştır. Ayrıca araştırmada, güvenlik iklimi, amirlerin ve iş arkadaşlarının güvenlikle ilgili normları, güvenliğe yönelik tutum, güvenliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol arasındaki doğrudan ilişkiler netleştirilmek istenmiştir. Çalışma sonucunda, güvenlik ikliminin güvenlik davranışı üzerinde etkili olduğu ve 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan yiyecek-içecek departmanları işgörenlerinin iş sağlığı ve güvenliği davranışlarının açıklanmasında planlı davranış kuramının öngörücü bir etkisi olduğu kabul edilmiştir.

Güvenlik davranışındaki varyans yüksek bir oranla (.59) güvenlik iklimi, amirlerin ve iş arkadaşlarının normları ve algılanan davranışsal kontrol tarafından açıklanmıştır. Ghosh ve diğerleri (2004), örgütsel faktörlerin iş kazalarına sebep olduğunu, Cui ve diğerleri (2013), Clarke (2006), Burke ve diğerleri (2002) ve Probst (2004) güvenlik davranışının güvenlik iklimi tarafından etkilendiğini, Haktanır (2011) ve Fugas ve diğerleri ise iş sağlığı ve

güvenliği davranışının planlı davranış kuramı bileşenleri tarafından etkilendiğini saptayan çalışmalar gerçekleştirmiştir. Mevcut sonuç da, bu saptamalar ile paralellik göstermektedir.

Güvenlik ikliminin amirlerin normları üzerinde göstermiş olduğu yüksek etki, beklenebilir bir sonuçtur. Amirlerin gözlemlenen veya anlam çıkarılan davranışları sonucu oluşan sosyal baskı ve amirlerin, işgörenlerden neyi yapmalarını istediklerine yönelik algı sonucu oluşan sosyal baskı, işgörenlerin güvenliğe yönelik algısı tarafından etkilenmektedir. İşgörenlerin güvenliğe yönelik algısı ile amirlerin güvenliğe yönelik gözlenen davranışlarını anlamlandırma ve kendinden neyin beklenildiğini düşünme arasında yüksek ilişki bulunmaktadır. Bu durumda, işgören üzerinde, amirler vesilesiyle güvenliğe yönelik algılanan sosyal baskı, işyerinin genel güvenlik düzeyiyle ilişkilidir. Rundmo (2000)'nın gerçekleştirmiş olduğu çalışmaya göre, iş yerinde güvenlik kurallarını ihlal etmenin kabul edilebilirliği, risk davranışı ile yüksek düzeyde ilişkilidir. Bu nedenle, iş yerinde, güvenliğe yönelik kurallar ne kadar tavizsiz işler ve örgütün genel güvenlik düzeyi ne kadar yüksek olursa, işgörenlerin amirleri vesilesiyle algıladıkları sosyal baskı da o denli yüksek olmakta, bu sosyal baskı ise güvenli davranışı sağlamakta etkili olmaktadır. Öte yandan amirlerin normları iş arkadaşlarının normlarını güçlü bir şekilde doğrudan etkilemektedir ($\beta = ,55$). Haktanır (2011)'ın çalışmasında, güvenlik davranışını anlamlı bir biçimde etkileyen tek değişkenin öznel normlar olduğu bulgulanmıştır. Bu sonuçtan da anlaşılacağı gibi, normların, davranış üzerindeki etkisi güçlüdür. Nitekim, iş arkadaşlarının normları, güvenlik davranışı üzerinde yüksek bir doğrudan etki göstermiştir ($\beta = ,43$). Bu durumda, yönetsel bazda etkili bir liderliğin güvenlik davranışı üzerindeki rolü önemli görünmektedir (Clarke ve Wald, 2006; Wu ve diğerleri, 2008).

Araştırma sürecinde, Türkiye’de konaklama işletmeleri ile ilgili iş güvenliği istatistiklerinde kaza sebepleri, hasarlara yönelik bilgi ve risk konularını belirten istatistiklere rastlanmamıştır. Bu durum, hukuksal anlamda iş sağlığı ve güvenliğinin ne oranda ciddiye alındığına dair bir soru işareti yaratmıştır. Durumdan yola çıkarak, kurum yöneticilerinin, işgörenlerin içinde bulunduğu tüm ergonomik koşulların uzmanlarca denetimi ve işgörenin iş sırasında kullandığı tüm araç ve gereçlerin kontrol ve bakımının yapılmasını sağlaması gerekmektedir. İş yeri risk analizlerinin yapılmasının sağlanması ve iş yeri hekimi ve iş güvenliği uzmanlarının, görevlerini profesyonel bir biçimde yapıp yapmadıklarının denetlenmesi, yönetimin güvenlik konusundaki asli sorumlulukları arasında sayılabilir. Genel olarak yönetim, sağlıklı ve güvenli çalışma sistemleri tasarlamak, sağlık ve güvenlik problemlerini engellemek adına sürekli incelemelerde bulunmak, eğitim programları geliştirmek, sağlık ve güvenlik komiteleri oluşturmak, güvenlik politikaları izlemek ve eylem planları ve kontrol listelerini düzenlemekten sorumludur (Bingöl, 2013). Fakat öncelikle yöneticilerin kendi kendilerini eğitme ve değiştirmeleri gerekmektedir. ‘Dönüşüm’ ü teşvik edecek olan yönetici ve amirler, iş yapma tarzı ile yüksek moral ve etik standartlar koyarak grup üyeleri nezdinde kazandığı saygı dolayısıyla kendine yönelik bağlılığı artırabilir, ideallere ve değer yargılarına bağlı olarak kendisinden ilham almaya dönük duygusal bir motivasyon sağlayabilir; mevcut yapılanmayı eleştirip değişik

perspektifler getirme ve inovatif fikirler ileri sürme yolu ile işgörenlerin entelektüel yönlerine hitap ederek onları bu yolda davranma ve düşünmeye özendirebilir veya işgörenlere koçluk yaptığı, onların gelişmesi için ilgi ve gayret gösterdiği davranış tarzı ile işgören dönüşümünü sağlayabilirler. Bir başka alternatif olan 'işgören güçlendirme' yöntemi ile (Koçel, 2013, s. 410-416) işgörenin işe yönelik tutum biçimi ve algıladığı kolaylık/zorluk derecesinin değiştirilmesi yolu ile, güvenliğe yönelik tutum ve algılanan davranışsal kontrolünün de olumlu yönde değişebileceği düşünülmektedir.

Mevcut çalışma, konaklama işletmelerinin yiyecek-içecek departmanlarında çalışan işgörenlerin iş sağlığı ve güvenliği davranışlarını öngörmeye güvenlik iklimi ve planlı davranış kuramı bileşenlerinin rolü olduğuna bir dayanak oluşturmuş ve konuyla ilgili politikaları belirleyecek olan kurum ve birimlere işgören davranışını etkileyen faktörlerle ilgili bir perspektif sunmaya çalışmıştır. Bir kısıt olarak davranış ölçümüne ilişkin değerler işgörenlerin öz raporlaması yoluyla elde edilmiştir. Daha etkin sonuçlara ulaşılması açısından, davranışın gözlem yöntemi ile de ölçülerek, mevcut çalışma sonuçları ile karşılaştırma yapılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Benzer bir gereklilik, konaklama ünitesinin genel güvenlik düzeyinin tespiti için de geçerlidir. Ayrıca, departmanlar arası karşılaştırmalı bir çalışmanın, alana katkı sunacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ajzen, I (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (4), 1-20.
- Anderson, J.C., Gerbing, D.W. (1988). Structural Equation Modelling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103 (3), 411-423.
- Armitage, C.J., Conner, M. (1999). Predictive Validity of Theory of the Planned Behaviour: The Role of Questionnaire Format and Social Desirability. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 9, 261-272.
- Bingöl, D. (2013). *Human Resources Management*. İstanbul: Beta.
- Burke, M.J., Sarpy, S.A., Tesluk, P.E. and Smith-Crowe, K. (2002). General Safety Performance: A Test of a Grounded Theoretical Model. *Personnel Psychology*, 55, 429-457.
- Centel, T. (2000). *İş Sağlığı ve İş Güvenliği Mevzuatı*. İstanbul: Mess.
- Chorlton, K., Conner, M. and Jamson, S. (2012). Identifying the Psychological Determinants of Risky Riding: An Application of the Extended Theory of Planned Behaviour. *Accident Analysis and Prevention*, 49, 142-153.
- Clarke, S. (2006). The Relationship Between Safety Climate and Safety Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Occupational Health Psychology*, 11 (4), 315-327.
- Clarke, S., Ward, K. (2006). The Role of Leader Influence Tactics and Safety Climate in Engaging Employees' Safety Participation. *Risk Analysis*, 26 (5), 1175-1185.
- Conner, M., McMillan, B. (1999). Interaction Effects in the Theory of Planned Behavior: Studying Cannabis Use. *British Journal of Social Psychology*, 38, 195-222.

- Conner, M., Smith, N., McMillan, B. (2003). Examining Normative Pressure in the Theory of Planned Behaviour: Impact of Gender and Passengers on Intentions to Break the Speed Limit. *Current Psychology: Developmental, Learning, Personality, Social*, 22 (3), 252-263.
- Cooper, M. D. (2000). Towards a Model of Safety Culture. *Safety Science*, 36, 111-136.
- Cooper, M.D., Phillips, R.A. (2004). Exploratory Analysis of Safety Climate and Safety Behaviour Relationship. *Journal of Safety Research*, 35, 497-512.
- Cui, L., Fan, D., Fu, G. And Zhu, C.J. (2013). An Integrative Model of Organizational Safety Behaviour, *Journal of Safety Research*, 45, 37-46.
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, (2012). *6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu Raporu*, Ankara.
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2012). *Çalışma Hayatı İstatistikleri* (Yayın no:5), Ankara.
- DeJoy, D. M., Schaffer, B.S., Wilson, M.G., Vandenberg, R.J. and Butts, M.M. (2004). Creating Safer Workplaces: Assessing the Determinants and Role of Safety Climate. *Journal of Safety Research*, 35, 81-90.
- Didla, S., Mearns, K., Flin, R. (2009). Safety Citizenship Behaviour: a Proactive Approach to Risk Management. *Journal of Risk Research*, 12 (3), 475-483.
- Fenollar, P., Roman, S. And Cuestas, P.J. (2007). University Students' Academic Performance: An Integrative Conceptual Framework and Empirical Analysis. *British Journal of Educational Psychology*, 77, 873-891.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Flin, R., Mearns, K. And Bryden, R. (2000). Measuring Safety Climate: Identifying the Common Features. *Safety Science*, 34, 177-192.
- Fogarty, G. (2004). The Role of Organizational and Individual Differences Variables in Aircraft Maintenance Performance. *International Journal of Applied Aviation Studies*, 4 (3), 73-90.
- Fogarty, G.J., Shaw, A. (2010). Safety Climate and the Theory of Planned Behavior: Towards The Prediction of Unsafe Behavior. *Accident Analysis and Prevention*, 42 (5), 1455-1459.
- Fugas, C.S., Silva, S.A. and Melia, J.L. (2012). Another Look at Safety Climate and Safety Behaviour: Deeping the Cognitive and Social Mediator Mechanisms. *Accident Analysis and Prevention*, 45, 468-477.
- Ghosh, A.K., Bhattacharjee, A. and Chau, N. (2004). Relationships of Working Conditions and Individual Characteristics to Occupational Injuries: A Case-Control Study in Coal Miners. *Journal of Occupational Health*, 46, 470-478.
- Glendon, A. I., Litherland, D. K. (2001). Safety Climate Factors, Group Differences and Safety Behaviour in Road Construction. *Safety Science*, 39, 157-188.
- Godin, G., Kok, G. (1996). The Theory of Planned Behaviour: A Review of its Applications to Health-Related Behaviours. *American Journal of Health Promotion*, 11 (2), 87-98.
- Griffin, M.A., Neal, A. (2000). Perceptions of Safety at Work: A Framework for Linking Safety Climate to Safety Performance, Knowledge and Motivation. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5, 347-358.

- McEachan, R.R.C., Conner, M., Taylor, N.J. and Lawton, R.J. (2011). Prospective Prediction of Health Related Behaviours with the Theory of Planned Behaviour: A Meta Analysis. *Health Psychology Review*, 5 (2), 97-144.
- Mercken, L., Candel, M., Willems, P. and De Vries, H. (2007). Disentangling Social Selection and Social Influence Effects on Adolescent Smoking: the Importance of Reciprocity in Friendships. *Addiction*, 102, 1483-1492.
- Neal, A., Griffin, M. A., and Hart, P. M. (2000). The Impact of Organizational Climate on Safety Climate and Individual Behaviour. *Safety Science*, 34, 99-109.
- Neal, A., Griffin, M. (2002). Safety Climate and Safety Behaviour. *Australian Journal of Management*, 27, 67-75.
- Neal, A., Griffin, M.A. (2006). A Study of Lagged Relationships among Safety Climate, Safety Motivation, Safety Behaviour, and Accidents at the Individual and Group Levels. *Journal of Applied Psychology*, 91 (4), 946-953.
- Ntoumanis, N. (2001). A Self-determination Approach to the Understanding of Motivation in Physical Education. *British Journal of Educational Psychology*, 71, 225-242.
- Probst, T.M. (2004). Safety and Insecurity: Exploring the Moderating Effect of Organizational Safety Climate. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9 (1), 3-10.
- Rundmo, T. (2000). Safety Climate, Attitudes and Risk Perception in Norsk Hydro. *Safety Science*, 34, 47-59.
- Satorra, A., Bentler, P.M. (1999). A Scaled Difference Chi-square Test Statistic for Moment Structure Analysis. 1-13.
- Şimşek, Ö. (2007) *An Introduction to Structural Equation Modelling Basic Principles and Lisrel Applications*, Ankara: Ekinoks.
- Üçüncü, K. (2012). *SGK Analysis of Occupational Accidents Statistics*, 1-7.
- Tüzüner, V.L., Özaslan, B.Ö. (2011). A Research for Assessing the Occupational Health and Safety Applications at Hospitals. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 40 (2), 138-154.
- Varonen, U., Mattila, M. (2000). The Safety Climate and its Relationship to Safety Practices, Safety of the Work Environment and Occupational Accidents in Eight Wood-Processing Companies. *Accident Analysis and Prevention*, 32, 761-769.
- Wu, T.C., Chen, C.H. and Li, C.C. (2008). A Correlation among Safety Leadership, Safety Climate and Safety Performance. *Journal of Loss Prevention in the Process Industries*, 21, 307-318.
- Zohar, D. (1980). Safety Climate in Industrial Organizations: Theoretical and Applied Implications. *Journal of Applied Psychology*, 65 (1), 96-102.
- Zohar, D., Luria, G. (2005). Multilevel Model of Safety Climate: Cross-Level Relationships Between Organization and Group-Level Climates. *Journal of Applied Psychology*, 9 (4), 616-628.
- İnternet 1: Labour Force by Sex and Geographical Coverage (Thousands), International Labour Organization, [URL: http://www.ilo.org/ilostat/faces/home/statisticaldata/data_by_subject/subject-details/indicator-details-by-subject?] (Erişim 10.03.2014).
- İnternet 2: URL: http://www.who.int/topics/occupational_health/en/ (Erişim 12.03.2014).
- İnternet 3: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, [<http://www.ktbtyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html>] (Erişim 12.03.2014).

TÜRKİYE’DE FAALİYET GÖSTEREN ZİNCİR OTEL İŞLETMELERİNDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ

Sabri ÇELİK

*Yrd. Doç. Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
scelik@aku.edu.tr*

Mehmet CAN

*Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
mehmet23can@hotmail.com*

ÖZET

Günümüzde bütün sektörlerde olduğu gibi konaklama sektöründe de artan rekabet, hedef kitlenin gelişen beklentileri ve sürdürülebilirliği yakalama çabaları, zincir otel işletmelerini bilinen ve yaygın olarak kullanılan yöntemlerin dışında farklı uygulamalar gerçekleştirmeye itmektedir. Bu anlamda, kurumsal sosyal sorumluluk çabaları, zincir otel işletmelerinin hedef kitlenin gözünde farklılaşmasını sağlamak üzere ortaya konulan faaliyetleri kapsamaktadır. Bu çalışma ile kurumsallaşmış otel işletmeleri olarak araştırmaya konu edilen zincir otel işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk projeleri analiz edilerek, söz konusu işletmelerin toplumsal duyarlılığının hangi konular üzerinde yoğunlaştığı ortaya çıkarılacak, bunun dışında sektörün kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili bir değerlendirme almak üzere uzman görüşüne başvurulacak ve elde edilen bulgulardan hareketle bir performans değerlendirmesi yapılarak gelecekteki kurumsal sosyal sorumluluk çabalarının daha başarılı olabilmesi için öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler:*Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Zincir Otel İşletmeleri*

GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren zincir otel işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projeleri üzerine bir içerik analizi yapmaktır. Analiz sonucunda, kurumsallaşmış otel işletmeleri olarak araştırmaya konu edilen zincir otel işletmelerinin toplumsal duyarlılığının hangi konular üzerinde yoğunlaştığı ortaya çıkarılacaktır. Bu arada, 15. Ulusal Turizm Kongresi’nin ana teması olan “Engelsiz Turizm” adına doğrudan engellilere yönelik proje geliştirme fikrinin zincir otel işletmeleri tarafından ne kadar ilgi gördüğü belirlenmeye çalışılacaktır. Bunların dışında, henüz bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi gerçekleştirmemiş olan takipçi konumundaki işletmelerin ilerleyen yıllarda ortaya koyacakları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin şekillendirilmesine katkı sağlamak amaçlanmıştır. Zincir otel işletmelerinin diğer otel işletmelerine göre daha kurumsal bir yapıda olması ve işletme adına gerçekleştirdikleri faaliyetleri raporlama süreci sonrasında şeffaf bir şekilde işletme sosyal sorumluluk faaliyet raporu olarak kamuoyu ile paylaşıyor olması, söz konusu otel işletmelerinin bu çalışmada inceleme alanı olarak belirlenmesinde etken olmuştur.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ilk kez 1953’te Birleşik Amerikalı ekonomist Howard Bowen tarafından yazılan ‘İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları’ (Social

Responsibilities of the Businessman) isimli kitapta yer almıştır. Bowen (1953), şirketlerin toplumun değerleriyle örtüşen politikaları benimsemeleri gerektiğini vurgulamıştır (Carroll, 1999, s. 269).

Devam eden süreçte kurumsal sosyal sorumluluk temel bir konu olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca, her dönemde çeşitli toplumsal sorunların meydana gelmesi sosyal sorumluluğun yasal boyutunun gelişmesine neden olmuştur. Düzenlenen kanunlar ve siyasal otoritelerin yönlendirmeleri işletmeleri, ekonomik faaliyetlerinin sosyal sonuçlarını düşünmeye zorlamıştır (Çalışkan, 2010, s. 9). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı daha çok kurumsal sosyal performans, paydaş teorisi, iş etiği teorisi ve kurumsal vatandaşlık gibi ilgili kavramların temel noktası olarak ele alınmaya başlanmıştır (Sarıkaya, 2008, s. 12).

Davis (1960), kurumsal sosyal sorumluluğun etik ve gönüllülük boyutunu, Walton (1961) etik boyutunu, Friedman (1970), ekonomik boyutunu, Boone ve Kurtz (1992), yasal ve etik boyutunu, Bingöl (1996), ekonomik ve yasal boyutunu, Bayrak (2001), etik boyutunu Kotler ve Lee (2006) ise kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllülük boyutunu çalışmışlar ve literatüre bu yönde tanımlar kazandırmışlardır. Ancak, bu tanımlardan en çok kabul göreni Carroll'un yaptığı tanım olmuştur. Carroll, işletmelerin sosyal sorumluluğunun çerçevesini, "Belirli bir zamanda toplumun şirketlerden beklediği ekonomik, hukukî, etik ve gönüllü olarak yapması gereken sorumluluk faaliyetlerinin toplamı" şeklinde belirlemiştir (Carroll, 1979, s.500). Bu tanımla uyumlu bir şekilde, diğer bir çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin paydaşlarını tatmin etmek üzere kâr etmesi ve kaynakları etkin kullanması, yürürlükte olan kanun ve düzenlemelere uygun işlemler yapması; faaliyetlerinde sosyal kurallara ve standartlara uygun davranması, toplumun beklentileri doğrultusunda yaşam standardını yükseltici gönüllü faaliyetlerde bulunması şeklinde ifade edilmiştir (Kaya, 2008, s. 98).

Değişen ve gelişen dünyada yakın bir zamana kadar, parçası oldukları toplumun beklentilerini karşılamak üzere ürünler üreterek kârlarını arttırma güdüsüyle hareket eden işletmelerin temel kaygısı, yatırımları gerçekleştiren işletme sahipleri ile riskleri paylaşan hissedarların memnun edilmesi olarak belirginleşmişti. Toplumların gelişme süreciyle birlikte, işletmelerin toplumdaki rolü ve sorumluluğu da değişim göstermiş, işletme çevresinin bütününe hedefleyen memnuniyet anlayışı nedeniyle sorumluluk alanları genişlemiştir. İşletmeler bir yandan üstlenmiş oldukları ekonomik rolün gereklerini yerine getirmeye çalışırken bir yandan da sürdürdükleri faaliyetlerde ve aldıkları kararlarda üstlerine düşen yasal, ahlâki ve hayırseverlik (gönüllülük) sorumluluklarını da yüklenmişlerdir.

Toplumda yaşanan değişim, işletmelerin iç ve dış müşterilerinin beklentilerini etkilemiş ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini artı bir maliyet unsuru olarak gören işletmelerin de konuya bakış açılarını değiştirmelerine neden olmuştur. Toplumun işletmeleri sosyal sorumluluklarına daha fazla sahip çıkan birimler olarak görme eğilimi, işletmeleri, çağdaş yaşam standartlarının gelişmesine ve toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlayan çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ortaya koymaya yönlendirmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, fikrin akılda oluşturulması, projelendirilmesi, planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi aşamalarından oluşan uzun bir sürecin sonunda ortaya çıkmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin gönüllülük esasına dayalı olarak yapılması ve yüksek hassasiyet gerektiren faaliyetler olması nedeniyle, hedef kitlede istenilen etkileri gerçekleştirmek için doğru iletişim dilinin kullanılması ve akıldaki planın uygulamaya aynen yansıtılması zorunludur (Ulu, 2007, s. 67). Kurumsal sosyal sorumluluk projesi uygulanması sırasında, dürüstlük, şeffaflık, samimiyet, paylaşım, karşılıklı saygı, karşılıklı fayda gibi belli ilkeler göz önünde tutulmalıdır (Sivil Toplum Portalı, 2003).

Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelere sağladığı faydalar incelendiğinde; rekabet üstünlüğü elde etme, sosyal kimlik oluşturma, işletme bağlılığı yaratma, itibar sağlama ve markalaşma konularının başta geldiği görülmektedir (Aktan ve Börü, 2007, s. 29). İşletmelerin sosyal çevresine duyarlı olması işletmeye doğrudan ve dolaylı birçok fayda sağlarken, işletmelerin sosyal çevresine duyarsız olması birçok olumsuz durumu beraberinde getirebilmektedir (Çalışkan, 2010, s. 25). İşletmenin çevresindeki çıkar grupları tatmin edildikçe, işletmenin ekonomik ve sosyal ömrünün uzaması söz konusu olmaktadır (Özüpek, 2005, s. 58).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada ilk olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilgili literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Sonraki aşamada, Türkiye’deki zincir otel işletmeleri tarafından uygulamaya konulan sosyal sorumluluk projelerinin içerik analizini yapmak üzere, bölge ayrımı gözetmeksizin yerli ve yabancı zincir otel işletmeleri belirlenerek listelenmiştir. Bu liste ile belirlenen işletmelerin kendi web siteleri, yayınlar, kitaplar, dergiler, makaleler, tezler, gazeteler, yayımlanmış raporlar, el kitapları, broşürler, vb. tüm ikincil veri kaynakları taranmıştır. İşletmelerin toplum ve doğal çevre üzerinde olumlu etki bıraktığı her türlü faaliyet, ikincil veri kaynaklarının taranmasında projeler ile ilgili kritik arama sorularını oluşturmuştur. Bu kaynaklardan elde edilen veriler üzerinden Türkiye’deki zincir otel işletmeleri tarafından uygulamaya konulan sosyal sorumluluk projelerinin içerik analizini sistematik bir şekilde gerçekleştirmek üzere oluşturulan tablolarda, projeleri gerçekleştiren kuruluşun adı, gerçekleştirilen projeler, proje kapsamındaki uygulamalar, uygulamaların “etik, gönüllülük, ekonomik, hukuksal” şeklinde sınıflandırılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinden hangisi kapsamında ele alındığını gösterecek şekilde niteliği, uygulamanın ne şekilde gerçekleştirildiği, projelerin toplumsal katkısı ve projelerle ilgili genel bir değerlendirme verilmiştir.

Bunun dışında, konuya daha geniş bir boyuttan bakılması ve çalışmanın sonunda yapılacak değerlendirmelerin daha etkin ve nesnel olabilmesi adına Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesine yönelik faaliyetler yürüten Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği’nin başkanı ile bir görüşme yapılmıştır. Görüşme kapsamında, sektör farkı gözetmeksizin hem Türkiye’deki genel kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı, hem de zincir otel işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları ile ilgili bilimsel anlamda kullanılabilir verilere ulaşılmıştır.

Son olarak elde edilen veriler ışığında çalışmada, Türkiye’deki zincir otel işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmış ve mevcut anlayışın gelişmesine katkı sağlayacağı kanısıyla öneriler sunulmuştur.

BULGULAR

Ülkemizdeki zincir otel işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin içerik açısından değerlendirildiği bu çalışmada ikincil veri kaynaklarının taranması yolu ile elde edilen bulgular takip eden tablolarda verilmiştir. İncelenen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri sınıflandırılırken, projelerin hangi kurumsal sosyal sorumluluk başlığı altında toplandığı, hangi grubun hangi nitelikte faaliyetleri gerçekleştirdiği, projeler ile ne tür katkılar sağlanmak istendiği ve projelerin uygulama şekilleri gibi konulara açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

Tablo 1. Accor Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
“Koza” Projesi	GAP bölgesi öğrencilerine mesleki staj imkânı	Gönüllülük	Öğrencilere sektör lideri işletmelerde staj olanağı verilmesi	Toplumsal geleceği olan öğrencilere entelektüel destek	İşletme ağırlıklı olarak gönüllük kapsamında ele alımlabilecek toplumsal faydayı ön plana çıkaran uygulamalar gerçekleştirmiştir. Genel olarak ağaçlandırma ve çevresel tahribatın azaltılmasına ve önlenmesine yönelik faaliyetler yürütülmektedir.
	Accor ormanı ve çevrenin ağaçlandırılması	Etik ve Gönüllülük	Ağaçlandırma faaliyeti	Sürdürülebilir çevre oluşturma	
	Atık kâğıt toplama kampanyası	Gönüllülük	Geri dönüşümü mümkün eşyaların toplanması	Çevrenin korunması ve tüketimin azaltılması	
“Siz De Dünya İçin Bir Şeyler Yapın” Projesi	Orman konusu oluşturma ve çevrenin ağaçlandırma	Etik ve Gönüllülük	Yoğun ağaçlandırma faaliyetleri ile Accor ormanı oluşturulması	Sürdürülebilir çevre oluşturma	
“Planet 21” Projesi	Çalışanların hastalıkların önlenmesine yönelik eğitilmesi, dengeli beslenme alışkanlığının kazandırılması, eko etiketi ürünlerin kullanımı, su ve enerji tüketiminin azaltılması	Ekonomik ve Gönüllülük	Sürdürülebilir gelişim odaklı faaliyetlerin yürütülmesi	Toplumu ve ekosistemleri koruma, su ve enerji tüketimini azaltma, çevresel tahribatı azaltma	

Accor otellerinin kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında gerçekleştirdiği faaliyetlerin gönüllülük, etik ve ekonomik çerçevede topluma katkı sağlamayı ve çevreyi korumayı amaçlayan faaliyetlerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 2. Hilton Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
“We Care” Projesi	Çevreyi koruma ve kazanım programı eğitimi ve etkin kullanımı faaliyetleri	Etik ve Gönüllülük	Proaktif yaklaşımlar gerçekleştirilerek çevresel koruma yönelik faaliyetler gerçekleştirme	Enerji ve su tasarrufu sağlama, çevreyi koruma	İşletme ağırlıklı olarak etik ve gönüllülük niteliğinde eğitim ile ilgili ve çevresel sorunların iyileştirilmesine yönelik projeler yürütmektedir. Toplumsal faydayı ön plana çıkaran uygulamaları içerisinde genel olarak toplumun geleceği olan öğrencilerin eğitimine katkı sağlayacak faaliyetler gerçekleştirdiği görülmektedir. Uluslararası bir şirket niteliğine sahip olan işletme, gerçekleştirdiği projelerin genelinin kendi bünyesinde geliştirdiği projeler olduğu ve işletme bu projeleri faaliyet gösterdiği tüm ülkelerdeki işletmelerinde uyguladığı görülmektedir.
Eğitime Destek Projesi	Eğitime destek amaçlı Lise ve üniversitelere ziyaret	Etik ve Gönüllülük	Öğrencilere staj olanağı verilmesi ve öğrencilere kariyer danışmanlığı imkânı sunma	Öğrencilerin kariyer planlaması yapmalarına destek	
“Bright Blue Futures” Projesi	Genç neslin eğitilerek sektöre kazandırılması	Etik ve Gönüllülük	Sektör çapında eyleme geçiş çağrısı yapmak, soruna dikkat çekmek ve çözüm önerileri üretmek	Genç nesilleri sektöre kazandırma dolayısıyla onlara istihdam sağlama	
“Hiç Van’a Koştun Mu” Projesi	Avrasya Maratonu Koşusuna katılım	Gönüllülük	Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfının projesine destek amaçlı otel çalışanlarının katılımı ile maraton koşusuna katılım	Toplumda gençlerin eğitimine destek verme	
Organik Tasarruf ve Geri Dönüşüm Projesi	Organik ürün yetiştiriciliği sistemi geliştirilmesi	Ekonomik ve Gönüllülük	İşletme bünyesindeki organik ürün yetiştiriciliğe uygun bahçede A’dan Z’ye ürünlerin yetiştirilmesi ve üretimde kullanılması	Sağlıklı yaşama destek verilmesi ve ekonomik olarak maliyetlerin azaltılması	
	Geri dönüşümü mümkün malzemelerin toplanması	Etik ve Gönüllülük	Geri dönüşümü mümkün malzemelerin ayrı ünitelerde toplanması	Çevrenin ve toplum sağlığının korunması	
“Yeşil Yıldız” Projesi	Çevresel duyarlılık faaliyetleri	Etik ve Gönüllülük	Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın belirlemiş olduğu kriterlere uyum göstermek	Çevreye verilen zararın azaltılması ve çevresel duyarlılık bilincinin artması	

Tablo 2'nin devamı

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
Ramazan Ayı Toplumsal Hassasiyet Projesi	Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneğinin “Bir Işık Da Siz Yakın” projesine destek	Gönüllülük	İftar yemeklerinden kazanılan net gelirin % 10'u projeye aktarılması ve kişilerin bu doğrultuda hassasiyete davet edilmesi	Toplumsal kalkınma ve eğitime destek	
“Küçük Bir Katkı İle Büyük Bir Fark” Projesi	“Sevgi Bohçası” projesine destek amaçlı yardım fonu oluşturulması	Gönüllülük	Otelde konaklayan müşterin faturalarına projeye destek amaçlı 2 tl eklenmesi	İhtiyaç sahibi insanlara destek	
Okul Yardım Projesi (Duvarlar Renklensin)	Okulun fiziksel görünümüne yönelik iyileştirme ve yardım faaliyetleri	Gönüllülük	Seçilen okulların duvarlarının boyanması ve ihtiyaçlarının karşılanması	Eğitime destek	
“Leed Gold” Sertifikası Projesi	Doğa dostu sorumlu, uyumlu ve çevreye saygılı yaşam alanı oluşturma faaliyetleri	Ekonomik, Etik ve Gönüllülük	Su tüketiminin azaltılması, güneş enerjisinin kullanılması, geri dönüşümün sağlanması, dumanlı hava sahasının oluşturulması çalışmaları	Yerel ekonomiye destek ve yakıt tüketimi kaynaklı çevre kirliliğini önleme	
Gönüllü Temizlik Projesi	Çevre temizliği faaliyeti	Gönüllülük	Belediye işbirliği ile mezarlık temizliği	Çevresel duyarlılık	

Hilton otellerinin kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında gerçekleştirdiği faaliyetlerin gönüllülük, etik ve ekonomik çerçevede eğitime destek, topluma katkı sağlama ve çevreyi koruma amaçlı faaliyetleri kapsadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Mariott Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
“Sorumluluk Kanımızda Var” Projesi	Kan bağıışı	Etik ve Gönüllülük	Türk Kızılay’ı işbirliği ile çalışanların katılımı ile kan bağıışı	Kan ihtiyacı olan kişilere yardım	İşletme etik ve gönüllülük niteliğinde ağırlıklı olarak çocukların ve gençlerin eğitime ve geleceğine yönelik düzenlemeleri içeren, çocukların fiziksel, bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimlerini desteklemek adına planlanan projeler gerçekleştirilmiştir. Bu projeler içerisinde gönüllü olarak yürütülen toplumun ve çevrenin korunmasını ve iyileştirilmesini hedef alan toplumsal duyarlılık projelerine de önem verildiği görülmektedir.
Toplumda Ayak İzlerimiz “Topluma Geri Ödeme” Projesi	Korunmaya ve bakıma muhtaç çocuklara, açlara yardım ve doğal çevrenin korunması alanlarında faaliyetler	Etik ve Gönüllülük	İşletme konuklarının katılımı ile yerel organizasyonlara destek	Çevrenin ve toplumun korunması	
	Down sendromu ve otistik çocukların tedavisi için çalışmalar	Gönüllülük	Eğitim almış çalışanların katılımı ile müzik terapi çalışmaları	Toplum sağlığına destek	
“Dilek Ağacı” Projesi	Çocukların hayallerinin gerçekleştirilmesi	Gönüllülük	Her yıl belirlenen farklı bir okuldaki 55 çocuğun 3 hayalinin gerçekleştirilmesi	Toplumun geleceği olan çocukların sevindirilmesi ve desteklenmesi	
	100 Çocuk 1000 Renk Resim Sergisine Destek	Etik ve Gönüllülük	Serginin gerçekleştirilmesi için otel imkânlarının sunulması	Eğitim ve kültür-sanat alanına destek	
Organ Bağışı Kampanyasına Destek Projesi	Memorial sağlık grubunun başlatmış olduğu organ bağışına destek	Gönüllülük	Otel yönetici ve personelinin organlarını bağışlaması	Toplumsal duyarlılık sağlama	
Bireysel Gelişim Projesine Destek	Maddi olanakları yetersiz başarılı öğrencilere olanak sağlama	Gönüllülük	Üniversite öğrencilerine Kanada’da dil eğitimi olanağı sunulması	Eğitime destek	
Ağaçlandırma Projesi	Çevrenin Ağaçlandırılması	Etik ve Gönüllülük	Ağaçlandırma faaliyeti	Sürdürülebilir çevre oluşturma	
Temel Mutfak Ve Pirinç Kullanımı Eğitimi Ve Yarışması Projesi	Öğrencilere eğitim ve yeteneklerini gösterme imkânı	Gönüllülük	Temel mutfak ve pirinç kullanımı eğitiminin verilmesi ve pratiğe aktarılmasını sağlama	Eğitime destek	

Marriot otelleri etik ve gönüllülük çerçevesinde toplumun ve çevrenin korunmasını ve iyileştirilmesini hedef alan toplumsal duyarlılık projelerine önem vermektedir.

Tablo 4. Mövenpick Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
Çocuk Esirgeme Kurumuna Yardım Projesi	Çocuklara daha iyi bir yaşam alanı imkânı	Gönüllülük	Çocuk yuvasında ihtiyaç duyulan hizmetlerin karşılanması	Hizmet verilen bölgenin kalkınması	İşletme ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük esasına dayalı olmak üzere 4 nitelikte de projeler geliştirmiştir. Genel olarak toplumsal kalkınmayı ve eşitliği sağlama amaçlı ve toplumun geleceği olan öğrencilerin eğitim sürecine destek amaçlı faaliyetler yürütüldüğü görülmektedir.
“Doğaya 1000 Fidan” Projesi	Koru oluşturma ve çevrenin ağaçlandırılması	Etik ve Gönüllülük	Ağaçlandırma faaliyeti	Sürdürülebilir çevre oluşturma	
“Engellerin Kaldırılması” Projesi	İşitme engelliler için otelde engellerin kaldırılması için yapılan çalışmalar	Yasal, Etik ve Gönüllülük	İndüksiyon döngü sistemlerinin kurulması	Engelli vatandaşların haklarının korunması ve toplumsal eşitliği sağlama	
“Eğitime Yardım Eli” Projesi	Öğrencilere daha iyi eğitim ve öğretim imkânı sağlanması	Etik ve Gönüllülük	Belirlenmiş okulların ihtiyacı olan kütüphane, bilgisayar, projeksiyon cihazı ve kırtasiye ürünleri yardımı	Eğitime destek	
“Geleceğin Turizmci Kızları” Projesi	Çağdaş yaşam derneğinin çağdaş yaşama ulaşmak için yapmış olduğu projeye destek	Ekonomik ve Gönüllülük	10 turizm öğrencisinin eğitiminin üstlenilmesi	Eğitime destek	

Mövenpick otelleri ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük esasına dayalı olmak üzere kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmekte olup toplumsal kalkınmayı, fırsat eşitliğini destekleyen çalışmalar yapmakta, öğrencilerin eğitim sürecine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Tablo 5. Rezidor Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlen.
“Yeşil Anahtar” Projesi	Çevresel duyarlılık faaliyetleri	Ekonomik, Etik ve Gönüllülük	Enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi çevre yönetimi içerikli düzenlemeler	Çevresel kirliliğin azaltılması ve ekonomik tasarruf	İşletme genel olarak etik ve gönüllülük niteliğinde ele alımlabilecek toplumsal kalkınmayı ve yardımlaşmayı ön plana çıkaran uygulamalar gerçekleştirmiştir. Genel olarak toplumsal yardımlaşmaya teşvik edici ve çevresel tahribatın azaltılmasına ve önlenmesine yönelik faaliyetler yürütülmektedir.
Kan Bağışı Projesi	Kan bağışı	Etik ve Gönüllülük	Türk Kızılay’ı işbirliği ile çalışanların katılımı ile kan bağışı	Kan bağışı rezervlerini arttırma	
Eğitime Katkı Projesi	Okulun fiziksel görünümüne yönelik iyileştirme ve yardım faaliyetleri	Gönüllülük	Seçilen okulların duvarlarının boyanması ve ihtiyaçlarının karşılanması	Eğitime destek	
Plastik Kapak Projesi	Plastik kapak toplanması	Gönüllülük	Plastik ve diğer atıkların ayrıştırılmasını sağlayan sistemin oluşturulması	Toplumsal kalkınma ve toplumsal yardımlaşmaya teşvik	
Kitap Ve Kıyafet Projesi	Kıyafet ve kitap bağışına öncülük ve toplumsal yardımlaşmaya teşvik	Etik ve Gönüllülük	İşletme bünyesinde ikinci el kıyafet ve kitap toplanması ve ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması	Toplumsal kalkınma ve toplumsal yardımlaşmaya teşvik	

Rezidor otelleri ekonomik, etik ve gönüllülük esasına dayalı olmak üzere kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmekte olup toplumsal işbirliğini ve kalkınmayı destekleyen çalışmalar yapmakta, Genel olarak toplumsal yardımlaşmaya teşvik edici ve çevresel tahribatın azaltılmasına ve önlenmesine yönelik faaliyetler yürütülmektedir.

Tablo 6’da bilgileri sunulan Swiss otelleri ise, genel olarak etik, gönüllülük ve yasal kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında toplumsal faydayı ön plana çıkaran, kültürel ve sanatsal aktiviteleri kapsayan, kültürel mirasın zenginleşmesine katkı sağlamayı amaçlayan projelere yönelmektedir.

Tablo 6. Swiss Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
Sanat Etkinlikleri Projesi	Kültürel-sanatsal aktiviteleri ve eserleri otel misafirlerinin erişimine sunma	Etik ve Gönüllülük	Sanatsal kokteyllere, kültür ve sanat seminerlerine, sanat turlarına ve söyleşilerine, genç, yetenekli sanatçıların eserlerinin sergilenmesine ev sahipliği yapma	Kültür mirasının zenginleşmesine katkıda bulunma	İşletme genel olarak gönüllülük kapsamında değerlendirilebilecek ve toplumsal faydayı ön plana çıkaran projeler gerçekleştirmektedir. Turizm sektöründe farklı sayılabilecek kültürel ve sanatsal aktiviteleri kapsayan, kültürel mirasın zenginleşmesine katkı sağlamayı amaçlayan projelere yönelmektedir. İşletmenin geniş yelpazede projelendirdiği fikirleri de diğer işletmelerin projeleriyle kıyaslandığında farklılık göstermektedir.
Komşular Partisi Projesi	Otelin etrafındaki ilk halkada ikamet eden komşuları ile bir araya getirme	Gönüllülük	Ailelerin ve işyerleri sahiplerinin katılımı ile gerçekleştirilen bir parti organizasyonu	Bölgenin kalkınmasını ve hak ettiği değere ulaşmasını sağlama	
“Geleceğe 20” Açık Projesi	Resim ve heykel sanatçısının yapmış olduğu “Açık” formundaki eserlerin sergilenmesi	Gönüllülük	Sanat eserlerinin, açık arttırma ile satılarak ve elde edilen gelirin AÇEV’e bağışlanması	Sanat ve eğitime destek	
Turizm Öğrencileri İle Söyleşi Projesi	Öğrenciler ile eğitim amaçlı buluşma	Etik ve Gönüllülük	Üniversiteler İle İşbirliği içinde öğrenciler ile bir araya gelinmesi ve öğrencilerin bilgilendirilmesi	Öğrencilerin vizyonunun gelişmesini sağlama	
Çocuk Festivali Projesi	Görme engelli çocuklar yararına çocuk festivali etkinliği	Gönüllülük	Görme engellilerin yararına vakıf dernek ve yerel halkında katılımı ile çok renkli aktiviteli çocuk festivali organizasyonunun düzenlenmesi	Toplumsal sorumluluk bilincinin kazandırılması ve geliştirilmesi	
Kan Bağışı Projesi	Kan bağışı	Etik ve Gönüllülük	Türk Kızılay’ı işbirliği ve çalışanların katılımı ile bağış	Kan bağışı rezervlerini arttırma	
Mustafa’nın Okul Engelini Kaldırması Projesi	Doğuştan omurilik felci engelli Mustafa’nın eğitimine devam etmesi için yapılan çalışma	Etik ve Gönüllülük	Akülü araç yardımı	Toplumsal yardımlaşmaya ve eğitime destek	
Su Operatörleri Eğitimi Projesi	Yüzme havuzlarının su hijyenikliği, kalitesi denetlenmesi ve izlenmesi faaliyetlerinin eğitimi	Yasal, Etik ve Gönüllülük	Eğitimler için ev sahipliği yapılması	Toplum sağlığının desteklenmesi	

Tablo 7. Dedeman Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
11.11.11 Projesi	11.11.2011 tarihinde doğan bebeklere özel faaliyetler	Gönüllülük	11.11.11 tarihinde doğan bebeklere nakit para yardımı ve 11 yıl süren doğum günü programı taahhüdü	Toplumsal geleceği olan bebeklere destek ve marka farkındalığı oluşturma	İşletme ağırlıklı olarak gönüllülük kapsamında ele alınabilecek toplumsal faydayı ön plana çıkaran uygulamalar gerçekleştirmiştir. Genel olarak çocuklara ve yaşlılara yönelik faaliyetler yürütmektedir. İşletme turizm sektöründe diğer işletmelerin projelerinden farklı sayılabilecek araştırmacıların bilime ilgilerini ve araştırma yapma yönelimlerini destekleyici nitelikte projeler yürütmektedir.
Çocuklara Özel Davet Projesi	Şam'da engelli çocuklara yönelik aktivite	Gönüllülük	Engelli çocuklara, ailelerine ve eğitimcilerine bir arada olma imkânı sağlayan yemek aktivitesi	Engelli çocuklara mutlu anlar yaşatma	
İftar Yemeği Projesi	Huzur evi sakinlerine iftar yemeği organizasyonu	Gönüllülük	Huzur evi sakinleri olan 60 yaşının aynı sofrada buluşturulması	Toplumsal sorumluluk bilincinin kazandırılması ve geliştirilmesi	
Yaşlılara Ziyaret Projesi	Huzur evi ziyaretleri	Gönüllülük	Çalışanların katılımı ile özel ikramlarla yaşlılara ziyaret	Toplumsal sorumluluk bilincinin kazandırılması ve geliştirilmesi	
“Yeşil Yıldız” Projesi	Çevresel duyarlılık faaliyetleri	Etik ve Gönüllülük	Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu kriterlere uyum göstermek	Çevreye verilen zararın azaltılması ve çevresel duyarlılık bilincinin artması	
İftar Sofraları İle Bağış Projesi	Türkiye korunmaya muhtaç çocuklar vakfına bağış	Gönüllülük	Otelde iftar açacak her misafir adına belirli miktarda bağış yapılması	Toplumsal eşitliği sağlama ve çocukların korunmasına destek	
Kan Bağışı Projesi	Kan bağışı	Etik ve Gönüllülük	Türk Kızılay'ı işbirliği ile çalışanların katılımı ile kan bağışı	Kan ihtiyacı olan kişilere yardım	
Mehmet Kemal Dedeman Araştırma Ve Geliştirme Projesi	Genç araştırmacılara çalışma yapma imkânı	Gönüllülük	Her yıl belirlenen yeni araştırma konuları hakkında akademik makalelerin derecelendirilmesi ve ödüllendirilmesi	Genç araştırmacıların desteklenmesi ve bilime katkı	

Çoğunlukla gönüllülük esasına dayalı olarak kurumsal sosyal sorumluluk projesi geliştiren Dedeman otelleri çocuklara ve engellilere ayrı önem vermekte, toplumsal barışı hedefleyen projeler geliştirmektedir.

Tablo 8. Rixos Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
Deprem Yardım Projesi	Deprem yaralarının sarılması	Etik ve Gönüllülük	Deprem bölgesinde ihtiyacı olanlara çok çeşitli yardım malzemelerinin sağlanması ve 155 depremzedenin otelde konaklatılması	Toplumsal yardımlaşma bilincinin kazandırılması ve geliştirilmesi	İşletme ekonomik ve gönüllülük niteliğinde toplumsal faydayı ön plana çıkaran toplumsal ve çevresel bilincin gelişmesini destekleyen faaliyetler gerçekleştirmiştir.
Sabun Projesi	Atık sabunların toplanması	Ekonomik ve Gönüllülük	Atık sabunların toplanıp geri dönüşümünün sağlanması ve ihtiyacı olan okul ve yuvalara dağıtılması	Çevre ve hijyen bilincinin geliştirilmesi ve ülke ekonomisine katkı	
Rixos Cup Sponsorluk Projesi	Basketbol turnuvası organizasyonuna sponsorluk desteği	Ekonomik ve Gönüllülük	Turnuvanın gerçekleştirilmesin de tüm işletme imkânlarının sunulması	Türk spor kültürüne destek	

Rixos otelleri, çoğunlukla etik ve gönüllülük kapsamında toplum ve çevre bilincini destekleyen nitelikte projeler geliştirmiştir.

Tablo 9. Anemon Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
Antik Kazılar Projesi	Aigai antik kenti kazılarının yapılması imkânı sağlama	Gönüllülük	Arkeolojik kazılara yapılan sponsorluk desteği	Tarihi ve kültürel değerlerin toplumun ve turistlerin entelektüel anlamda faydasına sunulmak üzere çıkarılması ve korunması	İşletme gönüllük kapsamında ele alınabilecek toplumsal çıkarıcı uygulamalar toplumsal değerleri korumaya ve geliştirmeye yönelik yürütülmektedir.
Türk Sporuna ve Gencine Destek Projesi	Anemon otelleri spor kulübünün kurulması ve gelişmesini sağlama	Gönüllülük	Voleybol alt yapıları oluşturma ve geleceğin sporcularını yetiştirme	Türk sporuna destek	

Tablo 9’da değerlendirmesi yapılan Anemon Otelleri, gönüllülük esasına dayalı olarak toplumsal değerleri korumaya ve geliştirmeye yönelik sponsorluk faaliyetleri ile kurumsal sosyal sorumluluk anlamında inisiyatif alma yoluna gitmektedir.

Tablo 10. Divan Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlendirme
Lösevi'e Destek Projesi	Lösevi'e destek amaçlı lösemi 9 çocuğa etkinlik düzenlenmesi	Gönüllülük	Çocuklara turizm ve otelcilik sektörünün anlatılması, departmanların gezdirilmesi ve ikramların sunulması	Lösevi çocukların eğitimine ve tedavisine destek	İşletme kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllülük boyutunda ele alınabilecek bir proje ortaya koymuştur. Toplumun her kesiminin duyarlılık gösterebileceği bir konuya eğilimlerdir.

Divan Otelleri, kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllülük boyutunda toplumsal duyarlılığı ön plana çıkaran bir kuruma destek vermiştir.

Tablo 11. Crystal Otellerinin Projelerine İlişkin Genel Değerlendirme

Projenin Adı	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Faaliyetler	Niteliği	Uygulama şekli	Katkısı	Projelerle İlgili Genel Değerlen.
"Yeşil Yıldız" Projesi	Çevresel duyarlılık faaliyetleri	Etik ve Gönüllülük	Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu kriterlere uyum göstermek	Çevreye verilen zararın azaltılması ve çevresel duyarlılık bilincinin artması	İşletme genel olarak etik ve gönüllülük kapsamında ele alınabilecek toplumsal faydayı ön plana çıkaran uygulamalar gerçekleştirmiştir. İşletme ağırlıklı olarak çevresel ve toplumsal bilincin gelişmesine yönelik faaliyetleri yürütmektedir.
Deprem Yardım Projesi	Deprem yaralarının sarılması	Etik ve Gönüllülük	Deprem bölgesinde ihtiyacı olanlara çeşitli yardım malzemelerinin sağlanması	Toplumsal yardımlaşma bilincinin kazandırılması ve geliştirilmesi	
"O Köy Bizim Köyümüzdür" Projesi	Manavgat Yavruoğan köyünün kanalizasyon sorununa çözüm üretilmesi	Etik ve Gönüllülük	Vidanjör hediye edilmesi	Toplumsal kalkınmaya katkı sağlama	
Huzurevi Sakinlerine Tatil Projesi	Huzurevi sakinlerine tatil imkânı	Gönüllülük	Huzurevi yaşlılarının 5 gün süren tatil imkânının sunulması	Toplumsal sorumluluk bilincinin kazandırılması ve geliştirilmesi	

Tablo 11'de incelenen Crystal Otelleri ise, ağırlıklı olarak çevresel ve toplumsal bilincin gelişmesine yönelik faaliyetler gerçekleştirmekte, kurumsal sosyal sorumluluğunu etik ve gönüllülük boyutu ile yerine getirmek üzere çaba sarf etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İkincil veri kaynaklarının taranması yolu ile elde edilen verilere dayalı olarak zincir otel işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk projeleri incelenip, Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği başkanının konuya ilişkin görüşleri ile birleştirildiğinde, genel olarak turizm işletmelerindeki kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile ilgili aşağıdaki çıkarsamalara ulaşılmıştır:

- Otel işletmelerinde artan bir kurumsal sosyal sorumluluk çabası olmasına rağmen, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının diğer sektörlerle kıyasla tam anlamıyla yerleşmediği kanısına ulaşılmıştır.
- Çalışma kapsamına alınan zincir otel işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili raporların oluşturulması ve yayınlanması konusunda büyük eksiklikler bulunduğu görülmüştür.
- İşletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin yürütülmesini üstlenen sorumluların henüz konuya teorik ve pratik anlamda yeterince hâkim olmadıkları yönünde bir izlenim oluşmuştur.
- Çoğu işletmede yapılan faaliyetlere ilişkin değerlendirme ve raporlama çalışmaları eksik bırakılmaktadır. Bu yüzden, dönemden döneme aktarım sağlıklı bir biçimde gerçekleşmemekte, kurumsal sosyal sorumluluk projelerini yürüten kişilerin değişmesi durumunda projelerin sürdürülmesi konusunda sıkıntılar ortaya çıkmaktadır.
- Süreç özelliği gösteren ve uzun dönemli olarak planlanması gereken kurumsal sosyal sorumluluk çabalarının kısa vadeli düşüncelerin hâkim olması nedeniyle istenilen katkıyı sağlamadığı hatta kurumsal sosyal sorumluluk başlığı altında incelenemeyecek düzeyde olduğu görülmektedir.
- Toplumun sorunlarının tespit edilmesi konusunda tam başarıya ulaşılsa bile çözülmek istenen sorunun tamamen ortadan kaldırılmasına yönelik çözümlerin yerine sorunun etkisinin azaltılmasına yönelik çözümlerin üretildiği kanısı oluşmuştur.
- Sürdürülebilir büyük projeler üretme çabasının yeterli olmadığı kanısına ulaşılmıştır.
- Uzun vadeli düşünce (stratejik düşünce) genel olarak eksiktir.
- Gerçekleştirilen faaliyetler genel olarak popüleriteye dayalı reklam ve markalaşma amacı taşımaktadır.
- Vizyon oluşturma hedefi mevcuttur ancak arzu edilen olgunlukta değildir.
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri maddi bir külfet olarak algılanmaktadır.

- Turizm işletmelerini kapsayan ve çevreye duyarlı otel işletmelerine verilen yeşil yıldız, beyaz bayrak, mavi bayrak gibi uygulamalarda elde edilen statüler sürdürülebilir bir düşünce ile devam ettirilmemektedir.
- Gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri yasal ve ekonomik kapsamda gerçekleştirilmekte, etik ve gönüllülük düzeyine erişilememektedir.
- Genel olarak gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri paralel özellik göstermekte çok az işletme farklı projeler üretebilmektedir. Projelerde sağlık ve engellilik konularına verilen önem oldukça az olduğu görülmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin turizm işletmelerinde uygulanmasını zorlaştıran sebepler; turizm işletmelerinin sektörün yapısına bağlı olarak kısa bir sezon süresince faaliyet gösteriyor olması, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin geri dönüşünün uzun döneme yayılması, işletmelerin gider kalemlerini yükselterek kar marjını azaltması, işletmelerin rekabet gücünü düşürmesi şeklinde sıralanabilir. Türkiye’de turizm işletmelerinin, kurumsal sosyal sorumluluk konusunda geri kalmalarının nedenlerine aşağıdaki sebepler de eklenebilir:

- Mal üreten işletmeler, zarar ettiklerinde fiziki kapasitelerinde değişikliğe giderken, hizmet üreten işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk benzeri maliyetlerden kurtulmayı tercih etmektedir.
- Faaliyet alanı sadece turizm sektörü olan işletmeler yoğun rekabet ortamında sürdürülebilirlik konusunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti sürdürmekte sıkıntı yaşamaktadır.
- Turizm sektöründeki müşteri beklentisinin fazla olması ve bu beklentilerin değişiklik göstermesi kazanımların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine aktarılmasını engelleyici faktör olmaktadır.

Son olarak, araştırma kapsamında elde edilen bilgiler doğrultusunda, zincir otel işletmelerinde artan bir kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirme eğiliminin bulunduğu varsayımıyla, henüz kurumsal sosyal sorumluluk projesi gerçekleştirmemiş olan işletmelerin ilerleyen yıllarda ortaya koyacakları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin şekillendirilmesine katkıda bulunmak üzere bazı önerilerde bulunmanın yerinde olacağı düşünülmektedir.

Zincir otel işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin yerleşebilmesi ve gelişebilmesi için öncelikle müşterilerine, çalışanlarına karşı olan tutumlarında geleceklerini düşünmeleri gerekmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk olgusunun zincir otel işletmelerinde bir maliyet unsuru ya da tehdit olarak değil de bir fırsat, yenilik ve rekabet avantajı olarak algılanması gerekmektedir.

Zincir otel işletmeleri, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile elde ettikleri kazanımlarını sürdürülebilir kurumsal sosyal sorumluluk bilinci ile stratejik bir iletişim aracı haline getirmelidir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal nitelik kazanması, turizm işletmelerinin bu kavramı benimseyerek, misyonlarına ve vizyonlarına dâhil etmeleri ile yani işletme kültürü haline getirmeleri ile mümkün olacaktır.

Sosyal sorumluluk öncelikle bir işletme kültürü olarak benimsenmeli ve işletmeler ilk olarak kurum içi müşterilere yani işletme çalışanlarına yönelmelidir.

Kurumsal sosyal sorumluluk işletmenin kuruluşundan itibaren her faaliyetinde uygulaması gereken bir olgudur. İşletmelerin kuruldukları andan itibaren bu sorumluluklarını, bulunduğu çevre içerisinde yaşamını sürdürmek ve faaliyette bulunmak amacıyla yerine getirmesi gerekmektedir.

İşletmelerin genelde öğrencilere burs verme, ağaç dikme, sağlık, spor, kültür ve sanat alanında faaliyette bulunma ya da bu faaliyetlere sponsor olma yoluyla kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirdikleri görülmektedir ve bu faaliyetlerin önemli bir kısmını kurulan işletme vakıfları aracılığı ile sürdürdükleri bilinmektedir. Kuşkusuz sponsorluk faaliyeti kısa dönemli bir faaliyettir. Turizm işletmelerinin daha uzun dönemli, sistemli ve yaratıcı kurumsal sosyal sorumluluk politika ve uygulamalarını hayata geçirmeleri, bunu bir işletme stratejisi olarak ele almaları gerekmektedir.

Türkiye’deki zincir otel işletmelerinin ortaya koydukları kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili olarak gerçekleştirilen analiz sonucunda incelenen 64 adet projenin sadece 5 tanesinin “Engellilere Yönelik Projeler” başlığı altında değerlendirilebileceği anlaşılmıştır. Bu beş projeden dördü toplumsal fayda sağlamaya yönelik olup engellilerin sosyal yaşantılarında karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelebilmeleri için destek verme amacını taşımaktadır. “Engelsiz Turizm” fikrini projelendiren ve otellerinde bu anlamda kanuni zorunluluklar dışında dönüşüm yapan sadece bir tane otel zinciri olduğu tespit edilmiştir. Aslında bütün zincir otel işletmelerinde engellilere yönelik düzenlemeler mevcuttur, ancak anlaşılan odur ki bu düzenlemeler yalnızca kanuni zorunlulukları yerine getirmek için yapılmıştır. Engelli konuklarını ağırlamak üzere otelleri bünyesinde dönüşüm uygulayan zincir otel grubu, kanuni zorunlulukları kurumsal sosyal sorumluluk projesi ile gerçekleştirerek diğer otel zincirlerinden farklı algılanabilecek bir vizyon ortaya koymuştur. Temenni edilen, bütün zincir otel işletmelerinin engellileri otellerinde ağırlamaya yönelik kurumsal sosyal sorumluluk projeleri geliştirmeleri ve engelli konukları “zorunlu konuk düzenlemeleri ile ağırlanan konuklar” imajından kurtarmalarıdır. Sürdürülebilirliği sağlamak ve kar elde etmek isteyen işletmeler tarafından ekonomik, yasal, etik, gönüllü sorumlulukların yerine getirilmesi yani toplumun gereksinimlerine ve isteklerine karşı duyarlı olunması, çevrenin korunması ve en önemlisi de etik dışı davranışların sergilenmemesi gerekmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulama kriterlerinde önemli bir yer tutan ve otokontrol sistemi işlevi gören raporlama yapılmalıdır. Bu şekilde değerlendirme ve ölçümleme yapılabilir dolayısı ile gerekli iyileştirmeler yapılabilir.

Sonuç olarak, zincir otel işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluklarına sahip çıkmaları açısından sahiplerinin, yönetim kurullarının ve yöneticilerinin konu hakkında bilinçlendirilmeleri için çaba gösterilmeli, bu faaliyetlerin sadece maliyet unsuru olduğu yönündeki fikirler bertaraf edilmeli, her türlü işletmenin çevresi ile var olabileceği ve sürekliliği yakalayabileceği fikri zihinlere yerleştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aktan C. C. ve Börü D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk.Çinde;Coşkun Can Aktan (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: İgiad Yayınları.
- Bayrak, S. (2001). *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Bingöl, D. (1996) *Personel Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Boone, Louis E. ve David L. Kurtz (1992), *Management*, USA. New York: McGraw-Hill.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497–505.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 38 (3), 268-295.
- Çalışkan, O. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine Ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities?, *California Management Review*, 2, 70–76.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, 33, 122–126.
- Kaya, H. (2008).Demografik Özelliklerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılaması Üzerindeki Rolü: Bandırma Yerelinde Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (20), 96-110.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2006). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. (Çeviren: Sibel Kaçamak) (1.Baskı), İstanbul: MediaCat. s:171–201.
- Özüpek, M. Nejat (2005). *Kurum İmaja ve Sosyal Sorumluluk*, Konya: Tablet Kitapevi.
- Sarıkaya, M. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Yeni Bir Bakış: Paydaş Teorisi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sivil Toplum Dergisi, (2003) “*Sosyal Sorumluluk Kampanyaları*” semineri, [URL: <http://www.siviltoplum.com.tr/?ynt=icerikdetay&id=115>] (Erişim 15 Ağustos 2014).
- Ulu, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.

PROBLEM ÇÖZÜMÜNDE KISITLAR TEORİSİ: BİR OTEL İŞLETMESİNDE UYGULAMA

Levent KOŞAN

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
leventkosan@gmail.com*

Kemal ENES

*Öğr. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kemalenes@gmail.com*

Çağlar Atak KOŞAN

*Öğr. Gör., Mersin Üniversitesi, Erdemli Meslek Yüksekokulu
catak26@hotmail.com*

Okan ÇOLAK

*Öğr. Gör., Harran Üniversitesi, Birecik Meslek Yüksekokulu
okancolak@harran.edu.tr*

ÖZET

Kısıtlar teorisi, 1980’li yılların başlarında Eli Goldratt tarafından geliştirilmiş ve temel konusu her işletmenin en az bir tane kısıtının var olduğu ve performans, verimlilik ve karlılığın arttırabilmesi için bu kısıtın ortadan kaldırılması gereğinden bahseden bir yönetim felsefesidir. Bu çalışmanın amacı üretim işletmelerinde başarıyla uygulanmış kısıtlar teorisinin hizmet işletmelerinde uygulanabilirliğinin sağlanmasıdır. Bu nedenle, bir otel işletmesinde yapılan uygulama ve detayları açıklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Kısıtlar Teorisi, Hizmet İşletmesi, Problem*

GİRİŞ

Her işletmenin öncelikli amacı kar elde etmek ve varlığını sürdürebilmektir. Bu sebeple işletmeler müşterileriyle iyi ilişkiler geliştirmeyi hedeflemekte ve müşteri hizmetlerini geliştirmektedir. Ayrıca işletmeler maliyetlerini minimum düzeye indirerek amaçladıkları karlılık hedeflerine ulaşmak istemektedirler (Moss, 2007; Spector, 2010).

İşletmelerin bahsedilen karlılık hedeflerine ulaşabilmek için kullandıkları yöntemlerden bir tanesi de “kısıtlar teorisi” olarak açıklanmaktadır (Goldratt, 1992). Üretim işletmelerinde sıkça kullanılan ve çeşitli uygulama örneklerine sahip olan bu yöntem 1980’li yıllarda Eliyahu Goldratt tarafından geliştirilmiştir. Kısıtlar teorisi, temel konusu her işletmenin en az bir tane kısıtının var olduğu ve performans, verimlilik ve karlılığın arttırabilmesi için bu kısıtın ortadan kaldırılması gereğinden bahseden bir yönetim felsefesi olarak açıklanmaktadır (Ünal, Tanış ve Küçüksavaş, 2005; Fu, 2000). Bununla beraber kimi çalışmalarda konunun hizmet işletmeleri açısından da uygulanabilirliğinden bahsedilmektedir (Moss, 2007; Spector, 2010). Ancak bu durum hizmet işletmelerindeki kısıtlı kaynakların üretim işletmelerine göre daha fazla olmasından dolayı daha karmaşık bir hal almaktadır. Çünkü, hizmet işletmeleri emek yoğun işletmelerdir dolayısıyla çalışan

işgücü sahip olduğu kaynakların önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Çetiner, 2002). Bu sebeple hizmet işletmelerinde karşılaşılan kısıt işgücüyle özellikle de yetenekli elemanların kullanımında ortaya çıkmaktadır (Dalcı ve Koşan, 2012). Söz konusu kısıtın ortadan kaldırılması için ise kısıtlı kaynağın kullanıldığı faaliyetlerin belirlenmesi ve bu faaliyetlerin analizi sonucu önceliklerin belirlenerek kısıtlı kaynağın tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada öncelikle kısıtlar teorisi teorik olarak incelenecektir. Daha sonra araştırmada kullanılan yöntemle ilgili bilgiler verilerek son bölümde hizmet işletmesinde yapılan uygulama ve uygulama neticesinde elde edilen bulgulardan bahsedilecektir. Bulguların değerlendirilmesi ile çalışmanın tamamlanması hedeflenmektedir.

KISITLAR TEORİSİ

Kısıtlar teorisi işletmede ortaya çıkan ve işletme performansını etkileyen kısıtları konu edinmiş bir yönetim felsefesidir (Ruhl, 1997a). Operasyon yönetimi yaklaşımının uygulamada başarılı olan örneklerinden biri olmasına rağmen bilimsel literatür tarafından tam olarak kabul görmemiştir (Naor, Bernardes ve Coman, 2012). Kısıtlar teorisine göre her işletme en az bir tane kısıta sahiptir (Ruhl, 1997b). Dolayısıyla, işletme yönetiminin yapması gereken sistem içerisinde ortaya çıkan bu kısıtın belirlenmesi ve ortadan kaldırılmasıdır.

Kısıtlar teorisi sürekli gelişme anlayışına göre beş adımdan oluşan bir yapıya sahiptir. Bu durum aşağıda gösterilmektedir (Kaygusuz, 2006; Corbett, 2000);

- 1- Sistemin kısıtlarının tanımlanması,
- 2- Belirlenen kısıtların sistemin performansını arttırmak için etkin bir şekilde yönetilmesinin sağlanması,
- 3- Her kaynağın bu karara uygun olarak yönlendirilmesi ve odaklanması,
- 4- Kısıtların azaltılması ve ortadan kaldırılmasının sağlanması,
- 5- Belirlenen kısıt ortadan kalktığı zaman birinci adıma geri dönülmesi ve diğer kısıtlar için aynı adımların tekrarlanması.

Bu çalışmada amaçlanan daha önce üretim işletmelerinde başarıyla uygulanmış kısıtlar teorisinin hizmet işletmelerinde uygulamasını yapmaktır. Kısıtlar teorisinin hizmet işletmelerinde yapılmış uygulamaları bulunmaktadır örneğin Siha (1999) yapmış olduğu çalışmada kısıtlar teorisinin çeşitli hizmet işletmelerinde uygulanabilirliğini tartışmıştır, Motwani ve diğerleri ise (1996) konunun sağlık işletmeleri açısından kullanımını açıklamaktadır. Taylor ve Sheffield (2002) çalışmalarında kısıtlar teorisinin sigortacılıkla ilgili faaliyet gösteren bir işletmede kurulumundan bahsetmektedir. Gupta ve diğerleri ise kısıtlar teorisi ve düşünme süreçlerinin uygulamasını bir havayolu işletmesinde gerçekleştirmiştir. Görüldüğü üzere kısıtlar teorisi konusu üretim işletmelerinden sonra hizmet işletmelerinde de kullanılmış ve çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Öte yandan turizm işletmeleri açısından yapılmış çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Sadece Reid ve

Cormier'in (2003) bir yiyecek işletmesinde teorinin kurulumu hakkındaki bir çalışması ile Dalcı ve Koşan'ın (2012) müşteri memnuniyetini arttırmak için ortaya çıkan kısıtların kaldırılmasına ilişkin çalışmaları tarafımızdan incelenmiştir. Bu sebeple çalışmamızda turizm işletmeleri açısından çok fazla çalışılmayan "kısıtlar teorisi ve uygulama sürecinin" Bodrum bölgesinde faaliyet gösteren butik bir otel işletmesinde olay çalışması ile incelenmesi ele alınacaktır. Çalışmanın uygulama kısmı kısıtın tespit edilmesi ve söz konusu kısıtın ortadan kaldırılması için işletme tarafından yapılması gerekenler şeklinde planlanmıştır. Butik otel; Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 43. Maddesinde; "Yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitilmiş personel ile kişiye özel hizmet verilen en az on odalı otellerdir" şeklinde açıklanmaktadır (Resmi Gazete, 2005). Bu sebeple bu tür bir otel işletmesinde müşteriye sunulan hizmetlerle ilgili oluşabilecek bir problemin müşteri memnuniyetini olumsuz yönde etkileyeceği düşünülmektedir. İzleyen paragraflarda otel işletmesinde yapılan inceleme neticesinde problemin varlığı ile ilgili ulaşılan sonuçlar açıklanmaktadır.

PROBLEMİN TANIMLANMASI

Hizmet işletmeleri çeşitli özellikleri sebebiyle diğer işletmelerden ayrılmaktadır. Bu özelliklerden bir tanesi hizmetin müşteriye sunumu esnasında yaşanmakta ve hizmetlerden yararlanmak isteyen müşterilerin işletmeye gelmesi veya işletmeye ulaşması gereği olarak açıklanmaktadır (Kotler, Bowen ve Makens, 2003). Özellikle konaklama işletmelerinde, müşterilerin işletmeye gelmeden önce otel işletmesiyle bağlantıya geçmeleri ve sunulan hizmetlerden yararlanmak için gerekli olan koşulları öğrenmeleri gerekmektedir. Genel olarak bilgi sorma ve rezervasyon faaliyetlerini kapsayan bu işlemlerdeki işletme personelinin ve sistemin performansının olumlu olması müşterileri de olumlu olarak etkilemekte ve müşteri otele gelmeden önce memnuniyet sağlamakta aynı zamanda potansiyel müşterilerin ilgili işletmeyi tercih etmelerini kolaylaştırmaktadır (Jung ve Yoon, 2012). İşletmeye gelmeden önce önemli bir konu olarak karşımıza çıkan müşteri memnuniyetinin benzer şekilde müşteri işletmeye geldikten ve otele yerleştikten sonra da işletme açısından düşünülmesi gereken bir konudur (Lee, Jeong ve Choi, 2014). Aynı zamanda müşteri memnuniyetinin finansal performans ve karlılıkla olan ilişkisinin çeşitli çalışmalarda vurgulanması bu konuyu daha da önemli bir hale getirmektedir (Xevelonakis, 2004; Ahmad ve Buttle, 2001; Zeithaml, 2000). Bu çerçevede işletmelerin sunulan hizmetin her aşamasında müşteri memnuniyetini sağlayacak faaliyetlerle ilgili kaliteli sunum yapmaları gerekmektedir (Aleksandra Grobelna, 2013). Ayrıca müşteri otele gelmeden önce başlayan bu sürecin müşteri otelden ayrılıncaya kadar devam ettirilmesi gerekmektedir.

Kısıtlar teorisinin bir konaklama işletmesinde uygulanması amacıyla hazırlanan bu çalışmada öncelikle işletmede ortaya çıkan bir kısıtın tespit edilmesi ve kısıtlar teorisi işleyiş sürecine bağlı olarak bu kısıtın ortadan kaldırılması için yapılması gerekenlerin

önerilmesi hedeflenmektedir. Önceki paragrafta yapılan açıklamalarla beraber uygulamanın yapıldığı otel işletmesindeki incelemeler neticesinde otele ulaşmak isteyen müşterilerin telefonlarına hiç cevap verilmediğinin veya geç cevap verildiğinin şikayet boyutunda işletme yönetimine iletmesi sonucu otel işletmesi santralinde bir problemin olduğu anlaşılmıştır. Bu sebeple santralde oluşan faaliyetlerin analiz edilmesi, mevcut kısıta neden olan sebeplerin araştırılması ve izleyen bölümde detaylı olarak anlatılacak çalışma neticesinde bu kısıtların ortadan kaldırılması hedeflenmektedir. Bu konularla ilgili bilgiler, izleyen paragraflarda verilmektedir ancak uygulama kısmına geçmeden önce uygulamada kullanılan araştırma yöntemi hakkında bilgi verilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışma ile; hizmet işletmelerinde sistem içerisinde ortaya çıkabilecek kısıtların tespit edilmesinin ve sonrasında belirlenen kısıtların giderilmesinin önemine yönelik bir araştırmanın yapılması hedeflenmiştir. Bu çerçevede hizmet işletmesinde yapılan uygulama ile performansı etkileyen bir kısıtın olup olmadığı, giderilip giderilemeyeceği ve işletme performansını etkileyip etkilemeyeceği sorularına cevaplar aranmaktadır. Bu sebeple olay çalışması yönteminin en uygun yöntem olduğu düşünülmektedir (Betton, 2005).

Olay çalışması yöntemi, maliyet ve yönetim muhasebesi alanlarında araştırma yapanlar için en uygun araştırma yöntemlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Tanış, 1997). Çünkü maliyet sistemlerinin tanımlanması için üretim sürecinin derinlemesine incelenmesi, finansal ve finansal olmayan verilerin toplanması ve birtakım görüşmelerin yapılması gerekmektedir. Olay çalışması, bu duruma uygun ve araştırmacılara yardımcı olabilecek bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır (Betton, 2005).

Araştırmada öncelikle işletmenin mevcut durumunun anlaşılmasına yardımcı olacak tanımlayıcı olay çalışması uygulanmıştır (Scapens, 1990). Daha sonra gerçekleştirilen keşifsel olay çalışması ile araştırmanın konusuna bağlı olarak mevcut kısıtların ortadan kaldırılmasının işletme performansını ve verimliliği ne şekilde etkilediğinin anlaşılması hedeflenmektedir. Uygulamanın yapılması esnasında gerekli olan veriler ilgili personel ile yapılan görüşmeler ve gözlemler neticesinde elde edilmiştir.

BULGULAR

Kısıtlar Teorisinin Konaklama İşletmesinde Uygulanması

Konaklama işletmesinde yapılan bu çalışma ile öncelikle hedeflenen mevcut kısıtın ne olduğunun anlaşılmasıdır. Bu sebeple ön büro bölümünde yapılan inceleme ve gözlemler sonucu telefonlara bakmakla görevli personelin yetersiz kaldığı bunun sonucu olarak çeşitli şikayetlerin işletme yönetimine ulaştığı anlaşılmıştır. Bahsedilen bu şikâyetler daha çok işletme telefonlarının dışarıdan veya içeriden aramalarda, telefonların çaldığı halde cevap verilmemesi veya geç cevap verilmesi olarak belirlenmiştir.

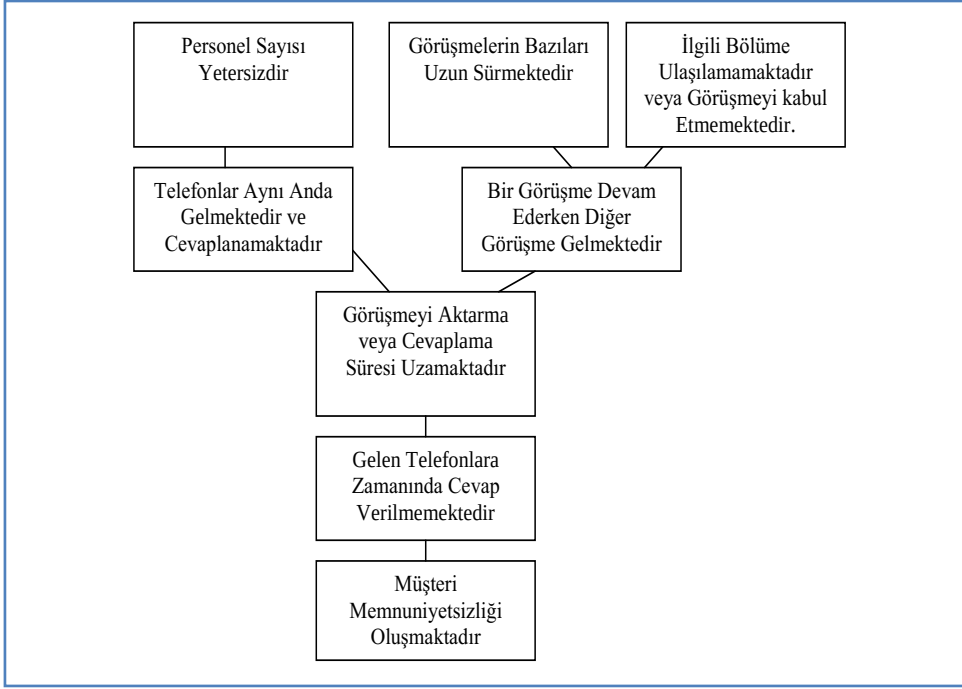
İşletme detaylı olarak incelendiği zaman işletmede bir adet santral telefonu ve iki adet normal telefonun bulunduğu anlaşılmıştır. Gelen çağrılar santral vasıtasıyla cevaplanmakta ilgili bölümlere aktarımları yapılmakta veya ön büroda bulunan diğer iki telefona aktararak cevaplandırılmaktadır. Önbüro bölümü faaliyetleri gereği rezervasyon ve bilgilendirme gibi çeşitli müşteri isteklerini yerine getirmektedir. Bu faaliyetlerin özelliği telefon kullanılarak yapıyor olmasıdır. Santralde görevli personel aynı zamanda bu faaliyetleri de yerine getirmektedir. Dolayısıyla telefonların cevaplanması kısıtının incelendiği çalışmada bu iki faaliyete ve bunun yanı sıra telefon santralinde görevli personelin çalışma süresi boyunca gözlenen diğer faaliyetlere yer verilecektir.

İşletmenin yoğun olduğu bir aylık süre boyunca gözlemlenen ve ulaşılan ortalama değerler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Zaman dilimi olarak telefonlar açısından en yoğun ve kısıtın ortaya çıktığı 12:00 ile 20:00 saatleri arası seçilmiştir. Bu saatlerin dışında telefonlarının cevaplanması ile ilgili herhangi bir kısıt bulunmadığı için belirtilen zaman diliminin kısıtı anlamak ve çözümlemek için en uygun aralık olduğu düşünülmektedir.

Tablo.1 12:00 – 20:00 Zaman Diliminde Gözlemlenen Aramalar

Birinci Grup Aramalar			İkinci Grup Aramalar		
Açıklama	Süre		Açıklama	Süre	
	Adet	Toplam (saniye)		Adet	Toplam (saniye)
Restoran, bar, plaj	40	60	Konaklama rezervasyon	40	150
Müşteri odaları	25	60	Restoran rezervasyon	35	120
Kat hizmetleri	20	30	Bilgi sorma	30	120
Muhasebe	25	60	Muhasebe	30	120
Diğer	30	30	Otel sahibi özel görüşmeleri	20	90
			Personel görüşmeleri	5	60
TOPLAM		6900	TOPLAM		19500

Yukarıdaki tabloda kısıtın olduğu zaman aralığına ilişkin telefon aramalarıyla ilgili detaylı bilgi görülmektedir. İncelenen zaman diliminde kısıt oluşmaktadır, çünkü çalışan personelin ilgili süre zarfında çalışma süresi, 28.800 saniye olarak hesaplanmıştır (8 saat x 60 dakika x 60 saniye), ayrıca sürenin % 15-20'si gibi bir kısmını da hazırlık, yemek, mola vb. şekilde kullanıldığı düşünülürse bu süre 26.400 saniyeye kadar düşmektedir. Öte yandan aramaların toplam süresi de 26.400 olarak hesaplanabilmekte (6.900 + 19.500) ve kaynak süresi ile gerekli olan sürenin eşit olduğu görülmektedir. Ancak bir telefon görüşmesi devam ederken diğer telefon görüşmesi ya da görüşmelerinin aynı anda gelmesi telefonlara cevap verilmesi ile ilgili bahsedilen kısıtın ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu durum ise müşteri memnuniyetsizliğini ortaya çıkarmaktadır. İşletmede ortaya çıkan problem ve memnuniyetsizlik arasındaki bahsedilen bu ilişki aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Tabloda memnuniyetsizliğe sebep olan faktörler ve faktörlerin ortaya çıkmasını sağlayan durumlar gösterilmektedir.

Tablo 2.Kısıt – Müşteri Memnuniyetsizliği İlişkisi

Diğer bütün işletmelerde olduğu gibi konaklama işletmeleri açısından da müşteri memnuniyeti önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak örnek işletmede personel sayısının yetersiz olması, gelen görüşmelerin uzun sürmesi, aynı anda gelmesi gibi durumlar yeni gelen telefonların cevaplanma süresini uzatmakta ve müşteri memnuniyetsizliği yaratmaktadır. Bu sebeple mevcut problemin sebeplerinin iyi anlaşılması ve çözüm için önerilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Tablo.1 gelen aramalarla ilgili hangi zaman dilimleri arasında yoğunluk yaşandığı ve müşteri telefonlarına cevap vermede yaşanan olumsuzlukların çoğaldığı hakkında bilgi vermektedir. Gelen telefonlar sürelerle bağlı olarak ilgili personeli meşgul edeceği için sürelerin bu şekilde anlaşılması önemlidir, bu sayede müşteri memnuniyeti ile ilişkili olabilecek aramalara zamanında cevap verilebilmesi için memnuniyetle ilgili olmayan aramaların kısa kesilmesi veya farklı kaynaklara yönlendirilmesi gerekecektir. Bu sebeple gelen aramaların müşteri memnuniyeti ile ilişkisine bağlı olarak bir matris şeklinde oluşturulması düşünülmektedir. Aşağıda yer alan tablo önceki kısımda gözlemlenen arama süreleri ile müşteri memnuniyeti ilişkisini göstermektedir. Tablo hazırlanırken işletme yönetimi ile yapılan görüşmeler neticesinde müşteri şikayetlerine göre hangi aramaların bu memnuniyetsizliği yarattığı belirlenmiş ve telefonların cevaplanması esnasında ortaya çıkan zaman kısıtından dolayı arama süreleri ile memnuniyet düzeyi arasında bir ilişki kurulmaya çalışılmıştır.

Şekil 1. Arama Türü – Süresi – Memnuniyet İlişkisi

A r a m a S ü r e s i	Muhasebe Aramaları (Dışarıdan Gelen) Otel Sahibi Görüşmeleri	Restoran Rezervasyon	Bilgi Sorma
	Personel Görüşmeleri Muhasebe	Restoran, Bar, Plaj	Müşteri Odaları
		Kat Hizmetleri Diğer	

Düşük Müşteri Memnuniyeti Sağlama İlgisi → Yüksek

Yukarıdaki tabloda işletmede ortaya çıkan arama türleri, süreleri ve memnuniyet sağlama ilişkisi görülmektedir. Arama süresi yüksek ancak müşteri memnuniyeti sağlama ilgisi düşük olan aramaların personeli fazla meşgul etmemesi gerekmektedir. Bu sebeple müşteri memnuniyetini olumlu olarak etkilediği düşünülmeyen aramaların sürelerinin azaltılması, ilgili personelin zamanını diğer aramalara bakarak ve müşterilere daha fazla yardımcı olacak şekilde kullanması gerekmektedir.

Tablo 1.'de ve yukarıdaki şekilde yer alan aramalar birinci grup ve ikinci grup olarak sınıflandırılmıştır. Birinci grup aramalar daha çok otel içerisinden yapılan aramaları kapsamakta buna karşın ikinci grup aramalar ise otel dışından yapılan aramaları kapsamaktadır. Otel içerisinden yapılan aramalar genelde restoran, plaj, bar, müşteri odaları, kat hizmetleri, muhasebe bölümlerinden gelmektedir. Otel dışından gelen aramaları ise konaklama ve restoran için rezervasyonlar, otelle ilgili bilgi sorma başta olmak üzere muhasebeye, otel sahibine ve personele gelen aramalar oluşturmaktadır. Bu aramalarla ilgili detaylı bilgi vermek gerekirse aramaların içeriği başta otel içerinden gelen aramalar olmak üzere şu şekilde sıralanabilir:

1. Otel içerisinden; restoran, plaj ve bar bölümlerinden gelen aramalar genellikle otelde konaklayan veya otelin daha önceden müşterisi olmuş kişiler hakkında bilgi almak, hesapların kontrolünü yapmak amacını kapsamaktadır.
2. Müşteri odalarından gelen aramalar, genellikle otelle veya odayla ilgili şikayetlerin iletilmesi, çeşitli konularda bilgi alınması ve gerek restoran, gerek eğlence gerekse ulaşım için rezervasyonların yapılması isteğini kapsamaktadır.
3. Kat hizmetleri bölümünden yapılan aramalar odaların son durumlarının öğrenilmesi ve bildirilmesi amacıyla yapılmaktadır.

4. Muhasebe bölümü de daha çok otelde kalan müşterilere ait hesaplarla ve faturalarla ilgili aramaları kapsamaktadır. Bununla beraber muhasebe bölümünün yapması gereken görüşmelerde bu grup içinde yer almaktadır. Diğer diye nitelendirilen bölüme giren aramalar yine otelin çeşitli bölümlerinden (çamaşırhane, otopark, kuaför vb.) gelen aramaları kapsamaktadır bu aramalar genel olarak müşterilerle ilgili çeşitli konuları kapsamaktadır.

Otel içerinden gelen aramalara genel olarak bakıldığı zaman genellikle müşterilerle ilgili çeşitli konuları kapsadığı ve müşterilerin memnuniyetleri için sağlanan çeşitli hizmetlerin oluşturduğu görülmektedir. Sadece muhasebe departmanının yapması gereken görüşmelerin ön büro tarafından aktarılması sebebiyle ön büro departmanında görevli personelin çalışma zamanının belli bir kısmını bunun için harcadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple kaynakların yetersizliğinden dolayı ortaya çıkacak bir zaman kısıtı halinde bu durumun göz önünde bulundurulması ve önbüro personelinin asıl işinin dışında yapmış olduğu bu faaliyete odaklanması gerektiği düşünülmektedir. Önbüro personelinin telefon için harcamış olduğu zamanın anlaşılması için otel içerisinden gelen aramaların dışında otel dışından gelen aramaların niteliklerine ve ayrıntılarının da bilinmesi gerekmektedir. Bu sebeple izleyen kısımda bu aramalar sıralanmaktadır.

1. Otel dışından gelen aramalar daha çok konaklama ve restoran ile ilgili rezervasyon isteği,
2. Otel hakkında bilgi sorulması,
3. Muhasebe departmanı ile görüşme isteği,
4. Otel sahibine gelen özel nitelikli görüşmeler.

Yapılan gözlem ve görüşmeler neticesinde dışarıdan gelen aramaların ilgili personeli daha fazla meşgul ettiği anlaşılmaktadır. Çünkü gelen aramalar genel olarak bir dakikayı aşmakta ve aynı anda gelen telefonlara zamanında cevap vermeyi engellemektedir. Bu sebeple zaman kısıtının ortadan kaldırılması için farklı stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Kaygusuz'a göre (2006); böyle bir durumda uygulanması gereken stratejilerden bir tanesi de, "kısıtlı kaynaklara, kısıtlı olmayan kaynaklardan aktarma yaparak kısıdın etkisini ortadan kaldırmak" olarak açıklanmaktadır. Bu bilgi ışığında otel işletmesinde mevcut kısıtlı olmayan bölümlere aktarımlar neticesinde önbüro bölümünde görevli elemanın zamanının daha fazlasını müşteri memnuniyetini sağlayacak birinci derecede önemli olan işlere kullanacağı düşünülmektedir. Bu noktada hangi faaliyetin müşteri memnuniyeti için daha önemli olduğu ve hangilerinin ilgili diğer bölümler tarafından yerine getirilmesinde bir sakınca olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Bu sebeple yapılan incelemeler neticesinde bazı aramaların ilgili kişilere doğrudan yönlendirilmesinin mevcut kısıtı ortadan kaldırabileceği anlaşılmıştır. Çünkü, görevli personel görüşme isteklerini öncelikle ilgili kişiye ulaşarak sormakta ve gelen cevaba göre gelen aramayı aktarmaktadır. Ancak bu durum çoğu zaman vakit kayıplarına sebep olmakta ve telefon başında beklemeyi gerektirmektedir. Aynı şekilde restoran için talep

edilen rezervasyonların telefonlara bakan personel tarafından detaylı olarak alınması ve daha sonra aynı bilgilerin restorana iletilmesi yine gereksiz vakit kaybına sebep olmaktadır. Oysaki gelen rezervasyon isteğinin direkt olarak restorana aktarılmasının bu durumu ortadan kaldıracacağı düşünülmektedir.

Bu çerçevede kısıtın etkisinin ortadan kaldırılması için diğer bölümlere aktarmaların yapılabileceği anlaşılmış uygulama sonrasında arama sürelerindeki değişime bağlı olarak ortaya çıkan durum aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 3. Kısıtlar Teorisinin Uygulanması Sonrasındaki Durum

Açıklama	Önceki Durum			Sonraki Durum		
	Adet	Süre (saniye)	Toplam (saniye)	Adet	Süre (saniye)	Toplam (saniye)
Restoran, bar, plaj	40	60	2400	40	60	2400
Müşteri odaları	25	60	1500	25	60	1500
Kat hizmetleri	20	30	600	20	30	600
Muhasebe	25	60	1500	25	60	1500
Diğer	30	30	900	30	30	900
Konaklama rezervasyon	40	150	6000	40	150	6000
Restoran rezervasyon	35	120	4200	35	5	175
Bilgi sorma	30	120	3600	30	120	3600
Muhasebe	30	120	3600	30	5	150
Otel sahibi özel görüşmeleri	20	90	1800	20	20	400
Personel görüşmeleri	5	60	300	5	5	25
Toplam			26400			17250

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere kısıtın ortadan kaldırılması aşamasında otel içerisinden gelen aramalara herhangi bir müdahalede bulunulmamıştır. Öte yandan otel dışından gelen aramaların bazılarını direkt olarak ilgili bölüm veya kişiye yönlendirilerek telefon başında boşa geçen zaman ortadan kaldırılmıştır. Restoran için gelen rezervasyonlar uygun bir dille restoran bölümüne aktarılmış ve rezervasyonları yapmaları istenmiştir. Muhasebe için gelen telefonlar yine uygun bir dille direkt muhasebe departmanına iletilmiştir. Otel sahibi ile yapılmak istenen görüşmeler tahsis edilen bir telsiz telefona anında ulaşılarak görüşme isteği sorulmuş ve kabul edilirse arama aktarımı yapılmıştır. Personel için gelen görüşmeler belirlenen zaman diliminde ilgili bölüme aktarılacak suretiyle çözümlenmiştir. Sonuç olarak öncesinde 26.400 saniye kaynak gerektiren telefon aramaları, uygulanan strateji sayesinde 17.250 saniyeye düşürülmüş ve % 35'e yakın bir iyileştirme sağlanmıştır. Bu sayede otel müşterilerinin yapmış oldukları aramalar zamanında cevaplandırılabilir ve yeterli zamanda tamamlanabilecektir. Aynı zamanda belirlenen problemler ve şikayetler de en aza indirilerek müşteri memnuniyeti sağlanabilecektir.

SONUÇ

Kısıtlar teorisi, her işletmenin en az bir tane kısıtı olduğu varsayımına dayanarak işletme performansının, verimliliğinin ve karlılığının artırılabilmesi için bu kısıtları kaldırılmasını

öngörmekte ve bu sayede eldeki kaynakları etkin bir şekilde kullanarak bir yandan işletmelerin temel hedefi olan karlılığı arttırmakta bir yandan da işletme içerisinde sürekli bir gelişme modelini ortaya koyarak işletmelerin müşterilere daha kaliteli hizmet sunmalarını sağlamakta ve müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. Hizmet işletmelerinin emek yoğun işletmeler olması dolayısıyla işgücü ve çalışma zamanının büyük önem arz etmekte ve bu sebeple hizmet işletmelerinde karşılaşılan kısıt işgücü kaynağının etkin kullanılmamasından ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada kısıtlar teorisinin hizmet işletmelerinde uygulanabilmesine ilişkin bir çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışma ile ortaya çıkan kısıtın giderilmesinin müşteri memnuniyeti açısından önemine değinilmiştir. Aynı zamanda otel işletmeleri gibi işgücünün ve çalışma zamanının önem arz ettiği emek yoğun işletmelerde kısıtlar teorisinin uygulanabilirliği anlaşılmıştır. Otel işletmeleri alanında yapılan benzer bir çalışmanın olmaması sebebiyle yapılan çalışmanın literatüre önemli katkı sağlayacağı ve turizm işletmeleri alanında konu ile ilgili yapılacak diğer çalışmalara referans ve öncü olacağı düşünülmektedir. Otel işletmelerinde maliyetlerden ziyade müşteri memnuniyetinin daha önemli olması ve işgücünün daha verimli kullanılması gereği kısıtlar teorisinin bu işletmeler açısından önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca, kısıtlar teorisinin işletmelerde ortaya çıkan problemlerin çözüm süreçlerinde, başta problemin kendisini, sebeplerini anlamak ve çözümü için stratejiler geliştirmek amaçlı kullanılabileceği de tespit edilmiştir. Şöyle ki, işletmelerin problemlerini çözmek için çok maliyetli ve uzun süreç gerektiren projeler yerine günlük iş yaşantısında gözden kaçan küçük ayrıntıların farkına vararak daha az maliyetle doğru yerde doğru değişiklik yapılarak önemli zaman tasarrufları sağlanabileceği ve sorunlara pratik ve yararlı çözümler bulunabileceği anlaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Ahmad, R. ve Buttle, F. (2001). Customer retention: a potentially potent marketing management strategy. *Journal of Strategic Marketing*, 9, 29-45.
- Aleksandra Grobelna, B. M. (2013). Measurement of service quality in the hotel sector: the case of northern poland. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22, 313-332.
- Betton, S. (2005). *Tourism Research Methods*. (B. W. Ritchie, P. Burns, & C. Palmer, Dü) Massachusetts: CABI Publishing.
- Corbett, T. (2000). Throughput accounting and activity based costing: the driving factors behind each methodology. *Journal of Cost Management*, (Jan-Feb), 37-45.
- Çetiner, E. (2000). *Konaklama işletmelerinde muhasebe uygulamaları*, Gazi Kitabevi.
- Dalcı, İ. ve Koşan, L. (2012). Theory of constraints thinking-process tools facilitate goal achievement for hotel management: a case study of improving customer satisfaction. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21, 541 - 568.
- Fu, A. (2000). Theory of constraints, *Business Review*, 2(2) 68-74.
- Goldratt, E. M. (1992). From cost world to throughput world. *Advances in Management Accounting*, 1, 35-53.
- Gupta, M., Boyd, L., & Sussman, L. (2004). To better maps: A TOC premier for strategic planning. *Business Horizons*, 47(2), 15-26.

- Jung, H. S. ve Yoon, H. H. (2012). Do employees' satisfied customers respond with an satisfactory relationship? The effects of employees' satisfaction on customers' satisfaction and loyalty in a family restaurant. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 1-8.
- Kaygusuz, S. Y. (2006). *Yenilikçi yönetim muhasebesi*, İstanbul: Alfa Aktüel Yayıncılık.
- Kotler, P., Bowen, J. ve Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*, upper saddle river, NJ: Prentice Hall.
- Lee, Y.-K., Jeong, Y.-K. ve Choi, J. (2014). Service quality, relationship outcomes, and membership types in the hotel industry: a survey in korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19, 300-324.
- Moss, H. (2007). Improving service quality with the theory of constraints . *Journal of Academy of Business and Economics*, 7(3), 45 - 61.
- Motwani, J., Klein, D., & Harowitz, R. (1996). The theory of constraints in services: Part 2—examples from health care. *Managing Service Quality*, 6(2), 30–34.
- Naor, M., Bernardes, E. ve Coman, A. (2012). Theory of constraints: is it a theory and a good one? *International Journal of Production Research*, 51:2, 542-554.
- Resmi Gazete (2005). *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*. [URL: [http:// www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm](http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm)] (Erişim 17 Ağustos 2014).
- Reid, R. A., & Cormier, R. J. (2003). Applying the TOC TP: A case study in the service Sector. *Managing Service Quality*, 13, 349–369.
- Ruhl, J. M. (1997a). The theory of constraints within a cost management framework, *Journal of Cost Management*, 11(6), 16-24.
- Ruhl, J. M. (1997b). Managing constraints, *CPA Journal*, 67(1), 60-64.
- Scapens, R. W. (1990). Researching management accounting practice: the role of case study methods, *British Accounting Review*, 3, 265-277.
- Siha, Samia. (1999) "A classified model for applying the theory of constraints to service organizations." *Managing Service Quality* 9.4, 255-264.
- Spector, Y. (2010). Theory of constraint methodology where the constraint is the business model. *International Journal of Production Research*, 3387 - 3394.
- Tanış, V. N. (1997). Theoretical background of some research methods applicable in cost and management accounting, *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 12 (2), 184-196.
- Taylor, L. J., III, & Sheffield, D. (2002). Goldratt's thinking process applied to medical claims processing. *Hospital Topics: Research and Perspectives on Healthcare*, 80(4), 13–21.
- Ünal, E. N., Tanış, V. N. ve Küçüksavaş, N. (2005). Kısıtlar teorisi ve bir üretim işletmesinde uygulama, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (2), 433-448.
- Xevelonakis, E. (2005). Developing retention strategies based on customer profitability in telecommunications: An empirical study. *Database Marketing & Customer Strategy Management*, 12, (3), 226-242.
- Zeithaml and Valarie A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.

TURİZM ARAŞTIRMALARI İÇİN YENİ BİR KAVRAM: POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE

Beril DÖNMEZ

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
berildonmez@gmail.com*

Kemal BİRDİR

*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kemalbirdir@yahoo.com*

ÖZET

Günümüzde örgütler, giderek karmaşıkleşan ekonomik bir sistemle mücadele etmektedir. Böyle bir ortamda rekabet avantajı sağlamak üzere insan kaynaklarını yönetebilmek önemli bir sorun haline gelmiştir. Örgütler bu sorunu çözebilmek için yeni düşünce ve yaklaşımlara ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda Luthans, Youssef ve Avolio (2007) tarafından yeni bir yaklaşım ortaya atılmıştır. Yazarlar, çalışanların pozitif ve güçlü yönlerinin ortaya çıkarılarak geliştirilmesinin, arzu edilen iş çıktılarını olumlu yönde etkileyeceğine işaret etmiştir. Pozitif psikoloji ve pozitif örgütsel davranış hareketlerinden yola çıkarak, bu çalışmada; umut, öz-yeterlilik, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılık bileşenlerinden oluşan pozitif psikolojik sermaye kavramını ve hangi değişkenlerle ilişkili olduğunu açıklamak ve bu kavramın turizm araştırmalarında da kullanılabilirliğine dikkat çekmek amaçlanmıştır. Bu amaçla yurt içi ve yurt dışı literatürde ulaşılabilen ve 2013 yılının birinci yarısına kadar yapılan araştırmalar incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda pozitif psikolojik sermaye ve bileşenleri, literatürdeki araştırmalardan hareketle açıklanmış ve ilişkili olduğu değişkenler özetlenerek gelecekte bu konuda çalışmak isteyen araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Pozitif psikolojik sermaye, umut, iyimserlik, öz-yeterlilik, psikolojik dayanıklılık*

GİRİŞ

Turizm, ortak bir amacı gerçekleştirebilmek için bir araya gelen ve birbirine bağlı birçok unsurdan oluşan bir sistemdir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2006; Roney, 2011). Turizm endüstrisinin özellikleri incelendiğinde, endüstrinin büyük ölçüde emek yoğun olduğu görülmektedir. Dolayısıyla turizm işletmelerinde hizmetin üretilmesinde ve sunulmasında emeğin yani insan kaynağının rolü büyüktür (Kozak, Kozak ve Kozak, 2006).

Küreselleşmenin etkisiyle rekabetin artması, örgütlerin insan kaynaklarına verdikleri önemi de artırmıştır. İnsan kaynakları, örgütlerin başarısı için önemli bir gösterge haline gelmiş ve bu konuda yapılan yatırımlar maliyet olarak değerlendirilmemeye başlamıştır (Kozak, 2009). Bu bağlamda insan kaynaklarının bilgi, beceri ve yeteneklerinin akılcı şekilde kullanılmasıyla örgüte olan katkılarının ve iş doyumlarının artırılması da bir amaç haline gelmektedir. Bu amaçları gerçekleştirebilmek, insan kaynaklarından yararlanmaya, onları motive etmeye ve korumaya bağlıdır. İnsan unsuru; satın alınamaması, sosyal bir varlık olması ve çevresel faktörlerden etkilenmesi gibi nedenlerle farklıdır ve özellikle de hizmet işletmeleri için önemli bir başarı unsurudur (Kozak, 2009). İnsan kaynaklarının rakipler tarafından taklit edilemez olması rekabet avantajı sağlama konusunda anahtar

kaynak olduğunun göstergesidir ve optimum şekilde kullanılması gerekmektedir (Luthans, Avey, Avolio, ve Peterson, 2010).

Emek yoğun özelliğine değinilen turizm işletmelerinde insan unsuruna verilmesi gereken öneme yapılan vurgu, çalışanların daha yüksek doyuma ulaşmalarına destek olacak konularla da yakından ilgilenen psikoloji bilimine işaret etmektedir. Psikoloji, davranışsal ve zihinsel süreçleri inceleyen bilim dalıdır (Wittig, 2001). Bu bağlamda insanların örgüt içindeki davranışları, insan kaynağının memnuniyeti, iş doyumu ve dolayısıyla örgütlerin etkin şekilde işleyişinin sağlanması gibi konular da psikolojinin çalışma alanlarındandır (Borman, Klimoski ve Ilgen, 2003). Psikolojinin çalışma alanı, sadece insanlardaki zihinsel hastalıkları ve bunların tedavisini değil aynı zamanda insan yaşamını verimli ve tatmin edici kılan faktörleri de içermektedir (Luthans, 2002).

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından psikologların araştırma alanları negatif yaklaşımlara yönelmiş; patolojik teşhis ve tedavi, insanlardaki kaygı bozuklukları, hezeyanlar, yetersizlikler ve fonksiyon bozuklukları gibi konular ön plana çıkmıştır. Ancak 2000'li yıllara gelindiğinde, Martin Seligman öncülüğünde insanlardaki zayıf noktaların araştırılması yerine güçlü yönlerinin ortaya çıkarılıp geliştirilmesine vurgu yapan pozitif psikoloji hareketi gündeme gelmiştir (Luthans, 2002).

Hayatı yaşamaya değer kılan güçlü yönleri ve pozitif karakter özelliklerine yeterince ilgi gösterilmediği için (Luthans ve Church, 2002) pozitif psikoloji hareketi, hem psikoloji hem de örgütsel davranış alanında hızla yer bulmaya başlamıştır. Pozitif psikoloji hareketi, psikolojinin genel olarak insan yaşamında olumsuz olan şeyleri iyileştirme yaklaşımına, yaşamdaki olumlu nitelikleri artırmayı da ekleyerek bir değişimin öncülüğünü yapmıştır. Bu yaklaşım, örgütsel davranış alanında da gelişmiş performans hedeflerine vurgu yapan pozitif örgütsel davranış hareketini tetiklemiştir (Wright, 2003).

Pozitif örgütsel davranış, günümüz iş yerlerinde performans gelişimi için ölçülebilen, geliştirilebilen ve etkili bir şekilde yönetilebilen, insan kaynaklarının pozitif odaklı güçlü yönleri ve psikolojik sermayeleri ile ilgili çalışma ve uygulama alanıdır (Luthans, 2002; Donaldson ve Ko, 2010). Pozitif örgütsel davranış yaklaşımı, iş yerlerinde performansın geliştirilmesi amacıyla; umut, öz-yeterlilik, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılık boyutlarından oluşan pozitif psikolojik sermaye kavramına dikkat çekmektedir (Luthans ve Youssef, 2004).

Pozitif psikolojik sermaye; özgün, ölçülebilir, geliştirilebilir ve performans üzerinde etkili bir kavramdır (Luthans ve Youssef, 2004). Pozitif psikolojik sermaye; bireylerin yaşamlarını etkileyecek olayları kontrolü altına alan, belirlenmiş bir performans düzeyini yakalayabilme yeteneklerine olan inançları olarak tanımlanan öz-yeterlilik (Bandura, 1994), bireylerin hedefleri, bu hedeflere ulaşma doğrultusunda harekete geçme (araç) güdülleri ve hedeflere ulaşmak için yollar (patika) bulma konusundaki düşünce süreci olarak tanımlanan umut (Snyder, 1995), mümkün olabilecek en iyi sonucun gerçekleşeceğini bekleme/umma eğilimi olarak tanımlanan iyimserlik (Scheier ve Carver,

1987) ve önemli bir değişim, sıkıntı ve risk karşısında bireylerin bu durumlarla başarılı bir şekilde baş edebilme yeteneği olarak tanımlanan psikolojik dayanıklılık (Luthans, 2002) bileşenlerinden oluşmaktadır.

POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE

Pozitif psikolojik sermaye, bireylerin psikolojik olarak pozitif gelişme durumudur ve zorlu görevleri üstlenerek, bunların üstesinden gelebilmek adına gerekli olan çabayı gösterebilmek için güven (öz-yeterlilik) sahibi olmak, mevcut durumda ve gelecekte başarılı olmak konusunda pozitif düşünmek (iyimserlik), başarılı olmak için hedefler çerçevesinde çaba göstermek ve gerektiğinde hedeflere giden yolları yeniden gözden geçirebilmek (umut), sorun ve sıkıntılarla çevrelenmiş olursa da başarıya ulaşmak için kendini toparlamak ve devam etmek (psikolojik dayanıklılık) şeklinde nitelenmektedir (Luthansve diğerleri, 2007; Luthans, Avolio, Avey ve Norman, 2007).

Pozitif psikolojik sermaye; genel olarak, temel psikolojik faktörlerden pozitifliğe, özel olarak pozitif örgütsel davranış kriterleriyle bir araya gelen durumlara, rekabet avantajı sağlamak üzere beşeri ve sosyal sermayenin ötesine geçerek “kimsin” sorusuna odaklanılması ve geliştirilmesi şeklinde tanımlanabilir (Luthans Avolio, Walumbwa ve Li, 2005; Jensen ve Luthans, 2006). Pozitif psikolojik sermayenin anahtar noktaları; pozitif psikoloji paradigmasına dayanması yani pozitifliğin ve bireylerin güçlü yönlerinin önemsenmesi, temelde pozitif örgütsel davranış kriterlerine (özgün, teori ve araştırma temelli, geçerli ölçümler ve durumsal) dayalı olan pozitif durumları içermesi, beşeri sermaye (ne biliyorsun?) ve sosyal sermayenin (kimi tanıyorsun?) ötesinde “kimsin?” sorusuna yoğunlaşması, rekabet avantajı ve performans gelişimi elde etmek için ekonomik/finansal sermayede olduğu gibi yatırım ve gelişimi birleştirmesi olarak sıralanabilir (Luthans ve diğerleri, 2005). Pozitif psikolojik sermaye temel yapı olarak; bireyin güdülenmiş çabasına ve azmine dayalı başarısını, durum ve olasılıklar dâhilinde pozitif olarak değerlendirmektir (Luthans ve diğerleri, 2007).

Sermaye terimi, geleneksel ve ekonomik kullanımının dışında, entelektüel sermaye, sosyal sermaye, kültürel sermayedeki kullanımlarında da olduğu gibi, insan kaynaklarının değerini niteleyen (beşeri sermaye) bir anlamda da kullanılmıştır. Burada kullanılan şekliyle pozitif psikolojik sermaye, psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, umut ve öz-yeterlilik gibi pozitif psikoloji değişkenlerini kullanarak, bireylerin motivasyonlarının artırılması arzusunun temsil etmek amacıyla kullanılmaktadır (Luthans ve diğerleri, 2007). Bununla birlikte pozitif psikolojik sermaye, örgütlerin arzu ettikleri verimliliğe ulaşabilmeleri için gerekli olan performans çıktılarını sağlamada, geliştirilebilir ve yönetilebilir özelliktedir (Luthans, Luthans ve Luthans, 2004).

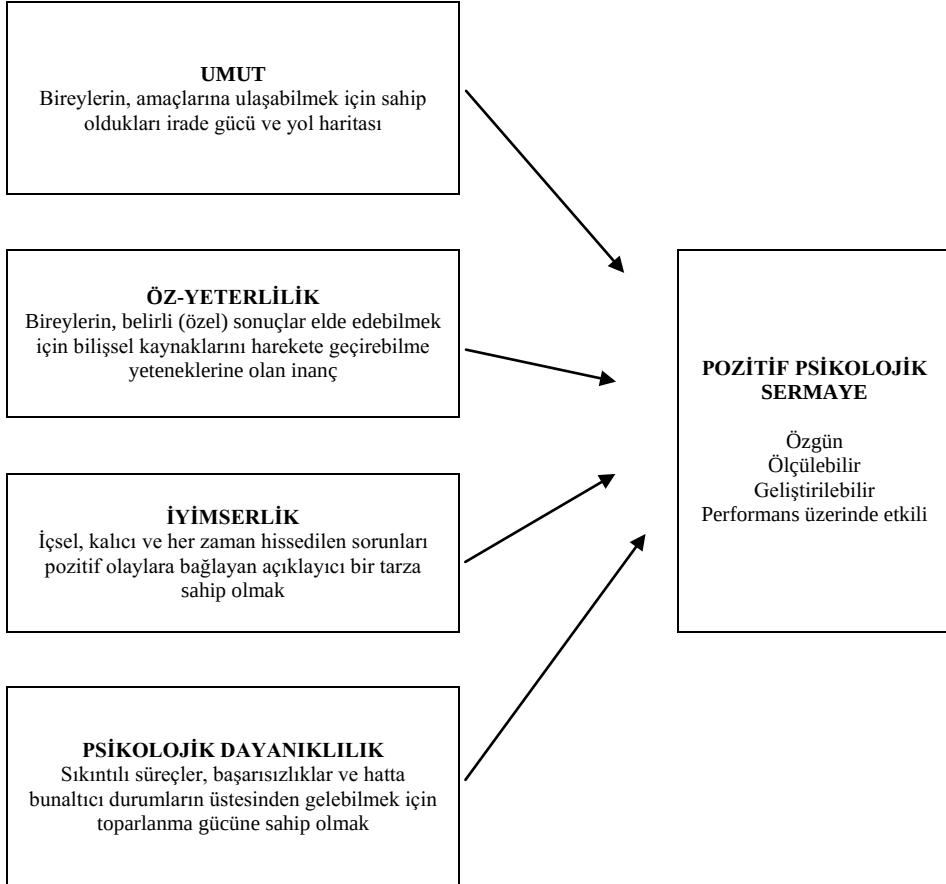
Sürdürülebilir rekabet avantajı sağlama noktasında insan kaynağının değerini daha iyi anlayan örgütler, karşılaştıkları ve gelecekte karşılaşacakları zorlukların üstesinden gelebilmek için sosyal ve beşeri sermayenin ötesinde pozitif psikolojik sermayenin önemini de kavrayacaklardır (Luthans ve diğerleri, 2004).

Luthans ve diğerleri (2004) beşeri sermaye ve sosyal sermayenin ötesinde artık pozitif psikolojik sermayeye de odaklanılmasının zamanının geldiğini belirtmektedir. İşletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmeleri için pozitif psikolojik sermayenin de en az sosyal ve beşeri sermaye kadar önemli olduğunun altını çizerek; öz-yeterlilik, umut, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılık kavramlarının da katkılarıyla pozitif psikolojik sermayenin hak ettiği değeri göreceğine inanmaktadırlar.

POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE BİLEŞENLERİ

Luthans ve diğerleri (2005), yaptıkları çalışmalarla; öz-yeterlilik, umut, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılık şeklinde sıralanan pozitif örgütsel davranış değişkenlerini, pozitif psikolojik sermaye yapısı altında bir araya getirmişlerdir. Pozitif psikolojik sermaye bileşenleri Şekil 1’de özetlenmiştir.

Şekil 1: Pozitif Psikolojik Sermaye Bileşenleri



Kaynak: Luthans ve Youssef (2004, s. 152).

Umut

Pozitif psikolojinin temel yapılarından birisi olan umut teorisinin, teori ve araştırmaya dayanan tanımı, klinik ve pozitif psikolog C. Rick Snyder tarafından yapılmıştır (Luthans ve Jensen, 2002). Umut; araç (agency - amaca yönelik azim/kararlılık) ve yollardan (pathways - hedeflere ulaştıracak yolların planlanması) oluşan etkileşimli başarı anlayışına dayalı bilişsel bir durumdur (Snyder, Harris, Anderson, Holleran, Irving, Sigmon, Yoshinobu, Gibb, Langelle ve Harney, 1991; Snyder, Sympson, Ybasco, Borders, Babyak ve Higgin, 1996; Snyder, 2002). Bir başka deyişle umut; bireylerin hedefleri, bu hedeflere ulaşma doğrultusunda harekete geçme (araç) güdülleri ve hedeflere ulaşmak için yollar (patika) bulma konusundaki düşünce sürecidir (Snyder, 1995). Kısaca bu üçlemeyi; hedefler (goals), araçlar (agency) ve yollar (pathways) olarak incelemek mümkündür (Snyder, 2000).

Yapılan araştırmalar umut kavramının bazı iş yeri çıktıları ile ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. Örneğin; Peterson ve Luthans (2003) yaptıkları araştırma sonucunda, liderlerin umut düzeyleri ile yönettikleri bölümün karlılığı, çalışanların iş doyumu ve işte kalma niyeti arasında pozitif bir ilişki bulgulamıştır. Youssef'in yaptığı araştırmada da, yöneticilerin ve çalışanların umut düzeylerinin; performans, iş doyumu, çalışma mutluluğu ve örgütsel bağlılık ile pozitif ilişki içerisinde olduğu belirtilmiştir (Luthans ve diğerleri, 2007).

Öz-Yeterlilik

Öz-yeterlilik teorisi, Albert Bandura (1977) tarafından formüle edilmiştir. Öz-yeterlilik, bireylerin yaşamlarını etkileyecek olayları kontrolü altına alan, belirlenmiş bir performans düzeyini yakalayabilme yeteneklerine olan inançları olarak tanımlanabilir. Öz-yeterlilik inancı; bireylerin nasıl hissedeceklerini, düşüneceklerini, kendilerini motive edeceklerini ve davranacaklarını belirlemektedir (Bandura, 1994). Bu inanç, bahsi geçen çeşitli etkileri; bilişsel, güdüsel, duyuşsal ve seçim olmak üzere başlıca dört süreçte ortaya çıkarmaktadır (Bandura, 1993; Bandura, 1994). Bir başka deyişle öz-yeterlilik, bireylerin gelecekte oluşabilecek durumlarla başa çıkabilmek için gerekli olan eylem planlarını ne kadar iyi uygulayabileceklerini değerlendirmeleriyle ilgilidir (Bandura, 1982).

Güçlü bir öz-yeterlilik hissi, bireysel başarıyı ve öznel iyi oluşu birçok yönden artıracaktır. Kendi yeteneklerine inancı yüksek olan bireyler, tehlikelerden kaçınmaktansa, zorlayıcı görevleri seçip bunlara sıkıca bağlanarak, üstesinden gelmeyi tercih etmektedir. Bu tarz bireyler yaşadıkları başarısızlık duygusunun hemen ardından toparlanarak öz-yeterlilik duygularını geri kazanmakta, çabalarını artırarak sürdürmektedir. Bu bireyler başarısızlığın nedenini; yeterince çabalamamaya, eksik bilgi ve beceriye bağlamaktadır. Tehditkâr durumlara kendilerinden emin bir şekilde yaklaşarak kontrol altına alabileceklerine inanmaktadırlar. Böyle bir öz-yeterlilik; kişisel başarıyı beraberinde getirmekte, stresi azaltmakta ve depresyon hassasiyetini düşürmektedir (Bandura, 1994).

Bandura'nın (1977) yaptığı teori ve araştırma çalışmalarıyla şekillenen ve pozitif psikolojik sermaye kavramının bileşenlerinden biri olan öz-yeterlilik ile işgören performansı arasında güçlü ilişkiler olduğu bulgulanmıştır (Luthans ve diğerleri, 2004). Örneğin; Stajkovic ve Luthans (1998) yaptıkları meta analizi sonucunda öz-yeterliliğin işgören performansını %28 oranında artırdığını rapor etmiştir. Luthans ve Youssef (2004) yaptıkları araştırmalar sonucunda öz-yeterlilik ile iş doyumunu, örgütsel bağlılık, işte kalma niyeti, algılanan örgütsel etkinlik gibi arzu edilen davranışsal çıktılar arasında Amerika'da ve farklı kültürlerde anlamlı ilişkiler tespit etmiştir.

İyimserlik

İyimserlik, günlük dilde oldukça sık kullanılan kelimelerden biridir (Luthans ve diğerleri, 2007). Scheier ve Carver'a (1987) göre iyimserlik, mümkün olabilecek en iyi sonucun gerçekleşeceğini bekleme/umma eğilimi olarak tanımlanmaktadır.

Bireyler, dünyaya bakış açıları açısından birbirlerinden oldukça farklıdır. Bazı bireyler bakış açıları açısından olumlu olma eğilimindedir. İyimser olarak nitelendirilen bu bireyler, işlerin yolunda gideceği ve başlarına kötü şeylerden ziyade iyi şeylerin geleceği inancındadır. Bazı bireyler ise olumsuz bakış açısına sahiptir ve kötümser olarak nitelendirilirler. Kötümser bireyler genellikle işlerin yolunda gitmeyeceği ve başlarına kötü şeyler geleceği düşüncesindedir (Scheier ve Carver, 1985). İyimser bireyler, yaşadıkları mağlubiyetlerin kendi hatalarından kaynaklanmadığına inanmaktadır. Yaşanan olumsuzluklarda, içinde bulunulan şartların, kötü şansın ve diğer bireylerin de etkisi olduğunu düşünmektedir. Böyle bireyler yenilgiden etkilenmemekte aksine bunu bir meydan okuma olarak algılayarak yeniden denemektedir. Kötümser bireyler ise çabuk pes ederek, morallerini daha çabuk bozmaktadır (Seligman, 2006).

Seligman'a (2006) göre iyimserlik, pozitif olayları; kişisel, kalıcı ve yaygın nedenlere dayandıran, negatif olayları ise dışsal, geçici ve duruma özgü faktörlerle yorumlayan bir açıklama biçimidir. Kötümser açıklama şekli ise pozitif olayları dışsal, geçici ve duruma özgü olarak yorumlamaktadır (Luthans ve diğerleri, 2007).

İyimserliğin; fiziksel ve zihinsel sağlık, öznel iyi oluş, zorlu yaşam şartlarıyla verimli bir şekilde başa çıkabilme, iyileşme ve bağımlılıktan kurtulabilme, yaşam doyumunu, otantik mutluluk ve işgören performansı ile ilişkili olduğunu gösteren araştırmalar yapılmıştır ve yapılmaya devam etmektedir (Luthans ve diğerleri, 2007).

Psikolojik Dayanıklılık

Psikolojik dayanıklılık, dikkate değer sıkıntı ve risk bağlamında olumlu uyum sağlayabilme yöntemleri şeklinde nitelenen olayların sınıflandırmasıdır (Masten ve Reed, 2002). Bireylerin bu sınıflandırılmış olaylardan hangisine ait olduklarını tanımlayabilmek için iki temel kararın verilmesi gerekmektedir. Birinci karar, davranışlarla ilgili bir dizi beklentiye dair bireylerin sadece "iyi" mi yoksa "iyiden daha iyi" mi olduklarıyla ilgilidir. İkinci karar ise iyi çıktılarının elde edilmesi karşısında tehdit oluşturan durumların

azaltılması ile ilgilidir. Bu nedenle bahsedilen sınıflandırılmış olaylarla ilgili çalışmaların, iyi bir uyum sürecinin ve iyi çıktılarının elde edilmesi karşısında tehdit oluşturan geçmişteki veya şimdiki mevcut koşulların aslını anlayabilmek için ölçüt veya yöntemlerini tanımlaması gerekmektedir (Masten ve Reed, 2002).

Psikolojik dayanıklılığın literatürde birçok tanımı yapılmıştır ancak pozitif psikolojik sermaye bileşeni olarak durumsal psikolojik dayanıklılık, önemli bir değişim, sıkıntı ve risk karşısında bireylerin bu durumlarla başarılı bir şekilde baş edebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Bu yetenek, zaman içerisinde değişebilmekte veya bireysel ve çevresel koruyucu faktörler yardımıyla geliştirilebilmektedir (Luthans, 2002).

Örgütsel davranış açısından bakıldığında ise psikolojik dayanıklılık, sıkıntı, belirsizlik, çatışma, başarısızlık hatta olumlu değişim, süreç ve sorumluluk artışı karşısında kendini toparlayabilmek olarak tanımlanmaktadır (Luthans ve diğerleri, 2007). Psikolojik dayanıklılık konusunun iş yerlerine uygulanmasındaki amaç; liderler, çalışanlar ve örgütlerde mevcut olan böylesine güçlü bir kapasiteyi ortaya çıkarabilmektir (Luthans ve diğerleri, 2007). Yapılan araştırmalar psikolojik dayanıklılığın; performans, mutluluk, iş doyumu ve bağlılık gibi kavramlarla ilişkili olduğunu göstermektedir (Luthans ve diğerleri, 2007).

POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE ve İLİŞKİLİ OLDUĞU KAVRAMLAR

Literatür incelendiğinde, pozitif psikolojik sermaye ve bileşenlerinin örgütsel davranış literatüründeki birçok kavramla ilişkili olduğu görülmektedir. Pozitif psikolojik sermaye; otantik liderlik (Jensen, 2003; Jensen ve Luthans, 2006; Caza, Bagozzi, Woolley, Levyve Caza, 2010; Woolley, Caza ve Lester, 2011; Eid, Mearns, Larsson, Labergve Johnsen, 2012; Keser, 2013), dönüşümcü liderlik (Gooty, Gavin, Johnson, Frazier ve Snow, 2009; Toor ve Ofori, 2010; McMurray, Pirola-Merlo, Sarros ve Islam, 2010; Kamariah, Wafa, Tajammal ve Syed, 2011; Venters, 2012), hizmetkar liderlik (Coggings, 2012), etik liderlik (Demir, Özbek ve Okan, 2011), özgünlük (Toor ve Ofori, 2010), iş doyumu (Jensen, 2003; Larson, 2004; Larson ve Luthans, 2006; Luthans ve diğerleri, 2007; Appollis, 2010; Avey ve diğerleri, 2011; Ardichvili, 2011; Uslu, Özer, Şanlı ve Arat, 2011; Akçay, 2011; Mello, 2012; Kaplan ve Biçkes, 2012; Çetin ve Varoğlu, 2013), örgütsel bağlılık (Larson, 2004; Larson ve Luthans, 2006; Luthans, Avey, Clapp-Smithve Li, 2008; Cromer, 2009; Avey ve diğerleri, 2011; Ardichvili, 2011), örgütsel amaçlara bağlılık (Luthans ve Jensen, 2005), duygusal bağlılık (Avey, Wernsing ve Luthans, 2008), duygusal ve davranışsal görev bağlılığı (Avey, 2007), işte kalma niyeti (Luthans ve Jensen, 2005), örgütü özümseme (Cromer, 2009), örgütsel vatandaşlık (Luthans ve Avey, 2010; Norman, Avey, Nimnichtve Pigeon, 2010; Walumbwa, Luthans, Avey ve Oke, 2011; Ardichvili, 2011; Berberoğlu, 2013), bireysel örgütsel vatandaşlık (Özyılmaz, 2012), yönetici/insan kaynakları yöneticisi beyanına dayalı işgören performansı (Luthans ve diğerleri, 2005; Luthans ve diğerleri, 2007; Luthans ve diğerleri, 2008; Luthans ve diğerleri, 2008; Gooty ve diğerleri, 2009; Luthans ve diğerleri, 2010; Avey, Nimnicht ve Piegion, 2010; Walumbwa, Peterson,

Avolio ve Hartnell, 2010; Walumbwa ve diğerleri, 2011; Peterson, Luthans, Avolio, Walumbwa ve Zhang, 2011), kişisel beyana dayalı işgören performansı (Luthans ve diğerleri, 2007; Luthans, Norman, Avolio, ve Avey, 2008; Luthans ve diğerleri, 2010; Rego, Marques, Leal, Sousa ve Cunha, 2010; Avey ve diğerleri, 2011; Ardichvili, 2011; Uslu ve diğerleri, 2011; Nguyen ve Nguyen, 2012; Venkatesh ve Blaskovich, 2012; Akdoğan ve Polatçı, 2013; Çetin ve Varoğlu, 2013), iş performansı (Uslu, 2010; Polatçı, 2011; Liu, 2013), satış performansı (Avey ve diğerleri, 2010), örgütsel performans (Mortazavi, Yazdi ve Amini, 2012), firma performansı (McKenny, Short ve Payne, 2012), yaratıcı performans (Sweetman, Luthans, Avey ve Luthans, 2011), odak performans (Cromer, 2009), problem çözme performansı (Luthans, Youssef ve Rawski, 2011), görev performansı (Özyılmaz, 2012), rol doyumu (Cromer, 2009), iyi oluş (Cole, Daly ve Mak, 2009; Luthans, Youssef, Sweetman ve Harms, 2013), psikolojik iyi oluş (Avey, Luthans, Smith ve Palmer, 2010; Avey ve diğerleri, 2011; Akdoğan ve Polatçı, 2013), lidere güven (Norman, 2006), işe gömülmürlük (Sun, Zhao, Yang ve Fan, 2012), rekabet avantajı (Kangarlouei, Shadkani ve Motavassell, 2012), iş yaşam kalitesi (Nguyen ve Nguyen, 2012; Mortazavi ve diğerleri, 2012), yaşam yönelimi (Larson ve Luthans, 2006), üretilen çözümün kalitesi (Avey, 2007), genel sağlık ve akıl sağlığı (Chen, 2007), sol alın kortekslerinde aktiviteler (mutluluk, başarılı yorumlama ve anlamlandırma becerisi) (Peterson, Balthazard, Waldman ve Thatcher, 2008), mesleki özdeşleşme (Erkuş ve Fındıklı, 2010; Uslu, Gündoğdu ve Şahin, 2012), yaşam doyumu (Uslu, 2010), yenilik (Luthans ve diğerleri, 2011), kişilik (Brandt, Gomes ve Boyanova, 2011), kişilik özellikleri (Venters, 2012), algılanan istihdam edilebilirlik (Chen ve Lim, 2012), hata yönetim kültürü (Amini ve Mortazavi, 2012), öğrenen örgüt (Sweet, 2012), psikolojik güçlenme (Uslu ve diğerleri, 2012), çalışma mutluluğu (Erkuş ve Fındıklı, 2012), stratejik insan kaynakları yönetimi (Bektaş ve Yılmaz, 2012), yenilikçi iş davranışı (Bektaş ve Yılmaz, 2012), lider-üye değişimi (Story, Youssef, Luthans, Barbutto ve Bovaird, 2013), örgütsel çekicilik (Alkire ve Avey, 2013), algılanan örgütsel destek (Keleş ve Özkan, 2011; Liu, Chang, Fu, Wang ve Wang, 2013), işle ilişkili güvenlik iklimi (Bergheim, Eid, Hystad, Nielsen, Mearns, Larsson ve Luthans, 2013), iş aile yayılımı (Akdoğan ve Polatçı, 2013), destekleyici örgüt kültürü (Çetin, Hazır ve Basım, 2013), kontrol odağı (Çetin ve diğerleri, 2013) kavramları ile pozitif ilişki içerisindedir.

Bununla birlikte; keyfi ve zorunlu işgören devamsızlığı (Avey, Patera ve West, 2006), travma ve stres düzeyi (Chen, 2007), stres belirtileri (Luthans ve Avey, 2009), iş stresi (Roberts, Scherer ve Bowyer, 2011), sinizm (Avey ve diğerleri, 2008; Luthans ve Avey, 2010; Çalışkan ve Erim, 2010; İnce, 2012; Karacaoğlu ve İnce, 2013), işten ayrılma niyeti (Luthans ve Avey, 2009; Luthans ve Avey, 2010; Appollis, 2010; Kamariah ve diğerleri, 2011; Tüzün, Çetin ve Basım, 2012; Çetin ve Varoğlu, 2013), iş arama davranışı (Luthans ve Avey, 2009; Chen ve Lim, 2012), zarar verici davranışlar (Luthans ve Avey, 2010), sapkın davranış (Norman ve diğerleri, 2010), nezaketsizlik (Roberts ve diğerleri, 2011), tükenmişlik (Çalışkan ve Erim, 2010; Wang, Chang, Fu ve Wang, 2012; Wang, Chang, Fu ve Wang, 2012; Çetin, Şeşen ve Basım, 2012; Topçu ve Ocak, 2012), iş aile çatışması

(Wang ve diğerleri, 2012; Wang ve diğerleri, 2012) kavramları ile negatif ilişki içerisindedir.

POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE ve TURİZM ARAŞTIRMALARI

Uluslararası örgütsel davranış literatüründe 2000’li yılların başından itibaren pozitif psikolojik sermaye ile ilgili yapılmış olan araştırmalardan sadece iki tanesinin turizm endüstrisi özelinde olması dikkat çekicidir. Appollis (2010) yazdığı yüksek lisans tezinde, pozitif psikolojik sermayenin, işten ayrılma niyetine aracılık etkisini turizm endüstrisinde çalışan 70 işgören örnekleminde araştırmıştır. Araştırma sonucunda pozitif psikolojik sermaye ile işten ayrılma niyeti arasında negatif ilişki olduğunu bulgulamıştır. Mathe (2011) doktora tezinde, psikolojik sermayenin öncülü olarak algılanan dış prestiji, fast-food restoranlarında çalışan işgörenler açısından incelemiştir. Psikolojik sermaye ile algılanan dış prestij, psikolojik güçlendirme ve servis kalitesi arasında anlamlı pozitif ilişki bulgulamıştır.

Ulusal literatürde ise Kaplan ve Bıçkes (2012) psikolojik sermaye ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi, otel çalışanları özelinde incelemiş ve pozitif psikolojik sermaye bileşenlerinden, dayanıklılık ve iyimserlik ile iş doyumunu arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki rapor etmiştir. Çetinkaya, Kaplan ve Öğüt (2013) tarafından otel çalışanları ile yapılan araştırmada duygusal emek ile tükenmişlik arasındaki ilişkide psikolojik sermayenin rolü araştırılmıştır ancak araştırma sonuçlarına bildiri kitabındaki basılı metinde yer verilmemiştir. Turizm alanındaki bu iki çalışmanın dışında ulusal literatürde de pozitif psikolojik sermaye ile ilgili bir araştırmaya rastlanamamıştır.

Avey ve diğerleri (2011), pozitif psikolojik sermayenin etkilerini araştırdıkları meta analizi çalışmasında; pozitif psikolojik sermayenin, hizmet odaklı endüstrilerde, imalat odaklı endüstrilere oranla daha fazla etkisi olduğunun altını çizmiştir. Ayrıca pozitif psikolojik sermaye ile ilgili yapılacak olan araştırmalarda endüstri tipinin anlamlı aracılığının gözetilmesi önerisinde bulunmuştur.

Verilen bilgilerden hareketle turizm alanında pozitif psikolojik sermaye konusu ile ilgili bir boşluk olduğu söylenebilir. Turizm işletmelerinde insan kaynağına verilecek önemin rekabet avantajı sağlamada son derece etkili olacağının altının çizilmesi (Kozak, 2009) ve Luthans ve Youssef (2004), tarafından pozitif psikolojik sermaye yönetiminin, bireylerin yetenekleri, güçlü yönleri ve psikolojik kapasiteleri doğrultusunda; verimli, etik, sürdürülebilir sonuçlara ulaşmada ve nihayetinde rekabet avantajı sağlamada etkili bir yol olduğunun ileri sürülmesi araştırmacıyı, turizm alanında çalışan araştırmacılara pozitif psikolojik sermaye ve bileşenlerinin turizm araştırmalarında da kullanılabilirliğine işaret etmeye yöneltmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma problemlerinin seçiminde dikkate alınması gereken bazı ölçütler bulunmaktadır (Karasar, 2012, s. 55-56). Pozitif psikolojik sermaye ve bileşenleri, sınanabilir ve

denetlenebilir veriler elde edebilme, kuramsal ve pratik katkı sağlama, henüz aydınlatılmamış konuları barındırma, etik kurallar çerçevesinde araştırma olanağı verme gibi genel ölçütlerdikkate alındığında araştırılması olanaklı bir konu olarak araştırmacının ilgisini çekmiştir.

Pozitif psikolojik sermaye ve bileşenlerinin, turizm literatüründe daha önce sıklıkla araştırılmamış olması da kuramsal olarak bir boşluğa işaret etmektedir. Yapılacak araştırmalarla elde edilecek sonuçlar bu noktada literatürdeki boşluğa katkı sağlaması açısından önemlidir. Ayrıca Luthans ve diğerleri (2005) ve Luthans (2012) pozitif psikolojik sermaye ve bileşenleri ile performans ve diğer iş tutumları ile ilgili farklı kültürlerde yapılacak araştırmaların önemine vurgu yaparak araştırmacılara öneride bulunmuştur. Bununla birlikte Erkmen ve Esen (2012) Türkiye’de araştırma konusu olarak ele alınmayan psikolojik sermaye kavramına daha fazla ilgi gösterilmesi, araştırmacıların konuya dikkatinin çekilmesi ve hem bireysel hem de örgütsel açıdan farklı değişkenlerle ele alınmasına katkı sağlanması açısından bir çalışma yapmıştır. Yaptıkları bu çalışma ile psikolojik sermaye araştırmalarını teşvik etmeyi amaçlamışlardır.

Pozitif psikolojik sermaye ile ilgili araştırmaların önemli görüldüğü bir diğer nokta, turizm örnekleminde yapılacak uygulamalardır. Araştırmacı, yaptığı literatür taramasında pozitif psikolojik sermaye ve bileşenlerinin, turizm örnekleminde araştırıldığı sadece dört çalışmaya (Appollis, 2010; Mathe, 2011; Kaplan ve Bıçkes, 2012; Çetinkaya ve diğerleri, 2013) rastlamıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalar, konunun turizm literatüründe önemli bir boşluğu dolduracağına işaret etmektedir denilebilir.

Luthans, Avey, Avolio, Norman ve Combs (2006) yazdıkları makalede ayrıntıları ile açıklanan psikolojik sermaye müdahalesi sürecini uygulayarak yaptıkları araştırmada psikolojik sermaye müdahalesinin ardından deney grubundaki işletme öğrencilerinin psikolojik sermaye seviyelerinin arttığını bulgulamıştır. Ayrıca farklı örgüt kollarında çalışan yönetici grubuna uygulanan iki saatlik psikolojik sermaye müdahalesinden sonra, işletme öğrencilerinde olduğu gibi, psikolojik sermaye seviyesinde artış bulgulamıştır. Yüksek teknoloji üretim firmalarında çalışan mühendislik müdürlerine uygulanan iki buçuk saatlik psikolojik sermaye müdahalesi ile de anlamlı bir psikolojik sermaye artışı rapor etmiştir.

Luthans, Avey ve Patera (2008), ön-test, son-test, kontrol grubu kullanarak tasarladıkları araştırma sonucunda, deney grubu katılımcılarının psikolojik sermaye düzeylerinde anlamlı artış gözlemiştir. Ayrıca katılımcıların psikolojik sermaye düzeylerinin, kısa, web tabanlı eğitim müdahalesi ile geliştirilebileceğini rapor etmiştir. Yine Luthans ve diğerleri (2010) psikolojik sermaye eğitim müdahalesinde bulunan deney grubunun psikolojik sermaye düzeylerinde anlamlı artış gözlemiştir. Demerouti, Eeuwijk, Snelder ve Wild (2011), katılımcıların kişisel beyana dayalı psikolojik sermaye düzeylerinin verilen eğitim sonrasında arttığını rapor etmiştir. Dolayısıyla literatürde daha önce yapılmış araştırma

bulguları, pozitif psikolojik sermayenin 1-2 saat gibi kısa süreli eğitimlerle artırılabilceğinin altını çizmektedir.

İnsan kaynağının kilit öneme sahip olduğı turizm sektöründe çalışanların pozitif ve güçlü yönlerinin ortaya çıkarılarak geliştirilmesi hem arzu edilen çıktılara ulaşmada hem de rekabet avantajı sağlamada turizm işletmelerine yardımcı olabilecektir. Uzun süren ve maliyeti yüksek eğitim programlarına göre hem zaman hem de maliyet açısından avantajlı ve her şeyden önce de uygulanabilir özellikte olan pozitif psikolojik sermaye eğitimlerinin turizm işletmeleri sahip ve yöneticileri tarafından dikkate alınması önemlidir. Çıktısı hizmet olan turizm işletmelerine, pozitif duyguları yüksek çalışanlara istihdamda öncelik verilmesi önerilebilir. Diğer taraftan çalışanlarına yatırım yapan turizm işletmelerinin de potansiyel çalışanlar tarafından tercih edilebileceği öngörülebilir.

Örgütler faaliyette bulundukları iş kollarına, verdikleri hizmetlere ve işe alacakları personelde ihtiyaç duydukları çeşitli özelliklere göre işe alım süreçlerinde; zekâ, kişilik, yetenek, dikkat, fiziksel ve duygusal, algı, motor, bilgi, yönetim becerisi, ilgi (Özgen ve Yalçın, 2010) gibi çeşitleri testlere başvurabilmektedir. Bu bağlamda turizm işletmeleri sahipleri ve yöneticileri tarafından pozitif psikolojik sermaye ölçeğinin işe alım süreçlerinde kullanılabileceği düşünülmektedir. Literatürde pozitif psikolojik sermayenin; örgütsel bağlılık, güven, iş doyumu, çalışma mutluluğu, performans, yaşam doyumu, işte kalma niyeti gibi birçok kavramla ilişkili olduğuna değinilmektedir. Dolayısıyla turizm işletmelerinde çalışmak üzere başvuruda bulunan potansiyel işgörenlerin umut, öz-yeterlilik, iyimserlik ve psikolojik dayanıklılık düzeyleri ile ilgili fikir sahibi olmak turizm işletmeleri sahip ve yöneticilerinin pratik anlamda fayda sağlayabilecekleri bir uygulama olabilir. Pozitif yönleri güçlü olan işgörenlerin, müşterilerle genellikle yüz yüze çalışma gerektiren bir ortama daha çabuk uyum sağlayacakları düşünülmektedir.

Turizm işletmelerinin emeğe dayalı hizmet üreten işletmeler olmaları dolayısıyla insan kaynaklarının değerli ve vazgeçilmesi zor bir üretim faktörü olmasından bahsedilmektedir. Bu bağlamda turizm işletmelerinin insan kaynaklarını kullanarak yine insanlara hizmet ettiklerini söylemek mümkün olabilecektir. İnsanın kilit rolde olduğu örgütlerde insan ilişkileri de önem kazanmaktadır. Aytürk (2010), örgütlerde insan ilişkilerinin amacının; örgütün kalitesine, etkinliğine, verimliliğine; işgörenlerin işten aldıkları doyuma, mutluluklarına katkı yaparak daha etkin ve verimli çalışmalarını sağlamak olduğuna değinmektedir. İşgörenler arasında çıkabilecek olası anlaşmazlık ve çatışmaları önlemek, ekip olarak çalışabilmek, uyum ve işbirliği sağlamak, dostluğa dayalı samimi bir ortam oluşturmak da bu amaçlar arasında sayılmaktadır. Pozitif psikolojik sermayesi yüksek turizm işletmesi sahip ve yöneticilerinin yine pozitif psikolojik sermayesi yüksek işgörenlerle oluşturacakları çalışma ortamlarının; işgörenlerin yöneticileriyle, çalışma arkadaşlarıyla ve müşterilerle kuracakları insan ilişkilerine de fayda sağlayacağı söylenebilir.

Yapılan araştırmalarda (Jensen, 2003; Jensen ve Luthans, 2006; Norman, 2006; Toor ve Ofori, 2010; Walumbwa ve diğlerleri, 2011; Woolleyve diğlerleri, 2011; Eid ve diğlerleri, 2012; Keser, 2013) psikolojik sermaye ve bileşenleri ile otantik liderlik unsurları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulgulanmıştır. Psikolojik sermayenin otantikliğın yordayıcısı olduğu da literatürdeki bulgular arasındadır (Keser, 2013). Turizm işletmeleri sahip ve yöneticileri pozitif psikolojik sermayelerini geliştirerek otantik liderlik özelliklerine, çalışma mutluluklarına dolayısıyla çalışanlarının örgütsel bağılılıklarına, iş doyumlarına katkı sağılayabileceklerdir (Jensen, 2003). Buradan hareketle pozitif psikolojik sermayenin sadece turizm sektörü çalışanlarına değıl aynı zamanda turizm işletmesi sahip ve yöneticilerine de olumlu katkılar sağılayabileceğı söylenebilir.

Pozitif psikolojik sermayenin 2000’li yıllarda üzerinde durulmaya başlanan yeni bir kavram olması, farklı kültürlerde yapılacak araştırmaların literatüre sağılayacağı bir diğler katkının göstergesi sayılabilir. Türkiye’de konunun araştırılmaya başlandığı 2008 yılı ile araştırmacının literatür taramasını sonlandırdığı 2013 yılının birinci yarısı arasında konu ile ilgili yapılan 44 araştırmanın; 1 tanesi 2008, 1 tanesi 2009, 4 tanesi 2010, 9 tanesi 2011, 16 tanesi 2012 ve 13 tanesi 2013 yılında yayımlanmıştır. Yıllar itibariyle konunun araştırmacılar tarafından giderek daha fazla dikkat çektiğı söylenebilir.

Yukarıda bahsi geçen ve örgütsel davranış literatüründe pozitif psikolojik sermaye ve bileşenleri ile ilişkisi bulgulan tüm değışkenlerle turizm örnekleminde yapılacak araştırmalar turizm literatürüne katkı sağılayacaktır. İmalat işletmeleri baz alınarak yapılan araştırmaların, hizmet işletmelerinde de benzer sonuçlar verip vermeyeceğinin araştırılması önemli görölmektedir. Pozitif psikolojik sermaye ve bileşenlerinin, üretim faktörü olarak insan kaynağını kullanarak yine insanlara hizmet eden turizm işletmeleri bağlamında, teoride ve pratikte imalat işletmelerine göre görece daha etkili ilişkilere işaret ederek daha uygulanabilir sonuçlar doğuracağı tahmin edilmektedir. Ancak bu öngörülerin geçerliliğinin sınanması araştırmacılar tarafından yapılacak bilimsel çalışmalarla mümkün olabilecektir.

Yine turizm işletmelerinde çalışan işğörenlerden oluşturulacak deney ve kontrol gruplarına 1-2 saatlik psikolojik sermaye müdahalesinin ardından pozitif psikolojik sermaye düzeylerinin artıp artmadığı, bu düzeylerdeki artışın örgütsel davranış literatüründe belirtilen iş doyumunu, performans, çalışma mutluluğı, yaşam doyumunu vb. düzeylerindeki artışı olanaklı kılıp kılmadığı da turizm literatürü için cevap bekleyen sorular arasındadır denilebilir.

Yapılan literatür taraması, pozitif psikolojik sermayenin genellikle bağımsız değışken olarak pozitif veya negatif etkide bulunduğı kavramlarla ilişkilerinin araştırıldığına işaret etmektedir. Gelecekte pozitif psikolojik sermayenin bağımlı, moderatör ve mediatör değışken olarak ele alınması faydalı olabilecektir. Ayrıca pozitif psikolojik sermaye değışkeninin öncüllerinin de araştırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akçay, V. H. (2011). *Pozitif psikolojik sermayenin kişisel değerler bakımından iş tatminine etkisi ve bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Akdoğan, A., ve Polatçı, S. (2013). Psikolojik sermayenin performans üzerindeki etkisinde iş aile yayılımı ve psikolojik iyi oluşun etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 273-293.
- Alkire, T. D., ve Avey, J. B. (2013). Psychological capital and the intent to pursue employment with developed and emerging market multinational corporations. *Human Resource Development International*, 16, 40-55.
- Amini, A., ve Mortazavi, S. (2012). Effectiveness of psychological capital on mistake management culture as a resource for learning in organization. *International Journal of Human Sciences*, 9, 339-353.
- Appollis, V. P. (2010). *The relationship between intention to quit, psychological capital and job satisfaction in the tourism industry in the Western Cape* (Unpublished master dissertation), University of the Western Cape.
- Ardichvili, A. (2011). Invited reaction: Meta-analysis of the impact of psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. *Human Resource Development Quarterly*, 22, 153-156.
- Avey, J. B. (2007). *The performance impact of leader positive psychological capital and situational complexity* (Unpublished doctoral dissertation), University of Nebraska.
- Avey, J. B., Luthans, F., Smith, R. M., ve Palmer, N. F. (2010). Impact of positive psychological capital on employee well-being over time. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15, 17-28.
- Avey, J. B., Nimnicht, J. L., ve Pigeon, N. G. (2010). Two field studies examining the association between positive psychological capital and employee performance. *Leadership & Organization Development Journal*, 31, 384-401.
- Avey, J. B., Patera, J. L., ve West, B. J. (2006). The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13, 42-60.
- Avey, J. B., Reichard, R. J., Luthans, F., ve Mhatre, K. H. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. *Human Resource Development Quarterly*, 22, 127-152.
- Avey, J. B., Wernsing, T. S., ve Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44, 48-70.
- Aytürk, N. (2010). *Örgütsel ve yönetsel davranış: Örgütlerde insan ilişkileri ve yönetsel davranış yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.

- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28, 117-148.
- Bandura, A. (1994). Self-efficacy. V. S. Ramachandran (Ed.), *Encyclopedia of human behavior*. New York: Academic Press.
- Bektaş, Ç., ve Yılmaz, H. (2012). Stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamaları, psikolojik sermaye ve yenilikçi davranış arasındaki ilişki: Tekstil sektöründe bir araştırma. 20. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 438-444.
- Berberoğlu, N. (2013). *Psikolojik sermayenin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisi: Bir alan araştırması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bergheim, K., Eid, J., Hystad, S. W., Nielsen, M. B., Mearns, K., Larsson, G., ve Luthans, B. (2013). The role of psychological capital in perception of safety climate among air traffic controllers. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20, 232-241.
- Borman, W. C., Klimoski, R. J., ve Ilgen, D. R. (2003). Stability and change in industrial and organizational psychology. W. C. Borman, D. R. Ilgen ve R. J. Klimoski (Eds.), *Handbook of psychology volume 12 industrial and organizational psychology*. USA: John Wiley & Sons.
- Brandt, T., Gomes, J. F. S., ve Boyanova, D. (2011). Personality and psychological capital as indicators of future job success. *Liiketaloudellinen Aikakauskirja The Finnish Journal of Business Economics LTA*, 3, 263-289.
- Caza, A., Bagozzi, R. P., Woolley, L., Levy, L., ve Caza, B. B. (2010). Psychological capital and authentic leadership: Measurement, gender, and cultural extension. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 2, 53-70.
- Chen, D. J. Q., ve Lim, V. K. G. (2012). Strength in adversity: The influence of psychological capital on job search. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 811-839.
- Chen, M-C. (2007). *Assessment of managerial aspects and psychological capital of physicians and the public hospitals' workforce following the hurricanes katrina and rita disasters* (Unpublished doctoral dissertation), Tulane University.
- Coggins, E. D. (2012). *The relationship of followers' perceptions of leaders' servant leadership behaviors to followers' self-ratings of the four components of psychological capital: A comparative study of Evangelical Christian leader-follower relationships in the United States and Cambodia* (Unpublished doctoral dissertation), Regent University.
- Cole, K., Daly, A., ve Mak, A. (2009). Good for the soul: The relationship between work, wellbeing and psychological capital. *Journal of Socio-Economics*, 38, 464-474.
- Cromer, K. W. (2009). *A conceptual model of volunteer engagement: The influence of organizational assimilation and psychological capital constructs as reflections of overall volunteer engagement attitude on multidimensional and overall individual effective volunteer behavior* (Unpublished doctoral dissertation), TUI University.
- Çalışkan, S. C., ve Erim, A. (2010). Pozitif örgütsel davranış değişkenleri (POD) ile yeni araştırma modelleri kurma arayışları: POD'nin işe adanmışlık, tükenmişlik ve sinizm üzerindeki etkileri. 18. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Çukurova Üniversitesi, Adana, 658-670.
- Çetin, F., Hazır, K., ve Basım, N. (2013). Destekleyici örgüt kültürü ile örgütsel psikolojik sermaye etkileşimi: Kontrol odağının aracılık rolü. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31, 31-52.

- Çetin, F., Şeşen, H., ve Basım, N. (2012). Örgütsel psikolojik sermayenin çalışan tükenmişliğine etkisi: Kamuda bir araştırma. *20. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 681-684.
- Çetin, F., ve Varoğlu A. K. (2013). Psikolojik sermayenin algılanan performansa ve işten ayrılma niyetine etkilerinde iş tatmini ve cinsiyetin rolü. *21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, 468-471.
- Çetinkaya, A. Ş., Kaplan, M., ve Ögüt, A. (2013). Duygusal emek ile tükenmişlik arasındaki ilişkide psikolojik sermayenin rolü. *21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, 481-483.
- Demerouti, E., Eeuwijk van, E., Snelder, M., ve Wild, U. (2011). Assessing the effects of a “personal effectiveness” training on psychological capital, assertiveness and self-awareness using self-other agreement. *Career Development International*, 16(1), 60-81.
- Demir, H., Özbek, F., ve Okan, T. (2011). Etik liderlik ve işgören performansı ilişkisinde psikolojik sermayenin aracılık etkisi. *19. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, 453-458.
- Donaldson, S. I., ve Ko, I. (2010). Positive organizational psychology, behavior, and scholarship: A review of the emerging literature and evidence base. *The Journal of Positive Psychology*, 5, 177-191.
- Eid, J., Mearns, K., Larsson, G., Laberg, J. C., ve Johnsen, B. H. (2012). Leadership, psychological capital and safety research: Conceptual issues and future research questions. *Safety Science*, 50, 55-61.
- Erkmen, T., ve Esen E. (2012). Bilişim sektöründe çalışanların psikolojik sermaye düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14, 55-72.
- Erkuş, A., ve Fındıklı, M. A. (2010). Psikolojik sermaye ile mesleki örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiler: Meslek yaşamı projesinin aracılık etkisi. *18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Çukurova Üniversitesi, Adana, 766-772.
- Erkuş, A., ve Fındıklı, M. A. (2012). İş yaşamında mutluluk: Psikolojik sermaye ve iş çevresinin etkileri üzerine bir araştırma. *20. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 420-422.
- Gooty, J., Gavin, M., Johnson, P. D., Frazier, M. L., ve Snow, D. B. (2009). In the eyes of the beholder: Transformational leadership, positive psychological capital, and performance. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15, 353-367.
- İnce, F. (2012). *Pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerindeki etkileri: Kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinde bir araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Nevşehir Üniversitesi.
- Jensen, S. M. (2003). *Entrepreneurs as leaders: Impact of psychological capital and perceptions of authenticity on venture performance* (Unpublished doctoral dissertation), University of Nebraska.
- Jensen, S. M., ve Luthans, F. (2006). Relationship between entrepreneurs' psychological capital and their authentic leadership. *Journal of Managerial Issues*, 18, 254-273.

- Kamariah, I., Wafa, K., Tajammal, H., ve Syed, K. A. J. (2011). Perceptions for transformational leadership, followers' psychological capital and intent to leave in Pakistan: An insight from medical and engineering sector. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1, 49-61.
- Kangarlouei, S. J., Shadkani, N., ve Motavassel, M. (2012). The impact of intellectual capital, social capital and psychological capital on competitive advantage of vehicle industries in Tehran Stock Exchange (TSE). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2, 559-566.
- Kaplan, M., ve Biçkes, M. (2012). Psikolojik sermaye ile iş tatmini arasındaki ilişkinin analizi: Otel işletmelerinde yapılan bir araştırma. 20. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 691-696.
- Karacaoğlu, K., ve İnce, F. (2013). Pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizim üzerindeki etkileri: Kayseri ilindeki imalat sanayii işletmelerinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18, 181-202.
- Keleş, H. N., ve Özkan, T. K. (2011). Pozitif örgütsel davranış değişkenleri ve bıkkınlık eğiliminin algılanan örgütsel destek üzerindeki etkileri. 19. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, 518-521.
- Keser, S. (2013). *İlköğretim okulu yöneticilerinin otantik liderlik ve psikolojik sermaye özelliklerinin karşılaştırılması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Kozak, M. A. (2009). *Otel işletmelerinde insan kaynakları yönetimi ve örnek olaylar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2006). *Genel turizm ilkeler kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Larson M. D., ve Luthans, F. (2006). Potential added value of psychological capital in predicting work attitudes. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13, 75-92.
- Larson, M. D. (2004). *Positive psychological capital: A comparison with human and social capital and an analysis of a training intervention* (Unpublished doctoral dissertation), University of Nebraska.
- Liu, L., Chang, Y., Fu, J., Wang, J., ve Wang, L. (2012). The mediating role of psychological capital on the association between occupational stress and depressive symptoms among Chinese physicians: A cross-sectional study. *BMC Public Health*, 12, 219-226.
- Liu, Y. (2013). Mediating effect of positive psychological capital in Taiwan's life insurance industry. *Social Behavior and Personality*, 41, 109-111.
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *The Academy of Management Executive*, 16, 57-75.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706.
- Luthans, F. (2012). Editorial: Psychological capital: Implications for HRD, retrospective analysis, and future directions. *Human Resource Development Quarterly*, 23, 1-8.
- Luthans, F. Youssef, C. M., ve Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. New York: Oxford University Press.

- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., Norman, S. M., ve Combs, G. M. (2006). Psychological capital development: Toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 387-393.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., ve Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human Resource Development Quarterly*, 21, 41-67.
- Luthans, F., Avey, J. B., Clapp-Smith, R., ve Li, W. (2008). More evidence on the value of Chinese workers' psychological capital: A potentially unlimited competitive resource? *The International Journal of Human Resource Management*, 19, 818-827.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., ve Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., ve Li W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1, 249-271.
- Luthans, F., Luthans, B. C., ve Luthans, K. W. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47, 45-50.
- Luthans, F., Norman, S. M., Avolio, B. J., ve Avey, J. B. (2008). The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate: Employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 219-238.
- Luthans, F., ve Avey, J. B. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management*, 48, 677-693.
- Luthans, F., ve Avey, J. B. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management*, 36, 430-452.
- Luthans, F., ve Church, A. H. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16, 57-75.
- Luthans, F., ve Jensen, S. M. (2002). Hope: A new positive strength for human resource development. *Human Resource Development Review*, 1, 304-322.
- Luthans, F., ve Youssef, C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33, 143-160.
- Luthans, F., Youssef, C. M., Sweetman, D. S., ve Harms, P. D. (2013). Meeting the leadership challenge of employee well-being through relationship PsyCap and health PsyCap. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20, 118-133.
- Luthans, F., Youssef, C. M., ve Rawski, S. L. (2011). A tale of two paradigms: The impact of psychological capital and reinforcing feedback on problem solving and innovation. *Journal of Organizational Behavior Management*, 31, 333-350.
- Luthans, K. W., ve Jensen, S. M. (2005). The linkage between psychological capital and commitment to organizational mission: A study of nurses. *The Journal of Nursing Administration*, 35, 304-310.
- Masten, A. S., ve Reed, M. G. J. (2002). Resilience in development. C. R. Snyder ve S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press.

- Mathe, K. (2011). *An individual, unit, and organizational-level examination of perceived external prestige, psychological capital, and psychological empowerment in quick service restaurants* (Unpublished doctoral dissertation), Oklahoma State University.
- McKenny, A. F., Short, J. C., ve Payne, G. T. (2012). Using computer-aided text analysis to elevate constructs: An illustration using psychological capital. *Organizational Research Methods*, 16, 152-184.
- McMurray, A. J., Pirola-Merlo, A., Sarros, J. C., ve Islam, M. M. (2010). Leadership, climate, psychological capital, commitment, and wellbeing in a non-profit organization. *Leadership & Organization Development Journal*, 31, 436-457.
- Mello, J. A. (2012). *The relationship between reports of psychological capital and reports of job satisfaction among administrative personnel at a private institution of higher education* (Unpublished doctoral dissertation), University of Hartford.
- Mortazavi, S., Yazdi, S. V. S., ve Amini, A. (2012). The role of the psychological capital on quality of work life and organization performance. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4, 206-217.
- Nguyen, T. D., ve Nguyen, T. T. M. (2012). Psychological capital, quality of work life, and quality of life of marketers: Evidence from Vietnam. *Journal of Macromarketing*, 32, 87-95.
- Norman, S. M. (2006). *The role of trust: Implications for psychological capital and authentic leadership* (Unpublished doctoral dissertation), University of Nebraska.
- Norman, S. M., Avey, J. B., Nimnicht, J. L., ve Pigeon, N. G. (2010). The interactive effects of psychological capital and organizational identity on employee organizational citizenship and deviance behaviors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17, 380-391.
- Özgen, H. ve Yalçın, A. (2010). *İnsan kaynakları yönetimi: Stratejik bir yaklaşım*. İstanbul: Nobel Kitabevi.
- Özyılmaz, A. (2012). Ümit, iyimserlik, toparlanma ve özyeterlilik, çalışanın görev performansı ve bireysel örgütsel vatandaşlık davranışının ne kadarını açıklıyor? 20. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 698-704.
- Peterson, S. J., Balthazard, P. A., Waldman, D. A., ve Thatcher, R. W. (2008). Neuroscientific implications of psychological capital: Are the brains of optimistic, hopeful, confident, and resilient leaders different? *Organizational Dynamics*, 37, 342-353.
- Peterson, S. J., Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., ve Zhang, Z. (2011). Psychological capital and employee performance: A latent growth modeling approach. *Personnel Psychology*, 64, 427-450.
- Peterson, S. J., ve Luthans, F. (2003). The positive impact and development of hopeful leaders. *Leadership and Organization Development Journal*, 24, 26-31.
- Polatçı, S. (2011). *Psikolojik sermayenin performans üzerindeki etkisinde iş aile yayılımı ve psikolojik iyi oluşun rolü* (Yayımlanmamış doktora tezi), Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Rego, A., Marques, C., Leal, S., Sousa, F., ve Cunha, M. P. E. (2010). Psychological capital and performance of Portuguese civil servants: Exploring neutralizers in the context of an appraisal system. *The International Journal of Human Resource Management*, 21, 1531-1552.
- Roberts, S. J., Scherer, L. L., ve Bowyer, C. J. (2011). Job stress and incivility: What role does psychological capital play? *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 18, 449-458.

- Roney, S. A. (2011). *Turizm bir sistemin analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Scheier, M., ve Carver, C. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4, 219-247.
- Scheier, M., ve Carver, C. (1987). Dispositional optimism and physical well-being: The influence of generalized outcome expectancies on health. *Journal of Personality*, 55, 169-210.
- Seligman, M. (2006). *Learned optimism: How to change your mind and your life*. New York: Vintage Books.
- Snyder, C. R. (1995). Conceptualizing, measuring, and nurturing hope. *Journal of Counseling and Development*, 73, 355-360.
- Snyder, C. R. (2000). *Handbook of hope: Theory, measures, and applications*. California: Academic Press.
- Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13, 249-275.
- Snyder, C. R., Harris, C., Anderson, J. R., Holleran, S. A., Irving, L. M., Sigmon, S. T., Yoshinobu, L., Gibb, J., Langelle, C., ve Harney, P. (1991). The will and the ways: Development and validation of an individual-differences measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 570-585.
- Snyder, C. R., Sympson, S. C., Ybasco, F. C., Borders, T. F., Babyak, M. A., ve Higgins, R. L. (1996). Development and validation of the state hope scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 321-335.
- Stajkovic, A. D., ve Luthans, F. (1998b). Self-efficacy and work related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124, 240-261.
- Story, J. S. P., Youssef, C. M., Luthans, F., Barbuto, J. E., ve Bovaird, J. (2013). Contagion effect of global leaders' positive psychological capital on followers: Does distance and quality of relationship matter? *International Journal of Human Resource Management*, 24, 2534-2553.
- Sun, T., Zhao, X. W., Yang, L. B., ve Fan, L. H. (2012). The impact of psychological capital on job embeddedness and job performance among nurses: A structural equation approach. *Journal of Advanced Nursing*, 68, 69-79.
- Sweet, J. D. (2012). *The relationship between psychological capital and learning organization dimensions in a community medical center: An exploratory survey research study* (Unpublished doctoral dissertation), George Washington University.
- Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., ve Luthans, B. C. (2011). Relationship between positive psychological capital and creative performance. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28, 4-13.
- Toor, S. U. R., ve Ofori, G. (2010). Positive psychological capital as a source of sustainable competitive advantage for organizations. *Journal of Construction Engineering and Management-Asce*, 136, 341-352.
- Topcu, M. K., ve Ocak, M. (2012). Psikolojik sermayenin tükenmişlik algısı üzerine etkisinde iş tatminin aracılık rolü: Türkiye ve Bosna-Hersek sağlık çalışanları örneği. 20. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 685-690.
- Tüzün, İ. K., Çetin, F., ve Basım H. N. (2012). Algılanan örgütsel destek ve işten ayrılma niyeti ilişkisinde örgütsel psikolojik sermayenin rolü. 20. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 416-419.

- Uslu, T. (2010). Çalışan niteliklerinin, psikolojik ve ortamsal faktörlerin işgörenlerin tatmin ve performanslarına etkileri. 9. *Ulusal İşletmecilik Kongresi*, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Zonguldak, 459-466.
- Uslu, T. (2010). Kişisel ve ortamsal özelliklerin çalışanlara etkisinde pozitif örgütsel davranışların ve işle ilgili tutumların aracı rolü. 18. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Çukurova Üniversitesi, Adana, 807-817.
- Uslu, T., Gündoğdu, Z., ve Şahin, D. R. (2012). Pozitif psikoloji çerçevesinden örgüt iklimi ve kişilik özelliklerinin çalışanların güçlenmesi aracılığıyla mesleki özdeşleşmeye etkileri. 20. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 106-111.
- Uslu, T., Özer, P. S., Şanlı, Z. G., ve Arat, M. (2011). Psikolojik sermaye iş tatmini ve iş performansını artırır mı? Kişi-örgüt ve kişi-iş uyumunun şartlı değişken olarak rolü. 19. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, 495-500.
- Venkatesh, R., ve Blaskovich, J. L. (2012). The mediating effect of psychological capital on the budget participation - job performance relationship. *Journal of Management Accounting Research*, 24, 159-175.
- Venters, J. W. (2012). *A study of the relationship between leaders' psychological capital and leaders' 360-degree leadership style assessments* (Unpublished doctoral dissertation), Our Lady of the Lake University.
- Walumbwa, F. O., Luthans, F., Avey, J. B., ve Oke, A. (2011). Authentically leading groups: The mediating role of collective psychological capital and trust. *Journal of Organizational Behavior*, 32, 4-24.
- Walumbwa, F. O., Peterson, S. J., Avolio, B. J., ve Hartnell, C. A. (2010). An investigation of the relationships among leader and follower psychological capital, service climate, and job performance. *Personnel Psychology*, 63, 937-963.
- Wang, Y., Chang, Y., Fu, J., ve Wang, L. (2012). Work-family conflict and burnout among Chinese female nurses: The mediating effect of psychological capital. *BMC Public Health*, 12, 915-922.
- Wang, Y., Liu, L., Wang, J., ve Wang, L. (2012). Work-family conflict and burnout among Chinese doctors: The mediating role of psychological capital. *Journal of Occupational Health*, 54, 232-240.
- Wittig, A. S. (2001). *Introduction to psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Woolley, L., Caza, A., ve Lester, L. (2011). Authentic leadership and follower development: Psychological capital, positive work climate, and gender. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 18, 438-448.
- Wright, T. A. (2003). Positive organizational behavior: An idea whose time has truly come. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 443-442.

DEZAVANTAJLI BİREYLERİN TURİZMDE İSTİHDAMI: İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİCİLERİNİN ALGI, GÖRÜŞ VE DENEYİMLERİNİN İNCELENMESİ

Ülker ERDOĞAN ARACI

*Öğr. Gör., İzmir Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
ulker.erdogan@izmir.edu.tr*

Nilüfer KOÇAK

*Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu
nilufer.kocak@deu.edu.tr*

ÖZET

Bu araştırmanın amacı İzmir ilinin merkez ilçelerindeki beş yıldızlı otel işletmelerinin insan kaynakları yöneticilerinin, dezavantajlı bireylerin istihdamı ile ilgili algı, görüş ve deneyimlerini incelemektir. Çalışma, nitel araştırmanın olgubilim türüne göre yapılmıştır. Görüşme yöntemi ile toplanan verilerin analizinde, betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, insan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı birey algılamalarının daha çok engelli bireyler ile ilişkili olduğu görülmüştür. İnsan kaynakları yöneticileri, dezavantajlı bireylerin turizmde istihdam edebileceğini düşünmektedirler. Bununla birlikte dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamında, pozitif ayrımcılık yapılmaması gerektiğini savunmuşlardır. Bu noktada pozitif ayrımcılığı negatif ayrımcılık ile karıştırdıkları dolayısıyla da kavram kargaşası ve yanılgısı yaşadıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Dezavantajlı Birey, Pozitif Ayrımcılık, İstihdam, Turizm.*

GİRİŞ

Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm, pek çok sektörden girdi alması ve pek çok sektöre girdi vermesi dolayısıyla bütünsel anlamda etkilenme ve etkileme gücü yüksek bir alanı oluşturmaktadır. Turizm, sahip olduğu dinamikler itibarıyla günden güne büyüyen bir yapı içerisinde yer almaktadır. Hem sosyal hem de ekonomik açıdan yarattığı olumlu etki, ülkelerin gelişmesinde değer ifade etmektedir.

Sanayi devrimi sonrası yaşanan olaylar, turizmi farklı boyutlarda şekillendirmiş ve algılanan turizm olayını değiştirmiştir. İnsanların sosyal, kültürel, demografik ve ekonomik özellikler yönünden farklılaşması, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişim ve küreselleşme gibi olgularla açıklanabilecek olan turizmin geniş kitlelere yayılımı, hem sektörün gelişimi hem de bölgelere sağladığı istihdam olanakları açısından ülkeler için temel kaynaklardan birini oluşturmaktadır.

Konaklama, seyahat, ulaştırma, yiyecek içecek ve eğlence hizmetleri şeklinde sıralanan turizmin alt dalları yılın tüm zamanları, birbirlerinden farklı operasyonel süreçlere hizmet verebilme özelliği dolayısıyla bölgelerin işgücüne ciddi anlamda katkı sağlamaktadır. Yapılan araştırmalara göre; özellikle gelişmekte olan ülkelerde kadın çalışan sayısında meydana gelen artış ile birlikte turizm, hem kadın hem de erkek çalışanlara istihdam olanakları sağlaması açısından gözde sektörlerden biri haline gelmiştir (Liu ve Wall, 2006, s. 159; Tutar, Alpaslan, Tutar ve Erkan, 2013, s. 17). Ülke istihdamı içinde önemli bir yere

sahip olan turizm sektörünün emek yoğun olması, onu istihdam dostu bir sektör olarak öne çıkarmaktadır. Turizm sektöründeki istihdam, ülke toplam istihdamının % 5'ine yaklaşmaktadır. Turizm sektörü istihdamının önemli bir bölümünü “yiyecek ve içecek hizmetleri” alt sektörü oluşturmaktadır. Bu alt sektörün turizm sektörü istihdamındaki payı % 80'e yaklaşmaktadır (Kılıç, 2014, s. 430).

İstihdama katkısı ile lokomotif sektörler arasında yer alan turizm, istihdam politikasına öncelik vermek isteyen hükümetler için ideal yatırım alanları arasında sıralanmakta ve turizmin, gelecek tahminlerinde dünya genelinde de istihdam yaratmada ilk sırada gelen sektör konumunu alması düşünülmektedir. (World Tourism Organization, 2010, s. 14).

Turizmin istihdama sağladığı katkı düşünüldüğünde, sahip olduğu dinamikler itibariyle, bölgesel kalkınmaya ve dolayısıyla bölge insanının kalkınmasına etkisi yüksektir. Herkesin çalışma hayatına katılabilmesi açısından, bölge insanlarına sunulabilen çalışma fırsatları özellikle sosyo-ekonomik açıdan bölgelerin gelişmişlik kriterlerinden birini oluşturmaktadır. Bu noktada turizmin çok yönlü işleyişi itibariyle, birbirinden farklı özellikteki çalışma koşulları ile dezavantajlı bireylere sağlayabileceği fırsatlar önemlidir. Akademisyenler, çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan pek çok proje ve araştırma ile dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamının sağlanmaya çalışılması ve bu noktada yapılan farkındalık çalışmaları dikkat çekicidir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013; Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2014). “2010-2013 İzmir Bölge Planı” çalışmaları kapsamında insan kaynaklarının, örgütlenme düzeyinin ve yerel kalkınma kapasitesinin geliştirilmesi ekseninde, “Yoksullukla Mücadele ve Dezavantajlı Grupların İstihdam Edilebilirliğinin Arttırılması” başlığı belirlenen önceliklerden biri olarak yerini almıştır (İzmir Kalkınma Ajansı, 2010). Bu çerçevede bu çalışma, insan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı birey algılarını, dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamı ve dezavantajlı bireylere pozitif ayrımcılık yapılması ile ilgili görüşlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dezavantajlı bireyler çerçevesinde yaratılması hedeflenen farkındalık algısı ile de çalışmanın değer ifade ettiği düşünülmektedir.

TURİZMDE İSTİHDAM VE DEZAVANTAJLI BİREYLER

Yeni iş imkanları yaratılması suretiyle bölgelerarası gelir dağılımında olumlu etki yaratan turizm böylece bölgelerde dengeli kalkınmaya da olanak sağlamaktadır. Turizm yatırımları bir ülkenin daha az kalkınmış bölgelerinde hız kazandığında bu yatırımların bölgede yarattığı yeni iş imkanları çalışan kesimin gelirlerini arttırmakla birlikte bölgenin gelir dağılımında da olumlu etkiler yaratmaktadır (Robert ve Goeldner'den aktaran Çeken, 2008, s. 300).

Turizm sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkelerin istihdamına ve ihracatına olan katkısı ile bin yıllık kalkınma hedeflerinden, yoksullukla mücadele, çevresel sürdürülebilirlik, kalkınmada küresel ortaklık gibi hedeflere katkı yapacak kilit sektör olarak da konumlandırılmaktadır (Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği, 2012, s.17).

Her 11 işten 1'inin turizm ile ilgili olduğu dünyada istihdam verilerinin de artan turist sayısı ile beraber yükseleceği düşünülmektedir. (World Tourism Organization, 2013). Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'nin 2013 Ekonomik Etki raporunda belirtilen verilere göre, seyahat ve turizm alanının yaklaşık 101 milyon istihdam yarattığı belirtilmektedir. Bu rakam, toplam istihdamın %3,4'ünü oluşturmaktadır. İstihdam alanlarını; oteller, seyahat acentaları, havayolları ve diğer yolcu ulaşım servisleri, restoranlar, boş zaman aktivite endüstrisi oluşturmaktadır. 2024 yılında, istihdam sayısının 126 milyona ulaşması ve gelecek 10 yılda %2 artış göstermesi beklenmektedir (World Travel and Tourism Council, 2013).

Türkiye'de ise Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) tarafından açıklanan 2013 yılı Nisan ayı verilerine göre; turizmle ilgili 5 ana faaliyet kolunda, sigortalı olarak çalışanların sayısının bir önceki yıla göre % 17 dolayında arttığı belirtilmiştir. 2012 yılında 715 bin olan çalışan sayısı, 2013 yılında 838 bine yükselmiştir. Ayrıca 2013 yılı verilerine göre; turizmin ülke istihdamındaki payının % 6,2'den % 6,8'e çıktığı görülmektedir (Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği, 2012).

Turizmde istihdamın dezavantajlı bireyler açısından durumu, toplumun diğer bireylerine göre farklılık göstermektedir. Dezavantajlı bireyler olarak tanımlanan gruba, kendi kendine yeterli olma araçlarına ulaşma olasılığı olmayan ya da sınırlı olan bireyler dahil edilmektedir. Toplumun çoğunluğunun ulaşabildiği ve kullandığı teşvik, sorumluluk, özsaygı, topluluk desteği, sağlık, eğitim, bilgilenme, istihdam gibi bireysel ve sistemsel araçlara söz konusu bireyler ulaşamamaktadır. Dolayısıyla dezavantajlı gruplar, toplumun çoğunluğundan farklı olarak, kendi kendine yetemeyen, kendi sorunlarını tek başına çözemeyen ve hayatla başa çıkma noktasında yardıma ihtiyaç duyan bireylerden oluşan gruplardır (Mayer'den aktaran Bozok, 2011). Buna göre dezavantajlı bireyler; engelliler, eski hükümlüler, sığınma evlerinde kalanlar, yoksul bireyler, tek başına çocuğunu büyüten kadınlar, güvenlik sebebiyle göç eden terör mağdurları, madde bağımlısı olanlar, cinsel tercihlerinden dolayı farklı tutum sergileyenler, yurtdışından yeni göç eden çalışanlar ve eğitimsiz bireyler olarak sıralanabilir (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2014).

Milli Eğitim Bakanlığı 2013 araştırma raporuna göre, turizmin gün geçtikçe büyüyen bir sektör olarak bölge insanının istihdamındaki etkisi değer oluştururken aynı zamanda dezavantajlı bireyler için taşıdığı iş gücü potansiyelinin, sektör temsilcilerinde oluşturulacak farkındalık hareketleriyle arttırılmaya çalışılması önemli görülmektedir.

Birleşmiş Milletler ve Çevre Programı ile Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan sürdürülebilir turizm raporunda, sürdürülebilir turizmin 12 hedefi içerisinde, istihdam kalitesi başlığı altında, ırk, cinsiyet ve engellilik gibi konularda ayrımcılığa yer vermeden, turizm tarafından oluşturulan yerel istihdamın sayısının ve kalitesinin arttırılması, dezavantajlı bireyler için farkındalık yaratması açısından önemlidir (World Tourism Organization ve United Nations Environment Programme, 2005).

4857 sayılı İş Kanununun 30'uncu maddesi hükmünce 50 ve daha fazla işçi çalıştıran özel işyerlerinin, çalıştırdıkları işçi sayısının yüzde üçü oranında engelli istihdam etmekle yükümlü oldukları belirtilmiştir. Eylül-2012 verilerine göre Türkiye genelinde 988'i kamu, 17.466'sı özel olmak üzere toplam 18.454 işletme, kadrosunda engelli istihdam etmek zorundadır. Bu işletmelerin istihdam etmek zorunda oldukları toplam engelli sayısı 114.187'dir. Ayrıca Türkiye genelinde toplam 988 kamu işletmesi 7.036 eski hükümlüyü istihdam etmek zorundadırlar. Söz konusu işletmelerde istihdam edilenlerin sayısı ise 5.425 olup 1.611 açık kontenjan bulunmaktadır. Ayrıca 1.736 eski hükümlü de kontenjan fazlası olarak istihdam edilmektedir (İşkur, 2014) Araştırma kapsamında tanımlanmış olan dezavantajlı gruplardan; güvenlik sebebiyle göç edenler ve şiddet sebebiyle evinden ayrılmış kadınlar ile mağdur durumdaki dul ve yetimlere ilişkin işletmelerde zorunlu istihdam kotası bulunmamaktadır (Millî Eğitim Bakanlığı, 2013).

Dezavantajlı grubunda yer alan engelli bireylerin istihdamını arttırmaya yönelik dünyada farklı uygulamalar bulunmaktadır. Bunlar; (Gökbay, Ergen ve Özdemir, 2011, s. 2).

Düzenlemeler; iş gücü pazarının talep tarafını engelli işçi çalıştırmaya yöneltmek üzerine kurulu uygulamalardır.

Dengeleme; dengeleme politikaları işe alınan engelli çalışanların ekstra maliyetlerini azaltmak ve verimliliği arttırmak amacıyla, ücret sübvansiyonları, mesleki rehabilitasyon, işyeri ulaşım desteği ve destekli istihdamdan oluşmaktadır (örneğin, işyeri koçlarının kullanılması).

İkame; engelli bireylerin tam olarak işgücü pazarına katılamayacakları görüşü üzerine korumalı istihdam veya kamu/özel sektörde özel ayarlanmış işleri içermektedir.

Tazmin edici politikalar; sosyal yardım ödemelerini ekonomik bütünleşmeye tercih etmektedir. Bu politikalar geniş sayıda engelli bireye sürekli sosyal yardım sağlamakta, istihdam seviyesini düşürmektedir.

Bütünleşik politikalar ise düzenlemeler ile istihdamı desteklemeyi ve engelli çalışma maliyetlerini kısmayı hedeflemektedir.

Dezavantajlı bireylerin eğitim ihtiyaçları analizi araştırma raporuna göre (2013), Ege bölgesinde yaşayan dezavantajlı bireylerden engelli grubuna çalışmak için yapabilecekleri işlere ve sahip olduklarını düşündükleri becerilere ilişkin faaliyet kolları sorulduğunda, turizm alanından yiyecek içecek hizmetleri ve temizlik hizmetleri alanı diğer dezavantajlı bireylere (eski hükümlü, dul/yetim vd.) sorulduğunda ise bunlara ek olarak ulaştırma hizmetleri alanı çalışılması arzu edilen bölümler olarak saptanmıştır (Millî Eğitim Bakanlığı, 2013).

Dezavantajlı bireylerin istihdamı, herhangi bir engeli olmayan diğer bireylere göre çok da kolay sağlanamamaktadır. Yapılan pek çok çalışmada sektör temsilcilerinin dezavantajlı bireylere karşı önyargılı bakış açılarına ve işe yerleştirme sürecinde negatif tutumlarına

ilişkin kanıtlar bulunmuş ve dezavantajlı bireyleri istihdam etmekle ilgili düzenlemeleri pek desteklemedikleri tespit edilmiştir (Baybora, 2006, s. 233; Aydınonat, 2012, s. 6). Ayrıca, işverenler, dezavantajlı bireyleri daha az verimli, iş güvenliğini tehlikeye atan ve diğer çalışanlar tarafından kabul edilmeyen kişiler olarak da değerlendirmektedirler (Çizel, 2012, s. 25). Mevcut durumun, bu araştırmanın evrenini oluşturan İzmir ilindeki turizm sektör temsilcileri tarafından nasıl algılandığı, ileride yapılacak proje ve çalışmalara yön göstermesi bakımından önemlidir.

DEZAVANTAJLI BİREYLER İÇİN POZİTİF AYRIMCILIK

Çeşitli iş kollarındaki mevcut istihdam olanakları, işin gerektirdiği özellik ile bireylerin sahip olduğu yeterliliğin uyuşması doğrultusunda işlevsellik kazanmaktadır. Fakat bu uyum, bazı bireyler için, içerisinde bulundukları dezavantajlı durumlar dolayısıyla kolay sağlanamamaktadır

4857 sayılı İş Kanununun 30 uncu maddesi ile 3713 sayılı Kanunun ek 1 inci maddesinin (B) fıkrasına göre, dezavantajlı bireylerden, bedensel engelliler ve eski hükümlülerin istihdamı noktasında özel ve kamu sektörüne kanun tarafından belirli kotalar getirilmiştir. Diğer dezavantajlı bireylerin istihdamı için, kanun tarafından düzenlenmiş bir yaptırım söz konusu değildir. Bu çerçevede, turizm sektör temsilcilerinin, getirilen kotalar dahilinde dezavantajlı bireyleri istihdam etmeleri dışında, bu grubun yapabileceği işler doğrultusunda sektördeki istihdam sayısının işveren gönüllülük esasına dayanarak artırılmasının ve diğer dezavantajlı bireylerin de topluma kazandırılmasının eşitlik, insanlık hem de bölgesel kalkınma ve refah adına önemli olduğu düşünülmektedir.

Sektör temsilcilerinin, dezavantajlı bireylerin istihdamı adına getirilen yaptırımlar dahilinde bile, çok pozitif yaklaşımları söz konusu değilken, pozitif ayrımcılık noktasındaki düşünceleri merak uyandırıcıdır.

Bir toplumda dezavantajlı konumdaki insan gruplarının lehine geliştirilen politika, strateji, yöntem ve uygulamaların bütününe, pozitif ayrımcılık adı verilmektedir. Pozitif ayrımcılık uygulamalarında amaç, dezavantajlı kişilerin iş ve eğitim yaşamında ayrıcalıklı muamele görmelerini sağlamaktır (Akbaş ve Şen, 2013, s. 167).

Toplum içerisinde eşitliğin sağlanması açısından ayrımcılığın tek başına yasaklanması, eşitlik dengesine yarar sağlamaktan ziyade olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir. Bireyin birtakım özelliklerinden ötürü farklı muamele ile karşılaştığı durumlarda, bu özelliklerinden kaynaklanan dezavantajlarının ortadan kaldırılmasına yönelik özel önlemler alınması gerekmektedir. Pozitif ayrımcılık olarak ifade edilen bu önlemler, dezavantajlı bireylerin istihdamı açısından, sözde kalan eşitlik ilkesinden ziyade, gerçek eşitlik ilkesine uygun davranışlar olarak değerlendirilmektedir (Karan, 2009).

Özellikle Anayasa ve İş Kanununda, eşitlik ilkesinin ölçülerinin, içerik ve sınırları belli oranda ortaya konmuş olmasına rağmen, yine de her somut olayda eşitlik ilkesi ölçülerinin kapsamı yeniden araştırılıp, uygulanmaya çalışılmaktadır. Özellikle pozitif ayrımcılık yolu

ile gerçek anlamda eşitliğin sağlanmaya çalışılması, sınırlı bir biçimde yasa veya toplu iş sözleşmesi konusu olsa da ve bu konuda yargı kararlarına da pek rastlanmasa da pozitif ayrımcılık belli ve sınırlı ilkeler ile her somut olayın özelliğine göre irdelenmelidir (Ulucan, 2013, s. 369).

Turizmin sahip olduğu alt dalları dolayısıyla, dezavantajlı bireylerin istihdamında taşıdığı kaynak özellik, işverenlerin bakış açıları ve uygulamaları doğrultusunda işlevsellik kazanacaktır. Bu çerçevede, bu çalışma ile yaratılması hedeflenen farkındalık algısının önemli olduğu düşünülmektedir.

YÖNTEM

Çalışmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, İzmir ilinin merkez ilçelerindeki beş yıldızlı otel işletmelerinin insan kaynakları yöneticilerinin, dezavantajlı bireylerin istihdamı ile ilgili algı, görüş ve deneyimlerini incelemektir. Belirtilen amaç doğrultusunda araştırma kapsamında aşağıdaki soruların cevapları aranmaktadır;

- İnsan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı birey algısı nasıldır?
- İnsan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamı ile ilgili görüşleri nelerdir? Dezavantajlı bireylere karşı tutumları nasıldır?
- İnsan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamında pozitif ayrımcılığa ilişkin görüşleri nelerdir?
- İnsan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı bireylerle yaşadıkları ilginç bir olay var mıdır?

Çalışmanın Kısıtı

Araştırma sadece İzmir ilinin merkez ilçelerindeki 5 yıldızlı otel işletmelerini kapsamaktadır. Araştırma verilerinin toplanması, işletmelerin yoğun sezonuna rastladığı için diğer ilçeler araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Bu sebeple çalışmanın en büyük kısıtı araştırmaya dahil edilen otel işletmelerinin sayısının azlığı dolayısıyla sonuçların genellenemez oluşudur.

Çalışmanın Deseni

Bu çalışma nitel araştırmanın olgubilim türüne göre yapılmıştır. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Yıldırım ve Şimşek (2011)'e göre olgubilim (fenomonoloji) deseni farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Yaşadığımız dünyada olgular; olaylar, deneyimler, algılar gibi çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilirler. Bu olgularla günlük yaşamımızda çeşitli biçimlerde karşılaşabiliriz. Fakat bu tanışıklık olguları tam olarak anladığımız anlamına gelmez. Olgubilim, bize tam olarak

yabancı olmayan aynı zamanda tamamen kavrayamadığımız olguları araştırmak için uygun bir zemin oluşturur.

Bireysel tecrübelerin oluşturduğu olgubilim yaklaşımında araştırmacı, katılımcının kişisel (öznel) tecrübeleri ile ilgilenmekte, bireyin algılamaları ve olaylara yükledikleri anlamları incelemektedir. Olgubilim tanımlayıcı bir araştırmadır. Bu bağlamda genelleme yapmak değil, olguları tanımlamak önemlidir (Akturan ve Esen, 2008, s. 83-84).

Katılımcılar

Evrenin ulaşılabilir büyüklükte olması nedeniyle ayrı bir örneklem yönteminin kullanılmasına gerek kalmadan tam sayım yöntemi kullanılmıştır. İzmir ili merkez ilçelerinde bulunan toplam 7 adet beş yıldızlı otel işletmesinin insan kaynakları yöneticileri ile iletişime geçilmiş, bir yönetici yoğunluk sebebiyle görüşmeyi kabul etmemiş diğer altı yönetici ile görüşme yapılmıştır.

Görüşme Formunun Oluşturulması ve Verilerin Toplanması

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kapsamında, insan kaynakları yöneticilerinin araştırma konusuna yönelik görüşlerini almak için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 2013 yılında hazırlanan “Dezavantajlı Bireylerin Eğitim İhtiyaçları Analizi Araştırma Raporu” temel alınarak hazırlanan araştırma soruları, dört adet açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Görüşme soruları katılımcıların isteği üzerine önce elektronik posta ile gönderilmiştir. Katılımcılar üç gün içerisinde soruları yanıtlayıp, geri bildirim yapmışlardır. Sonrasında her bir katılımcı ile telefonda görüşülerek, açık uçlu sorulara verilen cevaplara bağlı olarak her birine araştırma konusunu aydınlatacak yeni sorular sorulmuştur. Katılımcıların görüşlerine netlik kazandırmak ve kendilerini daha iyi ifade edebilmelerine yardım etmek amacıyla sonda sorular da kullanılmıştır.

Veri Analizi

Veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz dört aşamada gerçekleşmiştir. Birinci aşamada araştırma sorularından hareket ederek veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuştur. Böylece verilerin hangi temalar altında düzenleneceği ve sunulacağı belirlenmiştir. Ardından daha önce oluşturulmuş olan çerçeveye dayalı olarak veriler okunmuş ve düzenlenmiştir. Elde edilen verilerin anlamlı ve mantıklı bir biçimde bir araya getirilmesine dikkat edilmiştir. Bu aşamadan sonra düzenlenmiş olan veriler tanımlanmış ve doğrudan alıntılar yapılmıştır. Bu sürecin sonunda bulgular açıklanmış ve anlamlandırılmıştır. Aynı zamanda yorumların daha da güçlendirilmesi adına bulgular arasındaki neden sonuç ilişkileri açıklanmaya çalışılmış ve farklı olgular arasında karşılaştırma yapılmıştır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Çalışmanın iç geçerliliğini sağlamak için, araştırma bulguları araştırmaya katılan bireylerle paylaşılmış, elde edilen verilerin doğruluğu ile ilgili katılımcıların onayı alınmıştır. Veriler araştırmacıların dışında, bir alan uzmanı ile tartışılıp yorumlanmıştır. İleride olası bir teyit incelemesine yönelik olarak veriler saklanmıştır. Veri analizinde izlenen süreç, detaylı olarak belirtilmiştir. Dış geçerliliğin sağlanması amacıyla, araştırmanın aşamaları ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

Güvenilirliğin sağlanması amacıyla, elde edilen bulguların ve sonuçların gerçeği yansıtmaları için önce veriler sunulmuş sonrasında yorum yapılmıştır. Bulgular, doğrudan yapılan alıntılara yer verilerek desteklenmiştir.

BULGULAR

İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Dezavantajlı Birey Algıları

İnsan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı birey algılarını ortaya çıkarmak amacıyla, “*Dezavantajlı bireyler size göre kimlerdir? Dezavantajlı birey deyince ne anlıyorsunuz?*” sorusu sorulmuştur. Elde edilen bulgular tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Dezavantajlı Birey Algıları

Dezavantajlı Bireyler	Katılımcılar (K)
Engelli bireyler	K1, K2, K3, K4, K5, K6,
Yoksul bireyler	K1, K2,
Sığınma evlerinde kalanlar	K1, K2,
Madde bağımlısı olanlar	K1, K2, K3,
Tek başına çocuğunu büyüten kadınlar	K1, K4
Terör mağdurları	K1,
Eski hükümlüler	K1, K2, K4,
Cinsel tercihlerinden dolayı farklı tutum sergileyenler	K1,
Yurtdışından yeni göç eden çalışanlar	K4,
Eğitimsiz bireyler	K4,

Bu açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde insan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı birey algılarının çeşitlilik gösterdiği tespit edilmiştir. Dezavantajlı birey tanımlarından sadece “engelli bireyler” başlığı altında katılımcıların tamamının, “madde bağımlısı” ve “eski hükümlüler” başlığı altında katılımcıların yarısının ortak cevap vermeleri, dezavantajlı birey algılarının eksik olduğunu göstermektedir.

İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Dezavantajlı Bireylerin Turizmde İstihdamı ile İlgili Görüş ve Tutumları

İnsan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamı ile ilgili görüş ve tutumlarını tespit etmek amacıyla “*Dezavantajlı bireylerin istihdamı konusunda ne düşünüyorsunuz?*” sorusu sorulmuştur. Her bir katılımcıdan alınan cevaplar aşağıda verilmiştir.

“Mavi yaka istihdamı sırasında en az bir hikayeye sahip biri ile mutlaka karşılaşıldığından, çalışan özel yaşamı ile iş yaşamını karıştırmıyor, işini etkileyecek durumların yaşanmasına izin vermiyorsa istihdamları konusunda herhangi bir problem yaşanmaz”. (K1)

“Kesinlikle istihdam edilmeliler. Bununla ilgili engellilerde devletin teşviki de bulunmakta. Bu personelin sigorta primleri devlet tarafından ödenmekte. Bu kişilere yardım etmemiz insanlık görevimiz aynı zamanda. Bir gün hepimizin engelli olma potansiyeli olduğunu da unutmamak gerekiyor”. (K2)

“...Kesinlikle topluma bu bireylerin kazandırılması gerektiğini düşünüyorum”. (K3)

“İşletmelerin dezavantajlı bireyleri daha fazla istihdam edebilmesi için devlet bazlı bazı teşviklerin arttırılması gerekmektedir”. (K4)

“Yasal zorunluluğu bir yana bıraktığınızda bireyleri tekrardan topluma kazandırmak, maddi özgürlüklerini kazanmalarına destek olup kişisel özgüvenlerini yükseltmek ve ön önemlisi engel durumlarından dolayı işyerlerinde herhangi bir ayrımcılık yaşamalarını önlemek gerektiği kanısındayım”. (K5)

“Devletin zorunlu istihdam konusunda yasal olarak belli bir sınırı koyması önemli ve gereklidir. Öncelikle herhangi bir engeli olan bireylerin eğitimi, mesleki gelişimi ve belli bir alana dair uzmanlaşma süreci ile iş hayatına kazandırılmasına dair daha detaylı ve sistemli yaklaşımlar geliştirilmesi, bu anlamda hem işveren hem de çalışan olarak bahsi geçen insanların işe alım süreçlerinin daha faydalı ilerlemesini sağlayabilir”. (K6)

Alınan cevaplara göre, insan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı bireylerin turizmde istihdam edebileceğini düşündükleri böylece dezavantajlı istihdamına ilişkin olumlu bir tutuma sahip oldukları tespit edilmiştir. İki katılımcı ayrıca devlet teşviklerinin arttırılması ve mesleki eğitim noktasında daha detaylı, sistemli yaklaşımlar geliştirilmesi üzerinde durmuştur. Ek olarak, katılımcıların dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamı ile ilgili görüşlerini belirtmeleri esnasında, daha çok engelli bireyler üzerinden görüşlerini belirtmeleri, katılımcıların sahip oldukları dezavantajlı birey algısı noktasında tekrar dikkat çekicidir.

Pozitif Ayrımcılığın Dezavantajlı Bireylerin İstihdamında Kullanılmasına İlişkin Yönetici Görüş ve Tutumları

İnsan kaynakları yöneticilerine pozitif ayrımcılık ile ilgili görüş ve tutumlarını ortaya çıkarmak amacıyla *“Dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamı noktasında, pozitif ayrımcılık ile ilgili düşünceleriniz nelerdir ?”* sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

“Dezavantajlı personele pozitif ayrımcılık yapılmamalı. Kişinin durumuna göre ılımlı bir politika izlenebilir ama istihdam edildikten sonra işletme kültürüne ait huzur bozucu davranışlar sergileme, bu özelliklerini her türlü fırsatta kullanma ve diğer çalışma

arkadaşları arasında eşit davranma ilkesini bozacak davranışlarda bulunma söz konusu olduğunda durum değerlendirilmesi ve birebir görüşmeler yapılır. Fesih her zaman son çaredir. İşe alımlarda ise pozisyonun gereklerine bakılarak bireyin istihdamı sağlanır. Dezavantaj durumu istihdamda herhangi bir rol oynamaz”. (K1)

“İlgili pozisyon ne gerektiriyorsa onu yerine getirecek personel önemlidir. İşin gerektirdiği görev ve sorumlulukları kim taşıyabilecekse o kişinin istihdamı ve devamlılığı esastır”. (K2)

“...Pozitif ayrımcılık yapılmamalı, tamamen departmanın gereklerine bakılmalıdır. Bildiğim çok fazla engelli insan yönetici kademelerinde çalışıyor. Örneğin bizim otelin misafir ilişkileri sorumlusu engelli, fakat bu durumu işi sekteye uğratmıyor, işini pek çok kişiden çok daha iyi yapıyor. Yani herkes kendini geliştirebilir. Bu tip özelliklerin arkasına sığınmamak gerekir. Pozitif ayrımcılığa gerek yok, işi kim iyi yapıyorsa ya da yapacaksa iş onundur”. (K3)

“Gerek işletme standartlarının ve kurum kültürünün bozulmaması, dengelerin korunması adına, gerekse yasada belirtilen eşit ilke maddesine uygun olması adına pozitif ayrımcılık yapılmaması gerekmektedir”. (K4)

“Engel durumlarından dolayı herhangi bir ayrımcılık yapılmamalı diğer çalışma arkadaşları ile eşit şartlarda görevlerini sürdürmeliler”. (K5)

“Olumlu yaklaşıyorum ancak doğru iş ve doğru insan eşleşimi ve bu iki tarafın ortak paydada buluşabilmesi ve birbirlerini daha rahat bulabilmesi için kullanım kolaylığı ve yaygınlığı olan araçların geliştirilmesi, süreci daha etkin kılacaktır. Engelli işe alım süreci kapsamında, ihtiyaç duyduğumuz adayı bulma konusunda zaman zaman zorlanabiliyoruz. Tabii bu durumun nedenlerinden biri de, dahil olduğumuz hizmet sektörünün emek-yoğun yapısal özellik göstermesidir”. (K6)

Ortaya çıkan bulgular incelendiğinde, bir katılımcı hariç diğer tüm katılımcıların dezavantajlı bireylere pozitif ayrımcılığın yapılmaması gerektiği noktasında ortak bir görüş belirttikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar, pozitif ayrımcılığın eşitlik ilkesine aykırı olduğunu, ilgili işin yeterliliklerine kim sahipse o kişinin istihdam edileceğini belirtmişlerdir. Bu çerçevede katılımcıların pozitif ayrımcılık algılarının yanlış olduğu düşünülmektedir. Belli noktalarda dezavantajlı bireyler adına eşitliğin sağlanması için yapılan pozitif ayrımcılık, bu araştırma sonunda elde edilen bulguya göre haksız bir uygulama olarak ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda sahip olunan pozitif ayrımcılık algısı, katılımcıların tutumlarına da olumsuz olarak yansımıştır.

İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Dezavantajlı Bireylerle Yaşadıkları Deneyimler

İnsan kaynakları yöneticilerine, dezavantajlı bireylerle yaşadıkları deneyimleri tespit etmek amacıyla “Bugüne kadar dezavantajlı bireyler ile yaşadığınız ilginç bir anınız var mı? Varsa lütfen paylaşır mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların dördü herhangi bir

ilginç olay yaşamadıklarını belirtirken, diğer iki katılımcı yaşadıkları ilginç deneyimleri paylaşmıştır.

“Bir alt işveren çalışanı, yatalak oğlu olduğunu ve kocası onu terkettiği için yoksulluk içerisinde yaşadığını, çalışsa dahi ilaç masraflarını ödeyemediğini dile getirmiş, tüm çalışanlar da durumun üzüntüsü ile aralarında para toplayıp kendisine iyilik yapmak istemişlerdir. Çalışana toplu para ödendiğinde (miktar ücretinin yaklaşık 3-4 katı kadardır) çalışanın parayı alıp bir kaç hafta içinde alt işverenin işinden evlendiği için (evlilik sebebi ile-tazminat hakederek) ayrıldığını ve hasta çocuğunu terk edip gittiğini öğrendik. Daha sonra hasta çocuğa sosyal hizmetler sahip çıkmıştır”. (K1)

“İş-kur aracılığıyla yaptığımız toplu görüşmeler sonucu kişiye iş teklifinde bulunduk. Evrak listesini aldı ve iş teklifini kabul etti. Evrak teslimi için geleceği gün kendisini aradığımızda kendisine teklif edilen ücreti az bulduğunu ve işyerlerinin engelli çalıştırma zorunluluğu olduğunu ima ederek kendisine zorunlu ihtiyacımız olduğunu belirtti. Bu durum sonrasinda kişinin engel durumunu işyerine karşı olumsuz olarak kullanmasından dolayı kendisi ile çalışmama kararı aldık”. (K5)

İki katılımcıdan elde edilen bulguya göre, katılımcılar dezavantajlı bireylerle olumsuz deneyimlere sahiptir. Fakat bu tespitin kesinlikle genellenemeyeceği gerçeği ortadadır. Bununla birlikte yaşanan olaylar itibariyle katılımcı 1’in belirttiği deneyimde, dezavantajlı bireye toplu para ödemesi yapılması yerine daha farklı ve sürdürülebilir bir çözümün üretililebileceği ve katılımcı 5’in belirttiği deneyimde, dezavantajlı bireyin belirtilen davranışı sonrası direk fesih edilmesi yerine, birebir görüşmeler yapıp, bireyin hatasını görmesinin sağlanabileceği ve bireyin tam da bu noktada kazanımının önemli olduğu gerçeği, üzerinde ciddiyle düşünülmesi gereken bir olay olarak değerlendirilebilir.

SONUÇ

Araştırma verilerinden elde edilen bulgulara dayalı olarak, katılımcıların dezavantajlı birey algılarının çoğunlukla engelli bireyleri kapsadığı sonucuna ulaşılmıştır. Görüşme esnasında çoğunlukla engelli bireyler üzerinden açıklamalarda bulunmaları da bu sonucu desteklemektedir. Bu durumun işletmelere getirilen engelli bireylerin istihdamında kota uygulamasının yasal zorunluluğu ile açıklanabileceği düşünülmektedir. Eski hükümlüler dışında, diğer dezavantajlı grupların istihdamı ile ilgili herhangi bir yasal zorunluluk söz konusu olmadığı için, bu bireyler ile ilgili katılımcıların farkındalık algısının düşük olduğu söylenebilir.

Dezavantajlı bireylerin turizmde istihdamı noktasında alınan görüşler, katılımcıların olumlu bir tutuma sahip olduklarını göstermektedir. Genellikle engelli bireyler üzerinden yapılan açıklamalardan hareketle, katılımcıların bu bireylerin istihdamı sürecinde maruz kalabilecekleri negatif ayrımcılığa karşı oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların dezavantajlı bireylerin istihdamında pozitif ayrımcılık ile ilgili görüşleri araştırma bulgularına dayalı olarak düşündürücü bulunmuştur. Bir katılımcı dışındaki diğer

tüm katılımcılar pozitif ayrımcılığın haksızlığa yol açabileceği nedeniyle yapılmaması gerektiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda, katılımcıların pozitif ayrımcılık algılarının yanlış olduğu, pozitif ayrımcılığı negatif ayrımcılık ile karıştırdıkları dolayısıyla da kavram kargaşası ve yanlışlığı yaşadıkları tespit edilmiştir.

Toplumsal temel ekonomik, sosyal ve kültürel kaynaklarından mahrum kalan veya mahrum bırakılan dezavantajlı bireyler için turizm sektörü, önemli bir istihdam kaynağıdır. İnsan hakları konusunda yaşanan gelişmelerin ve her türlü ayrımcılığın ortadan kalkmasıyla ilgili bilinçlendirmenin arttığı bir dönemde, dezavantajlı bireylerin toplumun diğer bireyleriyle birlikte eşit fırsatlardan yararlanabilmeleri noktasında pozitif ayrımcılık olgusunun önemine dikkat çekmekte fayda vardır. Dezavantajlı bireylerin istihdamının zorunluluktan öte gönüllülük esasına dayandırılması ve bu noktada devletin sunacağı teşvikler de önemli görülmektedir.

Dilovası'nda dezavantajlı grupların istihdam potansiyelinin artırılması 2011 araştırma sonuç raporunda da belirtildiği üzere, ulusal düzeyde alınacak tedbirler ve hayata geçirilebilecek uygulamalarda temel ilke, destekleyici tutum olarak da adlandırılan "pozitif ayrımcılık" olmalıdır. Her ne kadar "pozitif ayrımcılık" tabiri anayasamızda yer almasa da, bu konuda yapılacak ayrıcalıkların eşitlik ilkesine aykırı olmadığı anayasamızda açıkça ifade edilmektedir. Anayasamızın eşitlik ilkesini düzenleyen 10. maddesi şöyle demektedir (Özbudun, 2008).

*"Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir. Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet, bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamakla yükümlüdür".*Bu maksatla alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı olarak yorumlanmamalıdır. Engelliler, eski hükümlüler, sığınma evlerinde kalanlar, yoksul bireyler, güvenlik sebebiyle göç eden terör mağdurları gibi diğer dezavantajlı bireyler için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılmamalıdır.

Genel olarak izlenim ve araştırma bulgularına dayanarak, dezavantajlı bireylerin istihdama erişimlerinin önündeki en önemli engelin işveren algısı olduğu söylenebilir. İşverenlerin bu insanların yapabilecekleri işler hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıklarına vurgu yapılabilir. Tespit edilen bu durum dezavantajlı bireylerin eğitim ihtiyaçları analizi araştırma raporu (2013) sonuçları ile benzerlik taşımaktadır.

Yapılan pek çok proje ile dezavantajlı bireylerin istihdama katılımları sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu projeler ile dezavantajlı bireylere farklı sektörel alanlarda eğitimler verilmektedir. Bir kısım proje kapsamında da, turizm sektöründe dezavantajlı bireylerin istihdamı ile ilgili çalışmalar da mevcuttur. Bu çerçevede araştırmanın bulgularına dayanarak, dezavantajlı bireylerin eğitimi ve istihdama katılımlarının desteklenmesi yanında işletme yöneticilerinin de dezavantajlı bireylerle ilgili olarak farkındalıklarının artırılması önemli görülmektedir. Özellikle pozitif ayrımcılık noktasında toplum gönüllüleri, akademisyenler, devlet ve işverenler olarak tüm paydaşların yönetim

yaklaşımı ile dezavantajlı bireylerin istihdamında daha etkili ve sürdürülebilir yapıda çalışmaları önerilmektedir.

Devlet denetiminde dezavantajlı bireyler için iş ve işçi bulma merkezlerinin kurulmasının da yine pek çok projenin asıl amacına ulaşmasında sektör ile birebir ilişkilerin kurulabilmesi adına değer taşıyacağı düşünülmektedir. Bu bireylerin meslekleri ve yeterliliklerine göre gruplandırılması, ilgi ve yetenekleri doğrultusunda eğitim programlarının hazırlanıp, gerekli sertifikaların aldırılması önemlidir.

Otel işletmeleri açısından, özellikle insan kaynakları yöneticilerinin dezavantajlı bireylerin istihdamında daha dinamik ve etkin uygulamalar gerçekleştirmeleri, pozitif ayrımcılık noktasında bireyin dezavantajlı durumunu ortadan kaldırabilmek, diğer bireyler ile eşit şartlara erişebilmesini sağlayabilmek adına mevcut iş görülebilirlik kapasitesini desteklemeye ve artırmaya yönelik uygulamalara ağırlık vermeleri gerekmektedir. Bu noktadan hareketle, ilk olarak insan kaynakları yöneticileri, işletmelerindeki dezavantajlı bireylere yönelik uygulamalarını analiz etmelidir. Sahip olunan algı ve görüşler, takınılan tutum ve davranışlar saptanmalı, gerekli düzenlemeler yapılmalı, ilgili tüm birimler konuyla ilgili bilgilendirilip bütünsel bir çaba ortaya konmalıdır.

Çalışmada yapılan değerlendirmeler, İzmir ili merkez ilçelerindeki beş yıldızlı otel işletmelerini kapsamaktadır. Bu nedenle başka beş yıldızlı otellerde ve daha büyük ana kitlelerle yapılacak olan çalışmalarda daha farklı sonuçlar elde edilebilir. Bu bağlamda gelecekteki çalışmalar konuyu bu yönüyle ele alabilir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, K. ve Şen, İ.G. (2013).Türkiye’de kadına yönelik pozitif ayrımcılık: kavram, uygulama ve toplumsal algılar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Hukuk Fakültesi 20. Yıl Özel Sayısı,165-189.
- Akturan, U. ve Esen, A. (2008). Fenomenoloji. U. Akturan ve A. Esen (Ed.), *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aydınönat, N. E. (2012). *Engelli istihdamını arttırmanın yolları*. [URL: http://www.tepav.org.tr/upload/files/13385419140.Engelli_Istihdamini_Arttirmanin_Yollari.pdf] (Erişim 13.07.2014).
- Baybora, D. (2006). Çalışma hayatında özrüllürlere karşı ayrımcılık. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 51, 229-269.
- Bozok, N. (2011). *Sosyolojik değerlendirme raporu*. İstanbul: Boyner Yayınları.
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2014). *Kadın istihdamının desteklenmesi operasyonu hibe programı projeler özeti*. [URL: <http://www.kadinistihdami.net/docs/compendium.pdf>] (Erişim 11.07.2014).
- Çeken, H. (2008). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerinde teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(2), 293-306.
- Çizel, R. (2012). Engellilerin çalışma yaşamı. *Engelsiz Turizm Sempozyumu*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 19-29.

- Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (2011). *Dilovası'nda dezavantajlı grupların istihdam potansiyelinin artırılması: Araştırma sonuç raporu*. [URL: [http://www.dogumarmarabolgeplani.gov.tr/pdfs/10 sosyal 76 DilovasiDezavantajliGruplarAra stirmasi.pdf](http://www.dogumarmarabolgeplani.gov.tr/pdfs/10_sosyal_76_DilovasiDezavantajliGruplarAra_stirmasi.pdf)] (Erişim 17.09.2014).
- Gökbay, İ.Z., Ergen, A. ve Özdemir, N. (2011). Engelli bireylerin istihdamına yönelik bir vaka çalışması: “engelsiz eğitim”. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36(9), 1-8.
- İzmir Kalkınma Ajansı (2010). *İzmir Bölge Planı 2010-2013*. İzmir: Arkadaş Matbaası.
- Karan, U. (2009). *Avrupa birliği ülkelerinde ayrımcılık yasağı ve eşitlik kurumları*. Ankara: İnsan Hakları Ortak Platformu.
- Kılıç, Y. (2014). Turizm sektörü istihdamının eğitim durumu ve insangücü planlaması. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 419-436.
- Liu A. ve Wall G. (2006). Planning tourism employment: A developing country perspective. *Tourism Management*, 27, 159- 170.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2013). *Dezavantajlı bireylerin eğitim ihtiyaçları analizi araştırma raporu*. [URL:[http://www.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2013_12/26051227_dezavantajlibireylerinegiti mihtiyaclari.pdf](http://www.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2013_12/26051227_dezavantajlibireylerinegiti_mihtiyaclari.pdf)] (Erişim 11.07.2014).
- Özbudun, E. (2008). *Türk anayasa hukuku*. Ankara: Yetkin Yayın.
- Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. ve Çisil, E. (2013). Turizm sektörünün istihdam üzerine etkileri. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 2(4), 14-27.
- Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (2012). Turizmde İstihdam. [URL: <http://www.tuyed.org.tr/turizmde-istihdam-838-bin-kisi-oldu/>] (Erişim 12.07.2014).
- Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (2012). Sürdürülebilir turizm. [URL: <http://www.turofed.org.tr/PDF/uyePDFler/pdfLink-tusiadsurdurul.pdf>] (Erişim 12.07.2014).
- Türkiye İş Kurumu (2014). İstihdamı zorunlu kontenjanları. [URL: <http://www.iskur.gov.tr/kurumsalbilgi/istatistikler.aspx#dltop>] (Erişim 12.07.2014).
- World Tourism Organization ve United Nations Environment Programme (2005). Making tourism more sustainable. [URL: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DITx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>] (Erişim 12.07.2014).
- World Tourism Organization (2010). UNWTO Annual report a year of recovery 2010. [URL: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/final_annual_report_pdf.pdf] (Erişim 11.07.2014).
- World Tourism Organization (2013). Tourism highlights report. [URL: <http://www.e-unwto.org/content/hq4538/fulltext.pdf>] (Erişim 12.07.2014).
- World Travel and Tourism Council (2013). Economic impact report. [URL: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf] (Erişim 12.07.2014).
- Ulucan, D. (2013). Eşitlik ilkesi ve pozitif ayrımcılık. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 15, 369-383.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ENGELLİ İSTİHDAMI: POTANSİYEL ENGELLİ İŞGÖRENLERE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Derya GÜNEY

*Arş. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi
deryaguney@mu.edu.tr*

Vedat GÖLLER

*Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
vedatgoller@gmail.com*

ÖZET

Dünya Sağlık Örgütü 2011 verileri incelendiğinde savaşlar, kazalar ve çeşitli hastalıklar sonucunda dünyada bir milyarın üzerinde engelli olduğu varsayılmaktadır. Engellilerin öncelikli sorunlarının başında istihdam gelmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu 2002 verilerine göre Türkiye nüfusunun da kayıtlı engelli oranının %12 civarında olduğu düşünüldüğünde, engelli istihdamına önem verilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı turizm sektöründe engelli istihdamı konusuna dikkat çekerek konaklama işletmelerinde engelliler açısından istihdam öncesi ve istihdam esnasında karşılaşılan sorunları belirlemek ve engelli kişilerin konaklama işletmelerinde daha fazla oranda istihdam edilmeleri için öneriler sunmaktır. Nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniğinin kullanıldığı bu araştırmanın çalışma evreni olarak hem turizm gelirleri hem de gelen turist sayısı bakımından Türkiye'de üçüncü sırada yer alan Muğla ili seçilmiştir. Muğla ili, Menteşe İlçesinde ikamet eden Muğla Engelliler Derneği'ne kayıtlı 15 engelli ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda engellilerin konaklama işletmelerinde çalışmak istedikleri, ancak kendilerine böyle bir fırsat verilmediği, engellilerin kendilerini toplum ve işverenler tarafından dışlanmış hissettiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler:*Engelli, Engelli istihdamı, Konaklama işletmeleri, İnsan kaynakları, Muğla.*

GİRİŞ

Engellilik, insan doğasında normal olarak kabul edilen yeteneklerini kaybetmesi sonucu oluşan; kişinin yaşamsal aktivitelerini büyük oranda kısıtlayan bedensel ya da zihinsel bozukluktur (Burnett ve Baker, 2001). Kişiler doğuştan olmasa da her an savaş, terör eylemleri, kazalar ya da doğal afetler sebebiyle sonradan engelli olabilirler (Eryılmaz, 2010).

Engellilik hali, yaşamın bir parçası olmasına rağmen; özellikle iş yaşamında işletme sahibi ve diğer çalışanlar tarafından zayıflık, zavallılık, bir yük olarak görülmektedir. Çağdaş toplum ve sosyal devlet olmanın en önemli gereklerinden biri kişiler arasında hiçbir ayırım yapmadan tüm vatandaşların sunulan hizmetten eşit bir biçimde yararlanmasını sağlamaktır (Eryılmaz, 2010). Bu hakların en başında da çalışma hakkı gelmektedir.

Engelli bireylerin çalışmasını gerekli kılan en önemli neden bu kişilerin ekonomik durumlarıdır. Çalışabilecek güç ve kapasitede olan engellinin ekonomik yaşama katılması engelli kişi açısından zorunluluk olarak görülmektedir. Çalışmayıp kendine bakamayan kişiler kendisini ailesine yük olarak görmektedir (Aytaç, 2005; Toplu, 2009). Engelli

bireylerin çalışmasının bir diğer önemli sebebi ise bu kişilerin topluma kazandırılmasıdır. İş hayatında aktif olarak rol alan, iş yerinde diğer çalışanlarla eşit haklara sahip olarak yer alan engelli bireyler motivasyon açısından da kendilerini yeterli hissedecekler, kendilerine olan güvenleri ve saygıları artacaktır.

Konaklama işletmeleri, emek faktörünün ön planda olduğu iş alanlarından olduğu için, bu sektörde insan gücüne olan gereksinim fazladır. Engelli kişiler yeterli eğitim aldıktan sonra konaklama işletmelerinin çeşitli departmanlarında (kat hizmetleri, mutfak, muhasebe vb.) çalışabilirler. Bu çalışma, engelli bireylerin konaklama işletmelerinde istihdam konusuna bakış açısını öğrenmeyi, engellilere daha fazla istihdam fırsatı yaratabilmek için çözüm önerileri getirmeyi amaçlamaktadır. İleriki bölümlerde engelli kavramı üzerinde durulacak, araştırmada kullanılan veri toplama yöntemi hakkında bilgi verilecek, elde edilen bulgular önceki çalışmaların ışığında tartışılacaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Engelli Kavramı ve Tanımı

Engellilik, kavram olarak çok tanındık gelmesine rağmen içeriği tam olarak bilinmeyen bir kelimedir (Eryılmaz, 2010). Türk Dil Kurumu'nda dahi eş anlamlı olarak verilen engelli, özürlü ve sakat kelimeleri nüanslarla birbirlerinden ayrılmaktadır (TDK, 2014).

Engellilik, "doğuştan ya da sonradan olma herhangi bir hastalık veya kaza nedeniyle kişinin bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal fonksiyonlarında belirli bir oranda sürekli azalma ve kayıplara neden olan, organ yokluğu veya bozukluğu sonucu normal yaşam gereklerine uyum sağlama ve günlük ihtiyaçlarını karşılamada güçlük" olarak tanımlanmaktadır (Stratejik Plan 2008-2012, 2007, s.25).

Bir başka tanıma göre ise engelli, "doğuştan ya da sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılamada güçlükleri olan ve koruma, bakım rehabilitasyon, danışmalık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişilerden çalışma gücünün en az yüzde 40'ından yoksun olduğu sağlık kurulu raporu ile belgelenen kişidir" (Kamu Kurum ve Kuruluşlarında İşçi Olarak İstihdam Edilecek Özürlü ve Eski Hükümlülere Uygulanacak Sınav Yönetmeliği, 2006).

Dünya Sağlık Örgütü'nün yaptığı tanıma göre ise engellilik, insan doğasında normal kabul edilen organ ya da yetenek eksikliği sonucu kişinin normal yaşam gereklerine uyamama durumudur (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008).

Bireylerin normal yaşantısını etkileyen kalıcı engellerin yanı sıra; her insan hamilelik, iş ya da ev kazalarından kaynaklanan geçici sakatlık gibi durumlarla hayatının belli bir döneminde geçici engelli statüsüne geçebilmektedir (Eryılmaz, 2010). Genel bir sınıflandırmada engellilik çeşitleri ortopedik engelli, görme engelli, işitme engelli, konuşma engelli, zihinsel engelli ve süregelen hastalığa sahip kişiler olarak altıya ayrılabilir.

Konaklama İşletmelerinde Engelli İstihdamı

Çalışma, gelir sağlamanın dışında kişinin kendine güven ve saygı duygusunu geliştirmekte ve topluma olan bağlılığını güçlendirmektedir (Köksal, 2010). Toplumda yaşayan bütün bireylerde olduğu gibi çalışma ve kazanç elde etme eylemi engelli bireyler için de son derece önemli bir kavramdır. Engelli bireylerin çalışma hayatına katılması, kendisine olan güveninin artmasına ve yeni bir sosyal çevre edinerek topluma adapte olmasına yardımcı olarak onların hayata tutunmalarını sağlar (Yılmaz, 2001; Toplu, 2009; Genç ve Çat, 2013). Diğer yandan engelli bireylerin çalışmaya olan ihtiyaçları göz önüne alındığında ortaya çıkan sonuç çalışmalarının ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

Ülkemizde engelli bireylerin engellerinden kaynaklanan dezavantajlarını ortadan kaldırmak için iş kanununun engelli işçi çalıştırma zorunluluğunu düzenleyen 30. maddesinde 15.5.2008 tarih ve 5763 sayılı yasa ile değişiklik yapılmıştır. Bu maddeye göre; "işverenler, elli veya daha fazla işçi çalıştırdıkları özel sektör işyerlerinde yüzde 3, kamu işyerlerinde ise yüzde 4 özlü ve yüzde 2 eski hükümlü işçiyi meslek, beden ve ruhi durumlarına uygun işlerde çalıştırmakla yükümlüdürler" (5763 sayılı İş Kanunu, Madde 30, 2008, s.12).

Turizm, emek yoğun özellikli bir sektördür. Bu sektör içerisinde yer alan konaklama işletmelerinde insan gücüne olan gereksinimin son derece fazla olması, konaklama işletmelerini diğer iş kollarından ayırmaktadır. Hizmetin yerinde sunulması bu alandaki farklılıkların temelini oluşturmaktadır. Konaklama işletmeleri, yoğun bir oryantasyon ve mesleki eğitimden sonra engelli istihdamı için biçilmiş kaftandır. Hem turizm alanında nitelikli personel eksikliği hem de bu alanda çalışan personele ihtiyacın fazla olması bunun doğru bir değerlendirme olduğunu göstermektedir.

Tüm bu ihtiyaca rağmen Türkiye'deki konaklama işletmeleri incelendiğinde, çalışan engelli personel sayısının beklentinin altında kaldığı görülmektedir. İşletme sahibi ve diğer çalışanlar engelli kişileri genellikle yük olarak görmektedirler. Aydınonat'a (2012) göre bunun altında yatan sebepler, engelli istihdamı ile ilgili yasal zorunlulukların işverenlerin işçi alma ve işten çıkarma ile ilgili esneklikleri sınırlaması, engellilerin temel ve mesleki eğitim durumu, işe uygun engelli personel bulamama, konaklama işletmelerinin fiziksel şartlarının engelliler için uygun olmamasıdır.

Konaklama İşletmelerinde Engelli Çalışanların Yaşadıkları Sorunlar

Türkiye'de genel nüfusun eğitim göstergeleriyle engelli nüfusun göstergeleri arasında çok büyük uçurumlar vardır. Engelli kişilerin eğitim düzeyinin düşük olması bu kişilerin meslek sahibi olmalarını da etkilemektedir. Yeterli eğitim alamayan engellilere sunulan mesleki eğitim ve mesleki rehabilitasyon hizmetleri istenilen düzeyde olamamaktadır. Engellilere verilen eğitimin de işgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda düzenlenmemiş olması engellilerin nitelik, eğitim ve tecrübeleri iş dünyasının taleplerini karşılayamamaktadır. Bu durum da istihdam öncesi engellilerin yaşadıkları sorun olarak

ortaya çıkmaktadır . Ayrıca yasal düzenlemelerin yetersizliği, engelli kişilere karşı toplumun ve işverenlerin önyargıları, engellilerin kendine olan güven eksikliği de istihdam öncesi yaşanan sorunlardır (4. Özürlüler Şurası, 2009).

İstihdam öncesi yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen konaklama işletmelerinde çalışmaya başlayan engellileri burada farklı sorunlar beklemektedir. Gerek işveren, gerekse çalışan engelli personel açısından iş ile ilgili sorunlar yaşanmaktadır. Yaşanan bu sorunlar işten ayrılma ve işten çıkarılma gibi olumsuz durumlarla sonuçlanmaktadır.

Yaşanan sorunların başında çalışma ve yaşam alanlarının engelli personele uygun şekilde düzenlenmemiş olması, yeterli oryantasyon eğitimi alamayan engellilerin beklenen verimi sağlayamamaları gelmektedir. Bu sorunların neticesinde engelli personel kendini verimsiz, işe yaramaz hissetmektedir. Orhan'a göre (2013) işverenler çalışma ortamını iktisadi sebeplerle ya da bilinçsizlik yüzünden engelli bireylere uygun olarak düzenlemekten kaçınmaktadır. Engellilere uygun çalışma ekipmanlarını bulundurmadığı için işverenler, engelli bireylere ya işgücü vasıfları ile uyumsuz işler yaptırmayı ya da hiçbir iş yaptırmamayı tercih etmektedir.

Tesis içerisinde ulaşım sorunlarının yaşanması, konaklama konusunda engelli personelin sorun yaşaması, konaklama işletmelerinin engelli bireylerin ailelerinin yaşadığı bölgeden farklı bir bölgede konumlanmış olması sebebiyle ailelerinden bağımsız ikamet edemeyen engellilerin işletmede çalışamaması, terfi ve ücretlemede hakettiklerini alamamaları gibi sebepler de engelli istihdamını kısıtlamaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada konaklama işletmelerinde çalışmak isteyen engellilerin istihdam öncesinde ve istihdam sırasında karşılaştıkları sorunları belirlemek ve bu sorunlara çözüm önerileri getirmek amaçlanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme yöntemi, açık uçlu sorularla katılımcıların bir konu hakkında düşünce ya da gözlemlerinin öğrenildiği bilgi toplama yöntemidir (Kozak, 2014). Bu çalışmada araştırmacı genel hatlarıyla bilgi sahibidir; ancak konuşmanın akışına göre farklı sorular da sorarak detaylı ve farklı boyutlarda veri toplayabilmek (Yıldırım ve Şimşek, 2011) amaçlanmıştır. Araştırma, Muğla ilinde yer alan Muğla Engelliler Derneği'ne kayıtlı, Muğla/Menteşe yöresinde ikamet eden ve hiçbir konaklama işletmesinde çalışmamasına rağmen iş başvurusunda bulunup mülakatlara çağrılan 15 engelli ile yapılmıştır. Araştırmaya ilişkin veriler görüşme yoluyla elde edilmiştir. Literatür tarandıktan sonra uzman görüşü de alınarak hazırlanan sorular görüşme yöntemine uygun olarak düzenlendikten sonra 15-30 Haziran 2014 tarihleri arasında görüşmeciler tarafından katılımcılara uygulanmıştır. Muğla Engelliler Derneği'nin bahçesinde gerçekleştirilen her bir görüşme ortalama 40 dakika sürmüştür. Görüşme esnasında katılımcıların konu ile ilgili görüşlerini ifade etmelerine müsaade edilmiştir. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, daha sonra çözümlenerek düz yazıya geçirilmiş, sorunlar ve çözüm önerileri kategorilendirilmiş ve son olarak rapor

yazılmıştır. Kişilerin gizli bilgilerinin açığa çıkarılmaması isteği doğrultusunda katılımcıların isimleri açıklanmamış, demografik bilgileri çalışmanın bulgular kısmında verilmiştir.

BULGULAR

Örnekleme İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Görüşmeye katılan engelli bireylerin yanıtlarıyla hazırlanan tablo 1 aşağıda gösterilmektedir:

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Kişi	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	Meslek	Bağımsız İkamet Etme Durumu	Engel Durumu
1	28	Kadın	Bekâr	İlkokul	Ev hanımı	Hayır	Zihinsel
2	35	Erkek	Evli	Lise	Hademe	Hayır	Bedensel
3	39	Erkek	Evli	Lise	Temizlikçi	Hayır	Bedensel
4	26	Erkek	Bekâr	İlkokul	Yok	Hayır	Zihinsel
5	29	Erkek	Bekâr	İlkokul	Yok	Hayır	Zihinsel
6	47	Erkek	Evli	İlkokul	Sporcu	Hayır	Bedensel
7	48	Erkek	Evli	İlkokul	Terzi	Hayır	Bedensel
8	49	Erkek	Evli	İlkokul	Taşıma	Hayır	Bedensel
9	27	Kadın	Evli	Üniversite	Memur	Hayır	Bedensel
10	42	Kadın	Evli	Lise	Ec. Kalfa	Hayır	Bedensel
11	36	Kadın	Bekâr	Lise	Tezgâhtar	Hayır	Bedensel
12	24	Erkek	Bekâr	Y. Okul	Yazıcı	Hayır	Bedensel
13	31	Kadın	Evli	İlkokul	İşçi	Hayır	Bedensel
14	43	Erkek	Bekâr	İlkokul	Boyacı	Hayır	Süreğen
15	26	Kadın	Bekâr	Öz. Eğitim (İlkokul Düzeyinde)	Yok	Hayır	Zihinsel

Konaklama İşletmelerinde Engelli İstihdamına İlişkin Bulgular

Engellilerle İlgili Yasal Düzenlemelere İlişkin Bulgular

Katılımcılara engelli işçi istihdamıyla ilgili “Yasal düzenlemeler 50 kişi ve üzeri personel çalıştıran işyerini yüzde 3 engelli istihdamında zorunlu tutuyor. Türkiye’deki işyerlerinin ise yüzde 98’i 50 kişinin altında personel istihdam etmektedir. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?” şeklinde bir soru sorulmuştur. Katılımcılar işverenlerin bu yasaya uymamak için farklı yollara başvurdıklarını düşünmektedir. “Türkiye’deki işletmeler personel sayılarını düşük göstermek için ya taşeron firmalarla anlaşıyor ya da sahip oldukları tek bir iş yerini bölmek suretiyle personel sayılarını maksimum 49 kişi göstererek kendi akıllarınca kurnazlık yaparak engelli personel çalıştırma yasal zorunluluğundan kurtulmuş oluyorlar” diyerek işletmelerin kaçış yollarını dile getirmişlerdir.

Konunun bir diğer boyutu da Türkiye’deki işletmelerin büyüklüğüdür. Türkiye’deki işletmelerin yüzde 98’inin 50 kişi ve altında personel istihdam ettiğini belirttiğimiz katılımcılardan biri “sizin de söylediğiniz gibi Türkiye’deki işletmelerin yüzde 98’inin bu durumdan muaf olması, zaten bu yasanın bir işlerliliğinin olmadığını göstermektedir. Konaklama işletmelerinde de durum farklı değildir” demiştir.

Konaklama işletmelerinde uygulanan işe alım prosedürlerinin kendilerini nasıl etkilediğini sorduğumuz katılımcılar bu sürecin gerekli olduğunu, ancak istenen evrakları işe alındıktan sonra tamamlasalar kendileri için daha kolay olacağını dile getirmişlerdir.

Konaklama İşletmelerinin Engellilere Bakış Açısına İlişkin Bulgular

Literatür incelendiğinde konaklama işletmelerinin engelli istihdamını yük olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. Bu konu engellilere sorulduğunda katılımcıların çok üzgün oldukları görülmüştür. *“Konaklama işletmeleri bizleri tanımıyorlar, potansiyelimizin farkında değiller. Bizi, ailemizin ve devletin sırtında kambur olarak görüp kendilerine de yük olacağımızı düşünüyorlar. Bizleri tanımayı deneseler, neler başarabileceklerimizi de görecekler. Bize imkân verin bizden imkânsız isteyin”* diyerek kendilerine bir fırsat verilmesini istemişlerdir. Katılımcılar, kendilerinin estetik olarak müşterileri rahatsız edebilecekleri düşünen işverenlerin işletmelerinde onları görmek istemedikleri görüşünde. Hatta bir katılımcı ismini vermek istemediği bir konaklama işletmecisinin *“devletin vereceği cezaya razıyım; yeter ki engelli istihdam etmeyeyim”* dediğine şahit olduğunu üzümlere anlatmıştır.

Çoğu işveren konaklama işletmelerinde yapılacak işe uygun engelli personel bulmakta zorlanıyoruz demektedir. Bu durum katılımcılara sorulmuş ve fikirleri öğrenilmiştir. Katılımcılar bu gerekçenin doğruluk payı olabileceğini ifade etmişler, ancak bunun çözümünün engelli personel istihdam etmemek değil; eğitimle işe uygun hâle getirilebilir olmaları gerektiğini vurgulamışlardır. Ayrıca katılımcılar istendiği takdirde İş-Kur, çeşitli vakıflar ve engelli dernekleri aracılığıyla işe uygun engelli personelin bulunabileceğini düşünmektedir.

“Konaklama işletmelerinde engelli istihdamındaki en büyük engel sizce nedir?” Sorusunu yönelttiğimiz katılımcılar farklı cevaplar vermişlerdir. *“Bence en büyük engel doğru işe doğru engelli eşleştirilmesinin yapılamamasıdır”* diyen bir katılımcı kişilerin engellerine uygun işlerde çalıştırılarak kendilerinden daha fazla verim alınacağını belirtiyor.

Muğla'nın turizm potansiyeli çok yüksektir ve son üç yıldır (2011, 2012, 2013 yılı sınır giriş-çıkış istatistikleri) Ocak-Aralık döneminde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında 3. Sıradadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2014). Buna rağmen Muğla'daki konaklama işletmelerinde engelli istihdamının çok düşük olma durumu katılımcılara sorulmuştur. *“Muğla'nın ilçeleri coğrafi konumu itibarıyla dağınık ve birbirinden çok uzak. Hâl böyle olunca engelli çocuklara sahip aileler çocuklarının tek başlarına gidip bir konaklama işletmesinde çalışmasına izin vermiyorlar; kendi kurulu düzenlerini de bırakıp gidemedikleri için konaklama işletmelerinde istihdam oranları yükselmiyor”* diyerek Tablo 1'de yer alan aileden bağımsız yaşama durumu sorusunun cevabını desteklemiştir.

Konaklama İşletmelerindeki Fiziksel Düzenlemelere İlişkin Bulgular

“Konaklama işletmelerindeki yapısal alanların (yaşam ve çalışma alanları) iyileştirilmesi için sizce neler yapılabilir?” sorusunu yönelttiğimiz katılımcılar; *“konaklama işletmelerinin erişilebilirliği kolay olmalı, tesis içine ışıklı ve sesli uyarı sistemleri yerleştirilmelidir, işletmenin ve engelli personelin konaklayacağı lojmanın tasarımının engellilere uygun olması gerekmektedir, tesisler engelli personelin ihtiyaçlarını karşılayabilmelidir”* demişlerdir.

Engelliler ve Eğitim Konusuna İlişkin Bulgular

Son olarak katılımcılara engellilerin eğitim düzeyinin artırılmasının konaklama işletmelerinde engelli istihdamına etkisi sorulmuştur. *“Eğitim düzeyinin artması istihdamı olumlu etkiler. Eğitim düzeyi arttıkça engellinin işletme ve toplum tarafından kabul düzeyi artar. Ayrıca engelli personelin temel ve mesleki eğitimi arttıkça iş bulma potansiyeli de artacaktır. Bu durum konaklama işletmeleri için de geçerlidir”* diyerek engelli bireylerin istihdamının kolaylaşması için eğitimin gerekli olduğunu belirtmişlerdir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Konaklama işletmelerinde çalışmak isteyen engelli katılımcılarla gerçekleştirilen bu çalışmadan çok çarpıcı sonuçlar çıkmıştır.

Muğla ili, Menteşe (Merkez) yöresinde ikamet eden ve Muğla Engelliler Derneği'ne kayıtlı, çalışabilir durumda olan engellilerle gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde katılımcıların hiçbirinin turizm sektöründe çalışmadığı; ancak fırsat verilirse çalışmak istedikleri tespit edilmiştir.

Engelli bireylerin hem ekonomik özgürlüklerini kazanmaları hem de topluma entegre olup sosyalleşmeleri için çalışmaları gerekmektedir. Bu konuda en büyük sorumluluk devlete ve işletme sahiplerine düşmektedir. Devlet bir yandan yasalarla engelli bireyleri koruma altına alırken, diğer yandan da çıkardığı yasaların denetimini yaparak uygulandığından emin olmalıdır. İşletmelere uygulanan yaptırımların sorunu çözmemesi hâlinde; ceza yerine prim ve teşviklerle işletmeler özendirilmelidir. Bunun yanında devlet, eğitim konusuna önem vermelidir. Aileleri engelli çocuklarını sosyalleştirmeleri için desteklemeli, engelli bireylerin temel ve mesleki eğitim alarak kendilerini geliştirmelerine fırsat tanımalı, korumalı iş yerlerinin sayısını arttırmalıdır.

İşletme sahipleri de engelli bireylerin istihdamını sosyal sorumluluk olarak görerek işletmelerinde onlara yer vermelidir. İşyerini ve -engelliler işletmenin lojmanında konaklayacaksa- lojmanı engellilerin ihtiyaçları doğrultusunda düzenlemelidir. Engellilerin çalıştıkları yerin gerekiyorsa ışıklandırılması, masa, sandalye ve tezgahlarda engellilerin kullanımına uygun değişikliğin yapılması, engellilerin giriş çıkışını kolaylaştıracak şekilde kapıların, merdivenlerin, trabzanların düzenlenmesi, işletmenin

gerekli yerlerine engelli rampası yapılması, asansörlerin engelli bireylerin de kullanabileceği şekle getirilmesi tesisi engelliler açısından daha kullanışlı hâle getirecektir.

Konaklama tesislerindeki işverenler her ne kadar engelli çalışanların tesiste konaklayan misafirleri korkutacaklarını ya da onlardan hizmet görmek istemeyeceklerini düşünseler de, işletmelerin engelli kişilere iş olanağı sağlaması misafirleri memnun bile edebilir. Engelli istihdam eden işletmenin bu duyarlılığı misafirlerin o tesisi yine tercih etmesine hatta aile ve arkadaşlarına önermesine vesile olabilir.

Konaklama işletmelerinde engelli istihdamı konusunda Muğla'daki turizm okullarına, hocalarına ve öğrencilerine de çok iş düşmektedir. Engelli bireylere turizm alanında mesleki eğitim verilebileceği gibi, düzenlenen kariyer etkinliklerine engellileri de davet ederek sektör temsilcileriyle buluşmaları sağlanabilir.

Tüm bunların ötesinde engelli istihdamını arttırmanın en etkili yolu; insanların düşüncelerini değiştirerek bunu yasal zorunluluk değil, sosyal sorumluluk olarak görmelerini sağlamaktır.

Bu çalışmada sunulan bulgular pek çok sınırlılık kapsamında yorumlanmıştır. Araştırmanın birinci sınırlılığı görüşme yapılan örneklemin yalnızca Muğla ilinin Menteşe yöresinde ikamet etmesidir. Katılımcılar her ne kadar konaklama işletmelerine iş başvurusu yapıp iş görüşmelerine gitseler de hiçbirinin konaklama işletmesinde çalışmamış olması çalışmanın bir diğer sınırlılığıdır. Bu durum katılımcıların işverenlerin tutumu hakkında tam bilgi sahibi olmalarına engeldir. Konaklama işletmelerinde istihdam etmiş engellilerle yapılacak bir başka araştırma ile faydalı bilgiler edinilebilir. Ayrıca çalışmanın konaklama işletmelerinin tutumuna ilişkin sorularının konaklama işletmelerinde işverenlere sorulması farklı bir araştırmanın konusu olabileceği gibi, işverenler gözüyle konaklama işletmelerinde engelli istihdamı konusu da alana katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Aydınlat, N. E. (2012). Engelli istihdamını arttırmanın yolları. *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı*, 1-13.
- Aytaç, S. (2005). İstihdam ve koruma alanları yaratmak üzere özürllüler için sosyal yaşam merkezi projesi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 49, 125-158.
- Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı. (2007). *Stratejik Plan 2008-2012*. Ankara: Kalemдар Matbaacılık.
- Başbakanlık Özürllüler İdaresi Başkanlığı (2009). 4. Özürllüler Şurası Komisyon Raporları ve Genel Kurul Görüşmeleri, Ankara.
- Burnett, J. & Baker, H. B. (2001). Assessing the travel related behaviors of the mobility disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40, 4-11.

- Eryılmaz, B. (2010). *Turizmde engelli pazarının değerlendirilmesi ve Bodrum örneği* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Genç, Y. & Çat, G. (2013). Engellilerin istihdamı ve sosyal içerme ilişkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1, 363-393.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Köksal, A. (2010). *Türkiye'de engelli istihdamı ve bir araştırma* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Orhan, S. (2013). *Türkiye'de özürlü dostu istihdam politikaları (durum analizi ve öneriler)*, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Eğitim ve Araştırma Merkezi Yayınları, Ankara.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. & Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Toplu, A. (2009). *Sosyal dışlanma perspektifinde Türkiye'de özürlü istihdamı* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Z. (2001). *Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de özürliülerin mesleki rehabilitasyon uygulamaları* (Yayınlanmamış özürliüler uzmanlığı tezi), Özürliüler İdaresi Başkanlığı, Ankara.
- İnternet Kaynakları
- Dünya Sağlık Örgütü (2014). [http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/] (Erişim: 23.09.2014)
- Kamu Kurum ve Kuruluşlarında İşçi Olarak İstidam Edilecek Özürliü ve Eski Hükümlülere Uygulanacak Sınav Yönetmeliği <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/04/20060422-14.htm> (Erişim: 10.06.2014)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü 2011, 2012, 2013 Yılı Sınır Giriş-Çıkış İstatistikleri (2014). [URL: <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>] (Erişim: 01.08.2014)
- Sosyal Güvenlik Kurumu (2014). [URL: http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/tr/mevzuat/yururlukteki_mevzuat/kanunlar] (Erişim: 10.06.2014).
- Türk Dil Kurumu (2014). [URL: <http://www.tdk.gov.tr>] (Erişim: 06.05.2014)
- Türkiye İstatistik Kurumu (2014). [URL: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1017] (Erişim: 23.09.2014).

KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN İŞLETME VE İŞGÖREN YAPISI: ALANYA BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA

Engin ÜNGÜREN

*Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Alanya İşletme Fakültesi
enginunguren@akdeniz.edu.tr*

Aydın ÇEVİRGEN

*Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Alanya İşletme Fakültesi
acevirgen@akdeniz.edu.tr*

ÖZET

Uluslararası turizm hareketleri dünyada yaşanan bölgesel ya da kimi zaman ortaya çıkan küresel krizlerden etkilenmesine rağmen her geçen gün artmaya devam etmektedir. Bu durum turizm endüstrisinin dünya ekonomisindeki önemini de artırmaktadır. Türkiye turizmde gerçekleştirdiği önemli atılımlar ile 2000’li yılların ortalarından itibaren dünyadaki en önemli turizm ülkeleri arasına girmiştir. Bu başarıda kuşkusuz konaklama sektörünün rolü büyüktür. Konaklama işletmelerinin başarısı sundukları hizmetin kalitesine ve esasen bu hizmeti veren nitelikli işgücünün varlığına bağlıdır. Bu çalışmanın amacı Türkiye’nin ve Akdeniz çanağının en önemli kitle turizmi destinasyonlarından biri olan Alanya’da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin işletme ve işgören yapısını belirlemektir. Araştırmada veriler konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen anket uygulamasıyla elde edilmiştir. Araştırmanın bulguları; konaklama işletmelerindeki yatak başına düşen personel sayılarının Türkiye ortalamalarının altında kaldığını, hem devamlı hem de sezonluk faaliyet gösteren işletmelerdeki işgören devir hızlarının yüksek olduğunu, işletmelerin yüksek oranda dış kaynak kullanımına başvurduklarını, apart otellerde dahi her şey dahil sisteminin %45 oranında uygulandığını, işletmelerin nitelikli personel bulmada güçlük yaşadıklarını ve yabancı turistler kadar yerli turistlerin de bölge turizminde önemli bir yerinin olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler:*Konaklama İşletmeleri, İşgören Yapısı, Alanya.*

GİRİŞ

Uluslararası turizm hareketleri her geçen gün artmaya devam etmektedir. 2013 yılında uluslararası turist sayısı 1 087 milyon kişiye ve uluslararası turizm gelirleri de 1159 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır (UNWTO, 2014, s. 3). Türkiye turizmde gösterdiği önemli gelişme ile son on yıldır dünyadaki en önemli turizm destinasyonları içinde yer almaktadır. 2013 yılında Türkiye 39 226 bin ziyaretçiyi ağırlamış ve 32 308 milyon ABD doları turizm geliri elde etmiştir (TÜİK, 2014). Bu verilere göre, ağırladığı uluslararası turist sayısı açısından dünyada en çok turist çeken 6. ve en çok turizm geliri elde eden 12. ülke konumundadır (UNWTO, 2014, s. 6).

Uluslararası turizmdeki bu gelişmelere paralel olarak turizm sektörü de büyümesini sürdürmektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin ekonomi raporuna göre 2013 yılında seyahat ve turizm endüstrisi, kapsamında yer alan otel, seyahat acentası, restoranlar, ulaşım gibi alt sektörlerde 100 894 bin doğrudan istihdam yaratmıştır. Bu rakam toplam istihdamın %3,4’ünü oluşturmaktadır. Turizm sektöründeki dolaylı istihdam

da dikkate alındığında bu sayı 265 855 bin olarak gerçekleşmiştir. Tahminlere göre 2024 yılında gelecek on yıl içinde %2’lik bir büyüme ile seyahat ve turizm endüstrisinde doğrudan istihdamın 126 257 bine ulaşması beklenmektedir (WTTC, 2014, s. 4). Burada en önemli payı olan sektörlerden biri konaklama sektörüdür.

Bu çalışmada konaklama sektörünün genel yapısı ele alınarak, özellikle mevsimsellik sorununun sektöre etkisi, işgücü yapısı, sektörde dış kaynak kullanımı uygulamaları gibi konulara değinilmiş olup, Türkiye ve Akdeniz çanağının en önemli kitle turizmi destinasyonlarından biri olan Alanya’da Turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin işletme ve işgören yapısının belirlenmesi için gerçekleştirilmiş araştırma sonuçları ve bunlara dayalı yapılan değerlendirmeler sunulmuştur.

KONAKLAMA SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI

Konaklama işletmeleri turistin destinasyona ulaşmasından itibaren başta konaklama olmak üzere her türlü ihtiyaçlarını karşılamak için çaba gösteren emek yoğun işletmelerdir. Özellikle tatil amaçlı seyahatlerde turist zamanının büyük bölümünü bu işletmelerde geçirmektedir. Dolayısıyla turist memnuniyetinin sağlanmasında konaklama işletmelerinin rolü büyüktür. Konaklama işletmelerinin başarısı, kaliteli hizmet sunmalarına ve esasen bu hizmeti verecek nitelikli işgücüne sahip olmalarına bağlıdır.

Konaklama işletmelerinin; kuruluş ve işletme sermayelerinin büyüklüğü, talebin önceden kesin olarak tahmin edilme güçlüğünden kaynaklı işletmecilik riskinin yüksekliği, nitelikli personel gereksinimi ve personel arasında yakın işbirliğinin zorunlu olması gibi çok çeşitli özellikleri bulunmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993, s. 10-11). Bununla birlikte bu işletmelerin işleyişini yakından ilgilendiren en önemli konulardan biri turizmin mevsimsel özelliğidir. Bu durumun ana nedeni turizm talebinin belirli mevsimlerde yoğunluk kazanması, belirli dönemlerde ise düşüş göstermesidir. Talepteki bu dönemsel dalgalanmalar turizm hareketlerinde mevsime dayalı bir dengesizlik durumunu ortaya çıkarmaktadır. Butler (2001)’e göre mevsimsellik, “ziyaretçi sayıları, ziyaretçi harcamaları, otobanlar ve diğer ulaşım şekillerindeki trafik, istihdam ve çekiciliklere erişim gibi unsurlar açısından turizm olayındaki geçici bir dengesizlik durumu” şeklinde ifade edilmektedir. Mevsimsellik turizm sektöründe bir problem olarak görülmekte ve hem kamu hem de özel sektör destinasyonlarda mevsimselliği azaltabilmek için çeşitli yaklaşımlar ile çareler üretmeye çalışmaktadır (s.5). Özellikle ekonomisi kıyı turizmine bağlı olan resort işletmeler mevsimsellikten daha fazla etkilenmektedir (Ball, 1989, s. 38).

Konaklama işletmelerinin başarısında en önemli rolü oynayan faktörlerden biri de nitelikli işgücü konusudur. Genel olarak konaklama sektöründe işgücünün özellikleri; yüksek işgücü devir hızı, özellikle nitelikli olmayan çalışanlar için düşük ücret eğilimi, personel temini ve işletmede tutma konusunda yaşanan güçlük, düşük sendikalaşma oranı şeklinde belirtilebilir (Nickson, 2007, s. 80; Baum, 2012, s. 126).

Özellikle tatil amaçlı seyahat eden turistlere hizmet veren konaklama işletmelerini insan kaynakları açısından en çok zorlayan konuların başında mevsimlik istihdam gelmektedir. Yılın belli bir döneminde çalışan işgörenlerin, düşük ya da ölü sezonda işsiz kalması onları olumsuz etkilemektedir. Örneğin Türkiye'deki konaklama sektöründe çalışanların sayısı Mayıs- Eylül ayları arasındaki yüksek sezonda 450 bin kişiye ulaşırken, düşük sezonda 240 bin kişiye kadar düşmektedir (AKTOB, 2014, s. 72). Sürekli istihdam olanağı sağlanamayan çalışanlar yeni iş arayışlarına girmekte ve sektörden uzaklaşabilmektedir. Bu durum sektördeki işgören devir oranlarının yüksek olmasına da yol açmaktadır. Üstelik bu yüksek işgören devir oranı sadece operasyonel alanlardaki çalışanlar için değil aynı zamanda yönetim kademelerindeki çalışanlar için de söz konusudur (Hemdi and Rahman, 2010, s. 1). Böylece konaklama işletmelerinin büyük bölümünde nitelikli işgücünün temini ve elde tutulması kronik bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Konaklama işletmeleri sert rekabet koşulları altında müşteri memnuniyetini sağlamak için çok değişik uzmanlıklar gerektiren hizmetleri vermek durumundadırlar. Fakat, özellikle turizmin mevsimsel özelliğine bağlı olarak nitelikli personeli istihdam etme ve işletmelerinde tutma konusunda zorluk yaşamaktadırlar. Birçok konaklama işletmesi, yüksek sezonda nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanmasında bazı hizmetleri dışarıdaki işletmelerden sağlamak yolu ile dış kaynaklardan yararlanma (outsourcing) uygulamasını tercih edebilmektedir. Bu şekilde konaklama işletmeleri dış kaynak kullanımını maliyetlerini düşürüp, hizmet kalitesini yükselterek diğer işletmelere göre rekabet avantajı sağlayabilecek stratejik bir alternatif olarak görmeye başlamışlardır (Çevirgen, 2009, s. 1343,1352).

Mevcut problemler ve çeşitli güçlüklerle rağmen her geçen gün büyümeye devam eden konaklama sektörü, dünya ekonomisi kadar Türkiye ekonomisi için de önemli sektörlerden biridir. SGK ve TÜİK verilerine göre ülke genelinde 1.2 milyon dolayında turizm çalışanı bulunmaktadır. Bu sayı toplam istihdamın %6-7'sini oluşturmaktadır. Turizm istihdamının %85'ini ise konaklama işletmeleri ve yiyecek içecek işletmeleri sağlamaktadır. Sadece konaklama sektöründe yıllık ortalama 350 bin kişi istihdam edilmektedir. Türkiye'nin yatak kapasitesi ise; 750 bini turizm işletme belgeli tesisler olmak üzere, belediye belgeli tesislerdeki yatak sayılarıyla birlikte toplam 1.3 milyon sayısına ulaşmıştır. (AKTOB, 2014, s. 66,72). Türkiye'deki konaklama işletmelerinin büyük bölümü Antalya bölgesinde yer almaktadır. Antalya iline bağlı Alanya ilçesi ise yaklaşık 90 bini turizm işletme belgeli ve 60 bini belediye belgeli olmak üzere toplam 150 bin yatak kapasitesi, ağırladığı 3.5 milyondan fazla yabancı turist ve elde ettiği 2.5 milyar ABD dolarının üzerindeki turizm geliri ile (ALTSO, 2013, s. 100,101) Türkiye'nin ve Akdeniz çanağının en gözde turizm destinasyonlarından biridir. Alanya'nın kitle turizminde bu denli önemli bir destinasyon olması bu araştırmanın Alanya bölgesinde gerçekleştirilmesinin temel gerekçesini oluşturmuştur.

ARAŞTIRMANIN AMACI, EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, Alanya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin işletme ve insan kaynağı yapısının belirlenmesidir.

Araştırmanın evrenini Haziran 2011 tarihi itibarıyla Alanya bölgesinde yer alan Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli 264 adet konaklama işletmesi oluşturmaktadır. Örneklem ise 200 adet konaklama işletmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formları tercih edilmiş ve hazırlanan anketler araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin insan kaynakları müdürleri ile önbüro müdürleri tarafından doldurulmuştur.

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket, konu ile ilgili akademisyenler, Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak görev yapan öğretmenler ve sektör temsilcilerinin katıldığı bir ekip tarafından geliştirilmiştir. Ankette Alanya'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin ve çalışanlarının genel yapısını belirlemeye yönelik sorular yer almıştır. Bu sorular; tesisin yapısı, faaliyet süresi ve türü, kapasitesi, personel sayısı, personel devir oranı, işletmede uygulanan pansiyon tipi, personel tedarik kaynakları, departmanlara göre nitelikli personel bulmada yaşanan zorluk derecesi gibi bilgileri edinmeye yönelik olarak hazırlanmıştır.

VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Veriler, konaklama işletmeleri insan kaynakları müdürleri ile önbüro müdürlerine uygulanan anket çalışması ile toplanmıştır. Araştırmada toplamda 200 konaklama işletmesine gidilmiş ve 173 işletmeden geri dönüş alınabilmektedir. Anketler işletmelere giden anketörler tarafından insan kaynakları ve önbüro yöneticileriyle yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir. Anketörlere uygulama öncesi araştırmanın amacı, anketlerin içeriği ve nasıl doldurulması gerektiği konularında gerekli eğitimler araştırmacıların kendileri tarafından verilmiştir. İstatistiksel olarak veriler tanımlayıcı ve çıkarımsal istatistik açısından ele alınmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Aşağıda Alanya bölgesinde faaliyet göstermek olan konaklama işletmelerinin genel yapısını ortaya koyan bulgulara yer verilmiştir. Ayrıca konaklama işletmelerinin insan kaynakları tedarikinde kullanılan kaynaklar, bölümlere göre işgücü bulmada yaşanan zorluk dereceleri gibi sonuçlar incelenmiştir.

Tablo 1. İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

İşletmelerin Yapısı	Mülkiyet n	%	İşletmelerin Faaliyet Türü	n	%
Zincir Otel İşletmesi	48	27,7	Sezonluk	146	84,4
Bağımsız Otel İşletmesi	125	72,3	Tam yıl	27	15,6
Toplam	173	100,0	Toplam	173	100,0
İşletmelerin Belge Türü	n	%	İşletmelerin Faaliyet Süresi	n	%
5 Yıldızlı Otel	40	23,1	0-1 yıl	8	4,8
4 Yıldızlı Otel	68	39,3	2-5 yıl	34	20,6
3 Yıldızlı Otel	36	20,8	6-9 yıl	21	12,7
2 Yıldızlı Otel	4	2,3	10-13 yıl	33	20,0
5 Yıldızlı Tatil Köyü	3	1,7	14 yıl ve üzeri	69	41,8
Apart Otel	22	12,7			

Tablo 1.'de yer alan sonuçlara göre araştırmaya katılan işletmelerin %72,3'ü bağımsız ve %27,7'si ise zincir konaklama işletmesi statüsündedir. İşletmelerin yaklaşık %85'i sezonluk olarak faaliyet gösterirken, %15,i tüm yıl hizmet vermektedir. Bu bulgular, Alanya'daki işletmelerin büyük bölümünün bağımsız konaklama işletmesi olduğunu ve sezonluk olarak faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır. İşletmeler tesis türlerine göre incelendiğinde, 173 tesisin yaklaşık %65'ini 5 ve 4 yıldızlı konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla %20,8 ile 3 yıldızlı oteller, %12,7 ile apart oteller ve % 2,3 ile de 2 yıldızlı oteller izlemektedir.

Faaliyet süreleri incelendiğinde ise, işletmelerin yaklaşık %42' si 14 yıl ve üzerinde bir süredir faaliyetlerini sürdürmektedir. %20'si 10-13 yıl arasında faaliyet gösterdiğini belirtirken, 10 yılın altında faaliyet gösteren işletmelerin oranı ise %38 düzeyindedir. Bu durum, Alanya'daki konaklama işletmelerinin %60'ından fazlasının 10 yıl ve üzerinde faaliyet gösterdiğini, bunun yanında 2000 yılından sonra önemli oranda yeni konaklama tesislerinin de faaliyete geçmeye devam ettiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2. İşletmelerin Belge ve Mülkiyetlerine Göre Faaliyet Türleri

İşletmelerin Faaliyet Türü	Belgelerine Göre İşletmeler							Mülkiyetlerine İşletmeler		Göre	
	5*	4*	3*	2*	5*T K	AP T	Topla m	Zincir Otel	Bağımsız Otel	Toplam	
Sezonluk	n	31	57	32	4	3	19	146	41	105	146
	%	77,5	83,8	88,9	100		86,4	84,4	85,4	84,0	84,4
Tam Yıl	n	9	11	4	0	0	3	27	7	20	27
	%	22,5	16,2	11,1	0	0	13,6	15,6	14,6	16,0	15,6
5*: Beş Yıldız Otel, 4*: Dört Yıldız Otel, 3*: Üç Yıldızlı otel, 2*: İki Yıldızlı Otel, 5*TK: Beş Yıldızlı Tatil Köyü, APT: Apart Otel											

5*: Beş Yıldız Otel, 4*: Dört Yıldız Otel, 3*: Üç Yıldızlı otel, 2*: İki Yıldızlı Otel, 5*TK: Beş Yıldızlı Tatil Köyü, APT: Apart Otel

İşletmelerin faaliyet durumları işletmelerin belge türlerine göre incelendiğinde tam yıl faaliyet gösteren işletmeler içinde %22,5'luk oranla ilk sırada 5 yıldızlı otellerin yer aldığı görülmektedir. Bunu sırasıyla; %16,2 ile 4 yıldızlı oteller, %13,6 ile apart oteller ve %11 ile 3 yıldızlı oteller takip etmektedir. Bununla birlikte, 5 yıldızlı tatil köyleri ile 2 yıldızlı otellerin tümü sezonluk olarak hizmet vermektedirler. Elde edilen bu bulgulara göre işletmelerin tam yıl hizmet vermesiyle yıldız sayısı ve büyüklükleri arasında bir ilişkinin olduğu söylenebilir. İşletmelerin yıldız sayısı ve kapasitesi arttıkça, düşük oranda da olsa tam yıl hizmet verme sayısı artmaktadır. Apart otellerin % 13,6'sının tam yıl hizmet vermesi ise, Alanya'da 2005' yılından bu yana faaliyet gösteren yüksek öğretim kurumları ile ilişkilendirilebilir. 2013-2014 eğitim öğretim yılı itibarıyla Alanya'da üç fakülte, bir meslek yüksek okulu ile beş yüksek lisans ve iki doktora programlarında eğitim görmekte olan toplam 3853 öğrenci bulunmaktadır.

Konaklama işletmelerinin mülkiyet yapısına göre faaliyet türleri incelendiğinde, hem zincir hem de bağımsız konaklama işletmelerinin yaklaşık % 85'inin sezonluk ve % 15'inin de tam yıl faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Bu durum, bağımsız konaklama işletmeleri kadar, zincir konaklama işletmelerinin de büyük bölümünün sezonluk olarak hizmet verdiğini göstermektedir.

Tablo 3. Belge Mülkiyetlerine Göre Konaklama İşletmelerinin Belge Türleri

Mülkiyetlerine İşletmeler	Göre	Belge Türlerine Göre Konaklama İşletmeleri					
		5*	4*	3*	2*	5*TK	APT
Zincir Otel	n	21	19	5	0	2	1
	%	52,5	27,9	13,9	0	66,7	4,5
Bağımsız Otel	n	19	49	31	4	1	21
	%	47,5	72,1	86,1	100	33,3	95,5

5*: Beş Yıldız Otel, 4*: Dört Yıldız Otel, 3*: Üç Yıldızlı otel, 2*: İki Yıldızlı Otel, 5*TK: Beş Yıldızlı Tatil Köyü, APT: Apart Otel

Tablo 3'de yer alan sonuçlara göre zincir otellerin büyük ölçekli işletmelerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Beş yıldızlı konaklama işletmelerinin %52,5'i zincir bir gruba bağlı iken, %47,5'i bağımsız bir şekilde işletilmektedir. Dört yıldızlı otellerin %27,9'u, üç yıldızlı otellerin % 13,9'u beş yıldızlı tatil köylerinin %66,7'si, apart otellerin % 4,5'i zincir bir gruba bağlı iken iki yıldızlı konaklama işletmelerinin tamamı bağımsız bir şekilde faaliyetlerini sürdürmektedir. Sonuç olarak zincirleşmenin büyük ölçekli konaklama işletmeleri çatısı altında oluştuğu ifade edilebilir.

Konaklama sektörü için diğer önemli bir konu personel devir oranıdır. “Literatürde genel olarak işletmeler için %13-%14'lük yıllık devir hızı normal karşılanmaktadır. Bu devir oranının üstü yüksek devir hızı, altı ise düşük devir hızı olarak değerlendirilebilir” (Korkusuz ve Halıcı, 2008, s. 296; Çakınberk, Derin ve Gün, 2010, s. 259). Tablo 5’de belge türlerine ve faaliyet türlerine göre konaklama işletmelerindeki personel devir oranları yer almaktadır. Belge türlerine göre konaklama işletmelerindeki personel devir oranının %30’un üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek personel devir oranı %40 ile beş yıldızlı tatil köylerindedir. Belge türlerine göre ortalama olarak hesaplanan personel devir oranlarının çok yüksek olduğu söylenebilir.

Konaklama işletmelerinin faaliyet türlerine göre personel devir oranları incelendiğinde, sezonluk işletmelerde ortalama % 34,19 olduğu, tam yıl faaliyet gösteren işletmeler de ise % 22,50 olduğu görülmektedir. Her ne kadar tam yıl faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki personel devir oranı sezonluk faaliyet gösteren işletmelere göre % 11,69 puan daha düşük olsa da her iki oranında yüksek olduğu söylenebilir. Sezonluk işletmelerde personel devir oranının daha yüksek olması ise beklenen bir durumken, tam yıl faaliyet gösteren işletmelerde bu oranın yüksek olma nedenlerinin araştırılmasının sağlıklı istihdam koşullarının oluşturulması açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

Tuna (2007) Ankara’daki otel işletmelerinde gerçekleştirdiği araştırmada, yıldız sayısı yüksek olan otellerin personel devir oranının düşük, yıldız sayısı düşük olan otellerin ise, yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çakınberk ve diğerleri, (2010) Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin işgören devir hızını belirlemeye yönelik araştırmada Nevşehir merkezdeki işletmelerin işgören devir oranını % 49,50 olarak belirlemişlerdir. Aynı araştırmada en yüksek işgören devir oranının % 67,18 ile yiyecek içecek bölümünde olduğu saptanmıştır. ABD’deki otel işletmelerinde farklı yıllarda yapılan ölçümlere göre, personel devir oranı, % 53,2 ve % 47,35 olarak bulunmuştur. Türkiye’de Muğla ve çevresinde yer alan kıyı otelleri üzerinde yapılan araştırmada ise, personel devir oranı ortalaması, % 49,79 olarak hesaplanmıştır (Tuna, 2007, s. 46).

Tablo 6. Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Pansiyon Türleri

Pansiyon Türleri*	n	%
Her Şey Dahil	138	79,8
Ultra Her Şey Dahil	14	8,1
Oda Kahvaltı	12	6,9
Yarım Pansiyon	8	4,6
Tam Pansiyon	5	2,9
Diğer	3	1,7

*Bir işletmede birden fazla pansiyon türü uygulanabilmektedir

Konaklama işletmelerinin uyguladıkları pansiyon türlerini tespit etmek amacıyla oluşturulan soruya verilen cevaplar incelendiğinde, işletmelerin %79,8’i her şey dahil ve %8,1’inin de ultra her şey dahil sistemini tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu durum Alanya

bölgesindeki konaklama işletmelerinde diğer pansiyon türlerinin çok az sayıdaki işletmede uygulandığını, buna karşın her şey dahil sisteminin çok yaygın olarak tercih edilen bir pansiyon türü olduğunu göstermektedir.

Türkiye’de 2000’li yılların başında güney ve güneybatı kıyı şeridinde bulunan beş yıldızlı oteller ve birinci sınıf tatil köyleri maddi kayıplara uğramamak ve doluluk oranlarını arttırabilmek amacıyla tur operatörleri ile düşük fiyatlardan anlaşılarak her şey dahil sistemini uygulamaya başlamışlardır. Beş yıldızlı oteller ve tatil köylerinin ardından pazar payını kaybetmek istemeyen üç ve dört yıldızlı oteller, apartlar ve hatta pansiyonlar dahi kendi güçleri nispetinde “Her Şey Dahil” sistemini uygulamaya başlamışlardır. Öger Tur tarafından (2007), Türkiye’ye tatile gelen 90 bin Almanla yapılan ankette, katılımcıların % 85’inin "Her şey dahil sistemi" nedeniyle Türkiye’yi tercih ettikleri saptanmıştır (Çevirgen ve Üngüren, 2009, s. 641-645). Gülbahar (2009) Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi profilini belirlemeye yönelik araştırmasında Rusya’nın en popüler tatil ülkelerinden biri olan Türkiye’nin tercih edilmesinde “her şey dahil” sistemi ve içeriğinin önemli bir faktör olduğunu ifade etmiştir. Alanya turist profilini belirlemeye yönelik Doğan, Üngüren ve Yelgen (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, her şey dahil sisteminin genel olarak her gelir grubu açısından Alanya bölgesinde en çok tercih edilen konaklama türü olduğu belirlenmiştir. Aktaş, Çevirgen ve Toker (2007) Alanya turist profili araştırmasında, Alanya’ya gelen turistlerin büyük bölümünün her şey dahil sistemi uygulayan işletmeleri tercih ettiklerini belirlemişlerdir.

Tablo 7. Belge Türlerine Göre Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Pansiyon Türleri

Belgelerine Göre İşletmeler		Pansiyon Türleri				
		Her Şey Dahil	Ultra Her Şey Dahil	Oda Kahvaltı	Yarım Pansiyon	Tam Pansiyon
5 Yıldızlı Otel	n	31	10	0	1	0
	%	77,5	25	0	2,5	0
4 Yıldızlı Otel	n	61	2	0	1	2
	%	89,7	2,9	0	1,5	2,9
3 Yıldızlı Otel	n	29	2	4	3	1
	%	80,6	5,6	11,1	8,3	2,8
2 Yıldızlı Otel	n	4	0	0	0	0
	%	100	0	0	0	0
5 Yıldızlı Tatil Köyü	n	3	0	0	0	0
	%	100	0	0	0	0
Apart Otel	n	10	0	8	3	2
	%	45	0	36,4	13,6	9,1

Tablo 7’de Beş yıldızlı otellerin %25’inin, dört yıldızlı otellerin %3’ünün ve üç yıldızlı otellerin ise %6’sının ultra her şey dahil pansiyon sistemini uyguladıkları görülmektedir. Her şey dahil sistemi ise tüm işletmelerde yüksek oranda tercih edilmektedir. Bu noktada en dikkat çekici bulgulardan birisi, apart otellerde dahi bu sistemin %45 oranında uygulanıyor olmasıdır. Beş yıldızlı otellerde tam pansiyon, oda kahvaltı ve sadece oda

pansiyon tipleri hiç uygulanmamakta, yarım pansiyon sistemi ise sadece 1 işletmede (%3) tercih edilmektedir.

Tablo 8. Konaklama İşletmelerinin Ülkelere Göre Müşteri Ağırlıkları (%)

	5*	4*	3*	2*	5*TK	APT	Toplam
Rusya	85	64,7	66,7	25	33,3	27,3	63,6
Almanya	65	73,5	44,4	100	66,7	40,9	61,8
Türkiye	42,5	35,3	44,4	25	0	36,4	38,2
Polonya	35	36,8	30,6	50	0	22,7	32,9
İsveç	22,5	20,6	27,8	50	33,3	59,1	28,3
Hollanda	32,5	20,6	30,6	25	33,3	31,8	27,2
Danimarka	22,5	16,2	25	50	33,3	63,6	26,6
Norveç	20	13,2	19,4	25	0	50	20,8
Finlandiya	15	16,2	13,9	0	33,3	36,4	17,9
Çek Cumhuriyeti	7,5	25	22,2	25	0	4,5	17,3
Diğer	15	13,2	11,1	25	33,3	9,1	13,3
Ukrayna	20	10,3	16,7	0	0	0	12,1
İngiltere	15	8,8	11,1	0	0	4,5	9,8
İsviçre	12,5	5,9	5,6	0	33,3	13,6	8,7
Türki Cumhuriyetleri	10	13,2	5,6	0	0	0	8,7
Litvanya	7,5	8,8	5,6	0	0	9,1	7,5
Macaristan	10	7,4	8,3	0	0	0	6,9
Romanya	7,5	10,3	2,8	25	0	0	6,9
Moldava	7,5	5,9	8,3	0	0	4,5	6,4
Slovakya	7,5	7,4	8,3	0	0	0	6,4
Avusturya	7,5	1,5	8,3	0	0	0	4
Belçika	2,5	4,4	5,6	0	0	0	3,5
Fransa	5	2,9	5,6	0	0	0	3,5
İran	7,5	1,5	0	0	0	0	2,3

Tablo 8'e göre, Alanya bölgesinde otellerin ağırlıklı müşteri grubunu Rus ve Almanlar oluşturmaktadır. Bölgedeki otellerin % 63,6'sı Rus, % 61,8'i Alman pazarıyla çalışmaktadır. Alanya bölgesinde yerli turistlerin de bölgedeki konaklama işletmeleri için önemli bir yeri (% 38,2) olduğu görülmektedir. Polonya, İsveç, Hollanda, Danimarka, Norveç, Finlandiya, Çek Cumhuriyeti vatandaşları bölgedeki otellerin ağırlıklı müşteri gruplarını oluşturmaktadır. Konaklama işletmelerinin belgelerine göre, ağırlıklı müşteri grupları farklılık göstermektedir. Danimarka, İsveç, Norveç, Finlandiya gibi İskandinav ülkelerinden gelen turistler konaklamalarında ilk sırada apart otelleri tercih etmektedir. Buradan hareketle İskandinav turistlerin genel olarak 5 yıldızlı ve 4 yıldızlı tesislerden ziyade, daha çok apart otellerde konaklamayı tercih ettikleri söylenebilir. Bununla birlikte, Almanya, Rusya, Türkiye, Polonya, Çek Cumhuriyeti ve diğer ülkelerdeki turistlerin ise ağırlıklı olarak konaklamalarında beş ve dört yıldızlı otellere yöneldikleri görülmektedir.

Doğan ve diğerleri, (2010) tarafından gerçekleştirilen Alanya turist profilini belirlemeye yönelik bir çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, Alanya'ya gelen yabancı turistler içerisinde Alman, Rus, Hollandalı, İsveç ve Norveçlilerin ilk beş sırada yer aldığı, Alanya turist profili içerisinde yerli turistlerin de önemli bir payının olduğu belirlenmiştir. Aktaş ve diğerleri, (2007) Alanya turist profili araştırmasında, Alanya'ya gelen yabancı turistler içerisinde Alman, Hollandalı ve Rus turistlerin ilk üç sırada yer aldığını, ayrıca İskandinav ve Türk turistlerin de bölge içerisinde ciddi payları olduğunu ortaya koymuşlardır.

Tablo 9. Konaklama İşletmelerinin Dış Kaynak Kullanımları

Dış Kaynak (Outsourcing)		Belgelerine Göre İşletmeler						
Hizmeti Alma Durumu		5*	4*	3*	2*	5*TK	APT	Toplam
Evet	n	24	52	24	3	2	17	122
	%	60	76,5	66,7	75	66,7	77,3	70,5
Hayır	n	16	16	12	1	1	5	51
	%	40	23,5	33,3	25	33,3	22,7	29,5

Genel olarak işletmelerin %70,5'i dış kaynak hizmeti aldığını, % 29,5'i ise böyle bir hizmeti dışarıdan almadıklarını belirtmişlerdir. Dış kaynaklardan en çok yararlanan işletmeler içinde %77,3'lük oranla apart oteller ilk sırada yer alırken bunu sırasıyla; %76,5 ile 4 yıldızlı oteller, %66,7 ile 3 yıldızlı oteller ve 5 yıldızlı tatil köyleri izlemektedir. 5 yıldızlı oteller ise %60'lık oranla diğerlerine göre bu hizmetten daha az yararlanmaktadırlar. Bu bulgular, Alanya bölgesindeki her tür konaklama tesisinin büyük oranda dışarıdan dış kaynak hizmeti aldığını ortaya koymaktadır.

Tablo 10. Konaklama İşletmelerinin Dış Kaynak Kullanım Alanları

Dış Kaynak (Outsourcing)		Belgelerine Göre İşletmeler						
Alanları		5*	4*	3*	2*	5*TK	APT	Toplam
Çamaşır Hane Hizmetleri	n	11	30	14	2	2	12	71
	%	27,5	44,1	38,9	50	66,7	54,5	41
Güvenlik Hizmetleri	n	7	24	10	1	1	6	49
	%	17,5	35,3	27,8	25	33,3	27,3	28,3
Animasyon ve Eğlence Hizmetleri	n	13	25	12	2	0	6	58
	%	32,5	36,8	33,3	50	0	27,3	33,5
Gıda Denetim Hizmetleri	n	12	27	13	1	1	11	65
	%	30,0	39,7	36,1	25	33,3	50	37,6
İlaçlama Hizmetleri	n	17	34	12	2	1	9	75
	%	42,5	50	33,3	50	33,3	40,9	43,4
Havuz ve Bakım- Kontrol Hizmetleri	n	6	12	8	2	2	4	34
	%	15	17,6	22,2	50	66,7	18,2	19,7
Kat ve Oda Temizlik Hizmetleri	n	0	3	1	0	0	0	4
	%	0	4,4	2,8	0	0	0	2,3
Yiyecek ve Üretim Hizmetleri	n	0	1	1	0	1	1	4
	%	0	1,5	2,8	0	33,3	4,5	2,3

Tablo 10'a göre, Alanya bölgesindeki konaklama işletmelerinin; %43,4'ü ilaçlama hizmetleri, %41,0'i çamaşırhane hizmetleri, %37,6'sı gıda denetim hizmetleri, %33,5'i animasyon ve eğlence hizmetleri, %28,3'ü güvenlik hizmetleri ve %19,7'si de havuz

bakım ve kontrol hizmetleri için dış kaynaklardan yararlanmaktadır. Kat ve oda temizlik hizmetleri ile yiyecek üretim hizmetleri için dış kaynak kullanan işletmelerin oranı sadece %2,3'tür. İşletme türlerine göre dış kaynak kullanım oranları incelendiğinde; ilaçlama hizmetlerini en çok % 50'lik oranla 4 ve 2 yıldızlı otellerin, çamaşırhane hizmetlerini %66,7 ile 5 yıldızlı tatil köylerinin, gıda denetim hizmetlerini %50 ile apart otellerin, animasyon ve eğlence hizmetlerini %50 ile 2 yıldızlı otellerin, güvenlik hizmetlerini %35,3 ile 4 yıldızlı otellerin ve havuz bakım ve kontrol hizmetlerini ise %66,7'lik oranla 5 yıldızlı tatil köylerinin dışarıdan aldığı ortaya çıkmaktadır. Buradaki dikkat çekici bulgulardan birisi de 5 yıldızlı otellerin kat ve oda temizlik hizmetleri ile yiyecek üretim hizmetleri için dış kaynak kullanımına gitmedikleridir. Özetle, işletmelerin öncelikle ilaçlama, çamaşırhane, gıda denetim, animasyon ve eğlence hizmetlerinde dış kaynak kullanımına yöneldikleri kat ve oda temizlik hizmetleri ile yiyecek üretim hizmetlerinde dış kaynak kullanımına sıcak bakmadıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 11. Konaklama İşletmelerinin Dış Kaynak Kullanım Nedenleri

Dış Kaynak (Outsourcing) Kullanım Nedenleri		Belgelerine Göre İşletmeler						
		5*	4*	3*	2*	5*TK	APT	Toplam
Maliyetleri Düşürme	n	10	24	8	0	1	6	49
	%	25	35,3	22,2	0	33,3	27,3	28,3
Nitelikli Personel Sıkıntısı	n	4	11	9	0	0	5	29
	%	10	16,2	25	0	0	22,7	16,8
Hizmet Kalitesini Arttırmak	n	16	37	17	3	2	16	91
	%	40	54,4	47,2	75	66,7	72,7	52,6
Diğer	n	1	1	0	0	0	0	2
	%	2,5	1,5	0	0	0	0	1,2

Tablo 11'de konaklama işletmelerinin belge türlerine göre dış kaynak kullanma nedenleri yer almaktadır. İşletmelerin %52,6'sı hizmet kalitesinin artırılması, %28,3'ü maliyetlerin düşürülmesi ve %16,8'i de nitelikli personel sıkıntısı nedeniyle dış kaynak kullanımını tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Hizmet kalitesini artırmak amacıyla dış kaynak kullanımına yönelen işletmeler içinde ilk sırada iki yıldızlı oteller, ikinci sırada apart oteller yer almaktadır. Bunu sırasıyla; beş yıldızlı tatil köyleri, dört yıldızlı, üç yıldızlı ve 5 yıldızlı oteller izlemektedir. Dört yıldızlı otellerin % 35,3'ü, 5 yıldızlı tatil köylerinin % 33,3'ü ve beş yıldızlı otellerin ise %25'i maliyetleri düşürmek için dış kaynak kullanımını tercih etmişlerdir. Tablodaki önemli bulgulardan birisi de, işletmelerin nitelikli personel sıkıntısını gidermek için dış kaynak kullanımına gittikleridir. Bu noktada üç yıldızlı otellerin %25'inin, dört yıldızlı otellerin %16,2'sinin ve beş yıldızlı otellerin de %10'nun nitelikli personel temini için dış kaynak kullanımına başvurdukları anlaşılmaktadır.

Tablo 12. İşletmenin Faaliyet Türüne Göre Dış Kaynak Kullanma Nedenleri

Dış Kaynak (Outsourcing) Kullanım Nedenleri		İşletmelerin Faaliyet Türü	
		Sezonluk	Tam Yıl
Maliyetleri Düşürme	n	37	12
	%	25,3	44,4
Nitelikli Personel Sıkıntısı	n	26	3
	%	17,8	11,1
Hizmet Kalitesini Arttırmak	n	80	11
	%	54,8	40,7
Diğer	n	2	0
	%	1,4%	0

Tablo 12’deki bulgulara göre tam yıl faaliyet gösteren işletmelerin maliyetleri düşürmek amacıyla, sezonluk işletmelere göre daha fazla oranda dış kaynak kullandıkları anlaşılmaktadır. Sezonluk işletmelerin ise, hizmet kalitesini artırmak ve nitelikli personel ihtiyacını karşılamak amacıyla tam yıl faaliyet gösteren işletmelere göre dış kaynak kullanımını daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. Bu durum sezonluk işletmelerin hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve nitelikli personel açısından gereksinimlerinin daha yüksek olduğu sonucunu da ortaya koymaktadır.

Tablo 13. İşletmelerin Nitelikli Personel Temininde Karşılaştığı Güçlükler

Departmanlar	n	$\bar{x}$
Önbüro Departmanı	173	3,56
Kat Hizmetleri Departmanı	173	3,01
Yiyecek&İçecek Departmanı	173	3,56
Mutfak Departmanı	173	3,68
Muhasebe Departmanı	173	3,13
İnsan Kaynakları Departmanı	173	3,10
Müşteri İlişkileri Departmanı	173	3,09
Satış&Pazarlama Departmanı	173	3,63
Diğer Departmanlar	173	3,00
Çok Kolay (1).....(5) Çok Zor		

Tablo 13’de, nitelikli çalışan bulmada en çok zorlanılan departmanın Mutfak Departmanı ($\bar{x}$ =3,68), Satış ve Pazarlama Departmanı ($\bar{x}$ =3,63), Önbüro ile Yiyecek ve İçecek Departmanlarının ($\bar{x}$ =3,56) olduğu görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlara göre tüm departmanlarda nitelikli işgören bulmakta zorluk yaşanıldığı görülmektedir.

Tablo 14. Belge Türlerine Göre Konaklama İşletmelerinde Nitelikli Personel Teminindeki Zorluk Derecesi

Departmanlar	Belgelerine Göre İşletmeler					
	5*	4*	3*	2*	5*TK	APT
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$
Önbüro Departmanı	3,55	3,50	3,66	3,50	3,33	3,68
Kat Hizmetleri Departmanı	3,20	2,86	3,16	2,75	2,66	3,00
Yiyecek&İçecek Departmanı	3,60	3,48	3,61	4,00	3,33	3,59
Mutfak Departmanı	3,65	3,54	3,86	4,00	4,00	3,77
Muhasebe Departmanı	3,15	3,14	3,25	3,25	3,33	2,81
İnsan Kaynakları Departmanı	3,15	3,08	3,22	3,25	2,66	2,95
Müşteri İlişkileri Departmanı	3,12	3,05	3,22	3,25	2,66	2,95
Satı&Pazarlama Departmanı	3,47	3,61	3,80	3,75	3,00	3,72
Diğer Departmanlar	2,97	2,98	3,02	3,25	3,00	3,00
Çok Kolay (1).....(5) Çok Zor						

Tablo 14'e göre, tüm konaklama işletmelerinde nitelikli işgören bulmada en çok zorlanılan departmanların ortak olduğu görülmektedir. Bu departmanların başında öncelikli olarak mutfak departmanı gelirken, sonra sırasıyla önbüro departmanı, yiyecek ve içecek departmanı ile satış-pazarlama departmanı gelmektedir. Nitelikli işgören bulmada zorluk derecesi en düşük olan departmanın tüm otellerde kat hizmetleri departmanı ile diğer departmanların (teknik servis, bahçe bakım hizmetleri, güvenlik vb.) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnsan kaynakları, muhasebe ve müşteri ilişkileri departmanlarına tüm otellerde nitelikli işgören bulmada orta derece zorluk yaşandığı görülmektedir.

Tablo 15. Konaklama İşletmelerinin İşgören Tedarikinde Yararlandıkları Kaynaklar

Kaynaklar	n	%
Doğrudan Kişisel Başvurular	111	64,2
İşyerinde Çalışan Kişilerin Tavsiyeleri	99	57,2
İnternet İlanları	74	42,8
İş ve İşçi Bulma Kurumu	61	35,3
Gazete İlanları	45	26,0
Meslek Liseleri (Otelcilik vb)	34	19,7
Üniversiteler	19	11,0
Meslek Odaları	7	4,0

Tablo 15'de yer alan sonuçlara göre Alanya bölgesinde faaliyet göstermekte olan konaklama işletmelerinin %64,2 ile büyük çoğunluğu işletmeye yapılan kişisel başvurular üzerinden, %57,2'si ise iş yerinde çalışan kişilerin tavsiyelerini değerlendirerek çalışanlarını bulduklarını ifade etmişlerdir. Elde edilen bu sonuçlardan bölgedeki konaklama işletmelerinin işgören bulmada tercih ettikleri en önemli kaynağın işletmeye yapılan kişisel başvurular ile iş yerinde çalışan kişilerin tavsiyeleri olduğu anlaşılmaktadır. Üniversite ve meslek odalarının işgören bulmada çok fazla tercih edilmediği görülmektedir.

Tablo 16. Belge Türlerine Göre Konaklama İşletmelerininİşgören Tedarikinde Yararlandıkları Kaynaklar

Departmanlar	Belgelerine Göre İşletmeler					
	5*	4*	3*	2*	5*TK	APT
	%	%	%	%	%	%
Doğrudan Kişisel Başvurular	70	73,5	58,3	75	33,3	36,4
İşyerinde Çalışan Kişilerin Tavsiyeleri	65	58,8	47,2	50	66,7	54,5
İnternet İlanları	60	39,7	33,3	0	33,3	45,5
İş ve İşçi Bulma Kurumu	37,5	36,8	30,6	50	33,3	31,8
Gazete İlanları	27,5	26,5	30,6	25	0	18,2
Meslek Liseleri (Otelcilik vb)	32,5	17,6	19,4	0	0	9,1
Üniversiteler	12,5	10,3	11,1	25	0	9,1
Meslek Odaları	2,5	2,9	8,3	0	0	4,5

Tablo 16'ya göre, beş yıldızlı, dört yıldızlı ve üç yıldızlı otellerin öncelikli personel tedarik kaynaklarını sırasıyla; doğrudan kişisel başvurular, işletme çalışanlarının tavsiyeleri ve internet ilanları oluşturmaktadır. Benzer şekilde, 5 yıldızlı tatil köyleri ve apart oteller de personel tedarikinde ilk üç sırada aynı kaynakları belirtmişlerdir. Sadece 2 yıldızlı otellerin personel tedarikinde internet ilanlarını kullanmadıkları bunun yerine iş ve işçi bulma kurumundan yararlandıkları görülmektedir.

SONUÇ

Alanya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin ve sahip oldukları insan kaynağının genel yapısını belirlemeyi amaçlayan bu araştırmanın başlıca sonuçları ve bunlara dayalı olarak yapılan değerlendirmeler aşağıda özetlenmiştir.

- İşletmelerin %72,3'ünü bağımsız ve %27,7'sini ise zincir konaklama işletmeleri oluşturmaktadır.
- İşletmelerin yaklaşık %85'i sezonluk olarak faaliyet gösterirken, %15'i tüm yıl hizmet vermektedir. Aynı zamanda bağımsız konaklama işletmeleri kadar, zincir konaklama işletmelerinin de büyük bölümünün sezonluk olarak hizmet verdiği saptanmıştır.
- Araştırmaya katılan işletmelerin büyük çoğunluğunu (n=144; %83,3) beş, dört ve üç yıldızlı oteller oluşturmaktadır.
- Zincirleşmenin büyük ölçekli konaklama işletmeleri çatısı altında olduğu görülmüştür.
- Tesislerin büyük çoğunluğu 10 yıl ve üzerinde faaliyet gösteren işletmelerdir.
- Çok düşük oranda da olsa tam yıl hizmet veren işletmelerin büyük bölümü beş ve dört yıldızlı otellerden oluşmaktadır. Alanya'da yüksek öğretim kurumları ile öğrenci sayılarının hızla artmasına paralel apart türü konaklama işletmelerinde de düşük oranda da olsa tam yıl hizmet verildiği görülmektedir.
- İşletmelerin oda ve yatak sayıları Alanya'daki tesislerin yaklaşık yarısının büyük ölçekli tesislerden oluştuğunu ortaya koymaktadır. Ortalama oda sayısına göre Alanya'daki apart otellerin büyük ölçekli işletmelerden oluştuğu görülmüştür.
- Turizm Bakanlığı ve TÜROFED tarafından Türkiye genelinde yapılan araştırma sonuçlarıyla karşılaştırıldığında, yatak başına düşen çalışan sayılarının tüm konaklama işletmesi türlerinde düşük olduğu belirlenmiştir. Bu durum genel olarak konaklama

işletmelerinin daha az personel ile daha fazla hizmet verme eğiliminde olduğunu işaret etmektedir.

- Konaklama işletmelerinde yaşanan personel devir oranının %30'un üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek personel devir oranı %40 ile beş yıldızlı tatil köylerinde yaşanmaktadır. Belge türlerine göre ortalama olarak hesaplanan personel devir oranlarının çok yüksek olduğu belirlenmiştir.
- Sezonluk işletmelerde yıllık ortalama personel devir oranının (%34) tam yıl faaliyet gösteren işletmelerin personel devir oranından (%23) daha yüksek olduğu saptanmıştır.
- Alanya bölgesindeki konaklama işletmelerinde çok yaygın uygulanan pansiyon türünün her şey dahil sistemi olduğu görülmüştür.
- Beş yıldızlı otellerde tam pansiyon, oda kahvaltısı ve sadece oda pansiyon tipleri hiç uygulanmamaktadır. Apart otellerde her şey dahil sisteminin en çok uygulanan pansiyon türü olması ise dikkat çekici bir sonuçtur.
- Alanya bölgesinde otellerin ağırlıklı müşteri grubunu Rus ve Almanlar oluşturmaktadır.
- Alanya bölgesinde yerli turistlerin bölgedeki konaklama işletmeleri için önemli bir yerinin olduğu saptanmıştır.
- Rusya ve Almanya vatandaşlarından sonra Polonya, İsveç, Hollanda, Danimarka, Norveç, Finlandiya, Çek Cumhuriyeti vatandaşları bölgedeki otellerin ağırlı müşteri gruplarını oluşturmaktadır.
- Konaklama işletmelerinin belgelerine göre, ağırlıklı müşteri grupları farklılık göstermektedir. İskandinav ülkelerinden gelen turistler konaklamalarında ilk sırada apart otelleri tercih etmektedir.
- Almanya, Rusya, Türkiye, Polonya, Çek Cumhuriyeti ve diğer ülkelere gelen turistler ise ağırlıklı olarak konaklamalarında 5 ve 4 yıldızlı otelleri tercih etmektedir.
- Alanya bölgesindeki her tür konaklama tesisi büyük oranda dışarıdan dış kaynak hizmeti almaktadır. Dış kaynak hizmetlerinden en çok yararlanan işletmeler içinde apart oteller ilk sırada yer almaktadır. Beş yıldızlı otellerde dış kaynak kullanımı daha az tercih edilmektedir.
- İşletmeler öncelikle ilaçlama, çamaşırhane, gıda denetim, animasyon ve eğlence hizmetlerinde dış kaynak kullanımına yönelmek olduğu; kat ve oda temizlik hizmetleri ile yiyecek üretim hizmetlerinde dış kaynak kullanımını tercih etmedikleri belirlenmiştir.
- Sezonluk işletmeler tam yıl faaliyet gösteren işletmelere göre daha fazla dış kaynak hizmetinden yararlanmaktadırlar.
- İşletmeler sırasıyla; hizmet kalitesinin artırılması, maliyetlerin düşürülmesi ve nitelikli personel sıkıntısı nedeniyle dış kaynak kullanımını tercih etmektedirler.
- Sezonluk işletmeler, hizmet kalitesini artırma ve nitelikli personel ihtiyacını karşılamak amacıyla tam yıl faaliyet gösteren işletmelere göre dış kaynak kullanımını daha fazla tercih etmektedirler. Bu durum sezonluk işletmelerin hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve nitelikli personel açısından gereksinimlerinin daha yüksek olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.
- İşletmelerin nitelikli personel bulmada güçlük çektiği öncelikli departmanların, mutfak, ön büro, yiyecek içecek ve satış pazarlama olduğu belirlenmiştir.
- İşletmeler genel olarak personel tedarik kaynaklarından en çok doğrudan kişisel başvurular, işletmede çalışanların tavsiyeleri, internet ilanları ve iş ve işçi bulma kurumundan yararlanmaktadırlar. Meslek liseleri ile üniversitelerin işgören tedariginde çok fazla tercih edilmediği saptanmıştır.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, Alanya'daki Turizm Bakanlığı Belgeli konaklama işletmelerinin çoğunluğu büyük ölçekli tesislerden oluşmaktadır. İşletmelerin %85'nin sadece sezonluk olarak işletilmesi, büyük ölçekli konaklama işletmeleri yatırımlarının yıl boyunca atıl kaldığını ve bu yatırımların gerek ekonomik gerekse de sosyal anlamda değerlendirilemediğini göstermektedir. Ayrıca Türkiye'nin diğer kıyı bölgelerindeki turizm destinasyonlarında da görülen hizmet kalitesi ve nitelikli işgören bulma konularında yaşanan bazı sorunlar ve güçlüklerle Alanya bölgesindeki konaklama işletmeleri de karşı karşıya kalmaktadır. Sonuç olarak, bu çalışmada elde edilen bulguların ve yapılan değerlendirmelerin Türkiye'nin ve Akdeniz çanağının en önemli turizm destinasyonlarından biri olan Alanya'da hizmet kalitesinin yükseltilmesi, insan kaynağının iyileştirilmesi gibi sektörün önemli sorunlarının çözümünde başta sektör yöneticileri olmak üzere ilgili tüm paydaşlara ışık tutması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, A., Çevirgen, A. ve Toker, B. (2007). *Alanya turist profili araştırması 2007*, Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi ve TÜRSAB Alanya BYK, Alanya.
- AKTOB (2014). *Turizm sektörünün yapısı, büyüklüğü ve ekonomiye katkısı*. AKTOB Araştırma Birimi Yayınları, Antalya.
- ALTSO (2013). *ALTSO Alanya ekonomik rapor 2012*. Alanya Ticaret ve Sanayi Odası. Ankara: Başak Matbaası.
- Ball, R. M. (1989). Some aspects of tourism, seasonality and local labour markets. *Area*,21(1):35-45.
- Baum, T. (2012). Human resource management in tourism: a small island perspective. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*,6(2):124-132.
- Butler, R. W. (2001). Seasonality in tourism: Issues and implications. In T. Baum & S. Lundtorp (Eds), *Seasonality in tourism*. Oxford: Elsevier Science Ltd.
- Çakınberk, A.,Derin, N. ve Gün, G. (2010). Otel işletmelerinde insan kaynakları açısından işgören devir hızının analizi: Kapadokya bölgesi örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(36): 252-272.
- Çevirgen, A. (2009). Konaklama işletmelerinde dış kaynak kullanımı (outsourcing) uygulamaları üzerine bir değerlendirme. *Ege Akademik Bakış*, 9(4): 1341-1355.
- Çevirgen, A. ve Üngüren, E. (2009). Yöre esnafının her şey dahil sistemine yönelik tutumları. *Ege Akademik Bakış*, 9(2): 637-658.
- Doğan, H., Üngüren, E. ve Yelgen, E. (2010). Alanya turist profiline yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3): 79-100.
- Gülbahar, O. (2009). 2000'li yıllarda Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi profili. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(2): 93-112.
- Hemdi, M. A. & Rahman N. A. (2010). Turnover of hotel managers: Addressing the effect of psychological contract and affective commitment. *World Applied Sciences Journal*,10:1-13.
- Korkusuz, B. ve Halıcı, A. (2008). İşgücü devir hızını etkileyen etmenler: Sekreterlik mesleğinde bir araştırma. 7. *Ulusal Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongresi*, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, 291-301.

- Nickson, D. (2007). *Human resource management for the hospitality and tourism industries*. Oxford: Butterworth-Heinemann-Elsevier Ltd.
- Olalı, H. ve Korzay, M. (1993). *Otel işletmeciliği*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Tuna, M. (2007). Personel devir oranı analizi: Ankara’da yer alan yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1): 45-52.
- Turizm Bakanlığı (1994). *Turizm endüstrisi işgücü araştırması 1993*, Ankara.
- TÜİK (2014). Turizm istatistikleri. *Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni*, Sayı:15887, 31 Temmuz 2014, Ankara.
- TÜROFED (2010). *TÜROFED turizm raporu*. Yıl:1, Sayı:2, Ekim 2010, İstanbul.
- UNWTO (2014). *UNWTO tourism highlights*, 2014 Edition.
- WTTC (2014). *Travel & tourism economic impact 2014 World*, London.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞGÖRENLERİN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK ANTALYA BELEK BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA

Süleyman AKKAŞOĞLU
Balıkesir Üniversitesi
suleymanakkasoglu@hotmail.com

Ahmet KARATAŞ
Balıkesir İl Nüfus ve Vatandaşlık Müdürlüğü
etemedem@hotmail.com

ÖZET

İnsan kaynakları uygulamalarının önemli bir faktör olduğu turizm işletmelerinde kalite standartlarının yükseltilebilmesi için; nitelikli iş gören istihdam etmek tek başına yeterli değildir, önemli olan iş görenin niteliğini işletmeye katkıya dönüştürüp, onlara sorumluluk duygusu ve ekip ruhu ile hareket edebilecekleri bir ortam oluşturmaktır.

Bu araştırmanın amacı, konaklama işletmelerinde iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışlarının belirlenmesidir. Bu amaçla, Antalya iline bağlı Belek yöresinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı konaklama işletmelerindeki 115 iş gören üzerinde anket uygulanmıştır. İş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışlarını belirleyebilmek için, bağımsız örneklemeler için t testinden ve tek yönlü varyans analizinden (ANOVA) yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların yaş ve çalışma durumu değişkenleri açısından örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili ifadelerle katılımları arasında anlamlı farklılıklar gözlenirken, katılımcıların cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, sektörde bulunma süresi ve firmada bulunma süreleri değişkenleri açısından örgütsel vatandaşlık ile ilgili değerlendirmelere katılımları arasında herhangi bir farklılık gözlenmemiştir ve birbirlerine yakın oranda katılım sağladıkları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Boyutları, İş Görenler, Konaklama İşletmeleri

GİRİŞ

Ekonomik ve sosyal hayattaki hızlı değişimlerin işletmelerde artırdığı rekabet, teknolojik gelişimlere rağmen insan kaynaklarını önemli hale getirmiştir. İşine bağlı ve örgütün çıkarlarını kendi çıkarları üzerinde tutan, örgütle bütünleşen iş gören bu ortamda örgütlerinin rekabet edebilirliğinde ve başarılarında en etkin unsurdur. İş tanımlarının ötesine geçen örgüt için yararlı olan davranışları kendi iradesi ile yapan ve kendisinden beklenenden daha fazlasını yapan iş görenlerin önemi, her geçen gün artmaktadır. Rekabete dayalı günümüz çalışma ortamında, çalışanlardan sadece, biçimsel iş tanımlarında yer alan görevleri yerine getirmeleri örgütleri ayakta kalabilmeleri için yeterli olmamaktadır. Örgütlerin başarıya ulaşmaları çalışanların biçimsel rol tanımlarının üzerinde kalan ve gönüllük esasına dayanan davranışlar sergilemelerine bağlı olduğu söylenebilir. Söz konusu davranışlar örgütsel vatandaşlık davranışlarıdır. Örgütsel vatandaşlık davranışı konusu son yıllarda araştırmacıların dikkatini çeken ve gerek

ülkemizde gerekse yurt dışında popüler bir konu haline gelmiştir (Karaman ve Saylan, 20012, s. 39).

Günümüzde yöneticiler için en önemli konulardan biri işletmenin başarısı için çalışanları iş birliği yapmaya yönlendirmektir. Çalışanlardan gönüllülük ve uyum sağlamaya dayalı, biçimsel olmayan, iş sözleşmeleriyle zorunlu hale getirilen davranışların çok daha ötesinde davranışlar beklenmektedir (Ünüvar, 2006, s. 177).

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI

Örgütün sosyal ve psikolojik ortamına katkıda bulunan ve örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine yardımcı olan bu kavram “farklı çalışmalarda, rol fazlası davranışlar, örgütsel sosyal davranış, örgütsel spontanlık ya da örgütsel sivil davranış gibi değişik isimler de almış (Somech ve Zahavy, 2004, s. 282) olup “isteğe bağlı davranışlar arasında, biçimsel ödüllendirme sistemi içerisinde doğrudan ve açık bir şekilde yer almayan, örgütsel fonksiyonları artırmaya yönelik olan bireysel davranışlar”(Pillai, Schriesheim, Williams, 1999, s.898) şeklinde tanımlanmıştır. İşletme ile iş gören arasında gerçekleşen iş akdinde ve iş görenin iş tanımlamaları arasında yer almayan örgütsel vatandaşlık davranışı “iş görenlerin örgüte ya da örgüt üyelerine yönelik olarak, rol gerekleri ve asgari zorunlulukların ötesinde sergilenen davranışları ifade etmektedir” (Kanten, Tükeltürk, Baran, 2008, s. 32). Organ (1988, s. 4-5)’da, Örgütsel işlevlerin etkili ve verimli bir şekilde yürütülmesinde herhangi bir emre dayanmadan, iş tanımına ve kendine verilen göreve bağlı kalmaksızın, bireyin kendi tercihi ve rızasıyla yaptığı davranışları nitelemekte olup, örgütsel vatandaşlık davranışlarının örgütün biçimsel ödül sistemine doğrudan bağlı olmadığını vurgulamaktadır.

İşgörenler işletmenin amaçlarına ulaşmasına katkı sunarken, Örgütlerde; kendisi için çalışan personelinin gereksinimlerinin ve beklentilerinin karşılandığı bir çalışma ortamı oluşturmak durumundadırlar. Ancak böyle bir ortam “çalışanların ve yöneticilerin verimliliğini artırmakta, örgütün kaynaklarının üretken amaçlar için doğru bir şekilde kullanılmasına ve takım üyeleri ile çalışma gruplarının arasındaki koordinasyonun sağlanmasına yardımcı olmakta ve örgütü işgörenler için daha tatmin edici olmaktadır” (Tokgöz ve Seymen, 2013, s. 65). Bir örgütte çalışanlar, kendilerini ne kadar çok örgütün bir parçası, örgütü de kendilerinin bir parçası gibi görürlerse, bulundukları örgütün üyeliğine ne kadar içten bağlanırlarsa, örgütte o kadar çok kalmak isterler. Örgütte ortak çalışmaya katkıda bulunmak için içten fazla bir çaba gösterirler (Aydın, 1993, s. 23). Araştırmalar sonucunda çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları sergilemeye iten esas nedenlerin bireyin ait olma, başarılı olma, yararlı olma, iftihar etme, ödüllendirme gibi birçok ihtiyacın şekillendirildiği güdülerile ilgili olduğu ortaya çıkmıştır (Titrek, Bayrakçı, Zafer, 2009, s. 4).

Örgütsel vatandaşlık davranışına etki eden faktörlerin iş görenlerden bağımsız olmadığını ifade eden Yücel ve Samancı (2009, s.115), Örgütsel vatandaşlık davranışına etki eden faktörleri; bireyin ruhsal durumu, kişilik özellikleri, işe karşı tutumlar ve iş tatmini,

örgütsel adalet, ihtiyaçlar, işin özellikleri, liderin özellikleri ve buna bağlı olarak örgüte duyulan güven, kıdem ve hiyerarşik düzey, örgütsel vizyon, örgütün özellikleri, karara katılım, kişi örgüt bütünleşmesi şeklinde sıralamaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışı örgüt açısından istenilen, arzulanan etkinliğe ulaşılacak adına sergilenilen davranışlardır. Bu davranış kalıpları içerisinde iş arkadaşlarına yardımcı olma, işin ve mesleğin geliştirilmesi sürecine olumlu katkılarda bulunma, uyum sağlama ve dikkatli kullanma gibi aslında iş tanımlarında yer almayan işin geneli içinde yer alan davranışlar mevcuttur. Bu örnekler daha da artırılmakla birlikte örgütsel vatandaşlık davranışına yönelik örneklerin ortak noktası gönüllüktür (Sezgin, 2005, s. 319).

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK BOYUTLARI

Örgütsel vatandaşlık davranışı iş görenlerin işletmelerine ve diğer mesai arkadaşlarına yönelik birlikte çalışmanın getirdiği doğal sorumluluktur. İnsan kaynakları yönetimi etkin insan kaynakları politikası uygulamaları ile etik örgütsel iklim ortamında personeline aşılayabildiği sorumluluk duygusu ile örgütsel vatandaşlık davranışlarını bütün personeline öğretir. Günümüz örgütleri görevlerinde titiz ve dakik davranan, işini savsaklamadan içten çalışan, gözetim ve denetim yapılmadığı anlarda dahi kurallara uyan, çalışma arkadaşlarına gönüllü olarak yardım eden, mecbur olmadığı halde ek görevler alan, dedikodudan uzak durup kurumun sırlarını saklamaya özen gösteren çalışanlara her zamankinden daha fazla ihtiyaç duymaktadır (Karaman, Yücel, Dönder, 2008, s. 50).

Araştırmalarda beş bileşende incelenen örgütsel vatandaşlık davranışı “yöneticiler ile iyi ilişkiler kurma, diğer çalışanlara yardım etme, üstlendiği görevlerden şikâyetçi olmama, bir görevi yapmak zorunda olmadığı halde üstlenme davranışları olarak sınıflandırılmıştır (Karaman ve Saylan, 2012, s. 39).

Aynı ortamın havasını teneffüs etmenin aynı amaç doğrultusunda çalışmanın gereği yardımlaşmadır. İş görenlerin diğer mesai arkadaşlarının işlerini kolaylaştırmak, etkinliklerini, verimliliklerini artırmak için onlara yardım etmesi özgecilik olarak tanımlanmaktadır. Vicdan kavramı da örgütsel vatandaşlık kavramının belirleyicilerindendir. İş görenden beklenen minimum davranışın ötesine giden bu davranış boyutu çalışma zamanını etkin ve verimli kullanma yada işyerinde belirlenen en küçük kurala uymaktan ziyade vicdanın kabul etmediği en küçük işi yapmamayı ifade eder. Nezaket boyutu ise; iş yükümlülükleri sebebiyle sürekli iletişim içinde olmaları gereken, birbirlerinin işlerinden ve kararlarından etkilenen üyelerin sergiledikleri olumlu davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Yani iş görenlerin iletişim becerisine sahip olmaları örgütü başarıya ve eşgüdüme götüren yoldur (Samancı, 2005, s. 32). Örgütte karşılaşılan sorunları problem etmeden olumlu bir tutum ile çözme anlayışını ifade eden Sportmenlik, çalışanların gerginliğe neden olabilecek davranışlardan kaçınmaları, çok şikâyetçi olmaktan imtina etmeleri ve hoşgörülü olmaları (Yücel, 2006, s. 10) şeklinde tanımlanabilir. Örgütsel vatandaşlık davranışının son boyutu olan ve bazı yazarlarca (Dilek, 2005; Karaaslan, 2009) Sivil erdem, bazılarınca gönüllülük (Yücel ve Samancı,

2009) olarak adlandırılan boyut ise örgütsel faaliyetlere katılarak örgütün gelişimine ve imaj çalışmalarına yardımcı olmayı ifade etmektedir. Örgütsel vatandaşlık boyutları arasında yer alan ve yukarıda ifadelendirilen kavramlar; karşılıklı fayda merkezli bir araya gelen kişilerin insani ilişkilerinin doğası gereği bütün işletmelerce özlenen ve işletme yönetimi tarafından özlenen davranışlardır. İşletmeler iş görenlerinin hakkını ve iş görenin işletmeden beklentisinin ötesini iş görene verecek ve iş görenden kendisinin aslı unsuru olarak davranmasını bekleyecektir.

BULGULAR

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, konaklama işletmelerinde iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışlarının belirlenmesidir. Bu genel amaç doğrultusunda, iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışı katılımcıların cinsiyetine, yaşlarına, eğitim durumlarına, işletmedeki çalışma sürelerine, işletmedeki kadro durumlarına, sektörde bulunma sürelerine ve medeniyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır.

İşletmeler açısından örgütsel vatandaşlık davranışı, özellikle iş görenlerin performansı ve örgütsel etkinlik açısından oldukça önemlidir. Emek yoğun bir sektör olan turizm sektöründe, müşteri ile yüz yüze iletişimin hizmet kalitesine de yansıdığı dikkate alındığında, örgütsel vatandaşlık davranışı ayrı bir önem kazanmaktadır. Bu açıdan, iş görenlerin kendileri ve çalıştıkları işlere ilişkin özelliklerine göre örgütsel vatandaşlık davranışlarını belirleyebilmek, ortaya çıkabilecek eksiklikleri saptayabilmek ve iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışlarını artırabilme kapsamında gerekli konular üzerinde durabilmek açısından önemlidir. Bu bağlamda, otel işletmelerindeki iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışlarının hangi faktörlere göre farklılık gösterdiğinin ortaya konulması, sadece mevcut durumu ortaya koyması açısından değil; aynı zamanda ortaya çıkabilecek sonuçlar doğrultusunda; gerekli önlemlerin alınması, dikkat edilmeyen durumlara dikkat çekilebilmesi, ilgili yöneticilerin, basit görünen, iş görenlerin bazı özelliklerini dikkate almaları ve bu doğrultuda yönetim ve istihdam politikalarına yön verebilmeleri açısından oldukça önemlidir. Bununla birlikte, bu çalışmada iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışlarının, demografik değişkenlere göre farklılıklarının belirlenmesi, konu ile ilgili literatüre katkı sağlaması ve gelecek araştırmalara yön verebilmesi açısından önem taşımaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Evren ve Örneklem

Araştırmada ana kütleyi Antalya İline bağlı Belek yöresinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Zaman, mekân ve ekonomik kısıtlamalar nedeniyle tüm evrene ulaşılamayacağından basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle, kabul eden 20 adet konaklama işletmesinin her birine 10 anket formu dağıtılmıştır. Ancak, 20 konaklama işletmelerin toplam 115 anketin geri dönüşü olmuştur.

Verilerin Toplanması

2013 yılının temmuz ayında gerçekleştirilen araştırmada; veri toplama yöntemi olarak yazılı anket formları kullanılmıştır. Araştırma ölçeğinin oluşturulmasında benzer araştırmalardan (Özdevicioğlu, 2003; Karaaslan, Özler ve Kulaklıoğlu, 2009; Keleş ve Pelit, 2009) yararlanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, örgütsel vatandaşlık davranışlarına yönelik ifadeler yer almaktadır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan veriler, ilgili istatistiksel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanların mevcut durumuna ilişkin özelliklerini ortaya koymak amacıyla yüzde ve frekans analizlerinden yararlanılmıştır. Anket maddelerinin güvenilirliğini ölçmek için, “istatistikî verilerde en çok kullanım alanına sahip olan ve ölçekte yer alan maddeler arasındaki duyarlılığı ölçen” (Karataş, 2012, s. 79) Cronbach Alpha testinden yararlanılmıştır. Ölçeklerin Güvenilirlik Değeri 0,795 bulunmuş olup bu alfa katsayısına bağlı olarak oldukça güvenilir şekilde yorumlanır.

Araştırmanın Bulguları

Tablo 1. Katılımcıların Özelliklerine İlişkin Bulgular

Yaş Aralığı	Frekans	%
18 yaş altı	7	6,1
18-26	53	46,1
27-35	34	29,6
36-44	16	13,9
45 yaş ve üzeri	5	4,3
Toplam	115	100,0
Cinsiyet	Frekans	%
Erkek	83	72,2
Kadın	32	27,8
Toplam	115	100,0
Eğitim Durumu	Frekans	%
İlköğretim	11	9,6
Lise	62	53,9
Önlisans	17	14,8
Lisans	25	21,7
Toplam	115	100,0
Medeni durum	Frekans	%
Evli	43	37,4
Bekâr	72	62,6
Toplam	115	100,0
Kadro durumu	Frekans	%
Daimi	66	57,4
Geçici	49	42,6
Toplam	115	100,0

Sektörde çalışma süresi	Frekans	%
1-5 yıl	54	47,0
6-10 yıl	33	28,7
11-15 yıl	12	10,4
16-20 yıl	11	9,6
21-25 yıl	4	3,5
26 ve üzeri yıl	1	,9
Toplam	115	100,0
Firmada Çalışma süresi	Frekans	%
1-5 yıl	86	74,8
6-10 yıl	20	17,4
11-15 yıl	5	4,3
16-20 yıl	3	2,6
26 ve üzeri yıl	1	,9
Toplam	115	100,0
Gelir Durumu	Frekans	%
500 ve altı	1	,9
500-1000	23	20,0
1001-1500	57	49,6
1501-2000	16	13,9
2001 ve üzeri	18	15,7
Toplam	115	100,0

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılanların %75,7'si 18-35 yaş grubunun oluşturmakta olup bu sektörde istihdam edilenlerin büyük kısmını genç nüfusun oluşturduğu görülmektedir. Lisans ve önlisans mezunlarının %37 düzeyinde olan katılımcıların %72,2'si erkektir.

Araştırmaya katılanların % 57'si kadrolu çalışanlardan olup % 42'si geçici çalışanların teşkil etmesi sektörün mevsimsellik özelliğinin doğasına uygunluk arz etmektedir. Sektörde çalışma süreleri açısından % 53'ünün 6 yıl ve üzeri sektörel deneyimlerinin olması sektöre vakıf olmaları açısından önemlidir. Firmada çalışma süreleri açısından bakıldığında 6 yıldan fazla aynı firmada çalışanların oranının %24 olması iş gören devir oranının sektörde fazla olduğu ve örgütsel vatandaşlık davranışının işletmelerde yerleşmesinin sıkıntı olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 2. Katılımcıların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle İlgili İfadelere Katılım Oranlarının Dağılım Sıralaması

Örgütsel Vatandaşlığı oluşturan değerlendirmeler	Ortalama	Standart sapma	Sıralama
5)Bana verilen işleri zamanında tamamlamaya özen gösteririm	4,5	,55	1
4)İşe zamanında gelirim	4,5	,67	2
6)Çalışma arkadaşlarıma zarar veren davranışlardan kaçınırım	4,5	,72	3
2)Çalışma arkadaşlarıma, işleri ile ilgili sorunlarını çözmeleri konusunda yardımcı olurum	4,4	,74	4
14)İşimle ilgili resmi gereklilikleri yerine getiririm	4,4	,63	5

1)İşletmede yeni çalışmaya başlayan kişilerin çalışma ortamına uyum sağlamasına yardımcı olurum	4,3	,77	6
10)Sıradan olayları şikâyet konusu yapmaktan kaçınırım	4,3	,65	7
7)Çalışma arkadaşlarımı etkileyebilecek bir durum söz konusu olduğunda, harekete geçmeden onların görüşlerini mutlaka alırım	4,3	,81	8
8)İşletme içinde yaşanan küçük olayları büyütmem	4,2	,71	9
15)İşletme için olumlu imaj yaratacak tüm faaliyetlere katılmak isterim	4,2	,77	10
9)Olayların genellikle olumu yanlarını görmeye çalışırım	4,1	,74	11
13)Performansımı direkt olarak etkileyecek etkinliklere katılırım	4,1	,74	12
3)İhtiyaç duyduklarında çalışma arkadaşlarımla işlerini onlar için yaparım	4,1	,86	13
12)İşletmenin gelişmesi için yapıcı önerilerde bulunurum	4,0	,82	14
20) İşletme içinde çıkan çatışmaların çözülmesinde aktif rol alırım	3,7	,74	15
17)Mesai esnasında karşılaştığım yeni durumlara karşı gücenme ya da kızgınlık duymam	3,7	,70	16
18)Gerektiğinde işletmenin iyiliği için gönüllü olarak görevlerimin çok ötesinde çalışabilirim	3,6	,75	17
16)İşletmenin sosyal etkinliklerine kendi isteğimle katılırım	3,6	,90	18
11)İşletme ile ilgili gelişmeleri takip ederim	3,5	1,01	19
19)Geleceğimin görev yaptığım işletmeye yakından bağlı olduğumu hissediyorum	3,5	,91	20

Tablo 2 incelendiğinde, ilk on sıradaki ÖVD ifadesi olarak araştırmaya katılan kişilerin kendilerine verilen işleri zamanında yapmaya özen gösterdikleri, çalıştıkları işletmeye erken gelmeye özen gösterdikleri, çalışma arkadaşlarına zarar veren davranışlardan kaçındıkları, çalışma arkadaşlarına işleri ile ilgili sorunlarını çözmede yardımcı oldukları, iş ile ilgili resmi gereklilikleri yerine getirmeye özen gösterdikleri, çalışma arkadaşlarına zarar veren davranışlardan kaçındıkları, çalışma arkadaşlarını etkileyebilecek bir durum söz konusu olduğunda, harekete geçmeden onların görüşlerini mutlaka almaya özen gösterdikleri, işletme içinde yaşanan küçük olayları büyütmedikleri, işletme için olumlu imaj yaratacak tüm faaliyetlere katılmak istediklerini ifade etmeleri, konaklama işletmelerindeki iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışı yapmaya yatkın oldukları veya örgütsel vatandaşlık davranışı sergilediklerini göstermeleri açısından önemlidir.

Yaş Gruplarının Örgütsel Vatandaşlık Skoru Bakımından Değerlendirilmesi

Yaş grupları arasındaki Anlam farklılığını sorgulamak için kurduğumuz; “Yaş Grupları arasında Örgütsel Vatandaşlık skorları bakımından anlamlı farklılık vardır”. Hipotezimiz için ortalama değerler ve test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 3. Yaş Gruplarının Ortalama Dağılımı

Yaş Grupları	N	Ortalama
18 yaş altı	7	72,00
18-26	53	82,00
27-35	34	80,91
36-44	16	84,19
45 yaş ve üzeri	5	88,40
Toplam	115	81,65

Yukarıda ki Tablo 3'te örgütsel vatandaşlık skoru en yüksek yaş grubu 88,41 ile 45 yaş ve üzeri en düşük skor ortalaması ise 18 yaş altı olarak gözlenmiştir.

Tablo 4. Yaş Grupları İçin Anova Testi

ANOVA					
	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	Hesaplanan Değer	Anlamlılık katsayısı
Gruplar arası	1007,714	4	251,929	6,205	,000
Grup içi	4466,373	110	40,603		
Toplam	5474,087	114			

Anlamlılık katsayısı $0,000 < 0,05$ olduğundan hipotezimiz red edilir. Ve yaş grupları arasında anlamlı farklılık olduğu söylenir. Varyansların homejenliği çalışma esnasında yapılmıştır ve varyansların homojen olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 5. Yaş Grupları İçin Tukey Testi

Çoklu Grup karşılaştırması				
Örgütsel Vatandaşlık Skoru				
Tukey HSD				
(I) yaş	(J) yaş	Ort.farkları (I-J)	Standart Hata	Sig.
18 yaş altı	18-26	-10,00000*	2,56254	,002
	27-35	-8,91176*	2,64475	,009
	36-44	-12,18750*	2,88759	,000
	45 yaş ve üzeri	-16,40000*	3,73111	,000
18-26	18 yaş altı	10,00000*	2,56254	,002
	27-35	1,08824	1,40011	,937
	36-44	-2,18750	1,81764	,749
	45 yaş ve üzeri	-6,40000	2,98107	,208
27-35	18 yaş altı	8,91176*	2,64475	,009
	18-26	-1,08824	1,40011	,937
	36-44	-3,27574	1,93182	,441
	45 yaş ve üzeri	-7,48824	3,05203	,109
36-44	18 yaş altı	12,18750*	2,88759	,000
	18-26	2,18750	1,81764	,749
	27-35	3,27574	1,93182	,441
	45 yaş ve üzeri	-4,21250	3,26472	,698

45 yaş ve üzeri	18 yaş altı	16,40000*	3,73111	,000
	18-26	6,40000	2,98107	,208
	27-35	7,48824	3,05203	,109
	36-44	4,21250	3,26472	,698
*. Themeandifference is significant at the 0.05 level.				

Gruplar arasındaki farklılıkları gözlemek için Tukey test sonuçları ve farklılık içeren yaş grupları yukarıdaki tabloda gibidir. Bu sonuçlara göre 18 yaş ve altı olan katılımcılar, diğer bütün yaş gruplarından anlamlı seviyede farklı değerlendirme yapmışlardır. Diğer yaş grupları arasında anlamlı sayılabilir bir farklılık gözlenmemiştir. Örgütsel vatandaşlık skor ortalamaları göz önüne alındığında en düşük skor 18 yaş ve altında yer alan grupta gözlenmiş ve bu test sonuçlarına göre bu fark önemli sayılmaktadır. Diğer yaş grupları arasındaki fark ise istatistiksel olarak önemli değildir (anlamlı farklılık yoktur). Bu noktadan hareketle 18 yaş ve altı olan katılımcıların örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili olan ifadelerle diğer yaş gruplarına nazaran daha az katılım sağladıkları yorumunu yapabiliriz.

Katılımcıların Kadro Durumlarının Örgütsel Vatandaşlık Skoru Bakımından Değerlendirilmesi

Araştırmaya katılan katılımcıların örgütsel vatandaşlık ile ilgili değerlendirmelere katılımının katılımcıların kadro türüne göre farklılık gösterip göstermediği “Daimi ve geçici çalışanlar arasında örgütsel vatandaşlık skorları bakımından anlamlı farklılık vardır” hipotezi doğrultusunda incelendiği test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 6. Katılımcıların Kadro Durumlarının Ortalaması

	Kadro Durumu	N	Ortalama
Örgütsel Vatandaşlık Skoru	Daimi	66	83,0909
	Geçici	49	79,7143

Yukarıda tablo 6 incelendiğinde daimi çalışanların skor ortalaması geçici çalışanlara göre daha yüksek olarak gözlenmesi hipotezin kabulü açısından önemlidir. Daimi çalışanlar geçici çalışanlara nazaran kendilerini örgütün parçası olarak görmeleri ve örgütsel aidiyetlikleri fazla olduğu için örgütsel vatandaşlık davranışını benimsemeleri kolaydır.

Tablo 7. Katılımcıların Kadro Durumu Açısından Bağımsız Örneklem t Testi

Independent Samples Test						
		Levene's Test for Equality of Variances				
		F değeri	Anlamlılık	t testi	s.d.	İki yönlü anlamlılık
Örgütsel Vatandaşlık	Varyansların eşit	1,221	,272	2,652	113	,009
	Varyansların eşit			2,549	86,466	,013

0,272>0,05 olduğundan varyansların eşit olduğu durumun satırındaki anlamlılık katsayısına baktığımızda 0,009<0,05 olduğundan sıfır hipotezi ret edilir. Daimi çalışanların, geçici çalışanlara göre daha yüksek skor ortalaması göstermesi anlamlı bir

farklılığın sonucu olarak görülür. Daimi çalışanların verilen işleri zamanında tamamlamaya özen gösterme, işe zamanında gelme, çalışma arkadaşlarına zarar veren davranışlardan kaçınma, çalışma arkadaşlarına işleri ile ilgili sorunlarını çözmeleri konusunda yardımcı olma, iş ile ilgili resmi gereklilikleri yerine getirme, çalışma arkadaşlarına zarar veren davranışlardan kaçınma, çalışma arkadaşlarını etkileyebilecek bir durum söz konusu olduğunda, harekete geçmeden önce onların görüşlerini mutlaka almaya özen gösterme, işletme içinde yaşanan küçük olayları büyütmemeye, işletme için olumlu imaj yaratacak tüm faaliyetlere katılmak isteme gibi örgütsel vatandaşlık davranışları ile ilgili ifadelerle geçici çalışanlara göre daha fazla katılım sağladıkları gözlemlenmiştir.

Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Örgütsel Vatandaşlık Skoru Bakımından Değerlendirilmesi

“Erkekler ve Kadınlar arasında örgütsel vatandaşlık skorları bakımından anlamlı farklılık vardır” hipotezi doğrultusunda kurulan cinsiyete ilişkin demografik değişkende; Kadınlar ve erkekler bu skor tanımlaması bakımından birbirine yakın ortalama değerine sahiptir.

Tablo 8. Katılımcıların Cinsiyet Ortalamalarının Dağılımı

Cinsiyet	N	Ortalama
Erkek	83	81,54
Kadın	32	81,94

Tablo 9. Cinsiyet Değişkeni İçin Levene Testi

		Levene's Test for Equality of				
		F değeri	Anlamlılık	t testi	s.d.	İki yönlü anlamlılık
Örgütsel Vatandaşlık	Varyansların	,758	,386	-,273	113	,785
	Varyansların			-,251	48,117	,803

Görüldüğü üzere anlamlılık $0,785 > 0,05$ değerini gösterdiğinden, sıfır hipotezi kabul edilir ve kadınlarla erkekler arasında bu skor bakımından anlamlı farklılık olmadığı ve yakın düşüncede oldukları söylenebildiği için bizim hipotezimiz reddedilir. Yani erkek ve kadın katılımcılar işleri zamanında tamamlamaya özen gösterme, işe zamanında gelme, çalışma arkadaşlarına zarar veren davranışlardan kaçınma, çalışma arkadaşlarına işleri ile ilgili sorunlarını çözmeleri konusunda yardımcı olma, iş ile ilgili resmi gereklilikleri yerine getirme gibi örgütsel vatandaşlık davranışları yönünden birbirlerine yakın düşüncede oldukları sonucuna varmaktayız.

4.4.4 Katılımcıların Eğitim Seviyesine Göre Örgütsel Vatandaşlık Skoru Bakımından Değerlendirilmesi

Katılımcıların eğitim seviyeleri açısından örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili değerlendirmelerini ölçmek için “Eğitim seviyeleri arasında örgütsel vatandaşlık skorları bakımından anlamlı farklılık vardır” hipotezimize rağmen katılımcılar arasında da anlamlı farklılık gözlenmemiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Örgütsel Vatandaşlık Skor Ortalamaları

Örgütsel Vatandaşlık Skoru	N	Ortalama
İlköğretim	11	81,9091
Lise	62	80,6452
Önlisans	17	84,2941
Lisans	25	82,2400
Toplam	115	81,6522

Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların eğitim seviyesine göre örgütsel vatandaşlık ile ilgili değerlendirmelere katılım skorları birbirlerine yakın görülmektedir.

Tablo 11. Katılımcıların Eğitim Durumları İçin Anova Testi

ANOVA					
	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar arası	190,895	3	63,632	1,337	,266
Grup içi	5283,192	111	47,596		
Toplam	5474,087	114			

Gruplar arasında $0,266 > 0,05$ olduğundan homojenlik ya da gruplar arasındaki farklılığı incelemeye gerek yoktur. Yani katılımcıların eğitim seviyeleri ile örgütsel vatandaşlık ile ilgili değerlendirmelere katılımları arasında herhangi bir fark yoktur ve tabloda değerlendirme ortalamalarını incelediğimizde hemen hemen birbirlerine yakın değerlendirmeler yaptıklarını gözlemlemekteyiz.

Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Örgütsel Vatandaşlık Skoru Bakımından Değerlendirilmesi

“Evli ve bekarlar arasında örgütsel vatandaşlık skorları bakımından anlamlı farklılık vardır” hipotezi ile araştırmaya katılan katılımcıların evli ya da bekar olmasının örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili değerlendirmelere katılımları açısından her hangi bir farklılığın olup olmadığını incelediğimizde ;

Tablo 12. Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Örgütsel Vatandaşlık Skor Ortalamaları

Medeni Durum	N	Ortalama
Evli	43	82,0233
Bekâr	72	81,4306

Tablo 13. Katılımcıların Medeni Durumları İçin Levene Testi

		Levene's Test for Equality of		t testi	s.d.	İki yönlü anlamlılık
		F değeri	Anlamlılık			
Örgütsel Vatandaşlık Skoru	Varyansların eşit olduğu durum	1,177	,280	,442	113	,659
	Varyansların eşit olmadığı durum			,468	103,859	,641

Test sonucuna göre $0,659 > 0,05$ olduğundan sıfır hipotezi kabul edilir. Evliler ve bekârlar arasında örgütsel vatandaşlık skoru bakımından anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Katılımcıların evli ya da bekâr olması örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili değerlendirmelere katılımlarında her hangi bir farklılık arz etmediği sonucuna varmaktayız.

Katılımcıların Sektörde Bulunma Süresine Göre Örgütsel Vatandaşlık Skoru Bakımından Değerlendirilmesi

“Sektörde bulunma süreleri arasında örgütsel vatandaşlık skorları bakımından anlamlı farklılık vardır” hipotezi ile aşağıdaki tabloyu incelediğimizde araştırmaya katılan katılımcıların turizm sektöründe bulunma süreleri ile örgütsel vatandaşlık ile ilgili değerlendirmelere katılımları arasında da anlamlı farklılık gözlenmesi hipotezimizi geçersiz kılmıştır.

Tablo 14. Katılımcıların Sektörde Bulunma Süresine Göre Örgütsel Vatandaşlık Skor Ortalamaları

Sektörde geçirilen Süre	N	Ortalama
1-5 yıl	54	80,7963
6-10 yıl	33	82,0000
11-15 yıl	12	80,6667
16-20 yıl	11	83,7273
21-25 yıl	4	85,2500
26 ve üzeri yıl	1	91,0000
Toplam	115	81,6522

Tablo 15. Katılımcıların Sektörde Bulunma Süreleri İçin Anova Testi

ANOVA					
	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar arası	241,729	5	48,346	1,007	,417
Grup içi	5232,358	109	48,003		
Toplam	5474,087	114			

$0,417 > 0,05$ olduğundan sıfır hipotezi kabul edilir. Araştırmaya katılan katılımcıların turizm sektöründe bulunma sürelerinin örgütsel vatandaşlık ile ilgili değerlendirmelere katılımları arasında anlamlı farklılık gözlenmemiştir. Turizm sektöründe 1-5 yılları arasında bulunan kişiler ile 26 ve üzeri yıldır turizm sektöründe bulunan kişiler hemen hemen benzer oranda örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili değerlendirmelere aynı oranda katılım sağladıkları sonucu elde edilmiş olup bu sonuç ile hipotezimiz reddedilmiştir.

Katılımcıların Firmada Bulunma Süresine Göre Örgütsel Vatandaşlık Skoru Bakımından Değerlendirilmesi

Hipotezimiz “Firmada bulunma süreleri arasında örgütsel vatandaşlık skorları bakımından anlamlı farklılık vardır” şeklinde kurulmuştur. Araştırmaya katılan katılımcıların çalıştıkları firmada bulunma süresi de sektörde bulunma süreleri gibi yıllar arttıkça skor ortalaması artan bir seyir göstermektedir. Ancak bu artış gruplar arasında anlamlı görülecek bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 16. Katılımcıların Firmada Bulunma Süresine Göre Örgütsel Vatandaşlık Skor Ortalamaları

Firmada bulunma süresi	N	Ortalama
1-5 yıl	86	80,6744
6-10 yıl	20	83,9500
11-15 yıl	5	87,0000
16-20 yıl	3	82,3333
26 ve üzeri yıl	1	91,0000
Toplam	115	81,6522

Tablo 17. Katılımcıların Firmada Bulunma Süresi İçin Anova Testi

ANOVA					
	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar arası	419,587	4	104,897	2,283	,065
Grup içi	5054,500	110	45,950		
Toplam	5474,087	114			

0,065>0,05 olduğundan sıfır hipotezi kabul edilir ve firmada çalışma süreleri arasında Örgütsel vatandaşlık skoru bakımından anlamlı farklılık olmadığı saptanır. İş görenlerin firmada çalışma süreleri örgütsel vatandaşlık davranışının oluşması açısından önemlidir. Firmada çalışma süresinin artması iş görenin firmayı iyi tanımasını, işletme ile iç içe geçmesini, örgütün ve iş görenin birbirlerini benimsemesini sağladığı açısından önemli olmasına rağmen katılımcıların firmada çalışma sürelerine göre örgütsel vatandaşlık ile ilgili ifadelerle katılımlarında her hangi bir farklılık gözlemlenmemiştir. Yani kişilerin firmada bulunma süreleri farklı olsa da örgütsel vatandaşlık ile ilgili ifadelerle katılımları açısından benzer fikirlere sahip olduklarını söyleyebiliriz.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelişmekte olan ülkeler için ciddi bir istihdam alanı ve önemli bir gelir kaynağı olan turizm işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması, niteliğini işine yansıtan iş gören ile sağlanabilir. İşletmeler iş görenin niteliğinden daha iyi faydalanabilmeleri için iş görenin işinden tatmin olduğu ve beklentilerinin karşılandığı bir ortamı oluşturmalıdır. Yani “örgütsel vatandaşlık davranışının gerçekleştirilebilmesi için, işgörenleri bu yönde

teşvik edici, katılımcı ve karşılıklı etkileşime dayalı, bilgi alış-verişinin önemli görüldüğü bir örgüt ikliminin oluşturulması gereklidir (Sezgin, 2005: 335)’’.

Araştırmaya katılan kişilerin kendilerine verilen işleri zamanında yapmaya özen gösterdikleri, çalıştıkları işletmeye erken gelmeye özen gösterdikleri, çalışma arkadaşlarına zarar veren davranışlardan kaçındıkları, çalışma arkadaşlarına işleri ile ilgili sorunlarını çözmede yardımcı oldukları, iş ile ilgili resmi gereklilikleri yerine getirmeye özen gösterdikleri örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili değerlendirmelere yoğun bir şekilde katılım sağladıkları sonucuna varılmıştır.

İş görenlerin sektörde ve işletmede çalışma sürelerinin artması sektöre ve işletmenin işleyişine vakıf olması açısından önemlidir. Araştırmaya katılan iş görenlerin % 74,8’inin aynı işletmede 5 yıldan az çalışması sektördeki işgücü devir oranının fazlalığını göstermesi yine daimi kadroda çalışan iş görenlerin % 42.6 sının geçici olarak çalışması işin sektörün mevsimselliği açısından önemli olup; mevsimsel çalışan iş görenlerin örgüte aidiyet hissetmesi ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemesi daimi çalışanlara oranla zor olmaktadır.

Gelişmekte olan ekonomilerde önemli bir gelir kaynağı olan ve müşteri memnuniyetinin önemli olduğu konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması kaliteli insan kaynakları yönetimi ile mümkündür. Hizmetin ve tüketici ile iletişimin aynı anda olduğu bir ortamda iş gören tatmin edilmez, iş gören işletmenin bir parçasıymış gibi motive edilmez ise tüketici memnuniyeti sağlanamaz.

Aynı bölgede faaliyet gösteren otel işletmelerinde yapılan bu araştırma ile elde edilen bulguların daha sağlıklı ve özel değerlendirilebilmesi için sonraki araştırmalar, şehir otellerinde, oteller sınıflandırılarak veya araştırmalar tabana yayılarak departmanlar arası yapılan çalışmalar ile iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışları ve algıları tespit edilebilir.

KAYNAKÇA

- Aydın, M. (1993). *Çağdaş eğitim denetimi*. Geliştirilmiş 3. Baskı. Ankara: Eğitim Araştırma Yayın Danışmanlık A.Ş.
- Dilek, H. (2005). *Liderlik tarzlarının ve adalet algısının; örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkilerine yönelik bir araştırma*, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İzmit.
- Kanten, S.,Tükeltürk, Ş. A., ve Baran, M. (2008). Konaklama işletmelerinde iş görenlerin prososyal örgütsel davranışları arasındaki etkileşimi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (3), 30-38.
- Karaaslan, A. ve Özler, D.E., Kulaklıoğlu, A.S. (2009).Örgütsel vatandaşlık davranışı ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 135-160.

- Karaman, A. ve Aylan, S. (2012). Örgütsel vatandaşlık. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- Karaman, K., Yücel, C. ve Dönder, H. (2008). Öğretmen görüşlerine göre, okullardaki bürokrasi ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 53, 49-74.
- Keleş, Y. ve Pelit, E. (2009). Otel işletmesi işgörenlerinin örgütsel vatandaşlık davranışları: İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 24-45.
- Organ, Dennis, W. (1988). *Organizational citizenship behavior: the good soldier syndrome*. Lexington books, Lexington. Massachusetts.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile üniversite öğrencilerinin bazı demografik özellikleri ve akademik başarıları arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 20, 117-135.
- Pillai, R., Schriesheim, C.A., ve Williams, E. S. (1999). Fairness perceptions and trust as mediators for transformational and transactional leadership: A Two- Sample Study. *Journal of Management*, 25 (6), 897- 933.
- Samancı, S. (2006). *Örgütsel iklim ve örgütsel vatandaşlık*. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Sezgin, F. (2005). Örgütsel vatandaşlık davranışları: kavramsal bir çözümleme ve okul açısından bazı çıkarımlar. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 317-339.
- Somech, A. ve Zahavy, D. (2004). Exploring organizational citizenship behaviour from an organizational perspective: The relationship between organizational learning and organizational citizenship behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(3), 281–298.
- Titrek, O. Bayrakçı, M. ve Zafer, D. (2009). Öğretmenlerinin örgütsel vatandaşlık davranışlarına ilişkin görüşleri. *Akademik Bakış: Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*.
- Tokgöz, E. ve Seymen, O.A. (2013). *Örgütsel güven, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: bir devlet hastanesinde araştırma*.
- Ünüvar, T. G. (2006). *An integrative model of job characteristics, job satisfaction, organizational commitment, and organizational citizenship behavior*. Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Yücel, C ve Samancı, G (2009). Örgütsel güven ve örgütsel vatandaşlık davranışı. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 113-132.
- Yücel, G. F. (2006). *Öğretmenlerde mesleki tükenmişlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı*. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

SEYAHAT ACENTESİ ÇALIŞANLARININ İŞ-AİLE VE AİLE-İŞ YAŞAMI ÇATIŞMALARININ İŞTEN AYRILMA NİYETLERİNE VE DUYGUSAL TÜKENMİŞLİKLERİNE ETKİSİ

Övünç BARDAKOĞLU

*Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Seferihisar Fevziye Hepkon Sosyal BilimlerMYO
ovuncbardakoglu@hotmail.com*

Yılmaz AKGÜNDÜZ

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
yilmazakgunduz@hotmail.com*

Ceylan E. ALKAN

*Öğr. Gör., Yaşar Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
ceylan.erdogan@yasar.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı iş-aile ve aile-iş yaşamı çatışmalarının çalışanların duygusal tükenmişliklerine ve işten ayrılma niyetlerine olan etkisini belirlemektir. Bu kapsamda Maslach Tükenmişlik Envanterinde yer alan Duygusal Tükenmişlik ile birlikte İşten Ayrılma Niyeti ve İş-Aile Yaşamı Çatışması Ölçeğini de içeren bir anket formu oluşturulmuştur. Bu anket formu İzmir’de bulunan seyahat acentesi çalışanlarına 21 Nisan-20 Haziran 2014 döneminde kasti örnekleme yöntemi tercih edilerek uygulanmıştır. Veri toplama dönemi sonunda 220 geçerli ankete ulaşılmıştır. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliğine bağlı olarak önerilen hipotezleri test etmek için yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda iş-aile ve aile-iş çatışmasının çalışanların hem duygusal tükenmişliklerini hem de işten ayrılma niyetlerini artırdığı belirlenmiştir. Bu bağlamda seyahat acentesi yöneticilerinin çalışanlarının yaşadığı iş-aile ve aile-iş yaşamı çatışmalarını azaltarak çalışanların hem duygusal tükenmişliklerini ve hem de işten ayrılma niyetlerini azaltabileceklerini söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler:*Duygusal Tükenmişlik, İşten Ayrılma Niyeti, İş-Aile Çatışması, Aile-İş Çatışması, Seyahat Acenteleri.*

GİRİŞ

Rekabet koşullarının giderek sertleştiği günümüz turizm piyasasında, yüksek performans sunabilecek yetenekli personelin istihdam edilmesi işletmelere büyük avantaj sağlamaktadır (Licata, Mowen, Harris ve Brown,2003:256). Turizm sektöründe faaliyet gösteren önemli bir işletme çeşidi olan seyahat acentelerinde çalışanlar sektörün genelinde olduğu gibi müşterilerle birebir iletişim kurarak, güleryüzlü ve dostça davranmak durumundadırlar. Piyasa yapısının hızlı bir şekilde değişmesi ve artan müşteri talepleri seyahat acentelerini var olan kaynakları,daha kalifiye personelle kullanarak çalışmaya mecbur kılmıştır (LamveZhang, 1999:341). Dolayısıyla bu işletmeler açısından bakıldığında mevcut kaynakları etkin kullanabilecek, iş becerikliliği yüksek personelle çalışmak rasyonel davranış olacaktır (IversonveDeery,1997:71).

Hızlı teknolojik gelişime rağmen turizm sektöründe insan emeğine olan ihtiyaç azalmamaktadır. Turistik ürünün oluşumunda kısmen makineleşme ve otomasyona yer verilebilse de hizmeti sunan yine insandır. Dolayısıyla, seyahat acentelerindemüşteri ile yakın ilişkiler kurulması zorunluluğu, çalışma saatlerinin düzensizliği, iş yükünün fazla oluşu çalışanların kendilerini tükenmiş hissetmelerine(Maslach ve Jackson, 1981:101), rol karmaşıklığından kaynaklanan iş-aile çatışmaları yaşamalarına neden olmaktadır(Greenhaus ve Beutell,1985:75).

Taşma kuramına göre ailede veya işletmede yaşananlar diğer ortamı da etkileyebilmektedir. Bu etkinin olumsuz olması çalışanların tükenmişlik duygularının ve işten ayrılma niyetlerinin artmasına neden olmaktadır (Greenhaus ve Beutell, 1985:81). Bu çalışmanın amacı seyahat acentesi çalışanlarının iş-aile ve aile-iş yaşamı çatışmalarının duygusal tükenmişliklerineve işten ayrılma niyetlerine olan etkisini belirlemektir. Bu kapsamda öncelikle,işten ayrılma niyeti, tükenmişlik ve iş-aile/aile-iş yaşamı çatışmasıile ilgili kuramsal açıklamalarda bulunulduktan sonra hipotezler açıklanmıştır. Çalışmada daha sonra seyahat acentelerinde yapılan alan araştırmasına yer verilmiştir. Son bölümde bulgular literatür ile karşılaştırılarak, seyahat acentelerine yönelik öneriler getirilmiş ve araştırmanın sınırlılıkları ile çalışma tamamlanmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

İşten Ayrılma Niyeti

İşletmelerin rekabet avantajı kazanabilmeleri için işgörenlerin yeteneklerinden hizmet kalitesinin sağlanmasında ve sürdürülmesinde yararlanmaları gerekir. Hizmet işletmelerinde işten ayrılan çalışanların yerine yeni bir işgörenin işe alınması ve örgüte alıştırılması %15-30 arasında doğrudan maliyet; işten ayrılma niyeti olan çalışanların müşteriye yeterince tatmin edememesi ise %70-85 arasında dolaylı bir maliyet yaratmaktadır (Racz, 2000:38-44). Bu gerçeğe rağmen, doğrudan (Hinkin ve Tracey, 2000:16) ve dolaylı maliyetleri (Jang ve George, 2012:591) olan işgören devri, günümüzde hizmet işletmeleri için kronik bir sorun haline gelmiştir (Carbery, Gravan, O'Brian ve McDonnell, 2003; Deery ve Jago, 2009:104). Yönetim becerisinin ve kariyer olanaklarının yetersizliği; genel ücret düzeyinin düşük ve çalışma şartlarının ağır olması turizm işletmelerinde işgören devir hızının diğer sektörlerle göre daha yüksek olmasına neden olmaktadır (Karatepe, 2009; Kusluyan, Kusluyan, İlhan ve Buyruk, 2010). Cotton ve Tuttle (1986) işten ayrılma kararını (1) işle ilgili faktörlerin (ücret, performans, iş tatmini ve örgütsel bağlılık gibi), (2) kişisel faktörlerin (yaş, eğitim, cinsiyet ve mesleki tecrübe gibi) ve (3) dışsal faktörlerin (işsizlik oranları ve endüstriyel ilişkiler gibi) etkilediğini belirtmiştir. Dışsal çevre faktörleri kısa sürede değişmemesine rağmen; kişisel faktörler ve işle ilgili faktörlerin işletmeler tarafından yönetilmesi mümkündür (Jang ve George, 2012). Ayrıca turizm sektöründe yapılan amprik araştırmalardaörgütsel özdeşleşmenin (Polat ve Meydan, 2010:145),örgütsel vatandaşlık davranışlarının (Çelik ve Cıra, 2013:11), örgütsel adalet algısının (Örücü ve Özafşarlıoğlu, 2013:335) ve işe

gömülmüşlüğü (Karatepe ve Shahriari, 2014:22) işten ayrılma niyetini negatif; duygusal tükenmişliğin (Onay ve Kılıcı, 2011: 363) ise işten ayrılma niyetini pozitif olarak etkilediği belirlenmiştir.

Duygusal Tükenmişlik

Hizmet sektöründe çalışan kişilerin sürekli müşteri ile birebir iletişimde olması ve karşılaşılan problemlere hızlı ve etkin çözümler bulmaları gerekliliği çalışan üzerinde yoğun bir baskı ve stres yaratmakta, bu durum da tükenmişlik hissinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Maslach ve Jackson, 1981:100). Tükenme çalışanlar arasında duygusal boşvermişlik ve kötü hissetme ile ortaya çıkar. Çalışanların kişilik özellikleri de tükenmeye meyilli olmalarında etkindir (Goldberg, 1990:1216). Özellikle öz-yeterlilik duygusu düşük bireyler daha fazla tükenme riski altındadırlar.

Turizm sektöründe tükenmişlik ile ilgili yapılan çalışmalarda Pelit ve Türkmen (2008) kıyı kesimdeki otel işletmelerinde ve iç kesimdeki çalışan işgörenlerin tükenmişlik yaşamasına rağmen özellikle iç kesimlerde çalışanların daha fazla tükenmişlik sendromuna maruz kaldıklarını; Altay (2009:12) iş tatminini değişkenlerinin tükenmişlik duygularının ortaya çıkmasında açıklayıcı yönlerinin olduğunu; O'Neill ve Xiai (2010:652) otel yöneticilerinin duygusal tükenmişliğini sadece iş ve örgütsel özelliklerinin değil kişilik özelliklerinin de etkilediği; Üngüren, Doğan, Özmen ve Tekin (2010:2934) duygusal tükenmişlik ve iş tatmini arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu; Yang (2010:609) iş tatmininin tükenmişliğinin öncülü olduğunu; Güzel ve Akgündüz (2011:294) dönüşümcü liderlerin entelektüel uyarım özelliğinin çalışanların duygusal tükenmişliğini azalttığını; Shen ve Huang (2012:1288) duygusal tükenmişliğin göçmen çalışanların yaşam tatminini olumsuz olarak etkilediğini; Hsu (2013) içsel motivasyonu yüksek olan kişilerin daha düşük tükenmişlik yaşadıklarını belirlemiştir.

Maslach ve Jackson (1981) tükenmişliği; duygusal tükenmişlik, duyarsızlaşma ve kişisel başarısızlık olmak üzere üç boyutta incelemiştir. Duygusal tükenmişlik literatürde tükenmişliğin en kritik ve en belirleyici boyutu olarak ifade edilmektedir (Sağlam Arı ve Çına Bal, 2008:133; Üngüren vd., 2010:2923). Duygusal tükenme çalışanların enerjilerinin veya duygusal kaynaklarının azalmasını ifade etmektedir (Schaufeli ve Enzmann, 1998). Ayrıca bireyde yorgunluk, enerji eksikliği, duygusal yönden kendini yıpranmış hissetme gibi belirtiler göstermektedir.

İş-Aile ve Aile-İş Yaşamı Çatışması

İş ve aile insan hayatında yer tutan iki önemli alandır (Netemeyer, Boles ve McMurrian, 1996:400). Bu iki alanda bireyin üstlenmiş olduğu roller arasında uyum her zaman söz konusu olmayabilir ve bunun sonucunda bireyin çatışma yaşaması kaçınılmaz bir hal alır. Kişi özellikle iş hayatının gereği olarak daha fazla zamanını işine ayırmakta (Voydanoff, 1988) bunu yaparken de ailesiyle geçirmek durumunda olduğu zamandan kısıntıya girmektedir.

İş ve aile alanlarından kaynaklanan rol taleplerinin bazı yönleri ile birbiriyle uyumsuz olması iş-aile çatışmasını ortaya çıkartır (Greenhaus ve Beutell, 1985; Netemeyer, Brashear-Alejandro ve Boles,2004:49). Ailenin işle ilgili yerine getirilmesi gerekli görevleri engellemesi nedeniyle ortaya çıkan çatışma durumu ise aile-iş çatışması (Netemeyer vd.,1996:401) olarak adlandırılır. Aile ile ilgili rollerin işle ilgili rollerle karışmasının yaratmış olduğu zaman darlığı ve gerilim çatışmaya sebep olur.

İşletmeler açısından bakıldığında da iş-aile ve aile-iş çatışması bireyin işyerindeki verimliliğini düşürmekte ve bu da işletmeler için finansal bir yük getirmektedir (Netemeyer vd.,2004:51). Birey işyerinde yaşadığı sıkıntıları artık kontrol edemediğinde sorunlar iş dışına taşmakta, kişinin iyi oluş düzeyini olumsuz bir şekilde etkilemekte (Greenhaus, Bedeian ve Mossholder, 1987) ve kişinin yaşam kalitesinde ciddi bir azalma görülmektedir. Uzun ve esnek olmayan çalışma saatleri, vardiyalı çalışma, aile içinde yaşlıların ya da okul öncesi çağda çocukların varlığı gibi etkenler (Greenhaus ve Beutell, 1985) bireyi çatışmaya itmektedir. Çatışmanın ortaya çıkması iş tatmini, tükenmişlik, işten ayrılma düşüncesi, psikolojik sıkıntılar, özel hayattan tatminsizlik gibi duygularla doğrudan ilişkilidir (Netemeyer vd., 1996:400). Bireydeki çatışma duygusu şiddetlendikçe olumsuz etkiler çoğalır (Greenhaus ve Beutell, 1985). Cinsiyet ve çatışma temelli yapılan çalışmalarda farklı cinsiyetlerin çatışmayı farklı yaşadıkları belirlenmiştir. İş yerindeki sorumluluk ve görevler erkek için daha ön planda iken, evdeki sorumlulukların kadın için daha önemli olduğu görülmüştür (Voydanoff, 1988).

Hipotezlerin Geliştirilmesi

Roller arası çatışmanın bir türü olarak kabul edilen iş-aile yaşamı çatışması, bir örgütün üyesi olmanın gereği olarak benimsenen rol ile ailenin bir üyesi olarak benimsenen rol arasında bir uyumsuzluğun olması sonucunda ortaya çıkar (Greenhaus ve Beutell, 1985). İş-aile yaşamı çatışmasının çalışanların örgüt içerisindeki davranışlarına olan etkisini Staines (1980) tarafından geliştirilen Taşma Kuramı ile açıklamak mümkündür. Bu kurama göre işte yaşananlar ile iş dışında yaşananlar arasında benzerlik vardır. Hem olumlu hem de olumsuz olarak taşma olabilir. Aile veya örgüt içerisinde yaşanan gerginlik, baskı ve endişe gibi duygularnegatif duyguları; heyecan, mutluluk ve gelişme gibi duygular pozitif duyguları ortaya çıkarır (Önderoğlu, 2010). Çalışanların aile-iş yaşantılarında veya iş-aile yaşantılarındaki çatışmalar birbirlerini etkileyerek çalışanlarda olumsuz duygulara neden olabilmektedir. Yapılan çalışmalarda iş-aile yaşamı çatışmalarının işten ayrılma niyeti (Netemeyer vd.,2004; Çarıkçı ve Çelikkol, 2009; Karatepe, 2009) ve tükenmişlik (Cleveland, O'Neil, Himelright, Harrison, Crouter ve Drago, 2007; Karatepe, Sokmen, Yavas ve Babakus, 2010) gibi olumsuzluklara neden olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamdakonu ile ilgili yapılan araştırmalara ve taşma kuramına bağlı olarak şu hipotezler önerilmiştir:

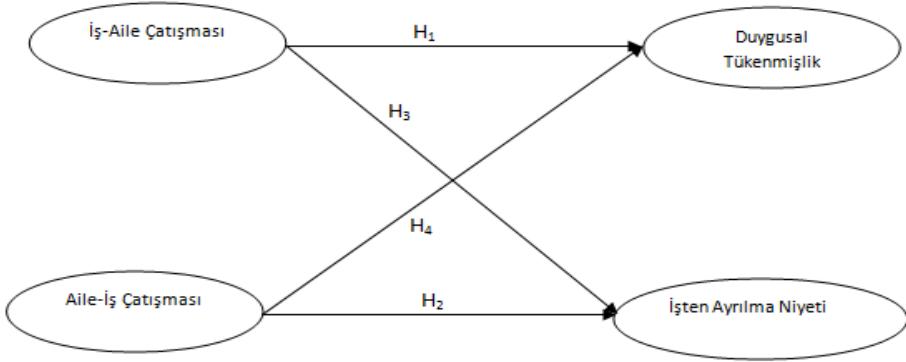
H₁. Çalışanların iş-aile çatışması yaşamaları duygusal tükenmişlik duygularını pozitif olarak etkiler.

H₂. Çalışanların aile-iş çatışması yaşamaları duygusal tükenmişlik duygularını pozitif olarak etkiler.

H₃. Çalışanların iş-aile çatışması yaşamaları işten ayrılma niyetlerini pozitif olarak etkiler.

H₄. Çalışanların aile-iş çatışması yaşamaları işten ayrılma niyetlerini pozitif olarak etkiler.

Şekil 1. Araştırma Modeli



YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini İzmir’de faaliyet gösteren seyahat acentelerinde çalışan işgörenler oluşturmaktadır. TURSAB kayıtlarına göre İzmir’e 374 seyahat acentesi faaliyet göstermektedir. İş akışının daha yoğun olduğu Alsancak, Konak, Karşıyaka ve Çankaya ilçelerinden toplanan verilerin evreni temsil edeceği varsayımına bağlı olarak kasti (kararsal) örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda Alsancak (77 acente), Konak (64 acente), Karşıyaka (39 acente) ve Çankaya (26 acente) ilçelerinde bulunan seyahat acentelerinden veri toplanmıştır. Acentelerde çalışan işgören sayıları hakkında net bir bilgiye ulaşılamamış olmasına rağmen ortalama her acentede 3 işgörenin çalıştığı esas alınarak örneklem büyüklüğü 238 kişi olarak belirlenmiştir. 21 Nisan ve 20 Haziran 2014 tarihleri arasında sürdürülen veri toplama süreci sonucunda 220 geçerli anket toplanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Çalışanların duygusal tükenmişliklerini belirlemek için MaslachTükenmişlik Envanteri’nde (MaslachBurnout Inventory-MBI) yer alan duygusal tükenmişlik boyutundanyararlanılmıştır. MBI, Maslach tarafından geliştirilmiş ve turizm sektörü de dahil olmak üzere birçok sektörde uygulanmıştır. Duygusal Tükenmişlik, 9 maddeden ve tek boyuttan oluşmaktadır (Maslach, 1982). Ölçek, Pelit ve Türkmen (2008) tarafından kullanılan hali ile bu çalışmada kullanılmıştır.Maddeler Hiçbir Zaman (1) ve Her Zaman (5) olarak likert derecelemesinde ifade edilmiştir.

Çalışanların işten ayrılma niyetlerini belirlemek için Cammann vd. (1983) tarafından geliştirilen 3 maddelik işten ayrılma niyeti ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçekten Mimaroglu'nun (2008) kullandığı hali ile yararlanılmıştır.

İş-Aile Yaşam Çatışması Ölçeği; Netemeyer vd. (1996:410) tarafından geliştirilen ölçekten Efeoğlu (2006) tarafından kullanıldığı hali ile yararlanılmıştır. Ölçek iş-aile ve aile-iş çatışması olmak üzere 5 maddelik iki boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca, anket formunda katılımcıların cinsiyet ve eğitim durumunu belirlemek için kapalı uçlu iki ifade; yaş, çalıştığı bölüm ve işletmedeki çalışma süresini belirlemek için üç adet açık uçlu ifade yer almaktadır.

Veri Analizi

Bu çalışmada Anderson ve Gerbing (1988) tarafından önerilen iki aşamalı yaklaşımdan yararlanılmıştır. İlk aşamada ölçme modeline dahil edilen ölçeklerin ayırt edici ve yakınsak geçerliliklerini belirlemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır (Fornell ve Lacker, 1981). Modelde yer alan ölçeklerin güvenirlikleri Cronbach' Alpha ile belirlenmiştir. İkinci aşamada yapısal eşitlik modellemesi ile hipotezler test edilmiştir. Hem ölçme modelinin hem de yapısal eşitlik modellemesinin kabul edilebilirliği χ^2 , AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index), GFI (Goodness Fit Index), CFI (comparative fit index), IFI (incremental fit index), RMSEA (root mean square error of approximation) ve SRMR (standardized root mean square residual) uyum iyiliği değerleri esas alınarak belirlenmiştir.

BULGULAR

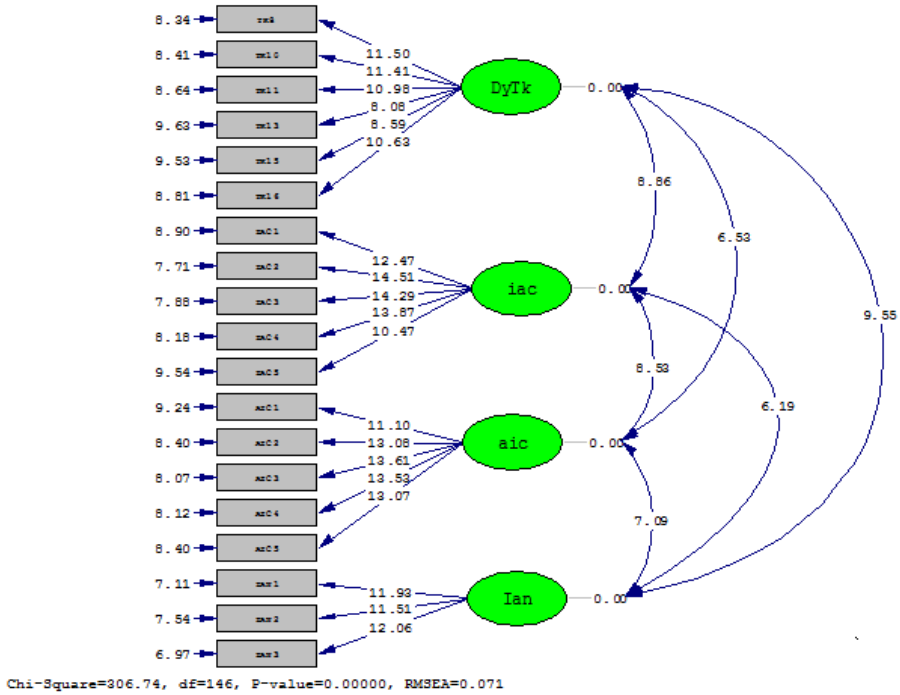
Katılımcıların demografik özelliklerinin yer aldığı Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %61'inin kadın (133 kişi), %71'inin önlisans ve lisans mezunu, %62'sinin (130 kişi) 30 yaş ve altı, %64'ünün (134 kişi) çalışma süresinin 6 yıl ve üzeri, %52'sinin (106 kişi) bilet satış bölümünde çalıştığı görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	n	%		n	%
<i>Cinsiyet</i>			<i>İşletmede Çalışma Süresi</i>		
Kadın	133	61	5 yıl ve altı	74	36
Erkek	86	39	6 yıl ve üstü	134	64
<i>Eğitim</i>			<i>Bölüm</i>		
İlkokul	1	1	Satış	106	52
Ortaokul	1	1	Kongre	6	3
Lise	49	22	Santral	1	1
Önlisans	61	28	InComing	6	3
Lisans	92	43	Seyahat Danışmanlığı	27	13
Yüksek Lisans	11	5	Pazarlama	10	5
<i>Yaş</i>			<i>Yönetim</i>		
30 yaş ve altı	130	62	Muhasebe	13	6
31 yaş ve üstü	78	38	Operasyon	18	9

Araştırma kapsamında modele dahil edilen ölçeklerin geçerliliğini belirlemek amacıyla DFA yapılmıştır. İlk yapılan DFA’nda standardize yük değeri ve t-değeri kabul edilebilir sınırlar içerisinde olmayan duygusal tükenmişlik latent değişkeninde yer alan üç gözlenen değişken analizden çıkartıldıktan sonra DFA tekrar edilmiştir. Söz konusu üç gözlenen değişken analizden çıkartıldıktan sonra ölçme modelinde yer alan hem gözlenen hem de latent değişkenlere ilişkin standardize çözümleme değerlerinin ve t-değerlerinin kabul edilebilir sınırlarda olduğu tespit edilmiştir.

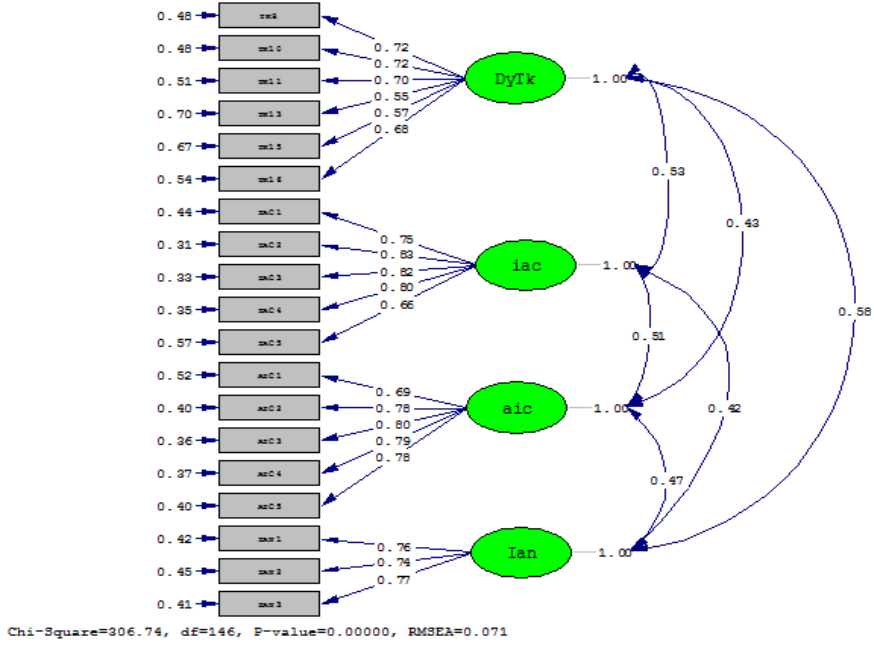
Şekil 2. Ölçme Modeline Ait t-değerleri



Not: DyTk (Duygusal Tükenmişlik), iac (iş-aile çatışması), aic (aile-iş çatışması), Ian (işten ayrılma niyeti)

Ölçme modelinde yer alan latent ve gözlenen değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olarak kabul edilebilmesi için t-değerlerin 1,98’in üzerinde olması gerekmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010:214). Şekil 2’de yer alan duygusal tükenmişlik, iş-aile çatışması, aile-iş çatışması ve işten ayrılma niyetleri ölçeklerinin bulunduğu ölçme modelinde yer alan t-değerlerinin 7,84 ile 14,29 arasında değiştiği görülmektedir. Ayrıca, ölçme modeline ait standardize çözümleme değerlerinin 0,50 altında olmaması ölçme modelinin kabul edilmesinde önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Şekil 3’te yer alan ölçme modeline ait standardize çözümleme değerlerinin 0,52 ila 0,82 arasında değiştiği tespit edilmiştir.

Şekil 3. Ölme Modeline Ait Standardize Çözümleme Değerleri



Ölçme modeline ait standardize değerlerin ve t-değerlerin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olması, modelin bir bütün olarak kabul edilmesinde gerekli olmakla birlikte tek başına yeterli değildir. Ayrıca uyum iyiliklerinin de istenilen sınırlarda olması gerekir. X^2/df 'nin 2'nin altında olması iyi bir modeli 5'in altında olması ise kabul edilebilir bir modeli işaret etmektedir (Hair vd., 2010:666). Ölçme modelinde $\chi^2=306,74$ ve $df=146$ olmasına bağlı olarak $\chi^2/df=2,10$; RMSEA=0,071; AGFI=0,89; GFI=0,91; CFI=0,92; IFI=0,93 ve SRMR=0,046 olduğu tespit edilmiştir. Uyum iyilikleri değerlerinin de kabul edilebilir olması nedeniyle ölçme modelinin, kabul edilebilir bir model olduğunu söylemek mümkündür.

Ölçme modelinin geçerliliği belirlendikten sonra aralarındaki ilişki korelasyon analizi ile belirlenmiştir. Duygusal tükenmişlik, işten ayrılma niyeti, iş-aile ve aile-iş yaşamı değişkenlerinin güvenilirlik, ortalama, standart hata ve korelasyon değerleri Tablo 2 yer almaktadır.

Tablo 2. Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Hata, Güvenirlik ve Korelasyon Değerleri

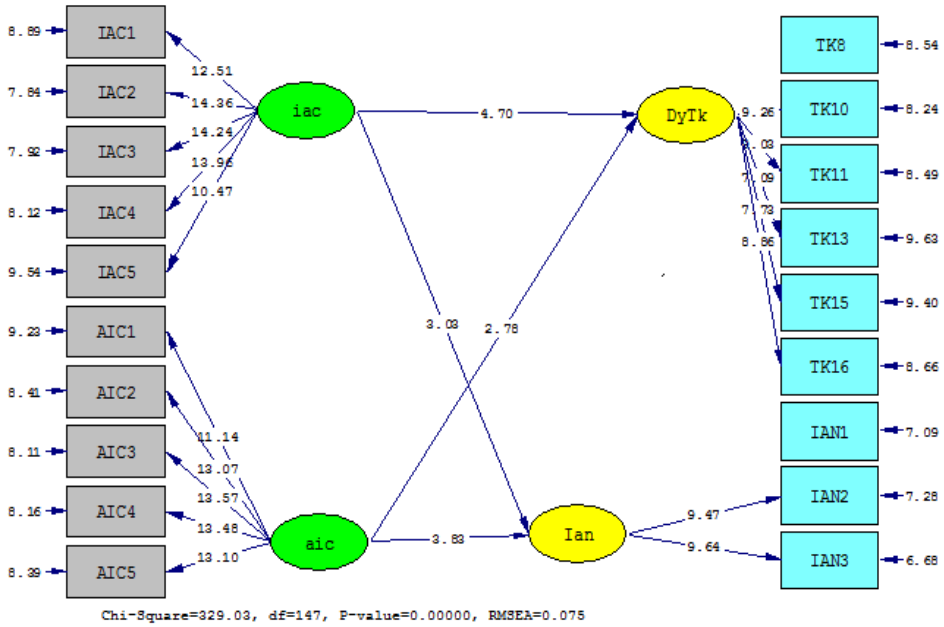
	Ortalama	St.Hata	1	2	3	4
1.Duygusal Tükenmişlik	2,336	,84	(,822)			
2.İşten Ayrılma Niyeti	2,303	,99	,466**	(,800)		
3.İş-Aile Çatışması	2,907	,88	,473**	,370**	,879	
4,Aile-İş Çatışması	2,225	,99	,401**	,395**	,463**	(,876)

Not: Parantez içi değerler Cronbach Alpha değerleridir. ** p<0,01

Tablo 2’de değişkenlerin güvenirlik değerlerinin $\alpha=,800$ ile $\alpha=,879$ arasında değiştiği görülmektedir. Güvenirlik değerlerinin $\geq ,70$ üzeri olması ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2010:125). Ayrıca, tabloda duygusal tükenmişliğin işten ayrılma niyeti ($r=,466$), iş-aile çatışması ($r=,473$) ve aile-iş çatışması ($r=,401$) ile anlamlı ve pozitif yönde ilişkili olduğu; işten ayrılma niyetinin iş-aile çatışması ($r=,370$) ve aile-iş çatışması ($r=,395$) ile anlamlı ve pozitif yönde ilişkili olduğu görülmektedir.

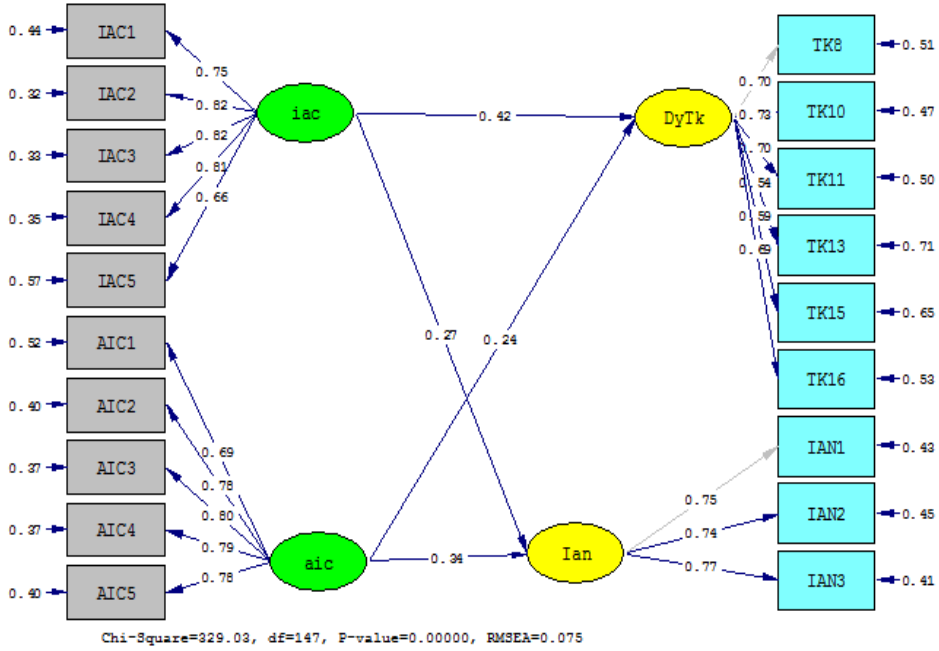
Hipotezleri test etmek amacıyla YEM yararlanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinde duygusal tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti bağımlı; iş-aile ve aile-iş çatışması bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir.

Şekil 4. YEM t-değerleri



Şekil 4’de YEM’de yer alan yollara ilişkin t-değerleri 2,78 ile 4,70 arasında değişmektedir. Bu değerlerin 1,98’in üzerinde olması nedeniyle istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söylemek mümkündür. YEM’e göre iş-aile çatışmasının çalışanların duygusal tükenmişliğini ($\beta=0,42$ $p<0,01$) ve işten ayrılma niyetini ($\beta=0,27$ $p<0,01$) anlamlı ve pozitif olarak etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca aile-iş çatışmasının duygusal tükenmişliği ($\beta=0,24$ $p<0,01$) ve işten ayrılma niyetini ($\beta=0,34$ $p<0,01$) anlamlı ve pozitif olarak etkilediği tespit edilmiştir. YEM ilişkin uyum iyilikleri $\chi^2=329,03$ ve $df=147$ olmasına bağlı olarak $\chi^2/df=2,24$; $RMSEA=0,075$; $AGFI=0,88$; $GFI=0,92$; $CFI=0,94$; $IFI=0,92$ ve $SRMR=0,068$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar H_1 , H_2 , H_3 ve H_4 hipotezlerini desteklemektedir.

Şekil 5. YEM-Standardize Çözümleme Değerleri



SONUÇ

Seyahat acentesi çalışanları örnekleminde yapılan bu çalışmada iş-aile ve aile-iş yaşamı çatışmalarının çalışanların işten ayrılma niyetlerini artırdığı belirlenmiştir. Söz konusu bulgu iş aile çatışması ve işten ayrılma niyeti ile ilgili olarak yapılan (Boyar, Maertz ve Pearson, 2003; Karatepe, 2009; Nohe ve Sonntag, 2014; Blumm, Rheede ve Tromp, 2010; Ghayyur ve Jamal, 2012; Khan, Nazir, Kazmi ve Khalid, 2014) çalışma bulguları ile benzerlik göstermektedir.

İzmir’de yapılan bu çalışmanın sonucuna bağlı olarak seyahat acentesi çalışanlarının yaşadığı iş-aile ve aile-iş çatışması işten ayrılma niyetlerini artırdığı söylenebilir. Hizmet sunum sürecinde kalifiye çalışanların işletmeden ayrılması müşteri şikâyetlerinin artmasını ve müşteri tatmininin azalmasına yol açacaktır. Bu nedenle yeni bir işgöreni işe alma, eğitme ve işletmeye uyum sağlama sürecinde ortaya çıkabilecek eksik veya hatalı hizmetlerin işletmeye getirdiği maliyetler göz önüne alındığında işten ayrılma niyetine etki eden faktörlerin ortadan kaldırılması oldukça önemli olmaktadır. Bu bağlamda iş-aile ve aile-iş çatışmalarını ortadan kaldırmaya yönelik uygulamalar işten ayrılma niyetlerini de azaltacaktır. Acente yöneticilerin örgüt ve çalışan değerleri arasındaki uyumu, çalışanların ailelerine karşı olan sorumluluklarını da göz önünde bulundurarak örgüt içerisinde istihdam edilecek personel sayısını buna göre belirlemeleri gerekir. Ancak her çalışan personelin işletmeye mali bir yük getirdiği de bir gerçektir. Bu nedenle kârını artırmak isteyen yöneticilerin mümkün olduğu kadar az işgören ile faaliyetleri sürdürmeyi tercih

etmeleri şaşırtıcı olmayacaktır. Bu uygulamanın kısa vadede işletmenin personel giderlerindeki artışı önlemesine rağmen; uzun vadede duygusal olarak tükenmiş ve ilk fırsatta örgütten ayrılmak isteyen çalışanların ortaya çıkmasına neden olabilir. Bu durumda yöneticilerin kısa dönemde personel maliyetlerini azaltmak mı yoksa uzun dönemde iş-aile veya aile-iş çatışması nedeniyle daha az duygusal tükenmişlik duygusuna ve işten ayrılma niyetine sahip olan çalışanlar sağlamak mı daha önemli olduğuna karar vermeleri gerekir. Bu kararın gerek örgüt içi ve gerekse dış çevre koşullarına bağlı olarak sektöre göre değişmesi mümkündür.

İzmir’de faaliyet gösteren seyahat acenteleri çalışanları örnekleminde yapılan bu çalışmada aile-iş ve iş-aile yaşamı çatışmasının çalışanların duygusal tükenmişlik düzeylerini artırdığı belirlenmiştir. Söz konusu bulgular iş-aile ve aile-iş çatışmalarının duygusal tükenmişlik üzerindeki etkisini belirleyen (Rupert, Stevanovic ve Hunley, 2009; Karatepe vd., 2010; Wang, Liu, Wang ve Wang, 2012; Haines, Harvey, Durand ve Marchand, 2013; Mete, Ünal ve Bilen, 2014) çalışma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Bu benzerliğin ailesine ve işyerine karşı görevlerini gerçekleştirmek için gayret gösteren çalışanların hem ailelerine ve hem de işletmeye karşı sorumluluklarını tam olarak gerçekleştirememeleri nedeniyle duygusal tükenmişlik yaşamalarından kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Ailesine karşı sorumluluklarını yerine getirmeye çalışan çalışanların yaşadıkları aile-iş çatışması nedeniyle işletme içerisinde kendilerini yorgun, tükenmiş ve zaman zaman çaresiz olarak hissettikleri düşünülebilir. Yöneticilerin, sosyal ve psikolojik bir varlık olan çalışanların ailelerine karşı sorumluluklarını yerine getirebilmelerini sağlamak için mesai saatlerini düzenlerken çalışanların özel durumlarını dikkate almaları ve iş yüklerini ailelerine olan sorumluluklarını engelleyecek kadar ağır olmayacak biçimde düzenlemeleri aile-iş yaşamı çatışmasının azalmasını sağlayabilir. Aile-iş yaşamı çatışmasının azalması durumunda ise çalışanların duygusal tükenmişlik duygularında azalma olabilecektir.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Yapılacak Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışma İzmir’de faaliyet gösteren seyahat acentesi çalışanlarının, duygusal tükenmişliklerini, işten ayrılma niyetlerini ve iş-aile/aile-iş yaşamı çatışmalarını değerlendirmeleri ile sınırlıdır. Gerekli örneklem büyüklüğüne ulaşılmamakla birlikte, tercih edilen veri toplama ve örnekleme yöntemi bu çalışmanın sınırlılıkları arasında kabul edilebilir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda seyahat acentelerindeki departmanlara göre personel dağılımlarını dikkate alan kota örnekleme yönteminin kullanılması; anket sonuçlarının ayrıca derinlemesine mülakatlarla desteklenmesi; daha büyük bir örnekleme ve diğer turizm işletmelerinde uygulanması belirtilen sınırlılıkların etkisinin azaltılmasına yardımcı olabilir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda duygusal tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti ile birlikte iş performansının bağımlı değişken olarak kabul edildiği, iş-aile ve aile-iş yaşamı çatışması ile birlikte kişilik özelliklerinin dahil edildiği çalışmaların yapılması farklı hipotezlerin test edilmesini sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Altay, H. (2009). Antakya ve İskenderun otel çalışanlarının tükenmişliği ve iş tatmini üzerine bir araştırma, *MKU SBE Dergisi*, 6(12), 1-17.
- Anderson, J. C. ve Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411.
- Blumm, R.J., Rheede, A.V. ve Tromp, D.M. (2010). Work-family conflict as a cause for turnover intentions in the hospitality industry. *Tourism and Hospitality Research*, 10, 269-285
- Boyar, S.L., Maertz, C.P. ve Pearson, A.W. (2003). Work-family conflict: a model of linkages between work and family domain variables and turnover intentions. *Journal of Managerial Issues*, 15(2), 175-190.
- Cammann C., Cortlandt, F.M., Jenkins D. ve Klesh J. (1983). Assessing organizational change: a guide to methods, measures, and practices. In S. Seashore, E. Lawler, P. Mirvis, & C. Cammann (Eds.), *Assessing the attitudes and perception of organizational members* New York: John Wiley & Sons.
- Carbery, R., Garavan, T.N., O'Brian, F. ve McDonnell, J. (2003). Predicting hotel managers' turnover cognitions. *Journal of Managerial Psychology*, 18(7), 649-679.
- Çarıkçı, İ.H. ve Çelikkol, Ö. (2009). İş-Aile çatışmasının örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyetine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2009/1(9), 153-170.
- Çelik, M. ve Çıra, A. (2013). Örgütsel vatandaşlık davranışının iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde aşırı iş yükünün aracılık rolü. *Ege Akademik Bakış*, 13(1), 11-20.
- Cleveland J.N., O'Neill, J.W., Himelright, J.L., Harrison, M.M., Crouter, A.C. ve Drago, R. (2007). Work and family issues in the hospitality industry: Perspectives of entrants, managers, and spouses. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31, 275-298.
- Cotton, J. ve Tuttle, J. (1986). Employee turnover: a meta-analysis and review with implications for research. *Academy of Management Review*, 11, 50-70.
- Deery, M. ve Jago, L. (2009). A framework for work-life balance practices: Addressing the needs of the tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 97-108.
- Efeoğlu, İ.E. (2006). *İş-aile yaşam çatışmasının iş stresi, iş doyumu ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri: ilaç sektöründe bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Ghayyur, M. ve Jamal, W. (2012). Work-family conflicts: a case of employees' turnover intention, *International Journal of Social Science and Humanity*, 2(3), 168-174.
- Goldberg, L.R. (1990). An alternative "description of personality": the big-five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.
- Greenhaus, J.H. ve Beutell, N.J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *The Academy of Management Review*, 10(1), 76-88.
- Greenhaus, J.H., Bedeian, A.G. ve Mossholder, K.W. (1987). Work experiences, job performance, and feelings of personal and family well-being. *Journal of Vocational Behavior*, 31(7), 200-215.
- Güzel, T. ve Akgündüz, Y. (2011). Liderlik davranışlarının orta düzey yöneticiler üzerindeki etkisi ve yöneticilerin tükenmişlik düzeyleri ile ilişkisi; Kuşadası otel işletmelerinde bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 279-296.

- Haines, V.Y., Harvey, S., Durand, P. ve Marchand, A. (2013). Core self-evaluations, work-family conflict, and burnout. *Journal of Marriage and Family*, 75(3), 778-793.
- Hair, J.F.Jr., Black, W.C., Babin, B.J. ve Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hinkin, T.R. ve Tracey, J.B. (2000). The cost of turnover. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41, 14-21.
- Hsu, L. (2013). Work motivation, job burnout, and employment aspiration in hospitality and tourism students—An exploration using the self-determination theory. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13, 180-189.
- Iverson, R.D. ve Deery, M. (1997). Turnover culture in the hospitality industry. *Human Resource Management Journal*, 7(4), 71-82.
- Jang, J. ve George, T. (2012). Understanding the influence of polychronicity on job satisfaction and turnover intention: A study of non-supervisory hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 588-595.
- Karatepe, O.M. (2009). An investigation of the joint effects of organizational tenure and supervisor support on work-family conflict and turnover intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 73-81.
- Karatepe, O.M. ve Shahriari, S. (2014). Job embeddedness as a moderator of the impact of organisational justice on turnover intentions: a study in Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16, 22-32.
- Karatepe, O.M., Sokmen, A., Yavas, U. ve Babakus, E. (2010). Work-family conflict and burnout in frontline service jobs: direct, mediating and moderating effects. *Ekonomika A Management*, 4/2010, 61-73.
- Khan, M.R., Nazir, N. Kazmi, S. ve Khalid, A. (2014). Work-family conflict and turnover intentions: mediating effect of stress. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(5), 92-100.
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z. Ilhan, I. ve Buyruk, L. (2010). The human dimension: a review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 171-214.
- Lam, T. ve Zhang, H. (1999). Service quality of travel agents: the case of travel agents in Hong Kong. *Tourism Management*, 20, 341-349.
- Licata, J.W., Mowen, J.C., Harris, E.G. ve Brown, T.J. (2003). On the trait antecedents and outcomes of service worker job resourcefulness: A hierarchical model approach. *Journal of Academy of Marketing Science*, 31(3), 256-271.
- Maslach, C. (1982). *Burnout: The cost of caring*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Maslach, C. ve Jackson, S.E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*, 2, 99-113.
- Mete, M., Ünal, Ö.F. ve Bilen, A. (2014). Impact of work-family conflict and burnout on performance of accounting professionals. *Social and Behavioral Sciences*, 131, 264-270.
- Mimaroglu, H. (2008), *Psikolojik sözleşmenin personelin tutum ve davranışlarına etkileri: tıbbi satış temsilcileri üzerinde bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Netemeyer, R.G., Boles, J.S. ve McMurrian, R. (1996). Development and validation of work-family conflict and family-work conflict scales. *Journal of Applied Psychology*, 80, 400-409.

- Netemeyer, R.G., Brashear-Alejandro, T. ve Boles, J.S. (2004). A cross-national model of job-related outcomes of work role and family role variables: a retail sales context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 49-60.
- Nohe, C. ve Sonntag, K. (2014). Work-family conflict, social support, and turnover intentions: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 85, 1-12.
- O'Neil, J.W. ve Xiao, Q. (2010). Effects of organizational/occupational characteristics and personality traits on hotel manager emotional exhaustion. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 652-658.
- Onay, M. ve Kılıcı, S. (2011). İş stresi ve tükenmişlik duygusunun işten ayrılmaniyeti üzerine etkileri: garsonlar ve aşçıbaşılar. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 363-372.
- Önderoğlu, S. (2010). *Örgütsel adalet algısı, iş aile çatışması ve çatışması ve algılanan örgütsel destek arasındaki bağlantılar* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Örücü, E. ve Özafşarlıoğlu, S. (2013). Örgütsel adaletin çalışanların işten ayrılma niyetine etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde bir uygulama. *MKU SBE Dergisi*, 10(23), 335-358
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer bağlılığı, mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılığın yaşam tatmini üzerindeki etkisi: iş-aile çatışmasının rolü. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 28, 1-20.
- Pelit, E. ve Türkmen, F. (2008). Otel işletmeleri işgörenlerinin tükenmişlik düzeyleri: yerli ve yabancı zincir otel işletmeleri üzerinde bir araştırma, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 117-139.
- Polat, M. ve Meydan, C.H. (2010). Örgütsel özdeşleşmenin sinizm ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisi üzerine bir araştırma, *Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Dergisi*, 9(1), 145-172.
- Racz, S. (2000). Finding the right talent through sourcing and recruiting. *Strategic Finance*, 82, 38-44.
- Rupert, P.A., Stevanovic, P. ve Hunley, H.A. (2009). Work-family conflict and burnout among practicing psychologists. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40(1), 54-61.
- Sağlam Arı, G. ve Çına Bal, E. (2008). Tükenmişlik kavramı: birey ve örgütler açısından önemi. *Yönetim ve Ekonomi*, 15(1): 131-148.
- Schaufeli, W.B. ve Enzmann, D. (1998). *The Burnout Companion to Research and Practice: A Critical Analysis*, London: Taylor&Francis.
- Shen, H. ve Huang, C. (2012). Domestic migrant workers in China's hotel industry: An exploratory study of their life satisfaction and job burnout. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1283-1291.
- Staines, G. L. (1980). Spillover versus compensation : a review of the literature on the relationship between work and non-work. *Human Relations*, 33(2), 111-129.
- Üngüren, E., Doğan, H., Özmen, M., ve Tekin, Ö.A. (2010). Otel çalışanlarının tükenmişlik ve iş tatmin düzeyleri ilişkisi. *Journal of Yasar University*, 17(5), 2922-2937.
- Voydanoff, P. (1988). Women, work, and family. *Psychology of Women Quarterly*, 12(3), 269-280 1988
- Wang, Y., Liu, L., Wang, J. ve Wang, L. (2012). Work-family conflict and burnout among Chinese doctors: the mediating role of Psychological capital. *J. Occup Health*, 54(3), 232-240.

OTEL İŞLETMELERİNDE DUYGUSAL ZEKA, İŞ YAŞAM DENGESİ VE İŞ STRESİ İLİŞKİSİ: ALANYA’DA BİR UYGULAMA

Seray GÜLERTEKİN GENÇ

*Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
seraygulertekin@gmail.com*

Volkan GENÇ

*Arş. Gör., Eskişehir Meslek Yüksek Okulu, Anadolu Üniversitesi
volkangenc@anadolu.edu.tr*

Murat GÜMÜŞ

*Prof. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu
muratgumus@yahoo.com*

ÖZET

Bu araştırmada, otel işletmelerinde çalışanların duygusal zeka, iş yaşam dengesi ve iş stresi arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evreni, Antalya İlinin Alanya İlçe sınırları içerisinde yer alan 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarını ve yöneticilerini kapsamaktadır. Bu çalışan ya da yöneticilerden ulaşılabilen 174’ü araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Anket, kolayda örnekleme yöntemi ile 2014 yılı Haziran-Ağustos ayları içerisinde yüz yüze toplanmıştır. Veriler, yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda duygusal zeka boyutlarından başkalarının duygularının farkında olunmasının iş stresini arttırdığı, kendi duygularının farkında olunmasının ise iş stresini azalttığı belirlenmiştir. Aynı zamanda, duygu düzenlemesinin de iş stresini arttırdığı görülmüştür. Ayrıca, çalışanlar başkalarının duygularının farkında olduklarında ve duygularını kullandıklarında iş yaşam dengelerinin arttığı belirlenmiştir, ancak çalışanlar duygularını düzenlediklerinde ise iş yaşam dengesinin azaldığı görülmüştür. Araştırmada iş stresi ile iş yaşam dengesi arasında ters yönlü bir ilişki bulunmasına rağmen istatistiksel olarak yeterli kanıt bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler:*Duygusal Zeka, İş Stresi, İş Yaşam Dengesi, Otel İşletmeleri*

GİRİŞ

Turizm sektörünün önemli yapı taşlarından biri olan otel işletmelerini diğer işletmelerden ayıran pek çok özellik vardır. Bu özelliklerden bazıları, otel işletmelerinin hizmet işletmesi olması, üretim ile tüketimin aynı anda gerçekleşmesi, müşteri ile çalışanların kullanım alanlarının ortak olması ve sunulan hizmetin daha çok iş gücüne dayalı olmasıdır. Otel işletmelerinin kendine özgü bu özelliklerinden dolayı, insan gücü önemini hiç kaybetmemiş ve yoğun bir biçimde kullanılmaya devam edilmiştir (Akoğlu Kozak, 2012).

Otel işletmelerinin en temel amaçları; müşteri memnuniyeti sağlayarak kar elde etmek ve varlıklarını sürdürmektir. Hizmeti satın alan müşteri ile hizmeti sunan çalışanın iç içe, yüz yüze olduğu bir yerde, iş stresi ve iş yaşamı dengesizliği yaşayan bir çalışanın müşterisine tatmin edici bir düzeyde hizmet sunması mümkün değildir. Özellikle, otel işletmelerinde personel devir hızının yüksek olması, işletmelerin daha çok sezonluk personel

çalıştırmaları, çok uzun çalışma saatleri vb. sebeplerle çalışanın iş yaşam dengesizliği ve iş stresi yaşaması muhtemeldir.

Duyguların kontrolünde bireyin sahip olduğu duygusal zeka onun gerek özel yaşantısını gerekse bireysel iş başarısını etkilemektedir. Duygusal zekası yüksek insanların kendi duyguları üzerinde de daha yüksek bir farkındalık düzeyine ve kontrol yeteneğine sahip oldukları gözükmemektedir (Genç, 2013). Araştırmada, otel işletmelerinde çalışanların duygusal zeka, iş yaşam dengesi ve iş stresi ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu araştırma, diğer sektörlerden farklı bir kültüre sahip olan ve çıktılarının insan performansına dayalı olduğu otel işletmelerinde gerçekleştirilecektir. Bu bağlamda, bu konuda alanda sınırlı sayıda çalışma olması ve ulaşılan kaynaklarda üç değişkeni bir arada ele alan bir araştırmaya rastlanamaması çalışmanın özgün yönünü ortaya koymaktadır. Çalışanların duygusal zeka, iş yaşam dengesi ve iş stresi arasındaki ilişkinin bilinmesi, yöneticilerin bu konulara da dikkat ederek çalışanları etkin yönetmede fikirler vereceği, aynı zamanda müşteri memnuniyetinin çalışan memnuniyetine bağlı olduğu bilindiğinden gerek alana gerekse literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

DUYGUSAL ZEKA

Edward L. Thorndike'in, 1920'lerde yaptığı çalışmalar, duygusal zeka düşüncesinin ortaya çıkışında atılan ilk adım olarak kabul edilmektedir. Duygusal zeka "kişinin kendi duygularının farkında olarak, yaşamını sürdürdüğü çevresindeki insanların duygularını tanıması, bunları etkin biçimde düzenleyerek kendi lehinde yönetme ve kullanma becerisi" olarak tanımlanmaktadır (Eren, 2012, s. 348). Günümüzde bireylerin hem iş hem de özel hayatlarında, çevrelerindeki kişiler ile kurdukları ilişkilerde, duygusal zekaya sahip olmalarının ve bunu etkili bir şekilde kullanabilmelerinin önemi daha çok vurgulanmaktadır. Duygusal zekası yüksek olan bireyler, kendilerini tanıyan ve ihtiyaçlarını bilen, güçlü ve zayıf yanlarının farkında olan, duygularını kontrol etmeyi başarabilen ve etkili ilişkiler kurabilen kişilerdir (Genç, 2013).

Bu çalışmada duygusal zekanın; kendi duygularının farkında olma, başkalarının duygularının farkında olma, duyguların kullanılması, duyguların düzenlemesi olmak üzere dört ana boyutu olduğu kabul edilmektedir. Kendinin farkında olmakla ilişkili olarak kişinin kendini değerlemesi güçlü yönleri ile zayıflıklarının ve sınırlı taraflarının farkında olması da son derece önemlidir. Başkalarının duygularını değerlendirme, kişinin etrafındaki insanların duygularını algılama ve anlama yeteneği ile ilgilidir. Duyguların kullanılması kişinin duygularını yapıcı aktivite ve kişisel performansa yönlendirerek yararlanma yeteneği ile ilgilidir. Duyguları düzenlemesi boyutu ise, kişilerin duygusal tatmini ve stresten daha çabuk kurtulmak için duygularını düzenleme yeteneği ile ilgilidir (Atilla ve diğerleri, 2013).

Literatürde turizm işletmelerinde çalışanlar üzerinde duygusal zekanın etkisi üzerine çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Kaya ve Akoğlan Kozak'ın (2006) kariyer uygulamaları ve duygusal zeka ilişkisine yönelik yapmış oldukları araştırmada,

yöneticilerin kariyer uygulamalarında duygusal zekalarını kullandıkları belirlenmiştir. Demir'in (2010a) konaklama işletmelerine yönelik yapmış olduğu çalışmada, duygusal zekanın çalışanların örgütsel sapma davranışının kontrolünde olumlu etkisinin olduğu görülmüştür. Demir'in aynı yıl yaptığı başka bir çalışmada (2010b), konaklama işletmelerinde karar verme yetkisine sahip yöneticilerin örgüt içi çatışmaların yönetiminde etkili bir yöntem olarak yaklaşımlarında duygusal zeka yetenek ve yeterliliklerine sahip oldukları görülmektedir. Gürbüz ve Yüksel'in (2008) yapmış oldukları araştırmada ise, duygusal zekanın iş tatminini ve iş performansını arttırdığı ortaya konulmuştur. Genç (2013) benzer şekilde duygusal zekanın iş tatminini arttırdığını tespit etmiştir. Tekin Acar (2001) yapmış olduğu araştırmada insana yönelik liderlik davranışıyla duygusal zekanın ilişkisi bulunduğunu tespit etmiştir.

İŞ STRESİ

Hızla değişen ve gelişen hayat şartları altında, sosyal bir varlık olan insanın, fiziksel ve ruhsal sınırlarının zorlanması ve tehdit edilmesi karşısında, değişik tepkiler ile bu değişime uyum sağlama çabalarına girmesi kaçınılmazdır. Günümüzde değişim çok hızlı yaşanmakta ve insanlar, hangi sosyal ortamda olurlarsa olsunlar yaşamlarının büyük bir bölümünü kendi sınırlarını zorlayarak sürdürmektedirler. Bu nedenle, tüm insanlar stresli bir ortamda yaşamakta ve stres kavramı iş yaşantımızda çok sık karşılaştığımız bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Akoğlan Kozak, 1998; Aydın Tükeltürk ve Topaloğlu, 2010).

İlk kez 1930'larda Hans Selye tarafından ortaya atılan stres kavramında, farklı kuramsal yaklaşımlar (psikanalitik, davranışsal ve bilişsel) bulunmakta, bireyin içinde bulunduğu ortam ve iş koşullarının onu etkilemesi sonucunda bireyin yaşadığı içsel bir durum ya da çevresel etkilere karşı bireyin gösterdiği bir uyum süreci olarak tanımlanmaktadır (Baltaş ve Baltaş, 2000; Eren, 2012; Robbins ve Judge, 2012).

Turizm sektöründe iş stresine yönelik araştırmalar 1980'li yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Bu sektörde faaliyet gösteren otel işletmelerinde yapılan iş stresi araştırmalarının birçoğunda çalışanın iş stresine etki eden faktörler incelenmiştir. Aydın'ın (2004) Ege Bölgesi'nde 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanları üzerinde yapmış olduğu çalışmada; yetersiz maaşın, iş yükünün, çalışma saatleri belirsizliğinin ve cinsel tacizlerin çalışanlar üzerinde en fazla stres yaratan faktörler olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde Akova ve Işık (2008) tarafından İstanbul'daki otel işletmelerinde çalışanların "maaş ve ödeme azlığı, iş yükü fazlalığı ve zaman darlığı, aile ve sosyal hayata yeterli zaman ayırmama ve işyerinde gelişme ve terfi imkanı azlığı" nedeniyle stres yaşadıkları araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Şakar Başkaya'nın (2009) yapmış olduğu araştırmada da; önbüro çalışanları üzerinde stres yaratan faktörler arasında ücret/kariyer, iş yükü ve güvensizliğin etkili olduğu belirlenmiştir. O'Neill ve Davis (2011) ise, konaklama sektörü çalışanları üzerinde yapmış oldukları araştırmada, çalışanlar üzerinde en fazla stres yaratan faktörlerin iş yükü ve çalışanlar arasında çatışma olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bununla

beraber stresin yöneticilerde çalışanlara nazaran daha fazla görüldüğü tespit edilmiştir. Çalışanların stres düzeyleri arttıkça iş tatminlerinin azaldığı ve işten ayrılma niyetlerinin arttığı görülmektedir. Konaklama işletmelerinde boş zaman aktivitelerinin iş stresi üzerinde etkisini ortaya koyan çalışmada Tsaur ve Tang (2012), kadın çalışanların planlanmış boş zaman aktivitelerine katıldıklarında stres düzeylerinin düştüğü; bunun tersine planlanmış boş zaman aktiviteleri olmadığında ve yoğun çalıştıklarında ise, stres düzeylerinin yükseldiklerini tespit etmişlerdir. Bu bağlamda, çalışanlar üzerinde en fazla stres yaratan faktörün iş yükü olduğu görülmektedir.

Çalışan stresiyse örgütsel davranış çıktıları arasında da araştırmacılar tarafından çalışmalar yapılmıştır. Ross (1997) konaklama işletmeleri çalışanları üzerinde yapmış olduğu araştırmada, çalışan stresini azaltmada en önemli faktörün örgütsel iletişimin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tiritoğlu (2006) konaklama işletmeleri çalışanları üzerine yaptığı araştırmada, stres faktörlerinin çalışanların iş bırakma davranışları üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çelik (2009) de Mersin'deki otel işletmelerinde müşteri ile iletişimde bulunan çalışanlar üzerinde yapmış olduğu araştırmada yıldırmanın iş stresini arttırdığını tespit etmiştir. Büte (2011), Algür ve Aktaş (2009) tarafından yapılan araştırmalarda kayırmacılığın çalışanlar üzerinde en fazla stres yaratan faktörlerden olduğunu tespit etmişlerdir. Kılıç ve diğerleri (2013) ise, Afyon'da faaliyet gösteren otel işletmesi çalışanları üzerinde yapmış oldukları araştırmada örgütsel sessizlik ile stres arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Performans ile stres arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmada ise Borş (2010), stres ve performans arasında pozitif bir ilişki tespit etmiştir. Bu araştırmalardan da görüleceği üzere stresin farklı örgütsel çıktılarla ilişkisi vardır.

İŞ YAŞAM DENGESİ

İnsanların hayatta farklı rolleri aynı anda gerçekleştirmeye çalışması, bedensel ve ruhsal olarak strese neden olmaktadır. Kişi aynı anda hem anne-baba, hem otel işletmesinde bir çalışan, hem müdürlerin yanında bir ast, hem anne-babasının yanında onlara yardımcı olan bir evlat olmak zorundadır. Bu rol çeşitliliği karşısında insanların işle ilgili düzenlemelerini özel hayatlarını dikkate almadan gerçekleştirdikleri durumlarda önemli sıkıntılar yaşanmaktadır. İş yaşamının öne çıktığı durumlarda kişi, evine ve özel hayatına yeterince zaman ayıramadığı için mutsuz olmaktadır ve işten ayrılma eğilimi sergilemektedir. Bu sebeple iş yaşam dengesi kavramı, özel yaşam ve iş yaşamını bir arada götürmeye vurgu yapan yönüyle günümüz çalışanı için çok önemli bir olguya işaret etmektedir (Türkay ve Bayraktaroğlu, 2010).

İş yaşam dengesi kavramının kökeni 1930'lara dayanmaktadır. II. Dünya Savaşından önce, W. K. Kellog adında bir şirket ilk kez üç adet sekiz saatlik vardiya yerine dört adet 6 saatlik vardiya oluşturarak, çalışanların moralini ve verimliliğini artırmayı başarmıştır. R. M. Kanter'in 1977 yılında basılan "Work and Family in the United States: A Critical

Review and Agenda for Research and Policy” adlı kitabı, iş yaşam dengesi konusunu örgütlerin ve araştırmacıların ilgisine sunmuştur (Kanter’den akt. Küçükusta, 2007, s. 35).

İş yaşam dengesi yalnızca bir alana ya da kurama bağlı olmayıp disiplinlerarası niteliktedir. İş yaşam dengesini açıklayan başlıca kuramlar; akılcı bakış açısı kuramı, taşma kuramı, telafi kuramı, katkı kuramı ve çatışma kuramıdır. Akılcı bakış açısı kuramı çalışanların iş yaşam dengesizliği yaşamasının nedeni olarak zamanın sınırlı olması varsayımına dayandırmaktadır. Tasma kuramı, iş yaşamında yaşanan bir durum aileyi, ailede yaşanan bir durum da iş yaşam dengesini etkileyecektir. Telafi kuramına göre, iş ve iş dışı yaşam arasında karşılıklı bir ilişki vardır. Kişiler hayatlarını daha anlamlı ve tatmin edici bir şekilde yaşamak için her iki yaşamlarında da bir diğerinde eksik olan şeyleri telafi etme çabası içerisine girmektedirler. Katkı kuramı, kişisel ve örgütsel unsurların birbirleri üzerinde etkili olarak çalışanın genel yaşam doyum düzeylerini etkilediği varsayımına dayanmaktadır. Çatışma kuramında ise, hiç kimsenin iş ya da aile yaşamında üstlendiği rol tek başına çatışmaya yol açmamakta, çatışmaya yol açan rollerin gereği olarak, üstlendiği sorumluluk ve yükümlülükleri kişi üzerinde birbiriyle uyumsuz talepler ortaya çıkarmaktadır (Güzel ve Özgül, 2014).

Literatürde iş yaşam dengesiyle ilgili farklı çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Lin ve diğerleri (2014) turizm sektöründe çalışanlar üzerinde yapmış oldukları araştırmada iş boş zaman çatışmasının tükenmişliği artırdığını, çalışanların boş zaman faaliyetlerine katıldıklarında kendilerini iyi hissettiklerini ve bunun da olası tükenmişliği azalttığını tespit etmişlerdir. Aynı araştırmada, sosyal desteğin iş boş zaman dengesiyle tükenmişlik arasında aracı rolü oynadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla, sosyal desteğin iş yaşam dengesi çatışmasını azaltmada önemli rolünün olduğu görülmektedir. Lin ve diğerleri (2013) yaptıkları başka bir çalışmada iş boş zaman çatışması yaşayan turizm çalışanlarının yaşam kalite düzeylerinin düştüğü, bununla birlikte boş zaman düzeylerinden memnun olan çalışanların iş ve yaşam tatminlerinin yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı zamanda misafirlerle yüz yüze çalışanların boş zaman aktivitelerini iş yaşam çatışmasını engellemek için kullandıkları bu araştırma sonucunda görülmektedir. Omar (2013), standart dışı çalışma saatlerinin iş yaşam dengesi, duygusal bağlılık ve çalışanların memnuniyetlerini etkileyen unsurlar olduğunu tespit etmiştir. Turunç ve Çelik (2010) de örgütsel iletişimin iş yaşam dengesi üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Bu bağlamda, turizm çalışanları üzerinde iş yaşam dengesini etkileyen farklı örgütsel çıktıların olduğu yapılan araştırma sonuçlarıyla görülmektedir.

OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN DUYGUSAL ZEKA, İŞ YAŞAM DENGESİ VE İŞ STRESİ İLİŞKİSİ

Emek-yoğun bir yapıya sahip otel sektöründe faaliyet gösteren tüm işletmelerde işgücünün önemi diğer sektörlerde göre daha fazladır. Özellikle, makineleşme oranının yüksek olduğu işletmelere göre, otel işletmelerinin, üretimde yanlış yapma olasılığı daha yüksek olmaktadır. Çünkü bu işletmelerdeki üretim büyük ölçüde insan emeğine dayanmaktadır

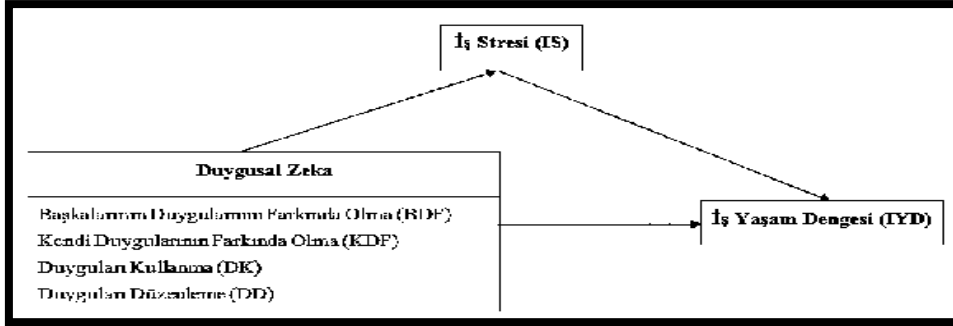
ve bu durumda müşteriye standart hizmet sunulması güçleşmektedir (Akoğlan Kozak, 2012; Güzel ve Özgül, 2014). Çalışanın iş stresi, hizmeti verdiği sırada taşıdığı duygu ve düşünceleri, hizmetin kalitesini etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, otel işletmelerinde çalışanın iş stresi ile müşterilerin memnuniyeti, hizmetin kalitesi ve işletmenin başarısı arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda otel işletmelerinde çalışanların iş stresi önemli bir olgudur. Sektörün mevsimlik özelliği, uzun çalışma saatleri ve stresli çalışma ortamı gibi nedenler kişinin gergin olmasına neden olmakta ve dolayısıyla aile hayatını da olumsuz yönde etkilemektedir. Kişinin yaşadığı iş aile dengesizliğinin iş stresini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Tütüncü ve Demir, 2003; Güzel ve Özgül, 2014).

Duyguların kontrolünde bireyin sahip olduğu duygusal zeka onun bireysel iş başarısı kadar örgütsel başarısını da etkilemektedir. İnsan ilişkilerinde bu durumu sağlamak ve uygun stratejiyi belirleyebilmek için kendi duygularını tanıyarak olmak, karşı tarafın olası olaylar karşısında ne gibi tepkiler vereceğini, ne gibi duygularla hareket edeceğini veya başka bir ifadeyle ne gibi stratejiler belirleyeceğini kestirebilme becerisi gösterebiliyor olması gerekmektedir (Genç, 2013). İş yaşam dengesini sağlayamayan çalışanlardan, etkili ve verimli bir performans beklemek, çok rasyonel bir yaklaşım değildir. Stres yaşayan çalışanlar, örgütün performansını sadece kendileri açısından etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda örgüt içinde beraber çalıştıkları iş arkadaşlarını da olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Saldamlı (2000) otel çalışanları üzerine yapmış olduğu araştırmada, çalışanların büyük çoğunluğunun iş nedeniyle aile ve sosyal yaşamlarına zaman ayıramamalarının strese neden olduğunu tespit etmiştir. Aghdasi ve diğerleri (2011) tarafından yapılan araştırmada duygusal zekanın iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı bulunmuştur. Houge Mackenzie ve Kerr (2013) çalışmalarında ise, negatif duyguların potansiyel stres kaynakları olduğunu tespit etmişlerdir. Cleveland ve diğerleri (2007) tarafından yapılan araştırmada, uzun çalışma saatlerinin iş yaşam dengesini olumsuz etkilediğini ve bunun da iş stresi yarattığını tespit etmişlerdir. Hisli Şahin ve diğerleri (2009) duygusal zekanın iş stresi üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Bu bağlamda, çalışanların kendilerinin ve başkalarının duygularını algılama ve yönlendirme tarzlarında belirleyici olan duygusal zekalarını kullanmaları iş stresi ve iş yaşam dengesi ilişkisini etkileyeceği söylenebilir.

ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Şekil 1. Araştırma Modeli



Yukarıdaki araştırma modeline dayanarak oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H₁: Otel işletmelerinde çalışanların başkalarının duygularının farkında olması (BDF), iş stresini (IS) artırır.

H₂: Otel işletmelerinde çalışanların kendi duygularının farkında olması (KDF), iş stresini (IS) azaltır.

H₃: Otel işletmelerinde çalışanların duygularını kullanması (DK), iş stresini (IS) artırır.

H₄: Otel işletmelerinde çalışanların duygularını düzenlemesi (DD), iş stresini (IS) artırır.

H₅: Otel işletmelerinde çalışanların başkalarının duygularının farkında olması (BDF), iş yaşam dengesini (IYD) artırır.

H₆: Otel işletmelerinde çalışanların kendi duygularının farkında olması (KDF), iş yaşam dengesini (IYD) artırır.

H₇: Otel işletmelerinde çalışanların duygularını kullanması (DK), iş yaşam dengesini (IYD) artırır.

H₈: Otel işletmelerinde çalışanların duygularını düzenlemesi (DD), iş yaşam dengesini (IYD) azaltır.

H₉: Otel işletmelerinde çalışanların iş stresi (IS), iş yaşam dengesini (IYD) azaltır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada veriler, alanyazına dayalı olarak geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette katılımcıların özelliklerini belirlemeye yönelik 3 adet açık uçlu ve 4 adet kapalı uçlu soruların dışında üç ölçek yer almaktadır.

İlk ölçek Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen Duygusal Zeka Ölçeği (Wong & Law Emotional Intelligence Scale)'dir. Ölçekte başkalarının duygularını kullanma 4 madde, kendi duygularını kullanma 4 madde, duyguları kullanma 4 madde ve duyguları

düzenlemeye yönelik 4 madde bulunmaktadır. Ölçek Büyüker İşler ve Atilla (2013) tarafından geçerliliği ve güvenirliği belirlendiği haliyle kullanılmıştır.

İkinci ölçek Küçükusta'nın (2007) Cohen, Kamarck ve Mermelstein (1983) tarafından geliştirilen ölçekten uyarladığı 4 maddelik iş stresi ölçeğidir. Çalışmadan, geçerliliği ve güvenirliği Küçükusta (2007) tarafından belirlendiği haliyle yararlanılmıştır. Son ölçek 2007 yılında Özdevecioğlu ve Aktaş Alan'ın, Stephen ve Sommers ile Greenhouse'un ölçeklerinden yararlanarak geliştirdikleri 11 maddelik iş yaşam dengesi ölçeğidir. Çalışmadan, geçerliliği ve güvenirliği Özdevecioğlu ve Aktaş Alan (2007) tarafından belirlendiği haliyle yararlanılmıştır.

Her üç ölçeğin yanıt kategorileri 5'li likert tipi ölçek derecelemesine tabi tutulmuştur. Duygusal Zeka (başkalarının duygularını kullanma, kendi duygularını kullanma, duyguları kullanma ve duyguları düzenleme) ölçeğinin yanıt kategorileri, (1) "Kesinlikle Katılmıyorum" (5) "Kesinlikle Katılıyorum" ifade edecek şekilde derecelenmiştir. İş stresi ve iş yaşam dengesi ölçekleri ise, (1) "Hiçbir Zaman" (5) "Her Zaman" ifade edecek şekilde derecelenmiştir.

Araştırmanın evrenini, Alanya'da faaliyet gösteren 39 adet 5 yıldızlı otel işletmesi çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamak için 2014 yılı Haziran ayı itibariyle çalışmalara başlanmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veriler elde edilirken evrende yer alan tüm otellere ulaşılmaya çalışılmıştır; ancak örnekleme yer alan 15 adet otele ulaşılmıştır. Ulaşılan otellerde yer alan istatistik birimleri yüz yüze görüşülerek anket formlarının doldurulması sağlanmıştır. Zaman ve mali kısıtlardan dolayı kimi otellere anket formlarından bırakılmış ve daha sonra formlar toplanmıştır. Sonuç olarak çalışanlara toplam 250 adet anket ulaştırılmış ve bunlardan 187'sine geri dönüş sağlanmıştır. Hatalı ve eksik doldurulan anket formları değerlendirmeye alınmamış ve 174 çalışanın anket formlarına verdiği bilgiler değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada veri toplama sürecinin devam ediyor olması, istenilen örneklem büyüklüğüne ulaşılamaması araştırmanın önemli bir sınırlılığıdır. Ancak örneklem büyüklüğünün minimum 100 ile 200 arasında olması gerektiğini belirten Sapnas'ın (2004) çalışmasına dayanarak otel işletmelerinde yapılan bu çalışmanın örneklem büyüklüğü yeterli olarak kabul edilmiştir. Analizlerde tanımlayıcı istatistiksel ve yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi için AMOS 21.0 kullanılmıştır.

BULGULAR

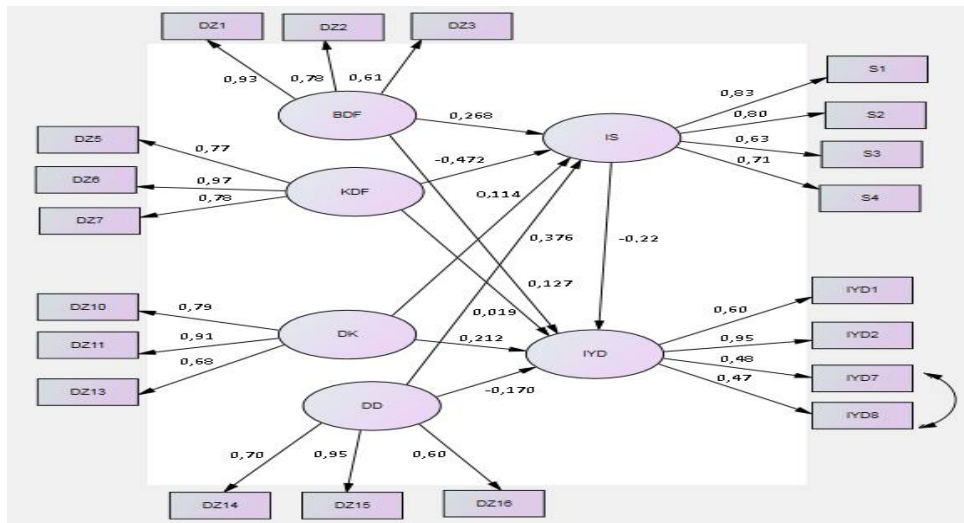
Araştırmaya katılan 174 çalışanın % 59'u erkek, % 72'si bekindir. Katılımcıların ortalama yaşı $25,7 \pm 5,556$ olarak gerçekleşmiştir. Eğitim durumuna bakıldığında mod sınıfının ortaöğretim olduğu görülmektedir. İşletme içindeki konuma bakıldığında da, % 75'i çalışanlardan, % 9'u alt düzey yöneticilerden, % 15'i orta düzey yöneticilerden, % 1'i ise üst düzey yöneticilerden oluşmaktadır. Katılımcıların % 2'si 8 saat çalışmakta, % 47'si 9-11 saat, % 51'i 12 saat ve üzeri çalışmaktadır. Bu bağlamda, 8 saat ve üzeri çalışan sayısının fazlalığı (% 97,7) sektörün durumunu da ortaya koymaktadır.

Faktörlere (boyut ya da gizil değişkenlere) yönelik ölçeklerin güvenirlikleri araştırılmış ve ölçekler güvenilir bulunmuştur. En yüksek güvenirlik duyguları kullanma ölçeğinde elde edilmiş ve Cronbach α 0.833 olarak hesaplanmıştır. Benzer şekilde iş stresi ölçeği için 0.823, başkalarının duygularının farkında olma için 0.818, kendi duygularının farkında olma ölçeği için 0.783, duyguları düzenleme için 0.772 olarak hesaplanmıştır. En düşük Cronbach α istatistiği 0.718 olarak iş yaşam dengesi ölçeğinde hesaplanmıştır.

Araştırmanın temel amacı duygusal zeka, iş stresi ve iş yaşam dengesi arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaçla da değişkenler arasında yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. Yapısal eşitlik modeli, eğer parametre değerleri tahmin edilebilirse güvenlidir. Bu desteklenen bir modeli gerektirir. Modelin desteklenmesi için ise modelin pozitif serbestlik derecesine sahip olması gereklidir. Modelin uygunluğunun belirlenmesinde ve parametre değerlerinin tahmin edilmesinde örnek büyüklüğü etkilidir (Byrne, 1998).

Çalışmada örnek büyüklüğünün yeterliliğini gösteren (χ^2/df) ile uyum iyiliği indeksleri (RMSEA, CFI, PNFI, GFI, NFI, AGFI) kullanılmıştır. Tüm boyutlar dikkate alınarak kurulan modelde χ^2/df için iyi uyum görülmektedir. Bu nedenle ölçüm modelinde değişiklikler yaparak ifade eleme yöntemi uygulanmıştır. İfade eleme (modification indices) ve artık değerler (residuals) veriler ile model arasındaki uyumu, veriler arası nedensel ilişkileri ya da verilerin normal dağılımını olumsuz yönde etkileyerek ve modeli bir bütün olarak geçersiz kılabilir (Byrne, 1998). İfade eleme ve artık değerler incelenmiş, yüksek düzeyde hatalı değişkenler modelden çıkartılmıştır. Modifikasyon sonucunda oluşturulan modelde tüm uyum iyiliği indeksleri kabul sınırları ($\chi^2=428,118$; $df=153$; $p=0,000$; $\chi^2/df=2,798$; RMSEA=0,072; CFI=0,993; PNFI=0,64; GFI=0,92; NFI=0,90; AGFI=0,85) içerisinde (Meydan ve Şeşen, 2011). Sonuç olarak bulgular yapısal modelin kabul edilebilirliğini desteklemektedir. Yapısal modelde yer alan parametreleri gösteren AMOS çıktısı Şekil 2’de görülmektedir.

Şekil 2. Model İçin Değişkenler Arası Yollar ve İlişkiler



Yapısal model sonuçları, duygusal zeka ile iş stresi ve duygusal zeka ile iş yaşam dengesi arasında ayrı ayrı olarak anlamlı ilişkiler olduğunu doğrulamaktadır. Çalışanların iş yaşam dengesine yönelik kurulabilecek regresyon modeli de;

$IYD = -0.22 * IS + 0.127 * BDF + 0.019 * KDF + 0.212 * DK - 0.170 * DD$ şeklinde yazılabilir. Tablo 1’de yapısal modelin hipotez testi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 1. Yapısal Modelin Hipotez Testi Sonuçları

		Std. Tahmin (MLE)	St. Hata	T	Hipotez Sonucu
BDF →	IS	0,268	0,078	3,416	H ₁ = Desteklendi
KDF →	IS	-0,472	0,063	-7,521	H ₂ = Desteklendi
DK →	IS	0,114	0,136	0,840	H ₃ =Desteklenmedi
DD →	IS	0,376	0,117	3,225	H ₄ = Desteklendi
BDF →	IYD	0,127	0,040	3,223	H ₅ = Desteklendi
KDF →	IYD	0,019	0,029	0,636	H ₆ =Desteklenmedi
DK →	IYD	0,212	0,075	2,830	H ₇ = Desteklendi
DD →	IYD	-0,170	0,061	-2,781	H ₈ = Desteklendi
IS →	IYD	-0,220	0,030	-0,719	H ₉ =Desteklenmedi

Araştırma modelinde gösterilen duygusal zekaya ilişkin bağımsız değişkenlerin, iş stresi ve iş yaşam dengesiyle ilgili bağımlı değişkenler üzerindeki etkileri yapısal eşitlik modeliyle analiz edilmiş ve şekil 2’de ortaya konulmuş, aşağıdaki şekilde yorumlanmıştır. Duygusal zeka boyutlarından ilki BDF’dir. Analiz sonuçlarına göre BDF’nin IS üzerinde 0,27 düzeyinde bir değişim etkisine sahip olduğu görülmüştür ($t=3,42$; $p<0,01$). Çalışanlar başkalarının duygularının farkında olduklarında iş stresleri artmaktadır. Yine araştırma sonuçlarına göre iş stresi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip duygusal zeka düzeyi KDF’dir ($t=-7,52$; $p<0,01$). KDF’nin IS üzerinde -0,47 düzeyinde bir değişim etkisine sahip olduğu görülmüştür. Çalışanlar kendi duygularının farkında olduklarında iş stresleri azalmaktadır. Bu bağlamda otel işletmelerinde çalışanların BDF’si, IS’sini artırır H₁ ile otel işletmelerinde çalışanların KDF’si, IS’sini azaltır H₂ kabul edilmiştir. Duygusal zeka boyutlarından DK’nin IS üzerinde anlamlı herhangi bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir ($t=0,84$; $p>0,05$). Dolayısıyla otel işletmelerinde çalışanların DK’si ile IS’si arasında herhangi bir ilişki bulunamadığından H₃ desteklenememiştir. Duygusal zeka boyutlarından DD’nin IS üzerinde 0,38’lik bir değişim etkisine sahip olduğu görülmüştür ($t=3,23$; $p<0,01$). Otel işletmelerinde çalışanların DD’si IS’sini arttırdığından H₄ desteklenmiştir. Yani çalışanlar duygularını düzenlediklerinde iş stresleri artmaktadır.

Şekil 2’de duygusal zeka boyutlarının iş yaşam dengesi üzerindeki etkileri de incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre BDF’nin IYD üzerinde 0,13 düzeyinde bir değişim etkisine sahip olduğu görülmüştür ($t=3,22$; $p<0,01$). Çalışanlar başkalarının duygularının farkında olduklarında iş yaşam dengesi artmaktadır. Yine araştırma sonuçlarına göre DK’nin IYD üzerinde 0,21 düzeyinde bir değişim etkisine sahip olduğu ($t=2,83$; $p<0,05$), DD’nin ise IYD üzerinde -0,17’lik bir değişime sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda

H₅, H₇ ve H₈ desteklenmiştir. Bununla birlikte KDF'nin IYD üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir ($t=0,64$; $p>0,05$). Dolayısıyla otel işletmelerinde çalışanların KDF'si ile IYD'si arasında herhangi bir ilişki bulunamadığından H₆ desteklenememiştir. Şekil 2'de duygusal zeka boyutlarının IS ve IYD üzerindeki etkilerine bakıldığı gibi IS'nin IYD üzerindeki etkileri de incelenmiştir. Otel işletmelerinde çalışanların IS'si ile IYD'si arasında herhangi bir ilişki bulunamadığından ($t=-0,72$; $p>0,05$) H₉ desteklenememiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmada tek model üretilmiş ve test edilmiştir. Modelde duygusal zekanın iş stresi ve iş yaşam dengesine etkileri incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda otel işletmelerinde çalışanların duygusal zekalarının iş stresi ve iş yaşam dengesi üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Buna göre çalışanların başkalarının duygularının farkında olduklarında iş streslerinin arttığı görülmüştür. Ancak bu durum pek çok araştırma sonucuyla farklılık göstermektedir (Öztürk, 2006; Sirem, 2009; Agbolou, 2011). Bu durumu bir örnekle açıklayacak olursak; bir resepsiyonistin oteldeki tüm turistlerin sorunlarına duyarlılık göstermesi; ancak bu sorunu etkili bir şekilde çözmemesi iş stresinin artmasına neden olabileceği düşünülmektedir. Çünkü duygusal zekaya sahip olan çalışanların başkalarının sorunları üzerindeki hassasiyet düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum da çalışanlar üzerinde stres yaratabilmektedir (Houge Mackenzie ve Kerr, 2013). Modelde çalışanın kendi duygularının farkında olduğunda ise, iş stresinin azaldığı gözlemlenmiştir. Bu sonuç pek çok araştırmayla da desteklenmiştir (Öztürk, 2006; Sirem, 2009; Agbolou, 2011). Çalışanların duygularını kullandıklarında iş streslerinde bir artışa neden olduğu bulunmuştur. Ancak, bu durum modelde istatistiksel açıdan anlamlı bulunamamıştır. Villard (2004) da benzer bir çalışmada değişkenler arasında bir ilişki bulamamıştır. Duygusal zeka boyutlarından biri olan duygu düzenleme kullanıldığında iş stresinin arttığı tespit edilmiştir. Bu durum yapılan pek çok araştırmayla farklılık göstermekte (Öztürk, 2006; Agbolou, 2011) ve literatüre bu açıdan bir katkı sağladığı değerlendirilmektedir. Ancak, örneklem sayısının artmasıyla bu durumun değişebileceği düşünülmektedir.

Otel işletmelerinde çalışanların duygusal zekalarının ve iş yaşam dengesinin incelendiği modelde kendi duygularının farkında olma ile iş yaşam denge ilişkisi dışındaki tüm boyutlar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Duygusal zekalarını kullanan çalışanların iş yaşam dengesini dengelediği araştırma sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu araştırma sonucu bu alanda yapılmış araştırma sonuçlarıyla desteklenmektedir (Hedayati, 2007; Koubova ve Buchko, 2013; Min, 2013). Duygusal zeka boyutlarından duygu düzenlemeyi kullanan çalışanların iş yaşam dengesinin azaldığı tespit edilmiştir. Bu durum yapılan çalışmalardan farklı bir sonuç olarak görülebilir. Bunu da araştırmaya katılan çalışanların büyük çoğunluğunun (%71,8) bekar olması ve iş aile dengesini henüz kuramamalarıyla açıklanabilir.

Modelde iş stresiyle iş yaşam dengesi arasındaki ilişki de incelenmiştir. İş stresiyle iş yaşam dengesi arasında ters yönlü ilişki olmasına rağmen bu durum istatistiksel açıdan yeterli kanıt oluşturamamıştır. İş yaşam dengesiyle iş stresi arasında ters yönlü bir ilişki olduğu birçok araştırma tarafından desteklenmektedir (Cleveland, 2007; Saldamlı, 2000; Min, 2013). Örneklem sayısının artırılmasıyla bu ilişkinin anlamlı hale geleceği düşünülmektedir.

Araştırmada otel işletmesi çalışanlarının duygusal zeka düzeylerinin iş stresi ve iş yaşam dengesi arasındaki ilişki incelenmiştir. Buradan çıkan sonuca göre, çalışanların duygusal zekalarının iş stresi ve iş yaşam dengesi üzerinde anlamlı etkileri görülmektedir. Bir çok araştırmada duygusal zekanın bilişsel zekaya göre geliştirilebilir yapıya sahip olduğu ifade edilmektedir (Goleman, 2005; Cooper ve Sawaf, 2010). Bu nedenle örgüt içi eğitim programları ve sunumlarla çalışanların duygusal zekalarına yönelik farkındalıklarının artırılması, duygusal zeka düzeylerinin geliştirilmesi sağlanabilir. Bu eğitimlerin hazırlanmasında ve sunulmasında kişisel gelişime yönelik danışmanlık hizmeti veren kurumlara veya üniversitenin konuyla ilgili araştırmaları bulunan akademisyenlere başvurmak verilen eğitimin kalitesini ve amacına ulaşma düzeyini arttıracaktır. Bununla birlikte, çalışanların iş stresini azaltmak ve iş yaşam dengesini arttırmak için işletmelerin çalışanların çalışma saatlerini mümkün olduğu kadar sekiz saati geçilmemesine özen göstermeleri gerekmektedir. Eğer bu durum mümkün değilse sekiz saati geçen çalışana mesai ücreti verilmesi gerekmektedir. Yöneticilerin çalışanların duyguları olduğunu unutmamaları gerekir. Bunun için örgüt içinde bir takım ruhu yaratılmalıdır. Otel yöneticilerinin çalışanların iş stresini azaltmak için belli dönemlerde personel gecesi, piknik, barbekü partisi vb.; ayrıca yılın belli dönemlerinde spor turnuvaları düzenlemeli ve sosyal aktivitelerle işletme içinde birlik oluşturulmalıdır. Araştırmada aracılık etkileri ele alınmamış, doğrudan ilişkiler incelenmiştir. Araştırmacılar iş stresi dışında tükenmişlik, işten ayrılma niyeti, motivasyon, yaşam doyumu gibi başka duygu temelli sonuç değişkenlerini bağımlı değişken olarak alıp inceleyebilirler.

Araştırmada birkaç sınırlılık ortaya çıkmaktadır. Araştırma ilk olarak Antalya İlinin Alanya İlçesinde bulunan beş yıldızlı otel işletmeleri çalışan ve yöneticilerine yöneliktir. Bu anlamda çalışmanın sadece bu ilçeye yönelik genellenmesi söz konusudur. Çalışma turizm sektörüne yönelik bir çalışma olmakla birlikte sadece beş yıldızlı konaklama işletmelerini kapsamaktadır. Benzer bir çalışmanın diğer sınıflı konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve seyahat acentaları çalışanlarına yönelik uygulanarak tüm sektörü kapsayacak biçimde tekrarlanması ve uygulanması yerinde olacaktır.

KAYNAKÇA

Aghdasi, S., Kiamanesh, A. R. & Ebrahim, A. N. (2011). Emotional Intelligence and Organizational Commitment: Testing the Mediatory Role of Occupational Stress and Job Satisfaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29, 1965-1976.

- Agbolou, K. (2011). *Relationship Between Emotional Intelligence and Job Satisfaction: A Correlational Analysis of A Retail Organization* (Unpublished PhD Thesis), University of Phoenix, Arizona.
- Akoğlan Kozak, M. (2012). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY). Meryem Akoğlan Kozak (Ed.), *Otel İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, M. (1998). Otel İşletmelerinde Stres Faktörleri. *Turizmde Seçme Makaleler*: 29, *TUGEV Yayınları*, No: 46.
- Akova, O. ve Işık, K. (2008). Otel İşletmelerinde Stres Yönetimi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 17-44.
- Algür, S. ve Aktaş, A. (2009). Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Stres, Motivasyon ve İş Tatmin Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Olarak Alanya Bölgesinde Yapılan Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6(2), 6-14.
- Aydın Tükel Türk, Ş. ve Topaloğlu, C. (2010). Bireysel Gelişimde Duygusal ve Sosyal Zeka. Ömür N. Timurdanday Özmen ve Cafer Topaloğlu (Ed.), *Çalışma Yaşamında Bireysel Gelişim Turizm İşletmelerinden Örnekler ve Uygulamalar*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Aydın, Ş. (2004). Otel İşletmelerinde Örgütsel Stres Faktörleri: 4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(4), 1-21.
- Baltaş, A. ve Baltaş, Z. (2000). *Bedenin Dili. İletişim Becerilerinizin Anahtarı Sessiz Diliniz*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Borş, D. (2010). *Konaklama İşletmelerinde Stresin Çalışan Performansına Etkileri: Belek'teki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Büte, M. (2011). Nepotizm ve İş Tatmini İlişkisinde İş Stresinin Aracı Rolü Var mıdır?. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 175-184.
- Büyüker İşler, D. ve Atilla, G. (2013). Duygusal Zeka ve Dürtüsel Satın Alma Davranışı İlişkisi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 26, 180-206.
- Byrne, B. M. (1998). *Structural Equation Modeling, with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications and Programming*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cleveland, J. N., O'Neill, J. W., Himmelright, J. L., Harrison, M. M., Crouter, A. C. & Drago, R. (2007). Work and Family Issues in the Hospitality Industry: Perspectives of Entrants, Managers, and Spouses. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 275-298.
- Cooper, K. R. & Sawaf, A. (2010). *Liderlikte Duygusal Zeka: Yönetim ve Organizasyonda Duygusal Zeka*. (Çev. Zelal Bedriye Ayman ve Banu Sancar), İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Çelik, N. (2009). *Konaklama İşletmelerinde Çalışanlara Yönelik Yıldırma Davranışları (Mobbing) ve İş Stresi: Mersin İli Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Bölgelerinde Bir Çalışma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 167-184.
- Demir, M. (2010a). Örgütsel Sapma Davranışının Kontrolünde Duygusal Zekanın Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 196-207.

- Demir, M. (2010b). Örgütsel Çatışma Yönetiminde Duygusal Zekanın Etkisi: Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11(2), 199-211.
- Eren, E. (2012). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Genç, V. (2013). *Alanya'daki Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek ve Duygusal Zeka Düzeylerinin İş Tatminine Etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Goleman, D. (2005). *Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?*. (Çev. Banu Seçkin Yüksel), İstanbul: Varlık Yayınları.
- Gürbüz, S. ve Yüksel, M. (2008). Çalışma Ortamında Duygusal Zeka: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 174-190.
- Güzel, B. ve Özgül, E. (2014). Turizm İşletmelerinde İş-Aile Yaşamı Çatışması. Şule Aydın Tükel Türk, Nilüfer Şahin Perçin ve Berrin Güzel (Ed.), *Turizm İşletmelerinde Çalışan İlişkileri Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hedayati, F. N. (2007). *An Exploration of the Effects of Emotional Intelligence on Work-Life Balance, Above and Beyond Personality Components in Working, Graduate and Undergraduate Students* (Unpublished PhD Thesis), California School, California.
- Hisli Şahin, N., Güler, M. ve Basım, N. (2009). A Tipi Kişilik Örüntüsünde Bilişsel ve Duygusal Zekanın Stresle Başa Çıkma ve Stres Belirtileri ile İlişkisi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 20(3), 243-254.
- Houge Mackenzie, S. and Kerr, J. H. (2013). Stress and Emotions at Work: An Adventure Tourism Guide's Experiences. *Tourism Management*, 36, 3-14.
- Kaya, İ. ve Akoğlu Kozak, M. (2006). Kariyer Uygulamaları ve Duygusal Zeka: Beş Yıldızlı Otel İşletmesinde Bir Araştırma. *III. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Çanakkale, 570-597.
- Kılıç, G., Saraçlı, S., Tunç, T. ve Kılıç, İ. (2013). Örgütsel Stresin Örgütsel Sessizlik Üzerine Etkisi: Beş Yıldızlı Termal Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 17-32.
- Koubova, V. & Buchko, A. A. (2013). Life-Work Balance Emotional Intelligence as a Crucial Component of Achieving Both Personal Life and Work Performance. *Management Research Review*, 36 (7), 700-719.
- Küçükusta, D. (2007). *Konaklama İşletmelerinde İş-Yaşam Dengesinin Çalışma Yaşamı Kalitesi Üzerindeki Etkisi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Lin, Y. S., Huang, W.S., Yang, C. T. & Chiang, M. J. (2014). Work-Leisure Conflict and Its Associations with Well-Being: The Roles of Social Support, Leisure Participation and Job Burnout. *Tourism Management*, 45, 244-252.
- Lin, J. H., Wong, J. Y. & Ho, C. H. (2013). Promoting Frontline Employees' Quality of Life: Leisure Benefit Systems and Work-to-Leisure Conflicts. *Tourism Management*, 36, 178-187.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Min, J. (2013). The Relationships Between Emotional Intelligence, Job Stress, and Quality of Life Among Tour Guides. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2013.839459>
- O'Neill, J. W. & Davis, K. (2011). Work Stress and Well-Being in the Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 385-390.
- Omar, M. K. (2013). Non Standard Work Arrangements and Affective Commitment: the Mediating Role of Work-Life Balance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 107, 4-12.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28,1-20.
- Öztürk, A. (2006). *Okul Öncesi Öğretmenlerinin Duygusal Zeka Yetenekleri İş Doyumları ve Tükenmişlik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Robbins, P. S. & Judge, A. T. (2012). *Örgütsel Davranış Organizational Behavior*. (Çev. Ed. İnci Erdem), İstanbul: Nobel Kitap.
- Ross, G. F. (1997). Career Stress Responses Among Hospitality Employees. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 41-51.
- Saldamlı, A. (2000). Otel İşletmelerinde Stres Kaynakları ve Çalışanlar Üzerindeki Etkileri: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(6), 288-302.
- Sapnas, K. G. (2004). Letters to the Editor: Determining Adequate Sample Size. *Journal of Nursing Scholarship*, 36(1).
- Sirem, S. (2009). *Duygusal Zeka Düzey ve İş Tatmini İlişkisinin Analizi: Afyonkarahisar İli Kamu Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Şakar Başkaya, N. (2009). *Otel İşletmelerinde Stres Yönetimi: İstanbuldaki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Ön Büro Bölümünde Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Tekin Acar, F. (2001). *Duygusal Zeka Yeteneklerinin Göreve Yönelik ve İnsana Yönelik Davranışları ile İlişkisi: Banka Şube Müdürleri Üzerine Bir Alan Araştırması* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Tiritoğlu, E. (2006). *Konaklama İşletmelerinde Stres Faktörlerinin İşgören Devir Hızına Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Tsaur, S. H. & Tang, Y.Y. (2012). Job Stress and Well-Being of Female Employees in Hospitality: The Role of Regulatory Leisure Coping Styles. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1038-1044.
- Tütüncü, Ö. ve Demir, M. (2003). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Kapsamında İşgücü Devir Hızının Analizi ve Muğla Bölgesi'nde Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi*, 5(2), 146-169.
- Villard, J. A. (2004). *Determining the Relationship Between Job Satisfaction of County Extension Unit Employees and the Level of Emotional Intelligence of Extension County Chairs* (Unpublished PhD Thesis), The Ohio State University, Ohio.

ÇALIŞANLARIN DUYGULARINI YÖNETME BECERİLERİNİN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: SABİHA GÖKÇEN HAVALİMANI ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Tülay GÜNEY
tulayguney@hotmail.com

Erkan TAŞKIRAN
Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
erkantaskiran@duzce.edu.tr

Emrah ÖZKUL
Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
emrahozkul@duzce.edu.tr

ÖZET

Bu araştırma, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı göstermede duygularını yönetme becerilerinin etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda; çalışanların demografik özellikleri, duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışları verilen ifadelerle ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma, Sabiha Gökçen Havalimanı'nın 320 çalışanı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada çalışanların duyguları yönetme becerilerinin, örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisini ölçmek için yapılan analizler neticesinde, duyguları yönetme becerilerinin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmada ayrıca katılımcıların duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının, demografik özelliklere bağlı olarak farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla analizler yapılmış; analizler sonucunda, duyguları yönetme becerilerinin demografik özelliklere bağlı olarak farklılık göstermediği, örgütsel vatandaşlık davranışlarının ise demografik özelliklerden eğitim ve sektörde çalışma süresine bağlı olarak farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın sonuç ve öneriler kısmında, araştırmanın bulguları değerlendirilmekte ve önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Duygu Yönetimi, Duyguları Yönetme Becerileri, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı*

GİRİŞ

Son yıllarda özellikle hizmet sektöründe yapılan birçok araştırma, organizasyonların verimini yükseltmeye ve müşteri memnuniyetini arttırmaya yöneliktir. Geçmişte örgütler; müşteriler ve pazar payı konusunda mücadele ederken, günümüzde en iyi çalışanı bulmak konusunda rekabet etmektedirler. Kurum kültürüne ve iş performansına uygun çalışanları bünyesinde toplayabilen ve üzerlerine düşenden fazlasını yapmaları konusunda çalışanları yüreklendiren kurumlar, yalnızca profesyonel anlamda değil duygusal anlamda da yetkinlik sahibi olarak görülmektedir (Baltaş, 2006).

Hizmet sektöründe hizmeti etkileyen de hizmetten etkilenen de insandır. Bu nedenle insanın, hizmet sektörünün olmazsa olmazı ve en değerli parçası olduğu söylenilebilir. Hizmet sektöründe insan unsuru, örgütlerin verimliliğini önemli ölçüde etkilemektedir.

Günümüz şartlarında kurumlar, örgüte uyum ve fayda sağlayacak hatta verilen görevin üstünde performans sergileyebilecek bireyler aramaktadır. Bireyler iş hayatına duygularından ayrı olarak gelmeleri mümkün olmamaktadır. Bu nedenle kişinin örgüt içerisinde farkında olarak ya da olamayarak yaptığı bir takım davranışlar üzerinde ise duyguların etkisi olduğu söylenebilir. Örgütün verimini arttırmaya yönelik olarak görülen örgütsel vatandaşlık davranışlarında ise aynı durum söz konusu olabilmektedir.

Havalimanları günde binlerce kişinin hizmet almak için ziyaret ettiği, diğer yandan birçok kişinin hizmet vermek için bulunduğu yerlerdir. Hizmet süreci yolcunun havalimanına girdiği andan itibaren başlar; uçuş öncesi, uçuş esnası ve uçuş sonrası faaliyetler olarak gruplandırılabilir. Bu süreçte yolcu ve havalimanında bulunan örgütler arasında birçok hizmet karşılaşması yaşanmaktadır. Bu karşılaşmalar, yolcuların hizmete yönelik kalite algısını ve dolayısıyla müşteri memnuniyetini büyük ölçüde etkilemektedir. Ancak bu hizmet karşılaşmalarının bir de müşteriler tarafından görünmeyen kısmı bulunmaktadır. Bu görünmeyen kısımda ise çalışanların örgütsel ya da bireysel olarak yaşadığı sıkıntılar da bulunmaktadır. Bireylerin ve örgütlerin bu sıkıntıları karşılayabilme, yönlendirebilme ve baş edebilmesi noktasında duyguları yönetme becerilerinden bahsedilebilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı; havalimanı çalışanlarının duygularını yönetme becerilerinin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Bu çalışmanın alt amaçlarını ise duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışı kavramlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği oluşturmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Duygu Yönetimi

İnsan varoluş gereği kendini ve çevresindekileri anlamakta ve onlarla iletişim kurmaktadır. Bu ilişkilerin sağlığı, insanın yaşamını büyük ölçüde etkilemektedir. Bireyin kendisi ve çevresi ile ilişkiler kurabilmesi ve bu ilişkileri sağlıklı bir şekilde yürütebilmesinde duygular büyük bir önem taşımaktadır. Goleman (1996,2010)'a göre duygu bir histir ve bu hissin getirdiği düşünceleri, psikolojik ve biyolojik halleri ve hareket eğilimini içermektedir. Bizi harekete geçiren bu biyolojik eğilimler; deneyimler ve kültür tarafından şekillendirilmektedir. Frijda (1986, s. 257) duyguyu; değişim için hazır olma, çevresel ve içsel öğelerle ilişkileri sürdürmenin dahil olduğu, edilgen hareket hazırlığı ve doğal hareket kontrolü olarak tanımlamaktadır. Duygu için birçok tanım yapılmakla birlikte en kapsamlı tanım Mayer ve Salovey tarafından ele alınmaktadır. Mayer ve Salovey (1990, s. 186)'e göre duygular; fizyolojik, bilişsel, güdüsel ve deneyimsel sistemler dahil, bir çok psikolojik alt sistemin sınırlarını aşan örgütlenmiş tepkiler olarak tanımlanmaktadır.

Hem iş yaşamında hem de günlük yaşamda sadece zekaya veya duyguya sahip olmak yeterli olmamaktadır. Bu noktada duyguların yönetimi, insanoğlunun yaptığı en büyük keşiflerden biri olduğu söylenebilmektedir. Artık duyguları yönetemeyen kişinin aklını da

yönetemeyeceği bilinmektedir. Aklın yönetimi, bütün zeka bölümlerinin birbiriyle uyumlu ve dengeli çalışmasıyla başarılmaktadır. Parlak bir zekanın sahibi bile eğer duygularını yönetmeyi başaramıyorsa başarılı olamamaktadır (Atabek, 1999, s. 11-12).

Goleman (1996)'a göre biri akılcı diğeri duygusal zihin olmak üzere iki zihnimiz bulunmaktadır. Bu zihinler birbiriyle uyum içinde ve farklı bilinç biçimlerini birbiriyle kaynaştırarak kişilerin hayatta yol almasına yardımcı olmaktadır. Duygu, akılcı zihnin işleyişine katkıda bulunmaktadır. Akılcı zihin ise duygusal verileri şekillendirmekte bazense reddetmektedir. Çoğu zaman bu iki zihin olağanüstü işbirliği içinde bulunmaktadır; duygu düşünceler için, düşünceler ise duygular için vazgeçilmez olmaktadır. Diğer yandan duyguların akılcı zihinden bağımsız olarak görüş edinebilen, kendilerine özgü bir zihinleri olduğu görülmektedir. Bu zihin ise duygusal zeka olarak adlandırılmaktadır.

Goleman (1998)'ın geliştirmiş olduğu duygusal zeka modeli'nin alt boyutu olan kişinin kendi duygularını yönetmesi (özenetim); kişinin kendi iç halini, dürtülerini ve kaynaklarını düzenleyerek yönetme olarak tanımlanmaktadır. Çeşitçioğlu (2003, s. 146)'na göre duygu yönetimi; davranışlar üzerinde duygusal zihnin egemenliğini engellemek için gerekli tedbirleri alarak beyni akılcı zihnin yönetiminde tutmaktır. Aynı zamanda duyguları iyi tanıyarak onlarla etkili bir şekilde başa çıkma yolunda bilinçli bir çaba göstermek, daha önceden bilinçaltında bastırılmış olan duyguları zararsız hale getirmek, son olarak da anı yaşama yetkisi kazanmaktır. Yaylacı (2006, s. 60) duygu yönetimini; “duyguların bireyi değil, bireyin duygularını etkili yönetmesi süreci” olarak ifade etmektedir. İnsanın sosyal yaşam içerisindeki birçok davranışının temelinde duygusal etkenler yer almaktadır. Bu bağlamda insan davranışlarının temelinde ya geçmişte yaşanan olayların duygusal etkileri ya da geleceğe yönelik hayaller belirleyici ve etkileyici olduğundan, duyguların etkili yönetimi burada anı yaşama bilincinde olmak ve yaşanan an içerisinde mevcut olmayan, bireyi bulunduğu an diliminden uzaklaştıran tetikleyicileri fark edebilmek olarak da kabul edilmektedir (Cüceloğlu, 2005).

Goleman (2002)'a göre duyguların yönetimi beş yeterliliği içermektedir. Goleman bu yeterlilikleri; kendini kontrol etme, güvenilirlik, vicdanlılık, uyumluluk, yenilikçilik olarak sıralamaktadır.

Araştırmanın ölçeği olan Duyguları Yönetme Becerileri Ölçeği'ni geliştiren Çeçen (2006), ölçeği oluşturan boyutları belirlerken Lewis (1994) 'in kuramsal olarak açıkladığı duyguları yönetme becerilerinin boyutlarını göz önüne almaktadır. Lewis duyguları yönetme becerilerini aşağıda sıralanmış boyutlarla açıklamaktadır.

Fizyolojik Tepkileri Fark Etme: İnsanlar çeşitli duygu oluşumları karşısında bedensel olarak bazı farklılıklar yaşamaktadır. Bu fizyolojik tepkiler; solunumda farklılaşma, kalp çarpıntısı, deri tepkileri (elektriklenme), kanallı bez faaliyetlerinde farklılaşmalar (ağız kuruması, tükürük bezlerinin çalışmayı durdurması, ter bezlerinin hızlanması), düz kaslarda farklılıklar (göz bebeklerinde büyüme, damarların büzülmesi ve gevşemesi), kanda

adrenalin yada şeker oranının artması, kan basıncında meydana gelen değişiklikler (öfkeliyken kızarma, korku anında sararma vb.) olarak ifade edilmektedir. Bedensel tepkileri fark edebilmek ve onları kontrol etmeye çalışmak Lewis'in duygu yönetimi için belirttiği boyutlarından birini oluşturmaktadır (Ünlü, 2001).

Duyguları Etkileyebilme: Duygusal zeka, duygusal empati yapabilmeyi, bireylerin duyguları arasında ince farkları görüp dikkate almayı, kendi güdülerini ve başkalarının güdülerini tanıyıp doğru şekilde değerlendirebilmeyi, buna uygun davranışlar gösterebilmeyi, duyguları kontrol edebilmeyi, değişen hayat şartlarına bağlı olarak bireylerin davranış ve duygularına yerinde ve uygun karşılıklar verebilmeyi gerektirmektedir (Doğan ve Demiral, 2007, s. 212).

Duyguları Sözel ve Davranışsal Olarak İfade Etme: İnsanlar duygularını sözlerle ya da tutumlarla ifade edebilmektedir. Bu ifade ediliş biçimi ne kadar sağlıklı olursa kişiler arası iletişimde o kadar sağlıklı olmaktadır. Daha öncede belirttiğimiz gibi kişinin yüz ifadesi, mimikleri, yüz ifadesinde en küçük bir değişiklik ayrıca konuşurken ses tonu, dilinin sürçmesi, kelimeler arasında çok derin veya çok sığ nefes alması, uzun duraklamalarda bulunması kişinin gerçek duyguları hakkında ipuçları vermektedir (Ekman, 2009). Duygunun karşı tarafa doğru iletilmesi duygu yönetimi açısından önem taşımaktadır.

Duygularla Başa Çıkma: Duygusal bir durumla başa çıkmak aksaklıkları bulma ve onları giderme beceri gerektirmektedir (Goleman, 1998, s. 41). Bu beceri duygu yönetiminde önemli bir yer tutmaktadır.

Çeçen (2006)'in geliştirdiği Duyguları Yönetme Becerileri Ölçeği'nde, Lewis'in yukarıda belirtilen 4 boyutuna ilişkin maddeler dışında, insanların yaşamları boyunca en çok etkileyen yıkıcı duygularından biri olan öfke duygusunun yönetilmesine dair maddeler de bulunmaktadır. Bu doğrultuda öfke yönetimi de duygu yönetiminin alt boyutu olarak ele alınmaktadır.

Öfke Yönetimi: Öfke uygun ifade edildiğinde, son derece sağlıklı ve doğal bir duygudur. Ancak kontrolden çıkıp yıkıcı hale dönüşürse okul hayatında, iş hayatında, kişisel ilişkilerde ve genel yaşam kalitesinde sorunlara yol açmaktadır. Öfkeyi doğru ifade etme becerisini kazanmaya öfke yönetimi denmektedir. Öfke yönetiminde temel amaç; saldırganlıktan uzak, şiddet içermeyen, kişinin kendisine ve çevresindekilere zarar vermeyecek şekilde duygusunu ifade etme becerisini kazanmasıdır (Kökdemir, 2004).

Yöneticilerin ve bireylerin değişen koşullara ve örgüt yapılarına hızla uyum sağlayabilmeleri, değişimi takip edebilmeleri, bulunduğu ortamdan memnuniyet duyabilmeleri, işine karşı duygusal aidiyet hissedebilmeleri ve iş ortamında duygusal doyum sağlayabilmeleri için duyguları iyi tanıyabilmeleri gerekmektedir. Ayrıca duyguların davranışları nasıl etkilediği, duyguların ifade ediliş biçimleri ve duyguların nasıl yönlendirilebileceği konularında daha donanımlı olmalarını zorunlu kılmaktadır. (Töremen ve Çankaya, 2008). Bu zorunluluk duygu yönetiminin önemi giderek

arttırmakta, duygunun bireyler ve örgütler için önemli bir kaynak olarak nitelendirilmesine neden olmaktadır.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgütsel vatandaşlık davranışı kavramı yönetim literatürüne Bateman ve Organ (1983) tarafından kazandırılmış olup, yaptıkları bu çalışmada “Fazladan Rol Davranışı” tanımını geliştirerek “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı” kavramını açıklamaktadırlar.

Organ (1997) ÖVD’nin, tanımlı görevlerin dışında fazladan rol davranışı olarak tanımlanmasının yeterli olmadığını; onun yerine Borman ve Motowidlo’nun (1993) çevresel performans tanımının daha yararlı olabileceğini ifade etmektedir. ÖVD kavramını, bireyin gönüllülük esasına dayalı, biçimsel ödüllendirme sistemi içinde doğrudan ve açık bir şekilde yer almayan, örgütsel fonksiyonları artırmaya yönelik olan bireysel davranışlar olarak tanımlamaktadır.

Organ bu tür gönüllü davranışları, iş sözleşmesinde belirtilen görev tanımlarında zorunlu tutulmayan, ihmali halinde ceza gerektirmeyen ve daha çok kişisel tercih sonucu sergilenen davranışlar olarak değerlendirmektedir (Podsakoff, Mackenzie, Paine ve Bachrach, 2000, s. 513).

Organ (1988) tarafından oluşturulmuş olan ve genel kabul görmüş ÖVD sınıflandırması beş boyuttan oluşmaktadır. Bu beş boyut aşağıda gösterilmektedir.

Özgecilik: İş görenlerin birbirlerine yardım etme duygusu vardır. Bu durumun özgecilik boyutu altında incelenebilmesi için yardım gerektiren konunun örgüte ve işle ilgili olması gerekmektedir.

Sivil Erdem: İşgörenin örgütün politik hayatına aktif ve sorumlu olarak katılması olarak tanımlanmaktadır. Organ sivil erdem davranışının yöneticiler tarafından desteklenme ihtimalinin düşük olduğuna ve işgörenlere kayda değer maliyetler yüklediği için en zor sergilenen örgütsel vatandaşlık davranışı olduğuna dikkat çekmektedir.

Vicdanlılık: Örgüt üyelerinin kimi rol davranışlarının kendilerinden beklenenin üzerinde sergilemesidir. İşe düzenli gelme işgörenin yükümlülükleri arasındadır fakat bazı durumlarda (sağlık, duygusal, psikolojik) bu yükümlülük gönüllü hal alabilmektedir. Bu gibi durumlarda bile işgöreninin işe gelme gayretinde bulunması vicdanlılık davranışına bir örnek olarak gösterilebilmektedir.

Nezaket: Örgütte iş yükümlülükleri sebebiyle sürekli iletişim içinde olmaları gereken, birbirlerinin işlerinden ve kararlarından etkilenen üyelerin sergiledikleri olumlu davranışlar olarak tanımlanmaktadır.

Sportmenlik: İşgörenlerin örgüt içerisinde gerginliğe ve çatışmaya sebep olabilecek olumsuz davranışlardan kaçınmalarını ve önemsiz sorunlardan dolayı şikayette bulunmamalarını öngören davranışlar bütünü olarak açıklamaktadır.

Örgütsel vatandaşlık davranışı, çalışanların ve yöneticilerin verimlilik düzeyini artırarak örgütün etkiliğine katkıda bulunmaktadır. Örneğin, deneyimli bir çalışan, örgüte yeni katılan çalışanların sosyalleşme sürecine gönüllü yardımcı olarak, onların örgüte daha iyi uyum sağlamalarına ve verimli olmalarına, böylece grubun ve birimin etkiliğine katkıda bulunmalarını sağlamaktadır (Sezgin, 2005, s. 19).

Duygu Yönetimi ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Bireyler hayatlarının her evresinde olduğu gibi iş yaşantısında da duygularıyla iç içedir. Bu nedenle bireyin özel hayatında sergilediği davranışlarında olduğu kadar, iş yaşamında sergilediği davranışlarında da duyguların etkili olduğu söylenebilir. Kurumsal duyguların iyi yönetildiği bir ortamda güven ve doğruluğa dayanan bir kurum kültürü yaratılabilmekte, nitelikli çalışanlar yetiştirilebilmekte, politikalar yerine sorunlar üzerine odaklanılabilmekte, değişim girişimlerine daha çabuk adapte olunabilmekte ve sağlam temellere dayanan ilişkiler kurulabilmektedir. Duygu yönetimi sayesinde kurumun başarısını etkileyen olumsuz duyguların önüne geçilmesi için harcanan zaman ortadan kalkmakta ve etkinlik sağlanabilmektedir (Demiral ve Doğan, 2007, s. 219). İşverenler tarafından gerçekleştirilen çalışanların duygularını şekillendirme ve kontrol çabası, yazılı kurallar şeklinde olabileceği gibi, yazılı olmayan bir şekilde de protokol ve beklentiler biçiminde veya kurum kültürünün bir parçası olarak da ortaya konabilmektedir. Çalışanlar ise kendilerinden beklenen şekilde davranabilmek için, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde çeşitli duygu yönetim metotlarını kullanmaktadır (Güngör 2009, s. 169).

Örgütlerin bir arada oluş amaçları; bulunulan örgütün verimini arttırmak, başarı elde etmek ve elde edilen başarının sürekliliğini sağlamaktır. Duygularını yönetebilen bireylerin örgüte olumlu katkılar sağlayacağı söylenilebilmektedir. Organ'a göre, iş süreçleri veya becerileri örgütsel rol performansını belirlemede önemliken moral faktörleri de örgütsel vatandaşlık davranışının belirleyicisidir ve bu konuda yapılan araştırmalarda, işgörenlerin belli bir zamandaki duygusal durumlarının onların daha çok örgütsel vatandaşlık davranışı göstermelerine sebep olduğu görülmüştür. Smith, Organ ve Near'a göre (1983) dışa dönük özelliğe sahip işgörenler, dış çevrelerine ve sosyal uyaranlara karşı daha duyarlı oldukları için örgütsel vatandaşlık davranışlarını göstermeye daha çok yatkındırlar. İçe dönük ve daha çok nevrotik bireyler, kendi endişeleriyle fazlasıyla meşgul olmalarından dolayı başka işgörenlerin problemleri ve örgütün gerekleriyle ilgilenmek için gerekli duygusallığa sahip olmadıkları için örgütsel vatandaşlık davranışlarını gösterememektedir (Atalay, 2005, s. 27-28). Bu bağlamda işgörenin duygusal durumunun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkili olup olmadığının belirlenmesi amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Öncelikle çalışmanın özgün bir niteliğe sahip olması açısından, diğer

yandan da literatüre katkıda bulunabilmek amacıyla, duygu yönetiminin bu zamana kadar yapılan çalışmalarda sıklıkla ilişkilendirilmediği örgütsel vatandaşlık kavramıyla ilişkilendirilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma kapsamında; araştırmanın evrenini oluşturan 2179 çalışana sahip Sabiha Gökçen Havalimanı'nda kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş olan 360 çalışana anket yapılmış olup, anket formlarının hepsinden geri dönüş sağlanmıştır. Ancak eksik ve hatalı doldurulan anketler, araştırmanın güvenilirliği açısından değerlendirmeye alınmamıştır. Eksik ve hatalı doldurulan anketler çıkarıldıktan sonra 320 adet sağlıklı anket formu üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Araştırmanın güvenilirliği açısından anket formlarını uygulanmadan önce araştırmanın amacı hakkında katılımcılar bilgilendirilmiş, bu sayede katılımcıların ifadelere tarafsız ve içten bir şekilde cevap verebilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Anket formları katılımcılara bireysel olarak ulaştırılmış, doldurulan anket formları bizzat elden toplanmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu; demografik özellikleri belirlemeye yönelik 6, duyguları yönetme becerilerini belirlemeye yönelik 24 ve örgütsel vatandaşlık davranışını belirlemeye yönelik 20 maddeden oluşmaktadır.

Araştırmanın anket formunda duyguları yönetme becerilerine ilişkin verileri elde etmek için Çeçen (2006) tarafından geliştirilen “Duyguları Yönetme Becerileri Ölçeği” kullanılmıştır. Aynı zamanda örgütsel vatandaşlık davranışına ilişkin verileri elde etmek için Podsakoff ve MacKenzie tarafından Organ'ın örgütsel vatandaşlık davranışın beş boyutuna dayalı olarak hazırladıkları ve daha sonra Podsakoff, MacKenzie, Moorman ve Fetter ve Moorman tarafından geliştirilerek kullanılan “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği” kullanılmıştır.

Araştırma amacını gerçekleştirmek üzere toplanan veriler istatistiki analiz programları ile analiz edilmiş ve elde edilen bulgular yorumlanarak değerlendirilmiştir.

BULGULAR VE YORUM

Çalışma kapsamında anket tekniği ile veriler toplandıktan sonra istatistiki analiz programları kullanılarak aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan 320 çalışandan 136'sı kadın 184'ü de erkektir. Araştırmaya katılanların 223'ü bekar, 97'si evli çalışanlardan oluşmaktadır. Çalışanların; 88'i 18-25 yaş aralığında, 142'si 26-30 yaş aralığında, 56'sı 31-35 yaş aralığında, 34'ü 36 yaş ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların 60'ı lise, 91'i önlisans, 147'si lisans, 22'si lisansüstü eğitim seviyesindedir. Araştırmaya katılan çalışanların 108'i

1 yıldan az, 117'si 1-3 yıl, 62'si 4-7 yıl, 33'ü 8 yıl ve üzeri süredir havacılık sektöründe çalışmaktadır. Araştırmaya katılan çalışanların 120'si 1 yıldan az, 98'i 1-3 yıl, 66'sı 4-7 yıl, 36'sı 8 yıl ve üzeri süredir şuan bulundukları kurumda çalışmaktadır. Sektörel bazda aldığımız çalışma süresi verileriyle kurumsal bazda aldığımız çalışma süreleri verileri birbiriyle örtüşür niteliktedir.

Güvenilirlik Analizleri

Yapılan çalışmanın güvenilir olup olmadığını ölçmek amacıyla yapılan güvenilirlik analizi sonuçları **Tablo 1.**'de verilmektedir. **Tablo 1.**'e göre kullanılan ölçekler ve anketin genelinin güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

Ölçek adı	Cronbach's Alpha	Değişken sayısı
Anket (Genel)	,832	44
Duyguları Yönetme Becerileri Ölçeği	,707	24
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği	,871	20

Faktör Analizi

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği için yapılan KMO ve Bartlett's testleri sonucu Tablo 2'de gösterilmektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda maddelerin dağılımına bakıldığında ölçeğin tasarımında hedeflenen beş boyutuna ulaşıldığı görülmektedir.

Tablo 2.Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Faktör Analizi

Sorular		Faktörler				
		1	2	3	4	5
Özgecilik	Herhangi bir sebeple işinin başında bulunamayan arkadaşlarımın yerini alarak onlara yardım ederim.	,790				
	İş yükü ağır olan arkadaşlarıma iş yerinde yardım ederim.	,634				
	İşiyile ilgili sorun yaşayan arkadaşlarıma yardım etmek için onlara zaman ayırmam.	,612				
	Kuruma yeni katılan kişilerin işlerine uyum sağlamaları için yardım ederim.	,529				
Nezaket	Herhangi bir karar alırken, bu karardan etkileneceğini düşündüğüm kişilerin fikirlerini alırım, onlara danışırım.		,771			
	İş arkadaşlarımla hakkını çiğnemem.		,716			
	İş arkadaşlarımla olabilecek sorunları önlemek için çaba harcarım.		,636			
	İşimle ilgili önemli bir adım atmadan önce üstümü mutlaka bilgilendirmem gerekmez.		,481			
	Kurumda belirlenmiş mola saatleri dışında ara vermem.			,855		
	Çay, kahve ve yemek aralarını asla uzatmam.			,776		

	Her zaman dakik biriyimdir.			,650		
	Kurumdaki gelişmelere rahatlıkla ayak uydururum.			,460		
Sivil Erdem	Kurum içi toplantılarda düzenli olarak yer alırım ve tartışmalara aktif olarak katılırım				,840	
	Kurumdaki değişimleri yakından izler ve bunların iş arkadaşlarım tarafından kabul edilmesinde önemli rol oynarım.				,792	
	Kurumun imajına olumlu katkı sağlayacak tüm faaliyetlere gönüllü olarak katılmam.				,762	
	Gözetim altında olmadığım zamanlarda bile kurumun kurallarına, düzenlemelerine ve prosedürüne uygun davranırım.				,485	
	Zamanımın çoğunu işimle ilgili sorunlardan yakınlıkla geçiririm.					,795
	Her zaman işyerimdeki olumsuz yönleri vurgularım.					,770
	Küçük sorunları bile genelde büyütürüm.					,762
	Sürekli olarak işimden ayrılmaktan söz ederim.					,728

Tablo 2'de örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeğinin ifadeleri ile ilgili faktör yüklerinin 0,50'nin altında kalan üç ifade dışında, oldukça dengeli ve güçlü olduğu görülmektedir. Faktör yükleri 0,50'nin altında olan ifadeler aşağıda verilmektedir;

- İşimle ilgili önemli bir adım atmadan önce üstümü mutlaka bilgilendirmem gerekmez.
- Kurumdaki gelişmelere rahatlıkla ayak uydururum.
- Gözetim altında olmadığım zamanlarda bile kurumun kurallarına, düzenlemelerine ve prosedürüne uygun davranırım.

Ölçekte yer alan bu üç ifadenin faktör yükleri 0,50'nin altında kalmasına rağmen faktör yüklerinin 0,50'ye çok yakın olması sebebiyle araştırma formatında kalması uygun görülmüş ve bu maddeler ölçekten çıkarılmamıştır.

Duyguları Yönetme Becerileri Ölçeği ile ilgili faktör analizi için ölçeğin geliştiren Çeçen'in 2006 yılında yapmış olduğu "Duyguları Yönetme Becerileri Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması" adlı araştırmaya bağlı kalınarak faktör analizi boyutları bu araştırma için kabul edilmektedir.

Korelasyon Analizi

Değişkenlerin birbirleriyle korelasyon analizine geçmeden önce söz konusu değişkenlere ilişkin aritmetik ortalamalar hesaplamıştır. Hesaplanan korelasyon analizi **Tablo 2'** de verilmektedir.

Hesaplanan aritmetik ortalamalar incelendiğinde duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışı algılarının yüksek olduğu görülmektedir. Çalışanların duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışlarına ilişkin algılarının yüksek olması

bağlı bulundukları kurumun genel örgüt yapısı ve diğer çalışanları için olumlu bir örgüt ortamı oluşturduğu söylenebilmektedir.

Korelasyon analizden elde edilen bulgular kapsamında duyguları yönetme becerileri alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışı alt boyutları arasındaki korelasyon incelendiğinde, duyguları yönetme becerileri genel değişkeni ile örgütsel vatandaşlık davranışı genel değişkeni arasında korelasyon katsayısı 0,300 olarak görülmektedir. Bu bağlamda iki genel değişken arasında pozitif yönde zayıf bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir.

Tablo 3.Araştırma Modelindeki Değişkenlerin Birbirleriyle Korelasyonu

	Ort.	s.s	Duy. Yön. Bec. Gen.	Söz. İfa. Ede.	Duy. Ol. Gibi Gös.	Olm. Bed. Tep. kont.	Duy. Başa çık	Öfke Yön.	ÖVD Genel	Özgecilik	Nezaket	Vicdanlılık	Sivil Erdem	Sportmenlik
Duy. Yön. Bec. Gen.	3,3	,42	1	,80	,67	,59	,19	,63	,30	,20	,12	,17	,22	,36
Söz. İfa. Ede.	3,4	,69		1	,35	,33	,03	,37	,20	,12	,03	,14	,15	,24
Duy.Ol. GibiGös.	3,4	,61			1	,25	-,05	,33	,20	,21	,11	,06	,11	,24
Olm.Bed. Tep.kont.	2,9	,74				1	-,07	,28	,02	-,08	-,11	,02	,05	,17
Duy.Başaçık	3,3	,53					1	,04	,30	,23	,27	,22	,19	,20
ÖfkeYön.	3,5	,83						1	,23	,14	,15	,11	,20	,24
ÖVD genel	3,97	,54							1	,74	,75	,75	,77	,67
Öz.	4,0	,67								1	,61	,42	,47	,32
Nez.	4,0	,67									1	,47	,48	,31
Vic.	3,8	,75										1	,53	,35
Sivil Erd.	3,7	,71											1	,39
Spor.	3,9	,85												1

Duyguları sözel olarak ifade edebilme boyutunun, ÖVD boyutlarından özgecilik ($r=0,125$), nezaket ($r=0,037$), vicdanlılık ($r=0,143$) ve sivil erdem ($r=0,158$) boyutları arasında pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki görülmektedir. Duyguları sözel olarak ifade edebilme boyutu ile sportmenlik ($r=0,249$) boyutu arasında ise pozitif yönde bir ilişkinin var olduğu, fakat bilimsel bağlamda bu ilişkinin zayıf bir ilişki olduğu sonucu ulaşılmaktadır.

Duyguları olduğu gibi gösterilme boyutu ile ÖVD boyutlarından özgecilik boyutu ($r=0,215$) ve sportmenlik boyutu ($r=0,248$) arasında zayıf bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra nezaket ($r=0,113$), vicdanlılık ($r=0,063$) ve sivil erdem ($r=0,113$) boyutları arasında pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki görülmektedir.

Olumsuz bedensel tepkileri kontrol etme boyutu ile ÖVD boyutlarından özgecilik ($r=-0,081$) ve nezaket ($r=-0,116$) boyutları arasında negatif yönlü çok zayıf bir ilişki; vicdanlılık ($r=0,020$), sivil erdem ($r=0,051$) ve sportmenlik ($r=0,179$) boyutları arasında ise pozitif yönlü çok zayıf bir ilişkinin var olduğu görülmektedir.

Duygularla başa çıkma boyutu ile ÖVD boyutlarından özgecilik ($r=0,237$), nezaket ($r=0,274$) ve vicdanlılık ($r=0,220$) boyutları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki olduğu;

sivil erdem ($r=0,194$) ve sportmenlik ($r=0,202$) boyutları arasında ise pozitif yönlü çok zayıf bir ilişkinin var olduğu görülmektedir.

Öfke yönetimi boyutu ile ÖVD boyutlarından özgecilik ($r=0,149$), nezaket ($r=0,152$) ve vicdanlılık ($r=0,203$) boyutları arasında pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki; sportmenlik boyutu ($r=0,245$) ile arasında ise diğer boyutlara istinaden daha kuvvetli fakat bilimsel olarak zayıf pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Regresyon Analizleri

Duyguları yönetme becerilerinin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları bu bölümde tablolar halinde verilemekte ve tablolar ışığında yorumlamalar yapılmaktadır.

Tablo 4. Duyguları Yönetme Becerilerinin Özgecilik Boyutu Üzerindeki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar	Standart Katsayılar	T	P (Sig.)
	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	,337		6,633	,000
Duyguları Sözel Olarak İfade Edebilme	,059	,062	1,020	,309
Duyguları Olduğu Gibi Gösterebilme	,064	,215	3,699	,000**
Olumsuz Bedensel Tepkileri Kontrol Etme	,052	,165	2,874	,004*
Duygularla Başa Çıkma	,067	,230	4,351	,000**
Öfke Yönetimi	,048	,091	1,542	,124

Bağımlı Değişken: Özgecilik, $R^2=,135$; S.H. =,635; $F=9,832$; ** $p<0,001$ * $p<0,05$

Duyguları yönetme becerilerinin özgecilik üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde, duyguları sözel olarak ifade etme ($\beta=,062$; $p=,309>0,05$) ve öfke yönetimi ($\beta=,091$; $p=,124>0,05$) değişkenlerinin özgecilik davranışı üzerinde bir etkisi olmadığı görülmektedir. Diğer yandan duyguları olduğu gibi gösterebilme ($\beta=,215$; $p=,000<0,001$), olumsuz bedensel tepkileri kontrol etme ($\beta=,165$; $p=,004<0,05$) ve duygularla başa çıkma ($\beta=,230$; $p=,000<0,001$) değişkenlerinin ise özgecilik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Duyguları Yönetme Becerilerinin Sivil Erdem Boyutu Üzerindeki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar	Standart Katsayılar	T	P (Sig.)
	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	,364		5,539	,000
Duyguları Sözel Olarak İfade Edebilme	,063	,085	1,369	,172
Duyguları Olduğu Gibi Gösterebilme	,069	,045	,754	,451
Olumsuz Bedensel Tepkileri Kontrol Etme	,056	,019	,322	,747
Duygularla Başa Çıkma	,072	,186	3,413	,001**
Öfke Yönetimi	,052	,153	2,524	,012*

Bağımlı değişken: Sivil Erdem, $R^2=,85$; S.H. =,686; $F=5,808$, ** $p<0,001$, * $p<0,05$

Duyguları yönetme becerilerinin sivil erdem üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde; duyguları sözel olarak ifade etme ($\beta=,085$; $p=,172>0,05$), duyguları olduğu gibi gösterebilme ($\beta=,045$; $p=,451>0,05$) ve olumsuz bedensel tepkileri kontrol etme ($\beta=,019$; $p=,747>0,05$) değişkenlerinin sivil erdem üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Duyguları yönetme becerilerinin diğer değişkenleri olan duygularla başa çıkma ($\beta=,230$; $p=,000<0,001$) ve öfke yönetimi ($\beta=,091$; $p=,012<0,05$) değişkenlerinin ise sivil erdem üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Tablo 6.Duyguları Yönetme Becerilerinin Vicdanlılık Boyutu Üzerindeki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar	Standart Katsayılar	T	P (Sig.)
	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	,389		5,730	,000
Duyguları Sözel Olarak İfade Edebilme	,068	,113	1,810	,071
Duyguları Olduğu Gibi Gösterebilme	,074	,018	,298	,766
Olumsuz Bedensel Tepkileri Kontrol Etme	,060	,025	,424	,672
Duygularla Başa Çıkma	,077	,213	3,889	,000**
Öfke Yönetimi	,055	,066	1,074	,284

Bağımlı Değişken: Vicdanlılık, $R^2=,71$; S.H. =,732; $F=4,821$, $**p<0,001$, $*p<0,05$

Duyguları yönetme becerilerinin vicdanlılık üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde; duyguları sözel olarak ifade etme ($\beta=,113$; $p=,071>0,05$), duyguları olduğu gibi gösterebilme ($\beta=,018$; $p=,766>0,05$), olumsuz bedensel tepkileri kontrol etme ($\beta=,025$, $p=,672>0,05$) ve öfke yönetimi ($\beta=,066$, $p=,284>0,05$) değişkenlerinin vicdanlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Sadece duygularla başa çıkma ($\beta=,213$, $p=,000<0,001$) değişkeninin vicdanlılık davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Tablo 7.Duyguları Yönetme Becerilerinin Nezaket Boyutu Üzerindeki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar	Standart Katsayılar	T	P (Sig.)
	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	,338		7,431	,000
Duyguları Sözel Olarak İfade Edebilme	,059	-,017	-,287	,775
Duyguları Olduğu Gibi Gösterebilme	,064	,122	2,091	,037*
Olumsuz Bedensel Tepkileri Kontrol Etme	,052	,165	2,875	,004*
Duygularla Başa Çıkma	,067	,263	4,950	,000**
Öfke Yönetimi	,048	,154	2,603	,010*

Bağımlı Değişken: Nezaket, $R^2=,128$; S.H. =0,636; $F=9,220$, $**p<0,001$, $*p<0,05$

Duyguları yönetme becerilerinin nezaket üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde; duyguları sözel olarak ifade etme değişkeninin nezaket üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Duyguları olduğu gibi gösterebilme, olumsuz bedensel tepkileri kontrol etme, duygularla başa çıkma ve öfke yönetimi değişkenlerinin nezaket üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Çalışanların duygularını yönetme becerilerinin nezaket davranışı üzerinde kısmen anlamlı bir etkisi bulunmuştur.

Tablo 8.Duyguları Yönetme Becerilerinin Sportmenlik Boyutu Üzerindeki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar	Standart Katsayılar	T	P (Sig.)
	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	,421		2,180	,030
Duyguları Sözel Olarak İfade Edebilme	,073	,114	1,911	,057
Duyguları Olduğu Gibi Gösterebilme	,080	,158	2,735	,007*
Olumsuz Bedensel Tepkileri Kontrol Etme	,065	,083	1,458	,146
Duygularla Başa Çıkma	,083	,208	3,973	,000**
Öfke Yönetimi	,060	,117	2,005	,046*

Bağımlı Değişken: Sportmenlik, $R^2=,153$; S.H. =0,793; F=11,352, ** $p<0,001$, * $p<0,05$

Duyguları yönetme becerilerinin sportmenlik üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde; duyguları sözel olarak ifade etme ($\beta=,114$; $p=,057>0,05$) ve olumsuz bedensel tepkileri kontrol etme ($\beta=,083$; $p=,146>0,05$) değişkenlerinin sportmenlik üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmüştür. Duyguları olduğu gibi gösterebilme ($\beta=,158$; $p=,007<0,05$), duygularla başa çıkma ($\beta=,208$, $p=,000<0,001$) ve öfke yönetimi ($\beta=,117$, $p=,046<0,05$) değişkenlerinin ise sportmenlik üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmuştur.

Yapılan tüm regresyon analizleri sonucunda, duyguları yönetme becerilerinin ve boyutlarının, örgütsel vatandaşlık davranışına ve boyutlarına anlamlı fakat kısmen bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Demografik Özelliklerden Kaynaklanan Algı Farklılıklarının Analizi

Çalışanların demografik özelliklerinin duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışı değişkenlerinin her bir alt boyutu için verdikleri cevapların farklılık gösterip göstermediği incelenmiş; Çalışanların cinsiyet ve medeni durum değişkenleri için t-testi; eğitim, yaş, sektörde çalışma süresi ve kurumda çalışma süresi değişkenleri için varyans analizi uygulanmıştır.

Duyguları yönetme becerilerinin demografik değişkenlerden cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, sektörde çalışma süresi ve kurumda çalışma süresi değişkenine bağlı olarak farklılık göstermediği görülmüştür.

Örgütsel vatandaşlık davranışı ise demografik değişkenlerden, eğitim ve sektörde çalışma süresi değişkenine göre kısmen farklılık gösterdiği; cinsiyet, medeni hal, yaş ve kurumda çalışma süresi değişkenlerine göre ise farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hizmet sektörü içinde önemli bir yere sahip olan turizmin, emek-yoğun özelliği ile çalışma yaşamında insan faktörünün etkisinin en çok hissedildiği alanlardan biri olduğu söylenebilmektedir. Çünkü turizm sektöründe sunulan hizmetlerin hepsi insan aracılığı ile alıcılara ulaşmaktadır. Misafir memnuniyeti odaklı turizm sektöründe çalışanların verimini etkileyen olumsuz unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlara örnek olarak yoğun ve yorucu çalışma şartları, uzun çalışma saatleri gösterilebilmektedir. Bu olumsuz unsurlar karşısında turizm sektöründe çalışanların, duyguları yönetme becerilerine sahip bireyler olması örgüt için fayda sağlayıcı olmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışları ise çalışanların ortak bir amaçta buluşmasına olanak sağlamaktadır. Turizm sektöründe etkili hizmet sunumu için örgütünü sahiplenen ve duygusal olarak doyuma ulaşmış çalışanların, örgütte motivasyonu ve verimliliği artırması beklenmektedir.

Çalışma yaşamında duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışı gün geçtikçe önem kazanan iki kavram olduğu görülmektedir. Çalışanların duyguları yönetme becerilerinin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılmış olan bu çalışma 136 kadın, 184 erkek olmak üzere toplam 320 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Cinsiyet değerlerin birbirine yakın olması toplumumuzda kadınların da çalışma yaşamına aktif olarak katılımının olduğunu göstermektedir. Sektörel bazda ele aldığımızda; havaalanları kadın çalışanlarında fazlaca katılım gösterdiği bir çalışma yeri olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların medeni durum dağılımlarında ise; büyük bir çoğunluğunun bekar olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde sektörde genel olarak genç çalışanların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Diğer yandan katılımcıların eğitim seviyesinin önlisans ve lisans seviyesinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Sektörde ve kurumda çalışma süresi dağılımları incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun sektörde ve kurumda yeni çalışmaya başladıkları görülmüştür. Bunun sebebi sektörde çalışan devir gücünün fazla olması, diğer hizmet sektörlerinde olduğu gibi turizm sektöründe de uzun çalışma saatlerinden ve yoğun çalışma şartlarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu bağlamda hizmet sektöründe sıklıkla görülen personel sirkülasyonundan bahsedilebilmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda, katılımcıların duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışı algılarının yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının pozitif yönde bir ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Duygularını yönetme becerilerinin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda duygularını yönetme becerisine sahip çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarına olumlu katkı sağladığı söylenebilmektedir.

Günümüz rekabet koşullarında, çalışanların iş doyumunu ve örgütlerin verimliliğini arttırmaya yardımcı olan duyguları yönetme becerileri ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının üzerinde durulması gereken kavramlar olduğu söylenebilmektedir.

Duygu yönetimi açısından, örgütün tüm çalışanlarına duyguları yönetme becerileri eğitimi verilmesi tavsiye edilmektedir. Çalışanların hiyerarşik düzen ayırmaksızın birbirlerini dinlemesi, birbirlerinin duygularını anlaması ve duygularını doğru bir şekilde yönlendirmesi için birbirlerine yardımcı olması hem bireysel hem de örgütsel açıdan önemli getiriler sağlayacağı düşünülmektedir. Bu sayede çalışanlar duyguları yönetme becerilerini kullanabilmeyi öğrenerek, kendilerini daha iyi ifade edebileceği, olumsuz duygu ve davranışlarını kontrol edebileceği ve diğer çalışanlarla ilişkilerinin daha sağlıklı olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca kendisinin önemsendiğini, duygularına önem verildiğini bilen çalışanın örgüte olan güven ve bağlılığının artacağı tahmin edilmektedir. Bu sayede iletişimi kuvvetli, olumlu ve yapıcı bir örgüt ortamının verimlilik ve başarı getireceği düşünülmektedir.

Örgütsel verimin artmasına yardımcı bir diğer unsur olan örgütsel vatandaşlık davranışlarının sergilenebilmesi için işveren ve yöneticilerin teşvik edici ve destekleyici olmaları gerekmektedir. Çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışında bulunabilmesini sağlamak amacıyla örgüt içerisinde huzur ortamı oluşturulması, bu nedenle örgütsel adalet sağlanması gerektiği düşünülmektedir. Çalışanlara iş yükü dağılımları bireysel yetkinliklerine uygun ve adaletli şekilde yapılması önerilmektedir. Ayrıca çalışanların beklentileri karşılandığı sürece örgüte faydalı olma isteğinde bulunabileceği tahmin edilmektedir. Bu bakımdan çalışanların beklentilerinin örgüt tarafından karşılanmasının örgütsel vatandaşlık davranışı sergilenmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Örgütsel vatandaşlık davranışları için yapılan yurtiçi araştırma incelemelerinde araştırmaların çokluğu dikkat çekmektedir. Ulaşılan örgütsel vatandaşlık davranışı araştırmalarında, örgütsel vatandaşlık davranışı hem demografik özelliklere bağlı olarak incelenmekte hem de diğer örgütsel unsurlarla birlikte ilişkilendirilmektedir. Ancak duyguları yönetme becerileri ile ilgili incelemeler sonucunda, duyguları yönetme becerileri üzerine yapılan yurtiçi çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Duyguları yönetme becerilerini, eğitim sektöründe inceleyen birtakım çalışmalar bulunmakla beraber örgütsel açıdan değerlendiren çalışmaların sayısının oldukça az olduğu gözlemlenmektedir. Bu nedenle araştırmacılara bir öneri olarak; duyguları yönetme becerilerinin örgütsel adalet, iş tatmini, motivasyon, örgüt bağlılığı, tükenmişlik, sessizlik, yıldırma vb. konularla ilişkilendirilebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Atabek, E. (1999). *Bizim Duygusal Zekamız* (2. Baskı). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Atalay, İ. (2005). *Örgütsel vatandaşlık ve örgütsel adalet* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Baltaş, Z. (2006). *Duygusal zeka* (2. Basım). İstanbul: Remzi Kitapevi.

- Bateman, T. S. ve Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: the relationship between affect and employee "citizenship". *Academy of management Journal*, 26(4), 587-595.
- Cüceloğlu, D. (2005). *Yeniden İnsan İnsana* (22. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çeçen, A. R. (2006). Duyguları yönetme becerileri ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(26), 101-113.
- Çeşitçioğlu, M. (2003). *Kaliteli İnsan*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2007). Kurumların başarısında duygusal zekanın rolü ve önemi, *Yönetim Ve Ekonomi*, 14(1), 209-230.
- Ekman, P. (2009). *Telling Lies: Clues To Deceit In The Market Place, Politics and Marriage* (Revised Edition). New York: Norton Company Inc.
- Frijda, N. H. (1986). *The Emotions*. New York: Cambridge University Press.
- Goleman, D. (1996). *Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?* (Çev. Banu Seçkin Yüksel) İstanbul: Varlık Yayınları.
- Goleman, D. (1998). *İş Başında Duygusal Zeka*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Goleman, D., Boyatzis, R. E. ve McKee, A. (2002). *The new leaders: Transforming The Art Of Leadership Into The Science Of Results*. London: Little Brown.
- Kökdemir, H. (2004). *Öfke ve öfke kontrolü*. Pivolk, 3(12), 7-10.
- Mayer, J. D. ve Salovey, P. (1990), Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9(3), 185-211.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington: Lexington Books.
- Organ, D. W. (1997). Organizational citizenship behavior: it's construct clean-up time, *Human performance*, 10(2), 85-97.
- Podsakoff P.M.; Mackenzie, S.B., Paine, J.B. ve D.G., Bachrach (2000). Organizational citizenship behaviors: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research, *Journal of Management*, 26(3), 513-663.
- Sezgin, F. (2005). Örgütsel vatandaşlık davranışları: Kavramsal bir çözümleme ve okul açısından bazı çıkarımlar. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 317-339.
- Töremen, F. ve Çankaya, İ. (2008). Yönetimde Etkili Bir Yaklaşım: Duygu Yönetimi. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 1(1), 33-47.
- Yaylacı, G. Ö. (2006). *Kariyer Yaşamında Duygusal Zeka ve İletişim Yeteneği* (2. Basım). İstanbul: Hayat Yayınları

TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL SESSİZLİĞİN BİR KRİZ NEDENİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Cihan SEÇİLMİŞ

*Yrd. Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
csecilmis@ogu.edu.tr*

Seher KONAK

*Arş. Gör., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
skonak@ogu.edu.tr*

Dönüş ÇİÇEK

*Öğr. Gör., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu
dcicek@anadolu.edu.tr*

ÖZET

Örgüt içerisindeki işgörenlerin belirli konular ve sorunlar hakkında fikir ve düşüncelerini esirgemeleri olarak tanımlanan örgütsel sessizlik işletmeleri etkileyen önemli bir kavramdır. Bu davranış şekli bireysel olabileceği gibi örgüt içerisindeki bireylerin birbirlerini etkilemesi sonucunda bir iklim haline gelebilmekte ve işletmeler için olumsuz sonuçlar yaratabilmektedir. Bu olumsuz sonuçlar zamanla çözülmesi zor krizlere neden olabilmektedir. Bu düşünceden hareketle kavramsal olarak gerçekleştirilen bu çalışmada örgütsel sessizlik ve kriz kavramı tanımlanmakta, örgütsel sessizliğin nedenleri ve sonuçlarından yola çıkılarak turizm işletmelerinde örgütsel sessizliğin bir kriz nedeni olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği tartışılmaktadır. Bu çalışmayla örgütsel sessizliğin bir kriz nedeni olabileceğine bu nedenle de tüm boyutlarıyla ele alınması gereken bir kavram olduğuna dikkat çekilmektedir. Ayrıca bu çalışmanın ileride yapılacak ampirik çalışmalara zemin hazırlaması bakımından literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm İşletmeleri, Örgütsel Sessizlik, Kriz.*

GİRİŞ

Örgütlerde, insanlar çoğu kez diğer insanların yararına olabilecek şeyleri ve kendi düşüncelerini gizleyerek sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Araştırmacılar bunu işgören sessizliği olarak ifade etmektedir (Pinder ve Harlos, 2001; Van Dyne, Ang ve Botero, 2003). İnsanların neden sessizliği seçtikleri konusunda birçok farklı görüş bulunmaktadır. Örneğin, kötü haber veya hoş karşılanmayan fikirleri iletmekten kaçınma isteği, işini kaybetme korkusu, örgüt içinde var olan normatif ve sosyal baskılar sessizliğe neden olabilir (Morrison ve Milliken, 2003, s.1353; Perlow ve Williams, 2003, s.3). Yönetim alan yazınında örgütlerde sessizlik konusuyla doğrudan ilgili ve kavramsal olan önemli makalelerden biri Morrison ve Milliken (2000) tarafından gerçekleştirilen, sessizliği işgörenlerin kolektif olarak sergiledikleri bir davranış olarak ele alan çalışmadır. Buna göre sessizlik kolektif olarak konuşmayı tehlikeli veya anlamsız olarak algılayan işgörenler tarafından bilginin elde tutulduğu örgütsel düzlemde bireylerin birbirine bağlı olarak karşılıklı etkilendikleri davranıştır. Örgütsel düzeyde ele alınan sessizliğin kolektif olarak sergilenmesi örgütte bir iklim halini alabilmektedir. Bir diğer makale ise Pinder ve Harlos (2001) tarafından işgörenlerin algıladıkları adaletsizlik hakkında konuşup konuşmama

kararlarına odaklanan çalışmadır. Sessizlik davranışını bireysel açıdan değerlendiren bu çalışmada, örgüt ile ilgili olarak herhangi bir durumu değiştirebilecek ve iyileştirebilecek kapasiteye sahip olan işgörenlerin örgüt gelişimine katkı sağlayabilecek konuları sakladığına ve paylaşmadığına vurgu yapılmaktadır.

İşgörenler örgüt içerisinde bazen kasıtlı bazen de kasıtsız olarak sessiz kalmayı tercih ederler. Hangi durumda olursa olsun işgörenlerin neden sessiz kaldıkları ve en çok hangi konularda sessiz kalmayı tercih ettikleri işgören sessizliğinin önlenmesinde önemlidir (Çakıcı, 2007, s.147). Çünkü örgüt üyelerinin müşterek olarak sessiz kalmayı tercih etmeleri örgütte sessizlik ikliminin oluşmasına, bu iklim de fikirlerin açık bir şekilde ifade edilememesine, doğruların bilindiği halde bunun dile getirilememesine neden olur (Vakola ve Bouradas, 2005'den aktaran: Alparslan ve Kayalar, 2012, s.138). Dolayısıyla örgütsel sessizlik gerek işgörenler, gerekse işletmeler için oldukça farklı sonuçlar ortaya çıkarabilen bir davranış şeklidir (Demir ve Demir, 2012, s.193). Bu durum zamanla örgütün beklentileri ile çevresinde gerçekleşenler arasında uyumsuzluk olmasına ve bunun sonucunda da örgüt işleyişini tehdit ederek krizlere neden olabilir.

Bilindiği gibi örgütler kendi içlerinde bir sistem olarak çalışmaktadır. Bu sistemin içinde teknoloji, örgütsel yapı, insan etmenleri, kültür, tepe yönetim psikolojisi yer almakta ve bunların birbirleri ile etkileşimi aralarında bir uyumun olmasını gerektirmektedir. Başka bir ifadeyle, nasıl ki bir insanın vücudunun herhangi bir yerinde ağrı olması durumunda tüm vücut bundan etkileniyorsa, örgütün bölümlerindeki bir sorun da tüm örgütü etkileyebilmekte (Terzioğlu, 2011, s. 35) ve bu durum işletmelere kriz olarak yansyabilmektedir. Örgütlerin krizle karşılaşmalarına kaynaklık eden birçok etmen, o örgütün işleyişi, yönetim tarzı, sahip olduğu insan kaynağının özellikleri gibi kendi iç dinamikleriyle ilişkili olabilmektedir. Kriz sonucunda örgütlerde yetki merkezileşmesi, örgüt içi iletişimde ve karar alma niteliğinde bozulmalar yaşanabilmektedir. Bu noktada koordinasyonda yetersizlik, örgüt içi görev ve yetkilerde karmaşaya neden olabilmekte, örgüt üyeleri arasında gerilim artarken yönetimde moral bozukluğu ve psikolojik çöküntü görülebilmektedir (Kurtuluş, 2009, s.45).

Turizm sektörünün insan gücüne dayanan emek-yoğun özelliği ve müşteri memnuniyetini esas alması nedeniyle işgörenlerin örgütte güven iklimini algılamaları önemlidir. Bu durum işgörenlerin hem performanslarını artırmalarına hem de işle ilgili fikir ve düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilmelerine yardımcı olmaktadır (Akgündüz, 2014). Tüm işletmelerde olduğu gibi turizm işletmelerinin de kriz ile karşı karşıya kalmasında etkili olabilecek sayısız faktörden söz edilebilmektedir. Bu bağlamda örgütlerde bir taraftan işgörenler arasında hoşnutsuzluğa ve örgüt içi iletişimin bozulmasına diğer taraftan arzu edilmeyen davranışların ortaya çıkmasına neden olan ve sonuçta örgütün genel işleyişinin bozulması ile kendini gösteren örgütsel sessizlik de bir kriz nedeni olarak değerlendirilebilir.

Alanyazına bakıldığında Türkiye’de araştırmacıların daha çok örgütsel sessizliğin nedenleri ve sonuçları, sessizliğin işgören performansı ile ilişkisi, işgören sessizliği ile örgütsel bağlılık ilişkisi konularında çalıştıkları görülmektedir (Çakıcı, 2008; Eroğlu, Adıgüzel ve Öztürk, 2011; Alparslan ve Kayalar, 2012). Ancak, örgütsel sessizliğin işletmelerde krize etkisine yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Buradan hareketle bu çalışmada öncelikle örgütsel sessizlik kavramı tanımlanmış, sessizliğin nedenleri ve sonuçlarının neler olduğu kavramsal düzeyde açıklanmış, daha sonra kriz kavramından yola çıkılarak turizm işletmelerinde örgütsel sessizliğin bir kriz nedeni olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği tartışılmıştır. Alan uygulamasına geçmeden önce bir ön çalışma mahiyetinde olan bu çalışmanın alana katkısı sessizlik ikliminin var olduğu turizm işletmelerinde gerek küçük gerekse büyük krizlerin olabileceğine dikkat çekerek bundan sonra yapılacak çalışmalara temel oluşturmaktır.

ÖRGÜTSEL SESSİZLİK

Morrison ve Milliken (2000), örgütsel sessizlik kavramını, “işgörenlerin örgütsel problemler hakkındaki fikir ve düşüncelerini saklama yönündeki tercihi” olarak tanımlamaktadır. Örgütsel sessizlik, örgütsel değişim ve gelişmenin önündeki potansiyel bir tehlike olarak görülmekte ve çoğulcu bir örgütün gelişiminde önemli bir engel olarak değerlendirilmektedir. Çoğulcu örgüt ise işgörenler arasındaki farklılıkları yansıtan, işgörenlere değer veren ve farklı bakış açılarının ve fikirlerin ifade edilmesine izin veren bir örgüt olarak tanımlanmaktadır (Morrison ve Milliken, 2000, s.707).

Morrison ve Milliken (2000), daha önce de belirtildiği gibi örgütsel sessizliğe kolektif düzeyde bir fenomen olarak odaklanmakta ve işgörenlerin neden kolektif olarak konuşmayı tercih etmediklerinden ziyade, neden isteyerek sessiz kalmayı tercih ettiklerini açıklamaktadır (Brinsfield, Greenberg ve Edwards, 2009, s.18-19). Bu çalışmadan sonra yönetim alan yazınında sessizliği bireysel düzeyde ele alan çalışmalar başlamıştır. Bu bağlamda, sessizliği haksızlığa bir tepki olarak ele alan Pinder ve Harlos (2001) işgören sessizliğini, “değişimi etkileyebilme veya düzeltebilme yeteneği olduğu algılanan insanlara yönelik, bireyin örgütsel koşullarının davranışsal, bilişsel ve/veya duygusal değerlendirmeleri hakkındaki her türlü samimi ifadesini saklaması” olarak tanımlamaktadır (Pinder ve Harlos, 2001, s. 334). Yazarlar, adaletsizlik kültürü, sessizlik iklimi ve sağır kulak sendromu kavramlarının her birinin örgütsel bağlamda sistematik olarak adaletsizliği doğurduğunu ve mağdur edilen bireylerin sessizliğini kıran bir atmosferin geliştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Örgütsel hareketsizlik olarak tanımlanan sağır kulak sendromu, işgörenlerin memnuniyetsizliklerini doğrudan ve açık olarak ifade etmekten kaçındıkları örgütsel bir norm olarak işlev görmektedir (Pinder ve Harlos, 2001, s.346). Örgütlerde egemen olan kültür, işgörenin sessiz kalmasının, onun bulunduğu koşullardan memnun olduğu şeklinde algılanmasına yol açabilir. Yaşanan ekonomik krizler nedeniyle işgörenler işlerini kaybetme ya da çalıştıkları yerlerin değiştirilmesi korkusu, sorun çıkarıcı, dedikoducu ve şikâyetçi olarak nitelendirilme endişesi ile bulundukları

koşullardan memnun olmasalar da sessiz kalmayı tercih edebilmektedirler (Kahveci ve Demirtaş, 2013, s. 53).

Sessizlik kavramının kendi içinde ikili beş fonksiyonu bulunmaktadır. Bu fonksiyonlardan ilki sessizlik, hem insanları bir araya getirmekte hem de onları birbirinden uzaklaştırmaktadır. İkincisi, sessizlik, hem insan ilişkilerine zarar vermekte hem de insanların aralarını düzeltmektedir. Üçüncüsü, sessizlik hem bilgi sağlamakta hem de bilgiyi gizlemektedir. Dördüncü olarak, sessizlik, hem derin düşüncenin varlığına hem de düşünce yokluğuna işaret etmektedir. Beşinci ve son olarak ise sessizlik, hem onay hem de muhalefet anlamına gelebilmektedir (Pinder ve Harlos, 2001, s.338).

Morrison ve Milliken (2000) sessizlik ikliminin iki orijine bağlı bir sonuç olduğunu düşünmektedir. Bunlar, yöneticilerin negatif geri bildirim alma korkusu ve yöneticiler tarafından kabul gören birtakım örtük inançlardır. Bu yapı ve uygulamalar sessizlik ikliminin gelişmesine sebep olmakta ve böyle bir iklimin olduğu örgütte fikirlerin açık bir şekilde ifade edilmesinden ziyade sessizlik bir tercih olmaktadır (Morrison ve Milliken, 2000, s.708). İşgörenlerin sessizlik davranışları, genel olarak bireysel özellikler, örgütsel özellikler, üst ile ilişkiler ve iletişim tarzına göre değişebilmektedir. Örneğin, Ankara’da bulunan dört ve beş yıldızlı otellerde gerçekleştirilen bir çalışmada işgörenlerin yaş ve eğitim durumlarının, cinsiyetlerin ve otel yıldız sayısının sessizliği etkilediği tespit edilmiştir (Altınöz, Çöp ve Kervancı, 2011).

Örgütsel sessizlik davranışı, çalışanların iş yerinde ilgisizlik veya boyun eğme/kabullenme durumlarından dolayı sahip oldukları bilgiyi, fikri ve düşünceyi kimse ile paylaşmama ve pasif olma halidir (Pinder ve Harlos, 2001, s. 349-350). Alanyazında yapılan birçok araştırmada örgütsel sessizlik kavramı farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır (Çakıcı, 2008; Ehtiyar ve Yanardağ, 2008; Bildik, 2009; Altınöz, Çöp ve Kervancı, 2011; Demir ve Demir, 2012; Tayfun ve Çatır, 2013; Kahveci ve Demirtaş, 2013; Kılıçlar ve Harbalıoğlu, 2014). Bunlardan bazıları işgörenlerin örgütsel sessizlik algılarını incelerken bazıları da örgütsel sessizlik ile örgütsel bağlılık, örgütsel stres, örgütsel vatandaşlık davranışı ve işgören performansı ilişkisini incelemiştir. Bu çalışmalardan çıkarılan ortak sonuç, örgütsel sessizlik ikliminin üst yönetimin tutumuna bağlı olarak değişebilen bir kavram olmasıdır.

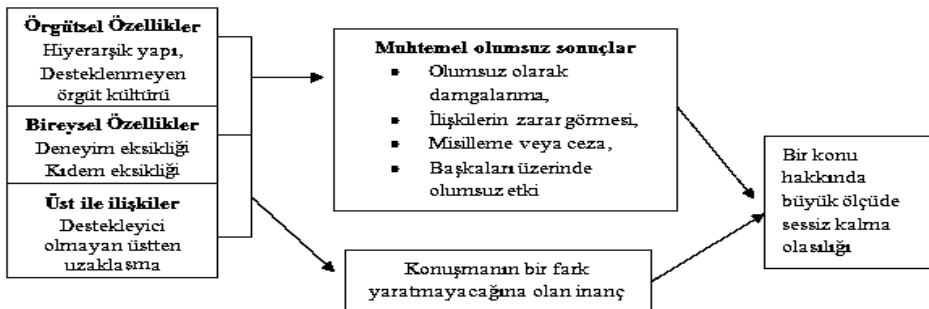
Örgütsel sessizlik konusu turizm işletmeleri açısından değerlendirildiğinde turizm sektörünün farklı yapısal özelliklerinden (sezonluk çalışma, işgücü devir hızı yüksekliği, krizlerden çabuk etkilenmesi vb.) kaynaklanan etkileri olduğu söylenebilir. Örneğin, çalışma arkadaşlarının veya şeflerin sürekli değişmesi güven oluşmasını engelleyerek işgörenlerin sessiz kalmasına neden olabileceği gibi korku, savunma, ilişkileri koruma ya da başkalarını koruma nedeniyle de olabilmektedir (Alparslan ve Kayalar, 2012, s.145). Bu özelliklerin sessizlik açısından yarattığı sonuçlar değerlendirildiğinde sektördeki işgörenlerin öncelikle işini kaybetme korkusuyla sessiz kaldıkları düşünülebilir (Erol, 2012, s. 63). Bu bağlamda Çakıcı (2007) tarafından beş yıldızlı otel işletmelerinde 310 işgören üzerine uygulanan çalışmada çalışanların %55’inin sessiz kaldığı durumlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde Ehtiyar ve Yanardağ (2008) tarafından Antalya’da bir

zincir otel işletmesinde gerçekleştirilen çalışmada sessizliğin orta ve üst düzeyde olduğu tespit edilmiş ve yazarlar yönetimin bu konuda herhangi bir önlem almaması halinde olumsuz sonuçlarla karşılaşabileceği vurgulanmıştır. Kılıçlar ve Harbalıoğlu (2014) Antalya'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 392 işgören üzerinde yaptıkları çalışmada işgörenler sorun bildirmelerinin işlerinin kötüye gitmesine yol açacağını, açıkça konuştuklarında yöneticilerinin ve meslektaşlarının kendilerini desteklemeyeceğini düşünerek sessiz kaldıkları tespit edilmiştir. Oteller üzerinde bir diğer çalışmada Akgündüz (2014) tarafından Ankara'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 334 işgören üzerinde yaptığı anket çalışmasıdır. Buna göre, işgörenlerin sessizliğinde hem meslektaşlarına hem de yöneticilerine olan güvenlerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, yöneticiye duyulan güvenin daha fazla etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda işletmelerin açık iletişim kanallarının bulunması ve işgörenlere neyin ne için yapıldığının açık bir dille anlatması önemlidir (Erol, 2012, s. 63).

Örgütsel Sessizliğin Nedenleri ve Sonuçları

Örgütsel sessizliğin nedenleri ve sonuçları konusunda ilk ampirik çalışma Morrison ve Milliken (2003) tarafından gerçekleştirilmiş ve bir model ortaya çıkarılmıştır. Bu çalışmayı takiben Vakola ve Bouradas (2005) teknoloji sektöründe yer alan bir örgütte 677 işgören ile gerçekleştirdikleri araştırmada sessizlik ikliminin üç boyutunu belirlemişlerdir. Bu boyutlar; denetçilerin sessizlik konusundaki tutumları, üst yönetimin sessizlik konusundaki tutumları ve iletişim fırsatlarıdır. Bu bulgular, Morrison ve Milliken'in savını desteklemektedir. Başka bir ifadeyle işgörenlerin yönetimin sessizlik konusundaki tutumuyla ilgili algıları, yöneticilerden gelen olumsuz geribildirim almayı engelleme kararlarını etkilemektedir (Brinsfield ve diğerleri, 2009, s.19). İşgörenlerin sessiz kalmasını bir diğer ifadeyle işgören sessizliğinin nedenlerini inceleyebilmek için araştırmacılar tarafından çeşitli kuramlar ortaya konmuştur. Bildik (2009), yaptığı tez çalışmasında sessizlik kuramlarını; fayda-maliyet analizi, bekleyiş kuramı, sessizlik sarmalı, kendini uyarılma olarak sıralamıştır. Sessiz kalmanın nedenleri ve sonuçlarını açıklayan model incelendiğinde (Şekil 1) sessiz kalma nedenlerinin bireysel, örgütsel ve üst ile ilişkilerden oluşan özellikler olarak üç başlıkta toplandığı görülmektedir.

Şekil 1. Sessiz Kalmayı Tercih Etme Üzerine Bir Model



Kaynak: Milliken vd., 2003'den aktaran: Özgen ve Sürvegil (2009: 314).

Bu modele göre, tüm bu özellikler olası olumsuz sonuçlara ve konuşmanın herhangi bir fark yaratmayacağına dair inanç, konu hakkında sessiz kalma olasılığını büyük ölçüde artırmaktadır (Özgen ve Sürvegil, 2009, s.314). Örgütsel sessizliğin beraberinde getirdiği sorunlar ise aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Özgen ve Sürvegil, 2009, s.321-2):

- 1.Kurum içindeki işgörenlerin iletişimsizlik nedeniyle birbirlerinden uzaklaşmaları, sosyal ortamdan giderek çekilmeleri ve kendilerini örgütten izole etmeleri,
- 2.Tüm örgüt kapsamında, sorunların konuşulamamasından dolayı sessizliğin örgütte bir kültür haline gelmesi tehlikesi,
- 3.Sorunların konuşulmamasının önlem almayı geciktirmesi ve örgütün varlığının tehlikeye girmesi,
- 4.İşgörenlerin verimliliklerinin, iş tatmininin ve örgütsel bağlılıklarının azalması,
- 5.İşgören güveninin ve motivasyonunun azalması; stres, duyarsızlaşma ve işe yabancılaşma düzeyinin yükselmesi,
- 6.Değişime adapte olamama riski,
- 7.Yaratıcılığın engellenmesi.

İşletme yapısında karar verme ve uygulama süreçlerinin yavaş olması, sıkça önemli hataların yapılması, uzun zamandır çözilemeyen problemler, işverenle işgören arasındaki iletişim kopuklukları, aşırı merkezci yönetim politikası, yeniliklere kapalı olması sonucu yaratıcılığın engellenmesi, koordinasyon sorunları, statükocu davranışlar, risk alamama, denetim alanının aşırı geniş ya da dar olması, amaçların belirgin olmaması, işgören devir hızı ve devamsızlık oranlarının yüksekliği, hastalık ve iş kazalarındaki artış, aşırı iş yükünün olması, sinirsel gerilim ve çatışmaların artması, iş ortamından yaşanan hoşnutsuzluklar, eğitimlerin yetersiz kalması, stratejik planlama çalışmalarının yapılmaması ve benzeri sorunların varlığı krizin gelmekte olduğunun en belirgin işaretleridir (Öztürk, 2010, s. 6). Bu bağlamda yukarıda sıralanan örgütsel sessizliğin beraberinde getirdiği sorunların kısa vadede olmasa da uzun vadede krizlere neden olabileceği söylenebilir.

KRİZ KAVRAMI

Çeşitli bilim dallarında ve günlük konuşmalarda ekonomik kriz, finansal kriz, siyasi kriz, sosyal kriz, psikolojik kriz, coğrafi kriz, tarihi kriz, kimlik krizi gibi çok yaygın olarak karşımıza çıkankriz kavramı ilk olarak tıp alanında kullanılmış, sosyal bilimler alanyazınına 1960'lı yıllarda girmiştir (Güneş ve Beyazıt, 2010, s.17). Etimolojik açıdan kriz kavramı Yunanca *Krisiskelimesinden* gelmekte ve ayrılmak, karar almak anlamında kullanılmaktadır (Fırat ve Açıkgöz, 2011, s. 2). Türk Dil Kurumu kriz kavramını “*bir ülkede veya ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında görülen güç dönem, bunalım, buhran*” olarak tanımlamaktadır. Sosyal bilimler sözlüğünde kriz “*bunalım,*

buhran, kriz, beklenmedik bir sosyal, ekonomik veya psikolojik gelişme karşısında normal ilişkilerin ciddi olarak sarsılması, karşılaşılan sorunun halledilmesi için mevcut çözüm yollarının yetersiz kalması sonucu ortaya çıkan ve çaresizlik içinde gelişen gerilim durumu” olarak tanımlanmaktadır (Demir ve Acar, 2002, s. 80). Uluslararası Kriz Enstitüsü ise krizi, önemli bir sorun olarak medyada beklenmedik bir şekilde yer alması nedeniyle bir organizasyonun normal operasyonlarının veya faaliyetlerinin belirgin olarak sektöre uğramasına veya istikrarını yitirmesine yol açan planlanmamış bir durum veya izleyen durumlar dizisidir şeklinde tanımlamıştır (ICM, 2008).

Birer açık sistem olarak dinamik bir çevre içerisinde faaliyetlerini gerçekleştiren örgütlerin amaçlarını ve varlığını tehdit eden, örgütleri ve yöneticileri sıkıntıya sokan, çok yönlü ve karmaşık bir özelliğe sahip kriz kavramı birçok araştırmacı tarafından tanımlanmıştır. Koçel (1993), krizi örgüt tarafından beklenmeyen ve önceden sezilemeyen bir durum olarak tanımlarken, Tüz (2004) düzgün olmayan, reform gerektiren istikrarsız bir durum olarak tanımlamaktadır. Bir başka yazar krizi, aniden ortaya çıkan ve gelişen, hızlı hareket eden ve beklenmedik bir anda karşı karşıya kalınan olağandışı bir durum olarak tanımlamaktadır (Grove, 1997). Dinçer (1998) krizi, beklenilmeyen ve önceden sezilmeyen, hızlı cevap verilmesi gereken, örgütün önleme ve uyum mekanizmalarını yetersiz hale getirerek mevcut değerlerini, amaçlarını ve varsayımlarını tehdit eden gerilim durumu olarak tanımlamaktadır. Tutar’a (2007) göre kriz, örgüt ve yöneticileri sıkıntıya sokan doğru, tam ve güncel bilginin toplanamaması, sağlıklı iletişim kurulamaması, haberleşme engellerinin giderilememesi, nihayet yönetsel ve örgütsel faaliyetlerin, gereğince yerine getirilememesi durumudur. Yapılan kriz tanımlarında farklı noktalar olmakla birlikte; tanımlarda bir durumun kriz olarak nitelendirilebilmesi için birtakım ortak özelliklere vurgu yapılmaktadır. Bu ortak özellikler: Krizlerin ani bir biçimde ortaya çıkması, işletmelerin işleyiş, önleme ve öngörme mekanizmalarını etkisiz hale getirmesi, acil önlemler almayı gerektirmesi, işletmenin varlığını tehdit etmesi şeklinde sıralanabilir.

İşletme yönetimi açısından kriz, işlerin daha iyi veya daha kötüye gitmeye başladığı dönüm noktası, kesin karar anı veya çok önemli zaman dilimidir. Söz konusu durum artık kritik bir evredir. Değişim gerektiren, istikrarsız, sorunlu bir durumdur. Bir işletmede, işgörenler arasında anlaşmazlıkların artması, işletme faaliyetlerinin etkisinin azalması, işletme imajının zedelenmesi ve işletmenin amaçlarına ulaşmasının giderek olanaksız hale gelmesi durumunda, işletmede kriz sürecinin başladığı söylenebilir (Fink, 1986’dan aktaran: Akıncı, 2010, s. 43).

Krizlerin etkilediği sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir. Çünkü turizm talebi gelir, moda, zevk ve alışkanlıkların yanı sıra konjonktürel dalgalanmalardan da etkilenmektedir. Bu nedenle “turizm krizi” kavramı ortaya atılmıştır. Turizm krizi “*rutin faaliyetlerin ve turizmle ilgili işlerin yürütülmesini tehdit edebilecek, ziyaretçilerin bir turist destinasyonuna ilişkin düşüncelerini olumsuz etkilemek suretiyle o destinasyonun güvenlik, çekicilik ve konfor açısından bütününe zarar verebilecek, bunun sonucunda gelen turist sayısında ve turizm gelirlerinde düşüşe neden olarak, turizm sektöründeki*

faaliyetlerde aksaklığa yol açabilecek herhangi bir olaydır” (Glaesser, 2003’ten aktaran: Küçükaltan ve Ergin, 2009, s.203). Belli dönemlerde çeşitli krizler nedeniyle turist sayıları ve turizm gelirlerinde ciddi düşüşler yaşanmakta ve dolayısıyla turizm sektöründe ciddi kayıplara neden olabilmektedir.

KRİZ NEDENLERİ VE TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL SESSİZLİĞİN BİR KRİZ NEDENİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Yapılan araştırmalar krizin örgütteki insan hatalarından, teknolojik yetersizlikten, esnek olmayan üretim sistemlerinden, organizasyon bozukluklarından veya örgüt kültüründen kaynaklanabileceğine vurgu yapmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde kriz, işletme dışı çevresel faktörlere ve işletme içi yapısal sorunlara bağlı olarak ortaya çıkabilir. Makro düzeyde olan ve işletmenin kontrolü dışında kalan dış çevre unsurları, aynı anda işletmenin bulunduğu ülkeyi etkilediği gibi dünyadaki birçok işletmeyi de etkisi altına alabilmektedir. Bu unsurlar; deprem, sel, toprak kayması gibi doğal felaketler, politik ve hukuki anlaşmazlıklar, ekonomik krizler, toplumsal yapı ve güvenlik sorunları şeklinde sıralanmaktadır (Tüz, 2004, s. 5-6; Seçilmiş ve Sarı, 2010, s. 503).

İşletmelerin kriz ortamında bulunmalarının ağırlıklı nedeninin mikro, yani işletme içi çevre unsurlarından kaynaklandığı ileri sürülmektedir. Bu unsurlar işletmenin kontrol alanında kalan mikro unsurlardır ve daha çok örgütten, yönetimden, yöneticiden, personelden, bütçeden, teknik donanımdan ileri gelir (Peker ve Aytürk, 2000). Örgüt içerisinde bu dinamikler kendi başlarına krize kaynaklık edebileceği gibi aynı zamanda, başka etmenler nedeniyle karşılaşılan krizlerin etki alanlarının genişlemesi, boyutlarının büyümesi gibi olumsuz durumları da körükleyebilmektedir (Pira ve Sohodol, 2004’den aktaran: Akıncı, 2010, s. 59). Krize neden olan ve işletmenin iç çevresinden kaynaklanan bu nedenlerin, örgütlerde sessiz kalmayı tercih etme nedenleri ile (şekil 1) örtüştüğü söylenebilir.

Üst yöneticilerin yöneticilik ve liderlik tarzları, yetki ve sorumlulukların dağıtımı, ast-üst ilişkileri, örgüt içi biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim, karar verme, yönetimin merkeziliği, yönetsel değerler gibi konular örgütsel ve yönetsel yapıyı belirler (Özdevecioğlu, 2002, s. 95). Örgütsel yapı, örgüt kültürünün ve örgüt ikliminin somutlaşmış şeklidir. Bir örgütün temel iskeletini oluşturan örgütsel yapı, çevresel değişmelere uyum gösteremeyecek derecede katı ise işletmenin krizle karşılaşma olasılığı artmaktadır. Benzer şekilde alt düzeyde işgörenlerin tepe yönetime ulaşmasına olanak tanımayan bir hiyerarşik yapının olması, kontrol alanının dar veya geniş olması, otorite ve yetkinin kullanım biçimi, kurum içi iletişimin zayıf olması, örgüt içi çatışmaların olması da kriz olasılığını artıran etkenlerdir (Baraz, 1998, s. 7; Tutar, 2007, s. 34). Bu yapının aynı zamanda örgüt içerisinde hem bireysel hem de örgütsel düzeyde sessizliğe neden olabileceği dikkate alındığında örgütsel sessizlik bir kriz nedeni olarak değerlendirilebilir.

Turizm işletmelerinde örgütsel sessizliğin yaşanması bilgi paylaşımının önünde güçlü bir engel olmaktadır. İşgörenler, düşüncelerinin ya da önerilerinin dikkate alınmayacağını düşündüklerinde, durumu değiştirmek konusunda etkili olmayacaklarına ve konuşmanın

belirli bir çözüm getirmeyeceğine inandıklarında, fikirlerini dile getirmenin kariyerleriyle ilgili olumsuz sonuçlara neden olabileceğini hissettiklerinde, görüşlerini kayda değer ve önemli olarak görmediklerinde sessiz kalmayı, fikirlerini ve bilgilerini paylaşmamayı tercih edebilmektedirler (Afşar, 2013, s. 28). İşbirliğini azaltarak ve çatışmayı tetikleyerek etkili karar almayı engelleyebilen bireysel düzeyde işgören sessizliği, alternatif bakış açılarının ortaya çıkmasını, olumsuz geri bildirimlerin alınmasını ve doğru bilgi sağlanmasını engelleyerek karar alma ve değişim süreçlerinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Oysa turizm işletmeleri kişiler ve bölümler arası iletişimin yoğun ve önemli olduğu geribildirimlerin mutlak suretle olması gerektiği işletmelerdir. Geri bildirim sistemine sahip olmayan örgütlerde hatalar kalıcı bir işleyiş halini alır ve daha da yoğunlaşır (Morrison ve Milliken, 2003, s. 1565-1566). Dolayısıyla, bu sessizlik, faaliyetlerle ilgili problemlerin açığa çıkmasını ve yönetimin kritik bilgilere ulaşmasını engelleyerek zamanında müdahale edebilme şansını azaltabilmekte, problemlerin artmasına ve yaygınlaşmasına neden olabilmektedir. Başka bir ifadeyle işgörenlerin sessiz kalmaları hataların tespitini ya da tespit edilen hataların dile getirilmesini, yanlış işleyen süreçlerin düzeltilmesini zorlaştırabilir (Afşar, 2013, s. 47). Ayrıca böyle bir örgütte bilgi toplama ve değerlendirme konusunda yetersizlikler söz konusu olacağından, yönetime ulaşabilmede aksaklık ve gecikmeler yaşanabileceğinden krizi önlemede çok önemli bir etken olan kriz sinyallerinin alınması gecikebilir. Bu durum hizmet alım ve sunumunun eş zamanlı olarak gerçekleştirildiği turizm işletmelerinde telafisi mümkün olmayan hataların yaşanmasına belki de müşteri ile çalışan arasında küçük ya da büyük çaplı krizlerin yaşanmasına neden olabilir. Krizlerle baş edebilmede önemli bir faktör olan hızlı hareket etme, işletmelerde işgören-yönetim arasındaki iletişim sisteminin kesintisiz çalışması gerektiği (Aksu ve Ehtiyar, 2007, s. 297; Budak ve Budak, 2004, s. 569) dikkate alındığında örgütsel sessizliğin bu noktada da krize neden olabileceği söylenebilir.

Örgütte üst yönetim tarafından benimsenen yönetim anlayışı ve üst yönetimin sahip olduğu otoriteyi nasıl kullandığı, işgörenlerin motivasyon ve performansları üzerinde etkili olmaktadır. Eğer yönetim anlayışı ve otoriteyi kullanma biçimi, işgörenlerin motivasyon ve performanslarını olumlu yönde etkileyecek biçimde kullanılmıyor ise örgüt içinde moralsizlik, huzursuzluk, verimsizlik ve güvensizlik ortaya çıkarak işgörenlerin örgüte bağlılıklarını azaltmakta ve örgüt için bir kriz tehdidi oluşturmaktadır. Güven düzeyinin düşük olması gizli gündemleri, politika oyunlarını, kişiler arası anlaşmazlıkları, bölümler arası rekabeti, kazan-kaybet zihniyetini, savunma ve korunma amaçlı iletişimi yaratır. Bütün bunlar güvenin hızını azaltır ve kararların alınmasını, iletişimin kurulmasını ve bölümler arası işbirliğini yavaşlatır (Stephen, 2010'dan aktaran: Afşar, 2013, s.1). Bu bağlamda sessizlik ikliminin olduğu örgütte işgörenler, kendilerinin etkisiz olacağını veya konuşmanın tehlike yaratacağını düşünerek, düşük güven ve destek algılayarak sessiz kalmaktadırlar (Alparlan ve Kayalar, 2012, s. 138). Oysaki turizm işletmelerinde gerek kriz öncesi çalışmalarda gerekse kriz anında örgütlerde güvenin oluşturulması önemlidir. Turizm sektörü krizlere en hassas sektörlerden birisidir. Bu nedenle bir krizin etkin bir biçimde yönetilmesi büyük ölçüde iletişim fırsatlarının iyi olmasına bağlıdır. Kriz anında

iletişim faaliyetleri, kriz yönetimine yardımcı olma rolünü üstlenmektedir. Kriz işaretlerinin doğru algılanabilmesi için gereken en önemli unsur ise örgüt içerisinde iletişim kanallarının açık olmasıdır (Akdağ ve Taşdemir, 2006).

Yöneticilerin kişisel hataları da işletmeler için önemli birer kriz nedeni olabilmektedir. İşletmelerin karşı karşıya kaldıkları pek çok kriz, yetersiz ve başarsız yöneticilerin aldıkları ya da alamadıkları kararlar, yaptıkları yanlış uygulamalar gibi kişisel hatalar sonucunda ortaya çıkmaktadır (Pira ve Sohodol, 2004'dan aktaran: Akıncı, 2010, s.61). Düşüncelerin açıkça ve doğru bir şekilde ifade edilemediği bir sessizlik iklimi yöneticinin her hata veya yanlışı görebilmesini engelleyerek yanlış kararların alınmasına ve başarsız sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilir (Tutar, 2007, s. 36). Turizm işletmeleri krizlere hazırlıklı oldukları ölçüde krizin etkilerini en aza indirebileceklerdir. Krizlere karşı turizm işletmelerinin hazırlıklı olabilmesi, yöneticilerin doğru kararlar almalarına ve bu kararların işletme menfaatleriyle uyumlu olmasına bağlıdır (Akgöz, 2009, s.161).

SONUÇ

Dinamik bir sektör olan ve her tür olaylardan kolay etkilenebilen turizm işletmeleri krizlere karşı hassas bir sektördür. Bu krizlerin nedenleri işletme dışından kaynaklanan faktörler olabileceği gibi gerek yönetim gerekse işgören kaynaklı olarak işletme içerisinden de olabilir. Krizlerde önemli olan işletmenin kriz öncesi sinyalleri doğru algılayabilmesi ve çözüm nerileri getirebilmesidir. Bu bağlamda örgütsel sessizliğin bir kriz sinyali olabileceği düşünülmektedir. Örgütsel sessizlik, örgütün işleyişinde meydana gelen hata ve aksaklıkların tespit ve yok edilmesinde faydalı olan geribildirim sisteminin sağlıklı bir şekilde işlemesini engelleyebilmektedir (Alparslan ve Kayalar, 2012, s. 136). Araştırmacılara göre sessiz kalmada; şikâyetçi biri olarak görülmek, saygı ve güven kaybına uğramak, ilişkilere zarar vermek, işten atılmak, terfi edememek gibi korkular ile açıkça konuşmanın fayda etmeyeceği inancı temel rol oynamaktadır (akıcı, 2008). Ülkenin içerisinde bulunduğu ekonomik koşullar düşünüldüğünde; çalışanlar işten ayrılmada cesaretli davranamayacak ve eşitsizlik karşısında sessiz kalmanın bir karşılığı olarak giderek performanslarını düşürerek tepki verebileceklerdir. Buradaki en büyük tehlike, yöneticilerin çalışanlarda oluşan sessizliği olumlu bir durum gibi algılamasıdır (Tikici, Derin ve Kalkın, 2011, s. 255). Turizm işletmelerinde üst yönetim tarafından örgütteki iletişim fırsatlarının açık ve doğru bir biçimde işlemesi, işgörenlerin kendilerini açıkça ifade etmelerinin desteklenmesi sessizlik davranışının oluşmasını engelleyebilir. Bu durum işgörenlere açıkça konuşabildiği, üstlerinden geri bildirim alabildiği bir ortam sağlayacağından iletişim kopukluğundan kaynaklanabilecek krizlerin önlenmesinde etkili olabilir.

İşgörenler, bazen grup içinde kabul görme işteğiyle, farklı bir düşünce ve görüş nedeniyle bulunduğu ortamda aykırı görünme korkusu ve konuşmanın riskli olduğunu düşünmeleri neticesinde sesiz kalmaktadırlar (Tikici, Derin ve Kalkın, 2011, s. 255). Oysaki turizm işletmelerinde gerek kriz öncesi çalışmalarda gerekse kriz anında örgütlerde güvenin

oluşturulması önemlidir. Dolayısıyla burada sessizliğe karşı alınmış olan önlem aynı zamanda güven kaynaklı ve işgören devir hızı sonucunda oluşabilecek krizlerin engellenmesinde önemli rol oynayabilir. Nitekim Demir (2010) tarafından, havalimanı ve yer hizmetleri işletmelerinde örgüt içinde yaşanan adaletsizliklere karşı işgörenlerin sessiz kalma davranışlarının incelendiği çalışmada yöneticilerin işgörenler üzerinde özgüven yaratarak duygu ve düşüncelerini rahatlıkla dile getirecek bir çalışma ortamı yaratması gerektiğini vurgulamıştır.

Bu çalışma kavramsal nitelikte olup turizm işletmelerinde örgütsel sessizliğin bir kriz nedeni olarak değerlendirilebileceği tartışılmaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda kriz yönetimi çalışmalarında örgütsel sessizlik ve kriz arasında, krize neden olan işletme içi faktörler ile sessizlik davranışı arasında bir ilişki olup olmadığına bakılabilir. Turizm işletmelerinin kriz yönetimi çalışmalarında örgütsel sessizliği de bir neden olarak görmeleri veya kriz sinyali olarak algılamaları ve buna göre önlemler almaları, örgütsel sessizlik kavramının tüm boyutları ile ele alınması ve bunun sonucunda örgütsel sessizlik yönetimi konusunda bir model geliştirilebileceği önerilmektedir. Bu çalışma ile mevcut alanyazında örgütsel sessizliğin krize etkisi konusunda bir çalışmaya rastlanılmamış olması, sessizliğin bir kriz nedeni olarak değerlendirilebileceğine ilk kez değinilmesi ve ileride yapılacak ampirik araştırmalara zemin hazırlaması bakımından katkı yaptığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Afşar, L. (2013). *Örgütsel sessizlik ve örgütsel güven ilişkisi: Konuya ilişkin bir araştırma*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Akdağ, M. ve Taşdemir, E. (2006). Krizden çıkmanın yolları: Etkin bir kriz iletişimi, *Selçuk İletişim*, 4(2).
- Akgöz, E. (2009). Kriz ortamında turizm işletmelerinin rekabet aracı olarak itibar yönetimi, *Dünyada Yeni Oluşumlar ve Türk Dünyası Uluslararası Sempozyumu*, 29-31 Mayıs 2009 Hazar Üniversitesi – Bakü, Azerbaycan.
- Akgündüz, Y. (2014). Otel çalışanlarının örgütsel sessizliği tercih etmelerinde örgütsel güvenlerinin etkisi, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1).
- Akıncı, Z. (2010). *Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi: Alanya bölgesindeki konaklama işletmelerinde kriz sürecinde karşılaşılan sorunların tespit ve çözümüne yönelik bir araştırma*, (Yayınlanmamış doktora tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Aksu, A. ve Ehtiyar, R. (2007). *Turizm işletmelerinde çağdaş yönetim teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alparslan, A.M. (2010). *Örgütsel sessizlik iklimi ve işgören sessizlik davranışları arasındaki etkileşim: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğretim elemanları üzerinde bir araştırma*, (Yayınlanmamış yüksek Lisans tezi), Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Isparta.
- Alparslan, A.M. ve Kayalar M. (2012). Örgütsel sessizlik: Sessizlik davranışları ve bireysel etkileri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(6), 136-147.

- Altınöz, M., Çöp, S. ve Kervancı, F.(2011). Örgütsel sessizlik ve örgütsel güven ilişkisi: Ankara'daki dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri üzerine bir araştırma, *12. Ulusal Turizm Kongresi*, Düzce Üniversitesi, Düzce.
- Baraz, B. (1998). *İşletmelerde kriz yönetimi*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Bildik, B. (2009), *Liderlik tarzları, örgütsel sessizlik ve örgütsel bağlılık ilişkisi*, (Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi), Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- Brinsfield C.T.,Greenberg J. &Edwards M.S. (2009). Voice and silence in organizations: Historicalreviewandcurrentconceptualizations. J. Greenberg, & M.S. Edwards(Eds.), *Voice and silence in organizations*. EmeraldPub.
- Budak, G. ve Budak, G. (2004). *İşletme Yönetimi*, İzmir: BarışYayınları.
- Çakıcı, A. (2007). Örgütlerde sessizlik: Sessizliğin teorik temelleri ve dinamikleri.Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1), 145-162.
- Çakıcı, A. (2008). Örgütlerde sessiz kalınan konular, sessizliğin nedenleri ve algılanan sonuçları üzerine bir araştırma. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(1), 117-134.
- Demir, M. (2010). Algılanan adalette örgütsel sessizlik davranışının kariyer beklentisine etkisi, *11. Ulusal Turizm Kongresi*, 577-589.
- Demir, Ö. ve Acar, M. (2002). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Demir, M. ve Demir, Ş.Ş. (2012). Yükseköğretim kurumlarında örgütsel sessizlik: Turizm lisans eğitimi kurumları örneği. *Milli Eğitim Dergisi*, 193,184-199.
- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ehtiyar, R., M., Yanardağ, (2008). Organizational silence: A survey on employees working in chain hotel, *Tourism and Hospitality Management*, 14(1), 51-68.
- Eroğlu, A.H., Adıgüzel O. ve Öztürk U.C. (2011). Sessizlik girdabı ve bağlılık ikilemi: İşgören sessizliği ile örgütsel bağlılık ilişkisi ve bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(2), 97-124.
- Erol, G. (2012). *Liderlik tarzları ve örgütsel sessizlik ilişkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Fırat, A., ve Açıkgöz, İ. (2011). Konaklama işletmelerinin kriz döneminde uyguladıkları pazarlama stratejileri, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 1-21.
- Güneş, M. ve Beyazıt, E. (2010). Özel işletmelerde kriz yönetimi üzerine genel bir değerlendirme, *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2),15-3.
- Grove, A.S. (1997). *Yalnızca paranoidler ayakta kalır*, (Çev. Özlem Dinçkal-Ferma Lekesizalın), İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Institute for Crisis Management. (2008). *Annual ICM crisis report*, 18(1), 1-6.
- Kahveci, G. ve Demirtaş, Z. (2013). Okul yöneticisi ve öğretmenlerin örgütsel sessizlik algıları. *Eğitim ve Bilim*, 38(167), 50-64.
- Kılıçlar, A. ve Harbalıoğlu, M. (2014). Örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: Antalya'daki beş yıldızlı otel işletmeleri üzerine bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 328-346.
- Koçel, T. (1993). İşletmelerde kriz durumlarında yönetim uygulamaları, *Zaman Yönetimi ve Kriz Yönetimi Seminerleri*, Gebze.

- Kurtuluş, İ. Y. (2009). *Kriz yönetiminde liderlik ve liderlik özelliklerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Küçükaltan, G. ve Ergin, G. (2009), Otel işletmelerinde yöneticilerin dışsal krizlere yaklaşımlarına yönelik bir araştırma”, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 199-218.
- Morrison, E.W. & Milliken, F.J. (2000). Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world, *The Academy of Management Review*, 25(4), 706-725.
- Morrison, E.W. & Milliken F.J. (2003). Speaking up, remaining silent: The dynamics of voice and silence in organizations, *Journal of Management Studies*, 40(6), 1353-1358.
- Özdevecioğlu, M. (2002). Krizin işletmelerin yönetsel ve örgütsel yapısı üzerindeki olumsuz etkileri ve kayseri sanayi işletmelerinde yapılan bir araştırma, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19, 93-114.
- Özgen, I. ve Sürvegil O. (2009). Örgütsel sessizlik olgusu ve turizm işletmeleri açısından değerlendirilmesi. Z. Sabuncuoğlu (Ed.), *Turizm işletmelerinde örgütsel davranış*. MKM Yayıncılık.
- Öztürk, B. (2010). *Kriz yönetimi ve örnek bir uygulama*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Peker, O. ve Aytürk, N. (2000). *Etkili Yönetim Becerileri*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Perlow, L. A. & Williams, S. (2003). Is silence killing your company, *Harvard Business Review*, (May), 3-8.
- Pinder, C.C. & Harlos, K.P. (2001). Employee silence: Quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice, *Research in Personnel and Human Resources Management*, 20, 331-369.
- Seçilmiş, C. ve Sarı, Y. (2010). Kriz dönemlerinde konaklama işletmelerinin kriz yönetimi uygulamaları üzerine bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 501-520.
- Tayfun, A. ve Çatır, O. (2013). Örgütsel sessizlik ve çalışanların performansları arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 114-134.
- Terzioğlu, O. (2011). *2008 kriziyle başlayan süreçte işletmelerde kriz yönetimi ve kriz ile risk ilişkisi: bir seramik işletmesinde uygulama*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Tikici, M., Derin, N. ve Kalkın, G. (2011). Örgütsel sessizliğin duygusal tükenmişliğe etkisi, *7.KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi*, (25 – 26 Ekim), İstanbul, 253-261.
- Tutar, H. (2007). *Kriz ve Stres Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tüz, M.V. (2004). *Kriz Yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Van Dyne L., Ang Soon., & Botero I. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs, *Journal of Management Studies*, 40(6), 1360-1392.
- Vokola, M., & Bouradas, D. (2005). Antecedents and consequences of organizational silence: An empirical investigation, *Employee Relations*, 27(5), 441-458.

PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN ALGILADIKLARI MESLEKİ ENGELLERİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

F. Özlem GÜZEL

*Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ozlemguzel@akdeniz.edu.tr*

Ali TÜRKER

*Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksekokulu
aturker@mu.edu.tr*

İlker ŞAHİN

*Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ilkersahin@akdeniz.edu.tr*

ÖZET

Profesyonel turist rehberliği (PTR) mesleği fiziksel, entelektüel ve duygusal emeğin bir arada harcanması gereken mesleklerden birisidir. Bu bağlamda sektörde aktif çalışan rehberler tarafından algılanan bazı zorluklar ve mesleki engeller ortaya çıkabilmektedir. Bu noktadan yola çıkarak bu araştırmanın amacı turist rehberlerinin mesleklerine yönelik algıladıkları mesleki engelleri ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda bir soru formu oluşturularak elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda rehberlerin karşılaştığı mesleki engellerin ‘yasal engeller, gelire ilişkin engeller, mesleğe ilişkin engeller, sektöre ilişkin engeller, rehberlere ilişkin engeller, turiste ilişkin engeller’ olmak üzere altı boyutta var olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca demografik verilere yönelik t testi ve varyans analizi yapılmış, t-testi sonuçlarında anlamlı bir farklılık bulunmazken varyans analizi sonucunda çalışma süreleri açısından rehberlere ilişkin engeller ve yasal engeller faktörlerinde anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Profesyonel Turist Rehberleri, Algılanan Mesleki Engeller, Turizm.*

GİRİŞ

Tarihi, doğal ve kültürel değerleriyle zengin bir turizm potansiyeline sahip Türkiye, dünya turizm pazarındaki payını her geçen yıl artırmakta ve ziyaretçi hareketlerinde rakiplerine oranla istikrarlı bir büyüme grafik sergilemektedir. Anadolu kültürü, coğrafyası ve geleneksel öğeleriyle zengin bir ülke olan Türkiye’nin turistik çekiciliklerinin tanıtılmasında ve turistlerin tatil deneyimlerine katma değer sağlama hususunda profesyonel turist rehberleri paket turların önemli bir halkası konumundadır. Çimrin de (1995), rehberleri hem turistlerin beklenti ve tercihleri hem de destinasyondaki turistik arzın özellikleri ile ilgili deneyim sahibi olduklarından, paket turların yönetiminde tur operatörlerinin ve seyahat acentalarının en önemli yardımcıları konumunda olan çalışanlar olarak nitelendirmektedir. Ancak rehberlik, meslek içeriği dolayısıyla fiziksel, entelektüel ve duygusal emeğin bir arada harcanması gereken ve mesleki motivasyonun eksikliği/varlığının önemli bir iş çıktısı haline dönüştüğü mesleklerdendir. Rehberler, ülkemizde yıllar boyu mesleki sorunlarını dile getirmiş, icra ettikleri mesleğin farkındalığının artırılması için çaba göstermişlerdir. Bu bağlamda bu çalışmada Türkiye’de

aktif olarak rehberlik yapan turist rehberlerinin karşılaştıkları mesleki engellerin bütünsel bir bakış açısıyla değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Özellikle rehberlere tüzel bir kişilik kazanma hakkı sunan yönetmeliğin yeni faaliyete geçtiği günlerde rehberlerin mağdur olduklarını düşündükleri ve engel olarak gördükleri faktörlerin belirlenmesi ve giderilmesine yönelik önerilerin sunulması açısından önem arz etmektedir.

YAZIN TARAMASI

Antikçağlardan beri seyahat endüstrisinin merkezinde olan rehberlik mesleğinin içeriği uluslararası turizm hareketlerinin gelişimine paralel olarak sürekli değişirken profesyonel turist rehberleri (PTR), destinasyonlarda turizm zenginliklerinin değerlendirilmesine katma değer katan ve turistlerin tatil deneyimlerini zenginleştirici işgüçleri haline gelmiştir (Yenen, 2002; Yıldız vd., 1997; Çimrin, 1995). Dahles (2002), rehberleri birkaç cümle ile çeviri yapan kişiler olarak değil de, turistlerin başka kültürlerle tecrübe kazanmayı sağlayan, turisti başka kültürleri, görmeyi, duymayı, koklamayı, tatmayı ve hissetmeyi sağlayan kişiler olarak tanımlamaktadır. Profesyonel turist rehberleri, mesleğinin konumu açısından, çok sayıda ve değişik işletme, kuruluş, kurum ve farklı kesimlerle/kişilerle ilişkide bulunan, Türkiye'ye gelen turistlerin, en uzun süre beraber oldukları ve en çok etkilendikleri, hizmetlerin eyleme dönüştüğü anlarda, bütün yetki ve sorumlulukları alan, çoğunlukla turistlere seyahatleri sırasında eşlik eden, destinasyonlarda akıl hocalığı yapan, kültürel/doğal çevrenin sürdürülebilirliğini sağlayan, turistin bütünsel tatil deneyimini etkileyen ve doğrudan iletişim kurabilme imkânına sahip olan turizm çalışanlarıdır (Güzel vd., 2013; Çetin ve Kızılırmak, 2012; Yarcın, 2011; Köroğlu, 2011; Prakash ve Chowdhary, 2010; Güzel, 2007; Genç, 1992; Zengin vd., 2004; Karaçal ve Demirtaş, 2002; Black vd., 2001; Cohen, 1985). Güzel ve diğerleri (2013) rehberlik mesleğinin bu özelliğinden dolayı turizm sektöründeki diğer çalışanlara nazaran turist rehberlerinin firmalarını temsil etmek ve hizmet ettikleri turist grupların memnuniyet düzeylerini artırmak için fiziksel ve entelektüel emeğin yanı sıra duygusal olarak ciddi bir emek sarf ettiklerini ve hatta daha ileri boyutta rehberlerin duygusal, bilişsel, sosyal ve fiziksel tüm emeklerinin kâr elde etme metası haline dönüştüğünü vurgulamaktadırlar. Bu duruma değinircesine Ang (1990), rehberlerin yalnızca anlatıcı, bilgi sağlayıcı ya da satış personeli olarak görülmemesi gerektiğini aksine rehberliğin turistlerin deneyimlerini ellerinde tutan bütünleştiriciliği, heyecanı ve coşkuyu barındıran bir meslek olduğunu vurgulamaktadır. Rehberlik konularında yapılan çalışmaların yetersiz olduğunu vurgulayan Prakash ve Chowdhary (2010), rehberlerin içsel durumlarına (kişisel beceri/yetenek kısıtlamaları vb.) ve dış operasyona (acentaların ve müşterilerin kurallarına/ilkelerine uyma zorunluluğu, zamanı planlama, yasal düzenlemeler vb.) bağımlı olarak sorunlar yaşadığını belirtirken, algılanan mesleki sorunların yok edilmesi için rehberlerin 'rehberlik yetenekleri, işletme yönetimi, bireyler arası davranış becerileri, hassaslık/iş ahlakı, turistik ürün bilgisi ve turizm içerikleri' hakkında donanımlı olmaları gerektiğini vurgulamaktadır. Prakash ve Chowdhary'nin (2011) Hindistan'da bölgesel rehberlik eğitimi programında mesleki eğitim alanlar üzerinde yaptıkları araştırmada rehberlik mesleğine yönelik algılanan altı

önemli mesleki sorun tespit etmişlerdir. Araştırmada rehberlik mesleğine yönelik algılanan bu önemli boyutlar, mesleğin cazip olmaması, yetenek eksikliği, algılanan mesleki zorluklar, meslek kalitesi, turizm altyapısı ve dış tehditler olarak belirlenmiştir.

Dünya Turist Rehberleri Birliği, 2011 yılında turist rehberi birlikleri, üyeleri ve dernekler ile görüşerek yaptığı analiz neticesinde 61 ülkeyi değerlendirmiş ve bu raporu sitesinde yayınlamıştır. Rapora göre incelenen ülkelerden 32 ülkede rehberlik mesleğine yönelik olumsuzluklar tespit edilmiştir. Bu sorunlar Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1’e göre, Türkiye, Ermenistan, Brezilya, Kanada, G.Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Yunanistan, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Sırbistan, Singapur, G. Afrika, İsveç, Tayland, Sri Lanka Litvanya, Malezya, Nepal, Peru ve Çin Halk Makao Cumhuriyeti yasadışı rehberlik faaliyetlerinin görüldüğü ülkelerdir. Türkiye, Brezilya, Kanada, Güney Kıbrıs, Gürcistan, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Litvanya, Nepal, Norveç, Peru, Rusya, Sırbistan, Singapur, İsveç, Tayland, Amerika ve Çin Halk Makao Cumhuriyetinde rehberlerin büyük bir çoğunluğunun sosyal güvencesinin olmaması rehberlik mesleği açısından bir diğer mesleki sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Brezilya, Yunanistan, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Peru ve Sırbistan’da rehberler turlarda alışverişte zorlanmaktadır. Türkiye, Ermenistan, Brezilya, Kanada, G.Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Gürcistan, Yunanistan, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Malezya, Nepal, Norveç, Peru, Rusya, Sırbistan, Singapur, G.Afrika, İsveç, Tayland, Amerika, Sri Lanka ve Çin Halk Makao Cumhuriyetinde rehberler günlük ücretlerinin zamanında ödenmemesinden, ücret adaletsizliğinden ve rehberlik yevmiyelerinin çok düşük miktarda olmasından şikayetçidirler. Estonya, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, G.Afrika, İsveç, Çek Cumhuriyeti ve Peru rehber sayısı oğunluğu yüzünden rehber enflasyonu yaşanmaktadır.

Tablo 1. Dünya Ülkelerinde Turist Rehberlerinin Karşılaştığı Mesleki Sorunlar

Ülke	Yasadışı Rehberlik Faaliyeti	Düşük Ücret ve Ödemenin Gecikmesi	Yabancı Tur Liderlerinin Rehberlik Yapması	Sosyal Güvenlik Sorunu	Turda Alışverişin Zorunlu Tutulması	Rehber Enflasyonu	Koordinasyon Eksikliği	Eğitim Yetersizliği
Türkiye	✓	✓	✓	✓			✓	✓
Ermenistan	✓	✓	✓					
Brezilya	✓	✓	✓	✓	✓			
Kanada	✓	✓	✓	✓				
G.Kıbrıs	✓	✓		✓				
Çek Cum.	✓	✓	✓			✓		

Estonya		✓	✓			✓	✓	✓
Gürcistan		✓		✓			✓	✓
Yunanistan	✓	✓	✓		✓			
Hindistan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Endonezya	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
İran	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Japonya	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Litvanya	✓			✓				
Malezya	✓	✓	✓				✓	✓
Nepal	✓	✓	✓	✓				
Hollanda			✓					
Norveç		✓		✓				
Peru	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Romanya			✓				✓	✓
Rusya		✓		✓			✓	✓
Sırbistan	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Singapur	✓	✓		✓			✓	✓
G.Afrika	✓	✓	✓			✓	✓	✓
İsveç	✓	✓	✓	✓		✓		
Tayland	✓	✓		✓				
Amerika		✓		✓			✓	✓
Sri Lanka	✓	✓	✓					
İngiltere			✓					
Bhutan Krallığı			✓					✓
Hırvatistan			✓					
Makao	✓	✓		✓				

Kaynak: www.wftga.org, 10.08.2014.

Türkiye, Estonya, Gürcistan, Malezya, Amerika, Bhutan Krallığı, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Peru, Romanya, Rusya, Sırbistan, Singapur ve G. Afrika’da rehberlerin eğitimi yetersiz görülmektedir. Türkiye, Malezya, Amerika, Estonya, Gürcistan, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Peru, Romanya, Rusya, Sırbistan, Singapur ve G.Afrika’da rehberler için koordinasyon eksikliği mesleki bir sorun olarak görülmektedir. Yabancı tur liderlerinin rehberlik yapması durumu ise Türkiye, Ermenistan, Brezilya, Kanada, Çek Cum., Estonya, Yunanistan, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Malezya, Nepal, Hollanda, Peru, Romanya, Sırbistan, G.Afrika, İsveç, Sri Lanka, İngiltere, Bhutan Krallığı ve Hırvatistan’da görülen bir diğer mesleki sorundur. Görüldüğü üzere Dünya Turist Rehberleri Raporu’ndaki veriler dikkate alındığında Dünyanın çeşitli ülkelerinde görev yapan rehberlerin karşılaştığı mesleki sorunların birbirine benzer olduğu ve ülkemizdeki sorunlarla büyük ölçüde ortak özellikler taşıdığı göze çarpmaktadır.

Türkiye’de rehberlik mesleğinin sorunlarına ve mesleki engellerine yönelik yapılmış araştırmalar incelendiğinde, acentaların taban ücretini uygulamamaları ve ödemelerin geciktirilmesi, bahşış oranlarının düşüklüğünü, taban yevmiye altında çalışan rehberlerin varlığı, rehberlerin acenteler tarafından satış yapmaya zorlanması, çalışma saatlerinin

uzunluğu ve düzensizliği, aşırı seyahat etme, özel yaşamın olumsuz etkilenmesi, düzensiz yaşam, sosyal hayatın kısıtlanması, özel günlerde dahi çalışma zorunluluğu, bayanların aile sorumlulukları nedeniyle erkeklere kıyasla daha az tura çıkabildikleri, fiziksel olarak yıpratıcı ve yorucu bir meslek olması, sergilenen fiziksel performansından dolayı sağlık sorunlarının ortaya çıkması, duygusal emeğin yoğun olması, mesleğin mevsimsellik özelliği göstermesi ve dolayısıyla iş güvencesinde sorun yaşanması, turların sürekliliğinin olmaması, rehberliğin meslek olarak görülmemesi, cinsiyet ayrımının yapılması (Güzel vd., 2013; Atilla vd., 2013; Köroğlu ve Köroğlu, 2011; Güzel 2007; Yarcın 2007; Tetik, 2006; Batman, 2003; Yazıcıoğlu vd., 2008; Cohen vd. 2002; Tangüler, 2002; Zengin vd., 2007; Köroğlu vd., 2007; Genç, 1992) gibi negatif mesleki algılamaların ortaya çıktığı görülmektedir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda yapılan literatür taraması sonucu elde edilen çalışmalardan araştırma amaçlarına en uygun olması nedeniyle Prakash ve Chowdhary'nin (2011) rehberlik mesleğine yönelik yaptıkları çalışmalarında kullandıkları ölçek temel alınmıştır. Ölçekte yer alan ifadelerden ülkemize uygun olmayanlar çıkarılmış ve turist rehberliği mesleğinin ülkemize özgü olduğu düşünülen sorunlarını ölçmeye yönelik ifadeler ölçeğe ilave edilmiştir. Bu yöntemle turist rehberliği mesleğinin önündeki engeller ve problemleri ölçmeye yönelik 34 ifadeden oluşan ölçek elde edilmiştir ve 5'li likert ölçeği ile katılımcıların değerlendirmesine sunulmuştur. Ölçekte (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) kararsızım, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum anlamlarını taşımaktadır. Ayrıca katılımcılara cinsiyet, medeni hal, sosyal güvence, yaş dağılımı, mesleki tecrübe, ek iş yapma durumu olmak üzere demografik sorular yöneltilmiştir. Yine rehberlere kokartlarında yazılı olan diller ve hizmet verdikleri gruplar sorulmuştur. Araştırma evreni olarak ise profesyonel turist rehberleri belirlenmiştir. Örneklem belirlenirken, tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiş ve bu yöntemle veriler 2014 yılında Nisan, Mayıs, Haziran aylarında toplanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda toplanan güncel rehber istatistik verilerine göre 2014 yılında 9.728 eylemli (aktif) ve 4.044 eylemsiz (pasif) rehber bulunmaktadır. Veri toplama sürecinde 273 ankete ulaşılmış ve bu örneklem büyüklüğü analizlerin gerçekleştirilebilmesi açısından yeterli bulunmuştur. Toplanan veriler istatistiksel analiz programları yardımıyla analizlere tabii tutulmuştur.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik frekans analizi sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır. Katılımcıların 88'i kadın (%32,2), 185'i ise (%67,8) erkeklerden oluşmaktadır. Medeni durum açısından ise 134 kişinin bekâr (%49,1), 139 kişinin (%50,9) ise evli olduğu görülmektedir. Katılımcılar yaş grupları açısından değerlendirildiğinde en büyük grubun 83 kişi ile (%30,4) 31-40 yaş arası grup olduğu, onu 80 kişi ile (%29,3) 20-30 yaş arası grubun takip ettiği görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle katılımcıların %60'ının

40 yaşının altında olduğunu ifade etmek mümkündür. Diğer yaş aralıklarındaki oranların da birbirine yakın olması dağılımın yaş dağılımının dengeli olduğunu göstermektedir. Yaş dağılımıyla paralel olara mesleki tecrübe dağılımının da incelenmesi mümkündür. Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların 140'ının (%51,3) 10 yıl ve üzeri süredir turist rehberliği hizmeti gerçekleştirdikleri görülmektedir. 57 katılımcı ise (%20-9) 7-9 yıl arası süredir turist rehberliği faaliyeti gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların mesleki tecrübelerinin yüksek olması mesleği gerçekleştirirken karşılaştıkları engelleri değerlendirme açısından önem taşımaktadır. Katılımcılara ayrıca, turist rehberliği hizmeti dışında bir meslekleri bulunup bulunmadığı sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar ışığında katılımcıların 101'inin (%37) turist rehberliğine ilave olarak bir ek iş yaptığı, 172'sini ise (%63) tek gelir kaynaklarının turist rehberliği olduğu anlaşılmaktadır. Demografik veriler son olarak sosyal güvenlik açısından değerlendirildiğinde ise katılımcıların önemli bir kısmının sosyal güvenliğe sahip oldukları görülmektedir. 227 katılımcı (%80,3) SSK, Bağ-Kur ya da emekli sandığı (SGK başlığı altında toplanabilir) olmak üzere bir devlet güvencesine sahiptir. 44 kişinin ise (%16) herhangi bir sosyal güvencesi bulunmamaktadır.

Tablo 2. Demografik Veriler

Cinsiyet	f	%	Yaş Dağılımı	f	%
Kadın	88	32,2	20-30 yaş arası	80	29,3
Erkek	185	67,8	31-40 yaş arası	83	30,4
Medeni Hal	f	%	41-50 yaş arası	73	26,7
Bekâr	134	49,1	51 yaş ve üzeri	37	13,6
Evli	139	50,9	Mesleki Tecrübe	f	%
Sosyal Güvence	f	%	1 yıldan az	14	5,1
SSK	160	58,6	1-3 yıl arası	47	17,2
Bağ-Kur	28	10,3	4-6 yıl arası	15	5,5
Emekli Sandığı	31	11,4	7-9 yıl arası	57	20,9
Özel Sigorta	10	3,7	10 yıl ve üzeri	140	51,3
Bağlı değil	44	16	Ek iş	f	%
			Ek iş yapıyor	101	37,0
			Ek iş yapmıyor	172	63,0

Katılımcılara kokartlarında (turist rehberliği belgelerinde) yazılı olan yabancı dil(ler) ve çoğunlukla hangi turist gruplarına hizmet verdikleri soruları yöneltilmiştir. Profesyonel Turist Rehberliği Meslek Yasasına göre turist rehberlerinin en az bir dili iyi derecede bilmeleri ve kokartlarında yazılı olan dil dışında (Türkçe hariç) rehberlik hizmeti vermemeleri gerekmektedir. Bu bağlamda bir turist rehberinin kokartında birden fazla dil yazılı olabilmektedir. Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların 192'sinin (%70,3) kokartın da İngilizce dilinin yazılı olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise 66 kişi ile (%24,2) Almanca yer almaktadır. Rusça, 22 kişi ile (%8,1) üçüncü sırada yer almıştır. Bu dillere ilave olarak katılımcılar diğer başlığı altında; İtalyanca, Çince, Japonca, Lehçe, Arapça gibi dillerin kokartlarında yazılı olduğunu ifade etmişlerdir. En çok hizmet verilen turist grubunda da katılımcılar birden fazla milliyeti belirtebilmişlerdir. Bu soruya verilen cevaplar incelendiğinde 123 katılımcının (%45,1) İngilizler, 106 katılımcının (%38,8) Türkler,

83'er katılımcının (%30,4) Almanlar ve Amerikalılar seçeneklerini işaretledikleri görülmektedir. Bu grupları Ruslar ve Fransızlar takip etmişlerdir. Bu soru altında “diğer” şıkkının 177 kişi (%35,2) gibi büyük bir grup tarafından işaretlendiği görülmektedir. Bu başlık adında katılımcılar; İtalyanlar, Çinliler, Japonlar, Hollandalılar ve Araplar’a ilave olarak çoğunlukla İspanyollar ve Polonyalılarla çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3. Kokartta Yazılı Olan Dil(ler) / Hizmet Verilen Turist Grupları

Kokartta Yazılı Olan Diller	f	%	Hizmet Verilen Turist Grupları	f	%
İngilizce	192	70,3	İngilizler	123	45,1
Almanca	66	24,2	Türkler	106	38,8
Rusça	26	9,5	Almanlar	83	30,4
Fransızca	22	8,1	Amerikalılar	83	30,4
Diğer	58	21,2	Ruslar	33	12,1
			Fransızlar	26	9,5
			Diğer milliyetler	177	35,2

Turist rehberlerinin rehberlik mesleğini gerçekleştirirken algıladıkları engelleri değerlendirmek amacıyla sorulan ifadeler verilen cevapların aritmetik ortalamalarına bakılmadan önce 34 ifadenin güvenilirlik katsayısına bakılmıştır. Araştırmalarda güvenilirlik katsayısının 0,70’in üzerinde olması beklenmektedir. Ancak Kalaycı (2008), sosyal bilimlerde Alpha değerinin 0,40-0,60 arasında çıkmasının düşük, 0,60-0,80 arasında oldukça güvenilir ve 0,80’in üzerinde çok yüksek derecede güvenilir olacağını ifade etmiştir. 34 ifadeye yönelik yapılgüvenilirlik analizinde Cronbach Alpha katsayısının 0,88 olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bilgiler ışığında ölçeğin güvenilirliğinin sağlandığını ifade etmek mümkündür. Tablo 4 incelendiğinde en yüksek aritmetik ortalamaya sahip olan ifadenin “Kaçak rehberliğin varlığı” ifadesi olduğu görülmektedir (4,69) bu sonuçtan hareketle, katılımcıların mesleklerini gerçekleştirmenin karşısında engel olarak gördükleri en önemli problemin kaçak rehberlik (belgesiz rehberlik) olduğunu ifade etmek mümkündür. “Acentaların rehber taban yevmiyesi altında rehber çalıştırmak istemeleri” (4,65) ve “Rehberlik mesleğine devlet desteğinin yetersizliği”(4,49) ifadeleri ise en yüksek ortalamaya sahip olan ikinci ve üçüncü ifadeler olmuşlardır. Dolayısıyla turist rehberlerinin kaçak rehberliğe ilave olarak Kültür ve Turizm Bakanlığına belirlenen rehberlik taban yevmiyelerinin seyahat acentaları tarafından verilmek istenmemesinin ve devletin mesleğe olan ilgi eksikliğinin de önemli görülen problemler olduğunu ifade etmek mümkündür. “Genç rehberlere düşük ücret teklif edilmesi” (4,34), “Turist rehberliği meslek yasasının rehberlik haklarını yeterince korumaması” (4,18), “Turizmde etik dışı öğelerin bulunması” (4,17), “Meslekte sezonluk yoğunlaşmanın fazla olması” (4,17), “Ulaşım ve transfer süreçlerindeki gecikme ve aksamalar” (4,15), “Mesleğin özel hayatı olumsuz etkilemesi” (4,15) ve “Acentaların rehberleri satış odaklı çalışmaya zorlamaları” (4,03) ifadeleri de 4’ün üzerinde (katılıyorum-kesinlikle katılıyorum) ortalamaya sahip olmaları nedeniyle turist rehberliği mesleğinin gerçekleştirilmesinde öne çıkan engeller ve problemleri oluşturmaktadırlar.

Tablo 4. Katılımcılara Yöneltilen İfadelere İlişkin Veriler

İfadeler	AO	Std. Sapma
Kaçak rehberliğin varlığı	4,69	,87
Acentaların rehber taban yevmiyesi altında rehber çalıştırmak istemeleri	4,65	,71
Rehberlik mesleğine devlet desteğinin yetersizliği	4,49	,91
Genç rehberlere düşük ücret teklif edilmesi	4,34	,93
Turist rehberliği meslek yasasının rehberlik haklarını yeterince korumaması	4,18	1,12
Turizmde etik dışı öğelerin bulunması	4,17	1,03
Meslekte sezonluk yoğunlaşmanın fazla olması	4,17	1,11
Ulaşım ve transfer süreçlerindeki gecikme ve aksamalar	4,15	1,04
Mesleğin özel hayatı olumsuz etkilemesi	4,15	1,05
Acentaların rehberleri satış odaklı çalışmaya zorlamaları	4,03	1,17
Mesleki motivasyon yetersizliği	3,92	1,17
Yetersiz yabancı dil bilgisi	3,89	1,23
Mesleki nedenlerle sağlık problemlerinin yaşanması	3,86	1,04
Tur hakkında yetersiz bilgiye sahip olmak	3,85	,93
Mesleğin duygusal olarak yıpratıcı olması	3,84	1,02
Turistlerin entelektüel birikiminin yetersizliği	3,83	1,12
Sabit bir maaşın olmaması	3,77	1,14
Rehberlerin seyahat acentalarına bağlı olma zorunluluğu	3,69	1,28
Turistlerin beklentilerini karşılayamama endişesi	3,66	1,30
Rehberlerin yasaya aykırı davranışları konusunda baskı görmeleri	3,65	1,22
Aile geçimini sağlamak için yeterli gelire sahip olmaması	3,64	1,04
Gölge (gözetmen) rehberliğin yaygınlaşması	3,61	1,42
Yerel halkın ve turizm çalışanlarının turistlere saygı göstermemesi	3,59	1,08
Rehberliğin bir meslek olarak görülmemesi	3,52	,97
Rehberin uzmanlık alanının turistlerce yeterince bilinmemesi	3,44	1,27
Ören yerlerinde turist güvenliği konusunda alınan önlemlerin yetersizliği	3,43	1,20
Turlarda yemek tuvalet gibi ihtiyaçların giderilmesine yönelik tesis yetersizliği	3,41	,97
Sunum tecrübesi yetersizliği	3,40	1,07
Turistlerin ören yerlerinde can güvenliği endişesi duymaları	3,32	1,26
Daha tecrübeli rehberlerle rekabet zorunluluğu	3,24	1,04
Yaşanan problemlerde turistleri ikna etmenin zorluğu (yetersiz ikna kabiliyeti)	3,24	1,08
Turistlerin rehberlere olan güvensizliği	3,20	1,03
Turistlerin rehberlere saygı göstermemesi	3,00	1,16
Turistle iletişimi sürekli canlı tutma zorluğu	2,95	,95
Rehberlik mesleği yerine başka bir meslek seçme eğilimi	2,58	1,48
Rehberlik mesleğini tavsiye etme eğilimi	3,63	1,42

“Daha tecrübeli rehberlerle rekabet zorunluluğu” (3,24), “Yaşanan problemlerde turistleri ikna etmenin zorluğu (yetersiz ikna kabiliyeti)” (3,24), “Turistlerin rehberlere olan güvensizliği” (3,20), “Turistlerin rehberlere saygı göstermemesi” (3,00) ve “Turistle iletişimi sürekli canlı tutma zorluğu” (2,95) gibi ifadeler ise en düşük ortalamalara sahip olan ifadeler olmuşlardır. Bu sonuçlardan hareketle, katılımcıların bu problemleri diğerlerine kıyasla rehberlik mesleğinin icra edilmesinin önünde daha önemsiz engeller olarak gördüklerini ifade etmek mümkündür. 34 ifadeye ilave olarak katılımcılara; “Rehberlik mesleği yerine başka bir meslek seçme eğilimi” (2,58) ve “Rehberlik mesleğini tavsiye etme eğilimi” (3,63) soruları yöneltilmiştir. İfadelerin aldığı aritmetik ortalamalardan hareketle katılımcıların çoğunlukla rehberlik mesleğinden memnun olduklarını ifade etmek mümkündür. Ancak sahip olunan bu memnuniyetin mesleğin başkalarına tavsiye edilmesi söz konusu olduğunda ortalamaya pek yansımadağı (3,63) görülmektedir. Zira 5’li likert ölçeğinde bu ortalamanın 4’ün üzerinde olması beklenmektedir.

Araştırma ölçeğinde yer alan ve turist rehberlerinin mesleklerini gerçekleştirirken algıladıkları engeller ve problemleri ölçmeyi amaçlayan 34 ifade faktör analizine tabii tutulmuştur. Analiz sonucu elde edilen KMO ve Bartlett's Test of Sphericity testleri sonuçlarına göre verilerin faktör analizine uygunluğuna karar verilmiştir. Analiz sürecinde birden fazla faktörü %40’ın üzerinde açıklayan ifadeler ve herhangi bir faktörü %40’ın üzerinde açıklamayan ifadeler analizden çıkarılarak faktör analizi tekrar edilmiştir. Bu şekilde altı defa tekrarlandıktan sonra elde edilen faktör analizi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir. Faktör analizi tekrarlanırken; “Turistlerin beklentilerini karşılayamama endişesi”, “Mesleki motivasyon yetersizliği”, “Rehberlerin yasaya aykırı davranmaları konusunda baskı görmeleri”, “Rehberlerin seyahat acentalarına bağlı olma zorunluluğu” ve “Rehberin uzmanlık alanının turistlerce yeterince bilinmemesi” ifadeleri analizden çıkarıldıktan sonra kalan 29 ifadenin 6 faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu altı faktörü; Rehberlere İlişkin Engeller (RİE), Gelire İlişkin Engeller (GİE), Sektörel Engeller (SE), Mesleğe İlişkin Engeller (MİE), Turiste İlişkin Engeller (TİE) ve Yasal Engeller (YE) başlıkları altında toplamak mümkündür. Altı faktörün varyansın %59,57’sini açıkladığı gözlemlenmektedir. Bu rakam çok yüksek olmamakla birlikte istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ölçeği oluşturan 29 ifade güvenilirlik analizine tutulduğunda Alpha değerinin %85 çıktığı gözlemlenmiştir.

Tablo 5. Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Açıklanan Vary. (%)	α
Faktör 1: Rehberle İlişkin Engeller (RİE)		20,73	15,39	,79
Turistlerle iletişimi sürekli canlı tutma zorluğu	,79			
Tur hakkında yetersiz bilgiye sahip olmak	,78			
Yetersiz yabancı dil bilgisi	,67			
Sunum tecrübesi yetersizliği	,64			
Daha tecrübeli rehberlerle rekabet zorunluluğu	,61			
Yaşanan problemlerde turistleri ikna etmenin zorluğu (yetersiz ikna kabiliyeti)	,50			
Faktör 2: Gelire İlişkin Engeller (GİE)		12,86	14,20	,71
Sabit bir maaşın olmaması	,68			
Aile geçimini sağlamak için yeterli gelire sahip olmaması	,64			
Genç rehberlere düşük ücret teklif edilmesi	,63			
Acentaların rehber taban yevmiyesi altında rehber çalıştırması	,50			
Faktör 3: Sektörel Engeller (SE)		8,93	11,99	,69
Turizmde etik dışı öğelerin bulunması	,76			
Acentaların rehberleri satış odaklı çalışmaya zorlamaları	,65			
Ulaşım ve transfer süreçlerindeki gecikme ve aksamalar	,62			
Ören yerlerinde turist güvenliği konusunda alınan önlemlerin yetersizliği	,61			
Turlarda yemek tuvalet gibi ihtiyaçların giderilmesine yönelik tesis yetersizliği	,59			
Yerel halkın ve turizm çalışanlarının turistlere saygı göstermemesi	,53			
Faktör 4: Mesleğe İlişkin Engeller (MİE)		7,40	9,74	,68
Mesleğin duygusal olarak yıpratıcı olması	,74			
Mesleki nedenlerle sağlık problemlerinin yaşanması	,73			
Meslekte sezonluk yoğunlaşmanın fazla olması	,63			
Mesleğin özel hayatı olumsuz etkilemesi	,62			
Rehberliğin bir meslek olarak görülmemesi	,60			
Faktör 5: Turiste İlişkin Engeller (TİE)		6,65	4,56	,64
Turistlerin rehberle olan güvensizliği	,71			
Turistlerin ören yerlerinde can güvenliği endişesi duymaları	,68			
Turistlerin rehberlere saygı göstermemesi	,61			
Turistlerin entelektüel birikiminin yetersizliği	,51			
Faktör 6: Yasal Engeller (YE)		3,01	3,69	,65
Rehberlik mesleğine devlet desteğinin yetersizliği	,68			
Kaçak rehberliğin varlığı	,63			
Turist rehberliği meslek yasasının rehberlik haklarını yeterince korumaması	,52			
Gölge (gözetmen) rehberliğin yaygınlaşması	,51			

KMO: ,83; Bartlett's Test of Sphericity: ,00; Kümülatif Açıklanan Varyans: 59,57; Cronbach Alpha: ,85.

Faktör analizinden sonra faktörlerin iç güvenilirliklerinin de belirlenmesi amacıyla ayrıca faktörleri oluşturan ifadeler de güvenilirlik analizine tabii tutulmuştur. Tablo 5'de görüldüğü üzere alt faktörün tamamında en düşük Alpha değerinin %64, en yüksek değer ise %79 olduğu tespit edilmiştir. Bu bilgi ışığında faktörlerin iç güvenilirliğinin de sağlandığını ifade etmek mümkündür. Faktör analizi gerçekleştirildikten sonra faktörleri oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları alınarak sürekli hale getirilen değişkenlerin

analiz edilmesi yöntemine gidilmiş, böylelikle de ilgili faktörün genel anlamda değerlendirilmesi sağlanmıştır. Bu yöntemle elde edilen faktör değişkenlerine ait aritmetik ortalamalar Tablo 6’da verilmiştir. Tablo 6’da da görüldüğü gibi turist rehberlerinin mesleğin önünde engel olarak gördükleri en önemli faktör yasal engellerdir. Zira bu faktörün aritmetik ortalaması 4,24 olarak gerçekleşmiştir. İkinci sırada ise 4,10 gibi bir ortalamayla gelire ilişkin engeller faktörünün yer aldığı gözlemlenmektedir. Mesleğe ilişkin engeller ise (3,91) üçüncü sırada yer almıştır. Turist rehberlerinin en düşük engel olarak ifade ettikleri faktör ise Turistlere ilişkin engeller faktörü olmuştur. Ayrıca rehberlerin kendi becerilerine ilişkin engelleri de diğer faktörlere kıyasla önemli bir engel faktörü olarak değerlendirmediklerini ifade etmek mümkündür. Zira rehberlere ilişkin engeller faktörü 3,43’lük bir aritmetik ortalamaya sahiptir.

Tablo 6. Faktörlerin Aritmetik Ortalaması

Engeller	AO	Std. Sapma
Yasal Engeller	4,24	,66
Gelire İlişkin Engeller	4,10	,75
Mesleğe İlişkin Engeller	3,91	,81
Sektöre İlişkin Engeller	3,80	,74
Rehberle İlişkin Engeller	3,43	,78
Turiste İlişkin Engeller	3,34	,83

Tablo 7. Bağımsız İki Örnek T-Testi Sonuçları

		n	a.o.	s.s.	t	p			n	a.o.	s.s.	t	p		
Cinsiyet	R i E	Kadın	88	3,54	,79	1,63	,10	Ek İş Yapma Durumu	R i E	Evet	101	3,42	,80	,10	,91
		Erkek	185	3,37	,78					Hayır	172	3,43	,78		
	G i E	Kadın	88	4,14	,78	,63	,52		G i E	Evet	101	4,07	,76	,52	,60
		Erkek	185	4,08	,74					Hayır	172	4,12	,75		
	S i E	Kadın	88	3,80	,76	,05	,95		S i E	Evet	101	3,74	,77	,89	,37
		Erkek	185	3,79	,74					Hayır	172	3,83	,73		
	M i E	Kadın	88	4,00	,80	1,36	,17		M i E	Evet	101	3,95	,76	,69	,48
		Erkek	185	3,86	,81					Hayır	172	3,88	,84		
	T i E	Kadın	88	3,38	,83	,50	,61		T i E	Evet	101	3,31	,86	,40	,68
		Erkek	185	3,32	,84					Hayır	172	3,35	,82		
	Y i E	Kadın	88	4,26	,62	,40	,68		Y i E	Evet	101	4,16	,69	1,57	,11
		Erkek	185	4,23	,68					Hayır	172	4,29	,64		

Çalışmada ayrıca faktör değişkenlerinin demografik veriler açısından anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu bağlamda öncelikle Katılımcıların cinsiyeti ve rehberlik mesleği dışında ilave iş yapısı yapmama durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunup bulunmadığı bağımsız iki örnek t-testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarının Tablo 7’de izlenmesi mümkündür. Tablo 7’de de görüldüğü gibi faktörlerin hiç biri için anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 8. Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler	Deneyim	n	A.O.	Std. Sapma	F	p
RİE	1 yıldan az	14	3,80	,97	2,53	,04
	1-3 yıl arası	47	3,63	,62		
	4-6 yıl arası	15	3,61	,74		
	7-9 yıl arası	57	3,38	,77		
	10 yıl ve üzeri	140	3,32	,80		
GİE	1 yıldan az	14	3,89	,90	,57	,68
	1-3 yıl arası	47	4,20	,73		
	4-6 yıl arası	15	4,16	,81		
	7-9 yıl arası	57	4,12	,80		
	10 yıl ve üzeri	140	4,07	,72		
SİE	1 yıldan az	14	4,07	,50	1,13	,33
	1-3 yıl arası	47	3,78	,71		
	4-6 yıl arası	15	4,03	,76		
	7-9 yıl arası	57	3,69	,74		
	10 yıl ve üzeri	140	3,80	,77		
MİE	1 yıldan az	14	4,00	,90	1,64	,16
	1-3 yıl arası	47	4,02	,79		
	4-6 yıl arası	15	3,94	1,1		
	7-9 yıl arası	57	4,07	,67		
	10 yıl ve üzeri	140	3,79	,80		
TİE	1 yıldan az	14	3,73	,81	1,99	,09
	1-3 yıl arası	47	3,26	,80		
	4-6 yıl arası	15	3,68	,98		
	7-9 yıl arası	57	3,18	,88		
	10 yıl ve üzeri	140	3,35	,80		
YE	1 yıldan az	14	4,46	,55	2,50	,04
	1-3 yıl arası	47	4,39	,59		
	4-6 yıl arası	15	4,48	,49		
	7-9 yıl arası	57	4,27	,62		
	10 yıl ve üzeri	140	4,13	,71		

Son olarak elde edilen altı faktörün mesleki deneyim süresine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin belirlenebilmesi amacıyla varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre Rehber İlişkin Engeller ve Yasal Engeller faktörleri için anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında gerçekleştiğini belirlemek için ise Scheffe testi yapılmış, RİE faktöründe 10 yıl ve üzerinde çalışanlar ile 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası çalışanlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Aritmetik ortalamalardan hareketle de RİE ile mesleki tecrübe arasında negatif yönlü doğrusal bir ilişki olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu ifade de en yüksek katılım oranını 1 yıldan az süredir rehberlik yapanlar gösterirken en düşük katılım oranı 10 yıl ve daha uzun süredir rehberlik yapan gruplarda gerçekleşmiştir. Bir diğer anlamlı farklılık ise YE faktörü için gerçekleşmiştir. Scheffe analizi sonucunda söz

konusu anlamlı farklılığın 4-6 yıl arasında rehberlik yapanlar ile 10 yıl ve üzerinde rehberlik yapanlar arasında gerçekleştiği görülmüştür. Aritmetik ortalamalardan hareketle 4,48'lik ortalama ile 4-6 yıl arası rehberlik hizmeti yapanların YE faktörüne katılım oranlarının en üst düzeyde olduğunu ifade etmek mümkündür.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turist rehberlerinin mesleklerine yönelik algıladıkları mesleki engelleri ölçmek amacıyla yapılan bu araştırmada Türkiye’de rehberlik mesleğine yönelik sektörde çalışan rehberlerin algıladıkları mesleki engeller değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda rehberlerin karşılaştığı mesleki engellerin önem sırasına göre ‘yasal engeller, gelire ilişkin engeller, mesleğe ilişkin engeller, sektöre ilişkin engeller, rehberle ilişkin engeller, turiste ilişkin engeller’ olmak üzere altı boyutta var olduğu ortaya çıkmıştır.

Faktörlerin sıralanması göz önünde bulundurulduğunda turist rehberlerinin mesleğin önünde engel olarak gördükleri en önemli faktör yasal engellerdir (rehberlik mesleğine devlet desteğinin yetersizliği, kaçak rehberliğin varlığı, turist rehberliği meslek yasasının rehberlik haklarını yeterince korumaması, gölge/gözetmen rehberliğin yaygınlaşması). Bu durum rehberlerin mesleklerinin yasal olarak da tüzel bir kişilik edinmesini istediklerini göstermektedir. Aritmetik ortalaması en yüksek çıkan yasal engeller faktörü altında ortaya çıkan en önemli sorunlar ‘devlet desteğinin yetersizliği’ ve ‘kaçak rehberlerin varlığı’dır. Yazın taramasında Dünya Rehberler Federasyonu’nun hazırladığı raporda da Türkiye yasadışı rehberlik faaliyetlerinin görüldüğü ülkeler arasında geçmektedir. 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Yasası’na göre ülkemizde turist rehberliği mesleğinin yapılabilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen ruhsatnameye (kokart) sahip olmak gerekmektedir. Ruhsatnamenin alınabilmesi için ise Türkiye vatandaşı olmak, üniversitelerin önlisans ve lisans eğitimi veren turizm rehberliği bölümlerinden mezun olmak (ya da Bakanlıkça düzenlenen sertifika programından başarılı olmak), 45 günlük uygulama gezisine katılmak ve en az bir yabancı dili iyi derecede (YDS:80) bilmek gerekmektedir. Bu kadar zor koşulları tamamlayarak rehber olmaya hak kazanan kişiler, yapılan denetimlerin yetersiz olması ve belgesiz rehberlik faaliyetine karşı yaptırımların yeterince caydırıcı olmaması nedenlerinden dolayı kaçak rehberlik sorunuyla karşı karşıya kalmaktadırlar. 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu’na göre turlarda ve paket turlarda araç başına bir rehber bulundurmak yasal zorunluluk olmasına rağmen seyahat acentaları ve tur operatörlerinin maliyetlerini arttırdığı gerekçesi ile bu zorunluluğu yerine getirmek istemedikleri gözlemlenmektedir. Her ne kadar rehberlik meslek yasası yürürlüğe girdikten ve yasaya bağlı olarak meslek odaları kurulduktan sonra turlara ilişkin denetimler yaygınlaşmaya başlamış olsa da turist rehberleri açısından kaçak rehberliğin halen mesleğin önündeki en önemli engel olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Bu engelin ortadan kaldırılması ise ancak meslek yasasının etkin olarak uygulanması, denetimlerin artırılması ve meslek odalarının bu durumun sıkı takipçileri olmaları ile mümkün olabilecektir. Rehberlik mesleğine yönelik devlet desteğinin yetersizliği ise kaçak rehberlik konularını takip eden bir diğer mesleki engeldir.

Dünya Rehberler Federasyonu’nun hazırladığı raporda Türkiye koordinasyon eksikliğinin mesleki bir sorun olarak görüldüğü ülkeler arasında yer almaktadır. Prakash ve Chowdhary’nin de (2011) araştırmalarında bu husus öne çıkmıştı. Türkiye’de özellikle turist rehberliği meslek yasasının çıkmış olması bu durumun ilerleyen yıllarda algılanan mesleki engel olarak ortadan kalkacağı varsayılmaktadır. Bu boyut içinde yer alan gölge (gözetmen) rehberlik ise genellikle “nadir dil” olarak adlandırılan, belgeli rehberin bulunması zor olan dillerde ortaya çıkan bir problemdir. 1618 sayılı kanuna göre araç başına bir rehber bulundurmamak zorunda olan seyahat acentaları Lehçe, Çince, Rusça gibi bazı dillerde rehber bulamadığında İngilizce, Almanca gibi rehber bulunmasının daha kolay olduğu dillerden rehber bulmaktadır. Bu rehberler araçlarda yer alırken anlatım tur operatörünün gönderdiği tur liderleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak bu durumda bir yabancıya yabancıya Türkiye’yi anlatması problemi ortaya çıkmaktadır. Ülkemizde sıkça yaşanan bu problemin çözümü “ortak dil” yöntemidir. Bu yöntemle göre grubun başında bulunan tur dilleri ile belgeli turist rehberi arasında örneğin İngilizce gibi bir ortak dil belirlenir. Anlatım belgeli turist rehberi tarafından İngilizce olarak yapılır, tur lideri İngilizce yapılan anlatımı grubun diline çevirir. Bu uygulama sayesinde rehberlik anlatımı belgeli personel tarafından gerçekleştirilmiş olacaktır. Ancak uygulamada turist rehberlerinin de bu konuda ısrarcı olmaları, mesleğin icrasının ancak kendileri tarafından yapılabileceğini dile getirmeleri gerekmektedir. Belgeli rehberin, grubun başında sadece yasal zorunluluğu yerine getirmek için bulunmaya ve hiçbir anlatım yapmamaya razı olması durumunda en sıkı denetimlerle bile gölge rehberlik engelinin aşılması mümkün olmayacaktır. Anlatımın profesyonel rehber tarafından ortak dil kullanılarak yapılması ve grup lideri tarafından simultane tercüme edilmesi, tur destinasyonlarında fazla zaman harcanmasına yol açtığı gerekçesiyle genellikle tercih edilmemektedir; bu durum gölge rehberlik sorununun çözümü için engel teşkil etmektedir. Sezon boyunca bazı rehberlerin, daha rahat ve kolay olan gölge rehberliğe dayalı çalışma sistemine alışmış olmaları ve gölge rehberlikten vazgeçme konusunda isteksiz davranmaları sorunun kısa vadede çözümü için büyük bir engel olarak görülmektedir. Öte yandan, bu turlarda uzun süre görev alan gölge rehberler, anlatım yapmadıkları için zaman içerisinde rehberlik ve sunum yetilerinde körelme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Faktör sıralamasında gelire ilişkin engeller (sabit bir maaşın olmaması, aile geçimini sağlamak için yeterli gelire sahip olmaması, genç rehberlere düşük ücret teklif edilmesi, acentaların rehber taban yevmiyesi altında rehber çalıştırması) yasal engelleri takip etmektedir. Yazın taramasında gelirin mesleki bir sorun olarak ortaya çıktığı araştırmalara da rastlanmıştır (Çetin ve Kızıllırmak, 2012; Yazıcıoğlu vd., 2008; Yarcın, 2007; Güzel, 2007; Köroğlu vd., 2007). Gelire ilişkin faktör altında da sabit gelirin olmaması, genç rehberlere düşük ücretlerin teklif edilmesi ve taban yevmiye altında tur çıkan rehberlerin varlığı konuları bulunmaktadır. Gelirin sabit olmaması beklide rehberlerin kendilerine mesleki doyum sağlayacak ve sürekli tur olmalarını sağlayacak diller öğrenmeleri ile ortadan kaldırılabilir. Özellikle rehberlik öğrencileri sektörden kopmamaları adına eğitim esnasında nadir diller hususunda bilinçlendirilmeli ve yönlendirilmelidirler. Acentaların

rehber taban yevmiyesi altında rehber çalıştırmak istemeleri kaçak rehberlikten sonra algılanan bir diğer önemli başlık olarak ortaya çıkmıştır. Yazın taramasında bu durum üzerinde durdukları keşfedilmiştir. Turist Rehberliği Meslek Yasası'na göre rehberlerin taban ücretleri rehber odalarının ve TURSAB'ın görüşleri alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenmektedir. Seyahat acentalarının rehberlere taban ücretin altında ücret teklif etmeleri ve rehberlerin bu teklifi kabul etmeleri yasa dışıdır. Ancak buna rağmen katılımcıların rehberlik mesleği önündeki en önemli engellerden biri olarak seyahat acentalarının taban ücretin altında ücret teklif etmelerini ifade ettikleri görülmektedir. Turist rehberlerinin Bakanlık tarafından belirlenen ücreti talep etmekte ve bu ücretin verilmek istenmemesini meslekleri önünde bir engel olarak görmekte haklıdır. Ancak unutulmaması gereken taban ücretlerin yasanın teminatı altında olduğu ve seyahat acentalarının bu ücreti vermelerinin yasal bir zorunluluk olduğudur. Bu bağlamda taban ücretin altında ücret teklif eden seyahat acentalarının şikâyet edilmesi halinde cezalandırılmaları söz konusudur. Her ne kadar rehberlere, tur öncesi acente ile taban ücretin yazılı olduğu sözleşme yapma yükümlülüğü getirilmiş olsa da, tur maliyetlerini düşürmek amacıyla acenteler, rehberlere sözleşmede yazılan tutarların altında ödeme yapma yoluna gitmektedirler. Bu nedenle acenteye karşı rehberin ücretini garanti altına aldığı düşünülen sözleşmeler taban ücret sorununun çözümü için yetersiz kalmaktadır. Turist rehberlerinin taban ücreti alamamaktan şikâyetçi olmaları ise ancak kendilerinin taban ücretin altında bir ücrete razı olmaları ile açıklanabilir ki bu durum da kendilerinin hem haklarını aramadıklarını hem de yasal bir suç işlediklerini göstermektedir. Taban ücretlerin yazılı olduğu sözleşmelere rağmen düşük yevmiye almayı kabul eden rehberler, suça ortak oldukları gibi kendi meslektaşlarını zor durumda bırakmaktadır. Bazı rehberler sezon boyunca sürekli iş aldıkları acenteler ile bağlantılarını koparmamak ve kış döneminde de tur alabilmek amacıyla taban ücret altında çalışmaya razı olmaktadır. Acentaların sürekli çalıştıkları rehberleri taban fiyat altında çalışmaya zorlayarak, rehberler üzerinde psikolojik bir baskı unsuru oluşturmaktadırlar. Özellikle rehber enflasyonunun yüksek olduğu ve acentaların kolayca alternatif rehber bulabildikleri 'İngilizce ve Almanca' gibi yaygın dillerde bu sorunun sıkça görüldüğü söylenebilir. 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Yasası'na ait yönetmeliğin yürürlüğe giriş tarihinin 23 Şubat 2013 olması nedeniyle rehberlerin bu yasal hakları konusunda henüz yeterli bilgiye sahip olmadıkları, ileriki süreçlerde bu problemin ortadan kalkacağı düşünülmektedir.

Mesleğe ilişkin engeller (mesleğin duygusal olarak yıpratıcı olması, mesleki nedenlerle sağlık problemlerinin yaşanması, meslekte sezonluk yoğunlaşmanın fazla olması, mesleğin özel hayatı olumsuz etkilemesi, rehberliğin bir meslek olarak görülmemesi) ise faktör sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır. Bu faktör içinde yer alan değişkenler ayrı ayrı olarak Güzel ve diğerlerinin (2013), Köroğlu ve Köroğlu'nun (2011), Yazıcıoğlu ve diğerlerinin (2008), Köroğlu ve diğerlerinin (2007), Zengin ve diğerlerinin (2004), Batman'ın (2003) çalışmalarında da desteklenmiştir. Bu bağlamda özellikler duygusal yıpranmaların önlenmesi için rehberler duygusal güçlenme eğitimlerine tabi tutulabilir.

Sektörel engellerin altında ortaya çıkan ‘etik dışı öğelerin bulunması, acentelerin rehberleri satış odaklı çalışmaya zorlamaları, ulaşım/transfer süreçlerindeki gecikme/aksamalar’ ifadeleri rehberler tarafından engel olarak algılanmaktadır. Yukarıda bahsi geçen taban yevmiye altında rehber çalıştırılması, rehberlerin meslektaşlarının turlarını almak için etik dışı davranışlar sergilemesi gibi durumlar bu ifadenin ortaya çıkmasını sağlamış olabilir. Ancak daha öncede söz edildiği gibi yönetmelik ile denetimler sıklaştıkça bu durumların ortadan kalkacağı varsayılmaktadır. Rehberlerin acenteler tarafından kazanç elde etme metası olarak görülmesi durumu da rehberlerin kendilerince gördükleri sektörel engellerdendir. Rehberle ilişkin mesleki engellerde göze çarpan ifadeler ise ‘turistle iletişimi canlı tutmak, tur hakkında yetersiz bilgiye sahip olmak ve yetersiz yabancı dil bilgisi’dir. Bu durumda rehberlerin kendilerini iyi yetiştirmeleri, bilgilerini güncelleme ve dillerini akıcı hale getirmeleri gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada da eğitim döneminde hem eğitmenlere hem de rehber adaylarına büyük görevler düşmektedir. Rehberlik mesleğinin kendine has özelliğinden dolayı turizm fakülte ve yüksekokullarında turizm rehberliği bölümüne ilişkin ders içeriklerinin daha çok uygulama ağırlıklı olacak şekilde düzenlenmesi, mesleki derslere ve yabancı dil konuşma pratiğine dayalı eğitimlerin verilmesi gelecekte daha donanımlı rehberlerin yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır. Öte yandan turizm rehberliği eğitimi veren açık öğretim programlarının faaliyete geçmiş olması, uygulamaya dayalı bir meslek olan rehberliğin geleceği açısından düşündürücü bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Turiste ilişkin mesleki engellerde ise en önemli ortaya çıkan ifade ‘turistin rehberle güvenmemesi’ ifadesidir. Bunu da rehberler tura çıkmadan önce gerekli motivasyonu sağlayarak kendilerine olan güveni artırabilirler.

Bu araştırmada kullanılan ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı ve faktörlerin alpha değerleri her ne kadar istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli bulunsun da düşük değerler almıştır. Bu nedenle alanda ileride yapılacak çalışmalarda rehberlik mesleğinin önündeki engellere ilişkin olarak bir ölçek geliştirme çalışmasının yapılması gerektiği düşünülmektedir. Bununla birlikte bu çalışmada bölgesel ayrıma gidilmemiştir. İleride gerçekleştirilebilecek çalışmalarda rehberlerin yoğunlukta çalıştıkları bölgelere göre bir ayrıma gidilerek mesleğin önündeki engellerin bölgesel farklılıklar gösterip göstermediğinin de tespit edilmesinin daha farklı sonuçlar doğurabileceği düşünülmektedir. Yine bir başka araştırma ile ortaya çıkarılan bu altı boyutlu mesleki engellerin rehberlerin işlerini bırakma ve başkalarına tavsiye etmeme eğilimlerini ne derecede etkiledikleri ortaya koyulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ang, E. (1990). Upgrading the professionalism of tourist guides. Travel Educators Forum, PATA Conference Singapore 11–14 July, PATA, Singapore, 167–172.
- Atilla Gök, G. Büyüker Isler, D. ve Güzel, O. F. (2013). Relationship of emotional display rules and job oriented attitudes: A research on tourist guides, The International Journal of Multidisciplinary Thought (IJMT), 3(3), 291–296.

- Batman, O. (2003). Türkiye’de profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2003/2, Adapazarı: Değişim Yayınları, 115-132.
- Black, R., Ham, S., and Weiler, B. (2001). Ecotour guide training in less developed countries: Some preliminary research findings, *Journal of Sustainable Tourism*, 9 (2).
- Cohen, E. H. Ifergan, M. ve Cohen, E. (2002). A new paradigm in guiding- The matric as a role model, *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 919-932.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5–29.
- Çimrin, H. (1995). Turizm ve turist rehberliğinin ABC’si, Antalya: Akdeniz Kitabevi.
- Çetin, G. ve Kızılırmak, İ. (2012). Türk turizmde kokartlı turist rehberlerin mevcut durumunun analizi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14 (2), 307-318.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding image management in Indonesia, *Annals of Tourism Research*, 29/3, 783-800.
- Genç, Ö. (1992). Rehberlik eğitime eleştirel bir yaklaşım, *Turizm Eğitimi Konferansı*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara, 215-217.
- Güzel, F. Ö. (2007). Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (Alman turistler üzerine bir araştırma), *Balıkesir Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği ABD, Balıkesir*.
- Güzel, F. Ö. Atilla Gök, G. ve Büyüker İşler, D. (2013). Duygusal emek ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Turist rehberleri üzerinde bir araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Eylül-Aralık, 10 (3), s.107- 122.
- Kalaycı, Ş.,(2008). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri , Ankara: Asil Yayıncılık
- Karaçal, İ. ve Demirtaş, N. (2002). 4702 Sayılı Yasa Uygulamalarının Turizm Rehberliği Eğitimine Etkisi, *Turizm Eğitimi Konferansı*, Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Köroğlu, Ö. Şahin, S. ve Tetik, N. (2007). Turizm sektöründe bayan çalışanların sorunları: Bayan profesyonel turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunları belirlemeye yönelik sınırlı bir örneklem üzerinde araştırma. I. Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi, *Bildiriler Kitabı*, Ankara,: Detay Yayıncılık, 719-739.
- Köroğlu, Ö. (2011). İş doyumu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma”,*Basılmamış Doktora Tezi*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köroğlu, A. ve Köroğlu, Ö. (2011). Measuring the effects of job satisfaction to occupational health and safety attitudes of tour guides on business performance in Turkey”, 2nd Rower Conference on Occupational Health and Safety Economics, Sinaia-Romania, 73-91.
- Prakash, M., and Chowdhary, N. (2011). Tour guiding: Interpreting the challenges, *Tourismos: An International Multidiciplinary Journal Of Tourism*, 6 (2), 65-81.
- Prakash, M., and Chowdhary, N. (2010). What we are training tour guides for?, *Tourism*, 14(2), s. 53-65.
- Tangüler, A. (2002). Profesyonel turist rehberliği ve turist rehberlerinin seyahat acentası ve müşteri ilişkileri (Kapadokya örneği), *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Tetik, N. (2006). Türkiye’de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
- Yazıcıoğlu, İ. Tokmak, C. ve Uzun, S. (2008). Turist rehberlerinin rehberlik mesleğine bakışı, *Üniversite ve Toplum Dergisi*, 8 (2), Haziran, <http://www.universite-toplum.org/text.php?id=367>, Erişim Tarihi 26.01.2009.
- Yenen, Ş. (2002). Turist rehberliği eğitiminde, niteliksel ve niceliksel planlamada Turizm Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu ve meslek kuruluşları arasında işbirliğinin önemi, *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop*, Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitim Genel Müdürlüğü, 257-273.
- Yıldız, R. Kuşluvan, S. ve Şenyurt, Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirilmesi, *Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV*, 9-14.
- World Federation of Tourist Guides Associations Jane Orde Guiding Document Worldwide. (2011). http://www.wftga.org/sites/default/files/imceuploads/WFTGA2015_UP1.pdf, Erişim Tarihi: 10.08.2014.
- Zengin, B., Batman, O. ve Yıldırğan, R. (2004), Seyahat acentalarının turist rehberlerinden beklentilerine yönelik bir araştırma, *I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 366-376.

ENGELLİ TURİSTLERİN TURLARDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR: TURİST REHBERLERİ AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME

Uysal YENİPINAR

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
uysalyenipinar@mersin.edu.tr*

Seçkin ESER

*Öğr. Gör., Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO
seser@mku.edu.tr*

ÖZET

Günümüz turizm endüstrisinde yaşlı ve engelli pazarı gelişmekte olan önemli bir pazar konumuna gelmiştir. Engelli bireyler seyahatlerinde normal bireylerden farklı hizmetlere gereksinim duyarlar. Bu çerçevede engelli turistlerin tur programlarının uygulanmasında karşılaştıkları sorunları tespit etmek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Sorunların tespitinde turların uygulanmasında yer alan profesyonel turist rehberlerinin görüşlerinden yararlanılmıştır. Araştırma 2014 yılı Haziran ve Temmuz aylarında yürütülmüş, veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 120 turist rehberi anketimize katılmıştır. Anket sonuçları içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Sorunların önem derecesine göre; mekânsal, ulaşım, seyahat acentası tarafından verilen hizmetler, kentsel altyapı, iletişim, konaklama ve yiyecek ve içecek işletmelerinden kaynaklandığı görülmüştür. Anket sonuçlarına göre, müze ve ören yerlerinde altyapı ve üstyapı uygulamalarının yeterli olmadığı ve yeniden yapılandırılması, restoran ve konaklama işletmelerinin engelli turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak seviyede hizmet çerçevelerini genişletmeleri, ulaşım araçlarında engelli turistlerin engel türlerine göre donanımların artırılması gerektiği sonuçlarına varılmıştır. Seyahat acentaları personeli, araç sürücülere ve turist rehberlerinin hizmet içi eğitime tabi tutulması, engelli turist ihtiyaç ve istekleri konusunda bilgilendirilmesi iletişim problemlerinin çözümündeki önemli noktalar olarak vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Engelli turist, Turist rehberi, Hizmet üreticileri, Turlar*

GİRİŞ

Engellilik vücut fonksiyonlarında veya yapısındaki herhangi bir kayıptır. (Erdoğan, 2010, s. 1637). Bedensel ve ruhsal bütünlüğü, geçici ve daimi olarak, doğuştan ve yaşlılık nedeniyle azalmış olan kişi “engelli”, yaşadığı toplumun gerekleriyle uğraşamayan insan “engelli insan” olarak tanımlanmaktadır (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 52). İnsanın hayatında beklenmedik ve istenmedik bir şekilde gerek doğum öncesi kalıtsal nedenlere bağlı olarak gerekse doğum sonrasında hastalık, kaza vb. sebeplerle engellilik yer alabilmektedir (Çizel, 2012, s. 20).

Engelli yaşamın bireye getirdiği bazı güçlükler bulunmaktadır. Bunlardan biri, seyahat edebilme ve turizm faaliyetlerine katılma konusunda kısıtlardır. Ancak, engelli bireylerin tek başına veya bir refakatçiyle seyahat edebilmeleri ve turizme sorunsuzca katılabilmeleri, bir yandan engelli bireylerin gelişimini, özgüvenini arttırmakta ve diğer bireylere bağımlılığını azaltmakta, diğer yandan da engelli turizminin gelişmesine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012, s. 2).

Engelli olsun veya olmasın, organize turlarla başta kültür olmak üzere diğer turizm türlerine katılmak amacıyla Türkiye'ye gelen turistlerin en uzun süre beraber oldukları, en çok etkilendikleri kişiler, çoğunlukla onlara seyahatleri sırasında eşlik eden turist rehberleridir (Çetin ve Kızıllırmak, 2012, s. 308). Turist rehberleri turizm endüstrisinde ön cephede yer alan anahtar oyuncular olarak kabul edilmektedirler. Destinasyon çekicilikleri ve kültürü hakkındaki bilgileri, yorumlamaları, iletişim ve hizmet verme yetenekleri sayesinde, turistlerin ziyaretlerini tur programından çok birer deneyime dönüştürmektedirler (Ap ve Wong, 2001, s. 551). Çalışma farklı bir açıdan gerçekleştirilerek, engelli turist- turist rehberi iletişiminden faydalanarak bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Mevcut yazın incelendiğinde engelli turist ve turizm sektöründe yer alan hizmet üreticilerialgisına yönelik araştırmalara (Abeyraine, 1995; Darcy, 1998; Burnett ve Bender, 2001; Darcy, 2002; Ray ve Ryder, 2003)sınırlı sayıda rastlanmaktadır. Cavinato ve Cuckovich (1992) yaptıkları çalışmada engellilerin seyahat etmelerinde ulaşımdan kaynaklanan güçlükleri ortaya koymuşlardır. Günümüzde bu araştırmalar az da olsa devam etmektedir (Aitehison 2003; McKercherPacker, Yau ve Lam, 2003; DanielsRodgers, ve Wiggins,2004; Yau 2004). Yaylı ve Öztürk (2006)Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları üzerine,Blichfeldt ve Nicolaisen (2010), engellilerin boş zamanlarını değerlendirmek için seyahat etme konusundaki duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını incelemişlerdir. Zengin ve Eryılmaz (2013) ise Bodrum' da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel ve tatil köylerini engelli turizm pazarı açısından değerlendirerek, tesis yöneticilerinin görüşlerini değerlendirmişlerdir. Bu bağlamda, var olan boşluğu doldurmaya yönelik olarak turist rehberlerinin tur programlarında engelli turistlerle birlikte oldukları süreçte, engelli turistlerin karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmak temel amaç olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın amacı, engelli turistlerin turlarda ne tür sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koyarak, özellikle tur programları süresince yaşadıkları sorunlarıturist rehberleri gözüyle değerlendirerek durum tespiti yapmak, turist rehberlerinin engelli turizmle ilgili düşüncelerini ortaya koymaktır. Ayrıca hizmet üreticilerinin engelli turizme ne kadar hazır olduğunu tespit etmek hedeflenmektedir.

Çalışmanın(a) engelli turistlerin daha verimli ve etkili tatil deneyimleri yaşamalarına (b) hizmet üreticilerinin engelli turizmne karşı uygulamalarını tespit etmeye çalışılarak hemsektörelbazda hem de turist rehberliği eğitiminde kullanılmak üzere katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, araştırmanın yönetsel ve planlama karar mercileri başta olmak üzere sorunlarla ilgili tüm kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları, kent planlamacıları ve yöneticilerine yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın temel amacı, engelsiz bir yaşamın turizm faaliyetleri içerisinde sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışmaktır. Bu nedenle bu çalışmada, engelli turistlerin tur programlarına katılım sürecindeki durum tespiti ve yapılması gereken düzenlemeler turist rehberleri gözüyle değerlendirilmektedir.

Araştırmada veriler, geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette katılımcıların demografik bilgilerinin yanı sıra, araştırma amacına dönük üç adet açık uçlu soru bulunmaktadır. Rehberlere yöneltilen açık uçlu sorular aşağıda belirtilmiştir:

- Tur programları süresince engelli turistler ne tür sorunlarla karşılaşmaktadırlar?
- Engelli turistlerin engelleri ile ilgili gereksinimleri seyahat acentası tarafından karşılanıyor mu?
- Engelli turistlere hizmet üreticileri tarafından sunulan hizmetler nelerdir?

Araştırma evrenini, Türkiye’ de aktif olarak rehberlik hizmeti veren turist rehberleri oluşturmaktadır. Türkiye de 2012 yılı verilerine göre, toplamda 13.628 rehber bulunmakla birlikte (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014) TUREB’e bağlı 13 meslek odasına kayıtlı 2014 yılı itibarıyla 9708 turist rehberi bulunmaktadır. Anket, 2014 yılı Haziran ve Temmuz aylarında, Türkiye’de aktif ve profesyonel olarak hizmet veren rehber odalarına kayıtlı turist rehberlerinin e- mail adreslerine gönderilmiştir. Araştırmada 129 kişiden geri dönüş alınmış, 9 anket geçersiz kabul edildiği için araştırmada analiz dışı bırakılmıştır. Çalışma devam etmekle birlikte, 120 katılımcının cevapları düzenlenerek içerik analizine tabi tutulmuştur.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmaya katılan 120 kişiden 51’i kadın, 69’u erkektir. Katılımcıların 4’ü 18-24 yaş arası, 51’i 25-35 yaş arası, 33’ü 36-45 yaş arası, 32’si 46 yaş ve üzeri aralığındadır. Katılımcılardan % 4,2’si turist rehberliği mesleğini 1 yıldan az, % 16,7’si 2-5 yıl, % 32,5’i 6-10 yıl, % 46,6’si ise 11 yıl ve üzeri yapmaktadırlar.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinden 84 kişisi herhangi bir acentaya bağlı olmadan 36 kişisi ise bir acentaya bağlı olarak çalışmaktadırlar. Turist rehberlerinden 59’u Kültür ve Turizm Bakanlığının turist rehberliği kursu ile, 25’i üniversitelerin rehberlik ön lisans programlarından, 33’ ü üniversitelerin rehberlik lisans bölümlerinden, 3 kişisi ise diğer olarak (Kültür ve Turizm Bakanlığından emekli) meslek eğitimini aldıklarını belirtmişlerdir.

Profesyonel turist rehberi olarak çalışma kartında belirtilmiş dillerin sınıflandırılmasında ise, İngilizce 88, Almanca 21, Fransızca 7, Rusça 6, İtalyanca 5, Flemenkçe 10, İspanyolca 4, 16 kişide diğer olarak (İsveççe 3, Yunanca 1 ve Portekizce 2, Japonca 5, Çince 1, Arapça 3, 1 kişi belirtmemiş) görülmektedir. “Rehberlik eğitimleri içerisinde engelli turistlere hizmet vermeye yönelik herhangi bir eğitim aldınız mı?” sorusuna, 115 kişi hayır

cevabını, 5 kişi evet cevabını vermiştir (1 kişi özel ders, 1 kişi Antalya rehber odası kurslarında ders esnasında iki saat anlatım, 3 kişi ise yüzeysel teorik bilgi edinimi).

Engellilerin Turlarda Karşılaştığı Sorunlar

“Tur programları süresince engelli turistler ne tür sorunlarla karşılaşmaktadırlar?” şeklindeki birinci araştırma sorusu ile elde edilen yirmi beş ifade, altı grupta birleştirilmiştir (Tablo1). Gruplandırılmalar: Müze ve ören yeri sorunları %27,6; ulaşım sorunları %18,4;seyahat acentası kaynaklı sorunlar %17,2; kentsel altyapı sorunları %16,1, iletişim sorunları %12,7ve hizmet üreticileri sorunları % 8 olarak bulgulanmıştır.

Tablo 1: Turist Rehberleri Gözüyle Engelli Turistlerin Turlarda Karşılaştıkları Sorunların Gruplandırılması

	KULLANILAN İFADELER	Σ_i	$\Sigma_i(87)$	%	% (100,0)
(1) Müze ve ören yeri sorunları	(1.1) Rampa yetersizliği ve yanlışlığı	6	24	25,0	27,6
	(1.2) Tabela ve uyarıcı levha eksikliği	5		20,8	
	(1.3) Müzelerde uygunsuzluk ve düzensizlik	4		16,7	
	(1.4) Ören yeri düzenleme uygunsuzluğu	4		16,7	
	(1.5) Yer altı şehirleri giriş- çıkış sıkıntısı	3		12,5	
	(1.6) Turnikelerde giriş çıkış sıkıntısı	2		8,3	
(2)Ulaşım sorunları	(2.1) Uygunsuz otobüs ve erişim	5	16	31,3	18,4
	(2.2) Bot ve teknelere erişim	4		25,0	
	(2.3) Mola noktalarının yetersizliği	4		25,0	
	(2.4) Yollar	3		18,8	
(3)Seyahat acentası kaynaklı sorunlar	(3.1) Yanlış ve uygunsuz turlara satış yapılması	5	15	33,3	17,2
	(3.2) Tekerli sandalye sıkıntısı	5		33,3	
	(3.3) Yardımcı personel azlığı	3		20,0	
	(3.4) Araçlarda telsiz mikrofon bulunmaması	2		13,3	
(4)Kentsel altyapı sorunları	(4.1) Şehir planlaması	4	14	28,6	16,1
	(4.2) Fiziksel alan bozukluğu	3		21,4	
	(4.3) Kaldırım seviyelerinin standart olmaması	3		21,4	
	(4.4) Bedensel engellilere göre alan düzenleme eksikliği	2		14,3	
	(4.5) Altyapı	2		14,3	
(5) İletişim sorunları	(5.1) Engelli turist- rehber iletişim eksikliği	4	11	36,4	12,7
	(5.2) Bilgilendirme eksikliği (tur programları hakkında)	4		36,4	
	(5.3) Engelli turist ailelerinin ilgisizliği	3		27,3	
(6) Hizmet üreticileri kaynaklı sorunlar	(6.1) Konaklama tesisi düzenlemesi	3	7	42,9	8,0
	(6.2) Restoran düzenleme eksikliği	2		28,6	
	(6.3) Ulaştırma şirketleri şoförlerinin eğitimsizliği	2		28,6	

Müze ve Ören Yeri Sorunları: Müze ve ören yeri sorunları gruplandırılması % 27,6 oranı ile altı farklı ifade ortaya çıkmıştır. Rampa yetersizliği ve yanlışlığı %25,0; tabela ve uyarıcı levha eksikliği %20,8 en yüksek oranlı ifadeler olarak göze çarpmaktadır. Bu gruplandırma % 16,7 ile müzelerde uygunsuzluk ve düzensizlik, ören yeri düzenleme

uygunsuzluğu aynı oranla yer almaktadır. Ayrıca müze ve ören yerlerinde yeterli sayıda rampa ve yönlendirici tabela-levha bulunmaması diğer önemli bir sorun olarak yansımaktadır. Özellikle ilk defa bulundukları bu alanlarda yönlendirici tabela ve levhaların bulunması grup üyelerinin güvenli, sağlıklı ve zamanında bir tur programı gerçekleştirmeleri açısından önemli görülmektedir.

Ulaşım sorunları: Turlarda karşılaşılan sorunların ikinci gruplandırmasında %18,4 ile ulaşım sorunları yer almaktadır. Uygunsuz otobüs ve erişim % 31,3, yollar %18,8 ile en çok bulgulanıran ifadeler olarak belirtilmiştir. ‘Bot ve teknelere erişim’ ve ‘mola noktalarının yetersizliği’ % 25 ile üçüncü ve dördüncü ifadeler olarak yer almaktadır. Engelli turistlerin gerekli donanım ve rahatlığın sağlanmadığı bir ulaşım aracı ile tur programlarında yer almaları hizmet kalitesinin sağlanamamasındaki en büyük nedenlerden biri olarak görülmektedir. Seyahat acentalarının özellikle dış kaynak olarak bir ulaştırma şirketi ile sözleşme gerçekleştirmeden önce engelli turistlere uygun ulaşım aracı bulundurma zorunluluğunu bir şart olarak sözleşmede belirtmesinin ve sürekli denetim ile faaliyetlerini sürdürmesinin bu sorunlara bir çözüm oluşturabileceği kanaatindeyiz. Bot ve teknelere erişimin kolaylıkla sağlanabilmesi için tekerlekli sandalyelere uygun biniş ve iniş rampaları (özellikle tur tekneleri için) zorunluluğu getirilmesi önerilmektedir.

Seyahat Acentası Kaynaklı Sorunlar: Turist rehberleri gözüyle seyahat acentası kaynaklı sorunların gruplandırmasında dört ifade yer almaktadır. Seyahat acentasının, engelli turistlere yanlış ve uygunsuz turlara satış yapması (%33,3) ve tekerlekli sandalye sıkıntısı (%33,3) en sık belirtilen ifadeler olarak yer almaktadır. Seyahat acentaları engelli turistlere mevcut tur programlarını sunmak yerine, engelli turistlere oluşturulmuş özel tur programları hizmeti vermesi önerilebilir. Engelli turistlerin seyahat acentaları tarafından “tekerlekli sandalye” edinimini sağlamaları belirtilen sorunların çözümünde önemli bir nokta olarak vurgulanmalıdır.

Kentsel Altyapı Sorunları: Turist rehberlerinin Kentsel altyapı sorunları gruplandırmasında belirttiği üç ifade olarak; şehir planlaması yanlışlığı %28,6, fiziksel alan bozukluğu %21,4 ve kaldırım seviyelerinin standart olmaması %21,4 göze çarpmaktadır. Şehir planlamalarındaki yanlışlıklar engelli turistlerin bulundukları destinasyonlarda hoşça vakit geçirmelerine, çevre gezileri yapmalarına bir engel olarak görülmektedir. Şehir ve Kent planlamacılığı birimlerinin sarı şeritli yolların düzen ve sayısını artırması, kabartmalı taş kullanımının artırılarak ‘ses’ yardımı ile yollarını takip etmelerine olanak verilmesi ve kaldırım seviyelerinin aynı seviyeye getirilerek uygun koşulların yaratılmasının çözüm yolları oluşturabileceği kanaatindeyiz.

İletişim Sorunları: Engelli turistlerin turlarda karşılaştıkları sorunların gruplandırmasında, tur programları hakkında bilgilendirme eksikliği %36,4, engelli turist-rehber iletişim eksikliği % 36,4 ve engelli turist ailelerin ilgisizliği %27,3 en önemli ifadeler olarak bulgulanmıştır. Bu doğrultuda seyahat acentası personelinin bilgilendirilmesi, oluşturulan özel turların engelli turistlerin engellerine göre özel kitapçık ve broşürlerle tanıtımı

sağlanabilir. Ayrıca gerekli görüldüğü takdirde seyahat acentası personelinin işaret dili eğitimi alması ya da bu eğitimi alan personeli acenta bünyesine katması hizmet alanının güçlenmesini sağlayacaktır.

Hizmet Üreticileri Sorunları: Hizmet üreticileri tarafından kaynaklanan sorunlar değerlendirildiğinde, turist rehberlerinin % 42,9' u konaklama tesislerinin düzenlenmesinden kaynaklandığını ifade ederken, % 28,6' sı restoran düzenlemeleri eksikliği ve %28,6 sı ulaştırma şirketleri sürücülerinin eğitimsizliğinden kaynaklandığını ifade etmektedir. Konaklama tesislerindeki engelli oda sayılarının ve donanımlarının artırılması ve iyileştirilmesi, oda dışındaki alanlarda da erişim ve kullanım uygunluğunun sağlanması bir çözüm yolu olarak görülmektedir. Restoran giriş ve çıkışları standartlaştırılmalı ve düzenlenmelidir. Ayrıca turizm sektöründe çalışan sürücülerin niteliklerini arttırmaya yönelik bir mesleki eğitim almasının özellikle sürücü- engelli turist, sürücü- turist rehberi arasındaki iletişim kopukluğunun azalmasına ve hizmet memnuniyeti sağlanmasına yardımcı olacağı öngörülmektedir.

Seyahat Acentası Tarafından Karşılanaan Hizmetler

Turist Rehberleri engelli turistlerin seyahat acentaları tarafından karşılanan hizmetlerini üç ayrı grupta; konaklama işletmelerinde sağlanan kolaylıklar % 35,2; ulaşımda sağlanan kolaylıklar% 34,1 ve hizmet olanakları %30,7 olarak tespit edilmiştir. Tablo 2' deki bulgular Turist rehberlerinin seyahat acentalarının konaklama işletmeleri seçiminde daha duyarlı olduğunu belirtmişlerdir

Tablo 2: Turist Rehberleri Gözüyle Engelli Turistlerin Seyahat Acentaları Tarafından Karşılanaan Hizmetlerin Gruplandırılması

	KULLANILAN İFADELER	Σ_i	$\Sigma_i (91)$	%	% _(100,0)
(1)Konaklama İşletmelerinde sağlanan kolaylıklar	(1.1) Donanımlı ve sayıca yeterli engelli odası bulundurma zorunluluğu	17	32	53,1	35,2
	(1.2)İşletme seçiminde engelli turist ihtiyaçlarına öncelik tanınması	9		28,1	
	(1.3)Engelli asansörü	6		18,8	
(2)Ulaşımda sağlanan kolaylıklar	(2.1) Asansörlü araç tahsisi	9	31	29,0	34,1
	(2.2) Tekerlekli sandalye temini	9		29,0	
	(2.3) Gemi acentalarının özel engelli araç sağlanması	8		25,8	
	(2.4) Tur araçlarında iniş ve binişleri kolaylaştırıcı rampa	5		16,1	
(3)Hizmet olanakları	(3.1) Turlarda özel işaret dili bilen rehber hizmeti	9	28	32,1	30,7
	(3.2) Araç şoförlerinin yardımcı, ilgili tavır ve hareketleri	8		28,6	
	(3.3) Turlarda ve ofislerde yardımcı destek personeli bulundurulması	6		21,4	
	(3.4) Duyuma ve konuşma engelli turistlere özel personel temini	5		17,9	

Konaklama İşletmelerinde Sağlanan Kolaylıklar: Turist rehberlerinin % 53,1'i konaklama işletmelerinde engelli odasının bulunmasını, %28,1'i konaklama işletmelerinin seçiminde engelli turistlere önem veren, donanım ve sayıca yeterli engelli odası bulunan tesisleri hizmet seçimlerinde kullandıklarını, %18,8 ise engelli asansörü bulunan konaklama işletmelerinin tercih sebebi olduklarını belirtmişlerdir. Bir engelli turistin gün boyu karşılaşılabileceği sıkıntıları en aza indirmek amacıyla engelli turizme öncelik veren tesislerle çalıştıklarını belirtmişlerdir. Yasal düzenlemeler ile 80 odadan fazla odaya sahip işletmelerin en az bir odayı engelli odası olarak tasarlanması gerekmektedir (Resmi Gazete, 2014). Seyahat acentalarının engelli turistlerin konaklama işletmelerinde rahatlık ve güvenliğini sağlamak için tercihlerinde bu konuya özen gösterdikleri belirtilmektedir.

Ulaşımda Sağlanan Kolaylıklar: Tablo 2'deki bulgular, Seyahat acentası tarafından karşılanan hizmetlerin ikinci grubunda 'ulaşımda sağlanan kolaylıklar' olarak belirtilmiştir. Turist rehberlerinin % 29'u asansörlü araç tahsisini, %29'u tekerlekli sandalye temin edildiğini, % 25,8'inin gemi acentalarının engelli turistlere ulaşım hizmetinde daha çok destek verdikleri belirtilmiştir. Seyahat acentaları tur programlarında kendi firmalarına ait olan araçların dışında, dış kaynak olarak ulaştırma firmalarından talep doğrultusunda günlük ya da sezonluk olarak araç kiralamaktadırlar. Bu durumda araçlarda rampa sisteminin bulunması ve sözleşmelerde bu ifadenin belirtilmesi, engellerin aşılmasında bir önlem olarak uygulanabilir.

Hizmet Olanakları: Ankete katılan turist rehberlerinin % 32,1 i turlarda özel işaret dili bilen rehber hizmetinin engelli turistlere verildiğini belirtmişlerdir. Özellikle araç şoförlerinin yardım severliği, engelli turistlere ilgili tavır ve hareketleri % 28,6 olarak bulgulanmıştır. Turlarda ve ofislerde yardımcı destek personeli bulundurulması %21,4, duyma ve konuşma engelli turistlere özel destek personeli temininde % 17,9 ile seyahat acentalarının engelli turistlere verdiği hizmetler arasında bulgulanmış bir ifade olarak yer almaktadır. İşaret dili bilen rehberlerin yanında engelli turistlere destek olarak acentadan personel refakat etmesi farklı bir uygulama olmakla birlikte hem bireysel olarak tur programlarına katılan engelli turistlerin hem de engelli turistlerin yanında bulunan aile ve arkadaşlarının tur programları süresinde özgür ve rahat hareket etmelerini sağlayacaktır.

Hizmet Üreticilerinden Tarafından Sunulan Hizmetler: "Tur programları süresince engelli turistlere hizmet üreticileri tarafından sunulan hizmetler nelerdir?" şeklindeki üçüncü araştırma sorusu ile elde edilen on altı ifade altı grupta birleştirilmiştir (Tablo.3). Gruplandırılmalar, Müze ve öğrenme yeri uygulamaları % 31,2; kentsel altyapı uygulamaları % 23,4; ulaşım firmaları uygulamaları %19,5; konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri uygulamaları %15,6 ve seyahat acentaları %10,4 olarak bulgulanmıştır.

Tablo 3:Turist Rehberi gözüyle Engelli Turistlere Hizmet Üreticileri Tarafından Sunulan Hizmetlerin Gruplandırılması

Karşılaşılan sorunlar	KULLANILAN İFADELER	Σ_i	$\Sigma_i (77)$	%	% _(100,0)
(1) Müze ve ören uygulamaları	(1.1) Rampalı yollar	11	24	45,8	31,1
	(1.2) Ören yeri düzenlemeleri	7		29,2	
	(1.3) Tekerlekli sandalye ulaşımı	6		25,0	
(2) Kentsel altyapı uygulamaları	(2.1) Engelli lavabo uygulamaları	9	18	50,0	23,4
	(2.2) Yürüyen merdiven uygulamalarını	5		27,7	
	(2.3) Sinyalizasyon sistemi kurulumu	4		22,3	
(3)Ulaşım firmaları uygulamaları	(3.1) Özel oturma koltukları	6	15	40,0	19,5
	(3.2) Asansör sistemi	5		33,3	
	(3.3) TV ünite sistemi ve CD	4		26,7	
(4) Konaklama, yiyecek içecek işletmeleri uygulamaları	(4.1) Konaklama tesislerinde engelli oda	4	12	33,3	15,6
	(4.2) Konaklama tesislerinde yüzme platformları	3		25,0	
	(4.3) Restoranlarda özel mönü	3		25,0	
	(4.4) Restoranlarda giriş ve çıkışlarında tekerlekli sandalye sağlanması	2		16,7	
(5) Seyahat acentaları Uygulamaları	(5.1) Konusunda bilgili ve deneyimli acenta desteği	4	8	50,0	10,4
	(5.2) İşaret dili bilen turist rehberi temini	3		37,5	
	(5.3) Yardımcı personel, refakatçi temini	1		12,5	

Müze ve Ören Yeri Uygulamaları: Ankete katılan turist rehberlerinden % 31,1' i engelli turistlere müze ve ören yerlerinde sağlanan kolaylıkları; rampalı yollar % 45,8, ören yeri düzenlemeleri % 29,2 ve tekerlekli sandalye ulaşımı % 25 ile üç ifade ile belirtilmiştir. Özellikle müze ve ören yerlerinde engelli turistlerin ihtiyaçlarının engel çeşidine göre farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Bedensel engelli ya da görme, işitme engelli turistlerin yaşadığı sorunlar farklılık göstermektedir. Özellikle müze giriş ve çıkışlarında yer alan rampa konumlandırılması, ören yerlerindeki engelli parkur yolları, tekerlekli sandalye kullanımını kolaylaştırmaktadır. Bedensel engelliler için hareket etme kolaylığı sağlama açısından önemli görülmektedir. Müze ve ören yerlerinde görme engelliler için 'Braille alfabesi' ile yazılmış kitap ve broşür bulundurulması bir çözüm yolu olarak da görülmektedir.

Kentsel altyapı uygulamaları: Engelli lavabo ihtiyaçlarının karşılanması % 50, yürüyen merdiven uygulamaları % 27,7 ve sinyalizasyon sistemi % 22,3 olarak bulgulanmıştır. Kentsel altyapı uygulamaları engelli turistlerin de diğer turist gruplarının rahatlık ve kullanım düzeyine ulaşabilmelerinde önemlidir. Merdivenlerin sayısının fazla ve standart olmadığı alanlarda, yürüyen merdiven sistemlerinin kullanılması engelli turistler için yapılandırılmıştır. Kentlerde yer alan sinyalizasyon sistemi de özellikle görme engelli turistler için sağlanan bir uygulama olarak bulgulanmıştır. Bu ifadeler tüm engelli

turistlerin kentsel alanda, tur grubunu takip edebilme, tur programına uymada gerekli ve zorunlu önlemler olarak kabul edilmelidir.

Ulaştırma Firmaları Uygulamaları: Turistlerin havaalanından seçtikleri destinasyon transferleri ve turlara katılımında özellikle otobüslerin donanımı son derece önemli görülmektedir. Engelli turistler için kolaylaştırıcı önlemler alınmalıdır. Turist rehberlerinin % 40' ı araçlarda sağlanan özel oturma koltuklarını, % 33,3' ü araç asansör sistemini, % 25,7' si işitme engelliler için sağlanan TV ünite sistemi ve bilgilendirici CD uygulamasını ulaştırma şirketlerinin sundukları uygulamalar olarak ifadelendirmiştir. Özel oturma koltukları engelli bireylerin rahat bir yolculuk yapması için araçlarda bir çözüm yolu olarak görülmektedir. Asansör uygulamaları bedensel engelli turistlerin uçak iniş ve binişlerinde, ayrıca bazı ulaştırma şirketlerinin otobüslerinde kullanılan bir uygulama olarak görülmektedir.

Konaklama ve Yiyecek- İçecek İşletmeleri Uygulamaları: Tur programları sürecince, turun içeriğine ve yapısına göre gruplar birçok hizmet üreticisinden hizmet almak zorundadırlar. Turist rehberlerinin % 33,3' ü konaklama tesislerinde engelli odası bulundurulmasını, % 25' i engelli turistlere özel yüzme platformlarının bulunmasını bu grupta belirtmişlerdir. Engelli turistlerin standart oda tiplerinde konaklamaları mümkün olmamakla birlikte özel gereksinimlerini sağlayacak donanımlara ihtiyaçları vardır. Restoranlarda özel mönü bulundurulması %25 ve restoran giriş çıkışlarında tekerlekli sandalye hizmeti verilmesi % 16,7 ile ifade edilmiştir. Engelli turistlerin birçoğunun yaşam süreçlerinde özel diyet mönülerinden yararlanmaları gerekmektedir. Konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde hem rezervasyonu yapan seyahat acentalarının, hem de turist rehberlerinin talepleri doğrultusunda engelli turistlerin istek ve arzularına göre yiyecek ve içecek ihtiyaçları karşılanmalıdır.

Seyahat acentaları uygulamaları: Turist rehberlerinin % 50 si engelli turizm konusunda bilgili ve deneyimli acentaların destek olduğunu, % 37,5' i işaret dili bilen rehber hizmeti verildiğini, % 12,5'i ise seyahat acentaları tarafından turlarda engelli turistlere yardımcı personel, refakatçi desteği sağlandığını belirtmişlerdir. Oluşturulan özel tur programlarının ayrıntıları işaret dili bilen personel tarafından engelli turistlere anlatılabilir. Görme engeli olan engelli turistlere ise 'Braille alfabesi' ile oluşturulmuş broşür ve kitapçıklar verilerek hizmet standartlarının geliştirilmesi önerilebilir. Oluşturulan özel tur programlarında, turist rehberinin de işaret dili bilmesi ve acentanın bu konuya özen göstermesi engelli turistlerin tura katılım oranlarının artmasına neden olabilir. Bu durumda turist rehberlerinin bağlı olduğu oda ve kuruluşlar 'özel eğitim programları' düzenleyerek, turist rehberlerine destek olup, hatta çalışma kartlarına 'işaret dili bilme' yetisine sahip olduklarını ekletebilirler.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsan hakları ve seyahat özgürlüğünün savunulduğu çağdaş dünyamızda turizm endüstrisinin engellileri dikkate alması günümüz şartlarında artık kaçınılmaz bir durumdur (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 95). Engelli bireylerin, toplumda yaşayan diğer bireyler gibi

seyahat etmek, tatile gitmek, alışveriş yapmak ve rekreasyon faaliyetlerini gerçekleştirmek gibi gereksinimleri vardır. Engellilerin turizm faaliyetlerine katılmaları, sözü geçen ihtiyaç ve isteklerin gerçekleştirebilmeleri için önem arz etmektedir (Tozlu ve diğerleri, 2012, s. 13). Turizm sektöründe sunulan hizmetlerin her engelli turistin yararlanabileceği bir şekilde olmadığı da bir gerçektir. Bu durumda engelli turistler için oluşturulacak turizm faaliyetleri, engel türlerine göre uyumlaştırılarak alternatif bir turizm çeşidi olarak uygulamaya konulmalıdır.

Engelli turistlerin tur süresince müze ve ören yerlerinde, ulaşım sürecinde, kent merkezleri ve çevresinde sorunlar yaşadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca engelli turistlerin acenta personeli, turist rehberi ve yanlarında refakatçi olarak bulunan kişilerle de iletişim sürecinde aksaklıklar olduğu belirlenmiştir. Turizm faaliyetleri süresince hizmet üreticileri ile ilişkilerinde engelli turistlere sunulacak hizmet çerçevesinde yeniden yapılandırmaya gidilmelidir. Müze ve ören yeri giriş ve çıkışları engelli turistlere göre düzenlenmeli, özellikle turnikelerin tekerlekli sandalyelere göre yeniden yapılandırılması, eserleri açıklayıcı, bilgilendirici tabelaların konumlandırılması ve engelli turistler için ses sistemlerinin ücretsiz hizmete sunulması çözüm yolları olarak önerilmektedir. Acentalar tarafından oluşturulan özel tur programlarının, güzergâhları ters sıralama ile uygulamaya konularak engelli turistlerin daha rahat hareket etmeleri, kalabalıktan uzak ve güvenli bir ziyaret geçirmeleri sağlanabilir. Ulaşım şirketlerinin engelli turistlere hizmet verecek konfor ve donanımına sahip araçları turlarda kullanmaları önerilebilir. Araçlar içerisinde özel ve geniş koltuklar, tekerlekli sandalyelerin konulabileceği yeterli alanların bulunması, telsiz mikrofon sisteminin yer alması, işitme engelliler için araç TV sistemlerinin bulunması ve alt yazılı olarak tanıtıcı CD'lerin kullanılması çözüm yolları olarak sunulabilir. Araç sürücülerine engelli turist- engelli turiste hizmet- engelli turistin özel ihtiyaçları konusunda gerekli bilgilendirmeler yapılmalıdır. Kent merkez ve çevrelerinde kaldırım seviyeleri ve genişlikleri standardize edilerek, geniş ve dik olmayan rampalarla desteklenmelidir. Sinyalizasyon sistemleri arttırılarak görme ve işitme engellilerin önündeki engeller azaltılmalıdır. Engelli turistler için özel yürüme parkurları oluşturularak ve dinlenme alanları arttırılmalıdır.

Seyahat acentası personelinin engelli turist- engelli turist ihtiyaçları konusunda acenta tarafından bilgilendirilmeli, hizmet içi eğitim seminerleri ile işaret dili kurslarına katılmaları sağlanabilir. Bilgilendirme sürecinin başarıyla sağlanabilmesi için oluşturan özel tur programlarının broşür ve kitapçıklarla ya da CD'ler ile engelli turistlere aktarımı sağlanmalıdır. Turist rehberlerinin bağlı olduğu turist rehberleri odaları ya da TUREB çatısı altında sertifika programları açılarak, işaret dili öğrenmeleri hatta çalışma kartlarına bir yeterlilik olarak işaret dilini ekletmeleri sağlanabilir. Restoran ve konaklama işletmeleri hem yapısal hem de hizmet açısından engelli turist erişim, kullanım kolaylığı ve ihtiyaçları düşünülerek yeniden yapılandırılmalıdır. Engelli lavabosu, işletme giriş çıkışları, ortak alan kullanım yerleri, engelli odaları standardize edilmelidir. Konaklama işletmelerinin seçiminde engelli odası dışında, engellilerin kullanabilecek alanlarında uygunluğuna ve

yeterliliğine dikkat edilmelidir. Engelli odalarının görme ve işitme engelli turistlerinde kullanımına hizmet verecek ölçüde geliştirilmesi, çalışılan konaklama işletmelerine önerilebilir. Düzenlemeleri sadece bedensel engelliler için değil görme ve işitme engelliler içinde yapılmalı, engellilere yönelik genel alanlarda da özel uygulamalara gidilmelidir. Restoranlarda engelli turistlerin rahat edebileceği masa düzeni, mönü planlaması, erişebilecekleri büfe planlaması yapılması öngörülebilir.

Engelli bireylerin sorunsuz olarak tatil yapabileceği en alt düzeyde belirli şartlar hazırlandıktan sonra bu hazırlık sivil toplum kuruluşları, engelli dayanışma dernekleri gibi sosyal araçlar da kullanılarak engellilere bildirilmelidir. Turizm sektöründe yer alan aktörlerin başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere kendi bünyelerinde oluşturdukları özel birimlerin desteğiyle, işbirliği içerisinde engelsiz turizm bilincini yerel halk ve paydaşlar üzerinde oluşturmak ve benimsetmek amacıyla geliştirme ve tanıtım faaliyetlerini belirlemek ve uygulamaya koymaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Abeyraine, R. I. R. (1995). Proposals and guidelines for the carriage of elderly and disabled persons by air. *Journal of Travel Research*, 33(3), 52–59.
- Aitchison, C. (2003). From leisure and disability to disability leisure: Developing data definitions and discourses. *Disability and Society*, 18(7), 955–969.
- Ap, J. & Wong, K. F.K. (2001). Case study on touristguiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*. 22, 551-563.
- Blichfeldt, B. S. & Nicolaisen, J. (2010). Disabled travel: not easy, but doable, *Current Issues in Tourism*,13, 1-24.
- Burnett, J.,& Bender, B. H. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40, 4–11.
- Cavinato, J. L.,&Cuckovich, M. L. (1992). Transportation and tourism for the disabled: An assessment. *Transportation Journal*, 31(3), 46–53.
- Çetin, G. ve Kızıllırmak, İ.(2012). Türkiye’ de kokartlı turist rehberlerinin mevcut durum analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*. (CXIV, SII), 307-318.
- Çizel,R. (2012). Engellilerin çalışma yaşamı. *Engelsiz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitapçığı*, 19- 30.
- Darcy, S. (1998). Anxiety to access: Tourism patterns and experiences of disabled new South wales people with a physical disability tourism, Sydney: New South Wales.
- Darcy, S. (2002). Marginalized Participation: Physical Disability, High Support Needs and Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(1),61-72.
- Daniels, M.J.,Rodgers, E.B.D &Wiggins, B.P. (2004). Travel tales: an interpretive analysis of constraints and negotiations top leasure travel as experienced by persons disabilities. *Tourism Management*. 26, 919–930.
- Erdoğan, Ö. H. N. (2010). Engelliler ve ailelerin yaşadığı sorunlar, *Öz- veri*, 7(2). 1635- 1650.

- McKercher, B., Packer, T., Yau, M., & Lam, P. (2003). Travel agents: facilitators or inhibitors of travel for people with disabilities. *Tourism Management*, 24, 465–474.
- Ray, N. M., & Ryder, M. E. (2003). Eibilities tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, 57–72.
- Resmi Gazete (2014). *Turizm tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliği*. Resmi Gazete. (Tebliğ No: 2011/1),[URL: www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/06/20110626-4.htm.] (Erişim 13 Ağustos 2014).
- Tozlu, E., Mercan, O. Ş, ve Atay, L. (2012). Çanakkale'nin engelli turizmine ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1): 1-16.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014). *Turist Rehber Sayısı*. [URL:<http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/5879,turist-rehberi-sayisi.pdf?0html>].(Erişim 11 Ağustos 2014).
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*. 17(1).87-97.
- Yau, M. K., McKercher, B., & Packer, T. L. (2004) Travelling with disability: more than an Access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946- 960.
- Zengin, B., ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6(11), 51-74.

REHBERLİK MESLEĞİNDE BİR ENGEL OLARAK CİNSİYET AYRIMCILIĞI: BAYAN TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Burhanettin ZENGİN

*Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
bzengin@sakarya.edu.tr*

Gül ERKOL

*Öğr. Gör., Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
glerkol@harran.edu.tr*

Nuray EKER

*Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
nurayeker@sakarya.edu.tr*

ÖZET

Çalışma yaşamında cinsiyet eşitsizliğinin halen devam etmesinin merkezinde cinsiyet ayrımcılığının yattığı bilinmektedir. Cinsiyet ayrımcılığı kadınların ücretlerini, amaçlarını, isteklerini ve görüşlerini sınırlamaktadır. Endüstrileşme sonrası ekonomilerde, çalışma yaşamındaki cinsiyet ayrımının azaldığı ve eşitliğin desteklendiği görülmektedir. Ancak yaşanan gelişmeler cinsiyet ayrımcılığının ortadan kalkmasını sağlayamamıştır. Kadın emeğinin yoğun olarak görüldüğü turizm turist rehberliği mesleğinde ise sık karşılaşılan bir durum olan cinsiyet ayrımcılığı üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu çalışmanın temel amacı; Bayan turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken, cinsiyetlerine yönelik herhangi bir engel ile karşılaşp karşılaşmadıklarını tespit etmektir. Nitel araştırma yöntemi ile profesyonel turist rehberlerinin düşünceleri tespit edilmeye çalışmış, elde edilen veriler; betimsel analiz yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, araştırmaya katılan bayan turist rehberlerinin paylaştıkları engellerin; cinsel taciz, ailesel sorunlar, bireylerin kaba davranışları, personelle ilgili konular olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: *Turizmde Engeller, Cinsiyet Ayrımcılığı, Profesyonel Turist Rehberliği, Bayan Turist Rehberleri.*

GİRİŞ

İşgücü piyasasında gerek çalışma şartları gerekse işgücüne katılımları açısından kadınların durumu ayrı bir incelemeyi gerektirmektedir. Sanayi Devriminden itibaren kadın işgücü hep ucuz emek olarak görülmüştür. Bu nedenle ekonomik krizler kadının işgücüne katılımını arttırmış ancak çalışma koşulları üzerinde olumlu bir etkisi olmamıştır. Kadınların işgücüne katılımını engelleyen faktörler aynı zamanda çalışırken karşılaştıkları sorunlardır. Bunlar ekonomik ve sosyal olmak üzere iki grupta toplanabilir. Ekonomik faktörler düşük ücret, sosyal güvenlik yoksun olma olarak sayılabilir. Sosyal faktörler ise düşük eğitim, toplumsal cinsiyet anlayışı, ataerkil zihniyet olarak özetlenebilir. Bunların yanında kadınların çalışma yaşamında ilerlemelerini engelleyen cam tavan vardır. Toplumsal cinsiyete dayalı olarak, kadınların aleyhine uygulamalar toplumsal ilişkiler ve yapılar içinde kendini farklı biçimlerde göstermektedir. Kültürel değerler ve toplumsal cinsiyet ve buna bağlı olarak cinsiyete dayalı ayrımcılık kavramı toplumsal ilişkiler sisteminde, farklı düzeyde ve şekillerde yeniden üretilmektedir. Kadınların, çalışma

yaşamına girmesinin engellenmesi ve/veya sınırlandırılması, bazı mesleklere ve işlere uygun görülmemesi gibi uygulamalar, cinsiyete dayalı ayrımcılık şeklinde kavramlaştırılmaktadır. Cinsiyete dayalı ayrımcılık erkeğin ekonomik olarak üretken ve etkin olmasına ve bunun sonucunda da toplumsal değer kazanmasına neden olurken, kadının ise günlük yaptığı işlerin ekonomik değer olarak görülmemesine, toplumsal değersizliğe ve ikincil konuma itilmesine neden olmuştur. Fakat ekonomik ve sosyal koşullar kadınların çalışma yaşamına girmelerinde itici bir güç olmuştur. Böylece toplumsal cinsiyet gibi çeşitli sosyo-kültürel etkenlere karşın kadın, çalışma yaşamında yerini almıştır.

Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm sektöründe her geçen gün kadın turist rehberlerinin sayısı giderek artmasına rağmen genel olarak toplumda sorun olan ayrımcılık burada da göze çarpmaktadır. Özellikle kadın rehberlerin, kadınların ücret, mesai saatleri, çalışma koşulları, cinsel taciz, mobbing gibi durumlarla karşılaşmalarına yönelik görüşlerinin tespit edilmesi önem taşımaktadır. Bu engellerin ortadan kaldırılabilmesi içinde çözüm önerilerinin ve stratejilerinin belirlenmesi, bu alanda çalışan bayan rehberlerin iş tatmini, performans yeterliliği gibi konularda sorun yaşamamaları için bir zorunluluk olarak düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada, Profesyonel turist rehberi olarak çalışan kadınların, meslekleri yürütmeleri sırasında cinsiyetleriyle ilişkili karşılaştıkları engellerin ve bu engellerin nedenlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Aynı zamanda da kadın rehberlerin bu engelleri aşabilmeleri için öneriler ve stratejiler sunulmaya çalışılmıştır.

KADINLARIN ÇALIŞMA HAYATINDAKİ YERİ

Çalışma olgusu; bireyler açısından gelir elde etme aracı olarak nesnel boyutta anlam bulduğu gibi, toplumsal alanda statü ve saygınlık elde etme ile psikolojik ve sosyolojik açıdan da önem taşımaktadır. Çalışma eylemi/etkinliği, bireylere çok yönlü fayda sağlayan araçsallık konumuna sahiptir. Bu noktada da, çalışma, bedensel ve düşüncel gücün harcanması karşılığında gelir elde edilmesinin ilerisinde bir kavramdır. Bireylerin yaşamlarında tatmine ulaşmada, çalışma olgusu büyük bir yer tutmaktadır. Teorik yaklaşımla hayatın tümündeki tatmin, bireysel hayatın değişik alanlarındaki tatminin basit bir toplamı olarak adlanmaktadır (Skitmore&Ahmad, 2003 s.36). Denklemin iki değişkeni ise, “iş” ve “evdir”.

Her toplum ve medeniyet iş ve yaşam gibi temel alanlar etrafında yapılanmıştır ve bunun alt süreçleri tarafından biçimlenmiştir. Bu bağlamda da, çalışma olgusu yaşamın bütünselliği açısından temel bir faaliyet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, çalışma olgusu içermiş olduğu anlam ve içerik itibari ile cinsiyet rolleri açısından farklılık taşımaktadır. Çalışma faaliyeti, daha çok erkek açısından değer bulmaktadır. Bireyin yaşamında temel bir alan olan çalışma etkinliği diğer yandan, kadın yaşamından soyutlanmıştır. Geleneksel toplumsal doku içerisinde kadın, ev ve ev ile ilgili alanlarla özdeşleştirilmiştir. Bu bölümde, ev içindeki etkinlik alanının kadına, ev dışındaki etkinlik alanının da erkeğe

yakıştırılmasına yol açmıştır. Toplumlar tarafından kabul edilmiş olan önyargılar da, iş ve aile rollerinin kutuplaşmasına katkıda bulunmuştur (Jackson & Scharman, 2002 s. 180). Ancak, günümüzün değişen toplumunda kadının etkinlik alanı da sorgulanmış ve değiştirilmiştir. Böylece kadınlar, faaliyet alanı olarak değer bulmayan çalışma etkinliği içerisinde de yer almaya başlamışlardır. Bununla beraber, çoğu kadın kendilerini eşit değerli iki tam zamanlı işle karşı karşıya bulmuşlardır. Bu çift yönlü etkileşim de, karşıtlıklar yaşanmasına yol açmaktadır (Fidan ve Kumaş, 2005s. 509)

Kadınların çalışma yaşamına katılmalarını; eğitim, iş tecrübesi, başarma arzusu, çalışma azmi vb. konulara bakarak değerlendirmek, toplumda birey olarak aileden bağımsız statüsü olduğu takdirde anlamlı olmaktadır. Ancak toplum tarafından kadın, bağımsız bir birey olarak, özellikle de kocasından bağımsız birey olarak değerlendirmemektedir. Çünkü kadının çalışma yaşamına katılımı değerlendirildiğinde kocanın toplumsal statüsü belirleyici bir etken olmaktadır. Kadınlar, toplumsal ve ekonomik kalkınmanın getirisinde, erkeklere göre daha az faydalanması ve dolayısıyla kadınların çalışma yaşamına erkeklerden daha geride kalmaları beklenen bir durumdur. Çünkü erkek egemen bir toplumsal yapıda kadına yönelik ayrımcılık baskın bir ideoloji olarak kurumsallaşmıştır (Eyüboğlu, Özer ve Tanrıöver, 1998 s. 38). Bu bağlamda kadının çalışma yaşamındaki bazı niteliklerini şöyle özetlenebilir (Yıldız, 1985 s. 74):

*Kadınlar bazı sektörlere yığılmış, başka bir ifade ile ayrıştırılmışlardır(hizmet sektöründe kadınların çok olması ve/veya sanayi sektöründe dokuma, gıda gibi bazı dallarda kadın çalışanların fazla olması)

*Aynı işyerinde de benzer şekilde ayrıştırmalar veya yığılmalar olmuştur. (Kadınların yoğunlaştığı bölümlerde daha az beceri gerektiren işlerin yanında en rutin, tekrar gerektiren, en az doyum sağlayan ve en az inisiyatifin kullanıldığı işler söz konusu olmaktadır.)

*Kadın çalışanların yükselme olanakları da erkeklere göre daha zayıf kalmaktadır. Karar alıcı, yönetici, düzenleyici ve sorumluluk gerektiren işler yapmaktan çok, kararları uygulayan, yönetilen, emir ve görevleri yerine getiren konumundadırlar(kadınların yoğun olduğu meslek gruplarında bile yönetim kadrolarını erkekler işgal etmektedir)

*Kadın çalışanların göreceli olarak ücretleri düşüktür. Ülkeler arasında farklılık olsa da genellikle erkeklerin elde ettikleri kazancın yarısı ile dörtte üçü arasında bir ücret almaktadırlar. Eşit ise eşit ücret uygulamalarının, bu durumu tam anlamıyla düzeltici bir etkisi olmamaktadır.

*Ekonomik kriz dönemlerinde isten ilk çıkartılan genellikle kadın çalışanlar olmaktadır.

Kadın tarihsel süreç içinde, her dönemin koşul ve niteliklerine göre değişen biçim ve statülerde çeşitli ekonomik faaliyetlere katılmıştır. Bununla birlikte kadınlar, gerçek

anlamda ilk kez sanayi devrimi ile birlikte, “ ücretli” olarak ve “ işçi” statüsü altında çalışma yaşamı içinde yer almışlardır. XV ve XVIII. Yüzyıllar arasında Ortaçağda Avrupa’da terzilik, ayakkabıcılık ve fırıncılık, kadınların erkekler ile birlikte en yoğun olarak çalıştıkları iş kollarının başında gelmekteydi (Giddens, 200 s. 25). Bu dönemde, kadınlar siyaset ve savaş gibi erkek işlerine dahil edilmeseler de çalışma yaşamında da ev yaşamında da etkin bir konuma sahiptiler. Sanayi Devriminden sonra dokuma sektöründeki ilerleme ile kadın iş gücünün gerekliliği ortaya çıkmış, teknik gelişmelerin de eklenmesiyle makineleşme, iş bölümü ve uzmanlaşma kavramları kadın emeğiyle hayat bulmuştur (Ersöz, 1993 s. 15). XIX. yüzyılda kamu ve hizmet sektörlerinde büyüme kadınların işgücü oranlarını arttırmıştır. II. Dünya savaşı ile birlikte sosyal politikalarda kadınlar koruyucu adımlar atılması kadın iş gücünde artışı sağlamıştır (Koray, 1992 s. 35). Türkiye’de kadın iş gücü 20. Yüzyılın başlarında yaşanan savaşlar sonucu azalan erkek işgücünü desteklemek amacıyla başlamıştır Cumhuriyet dönemiyle birlikte sanayileşme, kentleşme ve göç olgularıyla beraber cumhuriyetin getirdiği kadın-erkek eşitliği, istediği alanda öğrenim görme ve meslek edinme hakları kadınlar için yeni iş alanlarının açılmasına sebep olmuştur. Kadınların kariyer ve aile konusundaki düşünceleri zaman içinde değişime uğramıştır. Kadınların, 1900-1920 yılları arasında aile ya da kariyeri, 1920-1945 yılları arasında aileden daha çok isi, 1946-1960 yılları arasında isten çok aileyi, 1960-1980 yılları arasında aileden çok kariyeri, 1980-1990 yılları arasında kariyer ve aileyi tercih ettikleri görülmüştür (Koca, 2011 s. 41).

Kadının tarım ve el sanatları dışındaki çalışma hayatında yerini alması ancak II. Dünya Savaşı sonrası başlayıp, planlı dönemde hız kazanan sanayileşme hamlesinin doğurduğu iç göç dalgası ile olmuştur. Türkiye’de eğitim seviyeleri gün geçtikçe yükselen kadınlar öğretmenlik, mühendislik, avukatlık, öğretim üyeliği gibi mesleklerde giderek artan oranlarda yerlerini almışlardır. Ülkemizde kadınlar görünür olmaya ve daha önce bulunmadıkları alanlarda kendilerini göstermeye işgücüne katılmalarını arttırarak kavuşmuşlardır. Tüm geleneksel sosyo-kültürel engellere rağmen, bir ülkenin tarihinde pekte uzun sayılmayacak sürede önemli aşamalar kaydetmişlerdir. Günümüzde kadınlar geleneksel olarak erkeğe özgü olarak nitelenen pek çok işte örneğin, girişimcilik, yöneticilik, turizmcilik, reklamcılık, bankacılık, sigortacılık vb. alanlarda yer almışlardır (Önder, 2013 s. 41). Yıllara bakıldığında ise, katılım oranı düşük olup yıllara göre azalma görülmektedir. Kanunlardaki eşitlikçi yapıya rağmen, kadının niteliksel gelişimini ve işgücü piyasasına girişini sağlayacak gerekli mekanizmanın oluşamaması bu düşüşün önemli nedenlerinden biridir ve Türkiye’de kadın istihdamının teme sorunlarından biri olarak varlığını göstermektedir. Bununla birlikte köyden kente göçün yoğun olduğu ülkemizde köyde belirli bir çalışma koşuluna sahip olan kadın aynı şartları kentte bulamamakta, genellikle ev kadını olarak yaşamına devam etmektedir. Çalışma yaşamında yer alan kadınların karşılaştığı sorunları kısaca özetlersek (Koca, 2011 s. 45; Önder, 2013 s. 21)

- Eğitimde kadınlar arasında eşitsizlik söz konusudur.
- Belli iş ve mesleklerin kadınlara uygun işler olarak kabul görmemesi, görev dağılımında adil davranılmaması, ekonomik kriz dönemlerinde öncelikle kadınların işten çıkarılması, kayıt dışı sektörde ücretlerin düşük tutulması gibi bazı ayrımcılık örnekleriyle karşılaşılmaktadır.
- Bazı mesleklerin “ kadın işleri” bazı mesleklerin ise “ erkek işleri” olarak gruplandırılması ve toplumsal açıdan bu şekilde kabul edilmesi, kadınlar tarafından tercih edilmeyen işlerin sürekli ve geçici olmasını, sosyal güvencesizliğini doğurmuştur.
- Çalışma yaşamına girebilen kadınların çalışma yaşamlarını kısa bir dönemde bitirmesi ve/veya kariyerde yükselme doğrultusunda tüm potansiyelini ortaya koyamamasının temel nedeni, ev ve iş yaşamını uzlaştırma konusunda yaşadıkları sorunlardır. Kadın aile yaşamında çocuk bakımı yaşlı ve hasta bakımı gibi yükümlülükleri kocası ile ve/veya devletle paylaşmak durumundadır. Ancak ülkemizde kreş gündüz bakımevi gibi sosyal destek kurumları tüm çabalara karşın yeterli sayıya ulaşamamıştır

CİNSİYET AYRIMCILIĞI

Cinsiyete dayalı ayrımcılık aile içinde başlamaktadır. Kültürel değerler ile de kız ve erkek çocuklar farklı yönlendirilerek sonuçta toplumsal cinsiyet eşitsizliğine onay veren kadınlar ve erkekler yetiştirilmektedir. Toplumun kadına biçtiği rol ve beklentiler eğitim, evlilik ve çalışma gibi hayatını etkileyecek konularda karar verme ve kararlarını uygulamalarını büyük ölçüde engellemektedir (Kahraman, 2010 s. 31). Cinsiyet eşitsizliği tarihsel süreç içerisinde hemen hemen her toplumda var olan bir olgudur. Kadın ve erkekler arasındaki eşitsizliği ortadan kaldırmak için toplumlar, kadınların politik, ekonomik ve sosyal haklarını geliştirmeye, toplumsal rol ve statülerini yükseltmeye ve üretim ve yönetime katılma imkânlarını geliştirmeye çalışmaktadır. Ancak günümüzde halen kadınlar düşük ücret alan, atipik ya da hakları yeterince sağlanamayan çalışanlar arasında çoğunluğu oluşturmaktadır (Sarieroglu, 2007 s. 31; Dikmentaş, 2009 s. 149).

Ayrımcılık, kişinin bir özelliği sebebiyle keyfi olarak farklı bir muameleye tabi tutulması ve bu sebeple de mağdur olması anlamına gelmektedir (Yıldız, 2008 s. 69; Yüksek, 2000 s. 38). Cinsiyet ayrımcılığı ise sözlükte “ Genellikle eğitim veya iş yaşamında bireye erkek veya kadın olduğu için farklı tutum ve davranışlar içinde olma” şeklinde ifade edilmiştir. Ayrımcılık yasakları ile kişinin belirli bir niteliği sebebiyle maruz kaldığı farklı davranış dolayısıyla mağdur olmasını engellemesi amaçlanmaktadır. Bu nitelik kişinin doğasından kaynaklanan ve değiştiremeyeceği bir özellik olabileceği gibi, değiştirebilmesi mümkün olan ama yine kişiliği ile alakalı bir özellik de olabilir (Yüksel, 2000 s. 38).

Ayrımcılık yasaklarına konu nedenlerle bir kişiye kural olarak hiçbir şekilde farklı davranılmaması gerekmektedir. Yasaklara konu nitelikler arasında dil, ırk, cinsiyet, siyasal düşünce, felsefi inanç, din gibi kişisel özellikler yer alır. Ayrımcılık yasakları ile yasaklara konu özelliklere sahip kimselerin aynı uygulamalara tabi olması yani bu kimseler arasında

eşitsizlik yaratılmaması amaçlanmıştır. Dolayısıyla ayrımcılık yapılması eşitsizlik anlamına gelmekte, ayrımcılık yasakları ile eşitlik amaçlanmaktadır. Cinsiyet ayrımcılığı, kişinin cinsiyeti sebebiyle ya da cinsiyetine ilişkin bir sebeple farklı muameleye tabi tutularak mağdur edilmesidir. Bu ifadeden de anlaşılacağı gibi ayrımcılıktan bahsedilebilmesi için uygulamanın bir topluluğu ilgilendirmesi gerekmez. Bir kişinin uygulamadan olumsuz etkilenmesi yeterlidir. Avrupa Komisyonu Kadına Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesinde yer alan tanıma göre kadına karşı ayırım, medeni duruma bakılmaksızın, kadın erkek eşitliğine dayalı olarak ekonomik, sosyal, politik, kültürel, medeni ve diğer alanlardaki insan haklarının ve temel özgürlüklerin tanınmasını, kullanılmasını ya da haklardan ve özgürlüklerden yararlanmayı engelleyen, ortadan kaldıran veya bu amaçları taşıyan cinsiyete bağlı yapılan kısıtlama, ayırım veya dışlama anlamına gelir. Belirtmek gerekir ki cinsiyet ayrımcılığı dendiğinde akla genellikle kadına yönelik yapılan ayrımcılık gelmektedir (Bilir,2011 s. 43).

Cinsiyet ayrımcılığı kapsamına kadının hamileliği ya da doğum yapması sebebiyle farklı bir muameleye maruz kalması da girmektedir. Zira bu haller sadece kadına özgüdür ve kadının cinsiyetinden kaynaklanmaktadır. Hatta cinsiyet ayrımcılığı kavramı ilk defa hamilelik ve doğum gibi hallerde kullanılmaktaydı (Yıldız, 89). Hamilelik ve doğumun da kapsama dahil edilmesinden sonra, ailesel yükümlülükler sebebiyle yapılan ayrımcılıkların da cinsiyete dayalı ayrımcılık olduğu yönünde düzenlemeler yapılmıştır. Cinsiyet ayrımcılığı doğrudan ve dolaylı cinsiyet ayrımcılığı olarak incelenmektedir. Doğrudan cinsiyet ayrımcılığı, bir kişiye salt cinsiyetinden veya cinsiyetine özgü bir niteliğine (analık, hamilelik gibi) dayanılarak eşit konumdaki diğer cinsiyet grubuna mensup bir kişiye göre keyfi olarak eşit davranmamak ve mağdur etmek anlamına gelmektedir. Doğrudan cinsiyet ayrımcılığı açık veya örtülü olabilir. Cinsiyete dayalı değilmiş gibi görülen ancak belli bir cinsiyeti mağdur edecek gibi formüle edilmiş bir uygulama, örtülü bir biçimde doğrudan cinsiyet ayrımcılığı yaratmaktadır (Gülcan, 2004 s. 67). Dolaylı cinsiyet ayrımcılığı ise, görünüşte cinsiyete dayalı olmayan, fakat yarattığı farklı etkiler ile cinsiyet üzerinde ayrımcılığa neden olan olgulardır.

Cinsiyet ayrımcılığının kendini gösterme şekillerinden biri olan işlerin cinsiyetlere göre sınıflandırılması erkeksi ve kadınsı kavramların karşılıklı bağıllığının hiyerarşik olduğu ve ilk terimin üstün, ikinci terimin ise türev olarak algılandığı göstermektedir (Priola, 421; Güler, 2005 s. 61). Literatür incelendiğinde araştırmacılar bayanların kariyerleri cinsiyet ayrımcılığına bağlı olarak olumsuz şekilde etkilenmektedir (Fitzgerald ve Ormerod, 1993; Schneider, Swan& Fitzgerald, 1997; Welch, 1999; Johnson ve Neumark, 1997; Neumark&McLennan, 1995; Posner, 1999;Ozeren, 2014;Ozturk,2011; Day ve Greene,2008;) ifadelerini kullandıkları görülmüştür. Kadına yönelik ayrımcılığı ve kadının is hayatına katılımının önlenmesini engellemeye ilişkin, ulusal ve uluslararası birçok yasal

düzenleme oluşturulmasına karşın, uygulamada cinsiyete dayalı ayrımcılık varlığını sürdürmektedir.

Turizm Sektöründe Cinsiyet Ayrımcılığı

Hizmet sektörü içinde yer alan diğer iş alanlarında (hemşirelik, sekreterlik, öğretmenlik vb.) olduğu gibi turizm endüstrisinde de yapılan işlerin önemli bir bölümü “ kadınsı” olarak kabul edildiğinden, (örn; yemek pişirme, karşılama, yatak yapımı, temizlik, servis yapmak vb.) çalışan işgücünün kadın olması tercih edilmektedir. Bu nedenle endüstri, emek-yoğun olduğu kadar “ kadın-yoğun” iş alanı özelliği de göstermektedir. Ancak bu yoğunluk daha çok alt seviyelerde görülmektedir. Diğer pek çok sektörde olduğu gibi, turizmde de işgücü piyasası açısından önemli bir “ dikey” ve “ yatay” cinsiyet ayrımı vardır. Yatay olarak kadın ve erkek farklı işlerde yer almaktadır. Kadın; garson, temizlikçi, oda hizmetçisi, seyahat acentası satış elemanı olarak istihdam edilirken, erkekler garson, barmen, sürücü olarak istihdam edilmektedir. Dikey olarak turizm sektöründe tipik cinsel piramit yaygındır. Tipik “ cinsiyet piramidi” turizm sektöründe de yaygındır; yönetici pozisyonundaki anahtar işlerde erkekler egemenken, kadınlar çok az kariyer geliştirme fırsatı olan ve düşük seviyelerdeki işlerde yoğunlaşmaktadır (Tükeltürk ve Perçin, 2008 s. 115)

Kadın çalışanların ağırlıklı olarak toplandıkları alanlar, her ne kadar cinsiyet temelli ayrımcılığı işaret etse de, turizm endüstrisinin, kadınlar için önemli bir istihdam alanı olduğu söylenebilir Turizmin insan kaynaklarına dayalı emek yoğun bir sektör olmasının, yarı- zamanlı, düşük ücretli ve genellikle daha az yetenek isteyen meslekleri gerektirmesi ve bu alanlarda daha çok kadınların çalışması, turizm endüstrisinde çalışacak olan kadınların niteliklerini sınırlandırmaktadır Kadınların, konaklama işletmelerinde, ağırlıklı olarak istihdam edildikleri departmanlar arasında; ön-büro ve kat hizmetleri gelmektedir. Bu sayılar önemli ölçüde artmış olsa da, oldukça az sayıda kadın çalışan yönetim kademesine yükselebilmiştir (Karlı, 2013 s. 286). Turizmde yer alan kadınlar tıpkı diğer sektörlerde olduğu gibi, ailevi sorumlulukları ile hem işine hem de ailesine adanmış olmaları nedeniyle, bu da kadının üst düzeylere ulaşmasını engelleyebilmektedir. Profesyonel ve yönetsel işlerde tanınmak ve terfi alabilmek için uzun saatler boyunca çalışmak durumundadır. Kadınlar evlerini yönetmek ve çocuklarıyla ilgilenmek için uzun saatler harcamaktadır. Sonuç olarak kariyer engelleri uğruna çocukları ve evliliklerinden erkeklerden daha fazla vazgeçmek zorunda kalmaktadır.

Literatür incelendiğinde; turizm sektöründe bay- bayan veya farklı cinsiyet tercihleri hususunda cinsiyet ayrımcılığı yapılmaktadır (Albert ve diğ., 2011; Campos ve diğ, 2011; Harcourt ve diğ, 2005; Marnburg, 2006; Martin ve Gardiner, 2007; Pinar ve diğ, 2010; Slonaker ve diğ, 2007; Colgan, 2011; Sarheant, 2009; Bloisi ve Hoel, 2008; Lu ve Kleiner, 2001; Mathiesen ve diğ, 2008; Mkono, 2010; Poustou, 2008; Theocharous ve Philaretou, 2009; Yagil, 2008; Pina ve diğ.,2009; Mkono, 2010; Theocharous ve Philaretou, 2009;

Gilbert ve diğ., 1998; Sherwyn ve diğ., 2000; Theocharous ve Philaretou, 2009) görüşünü ifade eden araştırmacılar tespit edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

Bu çalışma, turist rehberliği mesleğinde cinsiyet ayrımının profesyonel turist rehberleri tarafından değerlendirilmesini ve mevcut durumun tespitini amaçlamaktadır. Araştırma; daha önce veya şuanda profesyonel turist rehberliği yapan bayanları kapsamaktadır. Algı ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir süreç izlenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2011 s. 39). Bu amaçla; araştırma kapsamında gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel araştırma yöntemlerine başvurulmuştur. Araştırmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının temel sebebi; katılımcıların düşüncelerini derinlemesine elde etmektir. Görüşmeler internet aracılığı ve yüz yüze yapılmıştır. Araştırmanın örnekleminde tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 20 bayan turist rehberi ile telefonla ve maille görüşme talebinde bulunulmuştur. Bu görüşmelerden çalışmaya katkı sağlayacağı düşünülen on yedi tanesiveri kaynağı olarak kullanılmıştır. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Yapılan görüşmeler 1 Temmuz-10 Ağustos tarihleri arasında tamamlanmıştır. Gelecekte yapılacak diğer araştırmalara örnek temsil etmesi açısından bu çalışmanın özgün bir değer taşıdığı düşünülmektedir. Araştırmanın amacı bayan turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken cinsiyet ayrımına bağlı olarak yaşadıkları sorunları ve onların mesleki gelecekleri ile ilgili endişe yaşayıp yaşamadıklarını tespit etmektir. Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bir takım kısıtlar mevcuttur. Araştırmanın en büyük sınırlılıkları arasında örneklem kısıtlılığı yer almaktadır. Veri toplama aşamasında farklı birimlerden yardım talebinde bulunulmuş olsa da, geri dönüşler çoğunlukla olumsuz olmuştur. Bayan rehberlerin yoğun bir sezonda olması ve çalışmamıza gerekli duyarlılığı göstermemeleri de çalışmanın bir diğer kısıtlılığıdır.

Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında katılımcılara 2 bölümden oluşan mülakat uygulanmıştır. Birinci bölüm demografik bilgileri içeren kapalı uçlu sorulardan ve ikinci bölüm cinsiyet ayrımına yönelik görüşleri içeren açık uçlu sorulardan oluşmaktadır. Demografik bilgilerin yer aldığı ilk bölümde katılımcılara yaşları, eğitim durumları, medeni durumları, meslek tecrübeleri, rehberlik yaptığı bölgeler ve rehberlik mesleğinin dışında başka bir meslekte çalışıp çalışmadıkları sorulmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde katılımcılara ait demografik veriler istenmiş, bu veriler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1’e göre araştırmaya katılan 17 katılımcının %41’inin 19-30 yaş ve %29’unun 31-40 yaş arasında olduğu gözlenmiştir. Katılımcılardan %41’inin Yüksek Lisans mezunu olduğu, %59’unun bekâr ve %29’unun evli olduğu bilgisi elde edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu %35 ile 1-4 yıl arası çalışmaktadır ve %70 oranında katılımcı Türkiye’nin Tüm Bölgelerinde rehberlik yapmaktadır. Ayrıca katılımcıların %37’si rehberlik mesleğini ek iş olarak yapmakta iken, %63’ü sadece rehberlik yaparak para kazanmaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

DEMOGRAFİK VERİLER	Değerler	N	%
Yaş	19-30	7	41
	31-40	5	29
	41-50	3	18
	51 ve üzeri	2	12
	Toplam	17	100
Eğitim	Ön lisans	4	24
	Lisans	5	29
	Yüksek Lisans	7	41
	Doktora	1	6
	Toplam	17	100
Medeni Durum	Bekâr	10	59
	Evli	5	29
	Boşanmış	2	12
	Birlikte Yaşıyor	-	-
	Toplam	17	100,0
Meslek Tecrübesi	1 Yıldan Az	1	6
	1-4 yıl	6	35
	5-9 Yıl	4	24
	10-14 Yıl	1	6
	15 Yıldan Fazla	5	29
	Toplam	17	100
Çalıştığı Bölge	Marmara Bölgesi	1	6
	İç Anadolu Bölgesi	1	6
	Ege Bölgesi	2	12
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	1	6
	Türkiye'nin Tüm Bölgeleri	12	70
	Toplam	17	100

Tablo 2. Katılımcıların Rehberlik Mesleğinde Cinsiyet Ayrımı Olup Olmadığına Dair Görüşleri

Sizce Rehberlik Mesleğinde Cinsiyet Ayrımı Var Mıdır?		N	%
	Evett	13	77
	Hayır	4	23
	Toplam	17	100

Katılımcıların %77'si rehberlik mesleğinde bir cinsiyet ayrımı olduğunu düşünürken, %23 böyle bir ayrımın olmadığını ifade etmiştir. Katılımcılardan 4'ü hiç böyle bir şey hissetmediklerini ifade ederken, her durumda erkeklerin ön planda olduğunu belirten bir katılımcı olmuştur. Bir diğer katılımcı erkek meslektaşlarının egolarını yenemediklerinden dolayı böyle bir sorunla karşı karşıya kaldıklarını ifade etmiştir. Dinsel açıdan kapalı guruplarda ve batıdan doğuya gidildikçe böyle bir ayrımın daha belirgin hale geldiği de ifadeler arasında yer almaktadır. Bir başka katılımcı bayan olmanın işletmeler, çalışanlar ve müşteriler nezdinde kimi zaman avantaj, kimi zaman dezavantaj olduğunu, kadınların daha çok bu dezavantajlardan etkilendiğini ve bu cinsiyet ayrımını hissettiklerini belirtmiştir. Konuya ilişkin katılımcı görüşleri ise şöyledir:

- Rehberlik mesleğinde somut bir şekilde kadın erkek ayrımı olmasa da, soyut olarak hissedilen bir ayrım söz konusudur. Şöyle ki; bayan olmak; işletmeler, çalışanlar ve müşteriler açısından kimi zaman avantaj, kimi zaman dezavantaj olmuştur. Biz kadınlar daha çok bu dezavantaj yani olumsuzluklardan etkileniyor ve bu cinsiyet ayrımını hissediyoruz.
- Evet, özellikle dinsel açıdan kapalı gruplarda grubun cinsiyetine göre rehberde cinsiyet ayrımı yapılmakta

Tablo 3. Cinsiyet Ayrımının Olumsuz Olup Olmadığına Dair Katılımcı Görüşleri

		N	%
İlk soruya cevabınız evet ise bu ayrım kendini olumsuz olarak mı göstermektedir?	Evet, Olumsuzdur	8	47
	Hayır, Değildir	2	12
	Hem Olumsuzdur Hem Olumsuz Değildir	3	17
	Toplam	13	79

Bu soruda katılımcılardan cinsiyet ayrımın olumlu yönde mi olumsuz yönde mi olduğunu belirtmeleri istenmiştir. İlk soruya “hayır” cevabını veren katılımcılar bu soruyu yanıtlamamıştır. Katılımcıların %47’si bu ayrımın olumsuz olduğunu belirtirken, %17’si gruba, zamana, ziyaret edilen bölgeye ve katılımcılara göre bu durumun değişebileceğini belirtmiştir. Konuya ilişkin bazı katılımcı görüşleri ise şu şekildedir:

- Evet maalesef. Öncelikle kadınlardan talimat almak istemeyen turizm personelleri, erkek yoğunluklu gruplarda kadın sözü dinlemekten rahatsız olan kişiler, asılmaya çalışan kişilerle karşılaşılması, bazı bölgelerde acentaların kadın rehberle itimat etmemesi, yuva kurmak için kadın rehberle iyi gözle bakılmaması başlıca sorunlar arasında.
- Kimi zaman olumlu olarak göstermektedir ama bu ayrım genellikle olumsuz yöndedir. Olumlu ayrıma bir örnek vermek gerekirse; en önemli örnek biz bayanlara yönelik nezaketlerdir. Çoğu zaman bir bayana öncelik tanınırken bir erkeğe bu öncelik genelde tanınmaz. İşletmeler çalışanlar ve müşteriler bize karşı her zaman daha naziktir. Özellikle işletmeler kimi zaman bay rehberlere görevlerinden farklı iş yüklemekte, konaklamalı turlarda oda paylaşımı ya da en kötü odada kalmak gibi şeyler istenmekte iken bu durum genelde bayanların başına gelmez.

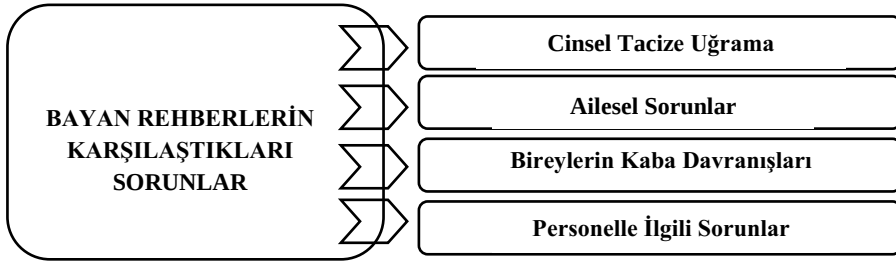
Tablo 4. Bir bayan olmanın rehberlik mesleğinde engel olup olmadığına dair katılımcı görüşleri

		N	%
Bir bayan olmanın rehberlik mesleğinde engel olduğunu düşünüyor musunuz? Lütfen açıkla mısınız?	Evet	7	41
	Hayır	10	59
	Toplam	17	100

Katılımcılara bayan olmanın rehberlik mesleği için bir engel olup olmadığı sorulduğunda katılımcıların %59’u bir engel olmadığını belirtmiştir. Engel olmadığını belirten 10 katılımcının 3’ü kesinlikle engel olmadığını ifade ederken, 7 kişi bayan olmanın sorun

teşkil ettiğini, ancak mesleği yapmaya bir engel olmadığını belirtmiştir. Ayrıca bayan olarak rehberlik mesleğini icra ederken erkeklere nazaran daha fazla gayret göstermek gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcıların 1'i dışında hepsi mesleklerini icra ederken somut sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Yapılan görüşmeler neticesinde bayan rehberlerin karşılaştıkları somut sorunlar ise şekil 1' de özetlenmiştir.

Şekil 1. Bayan Rehberlerin Karşılaştıkları Sorunlar



Yapılan görüşmeler sonucunda bayan olarak mesleğini icra eden rehberlerin en sık yaşadıkları sorunlar arasında cinsel taciz gelmektedir. Görüşmelerden elde edilen verilere göre taciz eden şahısların turistlerden çok tura katılan personel olduğu bilgisi elde edilmiştir. Görüşmeye katılan rehberler özellikle tura kendisi ile birlikte katılan personelin ve birlikte iş yaptıkları işletme personellerinin kaba davranışlarından şikâyet etmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu bireylerin kaba davranışlarının erkeklerin bayarlardan emir almak istemediğinden kaynaklandığını düşünmektedir. Rehberler görüşmeler esnasında sıklıkla erkeklerin kendilerinden emir almak istememelerinden şikâyet etmişlerdir. Yaşanan sıkıntılar karşısında rehberler manevi olarak yıprandıklarını, zaman zaman psikolojilerinin bozulduğunu ve meslekten soğuduklarını, tur esnasında da stres yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca bayan rehberlere pek fazla tur verilmemesinden kaynaklı maddi kayıpları olduğunu ifade etmişlerdir. Konuya ilişkin bazı katılımcı görüşleri ise şu şekildedir:

- En büyük kayıp mesleğimden soğuttu. Bunun dışında manevi olarak psikolojimi ağır düzeyde zedeledi. Kendimi küçük gördüm.
- Maddi bir kaybı şu ana kadar yaşamadım, bunun mesleki duruş ve çizilen yolla bağlı olduğunu düşünüyorum ancak denk geldiğim konular; Başlangıç aşamasında genç kızın kendisini rehber olarak Türkiye koşullarında ailesine yollarda geçecek hayatını kabullendirmesi zaman alıyor. Rehberlik aşamasında düzenli bir hayat kurması zorlaşıyor. Düzenli hayatın olmaması maddi olarak kaygı ve iş konusunda ilerleme yükselme gibi hedeflerin olmayışı kaygılara sebep oluyor.

Meslek yaşamları boyunca tur öncesinde, esnasında ve sonrasında bayan olmalarından kaynaklı çeşitli sorunlar yaşadıklarını ifade eden katılımcılar, gelecekte bu mesleği yapıp yapmayacakları sorulmuş, bu ifadeler tablo 5'te özetlenmiştir. Tablo 5'te bayan rehberlerin mesleklerinin geleceğiyle ilgili ifadelere yer verilmiştir.

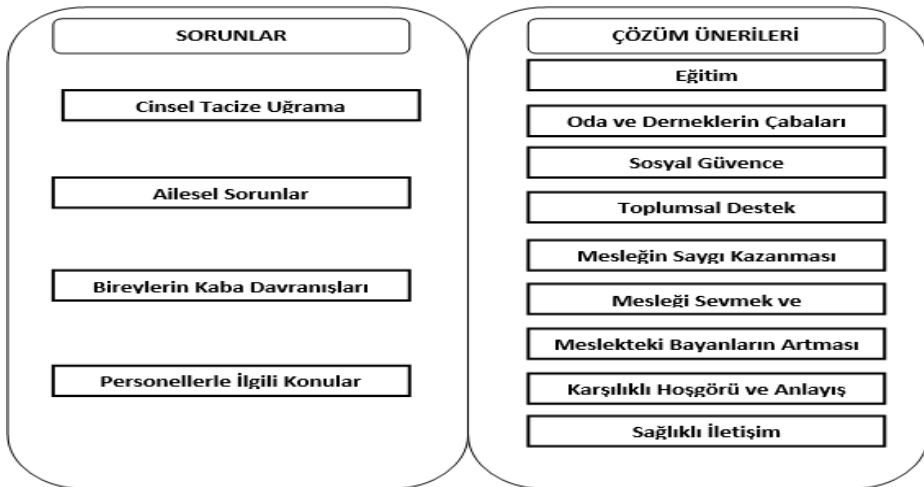
Tablo 5. Katılımcıların Mesleklerinin Geleceklerine Yönelik Görüşleri

Gelecekte bu meslekte devam etmeyi düşünüyor musunuz? Lütfen Açıklayınız?	N	%
Evet	9	30,7
Hayır	8	69,3
Toplam	17	100

Katılımcılar gelecekte bu mesleğin icrası konusunda ikiye bölünmüş durumdadır. Gelecekte bu mesleği yapmayı düşünmediğini belirten katılımcılar; ailesel sebepleri, meslekte yaşadıkları sorunları ve meslek koşullarını gerekçe olarak göstermişlerdir. Mesleklerine devam etmeyi düşünen katılımcılar ise mesleğin zorlukları ile baş etmek için çaba göstermeleri gerektiğinin farkında olduklarını ancak mesleklerini sevdiklerini ve bu nedenle devam edeceklerini belirtmişlerdir. Konuya ilişkin bazı katılımcı görüşleri ise şu şekildedir:

- Gelecekte devam etmeyeceğim; çünkü böyle huzursuz ve değersiz, saygısız bir ortamda çalışmaktansa; akademisyen olarak ülkeme ve mesleğe uzman insanları yetiştirmek istiyorum...
- Düşünmüyorum ve düşünmemekle birlikte çok da tavsiye ettiğim bir meslek dalı değil bayanlara. Bu yüzden sınıf arkadaşlarımın çoğu ya akademiye, ya da farklı iş kollarına yöneliyor
- Kesinlikle hayır. Sosyal güvencesi olmayan, düzenli hayatı engelleyen ve düzenli gelir sahibi olamamanın verdiği stres psikolojik sorunlara yol açıyor.
- Kesinlikle düşünüyorum. Sadece Bayan olduğum için yıllarca okuduğum, zaman, emek, para, harcadığım, uğraştığım şey için bir kaç kendini bilmez yüzünden vazgeçmem.

Bir bayan olarak mesleklerini icra ederken yaşadıkları sıkıntıları ifade eden rehberlere, cinsiyet ayrımına ilişkin bu sorunların nasıl çözülebileceğine yönelik önerileri sorulmuş, alınan yanıtlar Şekil 2’de özetlenmiştir.

Şekil 2. Cinsiyet Ayrımına Yönelik Sorunlar ve Çözüm Önerileri

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma verileri mesleğini icra etmeye devam eden, çalışma kartına sahip, aktif bayan rehberler ile görüşülerek elde edilmiştir. Araştırma verilerine göre bayan rehberlerin mesleklerini icra ederken cinsiyetlerine bağlı bazı sorunlar yaşadıkları bilgisi elde edilmiştir. Bayanların profesyonel turist rehberliği mesleğini daha sağlıklı bir şekilde icra edebilmeleri için bu sorunların belirlenmesi ve alternatiflerin veya çözüm yollarının araştırılması önerilmektedir. Araştırma verileri doğrultusunda bayan rehberlerin çoğunlukla bir cinsiyet ayrımını hissettikleri sonucu elde edilmiştir ve bu ayrım kendi olumsuz olarak göstermektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların neredeyse hepsi cinsiyetlerine bağlı somut bir sıkıntı yaşamışlardır. Bayan olmanın rehberlik mesleği için bir engel olmadığı, ancak biraz daha meşakkatli ve mücadele gerektirdiği sonucu, araştırma verilerinden elde edilmiştir. Katılımcıların çoğu gelecekte bu mesleği yapamayacaklarını belirtmiş, gerekçe olarak toplumsal ve ailesel sebepleri göstermişlerdir.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler göre bayan rehberlerin en sık karşılaştıkları sorunlar cinsel tacizler, bayan oldukları için kendilerine tur verilmemesi, birlikte çalıştıkları insanların kaba davranış ve sözleri, ailesel ve toplumsal baskıdır. Rehberlerin bayan olmalarından kaynaklı sorunların başında cinsel istismar gelmektedir. Gerek tura katılan yerli ve yabancı turistler, gerekse bizzat rehberle birlikte çalışan personelin kendisi bu istismarı gerçekleştirmektedir. Cinsel istismar toplumsal bir sorundur ve çözüme kavuşturmanın en iyi yolu eğitimidir. Empati kurabilme, karşılıklı hoşgörü ve anlayış, toplumsal desteğin de bu sorunu çözüme kavuşturabileceği düşünülmektedir.

Turları bir rehberin yönetiyor olması ve o yöneticinin bir bayan ataerkil bir kökenden gelen toplumumuzda kimi zaman sorun teşkil edebilmektedir. Nihayetinde, rehber tur esnasında otoriteye sahip bir yönetici konumundadır. Yapılan görüşmelerde birlikte çalışılan erkeklerin bayanların dediklerini yerine getirmek istemedikleri sıklıkla üzerinde durulan bir konu olmuştur. Personelin seçimi ve eğitimine önem verilmesi bu durumu azaltabilecek çözüm önerilerindendir. Rehberlik yaparken bayanların kendilerini, ailelerini ve evlerini ihmal edebilecekleri düşüncesi ile toplumsal ve ailesel baskılar yaşanmaktadır. Rehberlik mesleğin uzun çalışma saatleri ve konaklama içermesi bu baskıyı arttıran etkenler arasındadır. Bu bağlamda öncelikle rehberliğin bir meslek ve o işi yapanın da rehber olarak toplumca benimsenmesi gerekmektedir. Kadınların rehberlik mesleğini icra ederken yaşadıkları bu sorunların azaltılması veya ortadan kaldırılabilmesi adına rehberler, işletmeler, meslek odaları ve derneklere bir takım önerilerimiz olacaktır.

Gerek kadın gerek erkek cinsiyeti ne olursa olsun rehberlerin, mesleklerini sevmeleri ve benimsemeleri gerekmektedir. Etkin iletişim sağlayabilmek, empati kurabilmek, karşılıklı saygılı ve hoşgörülü olabilmek bu mesleğin sıkıntılarını minimuma indirebilecektir. Meslek odaları ve dernekler, bu ortamı sağlayabilmeli, ilişkileri kuvvetlendirebilmelidir. Toplumsal olarak rehberlik mesleğinin statü kazanması için rehberliğin tam olarak bir meslek olarak benimsenmesi, sosyal güvence şartlarının iyileştirilmesi gerekmektedir. Bu

gibi yasal konularda odalar ve dernekler destekleyici ve girişimci olmalı koordinasyonu sağlayabilmelidir. Gerek seyahat işletmeleri, gerek konaklama gerek yiyecek-içecek işletmeleri, işletme türü ne olursa olsun işletmeler personel seçiminde hassas davranmalı gerektiğinde hizmet içi eğitim vermelidir. Kadın-erkek ayrımı henüz tam olarak çözüme kavuşamamış toplumsal bir sorundur. Bu konuda en önemli görev bireylerin kendilerine düşmektedir. Bireyler kendilerini eğitebildiği ve geliştirebildiği sürece toplumsal eğitim sağlanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Albert, R., Escot, L., Fernández-Cornejo, J.,(2011),” A field experiment to study sex and age discrimination in the Madrid labour market”, *International Journal of Human Resource Management* 22 (2), 351–375.
- Bilir, E. (2011) “ *Türk İş Hukukunda Cinsiyet Ayrımcılığı*” Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Bloisi, W.,ve Hoel, H., (2008),” Abusive work practice sand bullyin gamong chefs: a review of the literature. *International Journal of Hospitality Management* 27 (4), 649–656.
- Campos-Soria, J.A.,Marchante-Mera, A., ve Ropero-García, M.A., (2011),”Patterns of occupational segregation by gender in the hospitality industry”, *International Journal of Hospitality Management* 30 (1), 91–102.
- Colgan, F., (2011), “ Equality, diversity and corporate social responsibility: sexua lorientation diversity management in the UK private sector”, *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal* 30 (8).
- Day, N. E.,&Greene, P. G. (2008), “ A case for sexual orientation diversity in small and large organizations”, *Human Resource Management*, 47(3), 637–654.
- Dikmentaş, E. (2009), “ Hastane Çalışanlarında Cinsiyet Farklılığının İncelenmesine Yönelik Bir Uygulama” *KMU İBBF Dergisi*, Yıl: 11, Sayı: 16, 148-161.
- Ersöz G . A. (1993), “ Yönetici Kadınların ve Eşlerinin Ev İçi İş Bölümü Konusundaki Tutum ve Davranışlarına İlişkin Sosyolojik Bir Araştırma” . Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi; 12-24.
- Eyüboğlu A, Özar Ş, ve Tufan Tanrıöver H. (1998) “Kentli Kadınların Çalışma Koşulları ve Çalışma Yaşamını Terk Nedenleri”. *İktisat Dergisi*, 7: 38.
- Fidan, F. ve Kumaş (2005) “ Akademisyen ve Tekstil İşçileri Karşılaştırılması Örneğinde Çalışan Kadınların Çalışma Olgusuna Bakışları” *Sosyal Siyaset Konferansları*,50. Kitap, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 4599, İktisat Fakültesi Yayın No: 592, 507-532.
- Fitzgerald, L. F., ve Ormerod, A. J. (1993), “Breaking silence: The sexual harassment of women in academia and the workplace” , F. L. Denmark ve M. A. Paludi(Edst), “*Psychology of women: A handbook of issuesand theories*” Westport, Connecticut: Greenwood Press.
- Giddens A. (2000), “Sosyoloji”, Ayraç Yayınevi . Ankara
- Gilbert, D., Guerrier, Y., ve Guy, J., (1998), “ Sexual harassment issues in the hospitality industry”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 10 (2), 48–53.
- Gülcan, S. (2004), “ *İşletmelerde Kadın-Erkek Ayrımcılığı ve Cinsel Taciz*”, Dumlupınar Üniversitesi, S.B.E. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

- Harcourt, M., Lam, H., Harcourt, S.,(2005),” Discriminatory practices in hiring: institutional and rational economic perspectives”, *International Journal of Human Resource Management* 16 (11), 2113–2132.
- Kahraman, Dinç, S. (2010) “ Kadınların Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğine Yönelik Görüşlerinin Belirlenmesi” *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, 3 (1), 30-35.
- Karlı, E. (2013), “ Deniz Turizm Sektöründe Algılanan Cinsiyet Ayrımcılığı ve Cinsiyet Önyargısı” *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 3: 283-301.
- Koca, B (2011), “ Çalışma Hayatı ve Kadın” İnönü Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi, Sayı: 3, 33-53).
- Koray M. (1992), “ Çalışma Yaşamında Kadın Gerçekleri”. AMME İdaresi Enstitüsü Dergisi. Ankara ;1992: 25-40
- Lu, C.-J., ve Kleiner, B.H., (2001), “ Discrimination and harassment in the restaurant industry”, *International Journal of Sociology and Social Policy* 21 (8/9/10), 192–205.
- Marnburg, E., (2006), ” I hope it won’t happen to me! Hospitality and tourism students’ fear of difficult moral situations as managers”, *Tourism Management* 27 (4), 561–575.
- Martin, E., ve Gardiner, K., (2007),” Exploring the UK hospitality industry and age discrimination”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 19 (4), 309–318.
- Mathisen, G.E.,Einarsen, S., ve Mykletun, R., (2008),”The occurrences and correlates of bullying and harassment in the restaurant sector. *Scandinavian Journal of Psychology* 49 (1), 59–68
- Mkono, M., (2010), “ Zimbabwean hospitality students’ experiences of sexual harassment in the hotel industry”, *International Journal of Hospitality Management* 29 (4), 725–729.
- Neumark, D.,&McLennan, M. (1995),” Sex discrimination and women’s labor market outcomes” *Journal of Human Resources*, 30(4), 713–740.
- Önder, N. (2013) “ Türkiye’de Kadın İşgücünün Görünümü” *ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1: 35-61
- Jackson, A. P, ve Sharman, J., S., (2002) “Constructing Family-Friendly Careers: Mother’ Experiences, *Journal of Counseling and Development*, Alexandria.
- Johnson, R. W., ve Neumark, D. (1997), “ Age discrimination, job separations, and employment status of older workers: Evidence from self-reports”, *Journal of Human Resources*, 32(4), 770–811.
- Ozeren, E. (2014), “Sexual Orientation Discrimination in theWorkplace: A Systematic Review of Literatüre”, *Socialand Behavioral Sciences*, 109: 1203-1215.
- Ozturk, M. B. (2011),” Sexual orientation discrimination: Exploring the experiences of lesbian, gay and bisexual employees in Turkey”, *Human Relations*, 64(8), 1099–1118.
- Pinar, M., McCuddy, M.K., Birkan, I., ve Kozak, M., (2010),” Gender diversity in the hospitality industry: an empirical study in Turkey”, *International Journal of Hospitality Management* 30 (1), 73–81.
- Posner, A., R. (1999), “ Employment Discrimination: Age Discrimination and Sexual Harrassment” *International Review of Law and Economics*, 19: 421-46.

- Poulston, J., (2008), “ Metamorphosis in hospitality: a tradition of sexual harassment”, *International Journal of Hospitality Management* 27 (2), 232–240.
- Priola, V. (2004), “ Gender and Feminine Identities-Women as Manager in a UK Academic Institution” *Women in Management Review*, Vol.19, No.8.
- Sargeant, M., (2009), “ Age discrimination, sexual orientation and gender identity: UK/US perspectives”, *Equal Opportunities International* 28 (8), 634–645
- Sarıeroglu, J. (2007) “ Çalışma Hayatı ve Kadın” *Çelik-İş Sendikası*, 21, 31-36
- Schneider, K. T., Swan, S., ve Fitzgerald, L. F. (1997), “ Job-related and psychological effects of sexual harassment in the workplace: Empirical evidence from two organizations”, *Journal of Applied Psychology*, 82(3), 401–515.
- Sherwyn, D.S., Kaufman, E.A., ve Klausner, A.A., (2000),” Same-sex sexual harassment: how the equal opportunity harasser became a legitimate defense”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 41 (6), 75–80.
- Skitmore, M., ve AHMAD, S. (2000) “Work-Family Conflict: A Survey Of Singaporean Workers”, *Singapore Management Review*, Vol. 251, pp. 35-52.
- Slonaker, W.M., Wendt, A.C., Baker, B., (2007),” Employment discrimination in the restaurant industry”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 48 (1), 46–58.
- Theodorou, A., ve Philaretou, A.G., (2009),” Sexual harassment in the hospitality industry in the Republic of Cyprus: theory and prevention”, *Journal of Teaching in Travel & Tourism* 9 (3–4), 288–304.
- Türkeltürk, Aydın, Ş. Ve Perçin, Şahin, N. (2008), “ Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavanı Kırmaya Yönelik Stratejiler” *Yönetim Bilimler Dergisi*, 6:2, 113-128
- Yagil, D., (2008),” When the customer is wrong: a review of research on aggression and sexual harassment in the service encounters”, *Aggression and Violent Behavior* 13 (2), 141–152.
- Yıldız E . (1985), “Üretim ve Yeniden – Üretim sürecinde Ücretli Kadın Emeli”, *Toplumsal Araştırmalar Dergisi*, 9: 74.
- Yıldız, G. (2008), “ *İşverenin Eşit İşlem yapma Borcu*, Yetkin Yayınları, Ankara.
- Yüksel, Onaran, M. (2000), “*Karşılaştırmalı Hukuk Işığında Türk İş Hukukunda Kadın Erkek Eşitliği*”, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Welsh, S. (1999), “ Gender and sexual harassment” *Annual Review of Sociology*, 25, 169–190.

BİR UZMANLAŞMA (İHTİSASLAŞMA) MODELİ: ULAŞILABİLİR TURİZM TUR PLANLAMASI ÖRNEĞİ

Gamze ÖZOĞUL

*Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
gamze_ozogul_@hotmail.com*

Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN

*Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
günseli-8148@hotmail.com*

ÖZET

Dünyada engellilere ve özel ürün/hizmet ve donanım gerektiren turistik tüketicilere yönelik seyahat ve konaklama olanakları oldukça sınırlıdır. Seyahatlerinde karşılaştıkları çevre düzenlemesi, ulaşım ve iletişim sorunları yanında otellerde tekerlekli sandalyeye geçiş taniyan odaların sayısı çok azdır. Benzer şekilde misafirlerin kendi yemeklerini kendilerinin hazırlaması (self-catering) faaliyetleri olan pek az otel bu faaliyetleri engellilere göre düzenlemiştir. Bu nedenlerden dolayı bazı engelli bireyler tüm geçiş olanakları ve donanımlarını sunan tesisler aramaktadır. Ancak bazıları zemin katta standart bir odaya ve birkaç merdiven basamağına razı olabilmekte, bazen bir-iki gecelik bir seyahat için ortaya çıkabilecek birçok sorunu göze alabilmektedir (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). Seyahat ve tatil bu büyük azınlığın, toplumun diğer kesimleri ile kaynaşmalarında önemli bir rol oynarken aynı zamanda seyahat sektörü için de önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Ancak, turizm endüstrisindeki işletmeler ve diğer kurumlar bu pazara açılmak için bazı yatırımlar yaparak seçilebilir olmak durumundadır. Bu bakımdan çalışmada, uzmanlık (ihtisas) acentacılığı alanında faaliyet gösterecek olan X acentası için ulaşılabilir turizmde engellilere yönelik bir tur programı model olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Sağlık Turizmi, Ulaşılabilir Turizm, Tur Programı, Uzmanlık Acentası*

GİRİŞ

Birleşmiş Milletler (BM) Engelli Hakları Sözleşmesi ile birlikte hakları dile getirilen engelliler için tüm dünyada “Engelsiz Turizm” düşüncesi giderek yaygınlaşmaktadır (Kilimci, 2008). Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization/WHO) (WHO, 2011) 785 milyondan fazla olan engelli nüfusun ulaştırma, konaklama ve bilgi-iletişim kapsamında engellerle karşılaştığını, zor bir şekilde seyahat ettiğini belirtmekte ve diğer bir taraftan engellilerin daha bağımsız hareket etmeleri için bazı önlemlerin alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Chen (2004) engelsiz turizm sağlamanın hükümetlerin sorumluluğu olduğunu belirtmiştir. Öncelikle engellilerin sosyal hakları olan çevre, fiziksel donanım ve çalışan davranışları ile ilgili rahatsızlıkları bulunmaktadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler tarafından bu konuda engellilerin karşılaştığı zorlukların ortadan kaldırılmasına yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesi de oldukça önemlidir (Porja, Reichel ve Brandt, 2011).

Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmesi ile birlikte engelliler daha fazla seyahat etmeye

başlamışlardır. Türkiye’de yaşayan veya Türkiye’ye gelen engelli insanların turizm hareketi içerisinde yaşam standartlarını iyileştirmek amacı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Ancak bu yasal düzenlemelerin neden her otelde olmadığı ve her engelli insan için bunların ne kadar yeterli olduğu soruları akıllara gelmektedir. Diğer taraftan engelli insanların otel dışına çıktıklarında da yaşadıkları farklı sorunlar bulunmaktadır. Ören yerlerinde, müzelerde, şehir merkezlerinde, yiyecek içecek işletmelerinde, plaj işletmelerinde, trafikte ve ulaşım araçlarında bazı engeller bulunmaktadır. Tur programlarının engelli insanların katılımı düşünülmeden hazırlanması karşılaşılan diğer önemli bir sorundur. Bu bakımdan engelli insanların da katılımını teşvik edecek şekilde bir turun planlanması, hem ulaşılabilirlik için yeni düzenlemeleri sağlayabilir hem de turizmde farkındalık yaratarak turizme sosyal, ekonomik ve kültürel olarak katkıda bulunabilir.

SEYAHAT ACENTACILIĞI

Seyahat acentaları, ulaştırma, tatil, serbest/boş zaman değerlendirme, konaklama ve hizmet kavramları ile ilişkili olarak faaliyet gösteren işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetleri turistik tüketicilere sunan ve satan kuruluşlardır (İçöz, 2003). Bir başka tanıma göre seyahat acentaları kâr amacıyla turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence olanakları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören ve turizm ekonomisi ile genellikle ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluşlardır (Sezgin, 2001: 247).

Seyahat acentaları, geniş anlamda yolculuk yapmak isteyen herhangi bir kişinin yolculuğuna ilişkin tüm gereksinimlerini karşılayan ticari bir kuruluştur (Ahipaşaoğlu, 2001). Türkiye’de seyahat acentalığı faaliyeti göstermek isteyen kuruluşların 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu çerçevesinde başvuru ve kuruluş için gerekli yasal prosedürü tamamlamaları gerekmektedir.

Seyahat acentalarının tarihsel gelişimi içinde varmış olduğu şu anki noktada bilgi iletişim teknolojilerinde gerçekleştirilen yenilikler bulunmaktadır. Ancak birçok kişinin bireysel olarak çevrimiçi (online) doğrudan rezervasyon yapabilmesi, tur satın alınabilmesi ve bununla birlikte durgun ekonominin de seyahat işletmelerini olumsuz yönde etkilemesi, seyahat acentalarının faaliyetlerine devam edebilmeleri açısından uzmanlaşmalarını gerektirmektedir (Zeiger, 2011).

SEYAHAT ACENTALARINDA UZMANLAŞMA

Yirminci yüzyıl, insanlık tarihinde bilim ve teknoloji alanında en hızlı ve kapsamlı gelişmelerin yaşandığı bir dönem olarak dikkat çekmiştir. Turizm endüstrisini etkileyen gelişmeler bakımından uzak mesafelere ulaşım kısalmış, yolculuk etmek ucuzlamış, iş hayatında iyileştirmeler yapılmış ve yoğun çalışma şartlarından dolayı tatil zamanlarını etkin geçirme anlayışı gelişmiştir (İçöz, 2000; Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Bu gelişmelerle birlikte BM Dünya Turizm Örgütü’nün (United Nations World Tourism Organization-

UNWTO) verilerine göre 2013 yılında dünyada seyahat eden turist sayısı 1,087 milyon kişiye ulaşmıştır. 2030 yılında ise bu sayının 1,809 milyon kişiye ulaşması beklenmektedir (UNWTO, 2014). Bu veriler doğrultusunda dünyada turizm hareketinin hız kazanması, dünya turizm pastasından payını almak için ülkeleri, turizm politikaları geliştirmeye yöneltmektedir.

Bir ülkedeki turizm faaliyetlerinin daha kaliteli ve istekleri karşılayan bir şekilde sunulması, pazar araştırmasının ve bölümlendirilmesinin de sistemli ve amaca yönelik yapılmasının sonucunda etkisini göstermektedir. Bu nedenle artık günümüzde turizm işletmelerinin her alanda iyi olması beklenmemektedir. Ayrıca turizmin olumsuz etkileri arasında gösterilen aşırı kalabalıklaşma, çevre/fiziksel varlık tahribatı, gürültü ve turist tatminindeki görece azalmalar sonucu 1990'lı yıllarda yeni bir değişim eğilimi kendini göstermiştir. Bu eğilimlerin başında turistik tüketicilere ait seyahat motiflerinin özel ilgi alanlarına kayması gelmektedir. Özel ilgi grupları geleneksel turizm hareketlerinden daha aktif, çevreye daha duyarlı ve daha hoşgörülü olmasından dolayı ayrılmaktadır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Diğer bir ifade ile daha farklı ihtiyaçlara ve isteklere cevap verebilecek durumda olmalarına rağmen işletmeler, bir alanda uzmanlaşmayı ve daha az sayıda turiste hitap etmeyi tercih edebilmektedir.

Yoğun bir rekabet ortamında faaliyet gösteren seyahat acentaları işletme mezarlıklarında yer almamak ve rekabet avantajına sahip olmak için yaşanan değişimlere uzmanlaşarak uyum sağlamaya çalışmaktadır. Acentaların uzmanlaşması, kırsal, tarımsal turizm ve yiyecek turizmi, yürüyüş, macera, sanat, kültür, festival, kruvaziyer, binicilik, balıkçılık, avcılık, kuş gözlemleme, su altı dalışı, balayı, din, mağaracılık turizmi ve sağlık turizmi (Douglas, Douglas ve Derrett, 2001; Ulsan ve Batman, 2010; ASTA, 2013) gibi yeni ve/ya tek bir alanda daha az turist için faaliyet göstermesidir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre Türkiye'de uzmanlık alanlarına göre acenta sayısı 3359 acentadan 1182 acentanın yanıt vermesi ile 38 farklı uzmanlık alanıdır. Bunların içinde sportif/özel ilgi 210 adet ve engellilere özel 69 adet acenta bulunmaktadır (TÜRSAB, 2002).

Kitlesel pazarlarda bütün pazar için herkesi biraz memnun etmek yerine uzmanlaşma ile niş pazarda, az sayıda insanı çok tatmin edecek ürün/hizmet arz edilmektedir. Ayrıca yapılan bir çalışmada uzmanlaşan acentaların yaşam süresinin daha uzun olduğu belirlenmiştir (uzmanlaşan acentalar %95.7, diğer %49.3 (5 yıl)) (Joselyn, 2012). Uzmanlaşmanın bir diğer avantajı ise reklamdır. Çünkü bu acentalar, niş alanlara hitap eden yayınlara/medyaya odaklanmaktadır. Diğer taraftan memnun olan bir turist, ağızdan ağıza iletişim (word-of-mouth) yolu ile ilgili acentayı başkalarına önerebilecektir. Kısaca son yıllarda turizm alanındaki eğilimler üzerinde yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçları özetlemek gerekirse ortaya tek bir gerçek çıkmaktadır: *uzmanlaşma*.

Dünyada uzmanlaşma alanlarından biri olan sağlık turizmine ilişkin seyahatlerin ve ilginin artması ile ülkelerin sağlık turizmi çalışmaları da bu doğrultuda artmaktadır. 2010 yılında

sağlık turizminin pasta büyüklüğünün milyar dolarlar olduğu ve yaklaşık 35 ülkenin bu pastadan pay aldığı görülmektedir (Deloitte, Global Survey of Health Care Consumers, 2010/2011; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012). Sağlık turizmi, tıp (medikal) turizmi, termal turizm, *spa* (*salus per aquam-sudan gelen sağlık*) ve *wellness* (*kendini iyi hissetme*), ileri yaş ve engelli turizmi olmak üzere dört farklı başlık altında incelenmektedir. Bu çalışmada ise sağlık turizmi hakkında genel bilgi verilerek engelli turizmi temel alınmaktadır.

SAĞLIK TURİZMİ VE ENGELLİ TURİZMİ

Sağlık turizmi, ikamet edilen yerden başka bir yere sağlık hizmeti almak için planlı yapılan seyahatlerdir ve seyahat edene de “sağlık turisti” denir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2011). Sağlık turizmi kapsamında özellikle medikal müdahale ve tedavilerdeki fiyat avantajı tıp turizmini hareketlendirmiştir. Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerine göre daha düşük maliyetlerle benzer operasyonları yapan Hindistan, Singapur, Tayland başta olmak üzere, Amerika Birleşik Devletleri, Malezya, Almanya, Meksika, Küba ve Türkiye gibi ülkeler tıp turizminde ön sıralarda yer almaktadır. Türkiye, son on yıl içinde faaliyetlerini artırdığı sağlık turizmi alanında yetkin personeli, yeterli sayıda sağlık kuruluşları, turizm alanındaki deneyimi ve uygun maliyetli sağlık hizmetleri ile daha üst sıralarda yerini alabilir (Jagyasi, 2010; Aktepe, 2013; Wikipedia, 2014).

Türkiye bir yandan tıp alanında verdiği hizmetler, öte yandan termal kaynakları ve *spa-wellness* olanakları ile sağlık turizmi konusunda önemli görülen bir potansiyel taşımaktadır. İleri yaş ve engelli turizmi için ise daha kapsamlı düzenlemelere ve iyileştirmelere ihtiyaç vardır. Böylece engelli bireylerin katılacağı faaliyetler kapsamında gösterilen gezi turları (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2011) daha etkin gerçekleştirilebilir. Zira engelli birey, fiziksel, zihinsel, ruhsal ve duysal yetilerinde çeşitli düzeyde kayıplarından dolayı toplumda diğer bireylerle eşit koşullarda tam ve etkin katılımı kısıtlanan, ayrıca diğer insanların tutumları ve çevre koşullarından etkilenendir (T.C. Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme Yayın Genel Müdürlüğü, 2005).

Sağlık turizmi ve engelli turizmine katılanlar arasında da bir ilişki olduğu söylenebilir. Tıp turizmi kapsamında hem tatil hem de tedavi için gelen turistlerin operasyon geçirmesi ile ulaşılabilirlikte yaşayabileceği sıkıntılar veya bu turistlerin engelli ya da ileri yaşta olabileceği düşüncesi ve termal turizm için tatile gelen turistlerin de engelli veya ileri yaşta olma olasılığı da bulunmaktadır. Tüm bu sayılanlar fiziksel ortamda ulaşılabilirlikleri kısıtlamaktadır. Türkiye’ye 2011 yılında sağlık turizmi amaçlı 500 bin kişi gelmiştir. Bu sayının 250 bin kişisi termal turizmden, 130 bin kişisi tıp turizminden geriye kalan 120 bin kişi ise ileri yaş (bu grubun yaşlanma nedeniyle hareketleri kısıtlanarak engelliler ile ortak sorunları bulunmaktadır) ve engelli turizminden Türkiye’yi tercih etmiştir (Cinel, 2012). Ancak Türkiye’de turizm faaliyetlerine katılan sadece engelli kişi sayısını gösteren ayrı bir bilgiye ulaşılamamıştır.

Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere birçok devlet, sağlık turizmine olan ilginin arttırılması ve ilgili turistlerin sağlık turizmine katılması için çaba sarf etmektedir. Dünya nüfusunun

yaşlanması, doğal afet ve felaketler, savaşlar, trafik kazaları ve doğuştan gelen bir takım hastalıklar vb. nedenlerden dolayı engelli nüfusu dünya çapında artmaktadır. Engelliliğe bakış açısının ülkelerin altyapı anlamında birtakım yasal düzenlemeleri uygulamaya koyması ve eğitimler ile olumlu yönde geliştirilmesi turizm endüstrisine de yansımış ve sağlık turizmi içinde engelli turizmi önemli bir niş pazar haline gelmiştir (Kırlar ve Özgen, 2013).

Seyahati engelliler için bir hak olarak gören modern toplumlar ve toplumun tüm kesimlerinin bu doğrultuda örgütlenmesi yolunda geçmişten günümüze birçok adım atılmıştır. 1981 yılının BM tarafından Uluslararası Engelliler Yılı olarak ilan edilmesi, yine herkes için eşitlik ilkesini benimseyen BM’ce 1983-1992 yıllarının Engelli İnsanlar On Yılı olarak belirlenmesi, bu dönemde belirginleşen ve Engelli İnsanlara Yönelik Dünya Eylem Programı ile daha da gelişen anlayış ve BM Genel Sekreteri Kofi Annan’ın, 1997 yılındaki Dünya Engelliler Günü nedeniyle verdiği mesajda engellileri dünyanın "en büyük azınlığı" olarak nitelendirmesi önemli gelişmeler arasındadır. Bugün dünyada sayısı milyonlarla ifade edilen insan fiziki ya da zihinsel bir engel ile yaşamaktadır. BM’nin yaptığı bir araştırmaya göre dünya nüfusunun yaklaşık %15’i engellidir. Bazı kurumlara kayıt yaptıran engellilere ait bilgilerin toplandığı Ulusal Özürlüler Veritabanı (ÖZVERİ)’na göre Türkiye’de ise 1.802.863 engelli kişi (Haziran/2014) bulunmaktadır (Çizel, Sönmez ve Akıncı, 2012; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012; Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi Kongresi, 2013; T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014a).

Dünyada engellilerin bağımsız hareket edebilecekleri koşulların yerine getirilmemiş olması daha büyük bir engel olarak görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de fiziksel çevrenin, toplu taşıma araçlarının ve trafiğin yaşlı ve engelli turistler için düzenlenmesi ile Türk yaşlısı ve engellisi için de dolaylı bir yatırım yapılmış olacaktır. Kısaca engelli turizmde temel şart, engelli turistlerin ihtiyaçlarına yanıt verebilen tesisin, çevrenin ve çalışanların varlığıdır (Tufan, 2014). Nitekim sadece Almanya’da 1993 yılında engelliler içinden %19’unun seyahate çıktığı belirtilmektedir (Winkler, 1994).

Tüm AB ülkeleri arasında Almanya, İngiltere ve Fransa hem yurtiçi hem de AB içi ulaşılabilir turizmde iyi bir kaynak pazardır. Avrupa Komisyonu (European Commission (EU)) ve DG ENTR (2013) Avrupa’da engelli bireylerin yarısından fazlasının gerçekleştirdiği seyahatlerin 2012-2013 dönemi için toplam 170 milyon gününbirlik seyahatlere, konaklamalı seyahatlerin ise yine benzer bir sayıya ulaştığını belirtmiştir. 65 yaş ve üstü turistlerin ise yine aynı dönemde gerçekleştirdiği gününbirlik seyahatlerin 225 milyona, konaklamalı seyahatlerin ise 217 milyona ulaştığı ifade edilmiştir. Diğer bir taraftan Avrupa Birliği’nde özel ulaşılabilirlik gereksinimi olan bireylerin gerçekleştirdiği seyahatler ise 783 milyona ulaşmıştır. Ayrıca EU ve DG ENTR (2013) tarafından yapılan çalışmada Avrupa Birliği ülkeleri kapsamında ulaşılabilir turizm talebinin 2020 yılında 862 milyon seyahate ulaşabileceği ifade edilmiştir. Engelli ve ileri yaş turizmne katılan turist sayısının artması göz önüne alınarak ulaşılabilirlik kapsamında çalışmalar artmakta ve iyileştirmeler yapılmaktadır.

Hong Kong’da yapılan bir araştırma seyahat acentaları konusunda engelli bireylerin algısı üzerinedir. Araştırma sonucuna göre katılımcılar, seyahat acentalarının engellilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayamadığını düşünmektedir ve engellilerin turizme katılımını, acentaların bu yöndeki başarısızlığının sınırladığı görüşündedir (McKercher, Packer, Yau ve Lam, 2003). Diğer bir çalışmada ise fiziksel engellilerin seyahat kısıtları ve memnuniyetleri araştırılmıştır (Daniels, Rodgers ve Wiggins, 2005).

Arıcı (2010), engellilerin turizm sektöründen beklentilerini belirlemek üzere bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda altyapının yetersizliği, seyahat acentalarının engellilere yönelik yeterli ürün/hizmet sunmadığı ve araçların da engellilere göre uygun olmadığı belirlenmiştir.

Antalya ilinde engelli turizmi kapsamında yapılan diğer bir araştırma sonucu ise araştırmaya katılan engellilerin büyük bölümünün doğuştan genetik engelliolduğunu göstermektedir. Engellilerin yarıdan fazlası ise orta yaş grubundadır. Engellilerin % 51,05’inin engel türüne uygun sivil toplum örgütlerine üye oldukları, cep telefonu ve bilgisayar kullanabildikleri ve özellikle çevresel seyahat engeli ile karşılaştıkları belirlenmiştir. Araştırmanın diğer bir sonucu da engellilerin seyahat güdülerinin dinlenmek, eğlenmek, fiziksel ve psikolojik baskıdan kurtulmak ve ayrıca sevdikleri ile bir şeyler paylaşmak olduğudur. Ayrıca tatile çıkmak için fiyatların düşmesinin, engel şekline uygun düzenlemelerin yapılmasının ve aile bireyleri ve refakatçilerle birlikte tatil yapabilme olanaklarının sunulmasının turizme katılımı arttıracak yönünde görüş bildirmişlerdir. Yine bu çalışmada da görme-duyma engellileri için eksiklikler belirlenmiştir. Oda telefonundan kabul yerinin aranması sonucu veya yüzyüze iletişimde duyma engelli kişi ile nasıl bir iletişim kurulacağı (işaret dilinin herkes tarafından bilinmemesi) gibi sorunlar saptanmıştır (Çizel vd, 2012).

Türkiye’de İzmir il merkezinde ve ilçelerinde konaklama işletmelerini kapsayan bir araştırma sonucuna göre ulaşılabilirlik kapsamında basamaklar, asansörler, genel tuvaletler, plajlar, otellere rehber köpek kabul edilmesi gibi hususlarda bazı otellerin yasal yükümlülükleri gereği tekerlekli sandalye kullanan ortopedik engelliler için kullanıma uygun birtakım düzenlemeler yaptığı saptanmıştır. Bu düzenlemeler içinde diğer engelli gruplarına yönelik önlemler ise az sayıdadır (Kırlar ve Özgen, 2013).

Sonuç olarak engelsiz bir turizm hareketi için gerekli iletişim, fiziksel ve çevre düzenlemelerinin geliştirilmesi gerekliliği ile karşılaşılmaktadır. Bu açıdan yapılan araştırmalar incelendiğinde ulaşılabilirlik kapsamında genellikle konaklama işletmelerine özgü fiziksel durum tespiti üzerine çalışmaların gerçekleştirildiği göze çarpmaktadır. Ancak bunun yanında engelli turistlerin gideceği çevre gezileri, müze ve öğren yerleri, konaklama işletmesi dışındaki anlaşmalı restoran ve eğlence yerleri ile ilgili bir tur programı kapsamında yapılmış niş pazarlamaya yönelik örnek bir araştırma ile karşılaşılmamıştır. Bu bakımdan bu çalışma kapsamında “turizm engel midir?” sorusundan ve “her yerde (ulaşılabilir), herkes (engelsiz birey) için sürdürülebilir turizm

ve uzmanlaşma’’ düşüncesinden hareketle bir tur programı modeli geliştirilmesi amaçlanmıştır.

BİR UZMANLAŞMA MODELİ: ULAŞILABİLİR TURİZM

Dünyada birçok turist için gidilecek yerlerin ya da satın alacakları turistik ürünlerin ulaşılabilirliği satınalma sürecinde oldukça önemlidir. Engelli insanlar ve aileleri ulaşılabilirlik özelliklerini içeren turistik hizmetler/ürünler aramaktadırlar. Nitekim her turist gibi engelli insanlar da ziyaret için seçtiği yönelim merkezleri ve seyahatleri ile ilgili bazı beklentilere sahiptir. Bu yönde seyahat acentaları kurumsal bir anlayış içerisinde temel yeteneklerine odaklanma yanında turistlere sadece niceliksel olarak değil niteliksel olarak da önem vermelidir.

Ulaşılabilir turizm, görme, işitme, hareket kısıtlılığı vb. olan bireylerin ulaşılabilirlik gereksinimlerinin eşitçe ve bir kişiye bağımlı olmadan (bağımsız bir şekilde) karşılanmasına yönelik evrensel olarak tasarlanmış turistik ürünün, hizmetin ve ortamın sunulmasını ve paydaşlar arasında işbirliği sürecini de içeren bir turizm şeklidir (Darcy ve Dickson, 2009; UNWTO, 2013). Yani turizmde ulaşılabilirlik, turistik ürünün kullanımının önünde engellerin olmaması ile ilgilidir. Bu genellikle fiziki ulaşılabilirlik, bilgi ve iletişim ulaşılabilirliği gibi görünse de eğitimsiz personeller de engelliler için ciddi bir engel teşkil etmektedir. Engelli kavramı ise seyahate yönelik farklı gereksinim ve yeterlik düzeyine sahip bireylerin çeşitliliğini belirtmektedir. Öyleyse engellileri herhangi bir tüketici olarak kabul ederek olumsuz yargıya kapılmadan anlayabilmek gerekmektedir (Yenişehirlioğlu ve Türkay, 2013). Nitekim herkes için ulaşılabilirlik düşüncesi kapsamında engelliler için yaşamlarını her alanda kolaylaştırıcı düzenlemelerin yapılması, ülkelerin çağdaşlık düzeylerinin de göstergelerinden biridir.

Kısaca günümüzde mevcut birçok turistik işletme engelli insanlar için fiziki olarak ulaşılabilir değildir. Ayrıca, engelli turistleri nasıl karşılayacakları ya da onlara nasıl hizmet sunacakları konusunda eğitilmiş olan personel sayısı da azdır. Bazı ülkelerin ulaşılabilir turizme yönelik stratejilerden yoksun kalması bu alandaki işletmelerin az olmasının nedenlerinden biridir. Açıkça, ulaşılabilirlik, turizm sektöründe moda bir kavram (buzzword) değil, hatta çok az uygulanmaktadır. Ancak, turizmde sürdürülebilirlik kavramı ile ilgili de 10 yıl öncesi düşünüldüğünde ulaşılabilir turizmin de arz ve talep açısından benzer bir şekilde gelişime uğrayabileceği mümkündür.

Türkiye’de yaşayan ya da Türkiye’ye gelen engelli insanların turizm hareketi içerisinde yaşam standartını yükseltmek amacı ile 1991 yılından itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca çeşitli yasal düzenlemeler yapılmış ve belgeli yatırım ve işletmelerden bu düzenlemelere uymaları istenilmiştir. 21.06.2005 Tarih ve 25852 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik ile; toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin % 1’i oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme-içme ünitesinde, temalı parklar

ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel engellilerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılarak bunların özel işaretlerle belirtileceği hükme bağlanmış, bu düzenlemelerin uygulama ayrıntıları ise 25.10.2005 tarih ve 25977 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair 2005/1 No'lu Tebliğ ile belirlenmiştir. Yönetmelikçe belirtilen düzenlemeler asgari düzenlemelerdir. Yapılması zorunlu olan asgari düzenlemelerden daha fazla nitelikte ve nicelikte engelliler için düzenlemelerin olanak ve talep çerçevesinde yapılması yönünde ise bir engel bulunmamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014).

Tüm bu bilgiler ışığında seyahat acentaları engelsiz turizme yönelik asgari düzenlemelerden daha fazlası için istekli olan ve çabalayan işletmelerle bağlantı kurarak ve turistik tüketici beklentilerini analiz ederek onlara uygun hizmet/ürün sunmakla turist memnuniyetini sağlamış olacaktır. Ayrıca Türkiye eşsiz doğal ve tarihi güzellikleri ile zaten turist çeken bir ülkedir. Bu bağlamda ulaşılabilir turizm çabaları ve uygulamaları ile Türkiye dünyada bir marka olabilir. Bu bilgilere dayanarak Türkiye için bir uzmanlaşma modeli: ulaşılabilir turizm tur programı örneği oluşturulmuştur.

Ulaşılabilir Turizmde Hedef Kitle

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre dünya nüfusunun yaklaşık %15'inin bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir. 2011 yılı verilerine göre 15 yaş ve üstünde olan kişiler arasında engellilik ile yaşamak durumunda kalan kişi sayısı 785 milyondur. Dünya Sağlık Araştırması bu kişiler arasından 110 milyon kişinin işlevlerini yerine getirme konusunda çok ciddi zorluklar yaşadığını tahmin etmektedir (WHO, 2011).

İleri yaşta olan insanlar ve en ciddi engelli kişiler ulaşılabilirlik anlamında daha büyük engeller ile karşı karşıya kalmaktadır. Fonksiyonel bozukluklarının türü ve seviyesi tatil satın alma talebi ya da nasıl tatile çıkılacağı konusunda farklı etkilere sahiptir. Bu etkileri üç grupta incelemek mümkündür (ENAT, 2007):

Düşük etki: kısmen işitme ve görme engelliler/engelli olmayan tatil deneyimine benzer,

Normal etki: hareket engelli (koltuk değneksiz), derin sağırılık-körlük, hareketlilik engelli (koltuk değnekli), tekerlekli sandalye kullananlar/ tatil satın alma engelli faaliyetlerin veya hizmetlerin ulaşılabilirliğine bağlı bir olasılık durumundadır,

Yüksek etki: yetişkin-öğrenme güçlüğü olanlar, davranışsal sorunlarla birlikte zihinsel sağlık sorunu olanlar/tatil satın alma onlar için karmaşıklığı ifade etmektedir.

Yukarıda açıklanan bilgiler doğrultusunda X acentasının faaliyet göstereceği turizm alanında hedef kitle, düşük etki ve normal etki grubunda yer alan engelliler olacaktır. Potansiyel olarak bu alan toplamda büyük bir pazarı ifade etmektedir. Engelli kişilere eşlik edecek kişiler de dikkate alındığında pazarın boyutu oldukça büyümektedir. Bu büyümenin nedeni, dünyada engelli insana sunulan turizm olanağının aynı anda bu insanın eşine,

çocuğuna ve arkadaşına da sunulmuş olmasıdır. Farklı tur güzergâhları ve çevre düzenlemeleri geliştirildikçe, farklı tur programları oluşturulabilir.

Ulaşılabilir Turizmde Vizyon ve Misyon

Vizyon ve misyon kavramları stratejik yönetim sürecinin temel kavramlarından biridir. Lissack ve Roos (2001: 55)’a göre vizyon, örgütün gelecekteki başarısı için bir rotadır ve örgütün oluşturduğu amaçlardır. Gill (2003: 312)’e göre vizyon, değişik çabaları yönetmek için kullanılan geleceğin istenen halidir. Misyon kavramı ise örgütün varoluş sebebini açıklamaktadır ve stratejik amaçlarını nasıl gerçekleştireceğini belirleyen çerçeveyi oluşturmaktadır (Kılıç, 2010: 93). Bu bağlamda, X acentasının misyonu; engelli insanlara saygı, farkındalık, ulaşılabilirlik sunmak, turizm sektöründe eşgüdüm sağlamak, Türkiye’yi ulaşılabilir turizm alanında örnek bir ülke konumuna getirmektir, vizyonu ise eğitilmiş personeli ile hedef kitlenin seçeneklerini genişletmek, daha rekabetçi ve yüksek kaliteli turistik ürün ve hizmetlerden yararlanmalarını sağlayarak acentayı seçilebilir kılmaktır.

Ulaşılabilir Turizmde Sunulacak Hizmet

X acentasının engelli turistlere yönelik olarak önceden organize edilmiş, kişiye/ihtiyaca özel (tailor-made) turlar ve geziler düzenleyecektir. Aynı zamanda sosyal sorumluluk bilincine sahip olan ve engellilere yönelik programlara katılan Sabancı Holding ile görüşülecektir. Engelliler için özel otobüsler kiralanması konusunda kendilerinden destekleyici (sponsor) şirket olarak yardım alınabilecektir.

- **Konaklama:** X acentası, İstanbul’da faaliyet gösteren bir otel ile görüşerek 20 standart odanın “ulaşılabilirlik” için yeniden tasarlanması konusunda teklifte bulunacaktır.

Türkiye’de turizm yeni bir faaliyet değildir. Yeni olan dünyada sadece engelsiz insanların seyahat etmediğinin farkına varmaktır. Türkiye’nin özel ihtiyaçları olan yüzlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşılabilir konaklama olanağı sunabilecek yeterliliğe ulaşması gerekmektedir. Türkiye henüz öncü ülke durumunda değildir. Ancak bu konuda çalışmalar yapılmaktadır, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2011 yılında yayımladığı genelgede “herkes için ulaşılabilirlik” politikası kapsamında engelli insanlarla birlikte, çok uzun boylular ya da çok kısa boylulara göre turizm tesislerinde yeni düzenlemelere gidilmesini istemiştir. Böylece Türkiye, hem yerli hem yabancı tüm turistlere ulaşabilecek bir hizmet potasına sahip olacaktır.

- **Kişiye/ihtiyaca özel turlar (Tailor-made tours):** X acentası Türkiye’de ulaşılabilir konaklama, transfer hizmeti, rehberlik, müze giriş biletleri vb. gibi hizmetler sunacaktır. Bu bağlamda engelli misafirlerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilen sorunsuz ve özel bir tatil yaratacaktır. Bunun için işletmenin sunduğu engelli donanımları “Tur Programında Gerçekleştirilecek Düzenlemeler” başlığı altında ele alınmıştır.

- **Bilgi verme:** X acentasının bir başka hizmeti seyahat edilen yerdeki sanatsal ve kültürel çekicilikler ile ilgili ulaşılabilir bilgiler vermek olacaktır.

Ulaşılabilir Turizm Tur Planlaması ve Tur Programı:

Turistik ürünün (tur) planlanmasında *tur hazırlama (üretim), tur pazarlama, tur yönetimi ve turun gerçekleştirilmesi* aşamaları izlenmektedir. Turun hazırlanmasında birinci aşama pazar araştırmasının sonucunda yönelime karar verilmesidir. Diğer taraftan yönelimin yaşam döngüsü araştırılarak tur programı süresinin belirlenmesinin ardından tur programının planlanması aşaması gerçekleştirilmektedir. Böylelikle tur programının içeriğinde yer alacak olan ulaştırma, konaklama ve yeme-içme olanakları, çevre gezileri ve rehberlik hizmetleri için anlaşmalar yapılmaktadır. Ayrıca kişi başı sabit ve değişken maliyetlerin ortaya çıkartılması ile birlikte kâr payı ve katma değer vergisi de dikkate alınarak turun fiyatlandırılması, tanıtımı, pazarlanması, satışı ve operasyonu yapılmaktadır. Bunun sonucunda bir turistik ürün ortaya çıkmaktadır (Hacıoğlu, 2000; İçöz, 2000; Ahipaşaoğlu, 2001; Çetiner, 2001; Küçükaslan, 2009). Bu çalışmada tur programına odaklanıldığı için tur fiyatlandırması alınmamıştır.

Yönelim seçimi olarak ulaşılabilir turizm tur programında İstanbul ve merkezi konaklama kalıbı tercih edilecektir. İstanbul'un Avrupa Birliği 2010 Kültür Başkenti seçilmesi, ülkemizin yurtdışında tanıtılması için büyük bir olanak ve avantaj sağlamaktadır. Seyahat yöneliminin ulaşım ve konaklama olanakları sağlaması yanında kültürel ve coğrafi özellikler taşıması ile her mevsim Türkiye için İstanbul'a yönelik yoğun turist ilgisinin olması, yönelim seçiminde etkilidir. Ürün yaşam döngüsü başlangıç evresindedir. Ulaşılabilir turizm alanında 4 gece ve 5 günlük tur süresi belirlenmiştir. Tur süresi zengin bir tur programı içermektedir. Tablo 1'de tur programı yer almaktadır.

Tablo 1. Ulaşılabilir Turizm Tur Programı

<u>1. Gün</u>	* İstanbul'a varış * Tur rehberi ile tanışma * “Hoşgeldiniz karşılaması” ve kokteyl dağıtımı * Akşam yemeği * Otele dönüş
<u>2. Gün</u>	* Sabah kahvaltısı * Ayasofya Müzesi * Sultan Ahmet Meydanı (Dikilitaş, Yılanlı Sütun, Örme Sütun, Hipodrom, Sultan Ahmet Cami) * Öğle Yemeği * Akşam Yemeği (Kumkapı'da canlı müzik eşliğinde) * Otele Dönüş
<u>3. Gün</u>	* Topkapı Sarayı * Yerebatan Sarnıcı * Türk İslam Eserleri Müzesi * Akşam Yemeği (Türk Gecesi)
<u>4. Gün</u>	* Dolmabahçe Sarayı * Boğaz Turu * Sema Gösterisi * Akşam Yemeği
<u>5. Gün</u>	* Sabah Kahvaltısı * Dönüş

Tur Programında Gerçekleştirilecek Düzenlemeler

- Engelli odalarının yatak başlarına ve özel hazırlanmış banyolara basıldığında resepsiyondan oda numarasının görüldüğü acil çağrı butonları yerleştirilecek

- Genel alanlardaki tuvaletler engellilerin kullanabileceği şekilde yenilenecek
- Otelin havuzuna havuz asansörü takılacak
- Görme engelliler için yön bildiren kabartmalı işaretler yapılacak
- Odalara özel yatak asansörü yapılacak (yatağa ya da sandalyeye geçmek için bu asansör kullanılacak, ellerini kullanamayanlar da düşünülecek)
- Oda içindeki teknik donanımlar, oda kapıları, oda koridor ve hareket alanları, oda tuvalet ve duş alanları, oda gardırop kullanımları, oda balkon çıkışları yenilenecek (örneğin odadaki kıyafet dolapları ve elektrik düğmeleri tekerlekli sandalyedeki bireyin oturum yüksekliği olan 90-140 cm aralığında olmalıdır)
- Duyma engellilere yönelik olarak odalarda altyazılı TV bulundurulacak. Az duyanlar için TV'ye bağlı kulaklık sistemi kullanılacak. Odalarda görüntülü telefon yer alacak
- Lütfen rahatsız etmeyiniz veya odanın temizlenmesi isteği için kapı dışında bir başka renk ışıklı düğme, iç alanda yatağa yakın bir bölgede oda ve tuvalet kapısıyla ilişkili olarak açılacak/kapanacak şekilde tasarlanacak
- Misafirler tatil süresince akülü/manüel tekerlekli sandalye ile gezecekler. Konaklamanın gerçekleşeceği yerde de tekerlekli sandalye kiralama olanağı sunulacak
- Kahvaltı konaklama ücretinin içindedir. Öğle ve akşam yemekleri ücretin içinde değildir
- Tur otobüsleri engellilere yönelik olarak tasarlanacak
- Konaklama süresince bireysel olarak seyahat edenlere istenildiği takdirde özel bakıcılar eşlik edecek. Bu hizmet ücretin içinde değildir
- İşitme engelliler için işitme engelliler uzmanı tura eşlik edecek ve basılı tanıtıcı malzeme kullanılacak
- Görme engelliler için gidilecek yerlere özel bilgileri içeren kabartma yazılı/resim içeren broşürler oluşturulacak
- Bilgi verilmesi için kulaklık düzeneği kullanılacak
- Web sitesi engellilere göre oluşturulacak
- Müze giriş ücretleri satış fiyatı içindedir.

FAALİYET GÖSTERİLECEK ALANDAKİ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLAR

X acentasının faaliyet göstereceği ulaşılabilir turizm konusunda ilgili avantaj ve dezavantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

Avantajlar

- Rekabet ortamında uzmanlaşarak öncü olunması ve olası risklerin azaltılması
- Gelişmiş ülkelerde engellilere sağlanan maddi/manevi destek
- Avrupa'nın Türkiye'ye yakın olması
- Avrupa Birliği'nde özel ulaşılabilirlik gereksinimi olan bireylerin gerçekleştirdiği seyahatlerin 783 milyona ulaşması ile Avrupa Birliği ülkeleri kapsamında ulaşılabilir turizm talebinin 2020 yılında 862 milyon seyahate ulaşabileceği verilerine dayanarak hedef pazarın büyüklüğü
- Hedef kitlenin acenta ve Türkiye için yapacağı reklam
- Yönelim olarak İstanbul'un seçilmesi ve sürdürülebilir turizm açısından sezonluk bir tur olmaması/12 ay yapılabilirliği
- Gelen engelli turistlere uzman kadro ile hizmet sunulma olanağı bulunmaktadır.

Dezavantajlar

- Türkiye'de toplumsal duyarlılığın fazla olmaması, engelliler konusunda hayata geçirilen projelerin ve düzenlemelerin yeterli olmaması (otel çalışanları, rehberler vb. çalışanlar için işaret dili eğitimi, sesli anlatım kayıtları vb.) .
- Türkiye'nin tanıtma politikalarında eksiklik olması
- Özel araç- gereç gerektirmesi
- Düzenlenecek tur programının Türkiye geneline yayılamaması bulunmaktadır.

SONUÇ

Turizmin Türkiye için önemli görülen sektörlerden biri olması nedeniyle gerçekleştirilecek engelsiz turizme yönelik altyapı, çevre, eğitim ve diğer fiziksel ortam iyileştirmelerinin artık turizmde yerini alması gereklidir. Böylece turizmin tüm faaliyet alanına ulaşılabilirlik (bebek/çocuk arabası kullanabilirliği, sesli trafik lambaları vb.) yansımalıdır. Sürekli bakım ve tedavi gerektiren süregelen hastalığı (deri, böbrek, diyabet hastalıkları, romatizmal hastalıklar vb.) olan bireylerin de yaşantısında bazı engellerle karşılaştığı (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014b) ve bu engel grubundaki hastalıkların sağlık kurumları tarafından raporlandırıldığı bilinmektedir. Örneğin termal kaynakların faydalı olduğu hastalar için ayrı bir tur programı termal turizm kapsamında oluşturulabilir. Sonuç olarak “her yerde (ulaşılabilir), herkes (engelsiz birey) için sürdürülebilir turizm” sağlanmalıdır. Bu bilgilere dayanarak engelli turizmde uzmanlaşacak acentanın kurulmasında tercih nedenleri kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- Uzman yardımı, yasal izinler, yeterli zaman, ulaştırma ve profesyonel donanım gibi bileşenleri içinde bulundurması ve katılımcı sayısının az olmasının maliyet ile kâr oranına etkisinden dolayı fiyatın yüksek olabilmesi.
- Niş pazarlama bakımından yüksek fiyatın katılımcı turist için çok fazla önemi olmaması. Varsa devlet desteğinden faydalanabilmesi.
- Acentalardan faydalanan kulüplerin ve derneklerin spor, sağlık ve festival faaliyetlerinin düzenli gerçekleştirilmesi ile bu faaliyetlere gelen ve sadakati sağlanan engelli turistin tekrar ülkeye çekilmesi. Engelli turizmne katılan turistlerin de olumlu ağızdan ağıza pazarlama yaratması.
- Engelli turizmde uzmanlaşan acentanın bulunduğu bölge veya yerde farklılaştırılmış ürün/hizmet sunumu sonucu acenta için rekabet düzeyini en aza çekmesi ve böylece bu durumun acentaya tanınırlık ile avantaj kazandırması.
- Ne istediğini bilen, meraklı ve engelsiz turizm deneyimi yaşamak isteyen ilgili homojen alt pazar grubunun oluşturulması ile uzman acentanın faaliyetlerinde krizlerden daha az etkilenmesi, iletişimde cevap verilebilirlik.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, H. S. (2001). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5/1: 170-188.
- American Society of Travel Agents (ASTA). (2013). 2012 *Independent Agents Report*. <http://www.marketresearch.com/ASTA-v3923/Independent-Agents-7505514/> (Erişim Tarihi: 05.08.2014).
- Arıcı, S. (2010). *Bedensel Engellilerin Turizm Sektöründen Beklentilerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara: T. C. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). *Türkiye’de Engelliler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Konaklama Tesislerindeki Altyapı İmkanlarının Araştırılması*. Engelsiz Turizm Raporu. www.devturkiye.org/Projeler/Engelsiz/-Turizm-Raporu/ (Erişim Tarihi: 02.08.2014).
- Chen, R. J. C. (2004). Uses of Hospitality and Leisure Services: Voices of Visitors with Disabilities. *Advances in Hospitality and Leisure*. Vol:1: 89-102.
- Cinel, B. (2012). İzmir’de Sağlık Turizmi. *EGİAD Yarın*. Ege Genç İşadamları Derneği Yayın Organı. Nisan. Sayı: 33: 69.
- Çetiner, E. (2001). *Seyahat İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çizel, B; Sönmez, N. ve Akıncı, Z. (2012). Antalya’da Engelli Turizminin Gelişimi için Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma. APGEM. Ağustos.
- Daniels, M. J.; Rodgers, E. B. D. ve Wiggins, B. P. (2005). Travel Tales: An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel as Experienced by Persons with Physical Disabilities. *Tourism Management*. 26: 919-930.
- Darcy, S. ve Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 16(1): 32-44.

- Deloitte, Global Survey of Health Care Consumers. (2010/2011). (https://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Assets/Documents/US_CHS_2010SurveyofHealthCareConsumers_050610.pdf) http://www.deloitte.com/view/en_US/us/Industries/health-care-providers/deloitte-survey-of-health-care-consumers%20/index.htm (Erişim Tarihi: 10.07.2014).
- Douglas, N.; Douglas N. ve Derrett R. (2001). *Special Interest Tourism*. Singapore: John Wiley&Sons Australia Ltd.
- Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi Kongresi. (2013). *Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi Kongresi Tanıtım Dosyası*. 19-23 Nisan. İzmir.
- European Commission (EU), DG Enterprise and Industry (DG ENTR). (2013)*Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe- Final Report* https://www.academia.edu/7606067/Economic_Impact_and_Travel_Patterns_of_Accessible_Tourism_in_Europe (Erişim Tarihi: 18.09.2014).
- European Network for Accessible Tourism (ENAT). (2007). *Services and Facilities for Accessible Tourism in Europe*. December. www.accessibletourism.org/.../enat_study_1_r1 (Erişim Tarihi:01.08.2014).
- Gill, R. (2003). Change Management or Change Leadership? *Journal of Change Management*. 3(4): 307-318.
- Hacıoğlu, N. (2000). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Bursa: VİPAŞ A.Ş.
- İçöz, O. (2000). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. (2003). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Jagyasi, P. (2010). *The Role of Medical Tourism Facilitator in Medical Tourism*. Medical Tourism, Research & Survey Report. <http://www.slideshare.net/jagprem/the-role-of-facilitator-in-medical-tourism-by-dr-prem-jagyasi> (Erişim Tarihi: 08.08.2014).
- Joselyn, R. W. (2012). *Agents Should Invest in the Future by Specializing Now*. CTC/ April. 30. <http://www.travelmarketreport.com/retail?articleID=7167&LP=1> (Erişim Tarihi: 10.08.2014).
- Kılıç, M. (2010) Stratejik Yönetim Sürecinde Değerler, Vizyon ve Misyon Kavramları Arasındaki İlişki. *Sosyo Ekonomi*. Temmuz- Aralık. 2:81-98.
- Kırlar, B. ve Özgen, I. (2013). Otellerin Ulaşılabilirlik Standartlarına Uygunluğu Üzerine Bir Durum Analizi: İzmir İli Örneği. Özkan Tütüncü ve Nazmi Kozak (Ed). *II. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*. 31 Ekim-3 Kasım. Kuşadası-Aydın. 41-52.
- Kilimci, S. (2008). *Turizm Engel Tanımaz*. Engelli Turizm. 5, 257-261. http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/komite-haberleri/turizm-engel-tanimaz_490.html (Erişim Tarihi:01.08.2014).
- Küçükaslan, N. (2009). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması ve Tur Yönetimi*. İstanbul: Alfa Aktüel Basım Yayım.
- Lissack, M. and Ross, J. (2001) Be Coherent, Not Visionary. *Long Range Planning*. 34 (1): 53-70.
- McKercher, B.; Packer, T.; Yau, M. K. ve Lam, P. (2003). Travel Agents as Facilitators or Inhibitors of Travel: Perceptions of People With Disabilities. *Tourism Management*. 24: 465-474.

- Poria, Y., Reichel, A. ve Brandt, Y. (2011). Dimensions of Hotel Experience of People with Disabilities: an Exploratory Study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 23. No: 5: 571-579.
- Sezgin, O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2014a). *Engelli Bireylere İlişkin İstatistiki Bilgiler*. http://www.eyh.gov.tr/upload/Node/8110/files/istatistik_Haziran_2014.pdf (Erişim Tarihi: 15.10.2014).
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2014b). *Türkiye Engelliler Araştırması Temel Göstergeleri*. <http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri#suregen> (Erişim Tarihi: 15.10.2014).
- T.C. Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi. (2005). *Engelliler Hakkında Kanun. Kanun Numarası: 5378*. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5378.pdf> (Erişim Tarihi: 12.10.2014).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014). *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliğ (Tebliğ No: 2005/1)* <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14705/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html> (Erişim Tarihi: 10.08.2014).
- T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı. (2012). *Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu*. Opus Basım Ltd. Şti.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü (Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü). (2011). *Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Uygulama Rehberi*. Kasım. Ankara.
- Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel İlgi Turizmi ve Özel İlgi Turizmi Kapsamında Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 14(1): 9-22.
- Tufan, İ. (2014). *Yaşlı ve Engelli Turizmi*. www.itgevakif.com/pdfs/Ya%C5%9F%C4%B1Turizmi_itufan_sicher.pdf (Erişim Tarihi: 06.07.2014).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB). (2002). *Seyahat Acentaları İhtisas Alanı Anketi-2002 Sonuç Raporu*. http://www.tursab.org.tr/dosya/974/23_974_633248.pdf (Erişim Tarihi: 19.02.2014).
- Uluslan, Y. ve Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. c. 23: 243-260.
- United Nations World Tourism Organization-UNWTO. (BM Dünya Turizm Örgütü) (2013). *Recommendations on Accessible Tourism*. <http://dtxqt4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accesibilityenok.pdf> (Erişim Tarihi: 12.10.2014).
- United Nations World Tourism Organization-UNWTO. (BM Dünya Turizm Örgütü) (2014). *Tourism Highlights. 2014 Addition*. http://dtxqt4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf (Erişim Tarihi: 14.08.2014).

-
- Wikipedia. (2014). *Medical Tourism. Destinations.* en.m.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism (Erişim Tarihi:01.08.2014).
- Winkler, G. (1994). *Behindertenreport 1994, Daten und Fakten zur Sozialen Lage von Behinderten Burgern in den Neuem Bundeslaendern.* SFZ/GSFP Berlin.
- World Health Organization-WHO (Dünya Sağlık Örgütü) (2011). *World Report on Disability.* http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_en.pdf (Erişim Tarihi:05.08.2014).
- Yenişehirlioğlu, E. ve Türkay, O. (2013). Engelli Turistlerin Konaklama İşletmelerinde Kabul Görme Düzeyine Yönelik Algılama ve Sorunlar: Karşılaştırmalı Nitel Bir Araştırma. *Akademik Turizm ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. Kasım. C: 1: 46-56.
- Zeiger, D. (2011). *For Travel Agencies, Specialization Key to Surviving in Digital Age.* http://www.eastvalleytribune.com/money/article_bd153b58-b4ad-11e0-bcdd-001cc4c03286.html?mode=jqm (Erişim Tarihi:15.07.2014).

ENGELLİLER VE TURİZM: ENGELLİ BİREYLERİN VE SEYAHAT ACENTASI YÖNETİCİLERİNİN ALGILAMALARI

Meryem AKOĞLAN KOZAK

*Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi
mkozak@anadolu.edu.tr*

Arzu TURAN

*Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
arzu_turan@anadolu.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmada, Eskişehir’de hizmet veren seyahat acentası yöneticilerinin engellilerle ilgili algılamalarının ve engelli bireylerin turizm olgusu ve seyahat acentaları ile ilgili algılamalarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Eskişehir’de hizmet veren 30 seyahat acentası yöneticisi ve Türkiye Sakatlar Derneği Eskişehir Şubesi üyesi 25 engelli bireyle konuyla ilgili görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda seyahat acentalarının engelli bireylere hizmet vermeye hazır olmadıkları ancak seyahat acentası yöneticilerinin engellilere yönelik algılamalarının olumlu olduğu görülmüştür. Engelli bireylere ilişkin bulgular değerlendirildiğinde ise katılımcıların tamamının turizm aktivitelerine katıldığı ancak çoğunun seyahat acentalarının sunduğu hizmetlerden faydalanmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Eskişehir, Turizm, Seyahat Acentaları, Engelliler.*

GİRİŞ

19. yüzyıl başlarında insanlık dünyası modern çağın etkisiyle büyük bir değişim geçirmiştir. Modern çağın başlamasıyla kapitalist ilişkilerin yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, insan emeği ücretlendirilmiş, üretim mekanikleşmiş ve sanayileşmiştir. Modern çağın başlangıcı aynı zamanda, “özürlülüğün” doğuşuna da tanıklık etmiştir. Bu, beden ve aklın sistematik olarak bireyselleştirilmesi ve tıbbileştirilmesini içermektedir. Bunun anlamı, toplumsal yaşamdan engellilerin kovulması, dışarıya atılması ve kurumlara kapatılması olmuştur. Sanayi devriminden sonra toplumsal hayatta engelli kavramı daha sık kullanılır hale gelmiştir. Çünkü sanayi devrimiyle doğuştan gelen engellerin dışında iş kazaları sonucunda oluşan engel oranlarında da artış olmuştur (Genç ve Çat, 2013, s. 365). Eve hapsolmuş ve engelleri nedeniyle çalışamayan kişiler dezavantajlı bir grup haline gelerek, adeta sosyal yaşamın dışına itilmiştir.

Turizm sektöründe de önemli yansımaları görülen endüstri devrimi sonrası bir dönem olan 20. yüzyıl ve modern dönem, aynı zamanda ‘öteki’ olarak adlandırılan grupların daha insanca haklar elde edebilmek için mücadele ettikleri bir dönemdir (Kozlu, 2009, s. 1). Bu mücadele sonucunda, insan hakları, çalışan hakları, sosyal güvenlik, seyahatin bir insan hakkı olarak kabul edilmesi gibi kavramlar gündeme gelmiştir. Bu süreçte çalışanların ücretli izin hakkı elde etmesi, turizm tarihinde kitle turizminin başlangıcı açısından dönüm

noktalarından olmuştur. İnsanlara tatil hakkının verilmesi, 1950’li yıllardan sonra tatilci sayısının artmasına, hizmet sağlayıcılarının geniş pazar kitlelerine farklı seçenekler sunmasına ve hizmet görenlerin de daha farklı taleplerde bulunarak seyahat endüstrisinde yeni oluşumlara zemin hazırlanmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler çerçevesinde diğer dezavantajlı gruplarla beraber engellilik olgusu da uluslararası alanda tartışılmaya başlanmış, engelli hakları sorunu tüm modern toplumların gündemine gelmiştir. 1980’li yıllardan sonra dünyada yaşanan postmodern süreçte ise farklılaşan sosyal politikalar, engellilik olgusuna bakışı hızla değiştirmiştir. Bu dönemde, sosyal olgulara ilişkin kimlik vurgusunun öne çıkması ve toplumdaki dezavantajlı grupların postmodern parçalılık temelinde ele alınması gündeme gelmiştir (Okur ve Erdugan, 2010,s. 247). Turizm alanının “sosyal adaleti ve eşitliği turizm aracılığıyla dünyada yücelten” politik bir gündeme taşınması gerektiği (Ateljevic, Hollinshead ve Ali, 2009) düşüncesi, turizmin engelli bireyleri sosyal yaşama dâhil etme sürecindeki önemini gözler önüne sermektedir. Engellilerin, tüm insanların temel haklarından olan turizm faaliyetlerine katılması bu bağlamda da büyük önem taşımaktadır. Buna bağlı olarak 2010 yılında Avrupa Birliği turizmin bir insan hakkı olduğunu ilan etmiştir.

Günümüzde, kişilere ve onların özel durumlarına özgü turizm ürününün yaratılmasının adeta bir zorunluluk olduğu, engelliler için farklı turizm ürünü yaratma ve engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılımını kolaylaştırmanın toplumsal bir destek gerektirdiği fikri yaygın bir görüş haline gelmiştir. Gerek sosyal turizm bağlamında, gerekse sivil toplum örgütlerinin yürüttüğü gönüllü turizmi çalışmaları kapsamında bugün ülkeler engelli vatandaşlarının turizme katılması ile ilgili yeni fikir ve düzenlemeleri deneme çabasıdadır. Bu süreçte, devlet, toplum, eğitim kurumları, yerel idareler, sivil toplum örgütleri ve turistik işletmeler en önemli paydaşlardır. Bilindiği gibi seyahatlerle ilgili organizasyonların gerçekleştirilmesinde, turlarla ilgili gerekli koordinasyonun sağlanmasında, yasal ve toplumsal düzenlemelerin yapılmasında seyahat acentaları önemli bir paydaş olarak iş görmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada engelli turizmi ile ilgili önemli bir taraf olan seyahat acentası yöneticilerinin algılarına dayalı görüş oluşturulmaya ve engelli bireylerin turizmle ve seyahat acentaları ile ilgili algılamaları ortaya konulmaya çalışılacaktır.

ENGELLİ TURİZMİ

Dünya Sağlık Örgütü’nün (WHO) tanımına göre engellilik; bir noksanlık sonucu meydana gelen ve normal sayılabilecek bir insana oranla bir işi yapabilme yeteneğinin kaybedilmesi veya kısıtlanması durumunu ifade eder (WHO özet raporu, 2011). Bu alanda yapılmış araştırmalarda birey, fiziksel veya zihinsel rahatsızlıktan dolayı ya da sürekli yaşadığı bir hastalık nedeniyle de engelli olarak tanımlanmaktadır. Engellilik fiziksel bir yoksunluk, eksiklik olabileceği gibi aynı zamanda sosyal, kültürel, ekonomik veya psikolojik herhangi bir nedenle de olabilir. Dolayısıyla, “engellilik” kavramı, fiziksel yoksunluktan başka birçok nedene bağlı “sınırlandırılma” durumunu ifade etmektedir (Dalbay, 2009,s. 34).

2010 yılı küresel nüfus tahminlerine göre engelli bireylerin sayısı dünya nüfusunun yaklaşık %15'ini oluşturmaktadır (World Report on Disability, 2011). Birleşmiş Milletler raporuna göre ise dünyada yaklaşık 650 milyon kişi engellidir. Türkiye’de ise engelli sayısı, toplam nüfusun içinde yaklaşık %12’lik bir oranını kapsamaktadır (Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2013). Toplumsal açıdan azımsanamayacak bu orana bağlı olarak, engelli bireylerin yaşamdaki tüm hakları ve var olma mücadeleleri yanında, turizm aktivitelerine katılma isteklerinin önemli bir turistik talep ya da hedef kitle olacağı gözden uzak tutulmamalıdır. Bu nedenle, engelli, yaşlı ve hatta tüm bireyler için seyahat ve turizm olanaklarını ulaşılabilir kılmak (erişilebilir) gerek sektör yetkilileri gerekse araştırmacıların üzerinde çalıştığı bir alan olma yolundadır (Tütüncü ve Aydın, 2013, s.261). Engellilerle ilgili bu niyetin gerçekleştirilmesi her alanda olduğu gibi turizme katılma konusunda da ancak sayısız zorlukların aşılmasıyla mümkün olacaktır. Engelli bir bireyin, evinden çıkıp herhangi bir destinasyona ulaşması birbirinden karmaşık ve zor süreçleri de beraberinde getirmektedir. Oysa bu süreçte ulaşımdan konaklamaya kadar her şey ulaşılabilir olmalıdır. Örneğin, iyi bir şekilde uyarlanmış otel odaları, ulaşılabilir havayolu transferi vetererleklili sandalyeler, kolay erişilen internet siteleri, ulaşılabilir restoranlar ve barlar, kamuya açık alanlarda engelliler için uyarlanmış tuvaletler, konuyla ilgili tavsiye veren profesyonel personel ve engelli bireylerin kullandığı ekipmanlari gibi (Disabled World Travel: Accessible Disability Travel Information, 2014). Aslında, engelli bireyler de diğer insanlarla aynı seyahat motivasyonlarına sahiptirler ve tatil ürünlerinin satın alınmasında farklı boş zaman aktivitelerine odaklanırlar (Blichfeldt ve Nicolaisen, 2011). Çünkü engelli turistler boş vakitlerini değerlendirmede, turizm faaliyetlerine katılmada ve kişilerle ilişkiler kurmada engelli değildirler (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 88). Bu bakış açısı bugünkü engelli turizminin gelişmesinin altındaki düşünceyi oluştururken; engelliler için alışlagelmiş “işgöremez” düşüncesinin yerini “engellerin ortadan kalkması”, “ulaşılabilir turizm” (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 263) ve “engelsiz turizm” gibi metaforlar almaya başlamıştır. Bu yaklaşımla, herhangi bir birey için engelli olmak, bireysel bir problem olmaktan çıkmış, toplumsal ve sosyal hayatın bir gerçeği olmuştur. Aslında, 1948 yılında yayımlanan İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde yer alan “.... *Herhangi bir ayırım olmadan herkes eşit hak ve özgürlüklere sahiptir*” ifadesi de engelsiz turizmde ilk adım olarak görülebilir. Bugün gelinen noktada, sadece engelliler değil, tüm bireylerin yaşam kalitesi göstergelerinden biri olarak, “tatillersırasında yaşanan zorluklar” ölçüt olarak kabul edilmekte, engelli bireylerin engelli olmayanlara göre deneyimledikleri seyahatlerin çok daha zor olduğu bilinmektedir (Chang ve Chen, 2011). Engelli bireylerin kendi engelleri dışında karşılaştığı engeller; içsel, çevresel ve iletişimden kaynaklanan engeller olmak üzere üç şekilde kavramsallaştırılmıştır. İçsel engeller; bir bireyin fiziksel, bilişsel veya psikolojik fonksiyonlarının seviyesinden kaynaklanmaktadır. Bu engeller bireyin belirli bir engeliyle doğrudan ilişkili olabilir, aynı zamanda turizm olanakları hakkındaki bilgi eksikliğinden, etkisiz sosyal becerilerden, bakıcılara karşı fiziksel ve psikolojik bağımlılıktan ve beceri-zorluk uyumsuzluğundan da kaynaklanabilmektedir. Çevresel engeller; engelli bireyin dışındaki unsurlardır. Engelli insanlara karşı tutumları, çevrenin

mimari ve ekolojik özellikleri, ulaşım ile ilgili ve ekonomik unsurları, kurallar ve düzenlemeleri ve ihmali neden olduğu diğer engelleri içermektedir. İletişim engelleri ise engelli bireylerle onların sosyal çevresi arasındaki etkileşimden kaynaklanmaktadır (Cameron, Darcy ve Foggin, 2003).

Engelli insanların sorunu, tüm insanlığı ilgilendirir. Bu sorunun çözülebilmesi için engelli bireylerin dış mekânlardaki etkinliklere erişebilmesinin ve sosyal ortamlara katılabilmemesinin sağlanması gerekmektedir (Müftüoğlu, 2006, s. 2). Bu kapsamda engelli bireylerin sosyal ve kültürel etkinliklerin en göze çarpanlarından biri olan turizm hareketinin dışında kalması beklenemez. Engelli bireylerin bu önemli etkinliğin içinde yer almaları onların yaşamlarını zenginleştirmenin yanı sıra, ülkelerin turizm gelirlerinin artması ve turizm potansiyelinin gelişmesi açısından da çok büyük önem taşımaktadır (Artar ve Karabacak oğlu 2003, s. 7). Turizm, toplumdaki tüm bireylerin faydalanması gereken bir hak haline gelmiştir. Bu nedenle, herhangi bir engelinden dolayı seyahate çıkamayanların da turizme katılımının teşvik edilmesi önemlidir (Toskay, 1989). Diğer temel insan haklarıyla aynı derecede önemli olan turizm (UNESCAP ve BM), engelli bireylerin fiziksel, psikolojik ve zihinsel sağlıklarının gelişimine katkı sağlayabilir. Ayrıca yeni bilgileri öğrenmek için bireylere fırsat sağlayarak, kültürlerarası ilişkileri geliştirerek ve yeni ufuklar açarak, ‘ötekileri’ anlama kapasitesini artırarak ve sosyal ilişki kurma becerisi oluşturarak yaşam kalitesini ve kişisel gelişimi artırılabilir. Toplumsal bir bakış açısıyla bakıldığında turizmin, sosyal uyum sürecindeki maliyetlerin azalması, sosyal bütünleşme ve sosyal eşitliğin gerçekleşmesi gibi konularda faydaları olabilir (Lee, Agarwal ve Kim, 2012). Birçok durumda, turizm “iyileşmenin” bir metaforunu temsil eder. Turizm, engelli bir birey açısından kendi anlamının ötesinde, engelli bir turist olmanın karmaşık süreci içinde kendi kişisel girişimlerini gerçekleştirmesini, sahip oldukları kapasiteyi doğru değerlendirmesini, güvenilir kaynaklardan güvenilir bilgi toplayabilmesini, seyahatini yönetmesini, kendini yönetmesini ve hoş deneyimlere kafa yormasını içermektedir (Pagan, 2012). Engelli bir birey için bir tatile gitmek, sadece günlük hayatındaki bir “bakım objesi” olma rolünden kaçış değil, aynı zamanda onların kendine güvenli, bağımsız ve “yapabilen” bir kişi olmaları anlamına da gelmektedir (Nikolaisen 2011’den akt. Pagan, 2012).

LİTERATÜR

Daha önceki çalışmalarda ağırlıklı olarak engellilerin turizm talebi, engelli turizm pazarı, engellilerin boş zaman aktivitelerine katılırken karşı karşıya kaldığı engeller ve kısıtlılıklar ve turizm endüstrisiyle engelli insanlar arasındaki ilişkilerin sağlanmasında tarafların rolleri üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda, seyahat acentalarının, ulaşımın, otellerin, çekiciliklerin ve olanakların önemli olduğu görülmüştür.

Engelli turizm pazarına yönelik yapılan çalışmalarda konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açılarının olumlu olduğu ancak ilgili pazarla ilgili bilgilerinin yeterli olmadığı (Yaylı ve Öztürk, 2006) sonucuna ulaşılmıştır. Öztürk, Yaylı

ve Yeşiltaş (2008) tarafından yürütülen benzer bir çalışmada, konaklama ve seyahat acentası yöneticilerin engelli turizm pazarının büyük bir potansiyel vaat ettiğinin farkında oldukları, ancak resmi kuruluşların ve sivil toplum örgütlerinin engelli bireyler için verimli çalışmaması, ulaşım olanaklarındaki ve çevresel şartlardaki yetersizlikler, kaliteli personel eksikliği ve konaklama işletmelerinin mimari koşullarıyla ilgili problemler nedeniyle turizm endüstrinde hizmet veren işletmelerin bir takım zayıflıkları olduğu ifade edilmiştir. Bodrum destinasyonu özelinde yapılan başka bir çalışma ise bu yargıların tersine, konaklama işletmeleri yöneticilerinin bu pazarın öneminin farkında olmadıklarını yolunda bir görüş ortaya koymuştur (Zengin ve Eryılmaz, 2013).

Engellilerin turizme katılmasıyla ilgili olarak yapılan bu çalışmaların yanında, otel ve odalardaki fiziksel düzenlemelere ilişkin çalışmalara da rastlanmaktadır. Artar ve Karabacakoglu (2003) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, engelli bireylerin sayısına göre turizme katılma ve konaklama durumlarının çok az gerçekleştiği; dolayısıyla konaklama işletmelerindeki mevcut yasal düzenlemelerin (Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2011) öngördüğü oda kapasitesinin turizme katılan engellilerin ihtiyacını fazlasıyla karşıladığı, ancak engellilerin turizme daha fazla katılması durumunda bu kapasitenin yeterli olmayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda yapılan bir başka çalışmada (Pehlivanoglu, 2012) ise turizmin başkenti olarak adlandırılan Antalya'daki dört ve beş yıldızlı otellerin çoğunda engelliler için uygun oda mimarisi olanaklarının bulunmadığı saptanmıştır. Engelli turistlerin tatil yapmalarıyla ilgili daha detaylı ve ilişkisel bazı sonuçları olan araştırmalar da mevcuttur. Örneğin, engelli bireylerin seyahatle ilgili ihtiyaçlarının, deneyimlerinin ve tercihlerinin demografik özelliklerine göre değiştiği gibi (Var, Yeşiltaş, Yaylı ve Öztürk, 2011). Son yıllarda engellilerin konaklama sektöründe istihdam edilmesiyle ilgili çalışmaların da yapılmaya başlanması; konunun artık turist boyutunun ötesinde personel bakımından da tartışılmaya başlandığının bir göstergesidir. Örneğin, Bengisu ve Balta tarafından 2011 yılında gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları, engellilerin farklı engellilik gruplarına göre otel işletmelerindeki bazı hafif ve fazla çaba gerektirmeyen işlerde çalıştırılabileceklerini ortaya koymuştur. Engelli turizmi bugünlerde özellikle ulaşılabilir turizm bağlamında tartışılmaktadır. Ulaşılabilir turizm; özel ihtiyaçları olan bireylerin herhangi bir engelle karşılaşmadan tatillerini ve dinlenme zamanlarını iyi geçirmelerini sağlamak için oluşturulmuş hizmet ve olanaklar olarak kabul edilmekte ve bu yönde bir farkındalık yaratılmaya çalışılmaktadır (Tütüncü ve Aydın, 2013, 262; Yau, McKercher ve Packer, 2004).

Buraya kadar yapılan değerlendirmelere bakılarak, engelliler için turizm olgusunun gerek dünyada gerekse ülkemizde 1980'li yıllar sonu itibarıyla gündeme geldiği, 2000'li yıllardan sonra yoğunluk kazandığı söylenebilir. Bunda erişilebilir ulaşım ve konaklama olanaklarının gelişmesi ve engellilere olan farkındalığının artması etkili olmuştur. Çalışmaların, engellilerin seyahat zorlukları, işletmecilerin engellilere karşı tutumları ve engelli turizm ile ilgili altyapı olanakları üzerine yoğunlaştığı görülmüştür. Ancak farklı bir niş pazarı olabilecek bu alanın, gerek araştırmacılar gerekse uygulamacılar tarafından

fazla benimsenmediği söylenebilir. Değişen dünyaya paralel olarak, son dönemlerde turizm anlayışında da değişimlerin yaşanması bu çalışmanın çıkış noktalarından biri olmuştur. Bu bağlamda, Eskişehir'e bu değişimin nasıl yansıdığının, engellilere yönelik olan bakış açısı ile engellilerin turizm ve seyahat acentalarına yönelik bakış açısının belirlenmesi gelecekteki uygulamalar için önemli görülmektedir.

Seyahat Acentaları

Engelli bir bireyin evinden ayrılıp, herhangi bir turizm işletmesine gidinceye kadar birçok zorlukla karşılaşacak olması kaçınılmazdır. Bu nedenle turizm endüstrisinde hizmet veren işletmelere büyük görevler düşmektedir. Bu zorlukların yaşanmaması ya da en aza indirgenmesi için turizm işletmeleri tarafından yapılması gerekenler bulunmaktadır. Bunlardan ilki, turizm faaliyetlerinde sonradan oluşturulan çevre, doğal güzellikler, tarihsel yapılar, sosyal ve kültürel çevrenin yer aldığı turistik çekicilik unsurları ile ilgilidir. Engelli bireylerin seyahatleri esnasında en büyük zorluklar, bu noktalara ulaşmak konusunda yaşanmaktadır. Turizm faaliyetlerine katılmak için zorunlu bir öge olan ulaşım, engelliler için zorlu bir süreçtir. Bu nedenle, engellilerin ihtiyaçlarına uygun ulaşım sistemlerinin oluşturulması gerekmektedir. Zorlukların yaşanmaması için önemli olan ikinci nokta, yeterli ve doğru bilgi toplamayı kapsayan bilgi kaynaklarının sağlanması ile ilgilidir. Engelli bireyler, nelerin nasıl yapılacağı, nerede kalınacağı ve ulaşım araçları ile ilgili bilgileri arkadaşları, seyahat acentaları ve internet gibi kaynaklardan rahatlıkla elde edebilmelidirler. Son olarak ihtiyaç duyulan şey, konaklama ve yeme-içme faaliyetleridir. Seyahat etmek isteyen engellilerin seyahatlerini organize edebilmeleri için üç alternatif sıralanmıştır. Bunlar, seyahat acentaları, tur operatörleri ve devletin veya ilgili kuruluşların engelli bireyler için hazırladığı yardımcı kaynaklar kanalıyla oluşturdukları seyahatlerdir (Cavinato ve Cuckovich, 1992). Ancak bu noktada da engelli bireyleri başka engeller beklemektedir. Seyahat acentaları veya tur operatörleri engelliler için gerekli bilgi ve donanımına sahip olmayabilirler (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 89). Görüldüğü gibi engelli bireylerin turizme katılmalarını engelleyen, kendi engelleri değil; seyahatlerini kolaylaştırıcı faktörlerin ve uygun şartların oluşturulmaması veya turizm paydaşlarının seyahati kolaylaştıran unsurları bir araya getirmemesidir. Bu noktada tüm bu hizmetleri bir araya getiren seyahat acentalarına önemli roller düşmektedir. Seyahat acentaları, hizmet sağlayıcıları ile müşteriler arasında bütün önemli bağları biçimlendiren turizm dağıtım sistemlerinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Seyahat acentalarının başarısı, sağladıkları ürün ve hizmetlerin müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun olmasına bağlıdır (McKercher, Packer, Yau ve Lam, 2003). Ancak yapılan araştırmaların sonucuna göre seyahat acentalarında çalışanlar, engelli insanların ihtiyaç duydukları düzenlemeler ve bilgi ihtiyaçlarını karşılamak konusunda bilgisizdirler (McKercher ve diğerleri, 2003). Bu durum ise açık ve çözümü zor bir şekilde ayrımcılığa yol açmaktadır. Bu bağlamda, seyahat acentacılık sektörü, engellilerin seyahat etmelerinde bir kolaylaştırıcıdan ziyade bir önleyici de olabilmektedirler (Pagan, 2012). Bir engeli bulunan ya da bulunmayan her bireyin turizme katılımında ilk aşamayı, engelsiz ve güçlüklerden arındırılmış bir seyahat

oluşturmaktadır. Bunun için engelli bireylerin seyahatlerini kolaylaştırmak, seyahat acentalarının önemli bir görevi olmalıdır. Engelli bireylerin ihtiyaç ve beklentileri göz önüne alındığında seyahat acentalarının; engelli bireylerin hareketlerini kolaylaştıracak düzenlemeler yapmaları, tanıtım araçlarını açık, net bir şekilde ve kolaylıkla anlaşılabilir sembollerle hazırlamaları, özel ihtiyaçlar için bazı önlemler almaları ve engellilikten doğan farklı hizmetlere hazır olmaları önerilmektedir (Artar ve Karabacakoglu 2003, s. 4). Örneğin, otellerde verilen *butler servisi* gibi.

Engelli bireylerin yararlanabileceği durumlardan genellikle haberdar olmadıkları düşünülürse, turizme katılmak isteyen bireylerle turistik mal ve hizmetler arasında iletişim kuran işletmeler olarak seyahat acentalarına önemli görevler düşmektedir. Bu açıdan bakıldığında, seyahat acentalarının öncelikle engelli bireyleri uygun bir şekilde bilgilendirmesi gerektiği görülmektedir. Engelli bireylerle iletişime geçecek personelin davranışının önem taşıdığı göz önünde bulundurulmalı, seyahatin sorunsuzca gerçekleşebilmesi için engelli bireyler açısından önemli olan konular doğru şekilde değerlendirilmelidir. Engelsiz bir turizmin gerçekleşmesinde öncelikle engelsiz bir seyahatin gerçekleşmesi gerektiği düşünülürse, seyahat acentalarının yapacağı düzenlemelerin önemi görülmektedir.

UYGULAMA

Bu bölümde, Eskişehir’de hizmet veren seyahat acentası yöneticilerinin engellilerle ilgili algılamalarının belirlenmesi yanında, engellilerin de turizm olgusu ve seyahat acentaları ile ilgili algılamalarının da yönelik bazı saptamalar yapılacaktır. Uygulama çalışmasına ilişkin detaylı bilgilere aşağıdaki bölümlerde yer verilmektedir.

Amaç ve Önem

Engelli bireyler için seyahat planı yapmak oldukça karmaşık ve zor bir iştir. Engelli bireyler, öngörülen seyahat esnasında engellilik türlerine bağlı olarak, asansör, koridor, otel odası, sağlık, ulaşım vb. gibi kendilerine özel sunulacak hizmetlerin varlığından emin olma ihtiyacı içerisinde dirlir. Bu gibi hizmetlerin verilmesi, engelli bireylerin özel ihtiyaçlarının karşılanmasını ve ulaşılabilir turizmi kendine görev edinmiş seyahat acentaları yöneticileri olmadan yapılamaz. Bu süreçte, acentaların yapacakları organizasyonlarda bazı hazır bilgilere ya da deneyimlere sahip olmaları da son derece önemlidir (Illum ve diğerleri 1999’dan akt. Arıcı, 2010,s. 33). Bu ihtiyaçtan hareketle, bu çalışmada araştırma kapsamı seyahat acentası yöneticileri ve engelli bireyler olarak belirlenmiştir. Engelli turizminin önemli paydaşlarından biri olan seyahat acentası yöneticilerinin bu konudaki etkinliği engellilerle ilgili farkındalık düzeylerine bağlıdır. Aksi halde,seyahatler sırasında yaşanacak engellerin ve zorlukların bilinmemesi ya da farkında olunmaması kimi sorunların gözardı edilmesine neden olacaktır. Çalışmada bu nedenle öncelikle, seyahat acentası yöneticilerinin engellilerle ilgili farkındalık düzeylerinin belirlenmesi, sonrasında ise engelli bireylerinseyahat acentaları ve turizm ile ilgili algılamalarına yönelik değerlendirmeler yapılması planlanmaktadır.Çalışma engelli

turizmiyle ilgili bir farkındalık yaratma yanında, acenta yöneticilerinin bu kavramla ilgili düşüncelerinin ortaya konulması ve gerekli önlemlerin alınması açısından önemlidir.

Yöntem

Bu çalışmada araştırmanın doğası gereği iki ana kütle üzerinde çalışılmıştır. Bunlar Eskişehir ilinde hizmet veren seyahat acentası yöneticileri ve engellilerdir. Seyahat acentası yöneticileri evreni; TÜRSAB verilerine göre 2013 yılı Aralık ayı itibariyle Eskişehir’de hizmet veren 55 seyahat acentasından oluşmaktadır. Araştırma amacıyla TÜRSAB internet sayfasından elde edilen adreslerin tamamına ulaşılmış, ancak 30 seyahat acentası yöneticisi görüşmelere katılmayı kabul etmiştir. Çalışma, 2013 yılı Aralık ve 2014 Ocak aylarındaki iki aylık sürede yüzyüze görüşmeler şeklinde yürütülmüştür.

Engelli bireylerle ilgili evren ise Eskişehir’de en fazla üye sayısına sahip olan (Eskişehir Valiliği, 2009) “Türkiye Sakatlar Derneği Eskişehir Şubesi” olarak belirlenmiştir. Derneğin başkanıyla yapılan görüşme sonucunda, dernek binasında üyelerle görüşmelerin yapılması için izin alınmıştır. 11.01.2014 ve 18.01.2014 tarihlerinde dernek binasına gelen engelli bireylerden çalışmaya katılmaya gönüllü olan 25 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüldüğü gibi ihtiyaç duyulan verilerin toplanması için görüşme yönteminden yararlanılmıştır. Görüşmelerde, seyahat acentası yöneticileri ve engelliler için iki ayrı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Seyahat acentalarına yönelik hazırlanan görüşme formunun ilk bölümünde; daha önce engelli bireylere hizmet verip vermediklerine ilişkin bir soru; ikinci bölümünde ise seyahat acentası yöneticilerinin engellilere yönelik algılarını belirlemek amacıyla oluşturulmuş ifadeler bulunmaktadır. Engellilere yönelik hazırlanan görüşme formunun ilk bölümünde; daha önce herhangi bir turizm faaliyetine katılıp katılmadıklarına ve bir seyahat acentasından hizmet alıp almadıklarına ilişkin sorular; ikinci bölümünde ise turizme ve seyahat acentalarına yönelik düşüncelerinin belirlenmesi amacıyla oluşturulan ifadeler yer verilmiştir. Görüşme formlarında, incelenen çalışmalardaki ‘engelliler, turizm ve seyahat acentalarını’ tanımlayan ifadeler kullanılmıştır. Bu bağlamda, engellilerle ilgili 34, turizmle ilgili 26 ve seyahat acentalarıyla ilgili 13 ifade elde edilmiştir. Elde edilen ifadeler daha sonra uzman görüşüne sunulmuş, engellilerle ilgili olanlar 18’e, turizmle ilgili olanlar 14’e ve seyahat acentalarıyla ilgili olanlar ise 6’ya indirilerek son hali verilmiştir.

Engellilere ilişkin ifadeler “dezavantajlı”, “işe yaramayan”, “sorunlu”, “korumaya ve bakıma muhtaç” Okur ve Erdugan’ın (2010); “rahatsız “ve “ötekiler” Özgökçeler ve Alper’in (2010); “acınilan”, “dışlanan”, “küçümsenen”, “yüksek maliyetli”, “sınanan”, “utanç kaynağı”, “yetersiz”, “alay edilen” Aslan ve Şeker’in (2011); “avantajlı bir pazar” Yaylı ve Öztürk’ün (2006); “bağımlı” Cameron ve diğerleri (2003) ve “pasif”, “zor harekete geçen” Subaşıoğlu’nun (2008) çalışmalarından yararlanılmıştır. Turizme ilişkin ifadelerden, “iyileşme”, “kendini yönetme”, “kendine güven”, “yapabilen insan olma”, “bağımsız”, “hoş bir deneyim” Pagan’ın (2012); “yaşamı zenginleştirme” Artar ve Karabacakoğlu’nun (2003); “sosyal bütünleşme, “ötekini görme” ve “kişisel gelişim” Lee

ve diğerleri (2012); “refakatçiye bağımlılık” ve “beceri-zorluk uyumsuzluğu” Cameron ve diğerleri (2003); “imkânsız” Chang ve Chen’in (2011) ve “normalleşme süreci” Okur ve Erdugan’nın (2010) çalışmalarından alınmıştır. Seyahat acentalarına ilişkin olan ifadelerden ise “kolaylaştırıcı ve engelleyici” Pagan’ın (2012); “kapısından girilmez” ve “engellilerin farkında olmayanlar” Yau ve diğerlerinin (2004); “güvenli seyahat” McKercher’in (2012) ve “hazır değiller” Yaylı ve Öztürk’ün (2006) çalışmalarından esinlenerek oluşturulmuştur.

Belirlenen ifadeler,soru cümleleri şeklinde katılımcılara sorularak acenta yöneticilerinin engellilere; engellilerin de turizm ve seyahat acentalarına ilişkin algılamalarının belirlemesine çalışılmıştır. Katılımcıların sorulan ifadeyi kabul edip etmedikleri ise görüşme formundaki onaylama kutusu işaretlenerek kayıt edilmiştir. Daha sonra, kayıt edilen yanıtlar, Microsoft Office Excel tablosuna kaydedilerek değerlendirme yapılmıştır.

Bulguların Değerlendirmesi

Bu bölümde, araştırmanın amaçları ve kurgusuna bağlı olarak elde edilen bulgular üç bölüm başlığı altında sunulmuştur. Seyahat acentası yöneticilerinin engellilere ilişkin onayladıkları/onaylamadıkları ifadeler engellilerin seyahat acentaları ve turizm ile ilgili onayladıkları/onaylamadıkları ifadeler. Konuyla ilgili değerlendirmelere aşağıda başlıklar halinde yer verilmektedir.

Seyahat Acentası Yöneticilerinin Engellilere Yönelik Algılamaları

Seyahat acentası yöneticilerine görüşmelerde sorulan “daha önce engellilere yönelik bir hizmet sundunuz mu?” sorusuna sadece sekiz yönetici “evet” yanıtını vermiştir. Bu durum, Eskişehir’de hizmet veren seyahat acentası yöneticilerinin,engellilere yönelik seyahat hizmeti oluşturmada istekli olmadıklarına, konuyla fazla ilgili olmadıklarına ya da henüz böyle bir pazarın oluşmadığına bağlanabilir. Tablo 1’de yer alan engellilerle ilgili ifadelere bakıldığında ise yöneticilerin,öncelik sıralamasına göre engellilerin“yüksek maliyetli” ve “dezavantajlı” grup olduklarının en fazla sıklıkla tercih edildiği görülmektedir. Sonrasında yer alan, “para kaynağı” ifadesinin kabulü, aslında engelli grubun çok iyi bir pazar olduğunun anlaşıldığına bağlanabilir.“Bağımlı”, “zor harekete geçen”, “bakıma ve korunmaya muhtaç” olduklarına ilişkin ifadesindeki yüksek tercih sıralaması ise yöneticilerin bu grupla çalışmada halen çekingen davrandıkları,zor memnun edilebilecek bir gruba hizmet vermede pek istekli olmadıklarına yorulabilir.

Tablo 1. Engellilere YönelikBulgular

No	Engellilerle İlgili İfadeler	Kabul Edilen	Kabul Edilmeyen
1	Korunmaya muhtaç	25	5
2	Dezavantajlı	24	6
3	Yüksek maliyetli	22	8
4	Zor harekete geçen	21	9
5	Bakıma muhtaç	20	10
6	Bağımlı	19	11

7	Para Kaynağı	18	12
8	Sınanan	13	17
9	Rahatsız	12	18
10	Ötekiler	12	18
11	Sorunlu	11	19
12	Acınılan	10	20
13	Dışlanılan	10	20
14	Yetersiz	9	21
15	Küçümseven	6	24
16	Alay edilen	5	25
17	Hiç İşe Yaramayan	-	30
18	Utanç Kaynağı	-	30

Bu algılamalar, daha önceki yıllarda yapılan bir çalışmada ortaya konulmuş seyahat acentalarından hizmet satın alan engelli müşterilerin yaşadığı sorunlarla örtüşmektedir (McKercher ve diğerleri, 2003).

Engellilere ilişkin, “sınanan”, “rahatsız”, “ötekileşmiş”, “sorunlu”, “acınılan”, “dışlanan”, “yetersiz”, “küçümseven” ve “alay edilen” ifadelerine seyahat acentası yöneticilerinin çoğunun onay vermediği görülmüştür. Bu durum, hizmet etmede pek istekli olmayan yöneticilerin, bu gruptaki müşterilerine karşı olumsuz bir tutum içinde olmadıklarına bağlanabilir. “Hiç işe yaramayan” ve “utanç kaynağı” olduğu yönündeki ifade ise yöneticilerin hiçbiri tarafından kabul edilmemiştir.

Engellilerin Turizme Yönelik Algılamaları

Görüşme yapılan engellilere ilk olarak “daha önce bir turizm faaliyetine katıldınız mı?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya “evet” cevabını veren 24 kişi bulunmaktadır. Bu sayı engelli bireylerin, tüm zorluklara ve kısıtlara rağmen turizm faaliyetlerine katılmayı başardıklarını göstermesi açısından önemlidir. Engelli bireylerin turizmle ilgili oluşturulan ifadelerle ilgili değerlendirmelerine Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2. Engellilerin Turizme Yönelik Algılamaları

No	Turizmle İlgili İfadeler	Kabul Edilen	Kabul Edilmeyen
1	Hoş bir deneyim	25	-
2	Kişisel gelişim	23	2
3	Sosyal bütünleşme	23	2
4	İyileşme	22	3
5	Ötekini görme, tanıma	21	4
6	Yapabilen insan olma	19	6
7	Yaşamı Zenginleştirme	19	6
8	Kendini yönetebilme	18	7
9	Kendine Güven	16	9
10	Refakatçiye Bağımlılık	15	10
11	Beceri – zorluk uyumsuzluğu	15	10
12	Bağımsızlık, özgürlük	14	11
13	Normalleşme süreci	14	11
14	İmkânsızlık	4	21

Tablo 2’de engelli bireylerin tamamının turizmin “hoş bir deneyim” olduğuna ilişkin ifadeyi kabul etmesi, engellilerle engeli olmayan insanların aynı turizm motivasyonlarına sahip olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Engelli bireylerin çoğu açısından turizm, sırasıyla; “kişisel gelişime katkıda bulunması”, “sosyal bütünleşmeye yardımcı olması”, “iyileşme sağlaması”, “ötekini görme fırsatı yaratması”, “yapabilen insan olma duygusu vermesi”, “yaşamı zenginleştirmesi”, “kendini yönetebilmesi” ve “kendine güveni artırması” anlamındadır. Bu olumlu algılamalar, engellilerin turizme katılmaya istekli olduklarını, turizmin bireysel katkıları konusunda bilinçli olduklarını, onların sosyal yaşamla bütünleştirilmesinde turizmden yararlanılabileceğini göstermektedir. Ancak engellilerin “refakatçiye bağımlılık” gerektirmesi ve “beceri-zorluk uyumsuzluğuna neden olması” gibi turizme katılmayla ilgili ciddi endişeleri de bulunmaktadır. Bu bulgular, daha önceki (Yau vd., 2004) bulgularını destekler niteliktedir. Başka bir ifadeyle, gerekli koşullar oluşturulursa engelli bireyler turizme katılmak istemektedirler ve turizmle ilgili olumlu görüşlere sahiptirler.

Engellilerin Seyahat Acentalarına Yönelik Algılamaları

Seyahat acentalarıyla ilgili sorulan “daha önce bir seyahat acentasından hizmet aldınız mı?” sorusuna, görüşme yapılan engelli bireylerin üçü “evet” yanıtını vermiştir. Tablo 3’te görülen, katılımcıların çoğunun, seyahat acentalarının “engelliler için hazır olmamaları” ve “engellilerin farkında olmadıkları” ifadesini kabul etmesi, seyahat acentalarıyla ilgili bazı çekinceler yaşadıklarının göstergesi olabilir. Seyahat acentalarının “kapısından bile girilemeyecek” bir yer olarak görülmesi fiziki düzenlemeler konusunda seyahat acentalarının acilen çözüm üretmesi gerektiğine işaret etmektedir. En fazla tercih edilen sıklıklarla ilgili bu sonuçlar, gerek fiziksel koşulların uyumlaştırılması gerekse verilen hizmetlerin, engellilere göre tasarlanması gerekliliğini vurgulamaktadır. Seyahat acentalarında sunulan hizmetlerin, henüz kendi özel ihtiyaçlarına uygun olmadığını düşünen engelli bireylerin sayısı çok fazladır.

Tablo 3. Engellilerin Seyahat Acentalarına Yönelik Algılamaları

No	Seyahat Acentaları ile İlgili İfadeler	Kabul Edilen	Kabul Edilmeyen
1	Engelliler için hazır değiller	22	3
2	Güvenli seyahat	19	6
3	Engellilerin farkında bile olmayanlar	17	8
4	Kapısından bile girilemez	17	8
5	Kolaylaştırıcı	13	12
6	Engelleyici	5	20

Diğer yandan, araştırma kapsamındaki engelliler tarafından, seyahat acentalarının hizmete ulaşmada “kolaylaştırıcı” ve seyahatlerin “güven” içerisinde yapılması için gerekli bir aracı olarak algılandığı görülmektedir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, seyahat acentaları yeterli fiziki koşullara ve seyahat acentası görevlileri engellilerle ilgili yeterli bilgi seviyesine erişirse, seyahat acentalarının, engelliler açısından da kullanılabilir hale geleceği söylenebilir.

Bu değerlendirmelere dayanarak, literatürdeyer alan engellilerle ilgili bazı olumsuz ifadeler Eskişehir’de hizmet veren seyahat acentası yöneticilerinin katılmadığı söylenebilir. Yine engellilere yönelik bakış açısının, dünyadakigelişmelere bağlı olarak olumlu yönde değiştiği; turizmin engelliler açısından kendi anlamının çok ötesinde ve olumlu olarak algılandığı görülmektedir. Bu sonuçlar literatürdekibenzer çalışmalarla da örtüşmesi bakımından önemlidir. Bilindiği gibi turizmde ulaşılabilir hizmetler arttıkça, engelli bireylerin turizme katılma isteği de artacaktır. Ancak bu talebin karşılanmasında çok önemli rolleri olan seyahat acentalarında, bu özel grubun sorunlarına gereken hassasiyetin gösterilmediği, buna bağlı olarak da, seyahat acentalarıyla ilgili ifadelerin engelliler tarafından, olumsuz yönde kabul gördüğü sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Dünya genelinde engelliler, önceleri unutulmuş, utanılan, saklanan, yok sayılan ve dezavantajlı bir grup olarak görülmüştür. Engellilerin toplumdaki diğer insanlar gibi çeşitli haklara sahip olması gerektiği konusu önceleri çok az ilgi görürken, 2. Dünya Savaşı’ndan sonra azınlık gruplarının hakları için mücadele etmesi, dünyada engelli haklarını gündeme getirmiştir. Toplumsal anlayışın değişmesiyle turizm hareketlerine katılmak da engelliler için bir hak olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Engellilerin toplumla bütünleşmesinde turizmin öneminin fark edilmesiyle engelli turizm pazarı önemli bir konuma yükselmiştir. Özellikle, modern sonrası süreçte turizmin farklılaşmasıyla birçok turizm çeşidi ortaya çıkmıştır. Aynı dönem, engelli turizmi gibi insanların özel durumlarına yönelik alternatiflerin ortaya çıkmasıyla dikkat çekmektedir.

Eskişehir’deki seyahat acentası yöneticileri ve engelliler kapsamında yürütülen bu çalışmada, engellilere yönelik algılamaların belirlenmesi yanında, engellilerin de turizm olgusuna ve seyahat acentalarına ilişkin algılamalarının belirlenmesine çalışılmıştır.

Araştırmanın sonuçları; engelli müşterisi olan seyahat acentalarının sayıca az olduğunu ve acentaların henüz bu alana hizmet vermeye hazır olmadıklarını göstermiştir. Engelli bireylerin, yöneticiler tarafından; “dezavantajlı”, “para kaynağı”, “bağımlı”, “zor harekete geçen”, “yüksek maliyetli”, “korunmaya ve bakıma muhtaç” olarak algılandığı görülmüştür. Bu sonuçlar, yöneticilerin engelli turizm pazarını bir avantaj olarak gördüğünü, ancak engelli bireylere düzenlenecek organizasyonların maliyetinin yüksek olacağı, mevcut olanaklarla bu tür programların yürütülemeyeceği gibi endişeler taşıdıklarını göstermektedir. Ayrıca, acenta yöneticileri, engelli bireyleri; “sınanan”, “rahatsız”, “ötekiler”, “sorunlu”, “acılanan”, “dışlanan”, “yetersiz”, “küçümsenen”, “alay edilen”, “hiç işe yaramayan” ve “utanç kaynağı” olarak görmemektedirler.

Görüşme yapılan engellilerin neredeyse tamamı turizm aktivitelerine katılmış, ancak çok azı seyahat acentalarından faydalanmıştır. Engelli bireylerin seyahat acentalarını, tur, tatil vb. hizmetlerin sağlanmasında bir kolaylaştırıcı ve güvenli seyahat etmek için bir aracı olarak görmelerine rağmen, seyahat acentalarının engellilere hizmet vermeye hazır

olmamaları dikkat çeken bir husus olmuştur. Seyahat acentalarının, “kapısından bile girilemeyecek” fiziksel engellere sahip olduğunun düşünülmesi bu sebeplerden biri olabilir.

Engelli bireylerin turizme; “hoş bir deneyim”, “kişisel gelişim aracı”, “sosyal bütünleşme”, “iyileşme”, “ötekini görme”, “yapabilen insan olma”, “yaşamı zenginleştirme” ve “kendini yönetebilme” gibi anlamlar yükledikleri görülmüştür. Bu sonuçlar aynı zamanda, turizmin doğasıyla örtüşen temel güdülerle de uyumludur.

Turizm faaliyetlerine katılma, engellileri kendi sınırlarının dışında bir şeyler yapma, bağımsız hissetme, engellilik durumlarını bir nebze de olsun unutmaya iyi duyguları yaşatması nedeniyle üzerinde durulması gereken önemli bir rehabilite aracı olarak da görülebilir. Bunun için öncelikle, engelli bireylerin seyahatlerinde refakatçiye bağımlılık duygusunun en aza indirgenmesi ve engelleri nedeniyle zorluk yaşadıkları alanların belirlenerek gerek yerel gerekse merkezi idareler tarafından çözümler üretilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, turistik işletmelerin tümünde engelli turizmin desteklenmesi veya kolaylaştırılması olgusu bir sosyal sorumluluk olmaktan öteye, adeta bir zorunluluk olarak algılanmalıdır. Bunun için gerekli eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları (kongreler, seminerler, sergiler, TV programları vb.) yapılmalıdır.

Ayrıca, engelli bireylerin turizme katılma isteklerindeki artışa bağlı olarak, seyahat acentalarında, engellilere uygun organizasyonlar düzenlenmesi, turlarda özellikle fiziksel engelleri nedeniyle bağımlı olan kişilere hizmet edecek nitelikli personelin istihdam edilmesi, seyahat acentalarında görevli personellerin engelli bireylere hizmet vermedeki kritik noktaları öğrenmesi ve seyahat acentalarının, sivil toplum kuruluşlarıyla özellikle gönüllük kapsamında işbirliğine girmesi önerilebilir. Seyahat acentası yöneticilerinin engelli bireylerle; engelli bireylerin ise turizmle ve seyahat acentalarıyla ilgili algılamalarının Eskişehir ölçeğinde ortaya çıkarılmaya çalışıldığı ve sınırlı bir örneklem üzerinde yürütülen bu çalışmanın farklı ve daha kapsamlı örneklemle desteklenmesi, engelli bireylerin turizme katılımlarının sağlanmasına yönelik çalışmaların yapılması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Arıcı, S. (2010). *Bedensel engellilerin turizm sektöründen beklentilerinin tespitine yönelik bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). *Türkiye’de özürliüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki alt yapı olanaklarının araştırılması*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Aslan, M. ve Şeker, S. (2011). Engellilere yönelik toplumsal algı ve dışlanmışlık siirt örneği. *III. Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu*, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, 449-463.
- Ateljevic, I., Hollinshead, K., ve Ali, N. (2009). Special issue endnote: Tourism and world making—where do we go from here? *Tourism Geographies*, 11(4), 546-552.

- Bengisu, M. ve Balta, S. (2011). Employment of the workforce with disabilities in the hospitality industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (1), 35-57.
- Cameron, B. Darcy, S. ve Foggin, E. (2003). *Barrier-free tourism for people with disabilities in the asian and pasific region*. New York: United Nations Publications.
- Cavinato, J. L. ve Cuckovich, M. L. (1992). Transportation and tourism for the disabled: An assessment. *Transportation Journal*, 31(3), 46-53.
- Blichfeldt, B. S. ve Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: Not easy, but doable. *Current Issues in Tourism*, 14(1), 79-102.
- Chang, Y. C. ve Chen, C. F. (2011). Identifying mobility service needs for disabled air passengers. *Tourism Management*, 32, 1214-1217.
- Dalbay, R. S. (2009). *Özürlü yakınlarının özürlülere yönelik sosyal politikalara ilişkin beklentileri ve memnuniyet dereceleri: Isparta örneği*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Davis, L. J. (2011). Normallığın inşası: On dokuzuncu yüzyılda sakat beden in icadı. D. Bezmez, S. Yardımcı ve Y. Şentürk (Der.) *Sakatlık Çalışmaları Sosyal Bilimlerden Bakmak*. (Çev. Ferit Burak Aydar). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Doğan, Ç. (2008). Postmodernizmin sakatları: Engelliler. *Sosyalist Birikim Dergisi*, Sayı: 229.
- Demircioğlu, M. (2010). *Üretim sürecinde sakat emeği*. İstanbul: Kibele Yayınları.
- Disabled World Travel: Accessible Disability Travel Information. [<http://www.disabled-world.com/travel/>] (12 Ocak 2014).
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2011). Turizm Tesislerinin Belgelendirmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliğ. [<http://www.eyh.gov.tr/tr/8386/7-2-Turizm-Tesislerinin-Belgelendirilmesine-ve-Niteliklerine-Iliskin-Yonetmeligin-Uygulanmasına-Dair-Tebelig-Tebelig-No-2011-11>] (Erişim 20 Ekim 2014).
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2013). Türkiye Özürlülük Araştırmaları Temel Göstergeleri. [<http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Ozurluler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri#oran>] (Erişim 15 Kasım 2013).
- Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist metodoloji bilimsel araştırma tasarımı istatistiksel yöntemler analiz ve yorum*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Eskişehir Valiliği (2009). Dernekler. [http://www.eskisehir.gov.tr/tr/?option=com_content&view=article&id=204&Itemid=15] (Erişim 05 Ocak 2014).
- Genç, Y. ve Çat, G. (2013). Engellilerin istihdamı ve sosyal içerme ilişkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 365-394.
- İçli, G. (2002). Türk modernleşme sürecinin günümüzdeki yönelimi. *C. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(2), 245-254.
- Kozak, Akoğlu M., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.

- Kozlu, D. (2009). Modernizm sonrası postmodern hareket içinde kadının yeri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, Sayı 3, 1-15.
- Lee, B. K., Agarwal, S. ve Kim, H.J. (2012). Influences of travel constraints on the people with disabilities' intention to travel: An application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management*, 33, 569-579.
- McKercher, B. Packer, T., Yau, M.K. ve Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: Perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24, 465- 474.
- Müftüoğlu, U. (2006). *Tekerlekli sandalye kullanan bedensel engellilerin kentsel mekanları kullanım olanaklarının Trabzon kent merkezi örneği üzerinde incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Okur, N. ve Erdugan Erbil, F. (2010). Sosyal haklar ve özürllüler: Özürllülük modelleri bağlamında tarihsel bir değerlendirme. *II. Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu*, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 245-263.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *KKEFD*, 15, 394-422.
- Özgökçeler, S. ve Alper, Y. (2010). Özürllüler Kanunu'nun sosyal model açısından değerlendirilmesi. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 33-54.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Pagan, R. (2012). Time allocation in tourism for people with disabilities. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1514-1537.
- Pehlivanoğlu, B. (2012). Konaklama yapılarının engellilere yönelik oda düzenlemelerinin irdelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(4), 27-35.
- Sen, L. ve Mayfield, S. (2004). Accessible tourism transportation and accessibility of historic buildings and other recreational areas in the city of Galveston, Texas. *Public Work Management and Policy*, 8(4), 223-234.
- Smith, R. (1987). Leisure of disabled tourists: Barrier to participation. *Annals of Tourism Research*, 14, 376-389.
- Subaşıoğlu, F. (2008). Üniversitelerin bilgi ve belge yönetimi bölümlerinin engellilik farkındalığı üzerine bir araştırma. *Bilgi Dünyası*, 9(2), 399-430.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (2), 261-262.
- Var, T., Yeşiltaş, M., Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2011). A study on the travel patterns of physically disabled people. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(6), 599-618.
- World Report on Disability (2011). [http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/en/] (Erişim 15 Kasım 2013)

-
- Yau, M.K., McKercher, B. ve Packer, T.L. (2004). Travelling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 87-97.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6(11), 51-73.

HAVAYOLU TAŞIMACILIĞINDA HEDEF PAZAR OLARAK ENGELLİ TURİZMİ DURUM ANALİZİ

Ertuğrul DÜZGÜN

*Öğr. Gör., Gedik Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu
ertugrul.duzgun@gedik.edu.tr*

ÖZET

Dünyanın en büyük seyahat pazar bölümlerinden birini oluşturan engellilerin de dinlenmek, eğlenmek ve gezip-görmek gibi etkinlikler amacıyla seyahate çıkmaları gayet doğaldır. Bakıldığında engelli bireylerin bir kısmının doğrudan ya da dolaylı olarak turizm faaliyetlerine katıldığı görülmektedir. Bu faaliyetlere katılan engelli bireyler, havayolu gibi turizmin ilişkili olduğu sektörlerden de faydalanmaktadır. Bu çalışmada da engelli turizm pazarına ilişkin farkındalık yaratmak amacıyla havayolu taşımacılığındaki turizm pazar analizi yapılmıştır. Bu bağlamda toplam tahmini engelli sayısı ve turizme katılan kısmı, bazı ülkelerdeki kişi başı harcama kapasiteleri, havayolunu kullanma oranları, havayolu şirketlerinin sağladıkları kolaylıklar, dünya ülkelerindeki engellilere yönelik uygulamalar ve ülkemizde gerçekleştirilen araştırmalara yer verilmiştir. Son olarak konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmalara da değinilerek hem turizm sektörü hem havayolu sektörü için engelli turizmüne yönelik öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Engelli Turizmi, Hedef Pazar, Havayolu*

ENGELLİ KAVRAMI

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, engelliliği; “normal bir kişinin kişisel ya da sosyal yaşantısında kendi kendine yapması gereken işleri, bedensel veya ruhsal yeteneklerindeki kalıtsal ya da sonradan olma herhangi bir noksanlık sonucu yapamayan kimseler” olarak tanımlamıştır (Öztürk,2011, s.17).

Türkiye’de 1 Temmuz 2005’de yürürlüğe giren 5378 sayılı Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun 3.Maddesinde engelli tanımı; doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duysal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılama güçlükleri olan ve korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişi olarak yapılmıştır.

T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı ve T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı tarafından 2002 yılında yapılan Türkiye özürlüler araştırmasında engellilik altı ana başlık altında incelenmiştir. Bunlar:

Ortopedik Engelli: Kas ve iskelet sisteminde yetersizlik, eksiklik ve fonksiyon kaybı olan kişilerdir.

Görme Engelli: Tek veya iki gözünde tam veya kısmi görme kaybı veya bozukluğu olan kişilerdir. Görme kaybıyla birlikte göz protezi kullananlar, renk körlüğü, gece körlüğü (tavuk karası) olanlar da bu gruba girmektedir.

İşitme Engelli: Tek veya iki kulağında tam veya kısmi işitme kaybı olan kişilerdir. İşitme cihazı kullananlar da bu gruba girmektedir.

Dil ve Konuşma Engelli: Herhangi bir nedenle konuşamayan veya konuşmanın hızında, akıcılığında, ifadesinde bozukluk olan ve ses bozukluk olan kişilerdir.

Zihinsel Engelli: Çeşitli derecelerde zihinsel yetersizliği olan kişilerdir. Zekâ geriliği olanlar, Down Sendromu, Fenilketonüri (zeka geriliğine yol açmışsa) bu gruba girer.

Süreğen Hastalıklar: Kişinin çalışma kapasitesi ve fonksiyonlarının engellenmesine neden olan, sürekli bakım ve tedavi gerektiren hastalıklardır (TÜİK, 2004).

Bu engellere sahip olan bireyler hayatlarını kolaylaştırıcı yardımcı etkinlikler ararlar. Özellikle teknolojik gelişmeler bu duruma olumlu yönde etki eder. Bu teknolojik gelişmeler doğru ve etkin kullanıldıkları taktirde engelli bireylerin topluma entegre olmasında ve günlük yaşamın gereklerini yerine getirme noktasında kolaylık sağlarlar. Görme engelli bireyler için yapılmış olan yol gösterici sensörler durumu ilgili örnek oluşturabilmektedir. Sensör sayesinde yolda yürürken düşme ve çarpma risklerini en aza indiren engelli birey, kendini güvende hissettiği için daha çok dışarı çıkma eğiliminde bulunabilecektir.

Yaşamı olumsuz etkileyen engeller dışında kişinin yaşamını doğrudan etkileyebilecek kadar etkin olmayan engeller de sayılabilir. Örneğin kekemelik, bazı durumlarda engel olarak görülebilen bazı durumlarda ise herhangi bir dezavantaj olarak algılanmamaktadır. Engelliğe ilişkin diğer bir örnekte yeni doğum yapan bir annenin günlük yaşamına bir süre devam edemiyor olmayışıdır. Çünkü bu durum anne için bir engel teşkil etmekte, faaliyetleri kısıtlanmakta ve engellenmektedir. O yüzden engellilik sadece fiziksel bir handikap olarak algılanmamalı, aynı zamanda günlük yaşamın kısıtlanması gibi unsurlar da engel olarak kabul edilmelidir.

ENGELLİ TURİZMİ

Turizm tüm dünyada rağbet gören bir etkinlik olarak popülerliğini korumaktadır. Dünya Turizm Örgütü 2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1.5 milyar kişi, toplam turizm gelirinin ise 2 trilyon dolar olacağını öngörmüştür. Dünya Sağlık Örgütünün verilerine göre 600 milyondan fazla engelli bulunmaktadır. 2002 yılı Open Doors Organization'ın hazırlamış olduğu raporda 22 milyondan fazla engelli bireyin iki yılda bir seyahat ettikleri belirtilmiştir (Van, 2007, s. 6). Bu engelli bireylerin herhangi bir turizm faaliyetine doğrudan ya da dolaylı olarak katılmaları engelli turizmini oluşturmaktadır.

Dünya genelinde engelli turistlerin ve yaşlı nüfusun seyahate katılma nedenlerine bakıldığında “dinlenme ve rahatlama, özgürlük hissi, yeni yerleri ziyaret etme deneyimi,

sosyal etkileşim fırsatları, fiziksel egzersiz, öğrenme, heyecan, nostalji, yeni durumlarla karşılaşmak ve günlük yaşamın stresinden kurtulmak” gibi etmenlerin ağırlık kazandığı görülmektedir (Burnett ve Barker, 2001, s. 6). Tüm bu unsurlar ışığında engelli bireylerin turizme olan ilgisi günden güne artmakla beraber yeni bir pazarın doğmasını ve büyümesini de sağlamaktadır. Konuyla ilgili olarak, engelli müşteri pazarının turizm endüstrisi için önemli bir niş pazar olduğu söylenebilir (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008). Ülke nüfuslarının ortalama %10 civarında engelli nüfusa sahip olduğu düşünüldüğünde bu denli bir yoğunluğun turizme çekilmesi ve turizm hareketlerinden haberdar edilmeleri zorunluluk halini almaya başlamıştır. Gerek ülkemizde gerekse dünyadaki nüfusun giderek artması, buna bağlı olarak da engelli nüfusunun artması engelli pazarını göz ardı edilemeyecek boyutlara getirmiştir. Çünkü ülkeler engelli pazarından çok yüksek oranlarda gelirler elde etmektedir. Örneğin engelli bireylerin genelde bir refakatçi ile birlikte seyahat ettikleri düşünüldüğünde gelirin ve potansiyelin iki kat arttığı söylenebilir.

TÜRKİYE VE DÜNYADAKİ ENGELLİ TURİZM PAZARI

Türkiye’de kamu kuruluşları, vakıflar ve çeşitli sivil toplum kuruluşları tarafından engelli bireylere yönelik farklı araştırmalar yapılmaktadır. Türkiye’deki engellilere yönelik olarak yapılan en kapsamlı araştırma Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2002 yılında yapılmıştır. Bu araştırma engellilere yönelik o zamana kadar yapılmış olan en kapsayıcı araştırma olarak nitelendirilmektedir. Genel sonuçları 2004 yılında açıklanan araştırmaya göre, Türkiye nüfusunun % 12,29’ unu engelli bireyler oluşturmaktadır (Tablo-1). Ancak bu araştırmanın günümüze kadar yenilenmemiş olması ve şu an II. Özürlüler Araştırması üzerinde çalışılıyor olması sebebiyle elimizde güncel bir veri bulunmamaktadır (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 55).

Tablo 1. Türkiye’deki Mevcut Olan Engelli Bireylerin Durumu

Toplam özürlü nüfus			Ortopedik, görme, işitme, dil ve konuşma ve zihinsel özürlü nüfus			Süreğen hastalığa sahip olan nüfus		
Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
12,29	11,1	13,45	2,58	3,05	2,12	9,7	8,5	11,33

Kaynak: Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı (Özürlüler İçin Bilgilendirme Rehberi, 2011)

Türkiye nüfusu son verilere göre 74.724.269 kişidir (TÜİK, 2012). Türkiye genelinde ise engelli nüfusun 8,5 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir (MÜSİAD, 2011, s. 9). Bu rakam ülkemizdeki her 9 kişiden 1’inin engelli olduğunu göstermektedir (Eryılmaz, 2010, s. 20). Yani Türkiye’de şuanda turizm hareketlerine katılmayı bekleyen yaklaşık 8,5

milyon kadar engelli birey bulunmaktadır. Bu sayıya refakatçılar ve aileler de dahil edildiğinde 25 milyona yaklaşan bir potansiyel ortaya çıkmaktadır

Dünyada ise nüfus artışına paralel olarak engelli sayısındaki artış hız kazanmaktadır. Örneğin, turizm hareketlerine yoğun olarak katılan Amerika Birleşik Devletlerindeki engelli kişi sayısı 50 milyonun üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Bu sayı birçok ülkenin toplam nüfusundan daha fazladır.

Avrupa ülkelerinde ise birliğin istatistiki çalışma yapmakla görevli olan kuruluşlarından EUROSTAT'a göre, bölgede toplam 50 milyon engelli birey yaşamaktadır. Tablo-2'de Avrupa Birliğine üye ülkelerin 2011 yılı itibariyle toplam nüfusları, engelli nüfus oranları ve engelli sayıları yer almaktadır.

Tablo 2. Bazı Avrupa Ülkelerindeki Engelli Nüfusun Normal Nüfusa Oranı

Ülke	Nüfus	Engelli Oran %	Engelli Sayısı
İngiltere	62.008.048	27.2	16.866.189
Fransa	64.716.310	24.6	15.920.212
Almanya	81.802.257	11.2	9.161.852
Polonya	38.167.329	11.7	4.465.577
Hollanda	16.574.989	25.4	4.210.047
İspanya	45.989.016	8.7	4.001.044
İtalya	60.340.328	6.6	3.982.461
Çek Cumhuriyeti	10.506.813	20.2	2.090.855
Portekiz	10.637.713	19.9	2.116.904
Belçika	10.839.905	18.4	1.994.542
İsveç	9.340.682	19.9	1.858.795
Finlandiya	5.351.427	32.2	1.723.159
Romanya	21.462.186	5.8	1.244.806
Yunanistan	11.305.118	10.3	1.164.427
Macaristan	10.014.324	11.4	1.141.632
Danimarka	5.534.738	19.9	1.101.412
Avusturya	8.375.290	12.8	1.072.037
İrlanda	4.467.854	11	491.463
Slovakya	5.524.825	8.2	453.035

Kaynak: Eurostat, AB İstatistik Bürosu (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 54)

Dünyadaki en fazla engelli nüfusa sahip olan ülke Çin'dir. Çin'in engelli oranının toplam nüfus içindeki miktarına bakıldığında yaklaşık 84 milyon kişinin engelli olduğu görülmektedir (UNESCAP, 2009). Bu sayı Türkiye'nin şuan ki toplam nüfusundan daha fazladır.

Avrupa Birliğinde en çok engellinin bulunduğu ülke İngiltere, Fransa ve Almanya olarak sıralanabilmektedir (Tablo-2). Bu ülkelerin refah seviyeleri diğer ülkelerinkine göre daha yüksek olduğu için turistik faaliyetlere ayırdıkları paylar da diğerlerinden nispeten daha fazladır. Ayrıca Avrupa'daki engelli miktarına 65 yaş üstü ve hamile kadınlarda eklendiği zaman toplam sayı 130 milyon kişiye çıkmakta, harcama potansiyelleri ise 80 milyar euroyu bulmaktadır (TÜRSAB, 2008). Örneğin Almanya'daki engelli bireylerin ortalama seyahat harcamaları 2500 euro iken, bu tutar dolaylı harcamalarda dikkate alındığında 4.800 euro olarak gerçekleşmektedir. İngiltere'de bulunan engelli sınıfının ise 2009 yılında yapılan araştırmaya göre iç turizme kişi başı 2000 pound katkı sağladığı belirlenmiştir (ITB World Travel Trends Report, 2012, s. 25). Bahsedilen toplam harcamada turizm faaliyetlerinde önemli bir finansal kalem olan ulaşımın katkısı da büyüktür.

Ülkemize de yoğun olarak turist gönderen Avrupa ülkelerinin engelli oranlarına bakıldığında azımsanmayacak bir kitlenin varlığından söz edilebilmektedir. Bu kitlenin farkında olan Avrupa ülkeleri engelli hizmetleri konusunda bazı örnek uygulamalar geliştirmişlerdir (TÜRSAB, 2007):

Belçika: Belçika'daki turizm otoriteleri Mobility International'a üye engelli örgütlerden biri olan Mobility International Flanders ile iş birliği yapmaktadır. Bu işbirliğine göre, turist ofisi broşürlerine engelli sembolleri koymadan önce tesis ve işletmelerin kontrolü sağlanmaktadır.

Almanya: Almanya Demiryolları bedensel engellilere yönelik oldukça büyük yenilikler yapmıştır. Büyük garlarda ve birçok küçük istasyonda asansörlü platformlar oluşturulmuştur.

Yunanistan: Özellikle Girit ve Rodos'ta engellilere yönelik denize girmek için raylı platformlar oluşturmuşlardır. Ayrıca tren istasyonlarında bedensel engellilere uygun rampalar oluşturulmuştur.

İspanya: Turistik bir ada olan Tenerife Adası'ndaki bir turistik tesisi bütün engellilere açık bir tesis olarak inşa ettirmiştir. Ada'da havaalanı transfer kolaylığı ve her türlü kişisel yardım hizmeti de sunulmaktadır.

Fransa: Sanat faaliyetleriyle ünlü Fransa'da özellikle müze ve kültürel cazibe merkezlerinin engellilere açılmasında olumlu yönde gelişmeler yapılmıştır.

HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI ENGELLİ TURİZM İLİŞKİSİ

Yapılan araştırmalarda Avrupa'da yaşayan engelli bireylerin %71'i seyahat faaliyetini gerçekleştirmektedir. Bunların 8 milyonu ise seyahatlerinde yurt dışını tercih etmektedir.

taşımacılığı sektörü gelişimini sürdürmektedir. Havayolları normal insanlar için günümüzde oldukça konforlu ve güvenilir hizmet vermekte ve bu kaliteyi devamlı olarak artırmaktadır. Ancak engellilerin %80'e yakınının hiç havayolunu kullanmamış olması havayolu sektörü için bir dezavantaj oluşturmaktadır. Dünyada neredeyse yüzde 10'luk dilimin engelli olduğu düşünüldüğünde havayolu sektörünün yerine getirmekle görevli olduğu bir takım sorumluluklar bulunmaktadır. Engelli bireylerin havayolu taşımacılığı ile seyahat edebilmeleri için; öncelikle yer hizmetlerinin, ardından uçakların, tuvaletlerin ve koridorlarının düzenlenmesi, tekerlekli sandalye ile uçağa ulaşabilme gibi kolaylıklar gerekmektedir.

Türkiye'deki bazı havayolu işletmeleri engellilerin varlığını kabul ederek birtakım düzenlemelere gitmişlerdir. Örneğin Türk Hava Yollarının (THY) engelliler için gerek alanda gerekse uçakta uyguladıkları hizmetler bulunmaktadır (THY, 2014);

- Görme ve duyma engelli yolcular refakatçisiz seyahat edebilmekte, aynı zamanda da kendilerinden herhangi bir sağlık raporu da istenmemektedir.
- Görme engelli bireyler rehber köpekler yardımıyla uçağa yerleşebilmekte, bu köpekler önceden rezervasyon alındığı takdirde ücretsiz olarak kabin içine kabul edilmektedir. Yardımcı köpekler kabine kafessiz olarak alınmakta ve köpeklerin temiz, ağız bağlı ve sahibinin ayakları dibinde oturması şartı aranmaktadır.
- Hareket kabiliyeti kısıtlı yolculardan seyahatleri sırasında herhangi bir rapor istenmemekte, ancak kendi başlarına ihtiyaçlarını gideremeyecek ve gerektiğinde uçaktan tahliyesini yine kendi başına yapamayacak durumdaki engelli yolcuların refakatçisi olmadan seyahatlerine izin verilmemektedir.
- Engelli yolcuların sedye talebi olması durumunda, uçuş saatinden 24 saat öncesinde rezervasyon yapılması gerekmektedir.
- Engelli yolcular için İstanbul Atatürk Havalimanında ayrı bir check-in bankosu bulunmaktadır. Diğer havalimanlarında ise öncelik tanınmaktadır.

Pegasus Hava Yollarının engellilere yönelik sağladığı kolaylıklar ise (Pegasus, 2014);

- İşitme engelli ve görme engelli kişiler; uçuşa refakatsiz kabul edilebilmektedir. Görme engelli bireyler refakat köpekleri ile birlikte seyahat edebilmekte, kişilerin beraberlerindeki refakat köpekleri kabinde ücretsiz taşınmaktadır.
- Hareket edemeyen, yardım almadan yürüyemeyen, uçağın merdivenlerinden çıkamayan ya da uzun mesafe yürüyemeyen yolculara havaalanında tekerlekli sandalye hizmeti sağlamaktadır.

Diğer yandan yabancı havayollarının engelliler için yaptığı düzenlemelere bakıldığında;

Lufthansa Havayolları; Türk firmalarına benzer şekilde ücretsiz köpek hizmeti sağlamak ve tekerlekli sandalye talebinde bulunabilmektedir.

Emirates Havayolları; köpek ve tekerlekli sandalye hizmetine ek olarak Braille Alfabesi ile yazılmış güvenlik bilgi kartları bulunmaktadır.

American Airlines ve British Airways'de ise yukarıda yazılı olan tüm imkanlar bulunmaktadır.

Ayrıca havayolu şirketleri engel seviyesine bağlı olarak engelliler için iç ve dış hat uçuşlarında indirim sağlamaktadır. Engelli bireyler engellerini belgelendirdikleri taktirde bilet fiyatlarından devlete iletilen kısmından da indirim sağlamaktadırlar. Engelli konusuyla ilgili kamu boyutunda da adımlar atılmıştır. Örneğin Türkiye'de Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün 2009 yılında başlattığı Engelsiz Havaalanı Projesi ile havaalanlarında ve terminallerdeki fiziksel şartların daha ergonomik olması ve engelliler için uygun hale getirilmesi planlanmıştır (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 2009).

Engellilerin TÜİK (2010) Özürlülerin Sorun ve Beklentileri Araştırmasındaki diğer ulaşım türlerinin kullanma durumuna bakıldığında ise; %27'lik engelli kitlesinin karayolu taşımacılığını kullanmadığı, %68,4'ünün demiryolunu tercih etmediği, %75,7'sinin ise vapur, feribot, yolcu gemisi gibi denizyolu ulaşımını kullanmadıkları görülmüştür.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde turizmin gelişmesiyle beraber milyonlarca insan iç turizm ve dış turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Bununla birlikte turizme katılmayı bekleyen büyük bir potansiyel de bulunmaktadır. Ülkemizde, engelli nüfusu tahmini olarak 8 milyon civarındadır. Buda, aile ve yakınlarıyla birlikte yaklaşık 20 milyonluk bir potansiyeli içerisinde barındırmaktadır. Hatta diyabet gibi engel grubuna giren diğer hastalıklarda eklendiğinde müşteri potansiyeli daha da artmaktadır. Ayrıca engelli nüfusunun her geçen gün arttığı da söylenebilir. Örnek vermek gerekirse, ABD'nin 2030 yılındaki engelli birey sayısının 100 milyon olacağı tahmin edilmiştir (Burnett ve Barker 2001, s. 4). ABD gibi uzak ülkelerde yaşayan insanlar tatillerinde havayolunu tercih etmektedir. Bu yüzden tur operatörleri ve seyahat acentaları paket turlarını uçak dahil olarak hazırlamaktadır. Aynı durum Avrupalı engelliler için de geçerlidir. Çünkü Avrupada yaşayan engellilerin %71'inin seyahat ettiği ve seyahatlerinde ortalamanın üstünde harcama yaptıkları bilinmektedir (Guerra, 2003, s. 48).

Turizme katılan engelli bireyler, sağlık turizmi faaliyetlerini de yoğun olarak tercih etmektedir. Bu tür faaliyetlere katıldıklarında ise genelde bir ya da birden fazla refakatçi ile seyahat etmektedirler. Bu durum gerek havayolu gerekse turizm sektörü açısından göz ardı edilemeyecek bir olaydır. Ancak seyahat eden engelli bireyler seyahatleri sırasında birtakım engeller ile karşılaşmaktadır. Bu engellerden en çok karşılaşılanı ise ulaşım araçlarında fiziksel olarak hareket edememe, bagaj bulamama, sarı şerit eksikliği, kabartma yazı(braille) yoksunluğu, renklendirme ve seslendirme eksiklikleri ile teknolojik yetersizlikler olarak gösterilebilir. İlgili literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalarda da bu konu üzerinde durulmuştur. Abeyraine (1995) tarafından yapılan çalışmada

havayollarının normal ve engelli bireyler için yapmaları gereken bir takım yasal düzenlemeler olduğunu belirtmiştir. Havayoluyla ilgili benzer bir çalışmada Cavinato ve Cuckovich (1992) tarafından yapılmıştır. Çalışmada engelli bireylerin seyahat ederken karşılaştıkları zorluklardan bahsetmişler ve ulaşımdan kaynaklanan bu durumun göz ardı edilmemesi gerekliliği üzerinde durmuşlardır.

Engelli turizm pazarında büyük bir potansiyelin kullanımında dikkat edilmesi gereken nokta ülkemizdeki ve dünyadaki engellileri, refakatçılarıyla birlikte turizme çekebilme çabalarıdır. Diğer bir nokta ise tüm engel türlerine göre kolaylıkların hayata geçirilmesidir. Örneğin görme engellilerin beklentileri ile işitme engellilerin beklentileri farklı olacağı için iki farklı tipte kolaylık hazırlanmalıdır. Bu kolaylıkların var olduğu yerlerde kişiler bireysel olarak turizm faaliyetlerine katılabilecekleri gibi başkalarına bağımlı olma duygularını da üzerlerinden atmış olacaklardır. Bu sayede motive olan engelliler daha fazla seyahat planı yapabilecek ve havayolu taşımacılığını da daha fazla tercih edebileceklerdir.

Engelli turizminin gelişmesinde en büyük rollerden birine sahip olan havaalanlarının düzenlenmesinde fiziksel açıdan uygun ortamın hazırlanması zorunluluk olarak görülmelidir. Çok yoğun olan check-in bankolarında engellilere yönelik ayrı bir platform oluşturulabilir, havaalanının içinde sarı platformlar oluşturulabilir, kabartma yazılar, sesli uyarılar ve ışıktandırmalar düzenli hale getirilebilir, bavul bulma konusunda kolaylıklar sağlanabilir, diyabet ve tansiyon gibi hastalara özel yemek seçenekleri sunulabilir, uçak sandalyeleri daha ergonomik hale getirilebilir, havaalanı transfer hizmeti sağlayan firmalar ve toplu taşıma araçları engellilere göre dizaynedilebilir. Tüm bu önerilerin yerine gelebilmesi içinde birtakım sorumluluklar gerekmektedir. Öncelikle kamu kurumları ile sivil toplum kuruluşları (özellikle sivil havacılık kuruluşları) bir araya gelmeli ve ortak bir çalışma yürütmelidir. Havaalanında çalışan işgörenler bu konuda eğitilmeli ve profesyonel bir ekip oluşturulmalıdır. Akademisyenlerin ve toplumun konuya daha fazla eğilmesi gerekmektedir.

Konuyla ilgili olarak son dönemde engellilere yönelik yapılan farkındalık çalışmaları hız kazanmaya başlamıştır. Yakın zamanda başlayan ve dünya çapında yayılan ‘Bir Kova Buz (*Ice Bucket Challenge*)’ kampanyasıyla gönüllü kişiler ALS Hastalarına dünya çapında farkındalık kazandırmak için, içi buz dolu olan bir kova suyu kafalarından aşağı dökerek ALS Hastalarının engellerini paylaşmaktadır. Bu gönüllüler sonrasında üç kişiye meydan okuyarak uygulamanın devamlılığını sağlamış olmaktadır. Meydan okunulan kişiler ise 24 saat içinde aynı şekilde karşılık vermedikleri takdirde 100 dolar ödemek zorunda kalmaktadır. Ülkemizde ve dünyada birçok ünlü ismin de katıldığı uygulamayla hem ALS Hastalarının sahip oldukları engel paylaşılmış olmakta hem de onlara maddi birer katkı sağlanmaktadır. Bu ve bunun gibi farkındalık faaliyetleri artırılarak engelli pazarının geliştirilmesi sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Abeyraine, R. I. R. (1995). Proposals and guidelines for the carriage of elderly and disabled persons by air. *Journal of Travel Research*, 33(3), 52–59.
- Baş, M. ve Ulama Ş. (2014). Hedef pazar olarak engelli turizmi pazarının analizi. 13. *Geleneksel Turizm Paneli*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 257-268.
- Burnett, J., & Barker, B. H. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40(1), 4–11.
- Cavinato, J. L., & Cuckovich, M. L. (1992). Transportation and tourism for the disabled: An Assessment. *Transportation Journal*, 31(3), 46–53.
- Eryılmaz, B. (2010). *Turizmde engelli pazarının değerlendirilmesi ve BodrumÖrneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Guerra, L. S. (2003). *Tourism for all: Organizing trips for physically disabled customers*. UK: MA European Management.
- Hussein, A.T. ve Saç, F. (2008). *Genel turizm, gelişimi ve geleceği*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- MÜSİAD (2011). *Türkiye’de engelli gerçeği*. İstanbul: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Cep Kitapçıkları.
- Öztürk, Y., Yaylı, A., & Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer’s market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382–389.
- Öztürk, M. (2011). *Türkiye’de engelli gerçeği*. Ankara: Ajans Vista Matbaacılık.
- Türkiye İstatistik Kurumu ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2010). *Özürlülerin sorun ve beklentileri araştırması*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.
- Van, H. L. (2007). Disability travel in The United States: Recent research and findings. *11th International Conference on Mobility and Transport for Elderly and Disabled Persons*, Montreal, June 18-22.
- Zengin, B ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6(11), 51-74.
- İnternet Kaynakları
- American Airlines (2014). *Customers with disabilities*. [URL: <http://aa.com/i18n/travelInformation/specialAssistance/customersWithDisabilities.jsp>] (Erişim 8 Ağustos 2014).
- Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı (2011). *Özürlüler için bilgilendirme rehberi*. [URL: <http://www.ozida.gov.tr/arastirma/oztemelgosterge.htm>] (Erişim 3 Ağustos 2014).
- British Airways (2014). *Disability assistance*. [URL: [http:// www.britishairways.com/en-gb/information/specialassistance/disabilityassistance](http://www.britishairways.com/en-gb/information/specialassistance/disabilityassistance)] (Erişim 8 Ağustos 2014).

- Emirates (2014). *Essential information*. [URL: http://www.emirates.com/english/plan_book/essential_information/special_needs.aspx] (Erişim 8 Ağustos 2014).
- EUROSTAT (2014). *Avrupa Birliği üye ÷lkelerin toplam nüfusları, engellilerin nüfusa oranları ve engelli sayıları*. [URL: <http://nui.epp.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>] (Erişim 23 Eylül 2014).
- ITB Library (2012). *World travel trends report*. [URL: http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_2013_web.pdf] (Erişim 4 Ağustos 2014).
- Lufthansa (2014). *Travelers with special needs*. [URL: <http://www.lufthansa.com/de/en/Travelers-with-special-needs>] (Erişim 8 Ağustos 2014).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2004). *Türkiye özürlüler araştırması*. [URL: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1017] (Erişim 2 Ağustos 2014).
- Pegasus Hava Yolları (2014). *Bilgilendirme ve genel kurallar*. [URL: <http://www.flypgs.com/bilgilendirme/genel-kurallar.aspx>] (Erişim 8 Ağustos 2014).
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (2009). *“Engelsiz” havaalanı projesi*. [URL: <http://web.shgm.gov.tr/doc3/engelli.pdf>] (Erişim 13 Ağustos 2014).
- Türk Hava Yolları (2014). *Özelliği olan yolcular*. [URL: <http://www.turkishairlines.com/tr-tr/seyahat-bilgileri/ozelligi-olan-yolcular/hamile-hasta-ve-engelli-yolcu>] (Erişim 8 Ağustos 2014).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2013). *Nüfus, konut ve demografi verileri*. [URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16057>] (Erişim 7 Ağustos 2014).
- TÜRSAB Bilgilendirme Raporu (2007). *Turizm endüstrisi ve engellilere hizmet rehberi*. [URL: <http://www.tursab.org.tr/Dergial/232/bodrumengelli>] (Erişim 6 Ağustos 2014).
- TÜRSAB Bilgilendirme Raporu (2008). *Dünyada ve Türkiye’de engelsiz turizm pazarı*. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 6 Ağustos 2014).
- UNESCAP (2014). *Asya Pasifik Ülkeleri toplam nüfusları, engellilerin nüfusa oranları ve engelli sayıları*. [URL: http://unescap.org/ESID/psis/disability/publications/glance/Disability_at_a_Glance2009.pdf] (Erişim 23 Eylül 2014).

KİŞİLERİN ULUSLARARASI SEYAHAT ENGELLERİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Bayram ŞAHİN

*Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
bsahin@balikesir.edu.tr*

Burçin SÖNMEZ

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
burcinsonmez86@gmail.com*

Hülya KAHVECİ

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
hulyakahveci10@gmail.com*

ÖZET

Geçmişten günümüze araştırmalarda kişileri seyahate yöneltten pek çok sebep ortaya sürülmüştür. Kişiler gerek yurtiçine gerekse yurtdışına seyahate çıkmakta ve seyahat tercihlerini destinasyonların sahip olduğu bir takım özelliklere bağlı olarak gerçekleştirmektedir. Bununla birlikte kişiler destinasyon tercihlerinde bazı engellerle karşılaşabilmektedir. Özellikle yurtdışına yaptıkları seyahatlerle ilgili daha çok çeşitli engellerden bahsetmek mümkündür. Bu engellerin neler olduğunun belirlenmesi, kişilerin engellere bakış açısının tespiti açısından son derece önemlidir. Engellerin neler olduğunun saptanması, bu engellerin önüne kısmen de olsa geçilebilmesini mümkün kılabilir. Çalışmanın temel amacı; kişilerin uluslararası seyahatlerinde karşılaştıkları engellere ilişkin değerlendirmelerini ortaya koyarak seyahat engelleri algılamalarını ölçmektir. Bu amaçla literatür taraması yapılmış ve kişilerin karşılaştıkları seyahat engelleri incelenmiştir. Literatürde geçen engellerden yola çıkarak, İzmir Adnan Menderes Havalimanından, yurt içi ve yurt dışına seyahate çıkan yerli turistler üzerinden bir alan araştırması yürütülmüştür. Araştırma sonucunda, kişilerin uluslararası seyahatlere sık çıkıyor olmalarına rağmen uluslararası seyahate çıkmanın önünde çok sayıda engel algıladıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Uluslararası Seyahatler, Engeller, Turizm*

GİRİŞ

İnsanlar ilk çağlardan bugüne kadar farklı amaçlar için seyahat ederek (Öztürk ve Bayat, 2011) yaşadıkları yerler dışında farklı mekânları da keşfetme yoluna gitmişlerdir (Şahiner, 2012).

Günümüzde ise çalışma yaşamının sınırlarının belirlenmesi, tatil imkanlarının artması, teknolojinin hayatın her alanında olduğu gibi seyahat sektöründe de bu gelişmelerin belirleyici rol üstlenmesiyle seyahat kavramı daha farklı bir boyutta tartışılmaya başlamıştır (Balta ve Altıntaş, 2012; Hacıoğlu, 2006; Sarkım, 2008; MEGEP, 2007). Bu gelişme, hem turizm faaliyetine katılan kişi sayısı bakımından hem de yarattığı ekonomik değer açısından küçümsenemeyecek kadar önemlidir. Bugün turizm; farklı kültürel toplumlardan insanları bir araya getirdiği için uluslararası barışa hizmet etmesinden dolayı ülkeler için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir (Suleiman ve Mohamed, 2012; Sarkım, 2008; Şahbaz ve Keskin, 2012; Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2009; Aktaş, 2005).

Uluslararası turizm, doğada bulunan serbest mallar olarak nitelenen deniz, güneş, kum ve konukseverlik gibi mal ve hizmetlerden yararlanılması nedeniyle ülkeler için çekici bir gelişme aracı haline gelmiştir (Berno ve Bricker, 2001; Sarkım, 2008). Uluslararası turizmde kişilerin destinasyon seçimi ve satın alma kararı üzerinde ekonomik, sosyo-kültürel, demografik özellikleri içeren pek çok faktör rol oynamaktadır (Çetinsöz ve Artuğer, 2014; Ekiz ve Köker, 2012). Seyahat eden kişiler gittikleri uluslararası turistik destinasyonlarda yapmak istedikleri tatil tipinin seçimi, nasıl seyahat edecekleri, nerede kalacakları ve ne satın alacakları gibi pek çok konuya doğrudan dahil olurlar (Choi, Chan ve Wu, 1999; Peng, 2013; Musunguzi ve Leung, 2010; Avcıkurt, 2010). Kişilerin satın almasını engelleyecek ve seyahat etmek isteyecekleri bir destinasyon olmadığı takdirde turizmin de var olması mümkün değildir (Ekiz ve Köker, 2012). Dünyada hala pek çok kişi seyahat etmekten kaçınmaktadır. Kişilerin seyahat etmemesine aileye olan bağlılık, işe olan bağlılık, sağlık sorunları veya engellilik, yaş ile ilgili kısıtlamalar, maddi yetersizlik, ilgisizlik, dil sorunu, bürokratik engeller, kendine güvenmeme ve yeterli zamana sahip olmama gibi çeşitli nedenler gösterilmektedir (Özdemir, 2014). Özellikle de uluslararası seyahatlere katılım incelendiğinde bu faktörlerin oldukça etkili olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada, kişilerin uluslararası seyahat engelleri üzerinde durularak, kişilerden ve destinasyondan kaynaklı olarak engel teşkil eden faktörlerin, kişilerin destinasyon tercihlerini ve seyahate çıkma kararlarını ne derece etkilediği incelenmiştir.

ULUSLARARASI SEYAHAT NEDENLERİ

İnsanlar tarih boyunca çeşitli nedenlerle seyahate çıkmışlardır (Yıldız, 2011; Kozak, Kozak ve Kozak, 2001). Yeni yerler görme, yeni yerler arama, eğlence, kaçış, çeşitlilik, aile, sosyalleşme gibi değişik nedenlerle toplu seyahatler yapmışlardır (Nicholson and Pearce, 2001). Bazıları yeni bir yurt bulmak, bazıları da savaşlardan kaçmak amacı ile bulundukları yerleri terk etmişlerdir (Hacıoğlu, 2006; Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2007; Köroğlu, Karadağ ve Bıçıcı, 2014).

Günümüzde ulaşım araçlarının gelişmesi ile uzaklık sorunu ortadan kalkmış ve ucuz yolculuk etme olanağı doğmuştur (Çeken ve diğerleri, 2009). Ulaştırma araçlarının hız ve kapasitesinin artması ile daha uzak destinasyonlara gidilebilmesi yeni destinasyonlar ve yeni ürünlerin piyasaya arz edilmesini sağlamıştır. Bu nedenlerle de turistik talepte bu yeni destinasyonlara doğru bir eğilim olmuştur (Sarkım, 2008). Uluslararası turist sayılarının ve turizm gelirlerinin yıllar itibarı ile gelişimine bakıldığında uluslararası turizmdeki gelişmelerin var olduğu gözlenmektedir (Çeken ve diğerleri, 2009). 2013 yılı itibarıyla, uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısı 1 milyar 87 milyon kişiye ulaşmıştır (UNWTO, 2014). 2005 yılında dünya turist sayısının 803 milyon olduğu düşünülecek olursa 8 yılda dünya turizm hareketlerinin yaklaşık % 36 oranında arttığı görülmektedir. Aynı şekilde 2005'te 676 milyar dolar olan turizm geliri 2009 yılında 851 milyar dolara, 2013 yılında 1 trilyon 159 milyar dolara ulaşmıştır (UNWTO, 2014). Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı bir araştırmaya göre, 2020 yılında dünya turizm hareketlerine katılan kişi sayısının 1.6 milyara ulaşması ve dünya turizm gelirlerinin ise 2 trilyon doları aşması beklenmektedir (Alaeddinoğlu ve Can, 2007). Bu gelişmeler doğrultusunda, kişileri turistik

hareketlere ve faaliyetlere yönelten nedenler çeşitlilik göstermektedir. Bu nedenler (Usta, 2002; Albustanlıoğlu, 2009; MEGEP, 2007); *iç nedenler* ve *dış nedenler* olmak üzere ikiye ayrılır. İç nedenler, iş, merak, din, kültür, eğitim ve öğretim, ulusal kültür, dinlenme ve eğlenme, spor, tedavi (sağlık), snobizm, dost ve akraba ziyareti, kişisel alışveriş, macera, dış nedenler ise tanıtma ve reklam, yeni turistik bölgelerdir. Bununla birlikte destinasyonun coğrafi konumu, iklimi, doğal ve tarihi çekicilikler, ulaşılabilirlik, konaklama imkanları, seyahat acentaları ve rekreasyon imkanları olarak sıralamak mümkündür (Aymanıkuy, 2006).

Turizm destinasyonu, insanların turistik ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yönelik, çekiciliği yüksek bir coğrafi alandır (Hosany, Ekinci ve Uysal, 2006; Tosun ve Jenkins, 1996; Özdemir, 2014). Kişiler açısından destinasyonlara seyahat ve tatil olayı sosyal bir etkinliktir ve tüketicinin karar alma süreci içinde incelenir (Hayta, 2008). Kişilerin destinasyon seçiminde ve buna bağlı olarak satın alma kararlarında etkili birtakım faktörler mevcuttur (Kozak, 2002; Crompton, 1979; Kavacık, Zafer ve İnal, 2012; Ekiz ve Köker, 2012; Ersun ve Aslan, 2011). Tatile çıkma kararı vermiş olan kişilerin destinasyon seçimine etki eden çekici faktörler; olanaklar, esas çekicilikler, peyzaj özellikleri şeklinde sınıflamak mümkündür (Correia, Valle ve Moço, 2007; Demir, 2010; Wong ve Law, 2003). Ayrıca kişiler seyahate çıkmaya karar verdiklerinde maliyet, uzaklık, seyahat zevkleri ve deneyim, gelir ve zaman kaybı değişkenlerini dikkate alarak destinasyon seçimlerini gerçekleştirirler (Aymanıkuy, 2006). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan verilere göre; 2013 yılında yurtdışına çıkan Türk Vatandaşlarının sayısı 2012 yılına göre %27,7 oranında artarak 8 milyon 11 bin 654 kişiye ulaştı. Bu sayı 2012 yılında ise 6 milyon 993 bin kişi olarak gerçekleşmişti. TÜİK tarafından açıklanan verilere göre; Türk vatandaşlarının en önemli yurtdışına çıkış nedenini “gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyet” amaçlı çıkışlar oluşturmaktadır (TÜİK, 2014, TÜRSAB, 2014).

Tablo 1: Yurtdışına Çıkış Yapan Türk Vatandaş Sayısı (2013)

2013 Yılında Türkiye'den Çıkan T.C. Vatandaşlarının Yurtdışına Çıkış Nedenleri ve Çıkan Kişi Sayısı	
Çıkış Nedenleri	Çıkan Kişi Sayısı
Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler	2.992.583
İş amaçlı(konferans, toplantı, görev vb.)	1.628.933
Yakınları ziyaret	1.388.322
Beraberinde giden	567.240
Eğitim	134.490
Sağlık	14.816
Alışveriş	68.455
Dini/hac	55.929
Diğer	1.160.886
Genel Toplam	8.011.654

Kaynak: TurkStat, TourismStatistics, 4th Quarter 2013.

Çalışkan (2013)' nın araştırmasına göre, 2012 yılında Türkiye'de ikamet edip diğer ülkeleri ziyaret eden kişi sayısının sadece 187.000 kişisini seyahat acentaları paket turlarla götürmektedir. Yani, yurt dışına seyahat edenlerin yüzde 3,2 si seyahat acentalarının tertip ettiği paket turla yurt dışı seyahatine katıldığı görülmektedir.

KİŞİLERİN ULUSLARARASI SEYAHATLERİNDE KARŞILAŞTIKLARI ENGELLER

Otomasyon olanağının çok fazla olmadığı ve yapılan işlerin büyük miktarda çalışanların emeğine dayandığı ve bu nedenle ücret giderlerinin oldukça yüksek olduğu turizm sektöründe (Karadeniz, 2012), özellikle uluslararası tatil yapmaya karar veren ve bu gibi faktörlerle destinasyon seçiminde bulunan turistler ön araştırma yapmadan, kulaktan dolma bilgilerle yola çıktıkları, uzun bir yolculuktan sonra ulaştıkları yerde karşılaştıkları sorunları ve yüksek bir maliyet ödedikleri ve çoğu zaman beklentilerine benzemeyen bir tatil geçirerek pişman olmuş bir şekilde geri dönmeleri sıkça ortaya çıkan bir durumdur (Hayta, 2008). Bu açıdan ekonomik dengesizliğin uluslararası alanda giderek artıyor olması, özellikle siyasi belirsizlik ortamında genel olarak ticaretin ve özellikle seyahat ticaretinin önündeki en ciddi engel olarak ortaya çıkmaktadır (Vizyon 2023).

Asimetrik enformasyonun sıklıkla yaşandığı turizm sektöründe, turistler çeşitli nedenlerle geçmişte yaşadıkları kötü deneyimler sonucunda farklı destinasyonlara güven duymayarak uluslararası seyahatlere katılmayı tercih etmeyebilmektedir. Avcıkurt (2009)'a göre turistlerin gittikleri destinasyonlardaki yerel halkın kültürü hakkında asimetrik enformasyona sahip olması sosyal çatışmaların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bununla birlikte nitelikli turistik ürünün bulunduğu bir bölgenin destinasyon olabilmesi ve tercih edilebilmesi için ise altyapı (elektrik, su, iletişim, ulaşım olanakları vb.) ile üstyapı (turistik tesisler, aktivite, alışveriş olanakları vb.) yatırımlarına ihtiyaç bulunmaktadır (İlban ve Kaşlı, 2009). Konu ile ilgili yapılan birçok çalışmada (Yaşar, 1996; Memmedov, 2003; Duman ve Öztürk, 2005; Akkılıç ve Günelan, 2007) herhangi bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin destinasyon tercihini etkileyen konular arasında alt ve üstyapı yetersizliklerinin ilk sıralarda yer aldığı özellikle de ulaşım ile ilgili sorunların bulunduğu ortaya konulmuştur. Ulaşım, seyahat edecek kişilerin turistik destinasyon tercihlerini belirlemesi üzerinde en belirgin etkiye sahip faktörlerden biridir (Seçilmiş, 2011; Çakıcı ve diğerleri, 2008; Duman ve Öztürk, 2005). Ulaşımın yetersiz olması turizm destinasyonuna erişebilirliği zor ve pahalı bir hale getirir (Griffiths, Brown ve Rawlings, 2012). Seyahatin rahatsızlığı, seyahat takviminde gecikme olması ve ayrıca kişilerin yeterli zamana sahip olmaması, uluslararası seyahatlerde önemli engellerdendir (Chen, Kung, Huang, Chen ve Pei, 2012; Ekiz ve Köker, 2012). Ulaştırma imkânlarında en konforlu seçenekler, en uygun fiyatlarla, turistlerin tercihlerine sunulabilmelidir (Doğanlı, 2006). Suleiman ve Mohamed (2012)' e göre uluslararası seyahate katılacak kişiler, yerleşim yeri ve kontrol noktalarında güvenlik sisteminin yetersizliği gibi destinasyondan kaynaklı engellerle, olumsuz dünya görüşü, politik olaylar ve dini kargaşaların ortaya çıkardığı seyahat engelleriyle ve bürokratik engeller gibi diğer engellerle karşılaşabilmektedir. Kişilerin turistik

destinasyonları tercihlerinde dikkate aldıkları bir diğer engel oluşturabilecek unsur da verilen hizmet kalitesidir. İşletmeler tarafından turistlere sunulan hizmet kalitesinde yaşanan sorunların, önemli ölçüde turistlerin tekrar ziyaret isteğini sona erdirdiği bilinmektedir (Duman ve Öztürk, 2005). Özellikle konaklama tesislerindeki anlaşmazlıklar kötü deneyimler destinasyon seçimini etkileyebilmektedir (Atilla, 2003). Bu noktadan hareketle turizm işletmelerinin müşterilerini memnun ederek göndermesi, kişilerin iyi deneyimlere sahip olmaları tekrardan bu destinasyonları tercih etmesini ve uluslararası seyahatlere çıkmalarında engeli ortadan kaldıracaktır. Turistik destinasyonların tercih edilmesini etkileyen önemli faktörlerden biri de tutundurma çabalarıdır (Akkılıç ve Günelan, 2007; Avcıkurt, 2010). Destinasyonlar yeterli arz kaynaklarına ve taşıma kapasitesine sahip olmasına rağmen, kişilere destinasyonla ilgili bilgi sağlayamadıklarından dolayı uluslararası seyahat tercihlerinde engel oluşturabilmektedir. Turistik destinasyonlarda yerel halk ile turistler arasında bir sosyal çatışma yaşanabilmekte ve bazen de farklı nedenlerle turistlere karşı suçlar işlenebilmektedir (Avcıkurt, 2009). Turistlere karşı işlenen suçlar bir turistik destinasyonun imajını olumsuz yönde etkileyebilmekte ve turistlerin algısında güvenlik sorunu oluşturarak destinasyonlara olan talebi engelleyebilmektedir (Duman ve Öztürk, 2005; İlban ve Kaşlı, 2009). Bununla birlikte turistik destinasyonlardaki yatak kapasitesinin yetersizliği ciddi sorunlara yol açmaktadır. İnsan sağlığı ve güvenliği açısından yetersizlikler turistleri rahatsız etmektedir. Düzensiz ve denetimsiz yönde gelişen ticari faaliyetlerin ürün kalitesinde yol açtığı yozlaşma turistlerde memnuniyetsizliğe neden olmaktadır. Özellikle turistler döviz kuru uygulamalarındaki farklılıklardan dolayı çeşitli sorunlar yaşamaktadırlar (Memmedov, 2003). Bu açıdan, kişilerin uluslararası seyahat tercihlerinde, sağlık, güvenlik, hizmet kalitesi endişesi ve döviz kuru farklılıkları engel teşkil edebilmektedir (Edgell, 1988). Ayrıca yerel halkla turist arasındaki dil sorunu yakın ilişki kurulmasını ve karşılıklı kültürel keşiflerin yapılmasını engellemektedir (Avcıkurt, 2009). Bununla beraber, bir ülkedeki siyasi ve ekonomik istikrar durumunun kişiler tarafından nasıl algılandığı önemlidir (Kesimli, 2011). Bu nedenle terör ve silahlı çatışmaların yaşanması, demokrasiden uzak, insan haklarının çiğnenmesi, felaket/kaza oranlarının yoğun olması, kişilerin uluslararası seyahatlerini engelleyici faktörler olarak sıralanabilir.

YÖNTEM

Amaç ve Kapsam

Araştırmanın temel amacı, kişilerin uluslararası seyahate çıkmada karşılaştıkları engeller ve bu engellerle ilgili algılamalarını ölçerek karşılaştıkları sorunları ortaya koymak ve elde edilen bulguların olası sebeplerini dikkate alarak çözüm önerileri getirmektir. Çalışmanın ana kütlesi ise; İzmir Adnan Menderes Havalimanını kullanarak, yurt içi ve yurt dışına seyahate çıkan kişilerden oluşmaktadır.

Örneklem Süreci, Veri Toplama Yöntemi ve Araştırma Problemi

Araştırmanın örneklem tespitinde kolayda örneklem yöntemi uygulanmış, verilerin toplanmasında ise yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu 2 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular ve uluslararası seyahat ile ilgilikapalı uçlu sorular bulunmakta, ikinci bölümde ise uluslararası seyahat engelleri ile ilgili 20 önerme yer almaktadır. Ankette kullanılan ölçek ifadeleri Hayta (2008), Bulu ve Eraslan(2008), Suleiman ve Mohamed (2012) ve Chen, Kung, Huang, Chenve Pei (2012)'nin çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır. Uluslararası seyahat engelleri ölçeğinde, (1) Kesinlikle katılmıyorum'dan(5) Kesinlikle katılıyorum'aderecelendirilmiştir. Veri toplama sürecinde, İzmir Adnan Menderes Havalimanından yurt içi ve yurt dışı seyahate katılan kişilere yönelik anket uygulanmıştır. Anket uygulama süreci 21.07.2014-10.08.2014 tarihleri arasında sınırlandırılmıştır. Toplam 400 anket formu dağıtılmıştır, 324 tane form geri dönüşü sağlanmıştır. Toplam 324 anketin 13 adedi çeşitli sebeplerden değerlendirilmeye alınmamıştır. Bu durumda örneklemin son büyüklüğü 311 olmuştur.

Bu çalışmada; uluslararası seyahat nedenleri, destinasyon seçiminde etkili olan unsurlar ve kişilerin seyahatlerinde karşılaştıkları engeller incelenmiştir. Araştırmanın problemi; kişilerin uluslararası seyahatlerinde hangi bölgeleri tercih ettiği, uluslararası seyahate bakış açıları ve uluslararası seyahatlerinde karşılaştıkları engeller hususlarının ortaya çıkarılması olmuştur.

Tablo 2: Örneklem Demografik Profili Tablosu

	Frekans (N)	Yüzde (%)		Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet			Eğitim Durumu		
Kadın	131	42,1	Okur Yazar	14	4,5
Erkek	180	57,9	İlkokul Mezunu	29	9,3
Yaş			Ortaokul Mezunu	35	11,3
20-29 yaş arası	96	30,9	Lise Mezunu	109	35,0
30-39 yaş arası	105	33,8	Üniversite Mezunu	115	37,0
40-49 yaş arası	59	19,0	Diğer	9	2,9
50-59 yaş arası	32	10,3	Meslek Grubu		
60 yaş ve üzeri	19	6,1	Ev Hanımı	23	7,4
Aylık Gelir			Öğrenci	31	10,0
800-1.600 TL arası	108	34,7	İşçi	59	19,0
1.601-2.400 TL arası	72	23,2	Memur	75	24,1
2.401-3.200 TL arası	70	22,5	Emeli	37	11,9
3.201-4.000 TL arası	42	13,5	İş adamı	18	5,8
4.001 TL ve üzeri	19	6,1	İşsiz	5	1,6
Medeni Durum			Tüccar/esnaf	24	7,7
Bekar	102	32,8	Serbest meslek	22	7,1
Evli	196	63,0	Diğer	17	5,5
Boşanmış	13	4,2			

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında, % 56,9'unun erkek, % 33,8'i 30-39 yaş arası, % 34,7'si 800 TL-1.600 TL arası aylık geliri olan, % 63,0'ü evli, % 37,0'si üniversite mezunu ve % 24,1'i memur olan katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.

Tablo 3: Turistlerin Uluslararası Seyahat İle İlgili Bakış Açıları Tablosu

	Frekans (N)	Yüzde (%)		Frekans (N)	Yüzde (%)
Ne Sıklıkla Uluslararası Seyahat Edersiniz?			Uluslararası Seyahat Amacınız?		
Ayda 1 kez			Dini ve Manevi	38	12,2
Ayda 2-3 kez	12	3,9	Boş zaman ve Zevk	138	44,4
Yılda 1 kez	8	2,6	Arkadaş-Akraba Ziyaretleri	50	16,1
Yılda 2-3 kez	62	19,9	Eğitim	19	6,1
Yılda 3'den fazla	22	7,1	Kongre	5	1,6
Nadir ya da hiç	11	3,5	İş	37	11,9
	196	63,0	Diğer	24	7,7
En Çok Seyahat Etmeyi Tercih Ettiğiniz Bölge?			Gideceğiniz Ülkede ki En Fazla Kalış Süreniz?		
Afrika			Günübirlikçi		
Asya	14	4,5	2-4 gün	13	4,2
Amerika	20	6,4	5 günden fazla	94	30,2
Avustralya	47	15,1		204	65,6
Avrupa	20	6,4			
Orta Doğu	177	56,9			
	33	10,6			

Tablo 3'de katılımcıların uluslararası seyahate ilişkin görüşleriyle ilgili kapalı uçların frekans ve yüzdelere yer verilmiştir. "Ne Sıklıkla Uluslararası Seyahat Edersiniz?" sorusuna katılımcıların % 63,0'ü nadir ya da hiç cevabını verirken, "En Çok Seyahat Etmeyi Tercih Ettiğiniz Bölge?" sorusuna ise, % 56,9'u Avrupa yanıtını vermiştir. Katılımcıların %44,4'ü boş zaman ve zevk olarak "Uluslararası Seyahat Amacını" açıklarken, "Gideceğiniz Ülkede ki En Fazla Kalış Süreniz?" sorusuna % 65,6'sı 5 günden fazla cevabını vermiştir.

Tablo 4'de turistlerin "Uluslararası Seyahatlerde Yararlandıkları Bilgi Kaynakları" verilmiştir. % 62,7 ile internetin uluslararası seyahatlerde en çok yararlanılan bilgi kaynağı olduğu görülmektedir.

Tablo 4:Uluslararası Seyahatlerde Yararlanılan Bilgi Kaynağı Tablosu

	Frekans (N)	Yüzde (%)
İnternet	195	62,7
Seyahat Acentaları	170	54,7
Arkadaşlar/Aile Üyeleri	81	26,0
Broşür	36	11,6
TV/Radyo	34	10,9
Gazete/Magazin	25	8,0
Okul	19	6,1
Kitaplar	11	3,5
Filmler	9	2,9

Tablo 5’de “Destinasyon Seçiminizde Etkili Olan Unsurlar” a ilişkin frekans ve yüzdelere yer verilmiştir. Kişilerin, destinasyon seçimlerinde en etkili unsurun % 79,4 ile fiyat unsuru olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Destinasyon Seçiminizde Etkili Olan Unsurlar Tablosu

	Frekans (N)	Yüzde (%)
Fiyat	247	79,4
Güvenlik	193	62,1
Çekicilik	170	54,7
Reklam	80	25,7
Yakınlık	72	23,2
Diğer	43	13,8

Tablo 6’da ise “Kişilerin Uluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları Ölçeği” ne ilişkin güvenilirlik analizi, aritmetik ortalamalar, standart sapmalar ve ifade çıkarıldığındaki Cronbach’s Alpha değerleri verilmiştir. Önermeler içerisinde en yüksek ortalama ($x=4,00$), “Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülkedeki siyasal olaylar (çatışma, devrim vs.) seyahate çıkmamı etkiler” şeklindeki 16. önermede gerçekleşmiştir. 2. önerme olan ($x=2,46$) “Uluslararası seyahatlere katılmak ilgimi çekmez.” şeklindeki önerme, en düşük katılım düzeyi olan önerme olarak belirlenmiştir. Uluslararası seyahat engelleri ölçeğinin genel ortalaması ise $x=2,52$ ’dür. Kişilerin uluslararası seyahatlerde en çok engel olarak gördüğü şeyler; gidilecek ülkedeki siyasal olaylar, maliyetlerin yüksek olması, etnik ve dini çatışmalar, kişinin sağlık durumu, vize sorunları vb. sıralanabilmektedir.

Tablo 6: Kişilerin Uluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Değerleri Tablosu

	$\bar{X}$	S.S.	Soru Silindiğinde Cronbach’s Alpha
Uluslararası seyahatlerde sağlık durumum seyahate çıkmamı etkiler.	3,87	1,31	,86
Uluslararası seyahatlere katılmak ilgimi çekmez.	2,46	1,37	,88
Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülkeye yönelik güvenlik endişesi seyahate çıkmamı etkiler.	3,74	1,17	,86
Uluslararası seyahatlerle ilgili geçmişte yaşadığım kötü deneyimler seyahate çıkmamı etkiler.	3,40	1,20	,86
Uluslararası seyahatlerde arkadaş eksikliği (yalnızlık) yaşama ihtimalim seyahate çıkmamı etkiler.	3,37	1,20	,87
Uluslararası seyahat kararlarımda aile bireyleriyle yaşadığım anlaşmazlık seyahate çıkmamı etkiler.	3,52	1,15	,87
Uluslararası ulaşım sorunları seyahate çıkmamı etkiler.	3,71	1,29	,86
Uluslararası seyahatlerdeki tur programları hakkında duyduğum endişe seyahate çıkmamı etkiler.	3,51	1,30	,86
Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülkenin uygun olmayan hava şartları seyahate çıkmamı etkiler.	3,26	1,21	,87
Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülkenin arz kaynaklarının eksik olması seyahate çıkmamı etkiler.	3,27	1,27	,86

Uluslararası seyahatlerde gideceğin ülkedeki konaklama tesisinin kötü donanımlı olması seyahate çıkmamı etkiler.	3,49	1,25	,86
Uluslararası seyahatler için yeterli zamana sahip olamamam seyahate çıkmamı etkiler.	3,79	1,34	,86
Uluslararası seyahatlerin maliyetlerinin yüksek olması seyahate çıkmamı etkiler.	3,94	1,24	,86
Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülke hakkında yeterli bilgiye sahip olamamam seyahate çıkmamı etkiler.	3,47	1,29	,86
Uluslararası seyahatler açısından olumsuz dünya görüşüne sahip olmam seyahate çıkmamı etkiler.	3,16	1,27	,86
Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülkedeki siyasal olaylar (çatışma, devrim vs.) seyahate çıkmamı etkiler.	4,00	1,11	,87
Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülkedeki etnik ve dini çatışmalar seyahate çıkmamı etkiler.	3,90	1,16	,87
Uluslararası seyahatlerde karşılaşılan vize sorunları seyahate çıkmamı etkiler.	3,83	1,32	,86
Uluslararası seyahatler açısından öz değere (ne hissettiğini bilme) sahip olmamam seyahate çıkmamı etkiler.	3,38	1,27	,86
Uluslararası seyahatlerde gideceğim ülkede karşılaşacağım dil farklılığı sorunu seyahate çıkmamı etkiler.	3,31	1,08	,87
Standart Sapma,678 Cronbach's Alpha 0,87 Ortalama 3,52			

Tablo 7: Kişilerin Uluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları Ölçeği ile Cinsiyet Değişkeni Arasında Mann-Whitney U Testi

		<i>Kişilerin Uluslar Arası Seyahat Engelleri Algılamaları</i>	
Mann-Whitney U		9091,000	
Wilcoxon W		25381,000	
Z		-3,449	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001	
Cinsiyet		N	MeanRank
	Kadın	131	176,60
	Erkek	180	141,01

Yapılan analiz sonucunda Asymp. Sig. değeri anlamlılık düzeyi kişilerinuluslararası seyahat engelleri algılamaları ölçeği ile cinsiyet değişkeni için Sig. (2 tailed) (,001) değerinin $p < 0,05$ kritik değerinin altında olduğundan Mann-Whitney U testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Tablo 7 incelendiğinde, kadınların lehine anlamlı bir fark bulunduğu görülmüştür. Yani kadınların, uluslararası seyahat engelleri algılamaları daha fazladır.

Tablo 8:KişilerinUluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları Ölçeği ile Aylık Gelir Değişkenine İlişkin Kruskal-Wallis Testi

<i>Kişilerin Uluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları</i>			
Chi-Square	12,783		
df	4		
Asymp. Sig.	,012		
<i>Aylık Gelir</i>		N	MeanRank
	800-1.600 TL arası	108	133,81
	1.601-2.400 TL arası	72	159,98
	2.401-3.200 TL arası	70	178,25
	3.201-4.000 TL arası	42	173,36
	4.000 TL'den fazla	19	146,71

Kişilerin uluslararası seyahat engelleri algılamaları ile aylık gelir arasında Sig. ,012 ($p<0,05$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Kişilerinuluslararası seyahat algılamaları açısından aylık 2.401-3.200 TL arasında gelire sahip olanlar(MeanRank= 178,25) lehine anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buradan hareketle aylık geliri yüksek olanların uluslararası seyahat engelleri algılamalarının daha yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 9: Kişilerin Uluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları Ölçeği ile Kişilerin Eğitim Seviyesi Değişkenine İlişkin Kruskal-Wallis Testi

<i>Kişilerin Uluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları</i>			
Chi-Square	11,322		
df	5		
Asymp. Sig.	,045		
<i>Eğitim Seviyesi</i>		N	MeanRank
	Okur- Yazar	14	121,89
	İlkokul Mezunu	29	130,40
	Orta Okul Mezunu	35	147,03
	Lise Mezunu	109	149,57
	Üniversite Mezunu	115	171,70
	Diğer	9	203,72

Kişilerin uluslararası seyahat engelleri algılamaları ile eğitim seviyesi arasında Sig. ,045 ($p<0,05$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Kişilerin uluslararası seyahat algılamaları açısından eğitim seviyesini diğer olarak belirtenler lehine anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Diğer seçeneğini işaretleyen kişiler, eğitim seviyeleri ile ilgili yüksek lisans ve doktora şeklinde belirtmişlerdir. Buradan hareketle eğitim seviyesi yüksek olanların (lisans üstü eğitimi olanlar) uluslararası seyahat engelleri algılamalarının daha yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 10: Korelasyon Analizi

<i>Spearman's rho</i>	Kişilerin Uluslararası Seyahat Engelleri Algılamaları (KUSEA)	Uluslararası Seyahate Çıkma Sıklığı (USÇS)	Uluslararası Seyahatin Amacı (USA)	Gidilen Ülkede Kalış Süresi (GÜKS)	Eğitim Durumu (ED)	Aylık Gelir (AG)
KUSEA	1,000					
USÇS	-,017	1,000				
USA	-,170**	-,295**	1,000			
GÜKS	-,053	-,128*	-,095	1,000		
ED	,183**	-,114*	-,054	,091	1,000	
AG	,162**	-,221**	,003	-,119*	,422**	1,000
**0.01 düzeyinde anlamlı korelasyon (2-tailed). / *0.05 düzeyinde anlamlı korelasyon (2-tailed).						

Tablo 10 incelendiğinde ise kişilerin uluslararası seyahat engelleri algılamaları ile uluslararası seyahatin amacı arasında anlamlı ve negatif yönlü [KUSEA↔USA ($r = -,170^{**}$)] bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Turistlerin uluslararası seyahate çıkma sıklığı ile uluslararası seyahatin amacı arasında anlamlı ve negatif yönlü [USÇS↔AG ($r = -,295^{**}$)], gidilen ülkede kalış süresi arasında anlamlı ve pozitif yönlü [USÇS↔GÜKS ($r = -,128^{**}$)], eğitim durumu arasında anlamlı ve negatif yönlü [USÇS↔AD ($r = -,114^{*}$)] ve aylık gelir arasında [USÇS↔AG ($r = -,221^{**}$)] anlamlı ve negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Ayrıca gidilen ülkede kalış süresi ile aylık gelir arasında anlamlı ve pozitif yönlü [GÜKS↔AG ($r = ,119^{*}$)] bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

BULGULARIN YORUMLANMASI

Kişilerin uluslararası seyahatlerinde, gidilecek ülkedeki siyasal olayların, maliyetlerin yüksek olmasının, etnik ve dini çatışmaların, kendi sağlık durumunun, vize sorunları yaşanmasının gibi sebeplerin engel teşkil ettiği belirtilmektedir.

Kişilerin uluslararası seyahat engelleri algılamaları ile cinsiyet arasında kadınların lehine anlamlı bir fark bulunmuştur. Kadınlar, uluslararası seyahatlerde daha fazla engelle karşılaştığını düşünmekte ve bu yüzden de seyahate çıkma konusunda erkeklere göre daha fazla tereddüt yaşamaktadırlar.

Kişilerin uluslararası seyahat engelleri algılamaları ile aylık gelir arasında, aylık 2.401-3.200 TL arasında gelire sahip olan turistler lehine anlamlı bir fark bulunmuştur. Buradan hareketle aylık geliri belirli bir seviyenin üstünde olan turistlerin uluslararası seyahat engelleri algılamalarının daha yüksek olduğu söylenebilmektedir. Aylık gelirin yüksek olması, uluslararası seyahate çıkmada engellerle karşılaşılacağı görüşünü ortadan kaldırmamıştır. Aksine kişiler, engellerle karşılaşılacağını düşünmektedir. Yani, kişiler aylık geliri arttıkça uluslararası seyahatlerinin önünde daha fazla engel görmektedir. Özdemir (2014) ise, dünyada pek çok insanın çeşitli nedenlerden dolayı seyahat etmekten kaçındıklarını belirtmiş ve maddi yetersizliklerin bu nedenler içinde yer aldığını belirtmiştir.

Kişilerin uluslararası seyahat engelleri algılamaları ile eğitim seviyesi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Eğitim seviyesi arttıkça kişilerin uluslararası seyahatlerde daha fazla engel gördüğü ortaya çıkmıştır. Eğitim seviyesi yüksek olanların uluslararası seyahate çıkmanın önünde pek çok engel görmelerinin nedeni, eğitim seviyesi yüksek kişilerin seyahatlerde karşılaşılabilecekleri olumsuz durumları daha çok araştırıyor ve dikkate alıyor olmaları olabilir. Hacıoğlu (2005), uluslararası turizm pazarlama stratejisi olarak, turizm işletmelerinin, turistik tüketicilerin ihtiyacı olan bilgileri önceden gerekli kuruluşlara vermeleri gerektiğini belirtmiştir. Avcıkurt(2009)' a göre ise bilgi eksikliği sosyal çatışmalara neden olabilmektedir. Bu nedenle bilginin tam sağlanması durumunda kişilerin uluslararası seyahat engellerine olan farkındalığı artmakta ve destinasyon tercihlerini daha güvenli olarak sağlamaktadırlar. Kişilerin uluslararası seyahate çıkma sıklığı ilegidilen ülkede kalış süresi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Buradan anlaşılmaktadır ki uluslararası seyahate sık çıkan kişiler bu seyahatlerinde gittikleri ülkelerde daha uzun süre kalmaktadırlar. Uluslararası seyahate az çıkan kişiler ise bu seyahatlerinde gittikleri ülkelerde daha az kalmaktadırlar.

Kişilerin uluslararası seyahate çıkma sıklığı ileeğitim durumu arasında da anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Uluslararası seyahate sık çıkan kişilerin eğitim durumunun daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim durumu yüksek olan kişilerin düşük olanlara göre daha sık uluslararası seyahate çıktığı anlaşılmaktadır. Kişilerin uluslararası seyahate çıkma sıklığı ileaylık gelir arasında anlamlı ve negatif yönlü ilişki bir bulunmuştur. Uluslararası seyahate sık çıkan kişilerin aylık gelirinin yüksek olduğu görülmektedir. Aylık geliri yüksek olanlar, düşük olanlara oranla daha sık uluslararası seyahate katılmaktadırlar. Aymankuy (2006) çalışmasında, kişiler seyahate çıkmaya karar verdiklerinde maliyet, gelir gibi değişkenlerini dikkate alarak destinasyon seçtiklerini ve seyahatlerine bu değişkenler doğrultusunda yön verdiklerini belirtmiştir. Ayrıca gidilen ülkede kalış süresi ile aylık gelir arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yani, gittiği ülkede uzun süre kalan kişilerin aylık gelirleri de bununla orantılı olarak yüksektir. Geliri yüksek olan turistler gittikleri ülkede daha uzun süre kalmaktadırlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kişilerin uluslararası seyahat tercihleri birçok etkili faktöre dayanmaktadır. Kişiler bu tercihlerini gerçekleştirirken birtakım engellerle karşılaşılır. Çalışmada, bu engeller üzerinde durularak, kişilerden ve destinasyondan kaynaklı olarak engel teşkil eden faktörlerin, kişilerin seyahate çıkma kararlarını ne derece etkilediği belirlenmiştir.

Uluslararası seyahatlerde, gidilecek ülkedeki siyasal olayların, konaklama ve seyahat maliyetlerin yüksek olmasının, etnik ve dini çatışmaların, kendi sağlık durumunun, vize sorunları yaşanmasının gibi sebepler uluslararası seyahatler için engel teşkil etmektedir. Ayrıca dil sorunu da uluslararası seyahatlerde önemli bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kadınlar uluslararası seyahatlerde daha fazla engelle karşılaştığını düşünmekte ve bu yüzden de seyahate çıkma konusunda erkeklere göre daha fazla tereddüt yaşamaktadırlar. Kadınlar tatil ile ilgili kararlar alırken erkeklerden daha hassas davranması ve ayrıntılara daha fazla önem vermesi bunun nedenleri arasındadır. Aylık geliri belirli bir seviyenin üzerinde olan kişiler uluslararası seyahat engelleri algılamalarının daha yüksek olduğu söylenebilmektedir. Aylık gelirin yüksek olması, uluslararası seyahate çıkmada engellerle karşılaşılacağı düşüncesine engel olmamış aksine bu görüşü daha da arttırmıştır. Aylık geliri yüksek olan kişilerin uluslararası seyahatlerde beklentilerinin yüksek olması bunun bir sonucu olduğu söylenebilir. Ayrıca, geliri yüksek olan kişilerin uluslararası seyahatlerden beklentileri daha farklı olabilmektedir. Beklentiler arttıkça engellerle karşılaşma ihtimalide artacaktır. Eğitim seviyesi yüksek olan kişiler uluslararası seyahate çıkmanın önünde pek çok engel görmektedir. Eğitim seviyesi yüksek olan kişilerin uluslararası seyahatlerde yaşayabilecekleri olumsuz durumlarla ilgili daha fazla araştırma yaparak, bilgi topladıkları ve bunun neticesinde de karşılaştıkları engellerin farkına vararak, bu seyahatlere olumsuz yaklaşıtları söylenebilir.

Uluslararası seyahate sık çıkan kişiler, seyahatlerinde gittikleri ülkelerde daha uzun süre kalmaktadırlar. Ayrıca, uluslararası seyahate sık çıkan kişilerin eğitim durumunun yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim durumu yüksek olan kişiler düşük olanlara göre hem daha sık uluslararası seyahate çıkmakta hem de uluslararası seyahate çıkmanın önünde çok engel olduğunu düşünmektedirler. Çünkü uluslararası seyahate çok çıkan kişiler daha sık sorunlarla karşı karşıya kalırlar ve seyahate çıkmayan kişilerin seyahat engelini algılaması da daha güç olacaktır.

Seyahate sık çıkan kişilerin gelir seviyeleri yüksektir. Gelirleri düşük olanlara oranla, sık sık uluslararası seyahat eden kişiler gelir seviyelerinin yüksek olmasının da etkisiyle gittikleri ülkelerde daha uzun kalabilmektedirler. Ayrıca, gittiği ülkede uzun süre kalan kişilerin aylık gelirleri de bununla orantılı olarak yüksektir. Geliri yüksek olan turistler gittikleri ülkede daha uzun süre kalmaktadırlar. Gelir seviyesi hem uluslararası seyahate çıkmada hem de kalış süresinde büyük etkiye sahiptir.

Öneriler;

Ülkeler tanıtımlarında turistlerin endişe ile baktığı, engel olarak gördüğü konular üzerine eğilmeli ve bunlarla ilgili turistlerin gözünde oluşmuş olan kaygıyı azaltmaya yönelik yöntemler izlemelidirler. Aynı zamanda, ülkenin sadece olumsuz yönlerle bilinmemesi için, olumlu yönlerinin yer aldığı haberlerin de dünya çapında yaygınlaşması sağlanmalıdır.

Yurtdışındaki turizm enformasyon büroları, aktif roller üstlenerek, çekim merkezlerini turistlere daha etkin bir şekilde tanıtmalıdır. Yurtdışındaki turizm büroları pazar araştırmaları, tüketicilerle ilgili geniş araştırmalar yaparak; turistlere detaylı bilgi vererek onların engel olarak gördüğü pek çok şeyin önüne geçebilirler.

Seyahat acentalarının yurtdışı turlarını detaylı olarak tanıtımları ve turistlere karşılaşılabilecekleri konusunda önceden detaylı bilgi vermelidirler. Karşılaşacağı olumsuzluklarla ilgili bilgiye sahip olan kişiler, bunlara karşı önlem alabilecek ve seyahatlerini daha rahat geçireceklerdir.

Ülkeler arasında vize sorunlarının olması uluslararası seyahatlerde kişilerin karşısına engel olarak çıkmaktadır. Ülkeler arasında vize uygulamalarının kaldırılmasıyla, dolaşımda serbestliğin getirilmesiyle uluslararası seyahatler önündeki büyük bir engel ortadan kalkacaktır. Tatil, gezme vb. amaçlı kısa süreli yapılan seyahatlerde ülkelerarası anlaşmaya gidilerek vize uygulamaları kaldırılabilir.

Ülkelere uygun fiyatlarda da seyahat edilebileceği ile ilgili bilgi akışı sağlanmalıdır. Her gelir seviyesine uygun turlar ve seyahat planları ile ilgili detaylı bilgiler verilmelidir ve bu bilgilere kişilerin ulaşımının kolay olması sağlanmalıdır.

Günümüzde yaygın olarak kullanılan internet reklamcılığı ile çok daha fazla kişiye ulaşılacağı unutulmamalı ve ülke tanıtımlarında bu reklam aracının kullanılmasıyla, kişilerin geniş bilgiye daha hızlı sürede ulaşması sağlanmalıdır. Böylece ülke veya bölge ile ilgili sürekli olumlu olayların yer aldığı reklamlar kişilerin gözündeki engellerin ortadan kaldırılmasına da yardımcı olması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, F. ve Can, A. S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2. 50- 66.
- Albustanlıoğlu, T. (2009). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, Seyahat Acenteciliği Ders Notları, Ankara.
- Akkılıç, M. E. ve Günelan, M. (2007). Edremit Körfezi'nde Turizm Problemleri ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı: 12, Yıl: 9.
- Aktaş, C. (2005). Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denkleminin Belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2, 163- 174.
- Atila, B. (2003), Futbol, Golf, Belek, Rus ve Potansiyel. [URL: <http://www.turizmdebusabah.com/haberler/bozkurt-atillafutbol-golf-belek-rus-potansiyel--7563.html> (18.08.2014).
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 3. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Avcıkurt, C. (2010). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*. (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 3. Baskı), Değişim Yayınları, İstanbul.
- Aymankuy, Y. (2006). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Balta, S. ve Altıntaş, V. (2012). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 1558.
- Berno, T. ve Bricker, K. (2001). Sustainable Tourism Development: The Long Road from Theory to Practice. *International Journal of Economic Development*, Vol: 3, Issue: 3.

- Çakıcı, C. Atay, L. ve Aksu, M. (2008). Bozcaada Turizminin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Kamuoyu Araştırması, 3. *Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 17-19 Nisan, Balıkesir.
- Çalışkan, N. (2013). Yurt Dışına Seyahat Eden Türk Vatandaşları.[URL: <http://www.Turizmtrend.Com/Haberler/Turizm/Yurt-Disina-Seyahat-Eden-Turk-Vatandaslari-9746.Html>] (Erişim 21.08.2014).
- Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Cilt:7, Sayı:1, 1-14.
- Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2009). Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 22, 21- 36.
- Çetinsöz, B. C. ve Artuğer, S. (2014). Yabancı Turistlerin Antalya'yı Tercih Etmesinde Etkili Olan Çekici Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7 Sayı: 32, 573- 582.
- Chen, P. T., Kung, R. H., Huang, M. Y., Chen, F. D. ve Pei, L. (2012). Exploring the Medical Tourism Development Barriers and Participation Willingness in Taiwan: An Example of Mainland Tourist. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, Vol: 6, 1125-1130.
- Choi, W. M., Chan, A. and Wu, J. (1999). A Qualitative and Quantitative Assessment of Hong Kong's Image as a Tourist Destination. *Tourism Management*, Vol: 20, Issue: 3, 361- 365.
- Crompton, J. L. (1979). MotivationsforPleasureVacation. *Annals of TourismResearch*, Vol: 6, Issue: 4, Pp. 408–424.
- Correia, A., Valle, P.O. and Moço, C. (2007). Modeling Motivations and Perceptions of Portuguese Tourists, *Journal of Business Research*, Vol: 60, Issue: 1, Pp. 76–80.
- Demir, Ş. Ş. (2010). Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Dalyan Örneği. *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 10, Sayı: 3, 1041- 1054.
- Doğanlı, B. (2006). *Turizmde Destinasyon Markalaşması ve Antalya Örneği*. Süleyman Demirel Üniversitesi, İşletme Bölümü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Duman, T. ve Öztürk, A.B. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu Ve Tekrar Ziyaret Niyetleri İle İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt. 16, Sayı: 1, Bahar: 9-23.
- Edgell, D. L. (1988). Barriersto International Travel. *Tourism Management*, Vol: 9, Issue: 1, 63- 66.
- Ekiz, E. H. ve Köker, N. E. (2012). Destinasyon Tatmininin Belirleyicileri: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Algılamaları. *Global Media Journal Turkish Edition*, 2(4): 45-63.
- Ersun, N. ve Aslan, K. (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 31, Sayı: 2, 229- 248.
- Griffiths, R. Brown, G. ve Rawlings, A. (2012). Visit England – English Destination Types, Understanding the Consumer – Research Debrief, Quadrangle, September.
- Hacıoğlu, N. (2006). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Hacıoğlu, N. (2005). *Turizm Pazarlaması*. 5. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım.

- Hayta, A. B. (2008). Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16 (1), 31-48.
- Hosany, S., Ekinci, Y. ve Uysal, M. (2006). Destination Image and Destination Personality: An Application of Branding Theories to Tourism Places. *Journal of Business Research*, (59), s. 1-40.
- İlban, M. O. ve Kaşlı, M. (2009). Termal Turizmin Gelişmesini Etkileyen Sorunları Belirlemeye Yönelik Gönen’de Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 9, Sayı: 4, 1275- 1293.
- Karadeniz, E. (2012). İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında İşlem Gören Turizm Şirketlerinin İşletme, Finansal ve Toplam Risk Düzeylerinin Kaldıraç Analiziyle Değerlendirilmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:17, Sayı: 1, s. 309-324.
- Kavacık, M., Zafer, S. ve İnal, M. E. (2012). Turizmde Destinasyon Markalaması: Alanya Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 39, 169- 192.
- Kesimli, İ. G. (2011). Turizm Perspektifinden Politik Krizlerin Ekonomiye Yansımaları. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 25- 42, Aralık.
- Kozak, M. (2002), Comparative Analysis of Tourist Motivationsby Nationality and Destinations. *Tourism Management*, Vol: 23, 221–232.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Detay Yayıncılık, (Gözden Geçirilmiş 5. Baskı), Ankara.
- Köroğlu, Ç., Karadağ, L. ve Biçici, F. (2014). Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Aile İşletmelerinde Muhasebe Sisteminin İncelenmesi: Marmaris Örneği. *Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 2, 113- 126.
- MEGEP. (2007). *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Turizm Hareketleri*, Ankara.
- Memmedov, İ. (2003), *Bağımsız Devletler Topluluğu Ülkelerinden Gelen Turistlerin Türkiye’yi Tercih Etme Sebepleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve Beklentileri*. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Musinguzi, D. ve Leung, R. (2010). Service QualitySatisfaction of Tourists in Hong Kong. *Florida International UniversityHospitalityReview*, Vol: 28, Issue: 2, 50–71.
- Nicholson, R. E. ve Pearce, D. G. (2001). Why Do People AttendEvents: A Comparative Analysis of VisitorMotivations at Four South Island Events?.*Journal of Travel Research*, Vol: 39, Issue: 4, 449- 460.
- Özdemir, G. (2014). Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Öztürk, M. ve Bayat, M. (2011). Uluslararası Turizm Hareketlerinde Sağlık Turizminin Rolü ve Kalite Çalışmalarının Önemi Bir Literatür Çalışması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı: 2.
- Peng, Y. (2013). CustomerSatisfaction of MainlandChineseTourists in Cairns, Australia. *International Journal of Business TourismandAppliedSciences*, Vol: 1, No: 2, 42- 50.
- Sarkım, M. (2008). Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri. 2. *Ulusal İktisat Kongresi*, DEÜ İİBF İktisat Bölümü, 20-22 Şubat, İzmir.

- Suleiman, J. S. H. ve Mohamed, B. (2012). Palestine's International Visitors Barriers: Case Studies of Bethlehem and Ramallah. *International Journal of Tourism Research*, Vol: 14, 177- 191.
- Şahbaz, R. ve Keskin, E. (2012). Tanıtım Faaliyetlerinin Turistik Bölge Seçimine Etkisi: Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Japon Turistlere Yönelik Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 4, No: 3, 97- 117.
- Şahiner, T. (2012). *İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
- Seçilmiş, C. (2011). Ziyaretçilerin Gözüyle Eskişehir Turizminin Gelişmesini Etkileyen Sorunlar. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 3, Yıl: 3, 37- 57.
- Tosun, C. ve Jenkins C. L. (1996). Regional Planning Approaches to Tourism Development: The Case of Turkey, *Tourism Management*. Vol: 17, Issue: 7, Pp. 519- 531.
- Türk Stat, Tourism Statistics, 4th Quarter 2013. [URL: www.turkstat.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1611] (Erişim 24.08.2014).
- TÜİK (2014). [URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15885>] (Erişim 15.08.2014).
- TÜRSAB (2014). [URL: http://www.tursab.org.tr/dosya/10347/turk-vatandaslari_10347_6477361.pdf] (Erişim 10.07.2014).
- UNWTO, Tourism Highlights 2013 Edition, 2014. [URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>] (Erişim 25.08.2014)
- Usta, Ö. (2002). Genel Turizm. Anadolu Matbaacılık, İzmir.
- Vizyon 2023, Ulaştırma ve Turizm Paneli. [URL: <http://www.utikad.org.tr/db/files/TUBITAK%20Ulastirma%20ve%20Turizm%20Paneli.pdf>] (Erişim 20.08.2014).
- Wong, J. ve Law, R. (2003). Difference in Shopping Satisfaction Levels: A Study of Tourists in Hong Kong. *Tourism Management*, Vol: 24, Issue: 4, 401- 410.
- Yaşar, İ. (1996). *İç Turizm Geliştirilmesine Yönelik Ayvalık Yöresinde Bir Uygulama*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 5, s.54-71

ARAÇ KİRALAMA İŞLETME YÖNETİCİLERİNİN ENGELLİ PAZARINA BAKİŞ AÇILARINI BELİRLEMEDÖNÜK BİR ARAŞTIRMA

Bayram AKAY

*Arş. Gör., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
makay041@hotmail.com*

Abdullah USLU

*Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye A.S.M.K. Meslek Yüksekokulu
abdullahuslu2008@hotmail.com*

ÖZET

Engellilerle ilgili yapılan çalışmalar, Dünya nüfusunun yaklaşık %10'unun, ülkemiz nüfusunun ise % 12,9'unun bir tür engellilik yaşadığını ortaya koymuştur. Önemli bir pazar dilimini oluşturan engellilerin turizm etkinliklerine katılmalarının sağlanması ile hem turizmin gelişmesi sağlanacak hem de diğer insanlar gibi engellilerin de seyahat, tatil, alışveriş ve rekreasyon gibi gereksinimleri karşılanacaktır. Bu çalışmanın amacı, araç kiralama işletmeleri yöneticilerinin engelli pazarına dair algılarını tespit etmektir. Araştırma kapsamında toplam 67 yöneticiye anket uygulanmıştır. Sonuç olarak, işletmelerin sadece % 37'sinin en az bir defa engellilere hizmet verdiği tespit edilmiştir. Genel olarak işletmelerin engelli pazarını önemsedikleri, ancak gerekli yatırımlar konusunda yeterli olmadıkları söylenebilir.

Anahtar Sözcükler:*Engelli Pazarı, Turizm, Araç Kiralama.*

GİRİŞ

“Birleşmiş Milletler verilerine göre, dünyada tahmini 650 milyon engelli yaşamaktadır. Bu sayı aileleriyle birlikte dünya nüfusunun üçte birini temsil eden 2 milyar insana ulaşmaktadır” (European Communities, 2004, s. 5). Sadece Avrupa’da 46 milyona yakın fiziksel ya da zihinsel sorunu bulunan engelliler yaşamaktadır. Hareket zorluğu yaşayan hamile kadınlar ve 65 yaş üzeri nüfus göz önüne alındığında bu rakam 130 milyon kişiye ulaşmaktadır. Dünyanın bu en büyük azınlığı, turizm endüstrisi için de “özel bir pazar” anlamına gelmektedir (TÜRSAB, 2008).

Toplam nüfusun %12,29'unu oluşturan 8,5 milyon engellinin yaşadığı ülkemizde (TUIİK, 2002) engellilere yönelik kapsamlı düzenleme 2005’de yayımlanan 5378 sayılı kanundur. Bu kanun hükmüne göre kamu kurum ve kuruluşlarına ait mevcut resmi yapılar, mevcut yol, kaldırım, yaya geçidi, açık ve yeşil alanlar, spor alanları ve benzeri sosyal ve kültürel alt yapı alanları ile gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılmış ve umuma açık hizmet veren her türlü yapıların engellilerin erişebilirliğine uygun duruma getirilmek zorundadır (Engelliler Hakkında Kanun, 2005).

Turizm ve yolcu taşımacılığı kategorisine giren araç kiralama işletmeleri toplam ulaştırma sektörünün bir bölümünü oluşturmaktadır (Raskop, 1994:49). Araç kiralama, araba kiralama, rent-a-car veya oto kiralama taraflar arasında sözleşmeye dayanan, belirli bir

zaman dilimi (saatlik, haftalık, aylık, yıllık) ve ücret karşılığında otomobil, kamyon, kamyonet, motosiklet ve bisiklet gibi araçların kiralınmasıdır (Maximiliano, 2011, s. 275; Cho ve Rust, 2010, s. 561). Araç kiralama işletmeleri çocuk koltuğu, navigasyon cihazı, köprü ve otoyol geçişleri için HGS, bluetooth araç kiti, akaryakıt, kar zinciri, kar lastiği, palet, kayak rafları, ilave sürücü, tek yön kiralama, şoförlü kiralama, adrese teslim etme ve adresten teslim alma gibi ilave ürün ve hizmetler de sunmaktadır.

Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin yavaş yavaş etkisini göstermeye başlamasıyla birlikte eskisine oranla çok daha mobil hale gelmiş çeşitli ekonomik ve sosyal olanaklara kavuşmuş engelliler, daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır (TÜRSAB, 2008). Bu çalışmada, engellilerin seyahat etmelerini sağlayan araç kiralama işletmelerindeki yöneticilerin engelli pazarına bakış açılarını tespit etmek amaçlanmıştır.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu “Normal bir kişinin kişisel ya da sosyal yaşantısında kendi kendisine yapması gereken işleri, bedensel veya ruhsal yeteneklerindeki kalıtsal ya da sonradan olma herhangi bir noksanlık sonucu yapamayanlar”ı engelli olarak tanımlamaktadır (Koca, 2010, s. 3). Farklı nedenlere bağlı olarak oluşan engelliler fiziksel engelli (el, ayak gibi uzuv kaybı veya uzuv felcinden dolayı hareket kısıtı), görme engelli (körlük, görme zayıflığı), işitme engelli (sağırılık, duyma zayıflığı), konuşma engelli (konuşma ve dil bozukluğu) ve zihinsel engelli olmak üzere beş kategoride incelenir (David ve Kiss, 2011).

Türkiye’de engellilerin seyahat etmelerine yönelik bir dizi yasal düzenlemeler ve teşvikler yapılmıştır. Özel ve kamu toplu taşıma sistemleri ile sürücü koltuğu hariç dokuz veya daha fazla koltuğu bulunan özel ve kamu toplu taşıma araçlarının engellilerin erişebilirliğine uygun olması zorunludur (Engelliler Hakkında Kanun, 2005). Motosikletler (mopedler dahil) ve bir yardımcı motoru bulunan tekerlekli taşıtların, sakatlık derecesi % 90 veya daha fazla olan malûl ve engelliler ile bizzat kullanma amacıyla sakatlığına uygun hareket ettirici özel tertibat yaptıran malûl ve engelliler tarafından, beş yılda bir defaya mahsus olmak üzere ilk ÖTV’den istisna edilmiştir (Gençyürek, 2011). Ayrıca, %40 ve üzeri (Kılıç, 2010) engelli ve engelli yakınlarına sağlanan engelli aylığı, bakıma muhtaç engelli aylığı ve engelli yakını aylığı en önemli ve düzenli ekonomik desteklerdir (Camkurt, 2013).

“Turizm sektöründe erişilebilirlik engeli, engelliler için daha önemli hale gelmektedir. Bireyler turizm tesislerine ve hizmetlerine erişemediği için bu hizmetleri kullanamazlar. Diğer bir engel ise çalışanların engellilere karşı tutumlarıdır. Engelli insanlara karşı personelin olumsuz tutumları bireylerin memnuniyetini etkiler. Turizm hizmetlerine engellilerin erişimi sağlanmadığı ve turizm işletmelerinde çalışan personelin tutumu olumsuz olduğu takdirde bu önemli pazardan yararlanılamaz” (Card, 2003, s. 3).

Polonya’da yapılan bir araştırmada ulaşımda engellilerin %60’ının özel araçlarını ve engelsiz yaşlıların ağırlıklı bir kesiminin (%65) tur otobüslerini tercih ettiği saptanmıştır (Jaremen, 2013). Avustralya’da yapılan başka bir araştırmaya göre engellilerin çoğu toplu taşıma sistemi yerine daha maliyetli olan özel araçlarını, az da olsa belli bir kısmı normal ve özel tertibatlı kiralık araçları tercih etmektedir [(Bkz, Tablo 1) (The Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, 2008)].

Tablo 1. Avustralya’daki Engellilerin Destinasyona Ulaşım Şekli

Destinasyona Ulaşım Şekli	Hepsi (%)	Tekerlekli Sandalye (%)	Diğer (%)
Özel Araç	59.8	54.0	67.3
Uçak	15.9	16.8	14.2
Tertibatlı Özel Araç	11.0	17.6	3.1
Tren	5.1	3.4	7.5
Otobüs/Minibüs	3.7	2.5	5.9
Kiralık Araç	0.6	0.6	0.6
Özel Tertibatlı Kiralık Araç	0.1	0.2	0.1

Kaynak: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, 2008:6.

Uluslararası bazı araç kiralama işletmelerinin (Avis, Budget, Hertz, Alamo, Caro Vermietung) web siteleri incelendiğinde ürün yelpazesinde engelli araçları kiralama da olduğu görülmektedir. Ayrıca işitme engelliler için işitme cihazı, pedal uzatma aparatı, tekerlekli sandalye gibi ek ürünler ile özel şoförlü kiralama hizmetleri de verilmektedir. Bunun dışında Avrupa ve ABD’de engellilere yönelik engelli araç kiralama şirketleri (disability car hire, adapted vehicle hire vb.) vardır. Avis araç kiralama şirketi Avrupa ve ABD’deki operasyonlarında engelli pazarına yönelik aşağıdaki hizmetleri sunmaktadır (Narsing, Sanders ve Ford, 2013, s. 93):

- Scooter Kiralama: Engellilerin de kullanabileceği ve ikametgâh adreslerinde teslim alınıp teslim edilebilen vitessiz motor kiralama dır.
- Transfer Tahtası: Tekerlekli sandalyeden başka bir yere geçiş için kullanılabilen transfer tahtasıdır. Bu sayede engelliler yatağa, koltuğa, araç içine ve dışına daha kolay erişim sağlar.
- Panoramik Ayna: Herhangi bir sürücü için çok daha büyük bir alanı görme imkânı sağlar.
- Döner Koltuk: Sürücü veya yolcunun sınırlı çabasıyla dönebilen araba koltuğu araç içinde hareket sağlar.
- El Kontrol Cihazı: El kontrollü cihaz hızlanmayı veya fren yapmayı sağlar.
- Direksiyon Topuzu: Dönüşleri daha kolay yapma, daha rahat bir sürüş pozisyonu ve daha iyi araç kontrolü için kullanılan ayarlanabilir direksiyon çalıştırıcıdır.

- Elektrikli engelli rampası: Engelli bireyin tekerlekli sandalyesi ile birlikte araca kolay binip inmeyi sağlar. Ayrıca geniş kapılı, geniş koridorları araçlar ve alçak bagaj raflı araçlar engellilere sağlanan kolaylıklardır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkelere göre engellilere yönelik düzenlemelerin yetersiz olduğunu bilinmektedir. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada, turizm endüstrisindeki aracı işletmelerden birisi olan araç kiralama işletmeleri yöneticilerinin engelli pazarına bakış açılarını tespit etmek hedeflenmiştir.

Yapılan literatür taraması sonucu turizmde engelli pazarı (Card, 2002; Arıcı, 2010; Eryılmaz, 2010; Yürük ve Avcı, 2008; Çizel, Buhalis ve Darcy, 2012, Sönmez ve Akıncı, 2012) konaklama işletmelerine (Yaylı ve Öztürk, 2006), tur operatörü/seyahat acentelerine (Patterson vd, 2012; Öztürk ve Yaylı, 2006) yönelik az da olsa çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Konuyla ilgili gerek uluslararası literatürde gerekse ulusal literatürde ortaya konan çalışmalar arasında araç kiralama işletmelerini konu alan çalışmaya rastlanamamıştır. Bu açıdan bu çalışma ilgili alan yazına katkı sağlamak ve engelli pazarına yönelik çözüm önerileri geliştirmek açısından önemlidir.

Araştırmanın Evreni, Örneklemi Ve Yöntemi

Araştırmanın evreni Türkiye'nin üçüncü en çok turist geldiği Muğla ilindeki araç kiralama işletmeleri yöneticileri oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde, Muğla ilinin önemli turistik merkezlerinden Fethiye ve Dalaman ilçelerindeki araç kiralama işletmelerindeki yöneticiler örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmada, ana kütlenin tamamına ulaşmak emek, zaman ve maliyet açısından güç olduğu için, örneklem olarak basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket çalışması; 19 Haziran – 14 Ağustos 2014 tarihleri arasında Fethiye ve Dalaman'da yapılmıştır. İlgili anket çalışması yöneticilerle yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan yönetici sayısı 75'dir. İnceleme sonucunda 67 yönetici anketi değerlendirmeye alınmış, 8 anket önemli eksiklikleri nedeniyle değerlendirme dışı bırakılmıştır. Türkiye'deki araç kiralama işletmelerinin sayısı hakkında kesin veriler yoktur. Türkiye Otelciler Federasyonu'na göre (2012, s. 19); Türkiye'de oto kiralama pazarında 7 uluslararası marka dışında, yurt çapında 30'dan fazla firma ve yerel ölçekli 650 şirket faaliyet göstermektedir.

Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışma sınırlı alanda (Muğla İli) sınırlı katılımcı (Fethiye ve Dalaman ilçelerindeki 67 araç kiralama işletmesi yöneticisi) ile gerçekleştirilmiştir. Ortaya çıkan sonuçların geneli temsil edebileceğini savunmak objektif bir yaklaşım olmayabilir. Ancak örneklem olarak belirlenen alanda yapılan sınırlı araştırmalardan birisi olarak ilgili yazına katkılarının

olabileceği düşünülmektedir. Yapılacak yeni araştırmalarda, daha fazla katılımcıya ulaşılarak bu çalışma sonuçları kıyaslanabilir.

Verilerin Analizi ve Güvenilirlik

Uygulama sonucunda anketlerden elde edilen sonuçlar SPSS (Statistical Program for Social Science) 22.0 for Windows paket programı kullanılarak bir veri tabanı oluşturulmuştur. Araştırma verilerinin yüzdelik, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Araştırmada geçerliliği ve güvenilirliği bulunmuş ölçeklerden faydalanılmış. Otel işletmelerinden araç kiralama işletmelerine uyarlanan ölçekler (yöneticilerin engelli pazarına bakış açısı ve engelli pazarı için yapılması gerekenler) Yaylı ve Öztürk (2006) kullanmıştır, işletmelerin engelli müşterilere uygunluk durumu Narsing, Sanders ve Ford (2013)'un literatürde de değinilen noktalardır. Ayrıca kişisel veriler araştırmacılar tarafından oluşturularak istatistik ve turizm alanında uzman 2 akademisyen tarafından incelendikten sonra anketin son hali oluşturulmuştur.

BULGULAR

Ankete katılan araç kiralama işletmesi yöneticilerinin 51'ini erkekler (%76,1) ve 16'sını da kadınlar (%23,9) oluşturmaktadır. Bu durumda sektörde daha çok erkeklerin istihdam edildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, yöneticilerden çoğunluğunun (%58,7) evli olması, sektörden aile geçimi için yeterli kazanç elde edildiğini göstermektedir. Eğitim durumuna bakıldığında, yöneticilerin eğitim seviyesinin yüksek olduğu (%41,8 yükseköğretim ve %37,3 ortaöğretim) görülmektedir.

Tablo 2. Kişisel Veriler

Cinsiyeti	Sayı	Yüzde (%)	Medeni Durumu	Sayı	Yüzde (%)
Erkek	51	76,1	Evli	39	58,7
Kadın	16	23,9	Bekâr	28	41,3
Toplam	67	100,0	Toplam	67	100,0
Eğitim Durumu			Çalışan Sayısı		
İlköğretim (8 yıl)	14	20,9	1-10 Kişi	40	59,7
Ortaöğretim (Lise)	25	37,3	11-20 Kişi	21	31,3
Yükseköğretim	29	41,8	21 ve üzeri	6	9,0
Toplam	67	100,0	Toplam	67	100,0
İşletmedeki Görevi			Faaliyet Süresi		
Üst Düzey Yönetici	28	41,3	1 yıldan az	14	20,9
Orta Kademe Yönetici	39	55,7	1-10 yıl	39	58,2
Toplam	67	100,0	11 ve üzeri	14	20,9

Araç kiralama işletmelerinin çoğu (59,7) 1-10 kişi istihdam etmekte ve büyük bir bölümü (%79,1) bir yıldan fazla süredir faaliyet göstermektedir. Anketi cevaplayanları %41,3'ü üst düzey yönetici ve geri kalan %55,7'si de orta kademe yöneticiler oluşturmaktadır.

Tablo 3'e göre araç kiralama işletmelerinden %37,3'ü engelli müşteriye hizmet verirken % 62,7'si ise henüz hizmet vermemiştir. Bu durum; araç kiralama işletmelerinin engelli müşterilere hizmet verme oranının düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.İşletmelerin Engelli Müşterilere Hizmet Verme Durumu

Hizmet Verme Durumu	Sayı	Yüzde (%)
Evet	25	37,3
Hayır	42	62,7
Toplam	67	100,0

Araç kiralama işletmeleri yöneticilerinin, Türkiye'deki engelli pazarına bakış açılarını ortaya koyan sonuçlar Tablo 4'de özetlenmiştir. Ankette ortalama değerlerin yorumlanmasında yöneticilerin görüşlere katılma düzeyleri X ort=1-1,79 arası hiç, X ort=1,80-2,59 arası az, X ort=2,60-3,39 arası orta, X ort=3,40-4,19 arası yüksek ve X ort=4,20-5 arası çokyüksek olarak değerlendirilmiştir (Yaylı ve Öztürk, 2006).

Tablo 4'deki ilk soruda engellilerin turizme katılması yönünde, sivil toplum kuruluşları ve derneklere düşen görev konusunda yöneticilerin fikirleri alınmış, ilgili kuruluşların bu alanda etkin çalışmadıkları düşüncesine büyük oranda destek vermişlerdir. Bu sonuç Yaylı ve Öztürk'ün (2006, s. 92) araştırma bulguları ile de paralellik göstermektedir.

2 ve 3. sorular araçların bedensel engelli müşterilere uygun olup olmadığının test edilmesi amacı ile sorulmuştur. Ankete katılan yöneticilerin yarısından fazlası araçların bedensel engelliler için uygun olmadığı (X ort=4,13) ve özel otomobil üretilmesi gerekliliği (X ort=4,12) görüşüne katılmışlardır. Bu kapsamda işletmelerde otomatik vitesli araçlar fiziksel engelliler tarafından kullanılabilir. Ayrıca, özel tertibat ve donanımlar ile araçlar engellilerin kullanımına uygun hale getirilebilir.

Yöneticiler, mevcut ulaşım alt yapısının (X ort=3,76) ve çevresel düzenlemelerin engellilere uygun olmadığını (X ort=3,98) belirtmişlerdir. Söz konusu bu çalışma daha önceki çalışmalarla (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 14, Atıcı, 2008, s. 41-43, Arıcı, 2010, s. 75) tespit edilen engellilere yönelik çevresel düzenlemelerin uygun olmadığı sonucu ile paralellik göstermektedir.

Bedensel engellilere hizmet sunmada personelin eğitimi de son derece önemlidir. Konu ile ilgili yöneticilerin yarısından fazlası fiziksel engellilere hizmet vermede çalışanların yeterli bilgi düzeyinde olmadıkları (X ort=3,84) görüşüne katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu durum sektörde çalışanların konu ile ilgili bilgi eksikliğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bedensel engelli pazar yapısını ortaya koymak amacı ile oluşturulan son 2 soruya göre, yöneticilerinin önemli çoğunluğu yöneticilerin bedensel engelli pazarın farkında olmadıkları (X ort=3,63) ve yeterince para kazandırmadığı (X ort=3,64) görüşüne katılmaktadır. Bu sonuçlar Eryılmaz, (2010, s. 293)'ün yaptığı araştırma sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Tablo 4.Yöneticilerin Engelli Pazarı Konusundaki Görüşleri

İFADELER	1:Hiç Katılmıyorum; 5:Tamamen Katılıyorum					Ort.	Std.S.
	1	2	3	4	5		
Bu alandaki dernekler etkin çalışmamaktadır	0 (0,00)	0 (0,00)	15 (22,4)	28 (41,8)	24 (35,8)	4,14	,756
Otomobillerin mevcut yapıları bedensel engellilere uygun değildir	1 (1,5)	2 (3,0)	7 (10,5)	34 (50,7)	23 (34,3)	4,13	,837
Bedensel engelliler için özel tasarlanmış otomobiller üretilmelidir	1 (1,5)	12 (17,9)	0 (0,00)	31 (46,3)	23 (34,3)	4,12	,807
Çevresel düzenlemeler bedensel engellilere uygun değildir	1 (1,5)	5 (7,5)	12 (17,9)	25 (37,3)	24 (35,8)	3,98	,992
Araç kiralama işletmelerinde çalışan personelin engellilere hizmet verme bilgi düzeyleri yetersizdir	3 (4,5)	3 (4,5)	15 (22,4)	27 (40,3)	19 (28,4)	3,84	1,038
Ulaşım alt yapısı bedensel engellilere uygun değildir	3 (4,5)	8 (11,9)	11 (16,4)	25 (37,3)	20 (29,9)	3,76	1,142
Engelliler pazarı yeterince para kazandırmamaktadır	1 (1,5)	6 (9,9)	22 (32,8)	25 (37,3)	13 (19,4)	3,64	,948
Yöneticiler engelli pazarının farkında değildirler	1 (1,5)	7 (10,4)	22 (32,8)	23 (34,3)	14 (20,9)	3,63	,982
Cronbach's Alfa=,80							

Araç kiralama işletmelerinin engelli müşteriler için uygunluk durumu Tablo 5’de aktarılmıştır. Buna göre;engelli müşteriler açısından işletmenin girişi, park alanları, geniş kapılı ve koridorlu araçlar (8 ve daha fazla kişi taşıma kapasitesine sahip araçlar) en uygun ünitelerdir. Bunun dışındaki ekstra maliyet gerektiren panoramik ayna, transfer tahtası, engelli aracı, direksiyon topuzu, elektrikli engelli rampası, döner koltuk, ve el kontrol cihazı gibi donanım ve ünitelerin yeterli olmadığı görülmektedir. Buradan anlaşıldığı üzere yasal zorunluluk (işletme girişi, park alanları) dışındaki üniteler için henüz engelli pazarına yönelik yatırımlar yeterli düzeyde değildir.

Tablo 5.İşletmelerin Engelli Müşterilere Uygunluk Durumu

İşletmenin Sunduğu İmkânlar	Uygun (f)	Yüzde (%)	Uygun Değil (f)	Yüzde (%)	İlgili Ünite Yok (f)	Yüzde (%)	n
Park Alanları	33	49,3	14	20,9	20	29,9	67
İşletmenin Girişi	29	43,3	17	25,4	21	31,3	
Geniş Kapı ve Koridorlu Araç	30	40,3	10	14,9	27	44,8	
Panoramik Ayna	9	13,4	15	22,4	43	64,2	
Transfer Tahtası	6	9,0	15	22,4	46	68,7	
Engelli Araçları (otomobil)	5	7,5	16	23,9	46	68,7	
Direksiyon Topuzu	4	6,0	12	17,9	51	76,1	
Elektrikli Engelli Rampası	4	6,0	10	14,9	53	79,1	
Döner Sürücü /Yolcu Koltuğu	3	4,5	14	20,9	50	74,6	
El Kontrol Cihazı	3	4,5	15	22,4	49	73,1	

Aşağıdaki Tablo 6, araç kiralama işletmesi yöneticilerinin, engelli turistlerin araç kiralama pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler hususundaki görüşleri yansıtmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile sivil toplum kuruluşları (STK) arasında iş birliğinin sağlanması (Xort=4,29) ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerekliliği (Xort=4,28) hususlarına yöneticiler çok yüksek düzeyde katılmaktadır. Ayrıca, yasal düzenleme gerektiğine (Xort=4,18), personelin özel eğitim almasına (Xort=4,12), devletin engellilerin seyahati için özendirici tedbirler almasına (Xort=4,00), engelli işaretlemelerin yetersizliğine (Xort=4,00) engellilere özel araç kiralama işletmesi olması gerektiğine (Xort=4,00) ve işletmelerin tanıtım için yeterli dokümanlarının olmadığına (Xort=3,88) yöneticiler yüksek düzeyde katılmaktadır. Bu sonuçlara göre işletmelerin engelli pazarını için gerekli düzenlemeleri dış çevreden beklediği söylenebilir.

Tablo 6. Engelli Pazarı İçin Yapılması Gerekenler

İFADELER	1:Hiç Katılmıyorum; 5:Tamamen Katılıyorum					Ort.	Std. S.
	1	2	3	4	5		
Kültür ve Turizm Bakanlığı ve STK'lar ile iş birliği sağlamalı	0 (0,00)	0 (0,00)	6 (9,0)	36 (53,7)	25 (37,3)	4,29	,622
Tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmeli	0 (0,00)	0 (0,00)	7 (10,4)	34 (50,7)	26 (38,8)	4,28	,646
Bu konuda yasal düzenlemeye öncelik verilmelidir	0 (0,00)	1 (1,5)	8 (11,9)	36 (53,7)	22 (32,8)	4,18	,694
Hizmet personeli özel eğitimden geçirilmelidir	1 (1,5)	1 (1,5)	8 (11,9)	36 (53,7)	21 (31,3)	4,12	,788
Devlet bedensel engellilerin seyahate katılmaları hususunda özendirici tedbirler almalı	1 (1,5)	0 (0,0)	18 (26,9)	27 (40,3)	21 (31,3)	4,00	,852
İşletmelerde bedensel engellilere yönelik işaretlemeler yetersizdir	0 (1,5)	3 (4,5)	15 (22,4)	28 (41,3)	21 (31,3)	4,00	,852
İşletmelerin kendilerini bedensel engellilere tanıtımda yeterli dokümanları yoktur	1 (1,5)	3 (4,5)	16 (23,9)	30 (44,8)	17 (25,5)	3,88	,896
Bu konuda hizmet verecek ayrı bir işletme olmalıdır	1 (4,5)	6 (9,0)	13 (19,4)	25 (37,3)	20 (29,9)	3,79	1,10 8
Bedensel engelliye hizmet verme oldukça yüksek maliyet gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazar dilimidir	13 (19,4)	23 (34,3)	16 (23,9)	10 (14,9)	5 (7,5)	2,56	1,18 3
Herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur	25 (37,3)	26 (38,8)	12 (17,9)	3 (4,5)	1 (1,5)	1,94	,935
Cronbach's Alfa = ,66							

“Bedensel engelliye hizmet verme oldukça yüksek maliyet gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazar dilimidir” görüşüne yöneticiler pek katılmamaktadırlar (Xort=2,56). Ankete katılanların tamamına yakını “engelli pazarı için herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur” görüşüne katılmadıklarını belirtmişlerdir (Xort=1,94). Bu sonuçlar, Yaylı ve Öztürk’ün (2006, s. 93) araştırma bulguları ile de paralellik göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya nüfusunun yaklaşık %10’nunu oluşturan engelliler pazarı turizm endüstrisinin dikkate alması gereken önemli niş pazar konumundadır. Araştırmada işletmelerden %37’si gibi düşük bir oranının en az bir defa engellilere hizmet verdiği tespit edilmiştir. Engelli pazarı konusunda yöneticiler, ulaşım alt yapısı ve çevresel düzenlemelerin yetersizliği, pazarın farkında olunmaması ve pazarın yeterince para kazandırmaması, araçların engellilere uygun olmaması ve engelli otomobili üretilmesi gerekliliğine, engellilere hizmet vermede çalışanların yeterli bilgi eksikliği ve ilgili derneklerin bu konuda yeterli düzeyde çalışmadığını düşünmektedir.

Araç kiralama işletmelerinin engellilere en uygun üniteleri işletmenin girişi, park alanları, geniş kapılı ve koridorlu araçlara (8 ve daha fazla kişi taşıma kapasitesine sahip araçlar) sahip olmalarıdır. Ayrıca işletmelerde engelli aracı, transfer tahtası, panoramik ayna, döner koltuk, el kontrol cihazı, direksiyon topuzu ve elektrikli engelli rampası gibi üniteler ve donanımlar yeterli değildir.

Engelli pazarı için herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur (%75) görüşüne ve engelli pazarının göz ardı edilebilir bir pazar dilimi (%65) olduğuna yöneticiler katılmamaktadırlar. Ayrıca, yöneticiler devletin engelliler için özel tedbirler alması, işaretlemelerin yetersizliği, işletmelerin tanıtındaki yetersizliği, engelliler için araç kiralama işletmesi olması gerektiği, personelin eğitimi, yasal düzenleme yapılması, tanıtıma ağırlık verilmesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı ile sivil toplum kuruluşları arasında iş birliğinin sağlanması hususlarına yüksek düzeyde katılmıştır. Sonuç olarak, araştırma kapsamında bulunan araç kiralama işletmeleri yöneticilerinin engelli pazarını önemsedikleri ve gerekli düzenlemeleri yapma noktasında yetersiz oldukları tespit edilmiştir.

Ray ve Ryder (2003)’in vurgulandığı gibi engelli pazarı, günümüzde büyük bir niş pazarı oluşturmaktadır. Bundan dolayı araç kiralama işletmelerinin zaman geçirmeden engelliler için gerekli donanımsal alt yapıyı sağlayarak ve gerekli nitelikte kalifiye personel yetiştirerek bu pazara yönelmeleri gerekmektedir. Gerek devlet gerekse özel sektörün (şirketler, sivil toplum kuruluşları, dernekler vb.) koordinasyonu ve katkısı ile harekete geçirilecek bu pazar dilimi sayesinde turizm gelirlerinde ve istihdam oranında artış olacaktır.

Türkiye’de engellilere yönelik fiziki çevrenin engelliler için de ulaşılabilir olması, özel ve kamu toplu taşıma araçlarının engellilerin erişebilirliğine uygun olması, engelli insanların

topluma uyum sağlayabilmesine yönelik rehabilitasyon hizmetlerinin devlet tarafından sağlanması gibi yasal düzenlemeler yapılmıştır. Ekonomik anlamdaki destekler ise; taşıt alımlarında beş yılda bir defaya mahsus olmak üzere ilk ÖTV'den istisna tutulmaları, %40 ve üzeri engelli ve engelli yakınlarına engelli aylığı, bakıma muhtaç engelli aylığı ve engelli yakını aylığı bağlanmasıdır. Araç kiralama işletmelerine yönelik konaklama işletmelerinde olduğu gibi (toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az 1 oda olması) 80 ve üzerinde araca sahip işletmelerin en az bir engelli aracı bulundurması zorunlu hale getirilebilir.

Araç kiralama işletmeleri tüm engelli gruplarına yönelik hizmet verebilir. Şöyle ki, “H sınıfı” engelli sürücü belgesi alabilen engelli gruplarına (fiziksel, işitme ve konuşma engelli) otomatik vitesli ve özel tertibatlı engelli araçlar kiralanabilir. Diğer engelli gruplarına (görme ve zihinsel engelli) yönelik ise; şoförlü araç kiralama hizmetlerini pazarlayabilir. Ayrıca sektöre yeni giriş yapacak bir işletme Avrupa ve ABD’de olduğu gibi tamamen engelli niş pazarına yönelebilir.

Turizmin önemli unsurlarından ulaştırma fonksiyonunu yerine getiren araç kiralama işletmelerinin bu pazara yönelmesi engellilere bireysel hareket kabiliyeti sağlar. Ayrıca diğer turizm işletmelerine de olumlu yansımaları (havayolu, eğlence, yiyecek- içecek, konaklama kapasitesinin artışı) olacaktır.

Konu ile ilgili yapılacak daha sonraki araştırmalar için, ilgili çalışma tüm Türkiye’deki araç kiralama işletmelerini kapsayacak şekilde genişletilebilir. Araç kiralama işletmeleri engelli pazarına yönelik yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve kamu kurum kuruluşlarının bakış açıları değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Arıcı, S. (2010). Bedensel engellilerin turizm sektöründen beklentilerinin tespit edilmesine yönelik bir araştırma (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Atıcı, E. (2001). *Engelsiz yapıtlı çevre düzenlemelerinin mevzuat kapsamında incelenmesi*, (Yayınlanmamış uzmanlık tezi), Özürlüler İdaresi Başkanlığı, Ankara.
- Buhalis, D. ve Darcy, S. (2011). *Accessible tourism: concepts and issues*, UK: Channel View Publications.
- Camkurt, Z. M. (2013). *2022 sayılı kanuna göre engelliliğin tespiti ve engelliliğe dayalı aylıkların bağlanması işlemleri*, Mali Çözüm Dergisi, 119, 79-116.
- Card, A. J. (2003). *Aging and disability population trends: Their impact on tourism in the future*, e-Review of Tourism Research (eRTR), 1(1), 1-4.
- Cho, S. ve Rust, J. (2010). The flat rental puzzle, the review of economic studies. 77, 560-594.

- Ciochina, I. ve Iordache, M. C. (2012). *The increase in the level of accessibility in touristic services through the promotion of social tourism offers: Study conducted in Valcea*, Business & Leadership, 2, 85-105.
- Çizel, B., Sönmez, N. ve Akıncı, Z. (2012). *Antalya’da engelli turizminin gelişimi için arz ve talep üzerine bir araştırma*. Ankara: Yiğitler Matbaa.
- David, L. ve Kiss, N. (2011). *Destination development and management for disabled people*. Journal of Tourism Challenges & Trends, 4 (2), 113-122.
- Engelliler Hakkında Kanun, (2005). Kanun Numarası: 5378, Yayımlandığı Düstur: Tertip: 5 Cilt: 44.
- Eryılmaz, B. (2010). *Turizmde engelli pazarının değerlendirilmesi ve bodrum örneği*. Lisansüstü Tez Özetleri, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21 (2), 289-297.
- European Communities (2004). *Improving information on accessible tourism for disabled*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, ISBN 92-894-7678-8.
- Jaremen, E. D. (2013). The profile of the two main social tourism segments in Poland, Economics and Management, Ukrainian Food Journal, 3 (1), 86-95.
- Koca, C. (2010). *Engelsiz Şehirler Planlaması Bilgilendirme Raporu*. İstanbul: Dünya Engelliler Vakfı Yayınları.
- Maximiliano, K. (2011). *Rent-a-car industry: a case study in Argentina tourism: an international multidisciplinary*. Journal of Tourism, 6 (1), 271-280.
- Narsing, A., Sanders, T. Ve Ford, M. (2013). *A model for managing rental fleets in the new competitive landscape: maintenance, productivity, corporate branding and legal implications*, Academy of Information and Management Sciences Journal, 16.2, 85-102.
- Patterson, L., Darcy, S. ve Mönnighof, M. (2012). *Attitudes and experiences of tourism operators in Northern Australia towards people with disabilities*. World Leisure Journal, 54 (3), 215-229.
- Raskop, R. R. (1994). *Is the public being taken for a ride? the car rental industry: it’s policies, practices, and the public interest*, Doctoral Theses, California: Golden Gate University.
- Ray, N. ve M. Ryder M. (2003) “*Ebilities*” *tourism an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility disabled*. Tourism Management, 24(1), 57-72.
- Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) (2012). *Turizm Raporu*, TÜROFED Dergisi, Sayı:5.
- TÜRSAB [(Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) (2008)]. *Dünyada ve Türkiye’de Engelsiz Turizm Pazarı*. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı Raporu.
- Yaylı A. ve Öztürk, Y. (2006). *Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma*. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 17 (1), 87-97.
- Yürük, E. ve Avcı N. (2008). *Engelliler ve Turizm: Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Kavramsal Bir Karşılaştırma*. Avrasya Etütleri, 34/2, 109-125.

İnternet Kaynakları:

- Adapted Vehicle Hire (2014). Adapted cars, wheelchair accessible vehicles, non-adapted cars, [<http://www.adaptedvehiclehire.com>], (Erişim 18 Eylül 2014).
- Alamo Car Rental (2014). Customers with disabilities mobility devices, [https://www.alamo.com/en_US/car-rental/customers-with-disabilities.html], (Erişim 18 Eylül 2014).
- Disability Hire Vehicles (2014). Transport for the independent disabled traveller [<http://www.disabilitycarhire.com.au>], (Erişim 18 Eylül 2014).
- Avis Car Rental (2014). Products and services, [<http://www.avis.com/car-rental/content/display.ac?navId=T4M27S00>], (Erişim 28 Ağustos 2014).
- Budget Car Rental (2014). Smart services, [<http://www.budget.com/smartservices/rentersWithDisabilities>], (Erişim 28 Ağustos 2014).
- Caro Vermietung (2013). Wir bieten den Mietwagen, [<http://www.van-eupen.de/fileadmin/media/mietwagen/caro-flyer.pdf>], (Erişim 12 Şubat.2014).
- Gençyürek, Levent (2011). Engellilere taşıt alımında sağlanan ÖTV indiriminde yeni gelişmeler, [http://www.alomaliye.com/2011/levent_gencyurek_engellilere_tasit], [Erişim15 Ağustos 2014).
- Hertz Rent A Car (2014). Products And Services, [<https://www.hertz.co.uk/rentacar/productsandservices>], (Erişim 28 Ağustos 2014).
- Kılıç, R. (2010). Özürlü aylığı ve bakım parası almanın şartları, [<http://www.engelliler.net/ozurlu-ayligi-ve-bakim-parasi-almanin-sartlari>], (Erişim 18 Ağustos 2014).
- Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (2006). Accessible tourism: understanding an evolving aspect of australian tourism, [<http://www.tourism.wa.gov.au/Publications%20Library/Access%20all%20Areas/CRC%208017%20Accessible%20TourismFINAL.pdf>], (Erişim 20 Ağustos 2014).
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2002). Engelli istatistikleri, [<http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod>], (Erişim 15 Ağustos 2014).

OTEL İŞLETMELERİNİN BÜYÜKLÜKLERİNE GÖRE STRATEJİK YÖNETİM VE ARAÇLARINI UYGULAMA ANLAYIŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Murat ÖDEMİŞ

*Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
mrodemis@gmail.com*

Mehmet YEŞİLTAŞ

*Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ymehmet@gazi.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, Ankara'daki otel işletmelerinin büyüklüklerine (yıldızlarına) göre stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında farklılaşma olup olmadığını belirlemektir. Ayrıca bu çalışmada otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışları, faaliyet şekillerine ve menşelerine göre de incelenmiştir. Çalışmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmış ve Ankara'da bulunan 106 otelin üst yöneticilerine anket soruları yöneltilmiştir. Çalışmada, otel işletmelerinin en çok ve en az kullandığı stratejik yönetim araçlarına ilişkin elde edilen sonuçlar genel anlamda değerlendirilmiştir. Otel işletmelerinin yıldızlarına ve ayrıca faaliyet şekillerine ve menşelerine göre uygulama anlayışlarına ilişkin sonuçlar ise, MANOVA testinden yararlanılarak analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. Sonuç olarak bu çalışma; otel işletmelerinin, stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarının yıldızlarına göre farklılaştığını, ancak faaliyet şekillerine ve menşelerine göre farklılaşmadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Stratejik Yönetim, Stratejik Yönetim Araçları, Stratejik Yönetim ve Araçları Uygulama Anlayışları, Otel İşletmeleri.*

GİRİŞ

Bu çalışmanın temel amacı, otel işletmelerinin büyüklüklerine göre stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarını belirlemektir. Ayrıca bu çalışmada otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışları faaliyet şekillerine (bağımsız ve zincir ya da grup) ve menşelerine (yerli, yabancı ve yerli-yabancı ortaklık) göre de incelenmiştir. Bu araştırmada otel işletmelerinin büyüklüklerinin ölçütü olarak, yıldızları (bir, iki, üç, dört ve beş yıldız) dikkate alınmıştır. Büyüklük ölçütü olarak otel yıldızlarının dikkate alınmasının nedeni, otellerin oda sayısındaki ve diğer niteliklerindeki artışa bağlı olarak yıldızlarının da yükselmesidir. Çalışmada; otel işletmelerinin öncelikle stratejik yönetim araçları tercihleri belirlenmiş ve ardından otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışları büyüklüklerine, faaliyet şekillerine ve menşelerine göre kıyaslanmıştır. Çalışmanın söz konusu amaçları doğrultusunda, aşağıda belirtilen hipotezler çalışma boyunca sırasıyla sınanmıştır.

1. H0: Otel işletmelerinin büyüklüklerine (yıldızlarına) göre, stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında anlamlı farklılık yoktur.
H1: Otel işletmelerinin büyüklüklerine (yıldızlarına) göre, stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında anlamlı farklılık vardır.

2. H0: Otel işletmelerinin faaliyet şekillerine göre, stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında anlamlı farklılık yoktur.
H1: Otel işletmelerinin faaliyet şekillerine göre, stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında anlamlı farklılık vardır.
3. H0: Otel işletmelerinin menşelerine göre, stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında anlamlı farklılık yoktur.
H1: Otel işletmelerinin menşelerine göre, stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında anlamlı farklılık vardır.

STRATEJİK YÖNETİM VE OTEL İŞLETMELERİ

Stratejik Yönetim Anlayışı

Günümüzde işletmelerin yüzleşmek zorunda olduğu iş çevresindeki belirsizlikler tahmin edilemeyecek düzeye ulaşmış ve global olarak birçok alanda yaşanan derin değişimler, organizasyonların işlerini giderek karmaşıklaştırmıştır. Organizasyonların söz konusu değişim ve belirsizlik ortamına ayak uydurabilmesi noktasında, stratejik yönetim anlayışı günümüzde hem akademik anlamda hem de iş dünyasındaki gelişimini halen sürdürmektedir (Reimann, 1985).

Bowman ve Asch'e (1992) göre stratejik yönetim, stratejik kararlar oluşturma ve uygulama sürecidir, başka bir deyişle stratejik yönetim, organizasyonların stratejik anlamdaki değişim çabalarının yönetimiyle ilgilidir. Ertuna'ya (2008) göre stratejik yönetim anlayışı; işletmelerin belirlemiş olduğu hedeflere ulaşmalarını sağlayacak politikaların belirlenmesi ve tanımlanmasının ardından, söz konusu politikaların uygulamalarının izlenmesi sürecini ifade etmektedir. Dinçer (2004) ise stratejik yönetimi; etkili stratejilerin geliştirilmesi, uygulanması ve uygulanan stratejilerin sonuçlarının değerlendirilmesi ve kontrol edilmesine yönelik alınan kararlar ve yürütülen faaliyetler olarak tanımlamaktadır. Dess ve Lumpkin'e (2003) göre stratejik yönetim, organizasyonların pazarda rekabet avantajı elde etmek ve pazardaki rekabetçi avantajlarını sürdürebilmek amacıyla yapmış oldukları analizler, aldıkları kararlar ve yürüttükleri faaliyetler olarak tanımlanmaktadır.

Stratejik yönetim süreci yedi aşamadan oluşmaktadır. İşletmelerde stratejik bilincin oluşmasıyla birlikte uygulanma imkânı bulan stratejik yönetim sürecinin diğer basamaklarını; stratejistlerin seçilmesi ve görevlendirilmesi, stratejik analiz, stratejik yönlendirme, strateji oluşturma, stratejik uygulama ve stratejik kontrol aşaması oluşturur (Ülgen ve Mirze, 2010).

Stratejik yönetim anlayışı, günümüz rekabet koşullarında işletmelerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek dinamik bir anlayışı yansıtmaktadır. Stratejik yönetim felsefesi, işletmelerin en önemli kaynağı insan faktörünü stratejik boyutta ele alma, ayrıca insan faktörünü değişen koşullara kendini adapte eden ve belirsiz durumlara karşı sürekli hazırlıklı davranan

stratejik bilince sahip bir varlığa dönüştürme amacını taşımaktadır.Stratejik yönetim organizasyonların değişime ayak uydurabilmelerini sağlamakla beraber, onların değişimi yönetebilen ve değişimi kendi üreten, belirsizlikleri azaltabilme kabiliyetine sahip bir organizmaya ya da kurumsal bir kimliğe dönüşmelerine imkân tanıyarak potansiyellerini gün yüzüne çıkarmalarını sağlamaktadır.

Turizm ve Otel Sektöründe Stratejik YönetimAnlayışı

Kaya (2010) çalışmasında; örgüt kaynakları temel olarak beşeri, fiziksel, finansal ve bilgi/teknolojik içerikli olan konaklama işletmelerinde, bu kaynakların optimal düzeyde kullanılmasının konaklama sektöründeki yoğun rekabet, talebin değişken ve esnek yapısı ve iş gücü devir hızının yüksekliği gibi hassas ve dinamik özelliklerinden ötürü güçleştiğini belirtmektedir. Stratejik yönetim anlayışı, bu hassas ve dinamik yapının etkin bir şekilde yönetilebilmesi noktasında konaklama işletmeleri açısından ideal bir yönetim anlayışıdır.

Literatürde turizm ve otel sektöründe stratejik yönetim anlayışını ele alan bazı önemli çalışmalardan bahsetmek yararlı olacaktır. Olsen ve Roper (1998) konaklama endüstrisinde gerçekleştirilen stratejik yönetim araştırmaları kapsamında; konaklama endüstrisinde stratejik planlama, rekabetçi avantaj, uluslararasılaşma ve stratejik uygulama gibi konularla ilgili yapılan çalışmaları incelemişlerdir. Ayrıca Olsen ve Roper'e (1998) göre konaklama endüstrisi ile ilgili oluşturulan stratejik yönetim literatürü, stratejik yönetimin ana görüşleri doğrultusunda gelişimini sürdürmektedir.Olsen'in 2004 yılında yaptığı çalışmada ise, 2002-2003 yılları arasında konaklama endüstrisinde stratejik yönetimle ilgili yapılan çalışmalar incelenmiş ve alanla ilgili yaşanan temel sorunlar ve ihtiyaçlar belirlenmeye çalışılmıştır. Böylece yapılan çalışmaların sektörde stratejik yönetim anlayışının benimsenmesi ve uygulanması konusunda, daha çok çaba harcaması gerektiği sonucuna varılmıştır. Diğer bir deyişle;Olsen (2004) konaklama endüstrisindeki stratejik yönetim uygulamaları ile ilgili yapılan çalışmalarda ortaya konulan teorilerin, konaklama işletmelerinde uygulama alanı bulması anlamında bazı sıkıntıların yaşandığını belirtmektedir.

Okumuş'un 2002 yılında yaptığı çalışmada ise, konaklama araştırmacılarının stratejik yönetim literatürüne katkı sağlayıp sağlamadığı sorgulanmakta ve buna yönelik olarak bazı önerilerde bulunmaktadır. Okumuş'a (2002) göre, konaklama işletmelerinde stratejik yönetimi ele alan çalışmalarda niteliksel ve niceliksel bazı sorunlar bulunmaktadır. Okumuş (2002), stratejik yönetim ile ilgili ortaya konulan ana görüşler ile, konaklama endüstrisinde stratejik yönetimi ele alan çalışmaların yansıttığı görüşler arasında büyük farklılıklar ve boşluklar olduğunu belirlemiş ve Olsen ve Roper'in (1998) konaklama endüstrisinde stratejik yönetimi ele alan literatür çalışmalarının stratejik yönetimin ana görüşleri doğrultusunda gelişme göstermekte olduğuna dair görüşüne karşı çıkmıştır. Okumuş (2002) bu sorunların çözümüne yönelik olarak, konaklama araştırmacılarının stratejik yönetim alanında yapmış oldukları çalışmaları stratejik yönetimin ana görüşünü ele alan konferans ve gazetelerde daha fazla sunmaları ve bu alanda yapılan çalışmaların

farklı kültürel yapıya sahip araştırmacıların çalışmalarını da dikkate alması gerektiğini vurgulamaktadır.

Yukarıdaki çalışmalar dikkate alındığında, akademik olarak doğrudan konaklama işletmelerinde ve özellikle otel işletmelerinde stratejik yönetimi ele alan çalışmaların niteliksel ve niceliksel olarak yetersiz olduğu görülmektedir ve alanla ilgili yapılan az sayıdaki çalışma ise, sektörün sorunlarını giderme ve ihtiyaçlarını karşılama konusunda yetersiz kalmaktadır. Bu anlamda bu alanda yapılacak çalışmaların sektörün mevcut durumunu net bir şekilde yansıtması ve sorunlarına çözüm getirmeye çalışması gerekmektedir. Dolayısıyla bu alanda yapılacak çalışmalar, otel işletmelerinin faaliyet gösterdiği sektörün özelliklerini de dikkate alarak otel işletmelerinde sürdürülebilir bir organizasyon yapısının kurulmasına katkıda bulunmalıdır. Bu anlamda, bu çalışmanın literatüre önemli ölçüde katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

OTEL İŞLETMELERİNDE STRATEJİK YÖNETİM ARAÇLARI UYGULAMA ANLAYIŞLARI

Bu çalışmada *stratejik planlama*, *vizyon misyon bildirileri*, *benchmarking* (kıyaslama), *dış kaynak kullanımı*, *balanced scorecard* (dengeli ölçüm kartları), *temel (öz) yetenekler*, *tedarik zinciri yönetimi*, *toplam kalite yönetimi*, *Boston Danışma Grubu (BDG) büyüme ve pazar payı matrisi*, *SWOT analizi*, *müşteri ilişkileri yönetimi*, *stratejik işbirlikleri*, *değişim mühendisliği*, *öğrenen organizasyonlar*, *örgüt geliştirme*, *senaryo planlama* ve *arama konferansı* olmak üzere toplam 17 adet stratejik yönetim aracı; otel işletmelerinin tercihleri ve uygulama anlayışları bakımından incelenmiştir. Bu doğrultuda, söz konusu stratejik yönetim araçlarının literatürdeki tanımlarına kısaca değinilmesi yararlı olacaktır. **Stratejik planlama**, işletmenin mevcut durumunun gelecekteki yansımalarıyla ilgili elde edilen yeterli düzeydeki bilgiyle sistematik olarak işletmenin bugününe dair riskli birtakım kararlar alınmasına, bu kararların uygulanması için gereken çabaların sistematik olarak organize edilmesine ve organize edilen uygulamalarla ilgili beklentilerin karşılanıp karşılanmadığına yönelik alınan kararların sonuçlarının ölçülmesine ve bu aşamaların sistematik geri bildirimine dayanmaktadır (Drucker, 1994). **Vizyon ve misyon bildirileri**, işletme vizyon ve misyonunun örgüt içinde sözlü olarak ifade edilmesinin yanında yazılı olarak da aktarılmasını ifade etmektedir (Doğan, 2002). Zairi'ye (1992) göre **benchmarking** çalışmaları, işletmelerin hem kendilerinin hem de diğer işletmelerin iş süreçlerini, uygulamalarını, metodolojilerini devamlı olarak inceleyerek takip etmek suretiyle pazarda kendilerine rekabet avantajı sağlayacak en iyi uygulamaları tespit etme ve referans alma çabalarıdır. **Dış kaynak kullanımı**, işletmelerin temel yetenekleri ya da uzmanlıkları dışında kalan üretim alanlarında uzman ya da temel yeteneğe sahip olan diğer işletmelerin yüksek kalite ve düşük maliyet gibi uygun şartlar altında söz konusu ürünleri üretebilme avantajlarından yararlanmak üzere, diğer işletmelerle iş bölümü ve uzmanlaşma anlamında işbirliklerine gitmelerini ifade etmektedir (Ertürk, 2012). **Balanced scorecard** çalışmaları; işletmelerin finansal performansı, müşterilere ilişkin performansı, işletme içi süreçlerin performansı ve örgüt çalışanlarının öğrenme ve gelişme düzeyi olmak üzere dört ana

perspektifinölçülmesiyle elde edilen işletme performansı sonuçlarına göre, işletme hedeflerinin ve stratejilerinin belirlenmesini amaçlamaktadır (Kaplan ve Norton, 1996a, 1996b). **Temel yetenekler**;bir işletmeyi diğer işletmelerden farklılaştıran, işletmelerin vizyonlarını gerçekleştirmelerinde temel role sahip ve diğer işletmelerce taklit edilmesi güç olan bilgi, beceri ve yetenekler olarak ifade edilmektedir (Koçel, 2010). **Tedarik zinciri yönetimi**;müşteriler ve diğer paydaşlar açısından değer üreten ürünleri, hizmetleri ve gerekli bilgileri tedarik eden orijinal tedarikçi ile nihai tüketici arasında önem arz eden iş süreçlerinin bütünselik olarak yönetilmesidir (Kunt ve Yalçın, 2012).**Toplam kalite yönetimi**;yönetim kademesi de dahil bireysel, grupsal ve organizasyonel anlamda, kısacası organizasyonun her türlü çalışma düzeyinde organizasyon performansının devamlı olarak iyileştirilmesi anlamını taşımaktadır (Berlin, 1994; Kanji ve Ascher, 1993).**BDG büyüme ve pazar payı matrisi**;işletmenin her bir stratejik iş biriminin, bulundukları sektörün büyüme hızı ve pazardaki rakiplere oranla göreceli rekabetçi güçleri dikkate alınarak analiz edilmelerini sağlamaktadır (Ülgen ve Mirze, 2010).**SWOT analizi**, genel olarak dış çevre analizi ve işletme içi analiz sonuçlarının birlikte değerlendirilmesine dayanan bir matrisi yansıtmaktadır (Dyson, 2004). **Müşteri ilişkileri yönetimi**; işletmelerin müşterileriyle olan ilişkilerini müşterilerin istediği şekilde biçimlendirmek üzere, onlar hakkında gereken bilgilerin elde edilmesini amaçlamaktadır (Murillo ve Annabi, 2002) ve günümüzde işletmelerin mevcut pazar koşullarında rekabet avantajlarını sürdürebilmeleri noktasında önemli bir stratejik araçtır (Sigala, 2005). İşletmeler,temel ya da rekabetçi stratejilerini uygularken**stratejik işbirliklerindensıkça** yararlanmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2010). Ayrıca stratejik işbirlikleri;farklı temel yeteneklere sahip organizasyonların etkileşime girerek, farklı yönlerini karşılıklı olarak paylaşmak suretiyle öğrenmeye başlamalarını ve öğrenmeye dayalı başarı şanslarını artırmalarını sağlamaktadır (Kale, Singh ve Perlmutter, 2000).**Değişim mühendisliği**; işletmenin maliyet, kalite, hizmet ve hız gibi günümüzün en önemli performans çıktılarında çok etkileyici gelişmeleri sağlamak üzere iş süreçlerinin yeni baştan ele alınmasını ve radikal olarak yeniden tasarlanmasını ifade etmektedir (Hammer ve Champy, 1996) ve bu düşünceye göre yenilik fikri süreklilik arz etmez (Hammer, 1990; Malhotra, Grover ve Desilvio, 1996). Senge'ye (1998) göre**öğrenen organizasyonlar**;sistem düşüncesi, kişisel hakimiyet (ustalık), zihni modeller, paylaşılan bir vizyonun oluşturulması ve takım halinde öğrenme olmak üzere beş temel disipline göre şekillenen bir yapıyı ifade etmektedir.Özen (1991, s. 92); **örgüt geliştirmeyi**; “örgütsel etkililiği ve sağlığı artırmak amacıyla, üst yönetimin desteği ve bir danışmanın yardımı ile örgüt üyelerinin, bütüncül bir yaklaşım ve planlı bir süreç içinde örgütün insan, yapı ve yöntem boyutlarında gerçekleştirdikleri değişim çabalarıdır” şeklinde tanımlamaktadır.Wright'a (2000) göre**senaryo planlama**, işletmelerin geleceğe ilişkin senaryolar geliştirmek suretiyle organizasyon içinde örgütsel anlamda öğrenmeyi ve etkili stratejiler geliştirebilecek bir organizasyon yapısını etkin kılmayı amaçlamaktadır. **Arama konferansı** ise;organizasyon bünyesinde ortak akıl yaratmaya yönelik olarak gerçekleştirilen bir katılım tekniğini ifadeetmektedir(Aktan, 2008; Arslan, 2010).

Turizm ve otel sektöründe stratejik yönetim araçlarını ele alan, özellikle çoğu uluslararası literatüre ait çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Peters ve Buhalis'in 2004 yılında küçük aile şirketlerine ait otel işletmeleri üzerinde stratejik planlama uygulamalarını ele alan bir çalışması bulunmaktadır. Sufi ve Lyons'un 2003 yılında konaklama işletmelerinde "misyon bildirilerini" ele alan çalışması, Tsang ve Chen'in (2013) Tayvan'daki otel işletmelerini performans bakımından kendi aralarında kıyaslayarak değerlendirdiği "benchmarking" çalışması, Lamminmaki'nin (2007) otellerin büyüklüklerine göre dış kaynak kullanımının yoğunlaştığı ve az tercih edildiği otel departmanlarını belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirdiği çalışma, Lodrige-Kover ve Parke'nin (2006) Hilton otellerinde balanced scorecard uygulamalarını incelemiş olduğu çalışma, turizm ve otel sektöründe gerçekleştirilen çalışmalara birer örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca turizm ve otel sektörü kapsamında; "tedarik zinciri yönetimi" alanında Tigu ve Calaretu'nun (2011), Zhang, Song ve Huang'ın (2009) çalışmaları; "toplam kalite yönetimi" alanında H. Min ve H. Min'in (2005) çalışmaları; "stratejik işbirlikleri" alanında Preble, Reichel ve Hoffman'ın (2000), Clathoth ve Olsen'in (2003) çalışmaları; "öğrenen organizasyonlar" alanında Bayraktaroğlu ve Kutanis'in (2003) çalışmaları; "senaryo planlama" alanında Yeoman'ın (2005), Page, Yeoman, Connel ve Greenwood'un (2010) çalışmaları bulunmaktadır.

Bununla birlikte, otel işletmelerinde stratejik yönetim ve araçlarını bütüncül bir yaklaşımla ele alan çalışma yok denecek kadar azdır. Şentürk'ün (2010) bu alanda yapmış olduğu araştırmada; otel işletmelerinin stratejik yönetime verdiği önemin giderek arttığı ve bu gelişmenin dört ve beş yıldızlı otellerde daha hızlıken, üç yıldızlı otellerde daha yavaş gerçekleştiği ortaya çıkmıştır. Şentürk (2010) söz konusu çalışmasında üç, dört ve beş yıldızlı otellerin stratejik yönetim araçlarını seçerken; örgüt içinde bir yenilik getirip getirmediğini, kontrol mekanizmasının geleceğe yönelik stratejik kararlarını kolaylaştırıp kolaylaştırmadığını ve bu aracın örgüt kültürleriyle uyum gösterip göstermediğini dikkate aldıklarını belirtmektedir. Bu araştırmanın sonuçları, otel işletmelerinin stratejik yönetim araçları tercihlerinin yıldızlarına göre farklılık oluşturup oluşturmadığına yöneliktir. Bununla birlikte otel işletmelerinin benimsemiş oldukları stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarında, genel anlamda büyüklüklerinin etkisini ölçen kapsamlı bir çalışma bulunmamaktadır. Bu anlamda otel işletmelerinin büyüklüklerine göre incelenmesi, literatürde bu alanda yaşanan boşluğun doldurulabilmesi için oldukça önemlidir.

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Ankara'da faaliyet gösteren otel işletmelerinin üst yöneticileridir. Araştırma evreni olarak Ankara'nın seçilmesinin nedeni, Ankara'daki otel işletmelerinde ve özellikle şehir otellerinde stratejik yönetim anlayışını inceleyen bir çalışmanın bulunmamasıdır. Bu araştırmada, evren içerisinde evreni temsil edebilecek düzeyde

örneklem seçilmiştir. Örneklem seçiminde seçkisiz örnekleme yöntemlerinden tabakalı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 31 Ocak 2014 verilerine dayanarak, Ankara'da yıldız statüsüne sahip turizm işletme belgeli toplam 146 otelin bulunduğu tespit edilmiştir. 146 otel arasından seçkisiz örneklem yöntemine göre 106 otel (örneklem) belirlenmiştir. Bu çalışmada Ankara'daki otel işletmeleri yıldızlarına göre tabakalandırılmıştır. Çalışmada özellikle iki yıldızlı otellerin anket çalışmasına katılım hususunda, diğer yıldızlara göre daha isteksiz davranması ve söz konusu otellerin yöneticilerine ulaşılabilmesi, iki yıldızlı otellerde ve kısmen üç yıldızlı otellerde tabakalandırma sayılarına ulaşılmasını engellemiştir. Dolayısıyla 106 otel sayısına dört ve beş yıldızlı otellerin yüksek katılımı sayesinde ulaşılmıştır. Buna göre ulaşılan örneklem sayısı; bir yıldızlı otellerde 1, iki yıldızlı otellerde 20 (tabakalandırmaya göre 25), üç yıldızlı otellerde 37 (tabakalandırmaya göre 38), dört yıldızlı otellerde 32 (tabakalandırmaya göre 30) ve beş yıldızlı otellerde ise 16'dır (tabakalandırmaya göre 12).

Veri Toplama Tekniği

Çalışmada, veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Söz konusu anketin birinci bölümünde; yöneticilerin mesleki unvanlarını ve otellerinin büyüklüklerini (yıldızlarını), faaliyet şekillerini ve menşelerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Anketin diğer bölümleri ise, otel işletmelerinin kullanmış oldukları stratejik yönetim araçlarını ve stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarını belirlemeye yöneliktir. Anketin geliştirilmesi sürecinde, 2010 yılında Faruk Kerem Şentürk'ün yüksek lisans tezinde başka bir çalışmadan çevirerek kullanmış olduğu anketten esinlenilmiş ve bu anketten bazı uyarlamalar yapılmıştır. Anketin ölçüm güvenirliğinin belirlenmesinde, Cronbach Alpha (α) (derecelendirmeli cevap seçenekleri) yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada yer alan otel işletmelerinin verdikleri cevaplar üzerinde yapılan ölçüm güvenirliği çalışması sonuçlarına göre, Cronbach Alpha (α) katsayısı 0,956 bulunmuştur. Dolayısıyla genel anlamda anketin güvenirliğinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Anket uygulaması; yüz yüze görüşme ve anketlerin dağıtımı ve doldurulmasının ardından toplanması (94 anket), mail (5 anket) ve telefon görüşmesi (7 anket) yolu ile gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Otellerin Yıldızlarına, Faaliyet Şekillerine, Menşelerine ve Stratejik Yönetim Araçları Tercihlerine İlişkin Bulgular

Anket sorularına cevap veren katılımcı durumundaki üst yöneticiler; Genel Müdür ya da Müdür=Otel Sahibi (Bir, İki ve Üç yıldızlı otellerde), Otel Sahibinden Bağımsız Genel Müdür, Müdür, Departman Müdürleri ya da Sorumluları ve Bölüm Şeflerinden (Genellikle İki ve Üç Yıldızlı Otellerde Otel Sahibinden ya da Genel Müdür'den sonra en yetkili kişilerden) oluşmaktadır.

Ankete katılan üst yöneticilerin; otellerinin yıldızlarına, faaliyet şekillerine ve menşelerine ilişkin sorulara verdikleri cevapların sayı ve yüzde olarak dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 1. Çalışmada Yer Alan Ankara'daki Otellerin Yıldızlarına, Faaliyet Şekillerine ve Menşelerine Göre Sayı ve Yüzde Olarak Dağılımı

Yıldız	Faaliyet Şekli	Menşei			
		Yerli	Yabancı	Yerli Yabancı Ortaklık ve	Toplam
Bir Yıldızlı Oteller	Bağımsız	1 (%100)	-	-	1 (%100)
	Toplam	1 (%100)	-	-	1 (%100)
İki Yıldızlı Oteller	Bağımsız	19 (%95)	-	-	19 (%95)
	Zincir ya da Grup	1 (%5)	-	-	1 (%5)
	Toplam	20 (%100)	-	-	20 (%100)
Üç Yıldızlı Oteller	Bağımsız	32 (%86,5)	-	-	32 (%86,5)
	Zincir ya da Grup	5 (%13,5)	-	-	5 (%13,5)
	Toplam	37 (%100)	-	-	37 (%100)
Dört Yıldızlı Oteller	Bağımsız	25 (%78,1)	-	-	25 (%78,1)
	Zincir ya da Grup	5 (%15,6)	1 (%3,1)	1 (%3,1)	7 (%21,9)
	Toplam	30 (%93,8)	1 (%3,1)	1 (%3,1)	32 (%100)
Beş Yıldızlı Oteller	Bağımsız	4 (%25)	-	-	4 (%25)
	Zincir ya da Grup	6 (%37,5)	6 (%37,5)	-	12 (%75)
	Toplam	10 (%62,5)	6 (%37,5)	-	16 (%100)

Toplamda Ankara'daki 106 otelin değerlendirildiği bu çalışmada, Ankara'da bulunan iki adet bir yıldızlı otelden yalnızca birine yer verilebilmiştir. Ankara'daki ve bu çalışmadaki otellerin büyük çoğunluğu üç yıldızlı otellerden (37 Otel) oluşmaktadır. Araştırmada bazı çarpıcı sonuçlar da ortaya çıkmıştır. Çalışmada yer alan otellerin büyük çoğunluğu bağımsız otellerden oluşmaktadır. Beş yıldızlı otellerin %75'i zincir ya da grup otellerden oluşmaktadır. Ayrıca bir, iki ve üç yıldızlı otellerde yabancı otel bulunmazken, dört yıldızlı otellerde bir adet bulunmaktadır. Tabloda, yabancı yatırımların neredeyse tamamının beş yıldızlı otellere yöneldiği görülmektedir. Dolayısıyla, çalışmada yer alan otellerin büyük çoğunluğu yerli menşelidir. Verilen cevaplara göre, yerli ve yabancı ortaklık yalnızca dört yıldızlı otellerde bir adet bulunmaktadır ve bu otel, faaliyet şekli bakımından zincir ya da grup oteldir. Yerli otellerin büyük çoğunluğu, bağımsız otel (81 otel bağımsız iken, 17 otel zincir ya da grup) iken, yabancı otellerin tamamı (7 otel) ise zincir ya da grup oteldir.

Otellerin yıldızlarına, faaliyet şekillerine ve menşelerine göre stratejik yönetim araçları tercihlerine ilişkin sonuçlara göre; en çok tercih edilen aracın Müşteri İlişkileri Yönetimi (106 otelden 89'u) olduğu tespit edilmiştir. Ardından ise sırasıyla Toplam Kalite Yönetimi (73 otel), Benchmarking (69 otel), Stratejik Planlama (68 otel) vd. gelmektedir. En az

kullanılan stratejik yönetim araçları ise; BDG Büyüme ve Pazar Payı Matrisi (106 otelden 12'si), Değişim Mühendisliği (106 otelden 16'sı), Balanced Scorecard (106 otelden 24'ü) ve Dış Kaynak Kullanımı (106 otelden 28'i)'dir. Bununla birlikte yalnızca beş yıldızlı bir otelin üst yöneticisi, bu çalışmada belirtilen 17 aracın dışında bir başka stratejik yönetim aracı olarak PESTEL Analizi'nin hizmet sektörü versiyonunu kullandığını “diğerleri” seçeneğini kullanarak belirtmiştir.

Otellerin Stratejik Yönetim ve Araçlarını Uygulama Anlayışlarına İlişkin Bulgular

Çalışmanın amaçları doğrultusunda belli hipotezler belirlenmiştir. Otel işletmeleri, çalışmanın esas amacına bağlı olarak öncelikle büyüklüklerine (yıldızlarına) göre ve ardından ise aynı yıldız statüsüne sahip otel işletmeleri kendi aralarında faaliyet şekillerine ve menşelerine göre, aşağıda belirtilen hipotezler paralelinde sınanmış ve değerlendirilmiştir. Araştırmada hipotezlerin değerlendirilmesinde çok faktörlü varyans analizinden (Tek Yönlü MANOVA) yararlanılmıştır. Araştırmada, bir yıldızlı otelin yalnızca bir adet bulunması ve dolayısıyla kıyaslamanın anlamlı kılınması adına bir ve iki yıldızlı oteller aynı grupta içinde “yıldızlı üçün altındakiler” adı altında birleştirilerek birlikte analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. İlk olarak, MANOVA testi sonuçları ile uygulama anlayışlarının yıldızlara göre farklılaşıp farklılaşmadığının genel olarak ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda söz konusu hipotezler şu şekildedir:

H0: Otel işletmelerinin büyüklüklerine (yıldızlarına) göre stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Otel işletmelerinin büyüklüklerine (yıldızlarına) göre stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık vardır.

Önceden belirtildiği gibi, MANOVA testinde bir ve iki yıldızlı oteller aynı grupta içinde değerlendirilmiştir. MANOVA testi sonuçları aşağıdaki tabloda ayrıntılı bir şekilde gösterilmektedir.

Tablo 2. Otel İşletmelerinin Yıldızlarına Göre Stratejik Yönetim ve Araçlarını Uygulama Anlayışlarında Farklılaşma Olup Olmadığına Yönelik Bulgular

Etki		Değer	F	Hipotez Sd	P
Yıldız	Pillai's Trace	0,905	1,541	69,000	,009
	Wilk's Lambda	0,315	1,643	69,000	,003
	Hotelling's Trace	1,526	1,740	69,000	,001
	Roy's Largest Root	0,929	3,313	23,000	,000

MANOVA testi sonuçlarına göre, otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarının yıldızlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. “Wilks Lambda” sonucu dikkate alındığında; $F(69,000)=1,643$; $p<,05$ ($p=,003$), farklılık olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle; bu bulgu, uygulama anlayışları puanlarından oluşan doğrusal bileşenden sağlanacak puanların otellerin

yıldızlarına göre farklılaştığını göstermektedir. Dolayısıyla bu durumda, H1 araştırma hipotezi kabul edilmiştir.

Bu çalışmada otellerin büyüklükleri (yıldızları) yanında, faaliyet şekilleri ve menşeleri de incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda otellerin faaliyet şekillerine ve menşelerine göre uygulama anlayışlarının analizinde, otellerin yıldızları hareket noktası olarak kabul edilmiş ve her otel işletmesi kendi yıldız statüsü kapsamında faaliyet şekillerine ve menşelerine göre değerlendirilmiştir. Dengeli dağılım göstermeleri sebebiyle, faaliyet şekillerine ve menşelerine göre kıyaslama yapılması anlamlı bulunan yıldız statülerine ilişkin analiz ve değerlendirmeler aşağıda ayrıntılarıyla verilmiştir.

H0: Üç yıldızlı otellerin faaliyet şekillerine göre uygulamaanlayışlarındaanlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Üç yıldızlı otellerin faaliyet şekillerine göre uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 3. Üç Yıldızlı Otellerin Faaliyet Şekillerine Göre Uygulama AnlayışlarındaFarklılaşma Olup Olmadığına Yönelik Bulgular

Etki		Değer	F	Hipotez Sd	P
Yıldız	Pillai's Trace	0,672	1,158	23,000	,403
	Wilk's Lambda	0,328	1,158	23,000	,403
	Hotelling's Trace	2,048	1,158	23,000	,403
	Roy's Largest Root	2,048	1,158	23,000	,403

MANOVA testisonuçlarına göre, üç yıldızlı otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarının faaliyet şekillerine (bağımsız ve zincir ya da grup) göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. “Wilk's Lambda” sonucu dikkate alındığında; $F(23,000)=1,158$; $p>,05$ ($p=,403$) olduğundan, H0 araştırma hipotezi kabul edilmiştir.

H0: Dört yıldızlı otellerin faaliyet şekillerine göre uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Dört yıldızlı otellerin faaliyet şekillerine göre uygulamaanlayışlarında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 4. Dört Yıldızlı Otellerin Faaliyet Şekillerine Göre Uygulama Anlayışlarında Farklılaşma Olup Olmadığına Yönelik Bulgular

Etki		Değer	F	Hipotez Sd	P
Faaliyet Şekli	Pillai's Trace	0,737	0,975	23,000	,555
	Wilk's Lambda	0,263	0,975	23,000	,555
	Hotelling's Trace	2,802	0,975	23,000	,555
	Roy's Largest Root	2,802	0,975	23,000	,555

MANOVA test sonuçlarına göre, dört yıldızlı otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarının faaliyet şekillerine (bağımsız ve zincir ya da grup) göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. “Wilk’s Lambda” sonucu dikkate alındığında; $F(23,000)=0,975$; $p>,05$ ($p=,555$) olduğundan, H_0 araştırma hipotezi kabul edilmiştir.

H_0 : Beş yıldızlı otellerin faaliyet şekillerine göre uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Beş yıldızlı otellerin faaliyet şekillerine göre uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 5. Beş Yıldızlı Otellerin Faaliyet Şekillerine Göre Uygulama Anlayışlarında Farklılaşma Olup Olmadığına Yönelik Bulgular

Etki		Değer	F	Hipotez Sd	P
Faaliyet Şekli	Pillai’s Trace	0,910	0,724	14,000	,741
	Wilk’s Lambda	0,090	0,724	14,000	,741
	Hotelling’s Trace	10,129	0,724	14,000	,741
	Roy’s Largest	10,129	0,724	14,000	,741
	Root				

MANOVA test sonuçlarına göre, beş yıldızlı otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarının faaliyet şekillerine (bağımsız ve zincir ya da grup) göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. “Wilk’s Lambda” sonucu dikkate alındığında; $F(14,000)=0,724$; $p>,05$ ($p=,741$) olduğundan, H_0 araştırma hipotezi kabul edilmiştir.

H_0 : Beş yıldızlı otellerin menşelerine göre uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Beş yıldızlı otellerin menşelerine göre uygulama anlayışlarında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 6. Beş Yıldızlı Otellerin Menşelerine Göre Uygulama Anlayışlarında Farklılaşma Olup Olmadığına Yönelik Bulgular

Etki		Değer	F	Hipotez Sd	P
Menşei	Pillai’s Trace	0,867	0,464	14,000	,836
	Wilk’s Lambda	0,133	0,464	14,000	,836
	Hotelling’s Trace	6,500	0,464	14,000	,836
	Roy’s Largest	6,500	0,464	14,000	,836
	Root				

Beş yıldızlı oteller içinde menşelerine göre yalnızca yerli ve yabancı oteller bulunmaktadır. Dolayısıyla yalnızca yerli ve yabancı kıyaslaması yapılmıştır. Bu doğrultuda MANOVA test sonuçlarına göre, beş yıldızlı otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarının menşelerine (yerli ve yabancı) göre istatistiksel

olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. “Wilk’s Lambda” sonucu dikkate alındığında; $F(14,000)=0,464$; $p>,05$ ($p=,836$) olduğundan, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Çalışmanın sonuçlarına göre; Ankara’daki otel işletmelerinin en çok kullandığı stratejik yönetim araçlarının sırasıyla “Müşteri İlişkileri Yönetimi”, “Toplam Kalite Yönetimi”, “Benchmarking”, “Stratejik Planlama” olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu çalışmada en az kullanılan stratejik yönetim araçlarının “BDG Büyüme ve Pazar Payı Matrisi”, “Değişim Mühendisliği”, “Balanced Scorecard” ve “Dış Kaynak Kullanımı” olduğu ulaşılan sonuçlardandır. Şentürk’ün 2010 yılında yaptığı çalışmada da ortaya koyduğu benzer sonuçlara göre, Antalya’daki otellerin en çok “Müşteri İlişkileri Yönetimi” ve “Stratejik Planlama” stratejik yönetim araçlarını kullandığı tespit edilmiştir.

Bu çalışmada otel işletmelerinin yıldızları yükseldikçe stratejik yönetime daha fazla önem verdikleri sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte bu çalışmada, otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışlarında büyüklüklerine (yıldızlarına) göre anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ancak otel işletmelerinin faaliyet şekillerine ve menşelerine göre, stratejik yönetim ve araçları uygulama anlayışlarında anlamlı farklılıklar bulunmadığı sonucuna da varılmıştır.

Ayrıca stratejik yönetim anlayışını benimsediklerini belirten otel işletmelerinin, bazı uygulama anlayışlarını aynı şekilde benimsemedikleri görülmektedir. Örneğin, “İşletmemizde stratejik yönetim anlayışı bir işletme felsefesi, bir örgüt kültürüdür.” stratejik yönetim temel anlayışına olumlu cevap veren otel işletmelerinin, “İşletmemizde personelimizin gelişimini yeterli ölçüde destekleyen bir insan kaynakları birimi mevcuttur.” sorusuna bazılarının olumlu, bazılarının ise olumsuz cevap verdiği görülmektedir. Dolayısıyla otellerin yıldızları yükseldikçe, stratejik yönetimin temel anlayışlarına olumlu cevap veren otel işletmelerinin, diğer uygulama anlayışlarına da genellikle olumlu cevap verdikleri tespit edilmiştir. Bazı otellerin ise, söz konusu temel anlayışları stratejik yönetimden bağımsız olarak benimsedikleri görülmektedir. Örneğin, “İşletmemizde uzun dönem planlamalar mevcuttur.” stratejik yönetim temel anlayışına olumsuz cevap veren bir işletmenin, “İşletmemiz uzun dönemde müşterileriyle olan ilişkilerini geliştirmeye önem verir.” ifadesine olumlu cevap vermiş olması müşteriye gereken önemin verildiğinin, ancak stratejik yönetim anlayışlarının otel işletmesinde en temel yönüyle benimsenmediğinin bir göstergesidir. Diğer taraftan bu tür cevap farklılıklarının, otellerin yıldızı yükseldikçe giderek azaldığını söylemek mümkündür. Otellerin ankete katılım istekleri dikkate alındığında, yıldızları yükseldikçe stratejik yönetim anlayışını benimseme yönünde giderek daha istekli davranış sergiledikleri söylenebilir.

Bir başka sonuca göre; Ankara’daki otel yöneticilerinin birçoğu, uzun dönemde müşterileriyle olan ilişkilerini geliştirmeye önem verdiklerini, teknolojinin son gelişmelerinden azami ölçüde yararlandıklarını, işletmelerinde meydana gelen

gelişmelerden tüm çalışanlarını anında haberdar ettiklerini, işletmelerinin geleceğini önemsediklerini, işletmelerinin gerektiğinde köklü değişiklikler gerçekleştirebilecek esnek ve dinamik bir örgüt yapısına sahip olduğunu veverilen hizmetlerin sürekli iyileştirilmesini esas aldıklarını belirtmişlerdir.

Ayrıca bu çalışmanın sonuçlarına ve turizm sektörünün kendine has özelliklerine dayanarak, otel işletmesi yöneticilerine şu önerilerde bulunulabilir:

- Öncelikle; özellikle bir, iki ve üç yıldızlı otel işletmesi üst yöneticilerinin daha esnek ve dinamik bir yönetim anlayışını benimsemeleri gerekmektedir. Ankara'daki otel yöneticilerinin stratejik bilinç kazanabilmek amacıyla, örgütsel değişime diğer tüm çalışanları da katmak suretiyle, yeniliğe daha açık ve gelişmelere daha fazla uyum çabası içerisinde olması gerekmektedir.
- Değişim ve gelişmenin en önemli basamağını örgüt içi gelişme çalışmaları oluşturmaktadır. Bu kapsamda özellikle bir, iki ve üç yıldızlı otellerin hizmet içi eğitime çok daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. Bu çalışmada, Ankara'daki küçük otel işletmelerinde özellikle hizmet kalitesi bakımından yetersizlikler gözlemlenmiştir.
- Çalışanlar arasında motivasyonunun artırılması ve aidiyet duygusunun geliştirilmesi, işletmenin genel ve departmanlarına özgü sorunlarının demokratik bir ortamda tartışılması, paylaşılması ve sorunlara yönelik çözümler üretilebilmesi, sağlıklı bir eğitim ortamının oluşturulması, vizyon ve misyon bildirilerinin yapılması gibi amaçlarla arama konferansına benzer, departmanlar arası genel katılımların üst yönetimin gerçek anlamdaki desteğiyle gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu anlamda, Ankara'daki bazı otel işletmelerinde üst yönetim ve çalışanlar arasında keskin bir hiyerarşik yapının varlığına bağlı olarak iletişim kopuklukları gözlemlenmiştir.
- Bu araştırmanın sonuçları, otel işletmelerinin büyüklüklerine (yıldızlarına) göre anlayış bakımından farklılaştığını göstermektedir. Bu farklılaşma en çok, ekonomik ve mali nedenlerden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, otel işletmelerinin stratejik yönetim anlayışı çerçevesinde ekonomik ve mali açıdan desteklenmesi mümkün, stratejik yönetim araçlarını tercih etmesi ya da ekonomik şartlarına göre bu araçları uyarlaması önerilebilir.
- Ekonomik ve mali açıdan sorunlu işletmelerin stratejik işbirliklerine yönelmesi; kalite, maliyet ve eğitim gibi alanlarda yaşadıkları işletme içi sorunlara kalıcı çözümler getirerek müşteri memnuniyeti, karlılık ve sürdürülebilirlik gibi nihai hedeflere sağlıklı bir şekilde odaklanmalarını sağlayabilir. Ankara'daki bağımsız ve yerli otel işletmelerinin özellikle büyük zincir işletmelerden kaynaklanan yoğun rekabete karşı ayakta kalabilmesi için, stratejik işbirliklerini (franchising ve yönetim sözleşmelerini, ortak girişimleri) daha fazla tercih etmeleri gerekmektedir.
- Diğer taraftan Ankara'da aynı yıldız statüsüne sahip, ancak farklı semtlerde faaliyet gösteren işletmeler arasında çevresel değişkenlerin de farklılaşmasına bağlı olarak (semt halkının geliri ve sosyal statüsü, bölgesel imaj ve otellerin genel imajı ve bunlara

bağlı olarak müşteri kitlesi gibi) derin farklılıkların var olduğu gözlemlenmiştir. Bu anlamda, bu farklılıkların azaltılabilmesi için bölgesel kalkınma çalışmaları yapılmalıdır. Bazı semtlerdeki otel işletmelerinin ise, ciddi bir şekilde imaj çalışmaları yürütmesi gerekmektedir. Dolayısıyla markalaşma anlayışlarının, imaj sorunu yaşayan Ankara'daki oteller tarafından ciddi bir şekilde ele alınması gerekmektedir.

Bu çalışmada uygulama anlayışlarına ilişkin geliştirilen ifadeler, yalnızca ilgili olduğu stratejik yönetim aracı kapsamında değerlendirilmemiş; aynı zamanda stratejik yönetimin temel felsefeleri kapsamında da değerlendirilmiştir. Bu çalışma, stratejik yönetimin temel felsefelerini özellikle şehir otelleri bakımından karşılaştırmalı olarak inceleyen ilk çalışmalar arasında yer almaktadır. Otel işletmelerinde stratejik yönetim literatürü, genel olarak söz konusu araçların otel işletmelerinde stratejik yönetimden bağımsız olarak ele alındığı çalışmalardan oluşmaktadır ve otel işletmelerinde stratejik yönetim anlayışı; sınırlı sayıdaki çalışmalar hariç, literatürde genellikle temel yönleriyle bütüncül bir yaklaşımla ele alınmamıştır. Söz konusu araçların otel işletmelerinde sürdürülebilir sonuçlar ortaya koyabilmesi ve işletmeleri uzun vadeli başarıya götürebilmesi, ancak stratejik yönetim anlayışı temelinde ele alınmalarına bağlıdır.

Bununla birlikte, otel işletmelerinin bu ve buna benzer çalışmalardan yola çıkarak mevcut durumunugözden geçirmesi, sorunlarını açıkça ortaya koyması ve bu sorunlara çözüm getirebilmek adınadeğişim ve gelişme yönünde gerekli atılımları yapması beklenmektedir. Bu çalışma, bu noktada otel işletmeleri üst yöneticileri açısından bir referans olarak kabul edilmelidir. Sonraki çalışmalarda ise, turizm sektörü kapsamında turizm talebinin ve dolayısıyla turizm işletmelerinin sürekli değişim ve belirsizliğe açık olan dinamik yapısını stratejik boyutta karşılaştırmalı olarak ele alabilecek çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yönüyle bu çalışma; bu alanda yapılacak sonraki çalışmalarla birlikte, karşılaştırmalı olarak ele alınacak başka çalışmalara kaynak teşkil edebilir. Ayrıca bu çalışmanın evreni, Ankara'daki otel işletmeleri ile sınırlıdır. Dolayısıyla farklı koşullara sahip, diğer destinasyonlara yönelik benzer çalışmaların sayıca artırılması; bu alanda yapılmış olan çalışmaların sonuçlarının karşılaştırmalı olarak incelenmesini sağlayarak, sektör ve literatür açısından çok daha sağlıklı değerlendirmelerin yapılmasını mümkün kılacaktır.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. C. (2008). Stratejik yönetim ve stratejik planlama. *Çimento İşveren Dergisi*, 22(4), 4-21.
- Arslan, A. (2010). Katılımlı yönetim tekniği arama konferansı uygulamalarının kurumsal performansa etkisi. *Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Dergisi*, 12(1), 117-142.
- Bayraktaroğlu, S. and Kutanis, R. O. (2003). Transforming hotels into learning organizations: a new strategy for going global. *Tourism Management*, 24(2), 149-154.

- Berlin, C. (1994). Implementation of the total quality management concept within space business. *Total Quality Management*, 5(4), 123-137.
- Bowman, C. and Asch, D. (1992). *Strategic management*. Houndmills: Macmillan Press.
- Chathoth, P. K. and Olsen, M. D. (2003). Strategic alliances: a hospitality industry perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 419-439.
- Dess, G. G. and Lumpkin, G. T. (2003). *Strategic management: creating competitive advantages*. New York: McGraw-Hill.
- Diñçer, Ö. (2004). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Doğan, S. (2002). İşletmelerde vizyon ve misyon bildirisi geliştirme ve önemi üzerine bir araştırma. *Amme İdare Dergisi*, 35(1), 143-174.
- Drucker, P. F. (1994). *Management: task, responsibilities, practices*. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd.
- Dyson, R. G. (2004). Strategic development and swot analysis at the university of Warwick. *European Journal of Operational Research*, 152, 631-640.
- Ertuna, Ö. (2008). *Stratejik yönetim*. İstanbul: Okan Üniversitesi Yayınları.
- Ertürk, M. (2012). *Yönetim ve organizasyon*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Hammer, M. (1990). Reengineering work: don't automate, obliterate. *Harvard Business Review*, 69(4), 104-112.
- Hammer, M. and Champy, J. (1996). *Değişim mühendisliği* (S. Gül, Çev.). İstanbul: Başkan Ofset.
- Kale, P., Singh, H. and Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21(3), 217-237.
- Kanji, G. K. and Ascher, M. (1993). Total quality management-not a quick fix. *Total Quality Management*, 4(4), 1-4.
- Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (1996a). Linking the balanced scorecard to strategy. *California Management Review*, 39(1), 53-79.
- Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (1996b). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kaya, İ. (2010). Konaklama işletmeciliğinde stratejik yönetim süreci: kavramsal bir yaklaşım. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(18), 27-35.
- Koçel, T. (2010). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Kunt, V. ve Yalçın, G. (2012, Mart). Tedarik ve değer zincirleri analizi. *Metodoloji Aktarım Semineri*, Ekonomi Bakanlığı, Ankara, 1-95.
- Lamminmaki, D. (2007). Outsourcing in Australian hotels: a transaction cost economics perspective. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(1), 73-110.
- Lodrigue-Kover, D. and Parke, J. S. (2006). Launching a strategic account management program at Hilton Hotels Corporation. *Velocity*, 8(1), 27-30.

- Malhotra, M. K., Grover, V. and Desilvio, M. (1996). Reengineering the new product development process: a framework for innovation and flexibility in high technology firms. *Omega-International Journal of Management Science*, 54(4), 425-441.
- Min, H. and Min, H. (2005). Comparative evaluation of hotel service quality from a managerial perspective. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 13(3/4), 53-77.
- Murillo, M. G. and Annabi, H. (2002). Customer knowledge management. *Journal of the Operational Research Society*, 53(8), 875-884.
- Okumus, F. (2002). Can hospitality researchers contribute to the strategic management literature?. *International Journal of Hospitality Management*, 21(2), 105-110.
- Olsen, M. D. and Roper, A. (1998). Research in strategic management in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 17(2), 111-124.
- Olsen, M. D. (2004). Literature in strategic management in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 23(5), 411-424.
- Özen, Ş. (1991). Yönetimi geliştirmede bir yaklaşım: örgüt geliştirme. *Amme İdare Dergisi*, 24(4), 89-106.
- Page, S. J., Yeoman, I. Connell, J. and Greenwood, C. (2010). Scenario planning as atool understand uncertainty in tourism: the example of tourism in Scotland in 2025. *Current Issues in Tourism*, 13(2), 99-137.
- Peters, M. and Buhalis, D. (2004). Family hotel businesses: strategic planning and the need for education and training. *Education and Training: Special Edition*. [URL: <http://epubs.surrey.ac.uk/1109/>] (Erişim 20 Mayıs 2014).
- Preble, J. F., Reichel, A. and Hoffman, R. C. (2000). Strategic alliances for competitive advantage: evidence from Israel's hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 19(3), 327-341.
- Reimann, B. C. (1985). Decision support systems: strategic management tools for eighties. *Business Horizons*, 28(5), 71-77.
- Senge, P. M. (1998). *Beşinci disiplin: öğrenen organizasyon düşüniüşü ve uygulaması* (A. İldeniz ve Ahmet Doğukan, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Sigala, M. (2005). Integrating customer relationship management in hotel operations: managerial and operational implications. *Hospitality Management*, 24(3), 391-413.
- Sufi, T. and Lyons, H. (2003). Mission statements exposed. *International Journal of Contemporary Management*, 15(5), 255-262.
- Şentürk, F. K. (2010). *Otel işletmelerinde stratejik yönetim araçları kullanımı üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.
- Tigu, G. and Calaretu, B. (2011). Supply chain management performance in tourism continental hotels chain case. *The Amfiteatru Economic Journal*, 15(33), 103-115.

- Tsang, S. S. and Chen, Y. F. (2013). Facilitating benchmarking with strategic grouping and data envelopment analysis: the case of international tourist hotels in Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(5), 518-533.
- Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2010). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Wright, A. D. (2000). Scenario planning: a continuous improvement approach to strategy. *Total Quality Management*, 11(4-6), 433-438.
- Yeoman, I. (2005). Scottish tourism: scenarios and vision. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 67-83.
- Zairi, M. (1992). The art of benchmarking: using customer feedback to establish a performance gap. *Total Quality Management*, 3(2), 177-188.
- Zhang, X., Song, H. and Huang, G. Q. (2009) Tourism supply chain management: a new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358.

KURUMSALLAŞMA DÜZEYİ VE İŞLETME YAPISI ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE'DEKİ BEŞ YILDIZLI OTELLERDE BİR ARAŞTIRMA*

Dr. Erkan YAĞCI
yagcierkan@hotmail.com

Aydın ÇEVİRGEN
Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Alanya İşletme Fakültesi
acevirgen@akdeniz.edu.tr

** Bu bildiri Erkan YAĞCI'nın doktora tezinden üretilmiştir.*

ÖZET

Günümüzde işletmelerin çevresinde ortaya çıkan ekonomik koşullar, belirsizlikler ve artan rekabet, işletmelerin varlığını tehdit etmektedir. Kurumsallaşma, işletmelerin gelişimini engelleyen nedenleri ortadan kaldırmakta ve işletmelere yeni bir kapı açmaktadır. Ülke ekonomisine oldukça fazla katkısı bulunan turizm sektörünün büyük bölümünü otel işletmeleri oluşturmaktadır. Türkiye'nin dünya çapında önde gelen turizm bölgelerinden biri olduğu düşünüldüğünde; işletmelerin sürekliliklerinin, büyümelerinin ve gelir artışını sürekli kılmalarının önemi açıkça gözlenebilmektedir. Otel işletmelerinin sürekliliğinin sağlanması ve büyümesi için profesyonel yönetime sahip olması ve kurumsallaşmış olması gerekmektedir. Bu çalışmada; Türkiye'deki beş yıldızlı otel genel müdürlerinin bakış açısıyla çalıştıkları işletmelerin kurumsallaşma düzeyinin belirlenmesi ve otel işletmelerinin özellikleri ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyi arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Araştırmaya katılan genel müdürlerin çalıştıkları 214 adet beş yıldızlı otel işletmesinin özellikleri ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyleri arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra, Türkiye'deki beş yıldızlı otel işletmelerinin genel özellikleri ve Türkiye'deki beş yıldızlı otellerin kurumsallaşma düzeyleri hakkında bilgi aktarılmıştır. Araştırma bulguları; Türkiye'deki beş yıldızlı otellerin 5 dereceli kurumsallaşma düzeylerinden dördüncü düzeyinde, diğer bir deyişle "kurumsal" kurumsallaşma düzeyinde olduğunu göstermektedir. Ayrıca otel işletmesinin kurumsallaşma düzeyi ile otel türü, işletme türü ve aile işletmesi olma durumu arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Otel İşletmeleri, Kurumsallaşma Düzeyi, İşletme Yapısı, Beş Yıldızlı Otel, Türkiye*

GİRİŞ

Dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biri olan turizm sektörü, ülkemizin en önemli gelir kaynaklarından birisidir. Turizm sektörü, büyük oranda emek-yoğun ilişkisi içerisinde. Turizm sektöründe işgörenin niteliği, verilen hizmetin niteliğini ve kalitesini doğrudan etkilediği için işgörenlerin belirli niteliklere sahip olması gerekmektedir.

Otel işletmeleri turizm sektörünün büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Tüketicilerin eğlenmeye, seyahat etmeye ve konaklamaya yönelik eğilimleri gelişmiş ülkeler düzeyine yaklaşıldıkça artmaktadır. Otel işletmesinin verdiği hizmet kalitesi, kalitenin sürekliliği, sağladığı olanakların her geçen gün artması, çalışan ve müşteri memnuniyeti için vazgeçilmez bir gerekliliktir. Sektörde ulusal ve uluslararası çapta yoğun bir rekabet mevcuttur. Bu rekabet koşullarına dayanabilmek ve aynı zamanda işletmeyi uluslararası

işletmeler düzeyine çıkarmak için kaliteli bir hizmet sunumu ve bu kalitenin, işletmenin her departmanında eksiksiz biçimde gözetilmesi gerekmektedir. Doğrudan insana ve hizmet üretimine hitap eden turizm sektörünün, ülkemizde de uluslararası düzeyde, kurumsallaşma bilincine sahip işletmelerle geliştirilmesi gerekmektedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün 2014 yılı Ocak ayında yayınladığı rapora göre, Türkiye turizm alanında dünyanın en başarılı ilk on ülkesi arasındadır. Ülkemiz ağırladığı turist sayısı ile otuz beş milyon rakamını aşar hale gelmiş, elde ettiği turizm geliri bakımından da yirmi beş milyar Amerikan Doları'nın üzerinden bir turizm geliri almıştır (UNWTO Barometer, 2014, s. 11). Ülke ekonomisine böylesine ciddi katkılar sağlayan turizm işletmelerinin kurumsallaşmayı başaramadıklarından ötürü kısa ömürlü olması turizm sektörünün ekonomiye katkısını azaltacaktır.

Bu çalışmada konaklama sektöründe kurumsallaşma konusu ele alınarak, kurumsallaşmanın unsurlarına, kurumsallaşma düzeylerine, kurumsal yönetimin yararlarına ve otel işletmelerinde kurumsallaşma konularına değinilmiş olup, Türkiye'de bulunan Turizm işletme belgeli beş yıldızlı otel işletmelerinin kurumsallık seviyesinin ve otel işletmelerinin özellikleri ile otel işletmesinin kurumsallaşma düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi için gerçekleştirilmiş araştırma sonuçlarına ve bunlara dayalı yapılan değerlendirmelere yer verilmiştir.

OTEL İŞLETMELERİNDE KURUMSALLAŞMA

Günümüzde artan ihtiyaçlar işletmeleri kurumsallaşmaya doğru yönlendirmektedir. Artık küresel bir pazar haline gelen dünya piyasasında işletmelerin yaşayabilmesi için, kurumsallaşma önemli bir olgu olarak görülmektedir.

Kurumsallaşma; kaliteli ve güvenilir mal ve hizmet üretebilen, kamuoyuna mal olabilen, profesyonel yönetim mekanizmasına sahip ve uzun süre ayakta kalmayı başarabilen işletmelerin en önemli ve vazgeçilmez özelliğidir. Bu kavramın çok sayıda olguyu içermesi nedeniyle, farklı yaklaşımlara göre farklı tanımlamaları olabilmektedir (Akat ve Atılgan, 1992, s. 18-19).

Kurumsallaşmayı oluşturan çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Bununla birlikte, genel olarak bu unsurlar; formalleşme, profesyonelleşme, kültürel güç, saydamlık, sosyal sorumluluk ve tutarlılık olarak ifade edilebilir (Apaydın, 2008, s. 123-126). *Formalleşme*; işletme standartlarının ve kurallarının belirlenmesini ve bunların yazılı hale getirilmesini (Wallace, 1995, s. 241), *profesyonelleşme*; işletmede profesyonellerin çalıştırılması, örgüt ikliminin profesyonellerin verimli çalışmasını sağlayacak şekilde organize edilmesi ve işletmenin bulunduğu sektördeki mesleki kurumlarla ilişki içerisinde olmasını (Hall, 1968, s. 94), *kültürel güç*; işletmenin kültürünü oluşturan değerlerin, inanışların ve temel etik kuralların benimsenmesi ve işletmede çalışanlarca paylaşılmasını, *saydamlık*; işletme ile ilgili doğru, açık ve tam bilgilere ilgili kişi ve kuruluşlarca ulaşılabilmesini (Waddock, 2004, s. 313), *sosyal sorumluluk*; işletmelerin hem yönetimin hem de çalışanlarının gerçekleştirdikleri

eylemlerin sonuçlarının sorumluluğunu üstlenmesi ve gerçekleştirdikleri eylemlerde toplum yararını da gözetmelerini (Greening ve Gray, 1994, s. 470) ve *tutarlılık*; kurumlara, müşterilerine ve çalışanlarına verdiği sözleri yerine getiren işletmenin amaçları ve eylemleri arasında uyum görülmesini (Kostova, 1999, s.312) içermektedir.

Örgütlerde kurumsallaşma düzeyleri; süreç, benimseyenlerin özellikleri, yayılma şekli, kurumsal etkinlikler ve uygulamadaki farklılıklar gibi kriterlere göre belirlenmektedir. Kurumsallaşma düzeyi yaygın olarak kurumsal olmama, ön kurumsallaşma, yarı kurumsallaşma, kurumsallaşma, tam kurumsallaşma olarak beş düzeyde kavramsallaştırılmıştır (Tavşancı, 2009, s. 16).

Birinci düzey olan “*Kurumsal Olmama*” düzeyi, işletmelerin ilk kuruluş yıllarında ve küçük ölçekli işletme durumundayken bulundukları seviyedir. Başlangıç düzeyini ifade eden ikinci düzey “*Ön Kurumsallaşma*” olup; bu aşamada çevre baskısı ile biçimsel olmayan kural ve değerler ortaya çıkmaktadır. Üçüncü düzey olan “*Yarı Kurumsallaşma*” aşamasında, işletmeler kurumsallaşmanın formalleşme unsurunu oluşturup uygulamaktadır, yalnız işleyişi bozabilen prosedürler mevcuttur. Dördüncü düzey olan “*Kurumsallaşma*” aşamasında, işletmelerin formalleşme, tutarlılık, sosyal sorumluluk ve saydamlık düzeyi yüksektir, fakat profesyonelleşme ve kültürel güç düzeyleri olması gereken seviyeye ulaşmamıştır. Beşinci ve en yüksek kurumsallaşmanın olduğu “*Tam Kurumsallaşma*” düzeyinde, işletmelerin “*Kurumsallaşma*” düzeyine ek olarak meşruluğu ve hesap verebilirliği yüksektir. Bu aşamada tam profesyonelleşme sağlanmakta ve güçlü bir kurum kültürüne ulaşılmaktadır (Tavşancı, 2009, s. 16-17).

Kurumsal yönetimlerin işletmelere sağlayacağı yararlar; a-) Düşük maliyetli finansal kaynaklar için rekabet avantajı, b-) Kaynakların etkin kullanımı, c-) İşletme performansının artması, d-) Çıkar çatışmalarının önlenmesi ve sürdürülebilirlik ve e-) Birleşme ve satın almalarda işletmeye güç kazandırması şeklinde belirtilebilir (TKYD Yayınları, 2006, s. 6).

İyi kurumsal yönetimlerin sonucunda; kaynakların etkin ve verimli kullanılması, bu kaynaklara kolay ulaşılması ve kaliteli işgücünün işletmeye çekilmesi ve işletmede tutulmasıyla rekabet gücü elde eden işletmeler, ülke ekonomisinin gelişimine de katkı sağlayacaklardır (Basel Bankacılık Gözetim Komitesi, 1999, s. 3).

Türkiye’deki turizm işletmeleri, genellikle aile işletmelerinden oluşmaktadır. Bu durumda kurumsallaşma önem kazanmaktadır. Çünkü bu işletmeler, tam bir kurum olmadıkları için eğitilmiş ve profesyonel çalışanlar ile çalışmamakta ve uzun vadeli stratejik hedeflere sahip olamamaktadırlar. Eğitilmiş işgörenler, kurumsal işletmelerde çalışmayı tercih etmektedir. Bunun en önemli nedeni, kariyer yollarının açık olmasıdır. Aile işletmelerinde eğitimi ve deneyimi yeterli olmayan kişiler, yönetici konumunda çalışabilmektedir. Çalışanlar bir kurum kültürü olmadığı için işletme hakkında ve işletmenin hedefleri hakkında bilgilendirilmemekte ve hizmet kalitesi düşmektedir. Uluslararası işletmeler dışındaki bu işletmelerin sistemli bir şekilde kurumsallaşma sürecine girmesi, orta ve uzun dönemli

kaynaklarını arttıracaktır. Böyle bir otel işletmesi düşünüldüğünde söz konusu kaynakların artışı, yatırımların arttırılmasına ve işletmenin büyümesine neden olmaktadır. Böylece, ülkemizin büyük bir gelir kaynağı olan turizm sektöründe gelişme sağlanmış, bununla birlikte Türkiye ekonomisine istikrarlı bir fayda sağlanmasının yolu açılmış olacaktır.

Türkiye’de kurumsallaşma üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, çalışmaların çoğunlukla sektörel bazda yapılmadığı ve konaklama işletmelerinde kurumsallaşma konusunun yeterince işlenmediği görülmüştür (Duygulu, 1998; Karpuzoğlu, 2001; Apaydın, 2008; Tavşancı, 2009; Yazıcıoğlu ve Koç, 2009; Akyol, 2010; Şanal, 2011;). Ayrıca, otel işletmelerinde üst düzey yöneticilere yönelik yapılan çalışmalarda yeterli dönüş alınamadığı (Birdir, 2000; Birdir ve Tepeci, 2003) belirtilmektedir. Dolayısıyla literatür taramasında, Türkiye’deki beş yıldızlı otel genel müdürlerinin bakış açısıyla çalıştıkları işletmelerin kurumsallaşma düzeylerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’deki beş yıldızlı otel genel müdürlerinin bakış açısıyla çalıştıkları işletmelerin kurumsallaşma düzeyini belirlemek ve otel işletmelerinin özellikleri ile işletmenin kurumsallaşma düzeyi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Kurumsallaşan örgütler, çalışanlarının sorunlarıyla daha fazla ve yakından ilgilenmekte, örgüt hakkında tam bilgiye sahip olmaları sağlanmaktadır. Ayrıca çalışanların belirli sistemlere göre yönetildiklerini bildikleri için kendilerini daha adil hissetmelerine ve bağlılık davranışlarını daha çok ortaya koymalarına neden olmaktadır. Örgütlerinin amaçlarını, mevcut durumunu, politika ve değerlerini bilen çalışanlar ise bu açıdan daha sorumlu davranmaktadırlar. Firma açısından bakıldığında, standart uygulamalara sahip olmalarına ve müşteri yönetimi açısından daha sistemsel ve takipçi olmalarını sağlamaktadır. Buna karşın kurumsallaşmanın benimsenmemesi veya yanlış uygulamalarla karşılaşıldığında işletme ve çalışanlar zorluklar da yaşayabilmektedir. Emek yoğun bir hizmet sektörü içinde yer alan konaklama işletmelerinin yoğun rekabet ortamında varlığını sürdürebilmeleri, hizmet kalitelerini yükseltmelerine ve devamlılığını sağlamalarına bağlıdır. Bu noktada, konaklama işletmelerinin başarılı olmalarında kurumsallaşmanın önemli bir rolü bulunmaktadır.

Kurumsallaşma konusunda konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen ampirik çalışmaların sınırlı olması, Türkiye genelinde beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirilen bu çalışmanın önemini artırmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılımın yüksek olması nedeniyle, elde edilen bulguların Türkiye’de faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyinin belirlenmesinde ve otel özellikleri ile kurumsallaşma düzeyi arasındaki ilişkinin ortaya koyulmasında literatüre önemli katkı sağlaması beklenmektedir.

METODOLOJİ

Bu araştırmada kurumsallaşma düzeyi ve otel işletmelerinin yapısını belirlemeye yönelik olarak ihtiyaç duyulan veriler beş yıldızlı otel işletmeleri genel müdürlerine uygulanan anket aracılığıyla elde edilmiştir.

Araştırmanın evreni, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2013 yılı itibariyle yayınladığı Kültür ve Turizm Bakanlığı işletme belgeli oteller listesine istinaden Türkiye'de faaliyette bulunan 419 adet beş yıldızlı otel işletmesi ile sınırlıdır. Araştırmanın beş yıldızlı otel işletmeleri ile sınırlandırılmasının nedeni, diğer konaklama işletmelerine göre daha çok profesyonel yöneticileri bünyelerinde barındırmaları, insan kaynağı politikalarına sahip olmaları ve görece olarak daha çok kurumsallaştıkları varsayımıdır.

Yapılan literatür taraması sonucunda konunun teorik çerçevesi ve kurumsallaşma konusunda yapılan ampirik çalışmalar incelenmiştir. Sonrasında, Wallace (1995), Apaydın (2008), Tavşancı (2009) ve Şanal (2011)'in çalışmalarından yararlanılarak beş yıldızlı otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyini ölçmek için 5 temel boyut altında 31 sorudan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Bu boyutlar; formalleşme, profesyonelleşme, kültürel güç, saydamlık ve tutarlılıktır. Kurumsallaşma ölçeği dışında, otel işletmelerinin yapısını belirlemek için; otelin türü, işletme türü, faaliyet türü ve aile işletmesi olma durumu gibi özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlayan 6 soru daha anket formuna eklenmiştir.

Hazırlanan anket üzerinde öncelikle Antalya merkezde bulunan 41 adet beş yıldızlı otel genel müdürü ile pilot uygulama yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programına girilmiştir. Kurumsallaşma ölçeğinin güvenilirliği ölçülmüştür. Ön test sonuçlarına bakıldığında 5'li Likert tipi şeklinde hazırlanan kurumsallaşma ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alfa Değeri) 0.978 çıkmıştır. Pilot çalışma sonucunda anlaşılmasında güçlük çekilen herhangi bir ifadeye rastlanmadığından, anket sorularında bir değişiklik yapılmadan asıl uygulamaya geçilmiştir.

Araştırma, 2013 yılı Ekim ve 2014 yılı Ocak ayları arasında gerçekleştirilmiştir. 419 genel müdürün 217'sinden anket dönüşü olmuştur. SPSS analizleri öncesinde yapılan incelemede, 3 anketin analize uygun şekilde doldurulmadığı tespit edilmiş ve bu anketler uygulamadan çıkarılmış, analizler geri kalan 214 adet anket üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan, araştırmada evreni oluşturan 419 beş yıldızlı otelin, %100'üne ulaşıp %51,1 seviyesinde dönüş alınmıştır.

Otel işletmelerinin özelliklerinin belirlenmesinde frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. İşletmelerin kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesine yönelik kullanılan ölçeğe faktör analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda elde edilen boyutların güvenilirliğini test etmek için güvenilirlik katsayıları (Cronbach's Alpha) hesaplanmıştır. Ayrıca verilerin homojen dağılıp dağılmadığını tespit etmek için normal dağılım testi, otel işletmelerinin özelliklerine göre kurumsallaşma düzeylerinin farklılık gösterip

göstermediğini belirlemek için de Mann-Whitney U Testi ile Kruskal-Wallis Testi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma bulguları kapsamında beş yıldızlı otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyini belirlemek için oluşturulan ölçeğe ilişkin faktör analizi sonuçları ve kurumsallaşma ölçeğini oluşturan faktörler ile otel işletmelerinin özellikleri arasındaki ilişkileri ortaya koymak için uygulanan analizlerin sonuçları yer almaktadır.

Faktör Analizi

Kurumsallaşma düzeyini ölçmek için oluşturulan ölçüm aracında 31 ifade yer almaktadır. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini kontrol etmek için, önce verilere güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Yapılan güvenilirlik analizinin sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha katsayısı; 0.984 olarak tespit edilmiştir Bu sonuç, kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu belirtmektedir.

Güvenirlik analizi sonrasında elde edilen Item-total statistics tablosunda yapılan incelemede ölçekteki maddelerin güvenilirliğini önemli ölçüde düşüren herhangi bir maddeye denk gelinmediği için herhangi bir madde eksiltme işlemi yapılmamıştır. Sonraki aşamada, ölçekteki maddelerin tamamının ortalamaları ve standart sapmaları incelenmiştir. İncelemede standart sapması dikkat çekici derecede farklı olan herhangi bir madde gözlenmediği için herhangi bir soru eksiltme işlemi yapılmamıştır. Ardından, elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's küresellik testi yapılmıştır. Bartlett Testi sonucu Ki-Kare değeri 8944,902 ve $p = 0.000$ olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0.961'dir. Elde edilen değerler, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu işaret etmektedir.

Bu analizde varimax dik döndürme yöntemi kullanılmıştır. Yapılan faktör analizinde faktör sayısını belirlemek için öz değer yöntemi kullanılmıştır ve 3 faktör ortaya çıkmıştır. Kurumsallaşma ölçeği 5 boyuttan oluştuğu için analiz beş boyut ile sınırlandırılarak tekrarlanmıştır. Bu faktör analizinde beş boyut ortaya çıkmıştır. Fakat, bazı önermelerin beklenilmeyen farklı boyutlar altında toplanması ve iki farklı boyuta da birbirine yakın değerlerde yüklenen önermeler olması nedeniyle faktör analizi bu değişkenler analizden çıkarılarak iki kere daha tekrarlanmıştır. Faktör analizi sonucunda, 24 önermenin beş boyuta yüklendiği sağlıklı bir faktör yapısı elde edilmiştir (Tablo 1).

İlk 5 önermenin yer aldığı faktöre "formalleşme", 6 önermenin bulunduğu ikinci faktöre "profesyonelleşme", 8 önermenin oluşturduğu üçüncü faktöre "kültürel güç", 2 önermenin yer aldığı dördüncü faktöre "saydamlık" ve 3 önermeden oluşan beşinci faktöre ise "tutarlılık" adı verilmiştir.

Yapılan faktör analizi sonucunda, Barlett Testi sonucu 6623,914 ve $p=0,000$ olarak gerçekleşmiştir. Kurumsallaşma ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0.955 ve toplam varyansı açıklama oranı %84,054 olarak bulunmuştur. Formalleşme faktörünün öz değeri 5.709'dur ve toplam varyansın %23,789'unu açıklamaktadır. Profesyonelleşme faktörünün öz değeri 4.265'tir ve toplam varyansın %17,769'unu açıklamaktadır. Kültürel güç faktörünün öz değeri 6.364'tür ve toplam varyansın %26,517'sini açıklamaktadır. Saydamlık faktörünün öz değeri 1.630'dur ve toplam varyansın %6,790'ını açıklamaktadır. Tutarlılık faktörünün öz değeri 2.205'tir ve toplam varyansın %9,189'unu açıklamaktadır.

Toplam 24 maddeden oluşarak son halini alan ölçeğe mevcut maddeleri üzerinden uygulanan güvenirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha katsayısı 0.979 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık seviyesini belirlemek için, beş boyutun her biri için ayrı güvenirlik analizi yapılmıştır. Bu analizlerde; güvenirlik katsayıları formalleşme için 0.964, profesyonelleşme için 0.953, kültürel güç için 0.958, saydamlık için 0.817 ve tutarlılık için ise 0.913 olarak bulunmuştur. Bu durumda tüm boyutların yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Tabloda ayrıca Türkiye'deki beş yıldızlı otellerin formalleşme (4.43) ve saydamlık düzeyinin (4.25) çok yüksek, profesyonelleşme (3.96), kültürel güç (3.97) ve tutarlılık düzeyinin (4.19) ise yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Kurumsallaşma Ölçeği Faktör Analizi Sonucu

Değişkenler	Faktör Yükleri	Öz Değerler	Varyansı Açıklama Oranı (%)	Ortalama $\bar{x}$	Alpha (α)
Faktör 1: Formalleşme		5.709	23.789	4.43	0.964
1 İşletmemizde çalışanlar için yazılı operasyon talimatları bulunmaktadır.	,851				
2 İşletmemizde prosedürler ve işletme kurallarının anlatıldığı yazılı el kitapçığı bulunmaktadır.	,829				
3 Çalışanların görev, yetki ve sorumlulukları yazılı hale getirilmiştir.	,857				
4 İşletmemizde çalışma şartları ve güvenlik gibi konularla ilgili çalışanlar için bilgi kitapçığı bulunmaktadır.	,817				
5 İşletmemizde, kimin kime bağlı olduğunu (ast-üst ilişkilerini) gösteren yazılı bir organizasyon şeması bulunmaktadır.	,799				
Faktör 2: Profesyonelleşme		4.265	17.769	3.96	0.953
6 İşletmemizde iş ve işlemler alanında uzman kişiler tarafından yerine getirilmektedir.	,547				
7 Çalışanların terfi ettirilmesi işi yapmalarına ve yeteneklerine göre yapılmaktadır.	,626				
8 İşe yeni alınacak kişilerin belirlenmesinde profesyoneller söz sahibidir.	,769				
9 Profesyoneller yeni politikaların benimsenmesinde söz sahibidir.	,762				

10	İşletmemizdeki profesyonellerin karar verme özerklikleri yüksektir.	,682				
11	İşletmemizde çalışanların yetki ve sorumluluk alanına müdahale edilmez.	,577				
Faktör 3: Kültürel Güç			6.364	26.517	3.97	0.958
12	Çalışanlarımız arasında işletmemize karşı güçlü bir duygusal bağlılık vardır.	,775				
13	Çalışanlarımız, işletme hedeflerine ulaşmak için uyum içinde çalışmaktadırlar.	,806				
14	İşletmemizin farklı bölümleri, ortak hedeflerimiz doğrultusunda hareket ederler.	,711				
15	İşletmemizin temel değerleri ile çalışanlarımızın kişisel değerleri uyumludur.	,755				
16	Kurum kültürümüz, eski çalışanlarımızca yeni işe başlayan çalışanlarımıza aktarılır.	,758				
17	Çalışanlar arasında işleri yapmanın doğru ve yanlış yolları ile ilgili açık bir anlaşma vardır.	,708				
18	İşletmemizin misyon, strateji ve eylemleri birbiriyle uyumludur.	,545				
19	İşletmemizde alınan kararlar, işletme vizyonuna, misyonuna ve stratejisine uygundur.	,577				
Faktör 4: Saydamlık			1.630	6.790	4.25	0.817
20	İşletmemizle ilgili bilgilere ilgili kişi ve kuruluşlarca ulaşılabilirlik.	,791				
21	İşletmemiz, paydaşlarına (hissedar, müşteri, kamu kurumları vs.) karşı her konuda açıklayıcıdır.	,570				
Faktör 5: Tutarlılık			2.205	9.189	4.19	
22	İşletmemiz diğer kurumlara, müşterilere ve çalışanlara verdiği sözleri tutmaktadır.	,553				
23	İşletmemizde uygulanan eylem, süreç ve yapılar dış denetçilere söylenenden farklı değildir.	,492				
24	İşletmemizde ödüllendirme ve cezalandırma benzer şartlarda herkese aynı uygulanmaktadır.	,518				
Güvenilirlik (α): 0.979, Toplam varyans açıklama oranı (%): 84.054, KMO Değeri: 0.955, Bartlett's Değeri : 6623.914 p=0,000						

Otel İşletmelerinin Kurumsallaşma Düzeyi ve İşletme Yapısı Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Bu kısımda araştırmaya katılan 214 adet beş yıldızlı otel işletmesinin özellikleri ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyleri arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra, Türkiye'deki beş yıldızlı otel işletmelerinin genel özellikleri hakkında elde edilen veriler sunulmuştur.

Bu çalışmada sayısal değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu Shapiro Wilk testi ile incelenmiştir. Test sonuçlarında verilerin dağılımlarının normal olmadığı saptanmıştır ($p<0,05$). Normal dağılım göstermeyen değişkenlerin 2 grup karşılaştırmalarında Mann Whitney U testi, 3 ve daha fazla grup karşılaştırmalarında Kruskal Wallis testi, Kruskal Wallis testi sonucunda anlamlı çıkan değişkenlerin 2'li karşılaştırmalarında Bonferonni düzeltmeli Mann Whitney U testi kullanılmıştır.

Tablo 2. Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinin Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistik

İşletme Türü			Otel Türü		
	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Yerli Bağımsız Otel	88	41.1	Şehir	81	37.9
Yabancı Bağımsız Otel	4	1.9	Resort	127	59.3
Yerli Zincir Otel	82	38.3	Termal	6	2.8
Uluslararası Zincir Otel	40	18.7	Toplam	214	100.0
Toplam	214	100.0			
Faaliyet Türü			Aile İşletmesi Olma Durumu		
	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Devamlı açık	161	75.2	Evet	111	51.9
Sezonluk	53	24.8	Hayır	103	48.1
Toplam	214	100.0	Toplam	214	100.0
Otelde Bulunan Oda Sayısı			Otelde Bulunan Çalışan Sayısı		
Ortalama $\pm$ Std.Sapma	Medyan	Min-Max	Ortalama $\pm$ Std.Sapma	Medyan	Min-Max
349,95 $\pm$ 198,18	285	86 – 960	255,53 $\pm$ 162,73	220	40 – 950

Araştırmaya katılan 214 adet beş yıldızlı otel işletmesinin özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Tablo 2):

- Otellerin türü incelendiğinde; %59,3'ü resort, %37,9'u şehir ve %2,8'si termal oteldir.
- Otellerin işletme türüne bakıldığında; %41,1'i yerli bağımsız, %1,9'u yabancı bağımsız, %38,3'ü yerli zincir, %18,7'si uluslararası zincirdir.
- Otellerin ortalama oda sayısı 350, ortalama çalışan sayısı 256'dır.
- Otellerin %75,2'sinin faaliyet süresi devamlı (12 ay açık), %24,8'inin sezonluktur.
- Aile işletmesi olma durumu incelendiğinde, otellerin %51,9'unun bir aile işletmesi olduğu, %48,1'inin ise aile işletmesi olmadığı görülmektedir.

Araştırmaya 38 ilden beş yıldızlı otel işletmesi katılmıştır. Antalya başta olmak üzere Türkiye için önemli üç turizm merkezinden daha fazla katılımda bulunulmuştur. Otellerin %49,5'i Antalya'da, %13,1'i İstanbul'da, %7'si İzmir'de yer almaktadır (Tablo 3).

Tablo 3. Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinin Bulunduğu Şehirler

Otelin bulunduğu şehir	N	%	Otelin bulunduğu şehir	N	%
Adana	1	,5	İzmir	15	7,0
Afyon	2	,9	Kayseri	1	,5
Aksaray	1	,5	Kocaeli	1	,5
Ankara	11	5,1	Konya	1	,5
Antalya	106	49,5	Malatya	1	,5
Aydın	5	2,3	Manisa	1	,5
Balıkesir	1	,5	Mardin	1	,5
Bolu	2	,9	Mersin	1	,5
Bursa	2	,9	Muğla	13	6,1
Çanakkale	1	,5	Nevşehir	2	,9
Çorum	1	,5	Ordu	1	,5
Denizli	1	,5	Sakarya	1	,5
Düzce	1	,5	Samsun	1	,5
Edirne	1	,5	Şanlıurfa	1	,5
Erzurum	1	,5	Şırnak	1	,5
Eskişehir	1	,5	Trabzon	1	,5
Gaziantep	1	,5	Van	1	,5
Hatay	1	,5	Yalova	1	,5
İstanbul	28	13,1	Zonguldak	1	,5
TOPLAM	214	100			

Beş yıldızlı otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin, çalışılan otelin türüne göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için “Kruskal Wallis Testi” uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 4’de sunulmuştur.

Tablo 4. Otelin Türüne Göre Kurumsallaşma Düzeyine Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Kurumsallaşma Faktörleri	Şehir (n=81)	Resort (n=127)	Termal (n=6)	Ki Kare	p
Formalleşme	22,94±3,49	21,62±4,86	23,20±2,17	-1,854	0,064
Profesyonelleşme	25,11±4,71	22,81±6,44	24,80±4,60	-2,271	0,023
Kültürel Güç	33,49±5,65	30,52±7,46	33,60±5,86	-2,739	0,006
Saydamlık	8,93±1,42	8,23±1,77	8,60±1,14	-3,045	0,002
Tutarlılık	13,26±2,19	2,09±3,24	13,80±2,17	-2,539	0,011

Tablo 4’de görüldüğü üzere, kurumsallaşma boyutlarından profesyonelleşme, kültürel güç, saydamlık ve tutarlılık boyutları genel müdürlerin çalıştıkları otelin türüne göre anlamlı ölçüde farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma hakkında daha detaylı bilgi edinebilmek için otel

türlerine verilen puanların ortalaması alınmıştır. Elde edilen bu sonuçlara göre, şehir otellerinin profesyonelleşme (25,11), kültürel güç (33,49), saydamlık (8,93) ve tutarlılık (13,26) boyutlarına ait ortalamalar, resort otellerin aynı boyutlara ait ortalamalarından (22,81; 30,52; 8,23; 2,09) daha fazladır. Söz konusu sonuçlara göre, şehir otellerinin kurumsallaşma düzeyi tüm faktörler için resort otellere göre daha yüksektir. Şehir otellerinin profesyonelleşme ve saydamlık boyutlarına ait ortalamalarının, termal otellere göre daha yüksek, kültürel güç ve tutarlık boyutlarına ait ortalamalarının ise daha düşük olduğu bulgulanmıştır.

Otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin, çalışılan otelin işletme türüne göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için “Kruskal Wallis Testi” uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5. Otel İşletmesinin Türüne Göre Kurumsallaşma Düzeyine Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Kurumsallaşma Faktörleri	Yerli Bağımsız Otel (n=88)	Yabancı Bağımsız Otel (n=4)	Yerli Zincir Otel (n=82)	Uluslararası Zincir Otel (n=40)	Ki Kare	P
Formalleşme	21,17±4,31	20,5±1,00	22,38±4,87	24,08±2,69	21,071	<0,001
Profesyonelleşme	21,25±6,29	24,75±2,63	25,13±5,24	26,25±4,31	26,973	<0,001
Kültürel Güç	29,08±7,22	33,21±2,65	33,50±6,55	34,35±5,25	22,595	<0,001
Saydamlık	8,16±1,54	8,25±1,71	8,49±1,87	9,33±1,16	19,579	<0,001
Tutarlılık	11,65±2,99	13,00±1,63	13,09±2,97	13,53±2,09	18,888	<0,001

Tablo 5’ten anlaşıldığı gibi, kurumsallaşma boyutlarından formalleşme, profesyonelleşme, kültürel güç, saydamlık ve tutarlılık boyutları otelin işletme türüne göre anlamlı ölçüde farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma hakkında daha detaylı bilgi edinebilmek için otel türlerine verilen puanların ortalaması alınmıştır. Elde edilen ortalamalara göre tüm boyutlarda en yüksek ortalamayı uluslararası zincir oteller almıştır; bunu sırasıyla yerli zincir oteller, yabancı bağımsız oteller ve yerli bağımsız oteller takip etmektedir. Uluslararası zincir otellerin formalleşme ortalaması 24,08; profesyonelleşme ortalaması 26,25; kültürel güç ortalaması 34,35; saydamlık ortalaması 9,33 ve tutarlılık ortalaması 13,53’tür. Söz konusu sonuçlara göre, en yüksek kurumsallaşma düzeyi uluslararası zincir otellere aittir. Bunu yerli zincir oteller takip etmektedir. Zincir otellerin bağımsız otellere göre daha yüksek kurumsallaşma düzeyine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Kurumsallaşma boyutlarının işletme türlerine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur. Ayrıca her bir boyut için hangi işletme türleri arasında fark olduğunu tespit etmek için “Bonferonni Düzeltmeli Mann Whitney U testleri” uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Otel İşletmesinin Türüne Göre Kurumsallaşma Boyutlarına Yönelik Bonferonni Düzeltmeli Mann Whitney U Testi Sonuçları

Formalleşme		p
Yerli Bağımsız Otel	Yerli Zincir Otel	0,009
Yerli Bağımsız Otel	Uluslararası Zincir Otel	<0,001
Yerli Zincir Otel	Uluslararası Zincir Otel	0,009
Profesyonelleşme		p
Yerli Bağımsız Otel	Yerli Zincir Otel	<0,001
Yerli Bağımsız Otel	Uluslararası Zincir Otel	<0,001
Yerli Zincir Otel	Uluslararası Zincir Otel	0,163
Kültürel Güç		p
Yerli Bağımsız Otel	Yerli Zincir Otel	<0,001
Yerli Bağımsız Otel	Uluslararası Zincir Otel	<0,001
Yerli Zincir Otel	Uluslararası Zincir Otel	0,451
Saydamlık		p
Yerli Bağımsız Otel	Yerli Zincir Otel	0,038
Yerli Bağımsız Otel	Uluslararası Zincir Otel	0,001
Yerli Zincir Otel	Uluslararası Zincir Otel	0,005
Tutarlılık		p
Yerli Bağımsız Otel	Yerli Zincir Otel	<0,001
Yerli Bağımsız Otel	Uluslararası Zincir Otel	0,001
Yerli Zincir Otel	Uluslararası Zincir Otel	0,545
p< 0,017		

Tablo 6’da görüldüğü gibi, yapılan analizin sonucunda formalleşme boyutundaki farklılığın yerli bağımsız otel ile uluslararası zincir otel işletme türleri ($p<0,001$), yerli bağımsız otel ile yerli zincir otel işletme türleri ($p=0,009$) ve yerli zincir otel ile uluslararası zincir oteller ($p=0,009$) arasında olduğu görülmektedir. Profesyonelleşme boyutundaki farklılıklar yerli bağımsız otel ile uluslararası zincir otel işletme türleri ($p<0,001$) ve yerli bağımsız otel ile yerli zincir otel işletme türleri ($p<0,001$) arasında oluşmaktadır. Kültürel güç boyutundaki farklılıklar yerli bağımsız otel ve uluslararası zincir otel işletme türleri ($p<0,001$) ve yerli bağımsız otel ve yerli zincir otel işletme türleri ($p<0,001$) arasında oluşmaktadır. Saydamlık boyutundaki farklılıklar yerli bağımsız otel ile uluslararası zincir otel ($p=0,001$) ve yerli zincir otel ile uluslararası zincir oteller ($p=0,005$) arasında oluşmaktadır. Tutarlılık boyutundaki farklılıkların yerli bağımsız otel ve uluslararası zincir otel işletme türleri ($p=0,001$) ve yerli bağımsız otel ve yerli zincir otel işletme türleri ($p<0,001$) arasında olduğu saptanmıştır.

Otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin, çalışılan otelin faaliyet süresine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için “Mann-Whitney U Testi” uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Otel İşletmesinin Faaliyet Süresine Göre Kurumsallaşma Düzeyine Yönelik Mann Whitney U Testi Sonuçları

Kurumsallaşma Faktörleri	Devamlı 12 ay (n=161)	Sezonluk (n=53)	Mann-Whitney U	p
Formalleşme	22,17±4,35	22,15±4,47	4,223	0,902
Profesyonelleşme	23,91±5,89	23,23±5,89	3,961	0,433
Kültürel Güç	32,03±6,77	30,81±7,33	3,859	0,296
Saydamlık	8,54±1,68	8,40±1,62	4,011	0,495
Tutarlılık	12,67±2,85	12,28±3,09	3,891	0,323

Yapılan analiz sonucunda, otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyinin, çalışılan otelin faaliyet süresine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermediği anlaşılmıştır. İstatistiki açıdan aralarında anlamlı bir farklılık olmasa da devamlı faaliyet gösteren otellerin kurumsallaşma düzeyleri sezonluk otellere göre daha yüksektir.

Otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin, çalışılan otelin aile şirketi olup olmadığına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için “Mann-Whitney U Testi” uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 8’de sunulmuştur

Tablo 8. Otel İşletmesinin Aile İşletmesi Olma Durumuna Göre Kurumsallaşma Düzeyine Yönelik Mann Whitney U Testi Sonuçları

Kurumsallaşma Faktörleri	Evet (n=111)	Hayır (n=103)	Mann-Whitney U	p
Formalleşme	21,23±4,24	23,17±4,30	-4,892	<0,001
Profesyonelleşme	21,89±6,00	25,73±5,08	-5,253	<0,001
Kültürel Güç	29,34±6,67	34,3±6,26	-5,970	<0,001
Saydamlık	8,08±1,34	8,96±1,85	-5,934	<0,001
Tutarlılık	11,68±2,94	13,53±2,57	-5,789	<0,001

Tablo 8’den anlaşıldığı üzere, kurumsallaşma boyutlarından formalleşme, profesyonelleşme, kültürel güç, saydamlık ve tutarlılık boyutları çalışılan otelin aile işletmesi olma durumuna göre anlamlı ölçüde farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma hakkında daha detaylı bilgi edinebilmek için aile işletmesi durumuna göre puan ortalamaları alınmıştır. Aile işletmesi olmayan otellerin formalleşme ortalaması 23,17; profesyonelleşme ortalaması 25,73; kültürel güç ortalaması 34,30; saydamlık ortalaması 8,96 ve tutarlılık ortalaması 13,53’tür. Elde edilen bu sonuçlara göre; aile işletmesi olmayan otellerde tüm kurumsallaşma boyutlarındaki önermelere verilen cevapların ortalaması, aile işletmesi olan otellerdekinden yüksektir. Bu sonuç doğrultusunda, kurumsallaşma düzeyinin aile işletmesi olmayan işletmelerde daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesi ve ayrıca otel işletmelerinin özellikleri ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyi arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Araştırmada kurumsallaşmanın; formalleşme, profesyonelleşme, kültürel güç, saydamlık ve tutarlılık şeklinde beş temel boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Bu boyutlar itibarıyla Türkiye’deki beş yıldızlı otellerin kurumsallaşma düzeyleri değerlendirildiğinde; işletmelerin formalleşme (4.43) ve saydamlık (4.25) düzeylerinin çok yüksek, tutarlılık (4.19), profesyonelleşme (3.96) ve kültürel güç (3.97) düzeylerinin ise yüksek olduğu tespit edilmiştir. Profesyonelleşme ve kültürel güç boyutları en düşük ortalamaya sahiptir. Bu iki boyutun diğer boyutlara göre düşük çıkması Türkiye’deki beş yıldızlı otellerin “kurumsal” kurumsallaşma düzeyinde olduğunu göstermektedir. Profesyonelleşme ve kültürel güç düzeyleri; işletme sahiplerinin gücü elinde tutmak istemeleri, veraset paylaşımları, aile yöneticilerindeki kuşak değişimleri gibi nedenlerden dolayı formalleşme, saydamlık, ve tutarlılık unsurlarına göre daha düşüktür. Tam kurumsallaşma düzeyine geçebilmek için işletmelerin profesyonelleşme ve kültürel güç boyutları ile ilgili çalışmalar yapmalarına ihtiyaç vardır. Özellikle işletmelerde profesyonellerin rahat çalışabilecekleri örgüt ikliminin oluşturulması gerekmektedir.

Kurumsallaşma düzeyinin çalışılan otel türüne göre anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığı incelendiğinde, şehir otellerinin kurumsallaşma düzeyinin resort otellere göre yüksek çıktığı görülmüştür. Bu çerçevede beş yıldızlı resort otellerin kurumsallaşma çalışmalarını arttırmaları gerekmektedir.

İşletme türlerine göre otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde, uluslararası zincir otellerin kurumsallaşma düzeylerinin yerli ve yabancı bağımsız ve yerli zincir otellerin kurumsallaşma düzeylerine göre daha yüksek çıktığı anlaşılmıştır. Buradan yola çıkarak Türkiye’deki beş yıldızlı otellerin yabancı menşeli otellerle rekabet edebilmeleri ve insan kaynaklarını geliştirebilmeleri için kurumsallaşma alanında çalışma yapmaları gerektiği söylenebilir. Bu sayede işletmeler gelecekte de sürekliliğini sağlayabileceklerdir.

Otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyinin, işletmenin aile işletmesi olup olmamasına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde, aile işletmesi olmayan beş yıldızlı otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyinin, aile işletmesi olan otellere göre daha yüksek çıktığı görülmüştür. Aile işletmesi olan işletmelerin uzun dönemde varlıklarını sürdürebilmeleri için kurumsallaşmanın öneminin farkına varıp; işletmelerine orta ve uzun dönemde kurumsal işlerlik kazandırmaları işletmenin menfaatine olacaktır.

Otel işletmelerinin kurumsallaşma düzeyinin, çalışılan otelin faaliyet süresine göre (devamlı ve sezonluk) ise istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmıştır.

Aralarında anlamlı bir farklılık olmasa da devamlı faaliyet gösteren otellerin kurumsallaşma düzeyleri sezonluk otellere göre daha yüksektir.

Araştırma bulguları ışığında genel bir değerlendirme yapıldığında; kurumsallaşma düzeylerinin otel türü, işletme türü ve aile işletmesi olma durumuna göre farklılık göstermesinde, araştırmaya katılan şehir otellerinin büyük bir çoğunluğunun aile işletmesi olmaması ve uluslararası zincir otel olmasından dolayı kurumsallaşma düzeylerinin yüksek olmasının rolü olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca, aile işletmesi olan otel işletmelerin büyük çoğunluğunun zincir ve bağımsız işletme olarak yerli yönetime sahip olması ve Türk işletme kurucularının yönetim gücünü ellerinde tutmak istemeleri nedeniyle tam kurumsallaşma düzeyine ulaşamadıkları söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akat, İ. ve Atılgan, T. (1992). Sanayi işletmelerinde kurumsallaşma ve şirket kültürü. *TOBB Yayınları Ekonomik ve Sosyal Sorunlar Çözüm Önerileri Dizisi*, 4, 17-58.
- Akyol, C. (2010). *Turizm sektöründe faaliyet gösteren aile işletmelerinde yaşanan kurumsallaşma sorunları: İstanbul'da bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Apaydın, F. (2008). Kurumsallaşmanın küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin performansına etkileri. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 1-22.
- Basel Bankacılık Gözetim Komitesi (1999). *Bankalarda kurumsal yönetim*. Ankara
- Birdir, K. (2000). Türkiye’de otel genel müdürlerinin devir süreleri ve nedenleri üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Prof. Hasan Olalı Özel Sayısı*, 11, 142-148.
- Birdir, K. ve Tepeci, K. (2003). Otel genel müdürlerinde tükenmişlik sendromu ve tükenmişliğin genel müdürlerin işlerini değiştirme eğilimlerine etkisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 93-106.
- Duygulu, E. (1998). *Kurumsallaşma olgusu: analitik bir yaklaşım* (Yayınlanmamış doktora tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Greening, D. W. ve Gray, B. (1994). Testing a model of organizational response to social and political issues. *Academy of Management Journal*, 37(3), 467-498.
- Hall, R. H. (1968). Professionalization and bureaucratization. *American Sociological Review*, 33(1), 92-104.
- Karpuzoğlu, E. (2001). *Büyüyen ve gelişen aile şirketlerinde kurumsallaşma*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Kostova, T. (1999). Transnational transfer of strategic organizational practices: A contextual perspective. *The Academy of Management Review*, 24(2), 308-324.
- Şanal, M. (2011). *Aile işletmelerinde kurumsallaşma ve kurumsal girişimcilik üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.

- Tavşancı, S. (2009). *Firmalardaki kurumsallaşma düzeyinin rekabet gücüne etkisi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- TKYD Yayınları (2006). *Nedir bu kurumsal yönetim*, İstanbul.
- UNWTO (2014). *UNWTO Tourism Barometer*, 2014 Edition.
- Waddock, S. (2004). Creating corporate accountability: Foundational principles to make corporate citizenship real. *Journal of Business Ethics*, 50(4), 313-327.
- Wallace, J. E. (1995). Organizational and professional commitment in professional and nonprofessional organizations. *Administrative Science Quarterly*, 40(2), 228-255.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Koç, H. (2009). Aile işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesine yönelik karşılaştırılmalı bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 497-507.

İZMİR ŞEHİR OTELLERİ ÇALIŞANLARINDA İŞ-AİLE VE AİLE-İŞ ÇATIŞMASI DÜZEYLERİNİN VE BOYUTLARININ BELİRLENMESİ

Tuğba PALA MORKOÇ

*Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
tugbapala82@gmail.com*

Mustafa TEPECİ

*Prof. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi
mustafa.tepeci@cbu.edu.tr*

ÖZET

Günümüzde işlerin ve iş özelliklerinin değişmesi, iş ve aile yaşam alanlarındaki dengenin sağlanmasını zorlaştırmaktadır. Bu dengeyi sağlamanın ne kadar önemli olduğunun farkına varılması, iş ve aile yaşam alanları ile ilgili çalışmaların artmasına yol açmıştır. İş ve aile yaşam alanları arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar daha çok iş-aile çatışması konusu üzerinde durmuşlardır. Bu çalışmanın amacı, İzmir şehir otellerinde çalışanların iş-aile ve aile-iş çatışmalarının boyutlarını, Carlson, Kacmar ve Williams (2000)'ın geliştirdiği İş-Aile Çatışması Ölçeğini Türkçeye çevirerek belirlemektir. Toplamda 10 otel ve 302 çalışandan anket yoluyla toplanan verilere yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda iş-aile çatışmasının her iki yönünün de (iş-aile yaşam çatışması ve aile-iş yaşam çatışması) iki boyuta sahip olduğu (baskı ve davranış temelli) belirlenmiştir. Bu sonuca göre iş-aile yaşam çatışmasının boyutları: baskı temelli iş-aile yaşam çatışması ve davranış temelli iş-aile yaşam çatışması iken aile-iş yaşam çatışmasının boyutları: baskı temelli aile-iş yaşam çatışması ve davranış temelli aile-iş yaşam çatışmasıdır. Faktör boyut ortalamaları, otel çalışanlarının iş-aile ve aile-iş çatışması yaşamadıklarını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Otel çalışanları, iş-aile çatışması, aile-iş yaşam çatışması, iş-aile yaşam çatışması, iş-aile çatışması ölçeği*

GİRİŞ

Morf (1989), endüstri devrimi ile birlikte, iş ve aile aktivitelerinin farklı yerlere, farklı zamanlara, farklı insan gruplarına, farklı davranış normlarına ve farklı duygusal ifade sergileme biçimlerine dönüştüğünü ve bu nedenle evlerdeki ve işyerindeki kültür ve rol beklentilerinin birbirinden farklılaştığını söylemektedir (Clark, 2000). Bir yetişkin aile üyesi olarak ev bakım işleri ve ücretli olarak çalıştığımız işler hayatımızın temelini oluşturan bir noktada yer almaktadır. Hızla değişen aile kavramı ve emek dünyasında her iki alanda da tüm rollerimizi başarılı bir şekilde sürdürmek giderek zorlaşmaktadır (Lewis, 2009). Bu nedenle çalışanların iş ve aile yaşam alanları psikoloji, sosyoloji ve işletme yönetimi gibi araştırma alanlarının konusu olmuş ve bu konuda uzman araştırmacılar çeşitli kuram ve bakış açıları ile iş-aile çatışmasını irdelemiştir (Allen, Herst, Bruck ve Sutton, 2000). İş-aile çatışması, iş ve aile yaşam alanlarının ve bu alanların birbiri ile olan ilişkilerinin analizi için önemli bir kavramdır. Son zamanlarda yapılan birçok çalışma, iş ve aile yaşam alanlarının özellikleri ile iş-aile çatışmasını ele almaktadır (Frone, Russell ve Cooper, 1992; Allen ve diğerleri, 2000; Bruck, Allen ve Spector, 2002). Ancak aile aktivitelerinin iş sorumlulukları ile karışması veya iç içe geçmesi durumunda bireyin aile

rolü gereği işinin sorumluluklarını yerine getirememesinden dolayı ortaya çıkan aile-iş çatışması ihmal edilmiştir. Bireyin sahip olduğu aile ile ilgili özelliklerin de iş performansını etkileyebileceği düşünüldüğünden aile-iş çatışması ve etkileri son yıllarda incelenmeye başlanmıştır (Carlson ve diğerleri, 2000; Özdevcioğlu ve Doruk, 2009).

Bu çalışmada, iş-aile çatışmasını araştırmak amacıyla Carlson ve diğerleri (2000) tarafından geliştirilen İş-Aile Çatışması Ölçeği (iş-aile yaşam çatışması ve aile-iş yaşam çatışması yönlerinden oluşan) Türkçe'ye çevrilerek otel çalışanlarının iş-aile çatışması boyutları tespit edilmeye çalışılmıştır. Carlson ve diğerleri (2000) tarafından geliştirilen ölçeğin kullanılma nedeni; daha önce iş-aile çatışmasını ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeklerin hiçbirinin iş-aile çatışmasının her iki yönünü (Netermeyer ve diğerleri, 1996) ve aynı zamanda bu her iki yönde bulunan türleri kapsamamasıdır. Bu ölçek, iş-aile çatışmasının doğası gereği iki yönlü olması nedeni ile daha önce oluşturulan ölçeklerin eksiklerini tamamlayan ve ihtiyaçlarına cevap verir niteliktedir. Daha önce turizm ve otelcilik sektöründe yapılan çalışmalarda da bu iki yönün ölçülmemiş olması ve Türkiye'de belki de ilk defa otel çalışanlarının yaşamış olduğu iş-aile çatışmasının iki yönünün de ölçülmesi çalışmanın önemini arttırmaktadır.

LİTERATÜR

İş-Aile Çatışması

Kahn ve diğerlerine (1964) göre, roller arası çatışma, kişinin bir role katılımının aynı zamanda bir başka role katılımını zorlaştırması ile oluşmaktadır. Çünkü üstlenilen bir rolün gerektirdiği tutum ve davranış, üstlenilen diğer rolün gerektirdiği tutum ve davranış ile uyuşmayabilir. Bu durumda çeşitli rollerin gereklerini yerine getirmeye çalışan kişi üzerinde baskı oluşmaktadır. Roller arası çatışmayı temel alan iş-aile çatışması, karşılıklı olarak birbiriyle uyumlu olmayan iş ve aile alanlarının sorumluluklarından kaynaklanan rol baskısı olarak düşünülmektedir. Bir başka deyişle iş rollerinin gereklerini yerine getiren bir kişi, aile rollerinin gereklerini yerine getirmekte zorlanabilir. Bunun tersi olarak da kişi, aile rollerinin gereklerini yerine getirmeye çalışırken iş rollerinin gereklerini yerine getirmekte zorlanabilir (Greenhaus ve Beutell, 1985). Bu çalışmada, iş-aile çatışmasının her iki yönünü (iş-aile yaşam çatışması; iş yaşam alanının aile yaşam alanına müdahalesi, aile-iş yaşam çatışması; aile yaşam alanının iş yaşam alanına müdahalesi) ayrı ayrı ele alındığından bu tanımlar iş-aile çatışmasının yönü başlığı ve alt başlıkları altında verilmektedir.

İş-Aile Çatışmasının Yönü

Greenhaus ve Beutell (1985), iş-aile çatışmasını “iş ve aile rollerinin birbiriyle karşılıklı olarak uyuşmamasından kaynaklanan baskıdan dolayı bir role katılımın diğer role katılımı güçleştirdiği durum” olarak tanımlamıştır. Bu çatışma iki yönlü olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar; iş-aile yaşam çatışması olarak bilinen iş alanının aile alanına müdahalesi ve aile-iş yaşam çatışması olarak bilinen aile alanının iş alanına müdahalesidir (Frone, 2003). Bu her

iki yönünde farklı öncelleri ve sonuçları olduğu için, bu yönleri farklı kavramlar olarak ele almakta fayda görülmektedir (Frone ve diğerleri, 1992).

İş-aile yaşam çatışması; iş taleplerinin aile sorumluluklarının yerine getirilmesini zorlaştırması iken aile-iş yaşam çatışması; aile taleplerinin iş ile ilgili görevlerin yapılmasını kısıtlamasıdır. İşin aile yaşam alanına müdahalesi ve ailenin iş yaşam alanına müdahalesi birbiri ile ilişkili ancak birbirinden farklı süreçlerdir (Voydanoff, 2004). Netemeyer, Bole ve McMurrian (1996), iş-aile yaşam çatışmasını “aile ile ilgili sorumluluklar yerine getirilirken işin müdahalesi sonucu ortaya çıkan taleplerin rollerarası çatışmalar ile sonuçlanması” olarak aile-iş yaşam çatışmasını ise, “iş ile ilgili sorumluluklar yerine getirilirken ailenin müdahalesi sonucu ortaya çıkan taleplerin roller arası çatışmalar ile sonuçlanması” olarak tanımlamıştır.

İş-Aile Çatışması Çeşitleri

İş-aile çatışmasının temel olarak üç çeşidi bulunmaktadır. Bunlar; zaman, sıkıntı ve davranış temelli çatışmalardır (Greenhaus ve Beutell, 1985). Bu çalışmada iş-aile yaşam çatışmasının çeşitleri olarak zaman, sıkıntı ve davranış temelli çatışmalar ele alındığı gibi aile-iş yaşam çatışmasının da çeşitleri benzer şekilde zaman, sıkıntı ve davranış temelli çatışmalar olarak ele alınmaktadır.

Zaman Temelli Çatışmalar

Çoklu rolleri gerçekleştirirken roller zamana karşı yarışmaktadır. Bir rolün gerekliliklerinin yerine getirilmesi için gereken zaman, diğer rolün gerekliliklerinin yerine getirilmesi için harcanamaz. Zaman temelli çatışma iki şekilde görülebilmektedir. Bunlar: (1) zaman baskısı nedeniyle bir rolü gerçekleştirirken diğer rolü gerçekleştirmenin fiziksel olarak mümkün olmadığı durumlar ve (2) diğer rolü gerçekleştirmenin fiziksel olarak mümkün olduğu durumlarda bile baskının kaygı yaratabileceği durumlardır (Bartolome ve Evans, 1979 ‘dan aktaran Greenhaus ve Beutell, 1985).Hochschild (1997), bireyin iş ve aile yaşam alanlarında, hangi yaşam alanına öncelikli olarak zaman ayıracağı konusunda zorluk yaşayabileceğini ortaya koymuştur. Örneğin, bir kişi ailenin değerli olduğunu söylerken aynı zamanda iş yerinde başarılı olmanın yolunun işe fazla zaman ayırmak olduğunu düşünmektedir. Zaman temelli iş-aile çatışmasında zaman, bireyin istekleri doğrultusunda her iki yaşam alanına da dağıtılamıyorsa yaşanabilir. Örneğin, bir ebeveyn okulda gösterisi olan çocuğunu izlemek istemektedir ancak aynı saatte çalışmak zorunda olduğu için gösteriyi de kaçırmaktadır.

Sıkıntı Temelli Çatışmalar

Sıkıntı temelli çatışma, bir roldeki baskının (sıkıntının) diğer rolün icrasını etkilemesidir. İşle ilgili çeşitli stres vericiler iş-aile çatışması ile ilişkilidir. Ayrıca belirli bir roldeki zamanı genişletmek, sıkıntı semptomları yaratabilmektedir. Bununla birlikte uzun ve belirsiz çalışma saatleri, fazla mesai ve iş seyahatlerinin yoğunlaşması zaman temelli çatışmaları ürettiği gibi dolaylı olarak sıkıntı temelli çatışmaları da üretebilmektedir.

Zaman temelli ve sıkıntı temelli çatışmalar kavramsal olarak birbirinden farklı olsalar da iş alanındaki birçok kaynağı paylaşmaktadırlar. Sıkıntı, çatışma ve ailedeki destek yoksunluğu iş-aile çatışmasının yaşanmasına neden olabilmektedir. İş alanı ile birlikte aile rolleri özellikleri, zaman sorumlulukların zamanını genişlettiğinden, dolaylı veya dolaysız olarak sıkıntı yaratabilir (Greenhaus ve Beutell, 1985). Marks (1998), ailede ilgilenilmesi gereken engelli bir aile üyesi bulunan bireylerin daha fazla iş-aile yaşam çatışması yaşadığını tespit etmiştir. Sıkıntı temelli çatışma, aile-iş yaşam çatışmasında da kendini benzer şekilde gösterebilir. Örneğin zihinsel olarak tükenmiş birey eve geldiğinde aile üyeleri ile olumlu iletişim kuramayabilir.

Davranış Temelli Çatışmalar

Rol davranışındaki belirli örnekler, diğer rolden beklenen davranışlarla uyumlu olmayabilir. Örneğin yöneticilik vasfı, kendine güvenliliği, duygusal olarak istikrarlılığı, insiyatif almayı ve nesnelliği temsil eder. Ancak bunun yanında aile bireyleri, aile üyesi olan kişiden sıcak, şefkatli, duygusal, iletişim içerisinde olmaya istekli birini bekler. Eğer bir insan davranışlarını, farklı rol beklentilerine göre ayarlayamıyorsa, roller arasında çatışma yaşayabilir (Greenhaus ve Beutell, 1985). Örneğin emir komuta zincirine bağlı bir asker, iş yerinde buna uygun davranarak astlarına bir işin yapılmasını söylerken soğuk, mesafeli ve emir kipinde konuşmalıdır. Eve geldiğinde kendisinden şefkat ve samimiyet bekleyen eşine ve çocuklarına da işyerindeki tavrı ile davranırsa iş-aile yaşam çatışması ortaya çıkabilir. Şefkatli ve sevecen aile bireyi davranışı ise, işyerinde başarısızlıkla sonuçlanabilir ve aile-iş yaşam çatışmasına neden olabilir.

İş-Aile Çatışmasının Ölçülmesi

İş-aile çatışması daha önceki araştırmacılar tarafından da çeşitli yollarla ölçülmeye çalışılmıştır. Son yıllardaki araştırmacılar, iş-aile çatışmasının her iki yönünü de göz ardı etmeden ele alarak bu kavramı ölçmeye çalışmıştır (Duxbury ve diğerleri, 1992; Frone ve diğerleri, 1992). İş-aile çatışmasını iyi anlamak için bu kavramı iki yönü ile ele almak oldukça önemlidir (Carlson vd., 2000). Netemeyer ve diğerleri. (1996) 10 maddelik ölçme araçlarında, iş-aile çatışmasının her iki yönünü de ele alırken bu yönlerin içinde barındırmış olduğu zaman, sıkıntı ve davranış temelli iş-aile çatışması boyutlarını göz ardı etmiştir. Greenhaus and Beutell (1985)'in de tanımlamış olduğu gibi, iş-aile çatışmasının iki yönü (işin aileye müdahalesi ve ailenin işe müdahalesi) ve bu yönlerin her birinin kendi içerisinde üç türü bulunmaktadır. Bu tanımlamayı dikkate alan Carlson ve diğerleri (2000) iş-aile çatışmasını kapsamlı olarak ölçmek amacı ile İş-Aile Çatışması Ölçeğini geliştirmişlerdir. Bu çalışmada Carlson ve diğerlerinin (2000) geliştirdiği ölçeğin ele alınmasının nedeni, iş-aile çatışmasının her iki yönünün ve altı boyutunun farklı değişkenlerle (örneğin iş tatmini, duygusal emek, işte kalma niyeti) farklı şekillerde etkileşim halinde olduğunun düşünülmesidir.

Şekil 1: İş-Aile Çatışmasının Boyutları**İş-Aile Çatışmasının Yönleri**

	İş-Aile Yaşam Çatışması	Aile-İş Yaşam Çatışması
İş-Aile Çatışması Türleri		
Zaman	Zaman Temelli İş-Aile Yaşam Çatışması	Zaman Temelli Aile-İş Yaşam Çatışması
Sıkıntı	Sıkıntı Temelli İş-Aile Yaşam Çatışması	Sıkıntı Temelli Aile-İş Yaşam Çatışması
Davranış	Davranış Temelli İş-Aile Yaşam Çatışması	Davranış Temelli Aile-İş Yaşam Çatışması

Kaynak: Carlson, Kacmar ve Williams, 2000, s. 251.

Yukarıdaki şekil 1’de de görüldüğü gibi Carlson ve diğerlerinin (2000) İş-Aile Çatışması Ölçeği, iş-aile çatışmasının her iki yönünü ve her iki yönde bulunan zaman, sıkıntı ve davranış temelli iş-aile-çatışması türlerini kapsayan altı boyutlu bir ölçektir.

YÖNTEM**Evren ve Örneklem**

Otel çalışanlarının iş-aile yaşam çatışmaları ve aile-iş yaşam çatışmalarının boyutlarını ve düzeylerini belirlemek amacıyla İzmir şehir otellerinde çalışanlardan anket yolu ile veri toplanmıştır. İzmir şehir merkezinde 3 ve daha fazla yıldız sayısına sahip 40 adet otel bulunmaktadır. Bu otellerin yöneticileri ile temasa geçilerek bu çalışma ile ilgili destekleri talep edilmiştir ancak zaman bulamama ve bazı bilgilerin dışarı çıkabileceği endişesi ile 40 otelden yalnızca 10 tanesi veri toplama konusunda yardımcı olabileceklerini bildirmiştir. Bu otellerin yöneticileri ile iletişime geçilerek, 10 adet otelin çalışan sayısı yaklaşık 700 olarak belirlenmiştir. Veri toplanmasına izin vermeyen otel yöneticileri çalışan sayıları hakkında kesin bilgi vermediğinden genel evrenindeki çalışan sayısının yaklaşık olarak 2.500 civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Bu çalışmaya katılan 10 otelden, 1’i butik otel iken 2’si 3 yıldızlı, 4’ü 4 yıldızlı 3’ü ise 5 yıldızlı oteldir. Çalışanlar tarafından doldurulmak üzere bu otellere 700 adet anket dağıtılmıştır. 5 yıldızlı otellerden biri, anketi araştırmacının uygulamasına izin vermiş ve araştırmacı çalışanların iki saate yayılan yemek molaları boyunca anketleri otel çalışanlarından toplamıştır. Diğer otel yöneticileri ise, anketin araştırmacı tarafından uygulanmasının çalışanların zamanını alacağını düşündüklerinden, anketlerin doldurulması ile ilgili yetkili birini tayin etmişlerdir. Bu yetkili kişiler, anketlerin dağıtımı ve toplanması ile ilgilenmiş, anketler tamamlandığında ise araştırmacı ile iletişime geçip anketleri teslim

etmişlerdir. Toplamda 10 otele dağıtılan 700 anketten 302'sinin kullanılır halde doldurulmuş olduğu tespit edilerek analize dahil edilmiştir.

Ölçme Aracı

Ölçme aracı olarak Carlson ve diğerleri (2000) tarafından geliştirilen İş-Aile Çatışması Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte toplam olarak 18 madde bulunmaktadır. Bu ölçek maddelerinin Türkçeye çevrilme işlemi, turizm sektöründe uzman İngilizce ve Türkçe dillerine hakim 3 akademisyen tarafından gerçekleştirilmiştir. Çeviri işlemi yapılırken anlam kayıpları yaşanabileceğinden bir akademisyen tarafından geri çeviri tekniğine başvurulmuş Türkçeye çevrilmiş, anket maddeleri yeniden İngilizceye çevrilmiştir. İngilizceye yeniden çevrilen ölçek maddelerinin anlam kaybına uğrayıp uğramadığına bakılmış, anlam kaybına uğrayan ölçek maddeleri tespit edilerek, anlamının korunacağı şekilde tekrar Türkçeye çevrilmiştir. Daha sonra hazırlanan anket, örneklemeden seçilen 12 kişilik bir gruba sunulmuştur. Bu gruba, soruların anlaşılıp anlaşılmadığı veya kendileri için ne anlam ifade ettiği soruları yöneltilerek anket maddeleri üzerinde tartışılmıştır. Anlaşılması güç olan maddeler daha açık bir şekilde ifade edilmek üzere düzeltilmiştir.

ANALİZ VE BULGULAR

Faktör Analizi

İş-aile çatışması içinde iş-aile yaşam çatışması ve aile-iş yaşam çatışması alt ölçekleri bulunmaktadır. Bu alt ölçeklerin ilki olan iş-aile yaşam çatışması üzerinde açıklayıcı faktör analizi uygulandığında Tablo 1'de de görüldüğü üzere iki faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Zaman temelli iş-aile yaşam çatışması ve sıkıntı temelli iş-aile yaşam çatışması maddelerinin (6 madde) bir araya gelerek ilk boyutu oluşturduğu ve bu ilk boyutunda toplam varyansın % 44,87' sini açıkladığı bulunmuştur.

Tablo 1: İş-Aile Yaşam Çatışması Faktör Boyutları

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Cronbach Alpha
<i>Faktör 1: Baskı temelli iş-aile yaşam çatışması (Zaman ve sıkıntı temelli iş-aile yaşam çatışması)</i>		4.627	44.869	.913
İşim, beni istediğimden daha fazla ailemle ilgili faaliyetlerden alıkoymaktadır.	.838			
İşe ayırmam gereken zaman ev ile ilgili sorumluluklara ve faaliyetlere eşit bir şekilde katılımımı engellemektedir.	.866			
İş ile ilgili sorumluluklarımı yerine getirmek için harcamam gereken zaman yüzünden aile ile ilgili faaliyetleri kaçırmak zorundayım.	.869			
Genellikle işten eve geldiğimde, aile sorumluluklarını yerine getiremeyecek ve aileyle ilgili faaliyetlere katılamayacak kadar bitkin olurum.	.733			
Genellikle, işten eve geldiğimde duygusal olarak tükenmiş olurum ve bu durum ailemle vakit geçirmeme engel olur.	.748			
İşteki tüm baskılar yüzünden bazen eve geldiğimde keyif aldığım şeyleri yapamayacak kadar stresli olurum.	.733			

<i>Faktör 2: Davranış temelli iş-aile yaşam çatışması</i>		1.238	20.287	.670
İş yerinde kullandığım problem çözücü davranışlarım evdeki problemleri çözerken etkili değildir.	.485			
İşte benim için gerekli ve etkili olan davranış, evde ters etkiye sebep olabilir.	.790			
İşte gösterdiğim ve orada etkili olan davranışlarım, iyi bir eş veya iyi bir ebeveyn olmama yardım etmemektedir.	.800			

Notlar: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. KMO Örneklem Yeterliliği=.860, Bartlett's Test of Sphericity: $p<.000$ (Chi-Square 1413,412, df= 36). Toplam varyans: 65,156

İkinci boyutu oluşturan davranış temelli iş-aile yaşam çatışması maddeleri (3 madde) bir araya gelerek toplam varyansın %20,29'unu açıklamaktadır. Cronbach Alpha değerlerine baktığımızda ilk boyut olan baskı temelli iş-aile yaşam çatışmasının .913, ikinci boyut olan davranış temelli iş-aile yaşam çatışmasının .670 olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Aile-İş Yaşam Çatışması Faktör Boyutları

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans%	Cronbach Alpha
<i>Faktör 1: Baskı temelli aile-iş yaşam çatışması (Zaman ve sıkıntı temelli aile-iş yaşam çatışması)</i>		4.969	43.402	.904
Aile ile ilgili sorumluluklarım için harcadığım zaman genellikle iş sorumluluklarımı yerine getirmeme engel olmaktadır.	.790			
Ailemle geçirdiğim zaman genellikle kariyerim için gerekli olan işle ilgili faaliyetlerine katılmama engel olmaktadır.	.748			
Aile ile ilgili sorumluluklarımı yerine getirmem için harcamam gereken zaman nedeniyle işle ilgili faaliyetleri kaçırmak zorundayım.	.810			
Evde yaşadığım stres nedeniyle, isteyken zihnim genellikle aile meseleleri ile meşgul olur.	.779			
Genellikle aile ile ilgili sorumluluklarımdan kaynaklanan stres nedeniyle işime konsantre olurken zorlanırım.	.799			
Aile yaşantımdan kaynaklanan gerilim ve kaygı, işle ilgili kabiliyetlerimin zayıflamasına neden olur.	.789			
<i>Faktör 2: Davranış temelli aile-iş yaşam çatışması</i>		1.306	26.318	.823
Evde işime yarayan davranışlar işyerinde işe yaramamaktadır.	.843			
Evde benim için gerekli ve etkili olan davranışlar, işte ters etkiye sahip olabilir.	.790			
Evde benim için problem çözücü davranışlarım işte faydalı görünmemektedir.	.848			

Notlar: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. KMO Örneklem Yeterliliği=.863, Bartlett's Test of Sphericity: $p<.000$ (Chi-Square 1628,110, df= 36). Toplam varyans: 69,720

Benzer şekilde aile-iş yaşam çatışması ölçeği üzerinde yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde Tablo 2'de de görüldüğü gibi, iki faktörlü yapı elde edilmiştir.

Zaman temelli aile-iş yaşam çatışması ve sıkıntı temelli aile-iş yaşam çatışması maddeleri (6 madde) bir araya gelmiştir. Bu altı maddelik ilk boyut toplam varyansın %43,40'ını açıklarken, İkinci boyutu oluşturan davranış temelli aile-iş yaşam çatışması maddeleri (3 madde) bir araya gelerek toplam varyansın %26,32'sini açıklamaktadır. Cronbach Alpha değerlerine baktığımızda ilk boyut olan baskı temelli aile-iş yaşam çatışmasının .904, ikinci boyut olan davranış temelli aile-iş yaşam çatışmasının .823 olduğu görülmektedir.

Betimleyici İstatistikler ve Korelasyon Analizi

Tablo 3 iş-aile ve aile-iş çatışması boyutlarının ortalama, standart sapma ve korelasyon ilişkilerini göstermektedir. Bir örneklem t-testi de yapılarak çalışmada ölçülen değişkenlerin 7'li Likert tipi derecelendirmede orta değer olan 4'ten farklı olup olmadığı araştırılmıştır. *Zaman ve sıkıntı temelli iş-aile çatışması* ($x=4,02$; $p>.05$) nötr noktasında iken *Davranış temelli iş-aile çatışması* ($x=3,66$; $p<.01$), *Zaman ve sıkıntı temelli aile-iş çatışması* ($x=2,92$; $p<.01$) ve *Davranış temelli aile-iş çatışması* ($x=3,54$; $p<.01$) orta değer 4'ten anlamlı olarak düşük olup örneklemdeki otel çalışanlarının iş-aile çatışması pek yaşamadıklarını göstermektedir.

İş-aile çatışması boyutları arasındaki bire-bir ilişkileri belirleyebilmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Boyutlar arasında .449 ile .604 arasında orta düzeyde ilişkilerin olduğu görülmekte en yüksek ilişki miktarı *Zaman ve sıkıntı temelli aile-iş çatışması* ile *Davranış temelli iş-aile çatışması* arasındadır.

Tablo 3. İş-aile ve aile-iş çatışması boyutlarının betimsel istatistikleri ve korelasyonları

İş-aile ve aile-iş çatışması boyutları	Ortalama	SS	1	2	3	4
1. Zaman ve sıkıntı temelli iş-aile çatışması	4,02	1,59	1			
2.Davranış temelli iş-aile çatışması	3,66	1,28	,449**	1		
3.Zaman ve sıkıntı temelli aile-iş çatışması	2,92	1,41	,573**	,604**	1	
4.Davranış temelli aile-iş çatışması	3,54	1,47	,462**	,596**	,537**	1

Not: n=302; 1'den 7'e Likert ölçeği. * $p<.05$, ** $p<.01$ düzeylerinde anlamlıdır.

SONUÇ

Bu çalışmada, İş-Aile Çatışması Ölçeği Türkçeye çevrilerek İzmir şehir otellerinde çalışanların iş-aile çatışması boyutları tespit edilmeye çalışılmıştır. Daha önce geçerliliği ve güvenilirliği Carlson ve diğerleri (2000) tarafından test edilmiş olan ölçek üzerinde açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda iş-aile yaşam çatışması ve aile-iş yaşam çatışması alt ölçeklerinin her ikisinin de iki boyutlu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, Carlson ve diğerlerinin (2000) bulmuş olduğu faktör boyutlarından farklıdır. Carlson ve diğerlerinin (2000) çalışmalarında iş-aile yaşam çatışması alt ölçeği zaman, sıkıntı ve davranış temelli iş-aile yaşam çatışması olarak üç boyuttan oluşurken benzer

şekilde, aile-iş yaşam çatışması alt ölçeği de zaman, sıkıntı ve davranış temelli aile-iş yaşam çatışması boyutlarından oluşmaktadır.

Bu çalışmada ise, her iki alt ölçekte de (iş-aile yaşam çatışması ve aile-iş yaşam çatışması) iki boyutlu yapı ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; iş-aile yaşam çatışması için zaman ve sıkıntı temelli iş-aile yaşam çatışması maddelerinin birleştiği ilk boyut olan baskı temelli iş-aile yaşam çatışması iken ikinci boyut ise, davranış temelli iş-aile yaşam çatışmasıdır. Aile-iş yaşam çatışması alt ölçeğinde de zaman ve sıkıntı temelli ölçek maddelerinin bir araya gelerek baskı temelli aile-iş yaşam çatışması ve davranış temelli aile iş yaşam çatışması boyutlarının oluştuğu görülmektedir.

Boyut ortalamaları incelendiğinde, otel çalışanlarının iş-aile çatışması yaşamadıkları görülmektedir. Özdevecioğlu ve Doruk (2009) ise, Netemeyer ve diğerlerinden (1996) uyarladıkları tek boyutlu iş-aile ve aile-iş çatışması ölçeğiyle sanayi işletmelerinden 305 çalışandan topladıkları verinin analizi sonucu; çalışanların iş-aile çatışması yaşamazken, aile-iş çatışması yaşadıklarını bulmuşlardır. İş-aile çatışması ile aile-iş çatışması arasında orta derecede görülen korelasyon ilişkisi, çalışanların her iki çatışma yönünü de yaşayabileceklerine işaret etmektedir. Özdevecioğlu ve Doruk (2009)'un çalışmasında da benzer ilişkiler ortaya çıkarılmıştır. Bu sonuç, araştırmacı ve yöneticilerin çalışanların iş-aile çatışması ile birlikte aile-iş çatışmasına da önem vermeleri gerektiğini göstermektedir.

Bu çalışma ile ilk defa otel çalışanlarının iş-aile çatışması boyutları, Carlson ve diğerlerinin (2000) geliştirdikleri İş-Aile Çatışması Ölçeği kullanılarak tespit edilmiştir. Otel çalışanlarından elde edilen verilerin analizi sonucunda hem iş-aile yaşam çatışması hem de aile-iş yaşam çatışmasında zaman ve sıkıntı temelli ölçek maddelerinin bir araya gelerek baskı temelli boyutu oluşturmalarının nedeni: Greenhaus ve Beutell, (1985)'in belirtmiş olduğu gibi, zaman ve sıkıntı temelli çatışmaların kavramsal olarak birbirinden farklı olsalar da iş alanındaki birçok kaynağı birlikte paylaşıyor olmaları ile açıklanabilir. Ayrıca zaman temelli çatışmanın ortaya çıkma nedenlerinden birinin çalışanın zaman baskısı nedeni ile aynı anda iki yerde bulunamaması olduğu gibi, diğer nedeninin ise bu fiziksel imkansızlıktan dolayı yaşanan sıkıntıdan kaynaklanıyor olması (Bartolome ve Evans, 1979'dan aktaran Greenhaus ve Beutell, 1985 s. 77-78) da zaman ve sıkıntı temelli iş-aile çatışması maddelerinin bir araya gelerek tek bir boyutu oluşturmalarını açıklayabilir.

Bu çalışmada, Carlson ve diğerlerinin (2000) geliştirdikleri İş-Aile Çatışması Ölçeği boyutlarının İzmir şehir otel çalışanları üzerinde yapılan bir çalışma ile belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada ortaya konulan iki yönlü ve 4 boyutlu iş-aile çatışması ölçeği, farklı örneklemelerden toplanacak verilerle analiz edilerek ölçeğin faktör yapısı ortaya çıkarılmalıdır.

KAYNAKÇA

Allen, T. D., Herst, D. E. L., Bruck, C. S. ve Sutton, M. (2000). Consequences associated with work-to family conflict: A review and agenda for future research. *Journal of Occupational Health Psychology*,4, 278-308.

- Bruck, C. S., Allen, T. D. ve Spector, P. E. (2002). The relation between work–family conflict and job satisfaction: A finer-grained analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 60 (3), 336-353.
- Carlson, D. S., Kacmar K. M. ve Williams, L. J. (2000). Construction and initial validation of a multidimensional measure of work-family conflict. *Journal of Vocational Behavior*, 56 (2), 249-276.
- Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: A new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53 (6), 747-770.
- Duxbury, L. E., Higgins, C. A. ve Mills, S. (1992). After-hours telecommuting and work–family conflict: A comparative analysis. *Information Systems Research*, 3, 173–190.
- Frone, M. R., Russell, M. ve Cooper, M. L. (1992). Antecedents and outcomes of work-family conflict: Testing a model of the work-family interface. *Journal of Applied Psychology*, 77 (1), 65-78.
- Frone, M. R. (2003). *Handbook of occupational health psychology. work–family balance*. Washington DC: American Psychological Association.
- Greenhaus, J. H. ve Beutell, N. J. (1985). Source of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, 10 (1), 76-88.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: Univ. of California Press.
- Lewis, J. (2009). *Work Family Balance, Gender and Policy*. Cheltenham: UK Edward Elgar Publishing Inc.
- Marks, N. F. (1998). Does it hurt to care? caregiving, work-family conflict, and midlife well-being. *Journal of Marriage and the Family*, 60, 951- 967.
- Netemeyer, R. G., Bole, J. S. ve McMurrian, R. (1996). Development and validation of work-family conflict and famil-work cocflict scales. *Journal of Applied Psychology*, 81(4), 400-410.
- Özdevecioğlu, M. ve Doruk, N.Ç. (2009). Organizasyonlarda iş-aile ve aile-iş çatışmalarının çalışanların iş ve yaşam tatminleri üzerindeki etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33 (Temmuz-Aralık), 69-99.
- Vaydanoff, P. (1988). Work role characteristics, family structure demands, and work/family conflict. *Journal of Marriage and Family*, 50 (3), 749-761.
- Vaydanoff, P. (2004). Implication of work and community demands and resources for work-to-family conflict and facilitation. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9 (4), 275-285.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KONTROL ODAĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Yasin BOYLU

*Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
yasin@gazi.edu.tr*

Günay EROL

*Öğr. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, ÜSET Meslek Yüksekokulu
gunayerol@nevsehir.edu.tr*

Ebru ARSLANER

*Arş. Gör., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
earslaner@ogu.edu.tr*

ÖZET

Bu araştırmada, kontrol odağı inancının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma evrenini, Eskişehir’de faaliyet gösteren konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Örneklem ise, kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen 196 çalışandan oluşmaktadır. Araştırmada Dağ (2002) tarafından geliştirilen kontrol odağı ölçeği kullanılmıştır. Veriler anket tekniğiyle toplanmıştır. Anket formunda demografik değişkenlere ve kontrol odağı inancına ilişkin sorular yer almaktadır. Araştırmada demografik değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistiklere ve farklılıkları belirlemeye yönelik yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; kontrol odağı inancının cinsiyet, yaş, medeni durum gibi demografik değişkenlerine göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kontrol Odağı, Demografik Değişkenler, Konaklama İşletmeleri*

GİRİŞ

Bireyler günlük yaşamlarında farklı iletişim durumları ve koşulları ile karşılaşabilmektedirler. Özellikle turizm sektöründe bu durum oldukça fazla yaşanmaktadır. Çünkü turizm sektörü farklı insanların bir araya geldiği, farklı davranışların ve fikirlerin sergilendiği bir ortam olarak görülmektedir (Leung ve Law, 2010). Bu açıdan bakıldığında gerek turistler açısından gerekse turizm sektörü çalışanları açısından bu davranışların temelde hangi kaynağa dayandığının veya hangi kaynakların bazı davranışlara ve davranış sonuçlarına yol açtığı belirlenmesi önem kazanmaktadır. Bireylerin davranış nedeninin açıklayıcısı olan (Rotter, 1990) ve sosyal öğrenme teorisi ile ilişkilendirilen kontrol odağı kavramı birey davranışlarının nedenini belirli bir temele dayandırmaktadır. Buna göre bireyin davranışları geçmişteki izlenimlerinden ve davranış sonuçlarından elde edilen deneyimlere göre şekil alabilmektedir. Kontrol odağı kavramında birey yapmış olduğu davranışları kendinden kaynaklı etkenlere veya dışsal kaynaklı etkenlere dayandırmaktadır (Rotter, 1966).

Kontrol odağıyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde çalışmaların genel anlamda sağlık, hasta davranışları (Wallston ve Wallston, 1978; Steptoe ve Wardle, 2001), eğitim, öğrenci ve eğitici davranışları (Altmann ve Arambasich, 1982; Klein ve Keller, 1990;

Smith, 1997; Manibo ve Lopez, 2014) gibi konular üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Türkiye’de ise konu ile ilgili yapılan çalışmaların genel anlamda eğitim kurumları, eğitimciler ve öğrenciler (Bedel, 2008; Arslan, Çardak ve Uysal, 2013; Işık, 2013) üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu konu ile ilgili turizm alanında yapılan çalışmaların ise sınırlı olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada turizm sektörü içerisinde yer alan konaklama işletmeleri çalışanlarının kontrol odağı inancını demografik değişkenlere göre irdelemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda konaklama işletmeleri çalışanlarının cinsiyet, medeni durum ve yaş gibi değişkenlerinin kontrol odağı inancı üzerinde bir farklılığa yol açıp açmadığı incelenmiştir.

KONTROL ODAĞI KAVRAMI

Kontrol odağı; psikoloji ve diğer sosyal bilimlerden oldukça ilgi gören ve çalışılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle siyasi bilimler ve halk sağlığı alanındaki çalışmaların yoğunluğunun fazla olmasının yanında, bireysel farklılıkları belirlemek amacı ile de bu alanda yapılan çalışmaların artması dikkat çekmektedir. Kontrol odağı kavramı birey davranışlarının önceden belirlenmesinde bireysel farklılıkların çözümlenmesinin önemini vurgulamaktadır (Rotter, 1990). Çünkü bu yaklaşıma göre bireylerin davranışlarındaki farklılıklar pekiştirme, öğrenme ve algı gibi kavramlarla ilişkili olmaktadır. Bazı bireylerin olaylar karşısındaki sonuçlara bakışı diğer bireyler tarafından farklı bir şekilde algılanabilmekte ve buna göre hareket edebilmektedirler. Kısaca kontrol odağı kavramı bireylerin davranışlarının sonucunu kendi kontrollerine ya da diğer dış kontrollere dayandırması ile açıklanmaktadır. Buna göre birey, davranışlarının sonuçlarını sadece kendi davranışlarının sonuçlarına değil de şansa, kadere, kontrol altında olduğu diğer güç sahiplerine veya bireyin çevresindeki karmaşıklığından dolayı önceden tahmin edilemeyen etkenlere dayandırması dışsal kontrol olarak adlandırılmaktadır. Bireyin davranışlarının sonucunu, kendi kişisel özelliklerine veya kendi davranışlarının sonucuna dayandırması ise içsel kontrol olarak adlandırılmaktadır (Rotter, 1966).

Dışsal kontrol odağı taşıyan bireyler olayların sonuçlarını dışsal etkenlere bağlamakta ve kendilerini güçsüz hissetmektedirler. Ayrıca bu bireyler farklılık oluşturacak bir şeylere çaba harcamak ve plan yapmak için dünyanın onlar için oldukça öngörülemez olduğu inancını taşımaktadırlar. Bununla birlikte dışsal kontrol odağı ne kadar artarsa bireyin o kadar olumsuz duygular sergileyeceği belirtilmektedir (Bajaj ve Krishnan, 2014). Buna karşın içsel kontrol odağına sahip bireylerin ise yenilikçi ve girişimcilik eğilimlerinin fazla olduğu belirtilmektedir (Mueller ve Thomas, 2001).

Judge ve Bono (2001) kontrol odağı kavramının iş tatmini ve iş performansı üzerinde önemli bir belirleyici olduğunu vurgulamaktadırlar. İçsel kontrol odağı ile örgütsel destek, iş tatmini arasında pozitif, işten ayrılma arasında negatif bir ilişki bulunmuştur (Shrestha ve Mishra, 2012). Ayrıca kontrol odağı kavramının bireysel olarak kişinin kendini iyi hissetmesi yani işyerindeki refah, iş ile ilgili konulardaki tutumları, işteki motivasyonu ve iş süreçleri ile ilgili kararları ile ilişkili olduğu belirtilmektedir. Buna göre içsel kontrol

odağı inancı taşıyan bireylerde iş süreçlerine daha iyi adapte olabileceği ve kariyer beklentilerini kendi çıkarımları ile elde edebileceği düşüncesi hakim olmaktadır (Ng, Sorensen ve Eby, 2006). Lider- üye etkileşimi ve kontrol odağı ile ilgili yaptıkları çalışmada Martin, Thomas, Charles, Epitropaki ve McNamara (2005); içsel kontrol odağı taşıyan bireylerin liderleri ile ilişkilerinin daha iyi olduğunu belirtmektedirler. Buna göre içsel kontrol odağı taşıyan bireylerin yöneticileri ile olan ilişkilerinin kalitesinin yüksek olduğu inancı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca çalışmada kontrol odağı ile örgütsel bağlılık, iş tatmini arasında ilişki olduğu belirtilmektedir. Kontrol odağı ve yöneticiye yönelik tatmin algısını araştıran diğer bir çalışma da Mitchell, Smyser ve Weed (1975) tarafından yapılmıştır. Buna göre içsel kontrol odaklı bireylerin dışsal kontrol odaklı bireylere göre yöneticilerine karşı olan tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca aynı çalışmada içsel kontrol odaklı çalışanların iş tatmini düzeylerinin daha yüksek olduğu ve bu bireylerin iş çevrelerinden daha fazla memnun olduğu ortaya çıkmıştır. Dijkstra, Beersma ve Evers (2011) ise yaptıkları çalışmada iş yerinde çalışanlar arasında içsel kontrol odağı davranışı arttıkça psikolojik gerginliğin, görev ve ilişki çatışmalarının azaldığı, problem çözme odaklı davranışların arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Ng ve Feldman (2011) ise yönetici pozisyonunda çalışanlar üzerindeki çalışmalarında içsel kontrol odaklı çalışanların daha fazla sosyal sermaye davranışına eğilim gösterdiklerini ve böylece kişisel ilişkilerini arttırdıklarını ortaya koymuşlardır. Aynı çalışmada içsel kontrol odağı ile çalışma süresi ve iş seviyesi arasında pozitif yönde ilişki bulunmuştur. Yönetici pozisyonunda çalışan bireylere yapılan başka bir çalışmada (Miller, De Vries ve Toulouse, 1982) ise içsel kontrol odağına sahip yöneticilerin rekabetçi, yenilikçi ve risk alabilme eğilimlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca bu kişilerin pazardaki yeniliklere açık olduğu, daha büyük riskleri alabilecekleri ve yönetilmekten ziyade yönetme eğilimlerinin olduğu belirtilmektedir.

Kontrol odağı kavramı ve demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar incelendiğinde ise, Tümkeya'nın (2000) çalışmasında kadınların erkeklere oranla kontrol odağı puanlarının fazla olduğu yani kadınların dışsal kontrol odağı inancı taşıdığı belirlenmiş, yaş ve çalışma süresi ile ilgili herhangi bir farklılık bulunamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Erol, Toprak, Yazıcı ve Erol'un (2000) çalışmasında ise kontrol odağı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Zaidi ve Mohsin (2013) ise öğrenciler üzerine yaptıkları çalışmada cinsiyet ile kontrol odağı arasında anlamlı bir farklılık olduğunu ortaya çıkarmış ve buna göre kadınların erkeklere oranla dışsal kontrol odağı davranışı sergiledikleri belirlenmiştir. Yine Knoop'un (1981) çalışmasının sonuçlarına göre yaş değişkeni arttıkça içsel kontrol odağı eğiliminin arttığı belirlenmiştir. Buna göre yaşça büyük olanlar yaşça küçük olanlara göre içsel kontrol odağı davranışını göstermektedirler. Vijayashree ve Jagdishchandra'nın (2011) çalışmasında ise içsel kontrol odağı ile iş tatmini arasında pozitif yönde ilişki bulunmuş, fakat içsel ve dışsal kontrol odağı arasında cinsiyet, yaş ve eğitim arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Uçanok'un (2004) çalışmasında ise kontrol odağı ile yaş, eğitim

seviyesi ve cinsiyet ilişkisi doğrulanamamış ve çalışmada demografik değişkenlerin kontrol odağı üzerinde bir etkiye sahip olmadığı belirtilmiştir.

Kontrol odağı kavramı ile ilgili turizm alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde ise Salazar, Pfaffenberg ve Salazar (2006) tarafından otel yöneticilerine uygulanan çalışmanın sonucuna göre kadın otel yöneticilerinin erkek otel yöneticilerine göre dışsal kontrol odaklı eğilimli olduğu belirlenmiştir. Otel yöneticilerinin genel kontrol odağı ortalaması ise 3,55 olarak belirlenmiştir. Kutanis, Mesci ve Övdür (2011) ise turizm öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmada kadın öğrencilerin dışsal kontrol odağı, erkek öğrencilerin içsel kontrol odağı eğilimli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Beldona ve Ismail (2002) ise çalışmasında yiyecek-servisi ile ilgili eğitim alan kişiler üzerinde uyguladığı çalışmada kontrol odağının yiyecek-servisi yönetimi performansı üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Buna göre içsel kontrol odağı eğilimi olan bireylerin daha fazla bireysel başarı gösterebileceği söylenilmektedir. Lee'nin (2005) çalışmasında kontrol odağı ile çalışılan departman, eğitim, otel yıldızı ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır, konaklama endüstrisinde çalışılan yıl, yaş ve medeni durum ile anlamlı bir ilişki bulunmuş ve evli otel çalışanlarının içsel kontrol odaklı olduğu belirlenmiştir. Bu bilgiler kapsamında demografik değişkenler ile kontrol odağı ilişkisi dikkate alınarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Kontrol odağı inancı çalışanların cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H2: Kontrol odağı inancı çalışanların medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H3: Kontrol odağı inancı çalışanların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

ÇALIŞMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Kontrol odağı kavramı Rotter tarafından yazına 1954 yılında kazandırıldığından itibaren oldukça ilgi gören bir kavram olmuştur. Esasen psikolojik davranışların açıklayıcısı olan kontrol odağı kavramı psikoloji bilimi ile ilgilenen bilim adamları tarafından sıkça çalışılmıştır (Throop ve Mac Donald, 1971). Kontrol odağı kavramı, psikolojik davranışların açıklayıcısı olarak, sağlık (Levenson, 1973; Wallston ve Wallston, 1981), eğitim (Klein ve Keller, 1990; Smith, 1997), aile (Yates, Kennelly ve Cox, 1975) gibi konuları ele alan çalışmaların yanında işletmeleri ele alan (Martin vd., 2005; Dijkstra vd., 2011) çalışmalarda da incelenmiştir. Alanyazın incelendiğinde turizm işletmeleri açısından yapılan kontrol odağı çalışmalarının ise sınırlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmada kontrol odağı kavramını konaklama işletmesi çalışanlarının demografik değişkenlerine göre değerlendirmek amaçlanmış ve bu bağlamda konaklama işletmeleri çalışanlarının cinsiyet, yaş, medeni durum gibi demografik özelliklerine göre kontrol odağı davranışının farklılık gösterip göstermeyeceği sınanmıştır.

YÖNTEM

Araştırmanın evrenini Eskişehir’de faaliyet gösteren turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Bu işletmelere ait çalışan sayılarına ulaşamadığı için işletmelere ait yatak sayıları dikkate alınarak çalışan sayısı belirleme yoluna gidilmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü’nden (2013) alınan verilere göre, Eskişehir’de faaliyet gösteren turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde 2518 yatak mevcuttur. Ağaoğlu’ndan aktaran Erdem’e (2004) göre uluslararası alandaki otel işletmelerinde yatak başına 0,5 personel düşmektedir. Buna göre mevcut yatak sayıları kullanılarak yapılan hesaplama yöntemine göre, otel işletmelerinde 2 yatağa 1 personel düşmesi gerektiği göz önüne alınarak, Eskişehir ilinde turizm işletme belgesine sahip konaklama işletmelerindeki çalışan sayısının 1259 olduğu varsayılmıştır. Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldız’a (2010) göre 1259 evren büyüklüğü için yeterli örneklem sayısı 297 olarak belirlenmiştir. Ancak işletmelerin ve çalışanların araştırmaya katılmak istememesi, hatalı veya eksik cevaplanan anket soruları ve zaman gibi kısıtlardan dolayı veri sağlamaya elverişli 196 adet anket formu ile sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Veriler araştırmaya dahil olmayı kabul eden işletmelerden ve çalışanlardan kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak anket yoluyla elde edilmiştir.

Araştırmada Dağ (2002) tarafından geliştirilen kontrol odağı ölçeği kullanılmıştır. İlgili ölçek Rotter’ın (1966) iç-dış kontrol odağı ölçeğinden farklı olarak 5’li likert (1:hiç uygun değil, 2: pek uygun değil, 3: uygun, 4: oldukça uygun, 5: tamamen uygun) şeklinde derecelendirilmiş ve Rotter’ın (1966) ölçeğindeki maddeleri de içerecek şekilde farklı çalışmalardan elde edilen sorulardan bir havuz oluşturularak sınanmış ve 47 maddeden oluşturulmuştur. Ölçeğin 22 maddesi ters yönlü puanlanmakta ve ölçeğin puanlarındaki yükselme dış kontrol odağı inancını yansıtmaktadır. Ölçeğin Alfa katsayısı 0,80 olarak hesaplanmıştır.

BULGULAR

Bu kısımda konaklama işletmeleri çalışanlarına ait demografik özelliklere, katılımcıların kontrol odağı ölçeğine ilişkin vermiş olduğu cevapların dağılımlarına ve hipotezleri sınamak için uygulanacak olan çözümlemelere yer verilmiştir. Bu amaçla hipotezleri sınamak için t-testi ve ANOVA uygulanmış ve sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanlara İlişkin Bazı Tanıtıcı Bilgiler

		n	%			n	%
Cinsiyet	Kadın	57	29,1	Medeni Durum	Evli	92	46,9
	Erkek	139	70,9		Bekar	104	53,1
Yaş	18-27	71	36,2				
	28-37	72	36,7				
	38-47	53	27				

Araştırmaya katılanlara ait bazı demografik değişkenler Tablo 1’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların %29,1’i kadın, %46,9’u ise evli çalışanlardan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılanların yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında ise; %36,2'si 18-27 yaş aralığında, %36,7'si 28-37 yaş aralığında ve %27'si ise 38-47 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Kontrol Odağı Ölçeğine İlişkin Verdikleri Cevapların Dağılımı

		Ort.	s.s.
Cinsiyet	Kadın	2,67	,34761
	Erkek	2,72	,33546
Yaş	18-27	2,70	,37360
	28-37	2,68	,29918
	38-47	2,77	,33931
Medeni Durum	Evli	2,72	,31393
	Bekar	2,70	,36082

Kontrol odağı ölçeğine ilişkin verilen cevapların demografik değişkenlere göre dağılımları Tablo 2'de verilmiştir. Kontrol odağı ölçeğinde ortalamanın yükselmesi dış kontrol odağı inancını yansıtmaktadır. Buna göre, cinsiyete göre değerlendirme yapıldığında araştırmaya katılan erkeklerin kadın katılımcılara göre daha yüksek bir ortalamaya (2,72) sahip olduğu görülmektedir. Bu durum da araştırmaya katılan erkeklerin kadın katılımcılara oranla daha dışsal kontrol odağı inancı taşıdığını göstermektedir. Araştırmaya katılanların yaşlarına göre cevap dağılımlarına bakıldığında ise, 38-47 yaş aralığındaki katılımcıların en yüksek ortalamaya (2,77) sahip olduğu görülmektedir. Buna göre 38-47 yaş aralığındaki katılımcıların diğerlerine göre daha fazla dışsal kontrol odağı inancı taşıdığı söylenebilir. Medeni durum değişkenine göre cevap dağılımlarına göre ise araştırmaya katılan evli (2,72) katılımcıların bekar (2,70) katılımcılara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Buna göre araştırmaya katılan bekar katılımcılar evli katılımcılara göre daha fazla içsel kontrol odağı inancı taşımaktadır. Ölçeğin genel ortalaması ise 2,71 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. Kontrol Odağı ve Cinsiyet Değişkeni Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi

	Levene Testi		T-Testi			
	F	p	t	sd	P (2-Uç)	Ort. farkı
Eşit Varyanslar	,857	,356	-,465	194	,643	-,0226
Eşit Olmayan Varyanslar			-,469	193,951	,640	-,0226

Tablo 3'te kontrol odağı inancının cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak amacı ile yapılan t-testi sonuçlarına yer verilmiştir. Buna göre kontrol odağı inancının cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermediği tespit edilmiş ve böylece H1 hipotezi kabul edilememiştir.

Tablo 4. Kontrol Odağı ve Medeni Durum Değişkeni Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi

	Levene Testi		T-Testi			
	F	p	t	sd	P (2-Uç)	Ort. farkı
Eşit Varyanslar	,018	,895	-,962	194	,337	-,0513
Eşit Olmayan Varyanslar			-,948	100,965	,346	-,0513

Kontrol odağı inancının medeni durum değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t-testi yapılmış ve sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir. Buna göre kontrol odağı inancının medeni durum değişkenine göre farklılık göstermediği tespit edilmiş ve böylece H2 hipotezi kabul edilememiştir.

Tablo 5. Kontrol Odağı ve Yaş Açısından Tek Yönlü Varyans Analizi

	Kareler Top.	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Gruplar Arası	,290	2	,145	1,267	,284
Gruplar İçi	22,112	193	,115		
Toplam	22,403	195			

Kontrol odağı inancının yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 5'e aktarılmıştır. Tablo 5'teki sonuçlara göre kontrol odağı inancının yaş değişkenine göre farklılık göstermediği tespit edilmiş ve böylece H3 hipotezi kabul edilememiştir.

SONUÇ

Kontrol odağı kavramı farklı alanlarda çalışılmakla birlikte işletmeler açısından da önem arz etmekte ve üzerinde durulması gereken bir kavram olarak ele alınmaktadır. Örgüt için verimli ve etkin kişilik profilinin ortaya çıkarılması ve karar verme davranışı üzerinde önemli bir etken olması (Özdevecioğlu, Kaya ve Dedeoğlu, 2013) açısından kontrol odağı kavramı başta birey olmak üzere örgütsel davranış nedenlerinin açıklanmasında önemli bir belirleyici olarak görülebilir. Bu açıdan bakıldığında çalışanların davranış nedenlerinin belirlenmesinin ve açıklanmasının örgütsel çıktılarına katkı sağlayacağı söylenebilir. Bu çalışmada kontrol odağı kavramının konaklama işletmeleri çalışanlarının demografik değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediği tartışılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre kontrol odağı ile cinsiyet, medeni durum ve yaş arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Demografik değişkenlerden elde edilen bu sonuç Uçanok (2004) ve Vijayashree ve Jagdischchandra'nın (2011) çalışmaları ile benzerlik göstermektedir. Çalışmada kullanılan kontrol odağı ölçeğine göre ölçeğin ortalama puanının artması, bireyin dışsal kontrol odağı inancı taşıdığını göstermektedir. Buna göre ilgili yazında genel anlamda kadınların erkeklere oranla daha fazla dışsal

kontrol odağı inancı taşıdıkları belirlenmiştir (Tümkiye, 2000; Salazar vd., 2006; Zaidi ve Mohsin, 2013). Bu çalışmada ise ortalamaların birbirine çok yakın olmasına rağmen erkek (2,72) katılımcıların kadın (2,67) katılımcılara oranla dışsal kontrol odağına daha yakın oldukları belirlenmiştir. Ayrıca yaş değişkenine göre ortalamaların birbirine çok yakın olmasına rağmen 38-47 yaş aralığındaki çalışanların daha alt yaş gruplarına göre puanlarının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Medeni duruma göre ortalama puan değerlendirilmesinde ise Lee'nin (2005) çalışmasının aksine evli (2,72) çalışanların bekar (2,7) çalışanlara oranla 0,2 puan farkla daha fazla dışsal kontrol odağı inancına sahip olduğu belirlenmiştir.

Turizm sektörü ve kontrol odağı ilişkisi üzerinde yapılan çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. İçerisinde değişik özelliklere, etnik kökene ve davranışlara sahip bir çok çalışanın bulunduğu turizm işletmelerinde kontrol odağı kavramının demografik özellikler yanında, departman, işletme türü ve diğer değişkenler ile ilişkilerinin sınındığı çalışmalar yapılabilir. Kontrol odağı kavramının bireyin geçmişteki deneyimleri, beklentileri ve davranış sonuçları ile etkilenebileceği de (Rotter, 1966) göz önüne alındığında, kıyı ve şehir otellerinde çalışan bireyler arasında kontrol odağı kavramının farklılık gösterip göstermediği incelenebilir. Ayrıca turizm işletmelerinde çalışan bireylerin davranış nedenlerinin açıklanması, kişilerin davranış sonuçlarında elde ettikleri çıktılarının sürece tekrar dahil edilmesini sağlayacağından, yönetici veya işletme sahipleri açısından belirlenmesi ve buna göre önlemler alınması gereken bir durum olarak görülebilir.

Kontrol odağı ölçeğinde belirlenen ortalama puanların birbirine yakın olması, çalışma sonuçlarının konaklama işletmeleri çalışanlarının kontrol odağı inancını yorumlarken bir sınırlılık olarak görülebilir. Bu anlamda yapılan yorumlar genel anlamda bütün konaklama işletmeleri çalışanları için geçerli olmayabilir. Ayrıca çalışmada kadın çalışanların sayısının az olması, çalışmada kullanılan örneklemin şehir işletmeleri çalışanlarından oluşması ve konaklama işletmelerinin azlığı diğer sınırlılıklar olarak gösterilebilir.

KAYNAKÇA

- Altmann, H. ve Arambasich, L. (1982). Study of Locus of Control With Adult Students. *Canadian Counsellor*, 16(2), 97-101.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arslan, S., Çardak, M. ve Uysal, R. (2013). Student Academic Support as Predictor of Academic Locus of Control in Turkish University Students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 4th International Conference On New Horizons in Education, 106, 2460-2469.
- Bajaj, H. ve Krishnan, V. R. (2014). Perceived Organizational Support and Affect: The Moderating Effect of Locus of Control. *Great Lakes Herald*, 8(1), 22-31.

- Bedel, E. F. (2008). Interactions Among Attitudes Toward Teaching And Personality Constructs in Early Childhood Preservice Teachers. *Journal of Theory and Practice in Education*, 4(1), 31-48.
- Beldona, S. ve Ismail, J. A. (2002). Locus of Control and Its Role in Determining Student Performance in Food Service Management. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 1(2), 27-39.
- Dağ, İ. (2002). Kontrol Odağı Ölçeği (KOÖ): Ölçek Geliştirme, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması, *Türk Psikoloji Dergisi*, 17 (49), 77-90.
- Dijkstra, M. T. M.; Beersma, B. ve Evers, A. (2011). Reducing Conflict-Related Employee Strain: The Benefits of An Internal Locus of Control and A Problem-Solving Conflict Management Strategy. *Work & Stress*, 25(2), 167-184.
- Erdem, B. (2004). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(11), 35-54.
- Erol, A., Toprak, G., Yazıcı, F. ve Erol, S. (2000). Üniversite Öğrencilerinde Yeme Bozukluğu Belirtilerini Yordayıcı Olarak Kontrol Odağı ve Benlik Saygısının Karşılaştırılması. *Klinik Psikiyatri*, 3, 147-152.
- Işık, E. (2013). Mesleki Sonuç Beklentisinin Yordayıcıları Olarak Algılanan Sosyal Destek ve Denetim Odağı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(3), 1419-1430.
- Judge, T. A. ve Bono, J. E. (2001). Relationship of Core Self-Evaluations Traits-Self-Esteem, Generalized Self-Efficacy, Locus of Control, and Emotional Stability-With Job Satisfaction and Job Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 80-92.
- Klein, J. D. ve Keller, J. M. (1990). Influence of Student Ability, Locus of Control, and Type of Instructional Control on Performance and Confidence. *The Journal of Educational Research*, 83(3), 140-146.
- Knoop, R. (1981). Age and Correlates of Locus of Control. *The Journal of Psychology*, 108, 103-106.
- Kutanis, R. Ö., Mesci, M. ve Övdür, Z. (2011). The Effects of Locus of Control on Learning Performance: A Case of An Academic Organization. *Journal of Economic and Social Studies*, 1(2), 113-136.
- Lee, K. A. (2005). The Effects of Locus of Control and Organizational Structure on Job Satisfaction and Turnover Intention of Hotel Managerial Employees. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Oklahoma State University.
- Leung, R. ve Law, R. (2010). A Review of Personality Research in The Tourism and Hospitality Context. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(5), 439-459.
- Levenson, H. (1973). Multidimensional Locus of Control in Psychiatric Patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 41(3), 397-404.
- Manibo, J. ve Lopez, E. (2014). Locus of Control and Career Interest of Sophomore Accountancy Students: Basis for Employment Path. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 2(1), 14-19.

- Martin, R., Thomas, G., Charles, K., Epitropaki, O. ve Mcnamara, R. (2005). The Role of Leader-Member Exchanges in Mediating The Relationship Between Locus of Control and Work Reactions. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 141-147.
- Miller, D., De Vries, M. F. R. K. ve Toulouse, J-M. (1982). Top Executive Locus of Control and Its Relationship to Strategy-Making, Structure, and Environment. *The Academy of Management Journal*, 25(2), 237-253.
- Mitchell, T. R., Smyser, C. M. ve Weed, S. E. (1975). Locus of Control: Supervision and Work Satisfaction. *The Academy of Management Journal*, 18(3), 623-631.
- Mueller, S. L. ve Thomas, A. S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- Ng, T. W. H., Sorensen, K. L. ve Eby, L. T. (2006). Locus of Control at Work: A Meta-Analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 27(8), 1057-1087.
- Ng, T. W. H. ve Feldman, D. C. (2011). Locus of Control and Organizational Embeddedness. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 84, 173-190.
- Özdevecioğlu, M., Kaya, Y. ve Dedeoğlu, T. (2013). Kişilik Özelliklerinin İzleyici Etkisi (Bystander Effect) Üzerindeki Etkisinde Kontrol Odağının Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 42, 25-40.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28.
- Rotter, J. B. (1990). Internal Versus External Control of Reinforcement: A Case History of A Variable. *American Psychologist*, 45(4), 489-493.
- Salazar, J., Pfaffenberg, C. ve Salazar, L. (2006). Locus of Control vs. Employee Empowerment and the Relationship with Hotel Managers' Job Satisfaction. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 5(1), 1-15.
- Shrestha, A. K. ve Mishra, A. K. (2012). Relationship of Job Stress, Locus of Control, Organizational Support and Social Support to Psychological Strain, Job Satisfaction and Turnover Intentions: A Study in Nepali Commercial Banks, *12th Hawaii International Conference on Business*, Hawaii, USA, 110-135.
- Smith, K. E. (1997). Student Teachers' Beliefs About Developmentally Appropriate Practice: Pattern, Stability, and the Influence of Locus of Control. *Early Childhood Research Quarterly*, 12(2), 221-243.
- Steptoe, A. ve Wardle, J. (2001). Locus of Control and Health Behaviour Revisited: A Multivariate Analysis of Young Adults From 18 Countries. *British Journal of Psychology*, 92(4), 659-672.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (2013). *Turizm Belgeli Tesisler*.
- [URL: <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9859/tesis-istatistikleri.html>] (Erişim 09 Eylül 2014).

- Throop, W. F. ve Mac Donald, A. P. (1971). Internal-External Locus of Control: A Bibliography. *Psychological Reports*, 28, 175-190.
- Tümkiye, S. (2000). İlkokul Öğretmenlerindeki Denetim Odağı Ve Tükenmişlikle İlişkisi. *Paü Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8, 61-68.
- Uçanok, B. (2004). Çalışma Ahlakının Kontrol Odağı, Dindarlık ve Demografik Değişkenlerle İlişkisi. M.Ü. Örgütsel Davranış Anabilim Dalı Bülteni. Ekim 2004, 9, 3-18.
- Vijayashree, L. Ve Jagdishchandra, M. V. (2011). Locus of Control and Job Satisfaction: Psu Employees. *Serbian Journal of Management*, 6(2),193-203.
- Wallston, B. S. ve Wallston, K. A. (1978). Locus Of Control And Health: A Review of the Literature. *Health Education Monographs*, 6, 107-117.
- Wallston, K. A. Ve Wallston, B. S. (1981). Health of Locus of Control Scales. Research With The Locus Of Control Construct. 1, 189-243.
- Yates, R.; Kennelly, K. Ve Cox, S. H. (1975). Perceived Contingency of Parental Reinforcements, Parent-Child Relations, and Locus Of Control. *Psychological Reports*, 36, 139-146.
- Zaidi, I. H. ve Mohsin, M. N. (2013). Locus of Control in Graduation Students. *International Journal Of Psychological Research*, 6(1), 15-20.

KARİYER UYUM YETENEKLERİ TURİZM SEKTÖRÜNE BAĞLILIĞI ETKİLER Mİ? LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Murat YEŞİLTAS

*Yrd. Doç. Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
yesiltas.murat@gmail.com*

Gürkan AKDAĞ

*Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gurkanakdag@mersin.edu.tr*

Hüseyin ÇEKEN

*Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
huseyin_ceken2001@yahoo.com*

Mert GÜRLEK

*Arş.Gör., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
mgurlek@mehmetakif.edu.tr*

ÖZET

Kariyer uyum yeteneği kavramı bilişsel ve duygusal bir özellik olarak bireylerin hem özel hem de mesleki yaşamlarında başarı elde etmelerinde oldukça öneme sahiptir. Bu tip yeteneklere sahip olan bireyler açısından bu özellikler iş değişikliklerinde veya eğitim hayatını tamamlayıp sektöre geçişte oldukça faydalı olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turizm eğitimi alan son sınıf öğrencilerinin kariyer uyum yeteneklerinin turizm sektörüne bağlılıkları üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışma Türkiye’de ve KKTC’de bulunan beş turizm fakültesi ve iki turizm yüksekokulu son sınıf öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veriler tanımlayıcı analizler, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; bireylerin kaygı düzeylerinin artmasının turizm sektörüne bağlılığı azalttığı belirlenmiştir. Araştırmada bireylerin kendi kariyerleri ile ilgili kontrol algılarının artmasının ise turizm sektörüne bağlılıklarını artırdığı bulgulanmıştır. Bununla birlikte merak ve güven değişkenlerinin turizm sektörüne bağlılığı etkilemediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Kariyer Uyum Yetenekleri, Turizm, Turizm Sektörüne Bağlılık, Son Sınıf Öğrencileri.*

GİRİŞ

Türkiye’de, turizm sektöründe 1980’li yıllardan sonra uluslararası turist varışlarındaki hızlı artış sektörde yapısal birçok problemin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Kuşluvan ve Kuşluvan, 2000). Söz konusu problemler arasında öne çıkan sorunlardan birisi ise eğitimle ilgili konulardan oluşmaktadır. Turizm sektörü açısından değerlendirildiğinde; problem, başlangıçta eğitilmiş personel ihtiyacı ile alakalı olarak ifade edilse de son yıllarda birçok eğitim kurumunun hizmet vermeye başlamasıyla durumun farklı bir boyutlarının olduğu ifade edilebilir. Günümüzde artık turizm eğitimi alan öğrencilerin sektör içerisinde kalmayı istememeleri ve sektör içerisindeki istihdamlarının oranının oldukça düşük olması sektörün en büyük problemlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında, bilimsel yazın incelendiğinde söz konusu sorunun turizm sektörü açısından dünya genelinde

sıklıkla karşılaşılan bir problem niteliğinde olduğu görülmektedir. Bir başka ifadeyle, günümüzde nitelikli ve eğitilmiş işgörenlerin turizm sektöründe yer almayı istememeleri dünya genelinde turizm sektörü açısından sıklıkla karşılaşılan problemlerden biri haline gelmiştir (Richardson, 2009; Wan, Wong ve Kong, 2014, s.1).

Eğitim problemleri yapısal olarak oldukça karmaşık nitelikli problemler arasında yer almasına rağmen, ortak payda olarak birkaç değişken eğitilmiş işgücü sıkıntısı yaşanmasında ve bireylerin turizm sektöründe çalışmasında engel olarak karşımıza çıkmaktadır (Richardson, 2009). Bilimsel yazın incelendiğinde, turizm sektöründe uzun çalışma saatlerinin var olması, sosyal hayatın sınırlılığı, kariyer yollarının belirsiz olması, düşük ücret yapısı, işin fiziksel yapısından kaynaklanan sebepler, stres, tükenmişlik ve yönetim yapısındaki karmaşıklıklar (Aksu ve Köksal, 2005; Mkono, 2010; Richardson, 2010), sektöre bağlılığının önündeki engeller olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan, sektördeki önemli sorunlardan biri olarak karşılaşılan “eğitimsiz insanların önemli pozisyonlarda görev alabilmesi” de (Dinçer, Akova ve Kaya, 2013, s.49) turizm eğitimi alan öğrencilerde turizm sektörünü kariyer seçeneği olarak değerlendirmede olumsuz bir bakış açısı meydana getirmektedir. Bilimsel yazında turizm okullarında eğitim gören öğrencilerin sektörde kalmalarını sağlayan veya öğrencilerin sektörde kalmasına engel olan faktörlere yönelik birçok araştırma mevcuttur.

Jenkins (2001, s.14) gerçekleştirdiği çalışmada öğrenciler açısından “turizm sektöründe oldukça fazla kariyer imkanları bulunduğunu ve sektörün gelişmekte olduğunu” ileriye sürerken; bununla birlikte öğrenciler açısından turizm sektörünün kariyer anlamında negatif bir imaja sahip olduğunu belirtmektedir. Böyle bir imaj ise öğrencilerin sektörden ayrılmasına neden olmaktadır. Ayrıca, öğrencilerin turizm eğitimi aldığı süreçte sektör deneyimine sahip olmaları turizm sektörüne bağlılığı etkileyen faktörler arasındadır. Bir başka ifadeyle turizm eğitimi almak ve turizm sektöründe fiilen çalışmak turizm mesleğinde kariyer yapıp yapmamayı etkileyen faktörlerdendir. Çünkü eğitim hayatı boyunca sektörde yaşanan deneyimler uzun vadede sektördeki kariyer yolunun öğrenciler nezdinde açılmasına ya da kapanmasına neden olmaktadır.

Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) öğrencilerin gerçekleştirilebilir beklentilerinin olmasının bireyleri sektörde kalmaya yönlendirdiğini öne sürmektedirler. Diğer yandan Blomme, Van Rheede ve Tromp (2009) öğrencilerin turizm eğitimi almadan önce ve aldıktan sonraki mesleki beklentilerinin birbirinden farklı olduğunu bulgularken; Brown, Arendt ve Bosselman (2014, s.58) ise sektörde kalma veya ayrılmanın turizm sektörünü doğru anlamayla ilgili olduğunu ifade etmektedirler. Buna göre; eğer turizmle ilgilenen bireyler turizm sektörünü doğru algılamazlarsa, bu durum uzun vadede turizm sektöründen ayrılmalara neden olabilmektedir.

Kariyer uyum yeteneği mesleki psikolojinin temelini oluşturmaktadır (Savickas, 1997; Zacher, 2014). Sonuçları itibariyle kariyer uyumu, mezun öğrencilerdeki nitelik sorununun ortadan kaldırılması ve yapılan işin kalitesinde artışın olmasına katkı sağlaması (Koen,

Klehe ve Van Vianen, 2012) işsiz olan bireylerin iş arama stratejilerine etki etmesi (Koen ve diğerleri, 2010) gibi birçok kariyer çıktısının öncülü konumundadır. Ayrıca, kariyer uyumu, eğitim almayla geliştirilebilecek psikolojik bir değişkendir. Sürekli mesleki eğitim almak kariyer uyumuna katkı sağlayan önemli bir faktördür (Zacher, 2014). Konu ile ilgili bilimsel yazın incelendiğinde kariyer uyumunun turizm sektörüne bağlılığı etkileyip etkilemediğini araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu nedenle bu çalışmanın amacı turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer uyum yeteneklerinin turizm sektöründeki bağlılığa katkısının olup olmadığının araştırılmasıdır.

LİTERATÜR TARAMASI

Roney ve Öztin (2007) turizm okullarında eğitim alan öğrencilerin kariyer bakış açıları ve sektöre karşı tutumlarının başlangıçta kayda değer her hangi bir özellikleri olmadığını (ne olumlu ne de olumsuz) ifade etmektedirler. Bununla birlikte eğitim hayatı süresince kendi meslekleri ile ilgili deneyim sahibi olan öğrencilerin sektöre karşı tutumlarının olumsuzlaştığını ön süren araştırmacılar, buna sebep olarak ise uzun çalışma saatleri, düşük ücret, sosyal hayatın sınırlı olması vb. sebepleri göstermektedirler. Aymankuy ve Aymankuy (2013) turizm eğitimi alan öğrencilerin sektörde otel müdürlüğü, yiyecek-içecek müdürlüğü veya turist rehberliği dışındaki görevleri yüksek statülü olarak algılamadıklarını ifade etmektedirler. Böyle bir durum ise imaj algısındaki sorunları da beraberinde getirerek sektörde kariyere devam edip etmemeye yönelik davranışlarda değişmelere neden olmaktadır.

Turizm sektöründe, istihdam özellikleri açısından sık iş değiştirmeler oldukça fazla karşılaşılan durumdur. Bir başka deyişle turizm sektöründe işgören devir hızı oldukça yüksektir (Tuna, 2007). Bu sebepten hizmet sektöründe bulunan işletmeler işgörenlerin mesleki anlamda uyum sorunlarının olmamasını isterken aynı zamanda uyum yeteneklerinin de fazla olmasını beklerler (Wang, 2013, s.994). Çalışanlar açısından değerlendirildiğinde, bireylerin farklı işler arasındaki geçişlerde uyum sorunu yaşamaları veya işe alışma sorunları ise konunun farklı boyutlarını ortaya koymaktadır. Kariyer uyum yeteneklerine sahip bireyler sektörler arası geçişlere veya iş değişikliklerine daha rahat uyum sağlayabilirlerken iş değişikliklerini başarı ile gerçekleştirip yüksek kalitede iş çıktıları sağlayabilmektedirler (Tolentino ve diğerleri, 2014, s.40). Yani, kariyer uyum yetenekleri bireylerin yeni iş bulmalarında ve tekrar iş sahibi olmalarında etkili olan bireysel özelliklerden bir tanesidir (Koen ve diğerleri, 2010, s.127; Guan ve diğerleri, 2013, s.144). Bir başka ifadeyle uyum yeteneği bireylerin iş bulma, farklı işler arasında geçiş yapma ve tekrar iş bulabilme özelliğine sahip olması anlamına gelmektedir (Maggiori ve diğerleri, 2013, s.439). Bu tip bir özelliğe sahip olmak turizm sektörünün yapısı düşünüldüğünde oldukça etkili bir unsur olarak ifade edilebilir. Böyle bir durumda örneğin; kariyer uyum yeteneklerinin okuldan mezun olma aşamasında sektörde iş bulmada ve işten ayrılmalarda ise yeni iş bulmada etkili olacağını söylemek mümkündür.

Uyumluluk bir özellik olmaktan daha öte işlevsel bir yetenek ve psikolojik bir kaynağın ifadesidir. Uyum yetenekleri, bireylerin iç dünyası ve dış dünyasının bütünleşmesi sonucu oluşmaktadır. Bu anlamda bir değerlendirme yapıldığında uyum, kültür ve içinde bulunulan şartlardan etkilenmekte ve böylece şekillenmektedir (Savickas ve Porfeli, 2012, s.663). Kariyer uyumu “belirlenen görevlerin yerine getirilmesinde hazır olmak, işin gerektirdiği rolleri yerine getirmek ve değişen iş ve iş koşullarının getirdiği belirsizlik durumunun üstesinden gelebilmek” olarak tanımlanabilir (Savickas, 1997, s.254). Kariyer uyum yeteneği ise psikolojik bir yapı olarak; bireylerin şu andaki veya gelecekteki kariyer geçişlerini, değişikliklerini ve bireylerin ihtiyaçlarını başarılı bir şekilde yönetebilmesini ifade etmektedir (Koen ve diğerleri, 2012, s.306). Koen ve diğerleri (2010) kariyer uyum yeteneklerini, bireylerin kariyeri ile ilgili farklı durumların ortaya çıkmasında veya değişimlerin yaşandığı anlarda olası farklılıklara ayak uydurabilmesi olarak ifade etmektedirler.

Kariyer uyum yetenekleri, kaygı, kontrol, merak ve güven bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu bileşenler aynı zamanda bireylerin kariyer uyum yeteneğine kaynaklık etmektedir (Savickas ve Porfeli, 2012, s.663). Kariyer uyum yeteneklerinin bileşenleri bireylerin kariyer sorunlarının üstesinden gelmede olumlu katkıları olan sorun çözmeye yarayan davranışlardır. Bu bileşenler bilişsel ve duygusal davranış kapasitesinin bir ifadesi olarak bireysel amaçların anlaşılmasını kolaylaştıran ve iş şartlarını bütün ayrıntıları ile değerlendirmeye yarayan ve sonuç olarak kariyer gelişimini sınırlandıran veya güçlendirmeye yarayan bileşenlerdir (Coetzee ve Harry, 2014, s.92). Söz konusu bileşenler sırası ile incelendiğinde şu hususlar ön plana çıkmaktadır:

Kaygı: Kariyer kaygısı bireyin mesleki geleceğinin farkında olması, buna odaklanması ve geleceğe yönelik planlama yapmasını ifade etmektedir (Coetzee ve Harry, 2014, s.92). Kaygı, bireylerin daha ziyade gelecekte neler olabileceği ile ilgilenmesine ve geleceğe odaklanmasına yardımcı olmaktadır (Savickas ve Porfeli, 2012, s.664). Turizm sektöründe eğitim gören öğrencilerin kariyerleri ile ilgili kaygıları gelecekte bu işi yapıp yapmamalarında etkili olmaktadır. Bir başka ifadeyle, gelecekte bu işin yapılması, yapılan planlamalar sonucunda elde edileceklerin tatminkar olup olmamasına bağlıdır. Bireyler, bulundukları belirsiz çevre içinde yapmış oldukları planlarda bir çeşit kar ve zarar analizi yapmaktadırlar. Bireylerin bulundukları sektörde elde ettiklerinin toplamının diğer sektörler karşısında değerlendirmesi yapıldığında fazla olması o sektöre bağlılığı artırmaktadır. Tersine bir durum ise sektöre bağlılığı azaltmaktadır (Wan, Wong ve Kong, 2014, s.3).

Literatürde, turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer planlamalarında terfi imkanları, yeterli ücret düzeyi ve iş güvenliği gibi başlıca konuların kariyer faktörü olarak bireyleri etkilediği yer almaktadır (Maxwell, Ogden ve Broadbridge, 2010). Brown ve diğerleri (2014) ise turizm eğitimi alan öğrenciler açısından çalışma hayatında elde edilen ücretlerin yeterli düzeyde olmadığına algılandığını ifade etmektedirler. Bu duruma işten atılma

kaygısı da ilave edilince sektörde çalışma oranı azalmakta ve sektörden ayrılmalar artmaktadır.

Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) turizm eğitimi alan öğrencilerin yarısının gelecek planları arasında turizmin yer almakta olduğunu ifade ederken, bununla birlikte sektörün avantajlarının dezavantajlarından daha az olduğunu öne sürmektedirler. Brown ve diğerleri (2014, s.65) turizm eğitimi alan öğrencilerin % 29.1'nin sektöre katıldıktan sonra ayrıldığını ifade etmektedir. Buna ilaveten, Blomme (2006) ise uzun vadede bu oranın % 70 olduğunu ifade etmektedir (akt. Brown ve diğerleri, 2014). Bu anlamda çalışmada kişisel bir özellik olarak bireylerdeki kaygı düzeyinin artmasının sektörden ayrılmaya neden olduğu kabul edilmektedir. Sektörün yapısal özellikleri ve bireysel hedefler düşünüldüğünde uzun vadede sektörde kalma oranının azaldığını ileriye sürmek mümkündür. Bu anlamda turizm eğitimi alan öğrencilerin çoğunluğunun ilk buldukları fırsatta sektörler arasında geçiş yaptığı ve turizm sektörünü terk ettiği söylenebilir. Neticede, gelecekle ilgili kaygı düzeyinin artması turizm sektöründe çalışmanın önünde engel olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilimsel yazından yola çıkıldığında konu ile ilgili öne sürülen ilk hipotez şu şekilde olmaktadır:

H₁: Kariyer uyum yeteneği olarak kaygı düzeyinin artması sektöre bağlılığı negatif yönde etkilemektedir.

Kontrol: Kariyer uyum yeteneği olarak kontrol, bireylerin mesleki gelecekleri üzerinde bireysel kontrollerinin olduğunu algılamaları ve kendi kariyerlerini oluştururken sorumluluklarının farkında olmaları olarak ifade edilebilir (Maggiori ve diğerleri, 2013, s.438). Günümüzde, bireylerin işverenlerinin kendi kariyerlerini yönlendirmesinden daha ziyade kariyerleri üzerinde kendilerinin daha fazla kontrol sahibi olduklarını söylemek mümkündür (Kong, Cheung ve Song, 2012, s.712). Bu durum örgütlerin bireylerin kariyerlerini yönetmedikleri değil bireylerin kendi gelecekleri ile ilgili daha fazla belirleyici oldukları anlamına gelmektedir.

H₂: Kariyer uyum yeteneği olarak kontrol düzeyinin artması sektöre bağlılığı pozitif yönde etkilemektedir.

Merak: İnsanların çevrelerinde olup bitenleri keşfetme eğilimleri onların merak düzeylerini yansıtmaktadır (Maggiori ve diğerleri, 2013, s.438). Merak, bireylerin seçim yapmadan önce seçenekleri belirlemeleri ve alternatif seçenekler arasından en uygun seçimleri yapmalarıdır. Bireylerin yapmış oldukları araştırmalar neticesinde elde ettikleri bilgiler ve belirlemiş oldukları riskler doğrultusunda yeni bilgiler ve yetenekler elde etmeleri merak düzeyini yansıtmaktadır (Coetzee ve Harry, 2014, s.92).

Bireyler ne kadar fazla düzeyde kariyer uyum yeteneği olarak meraka sahipse o kadar fazla miktarda iş veya işin yapısını ve özelliklerini öğrenmeye isteklidirler. Dolayısıyla böyle bir durumun aslında mezun öğrencilerin bir anlamda iş imkanlarını (iş bulmuş veya işsiz) etkileyen önemli bir faktör olduğunu söylemek mümkündür (Guan ve diğerleri, 2013).

Morton (2002) Y Jenerasyonu olarak ifade edilen 1970’li yılların sonunda ve 1990’lı yılların başında doğan bireylerin sürekli konum arayışı içinde olduklarını (terfi olanaklarını araştırdığını) ve kariyerleri ile ilgili başta eğitim olmak üzere pek çok hevese sahip olduklarını ifade etmektedir. Bu kuşağın kaliteli yaşamı temel hedef olarak belirlediğini söylemek mümkündür. Aynı zamanda iş yaşam dengesi de farklı beklentileri ortaya çıkarmaktadır (Kong, 2013). Kariyer uyum yeteneği ve merak ile ilgili olarak önerilen hipotez ise şu şekildedir:

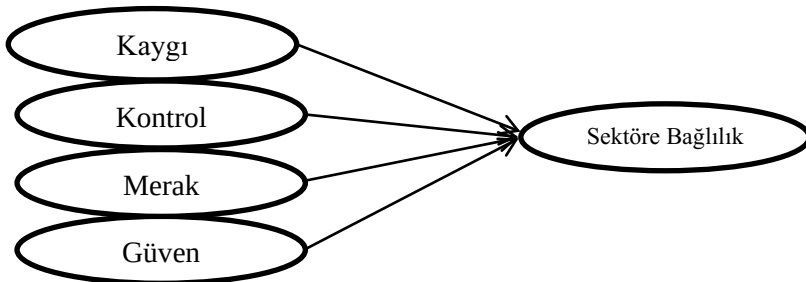
H₃: Kariyer uyum yeteneği olarak merak düzeyinin artması sektöre bağlılığı pozitif yönde etkilemektedir.

Güven: Farklı durumlar karşısında bireylerin sorun çözme yeteneklerine güvenmesi kariyer uyum yeteneği olarak güveni yansıtmaktadır (Guan ve diğerleri, 2013, s.562). Farklı bir perspektiften değerlendirildiğinde; bireylerin kendi yetenek ve özelliklerine inanmaları ve güçlü özelliklerini bilmelerinin kariyer uyum yeteneklerine olumlu katkıları olduğunu söylemek mümkündür (Hamtaux, Houssemand ve Vrignaud, 2013). Dolayısıyla günümüz çalışanlarının kendi işleri ile ilgili sürekli gelişim çabası içinde olmaları ve özellikle turizm sektöründe çalışan işgörenler açısından sektörün pek çok negatif özelliği olmasına rağmen eğitilmiş çalışanların sektör içerisinde çok daha çabuk terfi olanaklarına sahip olduklarının bilinmesi turizm eğitimi alan öğrencilerde güven faktörünü yükseltmektedir. Konu ile ilgili bilimsel yazında daha önce gerçekleştirilen çalışmalar, turizm öğrencilerinin mezun olduktan sonra birkaç yıl içerisinde müdür, şef yada alanlarıyla ilgili uzman olmak istediklerini göstermektedir. Sektörde kalmak isteyen birçok öğrencinin 10 yıl içinde müdür olmak adına kendine güvendiği ve böyle bir sonucu beklediği de ileriye sürülmektedir (Lu ve Adler, 2009). Konu ile ilgili önerilen hipotez ise şu şekildedir:

H₄: Kariyer uyum yeteneği olarak güven düzeyinin artması sektöre bağlılığı pozitif yönde etkilemektedir.

Kariyer uyum yeteneğinin bileşenleri ve sektöre bağlılık ile ilgili öne sürülen hipotezlerden sonra konu ile ilgili araştırma modeli çizilmiştir. Şekil 1 adı geçen araştırma modelini göstermektedir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarındaki son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Son sınıf öğrencilerinin seçilmesinin temel nedeni öğrencilerin çok büyük bir kısmının stajlarını tamamlamaları ve sektörde çalışarak sektörün çalışma şartları hakkında bilgi sahibi olmalarıdır. Bu bağlamda 5 turizm fakültesi (söz konusu fakültelerden 2 tanesi KKTC’de 2 tanesi Akdeniz Bölgesinde 1 tanesi de Marmara Bölgesinde bulunmaktadır) ve 2 yüksekokulda (1 adet Akdeniz Bölgesinde 1 adet Ege Bölgesinde) öğrenim gören öğrencilere anketler uygulanmıştır. Adı geçen okullarda toplam 1094 son sınıf turizm öğrencisi eğitim görmektedir. Araştırmada evren büyüklüğü 1094 olarak alındığında, %95 güvenilirlik düzeyinde örneklem yeterliliği 285 olarak hesaplanmaktadır (Sekaran, 2003). Her iki öğrenciden birinin araştırmaya katılmaya istekli olacağı varsayımından hareketle her okulun son sınıf öğrenci sayısının %50’si kadar anket okullara dağıtılmıştır. Araştırmada veriler kolayda örnekleme yöntemi ile söz konusu okullarda okuyan öğrencilerden elde edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2006, s.44). Bu amaçla 500’ü aşkın anket dağıtılmış ve bu anketlerden 430 tanesi geri dönmüştür. 26 anket ise eksik verilerin çok fazla olması veya çok fazla boş cevaplama olması ve dolayısıyla kullanıma uygun olmaması nedeniyle analiz dışı bırakılmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı % 86 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Sektöre Bağlılık Ölçeği

Araştırmada turizm sektörüne bağlılığı ölçebilmek amacıyla Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) tarafından geliştirilmiş olan 15 maddelik ölçekten faydalanılmıştır. Ölçeğe yönelik geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Ayrıca ölçek bu araştırmada kullanılmadan önce dilsel geçerlik çalışması da (kültürel uyumluluk) yapılmıştır (Brislin, 1976).

Kariyer Uyum Yetenekleri Ölçeği

Araştırmada kariyer uyum yeteneklerini ölçmek amacıyla Savickas ve Porfeli’nin (2012) çalışmalarında yer alan ölçekten faydalanılmıştır. Ölçek 24 madde ve 4 alt boyuttan (merak, güven, kontrol ve kaygı) oluşmaktadır. Ölçek araştırmada kullanılmadan önce Türkçe dilsel geçerlik çalışması yapılmıştır (Brislin, 1976). Öncelikle ölçek yabancı diller yüksekokulunda görev yapan 5 okutman tarafından Türkçeye çevrilmiş ve daha sonra bu Türkçe formlar tekrar İngilizceye çevrilerek iki form arasındaki tutarlılık incelenmiştir. Ortaya çıkan form gözden geçirilerek hataların ve yanlış anlamaların ortadan kaldırılması sağlanmıştır.

Güvenirlilik ve Geçerlik

Araştırmada güvenilirlik değerleri Cronbach Alfa katsayısı ile hesaplanmıştır. İlk olarak kariyer uyum yetenekleri ölçeğinde bulunan 4 ifade ve sektöre bağlılık ölçeğinde ise 3

ifade faktör yüklerinin .50 altında kalması nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Araştırmada kariyer uyum yetenekleri ölçeğinin Güven ($\alpha=.916$), Kontrol ($\alpha=.807$), Merak ($\alpha=.831$), ve Kaygı ($\alpha=.781$) boyutlarının güvenilirlik değerlerinin yeterli olduğu belirlenmiştir. Buna ilaveten turizm sektörüne bağlılık ölçeğinin güvenilirlik değeri ise ($\alpha=.890$) olarak bulgulanmıştır. Araştırmada madde toplam korelasyon değerinin 0.30'un üstünde olması (Field, 2005) her bir madde arasındaki korelasyonun yeterli olduğunu göstermektedir.

Araştırmada yapı geçerliğinin sağlanması amacıyla öncelikle her iki ölçeğe yönelik açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Kariyer uyum yetenekleri ölçeği 4 faktörlü bir yapı göstermiştir. AFA sonucunda; KMO değeri= 0.921, Bartlett testi=4462.960, $df=190$, $p<0.001$ olarak belirlenmiştir. Ölçeğe yönelik yapılan doğrulayıcı faktör analiz (DFA) sonucunda ölçeğin 4 faktörlü yapısının doğrulandığı görülmektedir. Ölçeğin genel ve mutlak uyum değerleri; $X^2= 422.69$, $df=145$, $X^2/df=2.91$, **RMSEA**=0.069, **GFI**=0.90, **CFI**=0.98, **NFI**= 0.96, **NNFI**=0.94, **IFI**= 0.98 olarak bulgulanmıştır. Bu değerler literatürde kabul edilen sınırlar arasında yer almaktadır (Çelik ve Yılmaz, 2013; Meydan ve Şeşen, 2011, s.37; Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003, s.52). Kariyer uyum yeteneği ölçeği varyans açıklama oranı ise % 64.898'dir.

Sektöre bağlılık ölçeğine yönelik yapılan AFA sonucunda ölçeğin orijinaline uygun olarak tek faktörlü bir yapı sergilediği ortaya çıkmıştır. AFA sonucunda; KMO değeri= 0.910, Bartlett testi=2188.226, $df=0.66$, $p<0.001$ olarak belirlenmiştir. Ölçeğin varyans açıklama oranı ise % 46.764'dür. Ölçeğe yönelik yapılan DFA sonucunda ölçeğin tek faktörlü yapısının doğrulandığı görülmektedir. Ölçeğin genel ve mutlak uyum değerleri; $X^2= 175.46$, $df=51$, $X^2/df= 3.44$, **RMSEA**=0.078, **GFI**=0.93, **CFI**=0.97, **NFI**=0.96, **NNFI**=0.97, **IFI**= 0.97 olarak belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada verilerin analizi için SPSS ve LISREL paket programlarından faydalanılmıştır. Araştırmada ölçeklere AFA ve DFA uygulanmıştır. Buna ilaveten demografik bulgulara ilişkin yüzde frekansı hesaplanmış, modelin bir bütün olarak test edilmesi amacıyla modele yönelik DFA yapılmıştır. Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi uygulanmış, ortalama ve standart sapma değerleri belirlenmiştir. Son olarak araştırmada yapısal eşitlik modeli ile öne sürülen hipotezler sınanmıştır.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Araştırma kapsamında uygulanan anketlere verilen cevaplar neticesinde katılımcıların % 49.4'nün kadın ve % 50.6'sının ise erkek öğrencilerden oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Cevaplayıcıların stajlarında ortalama çalışma saatleri dikkate alındığında; katılımcıların % 19.5' inin 8 saatten az, % 46.4'ünün 9-11 saat, % 22.6'sının 12-14 saat, % 11.4'ünün ise 14 saati aşan sürelerde çalıştıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların çalıştıkları

departmanlar incelendiğinde; Yiyecek-içecek departmanı % 31.1 ile ilk sırada yer almaktadır. Ön büro % 23.3 ile ikinci sırada yer alırken, Mutfak % 17.5 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı (% 70) Konaklama işletmeciliği ve Turizm işletmeciliği bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır. Bu rakamı sayısal olarak Seyahat işletmeciliği bölümü öğrencileri (% 16.1) takip etmektedir. Araştırmaya katılanların çok küçük bir kısmını (% 6.7) Gastronomi ve mutfak sanatları, (% 4.5) Yiyecek-içecek işletmeciliği öğrencileri ve (%2.7) Turist rehberliği bölümü öğrencileri oluşturmaktadır.

Araştırmada Kullanılan Değişkenlere Yönelik Tanımlayıcı Bulgular

Araştırmada kullanılan değişkenlere yönelik yapılan korelasyon analizi sonucunda sektöre bağlılık ve kaygı boyutu arasında negatif yönlü ve zayıf bir ilişki ($r=-.091$; $p<0.05$) tespit edilmiştir. Tablo 1'e göre sektörel bağlılık ve kontrol değişkeni arasında pozitif yönlü ve zayıf bir ilişki ($r=.194$; $p<0.01$) tespit edilmiştir. Bununla birlikte sektöre bağlılık ile merak ($r=.044$; $p>0.05$) ve güven ($r=.001$; $p>0.05$) arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ortalamalar dikkate alındığında ise turizm bölümü öğrencilerinin sektöre bağlılık ortalamalarının kararsız çok yakın bir değerde ($\bar{X}=3.05$) olduğu görülmektedir. Bir başka dikkat çeken nokta ise turizm alanında eğitim gören öğrencilerin kaygı düzeylerinin yüksek olduğudur. Bu açıdan değerlendirildiğinde; katılımcıların mesleki anlamda geleceklerinin planlanmasını yaptıkları ve gelecekte neler olabileceği ile doğrudan ilgilendikleri buna yönelik hazırlıklar içinde olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 1: Araştırmada Kullanılan Değişkenlere İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

	$\bar{X}$	SD		1	2	3	4	5
Sektöre Bağlılık	3.05	0.77	r	1				
Kaygı	4.31	0.64	r	-.091*	1			
Kontrol	4.23	0.57	r	.194**	.527**	1		
Merak	3.97	0.66	r	.044	.455**	.589**	1	
Güven	4.37	0.61	r	.001	.472**	.554**	.581**	1

* $p<0.05$; ** $p<0.01$.

Ölçüm Modeli

Araştırmada, araştırma modelinin test edilmesinden önce ölçüm modeli test edilmiştir (Anderson ve Gerbing, 1988). Ölçüm modeliyle araştırma modelinin bir bütün olarak doğrulanması amaçlanmıştır. DFA sonucunda bütün faktör yüklerinin anlamlı olduğu ($p<0.01$) belirlenmiştir. Ölçüm modeline yönelik yapılan DFA sonucunda model uyum iyiliklerinin literatürde kabul edilen değerler aralığında olduğu belirlenmiştir (Çelik ve Yılmaz, 2013; Meydan ve Şeşen, 2011, 37; Schermelleh-Engel ve diğerleri, 2003, s.52). Buna göre ölçüm modelinin genel ve mutlak uyum değerleri; $X^2=1030.57$, $df=450$, $X^2/df=2.29$, $RMSEA=0.057$, $GFI=0.86$, $CFI=0.97$, $NFI=0.95$, $NNFI=0.97$, $IFI=0.97$ olarak belirlenmiştir.

Tablo 2’de yapı güvenirliği (CR) değerlerinin 0.79 ve 0.91 aralığında olduğu görülmektedir. Bu değer 0.60’dan fazla olması yeterli olarak kabul edilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Açıklanan varyans değerlerinin (AVE) ise 0.42 ve 0.64 Aralığında olduğu görülmektedir. AVE değerinin literatürde yaygın olarak 0.50’nin üstünde olması beklenmektedir. Bununla birlikte Chiang ve Hsieh (2012) ve Karatepe (2006) AVE değerinin 0.50’ye yakın veya daha fazla olmasının da beklenebileceğini ifade etmektedirler. Bu nedenle araştırmada sektöre bağlılık ölçeğine ait (0.42) ve kontrol boyutun ait (0.47) değerler yeterli kabul edilmiştir. Bu veriler doğrultusunda ölçüm modelinin ayrışma geçerliğine sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 2: Ölçüm Modeline İlişkin Değerler

Değişkenler	λ	t-değeri	R^2	α	CR*	AVE**
Sektöre Bağlılık	S1	0.46	9.39	0.21	0.890	0.42
	S2	0.79	18.27	0.62		
	S3	0.56	11.71	0.31		
	S4	0.84	20.27	0.71		
	S6	0.46	9.32	0.21		
	S7	0.69	15.31	0.48		
	S9	0.61	12.97	0.37		
	S10	0.72	16.04	0.51		
	S11	0.53	11.02	0.28		
	S12	0.68	14.89	0.46		
	S14	0.44	8.73	0.19		
	S15	0.79	18.37	0.62		
Kaygı	K1	0.69	14.64	0.48	0.781	0.55
	K2	0.84	18.72	0.71		
	K4	0.69	14.63	0.48		
Kontrol	K7	0.32	6.31	0.10	0.807	0.47
	K8	0.69	15.14	0.48		
	K9	0.82	19.40	0.68		
	K10	0.80	18.53	0.64		
	K11	0.70	15.49	0.49		
	K12	0.64	13.73	0.41		
Merak	K13	0.68	14.60	0.46	0.831	0.50
	K14	0.65	13.70	0.42		
	K15	0.80	18.35	0.65		
	K16	0.75	16.62	0.56		
	K17	0.65	13.72	0.42		
Güven	K19	0.76	17.53	0.58	0.916	0.64
	K20	0.81	19.25	0.66		
	K21	0.84	20.39	0.71		
	K22	0.86	20.31	0.75		
	K23	0.77	17.96	0.60		
	K24	0.74	16.72	0.54		

$\chi^2= 1030.57$; $df=450$; $\chi^2/df=2.90$; $RMSEA=0.057$; $GFI=0.86$; $CFI= 0.97$; $NFI=0.95$; $NNFI=0.97$; $IFI=0.97$

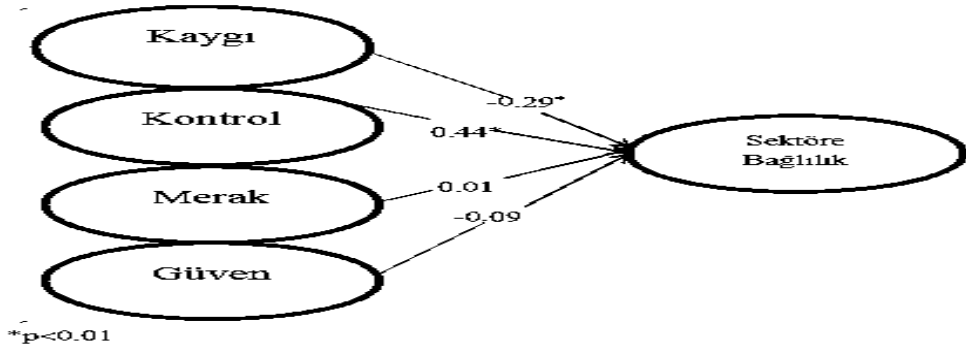
* CR= Composite reliability

** AVE= Average variance extract

Yapısal Model

Araştırmada son olarak belirlenen hipotezleri test edebilmek amacıyla yapısal eşitlik modelinden faydalanılmıştır. Şekil 2 araştırma modeline yönelik standardize edilmiş yol katsayılarının büyüklüğünü ve yönünü göstermektedir. Araştırma modeline yönelik model uyum değerleri model ile elde edilen bulguların birbirleri ile uyumlu olduğunu ($X^2=1219.96$; $df=451$; $X^2/df=2.70$; $RMSEA=0.065$; $GFI=0.85$; $CFI=0.97$; $NFI=0.94$; $NNFI=0.96$; $IFI=0.96$) göstermektedir. Araştırma modeline yönelik söz konusu iyiliklerin yeterli olduğu, dolayısıyla modelin test edilmesinde bir engel olmadığı görülmektedir.

Şekil 2: Yapısal Model (Standardize Değerler)



Araştırmada, kariyer uyum yeteneği olarak kaygı düzeyinin sektöre bağlılık üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkisinin var olduğu ($\gamma=-0.29$; t-değeri=-2.70; $p<0.01$) belirlenmiştir. Bu nedenle H_1 desteklenmiştir. Araştırmada kariyer uyum yeteneği olarak kontrol değişkeninin sektöre bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ($\gamma=0.44$; t-değeri=3.70; $p<0.01$) tespit edilmiştir. Bu nedenle H_2 desteklenmiştir.

Araştırmada kariyer uyum yeteneği bileşeni olan merak değişkeni ile sektöre bağlılık arasında herhangi bir etki tespit edilememiştir ($\gamma=-0.01$; t-değeri=-0.08; $p>0.05$). Buna ilaveten son bileşen olan güven değişkeni ile sektöre bağlılık arasında bir etki tespit edilememiştir ($\gamma=-0.09$; t-değeri=-1.10; $p>0.05$). Bu nedenle araştırmadaki H_3 ve H_4 hipotezleri desteklenememiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada üniversitelerin turizm bölümünde okuyan öğrencilerin kariyer uyum yeteneklerinin sektöre bağlılıklarını etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Kariyer uyum yetenekleri okuldan sektöre geçişte veya sektördeki iş değişikliklerinde bireylerin uyumlarını kolaylaştıran bilişsel ve duygusal nitelikli bileşenlerdir. Sektörün kendine has sorunları sektöre nitelikli personeli çekmekte engel oluştururken, turizm bölümlerinde okuyan öğrencilerin gelecek kaygısı, yükselme olanaklarının veya gelişme imkanlarının yetersiz olması da turizm sektöründe çalışılmasına engel teşkil edebilmektedir.

Yeni mezun olan veya mezuniyet aşamasında olan öğrenciler öğrencilik yıllarını geride bırakan ve yeni bir yaşama başlayan bireylerdir. Bu anlamda tam zamanlı, kendi yeteneklerine uygun ve gelecekte de iş güvenliği sağlayan işlere ihtiyaç duymaktadırlar. Bireylerin kendi niteliklerine uygun işler bulmaları aynı zamanda kariyer başarısını sağlama açısından da katkı sağlayıcıdır (Koen ve diğerleri, 2012, s.395). Aksi durumda bireylerin kendi niteliklerine uygun işlerin bulunmaması ise bireylerde uyumsuzluğun ortaya çıkardığı strese sebep olmaktadır. Başka ikilem ise işsiz olmanın ortaya çıkardığı durumdur. Yani mezun öğrenciler açısından kendilerine uygun olmayan bir işle veya işsizlikle karşı karşıya kalmak gibi iki farklı seçenek söz konusu olabilmektedir. İş uyumsuzluğunun ortaya çıkardığı sonuçlar da tıpkı işini kaybetmenin ortaya çıkardığı sonuçlarla (depresyona girmek ve yaşama tatminin düşmesi vb.) paralellik göstermektedir (Koen ve diğerleri, 2010, s.126).

Araştırma sonuçları, kaygı düzeyinin artmasının turizm sektörüne bağlılığı negatif yönde etkilediğini göstermektedir. Herhangi bir işgörenin herhangi bir sektöre bağlılığı sektörde ne iş yaptığı kadar çalıştığı sektörü nasıl algıladığı ve tutumu ile yakından ilişkilidir. Turizm sektörü bu anlamda olumsuz bir imaja sahiptir (Aksu ve Köksal, 2005; Richardson, 2010). Turizm sektörü, bu alanda eğitim gören öğrenciler tarafından uzun vadede çalışılacak bir meslek olarak algılanmamaktadır. Turizm, kariyer planları arasında kısa vadeli olarak yer alan bir sektör konumundadır. Kariyer uyum yeteneği bileşeni olan “kontrol” turizm sektörüne bağlılığı olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum bireylerin kendi mesleki gelecekleri ile ilgili kendilerinin söz sahibi olması durumunda (Maggiori ve diğerleri, 2013) turizm sektörüne bağlılıklarının arttığını göstermektedir. İşgörenler kendi kariyerleri üzerinde kontrol sahibi olmayı beklerler. Bulundukları işlerde daha az terfi imkanı varsa veya daha fazla iş yükü ile karşı karşıya bulunan işgörenler açısından işe devam etmek söz konusu olamamaktadır. Örgüt içinde çalışanlar kariyerleri ile ilgili bir planlanmanın yapılmış olmasını beklerler. Bu durum kendi gelişimlerini sürdürmelerine de katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda farklı engellerle karşılaşarak terfi imkanlarının azaltılmış olması da bir başka engel olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Bilimsel yazında kariyer uyum yetenekleri ile alakalı yayınların artması uzun vadede hem akademisyenlerin hem de turizm profesyonellerinin konuya olan ilgilerini arttıracaktır. Böylelikle turizm öğrencilerinin sektör içerisindeki istihdamının artırılmasına da olanak sağlanacaktır. Ülkemizin en önemli ekonomik getiri sağlayan sektörlerinden biri olan turizmde eğitilmiş bireylerin sektörde kalması, uzun vadede turizmin gelişmesine ve verilen hizmetlerin kalitesinin artmasına katkı sağlayacaktır. Konu ile ilgili bundan sonraki çalışmalarda daha geniş evrenlerde çalışılarak değişik sonuçlar elde edilebileceğini söylemek mümkündür. Yine son sınıf öğrencilerine yönelik farklı yıllarda yapılacak karşılaştırmalar ile akademiye ve sektöre yönelik çıkarımlar elde edilebileceği de öngörülebilir. Diğer yandan farklı coğrafyalarda aynı eğitimi alan öğrencilerin analizlere dahil edilmesiyle farklı sonuçların ortaya çıkabileceğini söylemek olasıdır. Ayrıca

öğrencilerin çalıştıkları departmanlar dikkate alınarak konunun detaylandırılması da mümkündür.

KAYNAKÇA

- Aksu, A. A. ve Köksal, C. D. (2005). Perceptions and attitudes of tourism students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (5), 436-447.
- Anderson, J. C. ve Gerbing D. W. (1988). Structural equation modelling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 3 (3), 411-423.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki istihdamla ilgili görüşleri ve sektördeki kariyer beklentileri (Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği). *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-21.
- Blomme, R. J., Van Rheede, A. ve Tromp, D. M. (2009). The hospitality industry: an attractive employer? An exploration of students' and industry workers' perceptions of hospitality as a career field. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 21 (2), 6-14.
- Brislin, R. W. (1976). Comparative research methodology: Cross- cultural studies, *International Journal of Psychology*, 11(3), 215-229.
- Brown, E. A., Arendt, S. W. ve Bosselman, R. H. (2014). Hospitality management graduates' perceptions of career factor importance and career factor experience. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 58-67.
- Çelik, H. E. ve Yılmaz, V. (2013). *LISREL 9.1 ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel Kavramlar-Uygulamalar- Programlama*. (Yenilenmiş 2. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Chiang, C. F. ve Hsieh, T. S. (2012). The impacts of perceived organizational support and psychological empowerment on job performance: The mediating effects of organizational citizenship behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 180-190.
- Coetzee, M. ve Harry, N. (2014). Emotional intelligence as a predictor of employees' career adaptability. *Journal of Vocational Behavior*, 84, 90-97.
- Dinçer, F. İ., Akova, O. ve Kaya, F. (2013). Meslek yüksekokulu turizm ve otel işletmeciliği programı öğrencilerinin kariyer planlaması üzerine bir araştırma: İstanbul üniversitesi ve Gümüşhane üniversitesi örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 2 (1), 42-56.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.), Sage Publications, London.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Guan, Y., Deng, H., Sun, J., Wang, Y., Cai, Z., Ye, L., Fu, R., Wang, Y., Zhang, S. ve Li, Y. (2013). Career adaptability, job search self-efficacy and outcomes: A three-wave investigation among Chinese university graduates. *Journal of Vocational Behavior*, 83, 561-570.
- Hamtaux, A., Houssemand, C. ve Vrignaud, P. (2013). Individual and career adaptability: Comparing models and measures. *Journal of Vocational Behavior*, 83, 130-141.

- Jenkins, A. K. (2001). Making a career of it? Hospitality students' future perspectives: An Anglo-Dutch study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13 (1), 13-20.
- Karatepe, O. M. (2006). Customer complaints and organizational responses: The effects of complainants' perceptions of justice on satisfaction and loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 25 (1), 69-90.
- Koen, J., Klehe, U. C. ve Van Vianen, A. E. M. (2012). Training career adaptability to facilitate a successful school-to-work transition. *Journal of Vocational Behavior*, 81, 395-408.
- Koen, J., Klehe, U. C., Van Vianen, A. E. M., Zikic, J. ve Nauta, A. (2010). Job-search strategies and reemployment quality. The impact of career adaptability. *Journal of Vocational Behavior*, 77, 126-139.
- Kong, H. (2013). Relationships among work-family supportive supervisors, career competencies and job involvement. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 304-309.
- Kong, H., Cheung, C. ve Song, H. (2012). Determinants and outcome of career competencies: Perspectives of hotel managers in China. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 712-719.
- Kuşluvan, S. ve Kuşluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21, 251-269.
- Lu, T. ve Adler, H. (2009). Career goals and expectations of hospitality and tourism students in China. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9 (1-2), 63-80.
- Maggiori, C., Johnston, C. S., Krings, F., Massoudi, K. ve Rossier, J. (2013). The role of career adaptability and work conditions on general and Professional well-being. *Journal of Vocational Behavior*, 83, 437-449.
- Maxwell, G. A., Ogden, S. M. ve Broadbridge, A. (2010). Generation Y's career expectations and aspirations: Engagement in the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17 (1), 53-61.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mkono, M. (2010). In defence of hospitality careers: perspectives of Zimbabwean hotel managers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (6), 857-870.
- Morton, D. L. (2002). Targeting generation Y. *Public Relations Quarterly*, 47 (2), 46-48.
- Richardson, S. (2009). Undergraduates' perceptions of tourism and hospitality as a career choice. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 382-388.
- Richardson, S. (2010). Tourism and hospitality students' perceptions of a career in the industry: A comparison of domestic (Australian) students and international students studying in Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17, 1-11.
- Roney, S. A. ve Öztin, P. (2007). Career perceptions of undergraduate tourism students: A case study in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6 (1), 4-17.

- Savickas, M. L. ve Porfeli, E. J. (2012). Career adapt-abilities scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 661-673.
- Savickas, M. L. (1997). Career adaptability: An integrative construct for life-span, life-space theory. *Career Development Quarterly*, 45 (3), 247-259.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research*, 8 (2), 23-74.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business (4th ed.)*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Tolentino, L. R., Garcia, P. R. J. M., Lu, V. N., Restubog, S. L. D., Bordia, P. ve Plewa, C. (2014). Career adaptation: The relation of adaptability to goal orientation, proactive personality, and career optimism. *Journal of Vocational Behavior*, 84, 39-48.
- Tuna, M. (2007). Personel devir analizi: Ankara’da yer alan yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 45–52.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi (Genişletilmiş 2. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wan, Y. K. P., Wong, I. A. ve Kong, W. H. (2014). Student career prospect and industry commitment: The roles of industry attitude, perceived social status, and salary expectations. *Tourism Management*, 40, 1-14.
- Wang, Y. F. (2013). Constructing career competency model of hospitality industry employees for career success. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25 (7), 994-1016.
- Zacher, H. (2014). Individual difference predictors of change in career adaptability over time. *Journal of Vocational Behavior*, 84, 188-198.

TÜRKİYE’DE ÖRGÜN TURİZM EĞİTİMİNİN ÖNÜNDEKİ ENGELLERLE MÜCADELEDE TİYADER VE TURİZM MESLEKLERİ VE TURİZM KONSEYİ MESLEK YASASI TASLAĞI

Ali ERBAŞ

*Prof. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
aerbas@ogu.edu.tr*

Rahman TEMİZKAN

*Yrd. Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
rtemizkan@ogu.edu.tr*

Duran CANKÜL

*Öğr. Gör., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
dcankul@ogu.edu.tr*

ÖZET

Bologna süreci ile güçlenmesi gereken diplomalar turizm alanında değerini kaybetmektedir. Turizm kısa süreli sertifika programlarıyla pas geçilen diplomalıların girmediği bir sektör halini almıştır. Bu durum 1956 yılından itibaren turizm eğitime yapılan milyarlarca dolarlık yatırımın heba olmasına sebep olmaktadır. MYK gibi kısa süreli belgelendirmelere karşı, hiçbir avantajlı durum sağlamayan diplomalar için harcanan zaman, çaba ve ekonomik kaynaklar israf anlamına gelmektedir. Yasal bir düzenleme ile diplomalıların sektörde ve turizmle ilgili kamu kurumlarında istihdamının sağlanması ve turizm konseyi kurulması sektörün sadece nitelikli personel ihtiyacını çözmekle kalmayacak, sektörün önünün açılmasını, turizm gelirlerinin artmasını, yatırımların artmasını ve paydaşların kendilerini ifade edecekleri bir ortamın oluşmasıyla daha doğru adımlar atılmasını sağlayacaktır. Böylece, her düzeyde turizm diploması veren eğitim kurumları ve eğiticileri (öğretmenler ve akademisyenler) hak ettikleri değeri bulacak ve görevlerini irca etmeye devam edebileceklerdir. Bu çalışma, sektörde turizm diplomalıların istihdam edilmesinin önünü açan ve turizm konseyinin kuruluşunu ve işleyişini sunan bir yasa taslağını sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Turizm Eğitimi, Tiyader, Turizm Meslek Yasası, Türkiye Turizm Konseyi.*

GİRİŞ

Turizm sektörü Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için ihmal edilemeyecek kadar önemli bir sektördür. Turizm sektöründe başarılı olmak ancak kalifiye insan kaynağı ile mümkün görünmektedir. Türkiye teşvik kanunları ile 1980’li yıllardan itibaren turizm arzını ve buna bağlı olarak talebi arttırmıştır. Sektörde istihdam edilecek kalifiye personelin yetiştirilmesi için her düzeyde eğitim kurumları kurulmuştur. Turizm altyapı ve üstyapısı hızla gelişip, turizm arzı ve talebi hızla büyürken, eğitim kurumları nitelik ve nicelik açısından bu büyümeye cevap verememiştir (Yeşiltaş, Öztürk ve Hemmington, 2010). Turizmin hızlı büyümesinden dolayı eğitilmiş işgücü ihtiyacının kısa süreli sertifika programları ve kurslar ile karşılanması ihtiyacı doğmuştur (Mayoka ve Akama, 2007, s. 299).

2013 yılı itibari ile Türkiye’de her düzeyde turizm eğitimi verilmekte ve her yıl 20 bin civarında mezun verilmektedir. Bununla birlikte, sektörün büyümesi devam ettiği için her

düzeyde turizm eğitimi veren okul ve kontenjan sayıları da artmaktadır. Ancak, mezunların diplomaları ile elde ettikleri mesleği icra etme yetkisi ve hakkı sertifika programları ile pas geçilmektedir. Mezunların çok önemli bir kısmı sektörü kısa süre içinde terk etmektedir. Ülke imajına da son derece etki eden stratejik bir sektör olan Turizm sektöründe faaliyet gösteren çok çeşitli işletmelerde yapılan işlerin meslek statüsünde olmaması, yasal bir varlıklarının olmaması ve çalışanların sicil kaydına sahip olmamaları, kendi meslekleriyle ilgili söz sahibi olmamaları, kendilerini temsil eden bir meslek odalarının olmaması gibi sebepler turizm diplomalarını anlamsız hale getirmektedir. Mesleki Yeterlilik Kurumumu (MYK) Kanunu ile bu tür işleri yapacak olanlar için standartlar belirlenmiştir. Ancak, bu standartlar içinde işleri yapabilecek olanlara diploma ile ilgili bir mecburiyet getirilmemiştir. Bir kişi, eğitim almış olduğu alana bakılmaksızın MYK tarafından akredite edilmiş eğitim merkezleri tarafından ücret karşılığı birkaç aylık sertifika eğitimine tabi tutulacak ve eğitim sonunda ücret karşılığı belgelendirilecektir. Turizm diplomasına sahip olanlar da bu belgelendirmeye tabi olacaklardır. Dolayısıyla hangi düzeyde olursa olsun turizm diploması, sahibine hiç bir fark kazandırmamaktadır. Bu durumda, eğitim dönemleri boyunca çocuklarını ekonomik olarak destekleyen ailelerin kaynakları, umutları, emekleri, hayatlarının bir dönemi, öğrencilerin gençlik yılları, devletin eğitim kurumlarının inşası, içinin tefrişatı ve eğitimcilere ödediği maaşlar için harcadığı kaynaklar ve bu eğitimin her düzeyde devam edebilmesi için harcanan enerji, finansal kaynaklar ve zaman heba olup gitmektedir (Temizkan, Erbaş ve Cankül, 2014).

Turizm diplomalarının bir fark oluşturmadığı MYK kanunu ile daha net bir şekilde görülmeye başladığı için turizm eğitim kurumlarının kontenjanları boş kalmaya başlamıştır. 2013 yılı ÖSYM verilerine göre turizm eğitimi ön lisans düzeyinde açılan 18.534 kontenjanın 7001 tanesi, lisans düzeyinde ise 8240 kontenjanın 2434 tanesi ilk atama sonrası boş kalmıştır (ÖSYM, 2013). 2014 yılında ise ÖSYM kılavuzunda turizm eğitimi ön lisans düzeyinde 20.123 lisans düzeyinde ise 8978 kontenjan açılmıştır (ÖSYM, 2014). Kontenjanlardaki boşluğa rağmen bir önceki yıla göre kontenjanların arttığı görülmektedir. TUROFED başkanı Osman Ayık bu gidişatı gördüğü için “Türkiye’de üniversitede turizm eğitime artık gerek yok” açıklamasını yapmıştır (TURİZMDEBUSABAH, 2013). Bu durum turizm işlerini kapsayan bir “turizm meslekleri yasası” ile diplomalara değer kazandırılmadığı sürece TUROFED başkanının öngörüsü doğrultusunda gelişmeye devam edecektir. Bu durumun, turizm akademisyenlerine olan talebi ve dolayısıyla verilen değeri de azaltacağı düşünülmelidir. Bu çalışmanın amacı, turizm akademik camiasının dikkatini, sektörü düzenleyerek birçok sorunu ortadan kaldıracak, sektöre ivme kazandıracak, diplomalıların sektöre girmelerinin önündeki engelleri ortadan kaldıracak, turizm akademisyenlerine ve ürünleri olan diplomalıları değer katacak ve bütüncül bir yaklaşımla TİYADER tarafından hazırlanmış olan yasa taslağına çekmektir. Bu yasa taslağına katkılarını almaktır.

TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNDE DİPLOMALI EĞİTİM

Turizm geliştirmekte olan ülkeler için istihdam sağladığı ve ödemeler dengesine katkı sağladığı için önem kazanmaktadır. Bununla birlikte, gelişmiş ülkelerin uluslararası turizmden en büyük payı almaya devam ettikleri görülmektedir. Turizmin gelişmiş ülkeler için de ilgi çekici bir sektör olduğu görülmektedir (Tosun, 1999, s. 217 ; Dieke, 1988, s. 41). İleri ülkelerin gelişmişlik düzeyine ulaşılabilmesi için geliştirmekte olan ülkelerin ekonomi, sanayi ve tarım politikalarının yanı sıra turizme ve turizm alanındaki her türlü yatırıma önem vermesi gerekmektedir (Avcıkurt ve Köroğlu, 2002, s. 3) Turizm sektöründe hayatta kalmak ve rekabet avantajı sağlamak, turistik ürünü sunan, işleyen ve yöneten kalifiye personele ulaşmaya bağlıdır (Zagonari, 2009, s. 2).

Teşvik kanunları ile ithalat, inşaat ve emlak vergilerinden muafiyet, orta ve uzun vadeli yerli veya yabancı para biriminde alınan kredilere düşük faiz oranları, su ve elektrikte indirim, hazine arazilerinin 99 yıla kadar kiralanmasında kolaylıklar ve proje bölgelerine elektrik, su, kanalizasyon, yol ve telekomünikasyon hizmetleri için gerekli altyapının sağlanmasında öncelik gibi girişimcileri turizm sektörüne yatırım yapmaya cesaretlendiren teşvikler verilmiştir. Türkiye’ye gelen turist sayısı yatırımlarla birlikte hızla artmıştır. Türkiye’de turizm arzı ve talebini arttırmaya odaklanmış bir plan uygulanmış olmasına rağmen bu planda kalifiye insan kaynakları ihtiyacının karşılanması planı eksik kalmıştır (Yeşiltaş ve diğerleri, 2010). Oysaki uluslararası turizmde gittikçe artan rekabet ortamında, avantajlı bir durum elde etmek, ancak müşteri memnuniyetinin sağlanması ile mümkün olacaktır. Müşteri memnuniyetinin sağlanması ve destinasyonun rekabet gücü kazanması için ihtiyaç duyulan bilgi, yetenek ve donanımına sahip işgücü ancak etkin ve kaliteli turizm eğitim ve öğretimiyle (Ünlüöner, 2000, s. 218 ; Ayikoru, Tribe ve Airey, 2009, s. 191) ve turizm okulları mezunlarının sektörde çalışmaları ile mümkündür (Kuşluvan ve Kuşluvan, 2000, s. 252). Kamu ve özel sektör, turizmin olumlu toplumsal ve ekonomik etkilerini görmüş ve profesyonel ve iyi eğitilmiş işgücünün hizmetin kalitesini artırma ve kaliteli hizmet sağlamada vazgeçilmez olduğunun farkına varmış ve orta öğretimden lisansüstü düzeye kadar her düzeyde turizm eğitimi vermeye başlanmıştır. Bununla birlikte, sertifika programları ile de sektöre insan kaynağı yetiştirmeye çalışılmaya devam edilmektedir. Turizm eğitimindeki bu gelişme ve büyümeye rağmen birçok ülke özellikle geliştirmekte olan ülkeler stratejik plan ve politikalarından yoksundur (Mayoka ve Akama, 2007, s. 299). Turizm sektöründe diplomaların sertifika programlarıyla pas geçilmesi ile eğitilmiş diplomalı kalifiye personelin sektörde ve kamuda istihdam edilememesinin sonucu olarak sorunlar büyüyerek devam etmektedir.

İhtiyaç duyulan işgücünü yetiştirmek üzere ülke çapında turizm eğitimi veren kurumlar açılmıştır (Okumuş ve Yağcı, 2005, s. 94). Ancak, artan turizm eğitimi talebine cevap verecek kurumların kapasiteleri turizm sektörü ile uyumlu bir şekilde büyümemiştir (Yeşiltaş ve diğerleri, 2010). Bu durum sertifika programlarının gerekliliğini savunmada kullanılabilecek bir argüman olabilir. Türkiye’de de sektörün hızla artan insan kaynağı ihtiyacını karşılamak üzere eğitim kurumları tarafından milli eğitim bakanlığı aracılığı ile

turizmle ilgili her düzeyde programlar hayata geçirilmiştir. Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi veren Ön lisans, Lisans ve Lisansüstü programlar vardır (Okumuş ve Yağcı, 2005, s. 96).

Tablo 1. 2011-2013 Öğretim Yılları Arasında Turizm Eğitiminde Okul, Öğrenci, Eğitici ve Mezun Sayıları

Eğitim türü	Yıllar	Okul/Üniversite sayısı	Öğrenci sayısı	Mezun Sayısı	Eğitici Sayısı
Turizm meslek lisesi	2011-2012	123	32.819	“-“	3.003
	2012-2013	125	32.748	“-“	2.884
Turizm Ön lisans Programları	2011-2012	“-“	50152	8340	216
	2012-2013	87	56481	“-“	263
Turizm Lisans	2011-2012	43	30020	2862	489
	2012-2013	45	39555	“-“	561
Turizm Lisansüstü Programları	2011-2012	“-“	986	135	“-“
	2012-2013	32	1264	“-“	“-“
Toplam	2011-2012		113.977		
	2012-2013		130.048		

Kaynak: Temizkan ve diğerleri (2013).

Önlisans programları, sektörün alt ve orta düzey yönetici ihtiyacını karşılamayı amaçlarken (Ünlüönen ve Boylu, 2005, s. 5 ; Hacıoğlu, Kaşlı, Şahin ve Tetik, 2008, s. 42) lisans düzeyinde eğitim veren programların amacı öğrencileri sektörde yönetici düzeyindeki kadrolara hazırlamaktır (Yeşiltaş ve diğerleri, 2010 ; Ünlüönen ve Boylu, 2005, s. 8 ; Avcıkurt ve Karaman, 2002, s. 53 ; Eser, 2002, s. 4).

Lisansüstü turizm eğitimi yüksek lisans ve doktora düzeyinde olmak üzere iki düzeyde verilmektedir (Okumuş ve Yağcı, 2005, s. 106 ; Yeşiltaş ve diğerleri, 2010 ; Gürdal, 2002, s. 393 ; Ünlüönen ve Boylu, 2005, s. 10). Yüksek lisans düzeyindeki eğitimin iki genel amacı vardır. Birincisi, öğrencilere kariyer kazandırmak, ikincisi, turizm sektörüne orta ve üst düzeye yönetici, eğitici, danışman ve araştırmacı yetiştirmektir. Doktora düzeyindeki turizm eğitimin temel amacı ise, bir disiplin olarak turizmle ilgili akademik araştırmalar yapmak, problem çözmek ve eğitim-iletişim yeteneklerini geliştirmektir (Olsen ve Khan, 1989, s. 16 ; Ünlüönen ve Boylu, 2005, s. 10 ; Yeşiltaş ve diğerleri, 2010). Dolayısı ile Türkiye turizm sektörünün insan kaynağı ile ilgili ihtiyacını karşılamak üzere her düzeyde diploma veren resmi eğitim kurumlarıyla gerekli yatırımı yapmış ve üretmeye devam etmektedir.

Farklı düzeylerde her yıl binlerce mezun veren yüzlerce turizm eğitimi veren okul ve program olmasına rağmen kalifiye eleman bulamamak gibi bir sıkıntının sektör tarafından dile getirilmesi (Ünlüönen ve Boylu, 2009, s. 969) turizm eğitimi almış olan diplomalıların sektörde tutulma oranlarının çok düşük olmasıyla (Okumuş ve Yağcı, 2005. s. 92 ; Mısırlı, 2002, s. 454) açıklanabilir. Hacıoğlu (1985) turizm okullarından mezun olanların %94'ünün sektörde çalışmadığını tespit etmiştir. Kuşluvan ve Kuşluvan (2003) özellikle

turizm lisans öğrencilerinin %33'ünün turizm sektöründe çalışmayı düşünmediğini tespit etmiştir. Henüz öğrenci iken böyle düşünenlerin mezun olduktan sonra oranının artması beklenebilir. Benzer şekilde, mezunların sektörde istihdam edilenlerin oranının çok düşük olduğu önemli oranlarda farklı sektörlerde istihdamı tercih ettikleri bulgusuna ulaşan birçok çalışma mevcuttur (ILO ve Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1994 ; Pavese ve Brymer, 1990 ; Kuşluvan ve Kuşluvan, 2003). Yeşiltaş ve diğerlerinin (2010) ifade ettikleri sektördeki kalifiye personel açığının okul veya program sayısının yetersizliği ile bir ilişkisi olsa da mezunların sektörde tutulmaması ile ilişkisinin daha güçlü olabileceği anlaşılmaktadır (Eivazi Gharamaleki, 2011). Mezunların sektörde istihdamının sağlanabilmesi için turizm meslek yasaların çıkarılmalıdır ve turizm eğitimi aldığını belgeleyen diploma sahibi olmayanların istihdam edilmesi engellenmelidir. (Eivazi Gharamaleki, 2011).

Turizm fakültelerinde ve 4 yıllık lisans eğitimi veren yüksekokullarda işletmecilik eğitimi verilmekle birlikte turizm olgusu ve sektör ile ilgili mesleki eğitim de verilmektedir. Bunlara ek olarak sektörde staj adı altında uygulamalı ve işbaşı eğitimler de verilmektedir (Temizkan ve Temizkan, 2008). Turizm meslek liselerinden lisansüstü düzeye kadar, turizm teorik ve uygulamalı eğitiminin yanı sıra, işletmecilik eğitimi de verildiği düşünüldüğünde, bir turizm işletmesinde en alt düzeyden en tepe yöneticiye kadar başka alanlardan diploma sahibi olanların turizm diplomalılarından daha kalifiye olamayacağı görülmektedir.

Sektörde turizm diplomalıların yerine turizm diplomasızların istihdam ediliyor olmasının, okullarda verilen eğitimin niteliğinin düşük olmasıyla açıklanmaya çalışılması ise bu eğitimi bin bir fedakârlıkla verenlere yapılabilecek en büyük hakaret olarak görülmelidir. Alaylılar ve turizm diploması olmayanlar işlerini doğru yapıyor iseler ve diplomalıları ihtiyaç yok ise kalifiye personel eksikliği ile ilgili şikâyetlerin devam etmemesi gerekirdi. Gelen turist sayısında 6. olan Türkiye'nin, elde edilen gelir açısından 13. Sırada yer almasının önemli sebeplerinden birisinin niteliksiz işgücünün sunduğu kalitesiz hizmet ve turistlere sergiledikleri hatalı tavırlar olduğu düşünülmelidir. Dünya turizm piyasasında Türkiye, kalifiye personel eksikliğine bağlı olarak kaliteli (gelir düzeyi yüksek) turisti kaliteli hizmet sunan destinasyonlara kaçırmış olabilir. Mısırlı da (2002) Türkiye'de turizm eğitiminin ve sektörün personel ve istihdam sorunlarının önemli bir bölümünün turizm ile ilgili mesleklerin ve meslekte çalışan eğitilmiş iş görenlerin yasal himaye altına alınmamış olmasından kaynaklandığını ifade etmiştir. Turizm meslekleri, bu mesleklerin değişik kademelerinde çalışma hakkı, unvan kullanma, kanuni bir düzenleme ile himaye altına alınmadıkça, haksız rekabet şartlarında istihdam önlenmedikçe ne çok yetenekli insanları bu sektörün değişik kademelerine çekmek, ne de yeteneklileri meslekte sürekli olarak tutmak mümkün olabilecektir. Nitelikli ve bilgili insanları mesleğe çekmenin ve meslekte kalmalarını sağlamanın yolu, ilgili meslek için gerekli eğitimi almış, bunu diploma ile belgelendiren kişilere yasal bir hak olarak verecek hukuki düzenleme" ile gerçekleştirilmesinin mümkün olacağını dile getirmiştir.

Her alanda, verilen eğitimin ve eğitim kurumlarının eksiklikleri vardır ve yöntemleri tartışılır. Bu tür eksikler ve yöntemler her alanda sürekli olarak tartışılır ve geliştirilir. Tıp, Hukuk, Mühendislik, Hemşirelik, Öğretmenlik vs. her tür program ve alanda eğitimin ve uygulamanın nasıl gerçekleştiği ve gerçekleşmesi gerektiği periyodik kongreler ile tartışılır. Turizm alanında da benzer problemler olabilir. Türkiye’de tıp eğitiminin eksikleri, uygulama olanaklarının yetersizliği gibi sorunlar bahane edilerek tıp diplomalı hekimler yerine hastanelerde turizm mezunları veya üfürükçüler hekim olarak istihdam edilemez. Bunun gibi, “Meslek yasasından ve diplomalıların sektörde çalıştırılmasını zorunlu hale getirmeden önce, turizm eğitimi ne kadar iyi yaptığımızı tartışmalıyız” demenin anlamsız olduğu görülmektedir. Turizm eğitiminin daha iyi nasıl yapılabileceği, tıpkı hukuk eğitimi, tıp eğitimi, mühendislik eğitimi, öğretmenlik eğitimi daha iyi hale getirmenin yollarının aranması gibi ayrıca tartışılması gereken bir konudur. Bu durum, diplomaların hakkının yok sayılmasının, görmezden gelinmesinin gerekçesi olmamalıdır. Dünyada turizm meslek yasası olan başka bir ülke olmadığından bizim de yapmamıza gerek yoktur diye düşünülmemelidir. Turizm bilimsel alan olarak da sektör olarak da tıp, hukuk ve mühendislikler gibi alanlardan çok daha yeni olmasına rağmen kısa sürede dünya ekonomisinde etkili bir fenomen halini almıştır. Türkiye bu konuda bir model ülke olabilir (Temizkan ve diğerleri, 2014).

TURİZM DİPLOMASINA VERİLEN DEĞER

Herhangi bir sektörde sağlıklı ve karlı yatırım yapmak veya mevcut yatırımların karlı hale getirilmesi, ilgili alanlarda meslek yasalarının olması ve tam olarak yerleşmesi ile mümkündür. Çünkü meslek, “Belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş” (TDK, 2013) olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre turizm alanındaki sistemli bilgi ve beceri esas olarak turizm eğitimi veren, turizm liseleri, turizm ön lisans ve turizm fakülte ve yüksek okullarında kazandırılmakta ve bu okullardan mezun olanlara hak ettikleri turizm diplomaları verilmektedir.

Üyesi olunan Bologna sürecinin temel amaçlarından biri çeşitli alanlarda verilen eğitimin kalite güvencesinin sağlanarak diplomaların toplum için daha yararlı hale getirilmesidir. Konuya bu açıdan bakıldığında Dünya’da ve ülkemizde turizmin bilimsel alt yapısının güçlü olduğu ve giderek daha güçlü hale geldiği görülmektedir. Bütün bu gelişmelere rağmen, ülkemize bakıldığında turizm eğitimi son derece hafife alınmaktadır. Örneğin, Türkiye İş Kurumu (İş kur)’ un turizm alanında birçok bölgede istihdamı geliştirme adına iş garantili kurslar düzenlemektedir. İş kur söz konusu turizm eğitimleri ihale usulü vermekte ve bu ihaleleri alan kar amaçlı kuruluşlar sertifikalar üretmeye devam ederek turizm alanında önemli tahribatlar yapmaktadır. Bunun dışında çok çeşitli dernekler vakıflar, turizm eğitimi vermeye çalışmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı bir taraftan Turizm Liseleri ile formel turizm eğitimi verirken, diğer taraftan çeşitli otellerle anlaşarak turizm liselerinin ve üniversite turizm diplomalarını ikame eden sertifikalar vermesi toplumda fırsat eşitsizliğine ve hukuksuzluğa sebep olmaktadır. Çünkü yıllarca süren pek çok

meşakkatli sınav ve süreçlerden geçerek liselerde ve üniversitelerde turizm eğitimi alanlar maalesef kısa süreli kurs alarak sektöre katılanlara göre dezavantajlı durumlara düşürülmektedir. Bunun doğal sonucu olarak da turizm alanında diploma sahibi olmayanlar çoğunluğu oluşturduğundan turizm alanındaki sızlanmaların önü kesilememekte ve turizmin hemen her alanında kaos ortamı devam etmektedir (Erbaş, Cankül ve Temizkan, 2013).

Sektörün diplomaya değer vermediği buna istinaden diplomalının da sektörden kaçtığı görülmektedir. Sektör dışında turizm ile ilgili kamu hizmetleri söz konusu olduğunda turizm diplomalının dışlandığı görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı uzman yardımcısı ve müfettiş kadrolarına KPSS puanı ile alım yapılmaktadır. Turizm işletmeciliği yüksekokulları ve turizm fakültelerinde turizm işletmeciliği bölümleri ve bu bölümlerden çıkan on binlerce mezun olmasına rağmen turizm sektöründen sorumlu bakanlık, turizm diplomalıları, merkez ve taşra teşkilatında istihdam edilmek üzere başvuracaklar içine dahi almamaktadır. Bakanlık, uzman yardımcısı, müfettiş ve taşra teşkilatında idarecilik gibi kadrolarda, turizm olgusunu bilen ve sektörü tanıyan turizm diplomalıları değil alternatifi olarak başka fakülte ve bölümlerin mezunlarını istihdam etmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

2006 yılında 5544 nolu kanunla kurulan Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK), Kanunun 1. Maddesinde belirtildiği gibi ulusal ve uluslararası meslek standartlarını temel alarak, teknik ve meslekî alanlarda ulusal yeterliliklerin esaslarını belirlemek; denetim, ölçme ve değerlendirme, belgelendirme ve sertifikalandırmaya ilişkin faaliyetleri yürütmek için gerekli ulusal yeterlilik sistemini kurmak ve işletmektir. Ancak, yine aynı maddede belirtildiği gibi mesleğe giriş şartları meslek kanunuyla belirlenmiş olan meslekler bu kanun kapsamı dışındadır. Örneğin; Tabiplik, diş hekimliği, hemşirelik, ebelik, eczacılık, veterinerlik, mühendislik ve mimarlık meslekleri ile en az lisans düzeyinde öğrenimi gerektiren mesleklerin sertifikasyon programları ile verilen sertifikalarla icra edilmesi mümkün değildir.

Aynı kanunun, 22. Maddesi kişilerin meslekî yeterlilik düzeylerinin, MYK tarafından yetkilendirilmiş personel belgelendirme kurum ve kuruluşları tarafından yapılacak sınavla belirleneceğini ifade etmektedir. Bu durum orta öğretim, ön lisans, lisans ve lisans üstü düzeylerdeki turizm eğitime paralel bir belgelendirme ile diploma hakkının tecavüze uğraması anlamına gelmektedir. Kanunun bu maddesine göre MYK herhangi bir sivil toplum kuruluşunu veya meslek erbablarının kurmuş olduğu dernekleri, özel eğitim kurumlarını turizm meslekleriyle ilgili eğitim ve sertifika vermek üzere görevlendirebilir (MYK1, 2006). Hazırlanmış olan meslek standartları mesleğin gerektirdiği yeterliliklere göre 8 seviyede sınıflandırılmıştır. Bu seviyeler mesleği yapacak olan kişinin eğitim düzeyini ifade etmesine rağmen bu eğitimin mesleki eğitim olmasıyla ilgili bir zorunluluk yoktur (MYK2, 2006).

Bu durum “turizmci” olmak için turizm meslek liselerinden turizm işletmeciliği anabilim dalı doktora programlarına kadar alınacak eğitimin ve diplomaların sağladığı hakların herhangi bir alanda eğitim alanlara eğitim kurumu bile olmayan kurumlar tarafından verilecek birkaç aylık sertifika programı ile de sağlanabileceği anlamına gelmektedir.

Mesleğe giriş şartları bir “turizm meslek kanunu” ile belirlenmediği sürece hangi seviyede olursa olsun turizm alanında verilen diplomanın, sertifika programları aracılığıyla boş ve anlamsız hale getirilmesinin önünün her zaman açık olacağı görülmektedir.

Turizm yükseköğretiminde boş kalan kontenjanlar giderek artmaktadır. Bu durumun, MYK’ya akredite olmuş, ehliyet kursu tarzı belgelendirme merkezleri tarafından kısa sürede verilecek sertifikalara karşı pas geçilen diplomalar için harcanan zaman, çaba ve ekonomik kaynakların israf olarak değerlendirilmesinden kaynaklandığı düşünülmelidir.

Bologna süreci ile amaçlanan lise ve üniversitelerin yaptıkları eğitim ve öğretimin sürekli olarak daha mükemmel hale getirilerek mezunlara verilen diplomaların daha nitelikli olmasını temin etmek suretiyle topluma ve işletmelere daha yüksek katkıların sağlanmasıdır. Ancak, mevcut haliyle, turizm insan kaynakları alanında görülen uygulama Bologna kriterleri ile güçlendirilmeye çalışılan diploma uygulamalarının tam aksine, ilgili ilgisiz kişi ve kuruluşların turizmin her alanında sertifikalar dağıtılarak alaylı personelin “eleman yetiştirme” adı altında niteliksiz elemanların turizm sektörüne yerleştirilerek diplomalı turizm personelinin sektörde çalışmasını önleyecek şekilde hareket edilmektedir. Bu bakımdan turizm diplomalarını veren ilgili yönetici ve akademik personelle turizm lisesi öğretmenlerinin çalıştıkları kurumların verdiği diplomaların hukukunu korumaları konusunda üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmeleri büyük önem taşımaktadır (Erbaş ve diğerleri, 2013).

Bu sorumluluklarını ivedi olarak yerine getirmedikleri takdirde TUROFED başkanının ifade ettiği şekilde önce yükseköğretim düzeyinde ve daha sonra orta öğretim düzeyinde turizm diploması veren kurumlar kontenjanlarını dolduramamaya başlayacak ve kapatılma yoluna gideceklerdir. 1956 yılından bu yana devletin turizm eğitimine yapmış olduğu milyarlarca dolarlık yatırım heba olma yolunda ilerlemektedir. Bu durumda birkaç yıl içerisinde araştırma görevlisi, öğretim görevlisi ve yardımcı doçent doktor gibi sözleşmeli statüde görev yapan akademik personel akademisyenliğe veda etmek zorunda kalabilir. Daimi kadrolarda yer alanlar ise kendi alanları dışında bir bölümde yer aramak durumunda kalabilirler.

Mayoka ve Akama (2007) yaptıkları çalışmada toplumsal ve ekonomik bir olgu olan turizmin sistem yaklaşımı ile ele alınması gerektiğini ortaya koymuşlardır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 belgesinde (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s. 8-9) Ulusal ve il bazında turizm konseyleri kurulması ve sektörün bu konseyler tarafından alınan kararlar doğrultusunda düzenlenmesi kararı alınmıştır. Paydaşların kendilerini ifade edebilecekleri bir konseyin kurulması turizmin bütüncül bir sistem olarak

değerlendirilmesini sağlayacaktır. Ancak, 2014 yılının sonlarına gelindiği noktada Ulusal Turizm Konseyi ile ilgili hiçbir girişim gerçekleştirilmediği görülmektedir.

SONUÇ

Artık Türkiye’de ve Türkiye gibi turizm ülkelerinde turizm eğitimi sertifika programlarıyla yapılamayacak kadar ciddi bir sektör haline gelmiştir. Türkiye’de her düzeyde diplomalı eğitim veren turizm eğitim kurumları yeterli sayıya ulaşmıştır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 belgesinde belirtildiği gibi; sektörü bütüncül bir bakış açısıyla düzenleyecek bir konseyin kurulmasını ve turizm mesleklerinin diplomalıları tarafından yapılmasını sağlayacak bir yasanın çıkartılması gerekmektedir. Bu çalışma ile önerilen turizm personeli meslek yasası taslağı ve Türkiye turizm konseyi organizasyon şemaları aşağıda yer almaktadır;

TÜRKİYE TURİZM KONSEYİ VE TURİZM PERSONELİ MESLEK KANUNU TASLAĞI

Birinci Bölüm

Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç ve Kapsam

Madde 1 - (1) Bu Kanunun amacı; Türkiye Turizm Konseyi’nin merkez ve taşra teşkilatının kurulmasına ve turizm mesleklerinin icra edilmesine yönelik usul ve esasları düzenlemektir.

(2) Bu Kanun; Türkiye Turizm Konseyi ve turizm personeli mesleklerine kabule, mesleklerin icrasına, Türkiye Turizm Konseyinin Merkez ve Taşra Teşkilatının kurularak turizm personeli meslek birimlerinin kuruluşuna, organlarının niteliklerine ve seçimlerine, organlık niteliğini yitirme hâl ve usullerine, görev ve yetkilerine, çalışma usullerine, üyeleri ile olan karşılıklı hak ve yükümlülüklerine, gelir ve giderleri ile bütçelerine, Kültür ve Turizm Bakanlığının mesleğe ilişkin görev ve yetkilerine, meslek kuruluşlarıyla iş birliğine ve turizm personeli meslek kuruluşlarının Bakanlıkça denetlenmesine ilişkin usul ve esasları kapsar.

Tanımlar

Madde 2 - Bu Kanunun uygulanmasında;

- a) Bakanlık: Kültür ve Turizm Bakanlığını,
- b) Konsey: Türkiye Turizm Konseyini,
- c) Konsey Şubesi: Türkiye Turizm Konseyi Şubesini,
- d) Meslek: Turizm mesleklerini, (Konaklama, Yiyecek-İçecek, Seyahat, Rehberlik, Rekreasyon ve Animasyon, Turizm Eğitimi)

e) Plânlar: Turizm Master Planını,

f) Kanun: Turizm Personeli Meslek Kanununu ifade eder.

İkinci Bölüm

Turizm Meslekleri

Mesleğe Kabul

Madde 3 - Türkiye Cumhuriyeti hudutları dâhilinde turizm sektöründe çalışmak isteyenlerin aşağıda belirtilen diplomalardan birine sahip olmaları şarttır:

a) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak (Personel bulunamadığı haller hariç).

b) Türkiye’de turizm öğrenimi aldığını gösteren (Turizm eğitimi veren lise, turizm ön lisans, turizm lisans ve turizm lisansüstü eğitimi) veya Y.Ö.K tarafından denkliği kabul edilen yabancı ülkelerdeki turizm eğitimi veren okullardan alınan diplomalara sahip olmak.

Mesleğin icrası, turizm konseyi meslek birimine üyelik ve meslek sicilleri

Madde 4 - Kanun, Türkiye’de turizm sektöründeki işletmelerde çalışan tüm personeli ve çalışanları kapsar.

Madde 5 - Tüm turizm çalışanları, yöneticileri ve eğitimcileri (Turizm alanındaki lise öğretmenleri ve akademik personel) çıkarılacak olan yönetmeliklere göre ikamet ettikleri bölgedeki Konsey şube meslek birimlerine kayıt olur.

Madde 6 - Mevcut turizm personeli, yöneticileri ve eğitimcileri mezuniyetlerine bakılmaksızın Konsey şube meslek birimlerine intibak ettirilir. Kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte sektörde çalışacak olanlar: turizm alanındaki lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü diplomaları ile birlikte bağlı bulundukları Konsey şube meslek birimine kaydını yaptırmak suretiyle sektörde çalışacaklardır.

Madde 7 - Turizm İl Müdürleri turizm lisans diplomalarına sahip kişilerden, İlçe Turizm Danışma personeli en az lise düzeyinde turizm diplomasına sahip olan kişilerden atanır.

Madde 8 – Konsey, Bakanlığın il ve ilçelerdeki teşkilatlanması doğrultusunda Konsey Şubeleriyle teşkilatlanır. Konsey Şubeleri Meslek Birimleri Başkanları dört yılda bir yapılacak olan seçimlerle bağlı oldukları meslek birimi içinden belirlenir.

Madde 9 – Konsey Şube Üyeleri: Turizm Personeli Meslek Birimi başkanları (Konaklama Personeli Meslek Birimi Başkanı , Yiyecek-İçecek Bölümü Meslek Birimi Başkanı, Seyahat Acenteleri Personeli Meslek Birimi Başkanı, Turist Rehberleri Meslek Birimi Başkanı (Oda Başkanı veya Temsilcisi), Rekreasyon ve Animasyon İşletmeleri Meslek Birimi Başkanı, Turizm eğitimcileri (üniversitelerdeki öğretim elemanları ve liselerdeki öğretmenler), Meslek Birimi Başkanı ve Konsey Şube Başkanı’ndan; ilçelerde Kaymakam, illerde: İl Kültür ve Turizm Müdürü’nden oluşur. Konsey şubelerinde

başkanın olmadığı durumlarda yerine vekâleten turizm eğitimcileri meslek birimi başkanı başkan yardımcısı sıfatıyla toplantılara başkanlık eder. Kararlar oy çokluğu ile alınır. Kararların alınması sırasında oyların eşit olması halinde başkanın oyu 2 (iki) sayılır.

Madde 10 - Konsey şubeleri meslek birimleri başkanları dört yılda bir toplanarak aralarından her meslek birimi için mesleği temsilen bir konsey üyesi seçer. Türkiye Turizm Konseyi başkanı Kültür ve Turizm Bakanı'dır. Bakan'ın bulunmadığı toplantılarda Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı toplantılara başkanlık eder. Kararlar oy çokluğu ile alınır. Kararlarda oyların eşit olması halinde başkanın oyu 2 (iki) sayılır. Türkiye Turizm Konseyi'nin merkezi Ankara'dır.

Madde 11 - Konsey şubeleri, bölgelerindeki turistik ürünün kaynağı olan tarihi turizm varlıklarının, doğal turizm varlıklarının ve kültürel turizm varlıklarının envanterini ortaya çıkarır, bu turizm varlıklarının korunması ve geliştirilmesiyle ilgili tedbirleri saptar, planları, projeleri hazırlar ve bunları Konsey aracılığıyla Bakanlığın onayına sunar.

Madde 12 - Konsey, Bakanlık tarafından onaylanan Planların uygulanmasını konsey şubeleri vasıtasıyla izler. Tespit ettiği hatalı uygulamaları ilgili mercilere bildirerek gerekli tedbirlerin alınmasını sağlar.

Madde 13 - Konsey, şubeleri vasıtasıyla sektörde atanma ve yükselme koşulları ile ilgili kriterleri saptar. Konsey, saptanan bu kriterlere göre oluşan adaylara A (üst kademe), B (orta kademe), C (alt kademe) yönetici adaylarına ilgili sınavları yapar ve bu sınavlar sonucunda başarılı bulunan personel ve eğitimcilere yönetici belgelerini verir. Ayrıca Konsey şube meslek birimleri, sektörde ilgili belgelere göre yöneticilerin atanıp atanmadığını da düzenli aralıklarla izler.

Madde 14 - Konsey şubeleri bölgelerinde, kullanılamaz halde olan, kültürel değeri ve çevreyle uyumlu olmayan yapıların yıkılması ile ilgili kararların alınmasını sağlar.

Madde 15 – Konsey, konsey şubeleri vasıtasıyla, sit alanlarında mevcut olan arsa ve arazilerdeki kaçak yapılanmaların önüne geçilmesi ve buraların turizme kazandırılması, doğal güzelliği bozmayacak şekilde tesislerin yapılmasının sağlanması, park ve dinlenme tesisleri gibi alanların rekreatif amaçlarla düzenlenmesinin sağlanarak turizme kazandırılması konusunda çalışmalar yapar.

Madde 16 – Konsey, konsey şubeleri vasıtasıyla, orman, sit alanı ve çevrenin korunması ile ilgili tüm kanunların ve yasal düzenlemelerin uygulanmasını izler. Kanunlara ve yasal düzenlemelere aykırı durumlarda ilgili mercilere başvurarak gerekli tedbirlerin alınmasını sağlar. Turizmi etkileyen çeşitli yasal düzenlemeler ve uygulamalar arasındaki çelişkileri tespit eder. Bu çelişkilerin ortadan kaldırılması ile ilgili planlar ve projeler hazırlayarak Konsey vasıtasıyla Bakanlığa sunar.

Madde 17 - Konsey, milli turizm politikalarının geliştirilmesine yardımcı olur. Türkiye'nin çıkarlarına uygun politikalar geliştirerek Bakanlığa sunar.

Madde 18 - Konsey, merkez ve taşra teşkilatı ile birlikte, turizm alanındaki AR-GE çalışmalarını turizm bilim insanlarına yaptırır. Bu çalışmaları aynı ve nakdi olarak destekleyerek Türkiye turizminin ve turizm bilim alanının gelişmesine katkıda bulunur.

Madde 19 - Konsey, dövizin Türkiye’de kalmasını sağlayacak ulusal tur operatörlüğü firmalarının kurulmasına öncülük eder.

Madde 20 - Konsey, turizm işletmelerinin belgelendirilmesi kriterlerini belirleyerek Bakanlığın onayına sunar ve turizm işletmelerinin kendilerine verilen belgelere uygun hareket edip etmediğini izler.

Madde 21 - Bakanlığa personel alım kriterlerinin saptanmasında Konseyin görüşü alınır.

Madde 22 - Konsey, turizm sektörünün finansal, yasal ve diğer sorunlarını belirleyerek çözümler geliştirir. Bu konuda, sektör ve Bakanlık başta olmak üzere, ilgili Bakanlık ve kuruluşlar arasında koordinasyon görevi yapar.

Madde 23 - Konsey, turizm sektöründe çalışan personelin şikâyetlerini inceleyerek, gerekli tedbirleri almak suretiyle sektörde çeşitli kollarda faaliyet gösteren işletmelerin uyum içerisinde çalışmasını sağlar.

Madde 24 - Konsey, konsey şubeleri vasıtasıyla turizm sektöründeki işletmelerde çalışan personelle ilgili gelen şikâyetleri değerlendirerek meslek birimi disiplin kuruluna sevk eder ve haklarında gerekli işlemlerin uygulanmasını sağlar.

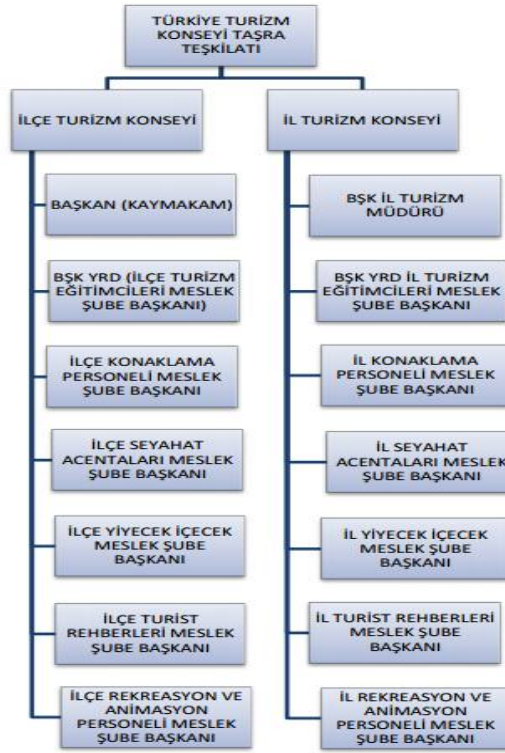
Madde 25 - Konsey ve taşra teşkilatı her ay toplantı yapar. Gerektiği hallerde olağanüstü toplanır.

Madde 26 - Konsey Merkez ve taşra teşkilatının bütçeleri Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sağlanır.

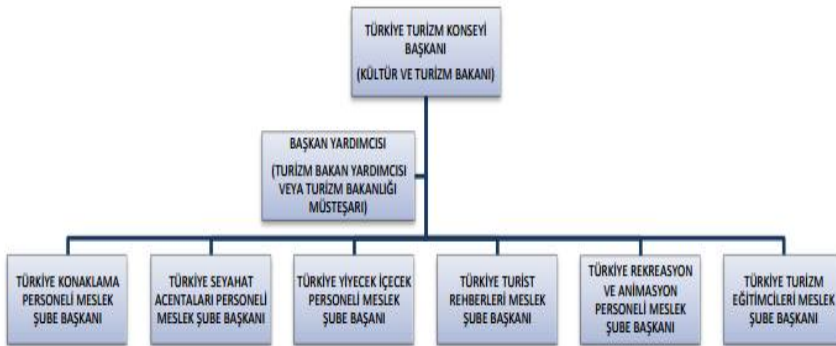
Madde 27 – Konsey, merkez ve taşra teşkilatı, kendi görev alanlarındaki sorunları çözerek karara bağlamak suretiyle standartlar oluşturur. Sektörün bu standartlara uygun olarak hareket edip etmediğini denetler.

Madde 28 – Türkiye Turizm Konseyi, Türkiye’nin tanıtım stratejisinde kullanacağı uydu aracılığıyla uluslararası yayın yapan bir turizm televizyon kanalına sahiptir.

Şekil 1. Türkiye Turizm Konseyi Taşra Teşkilatı İşleyiş Şeması



Şekil 2. Türkiye Turizm Konseyi Şeması



KAYNAKÇA

- Avcıkurt, C. ve Köroğlu, A. (2002). Turizmin Etkilerinin Algılanmasında Turizm Eğitiminin Rolü: Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Journal of Travel and Tourism Research*, No:2, January, 2002, ss. 1-10.
- Avcıkurt, C. ve Karaman, S. (2002). *Lisans Eğitimi Veren Turizm Okullarının Ders Programlarının Karşılaştırması*, Turizm Eğitimi Konferansı Bildirileri, 11-13 Aralık. Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ayikoru, M., Tribe, J. and Airey, D., (2009). Reading Tourism Education Neoliberalism Unveiled: *Annals of Tourism Research*, (36,2),191–221.
- Dieke, P.U.C. (1988). *The Development of Tourism in Kenya and Gambia: A Comparative Analysis*. Unpublished PhD Thesis, Strathclyde University, The Scottish Hotel School, Glasgow, U.K.
- Eivazi, G. M. R. (2011). “*Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Eğitimi Veren Kurumları Değerlendirmeleri İran- Türkiye Karşılaştırması*” Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Erbaş, A., Cankül, D. ve Temizkan, R. “Turizm Personeli Meslek Yasası Girişimi: Tiyader Örneği” , 14. *Ulusal Turizm Kongresi* 05-08 Aralık 2013 Kayseri, Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, Bildiri Kitabı, ss.1150-1162.
- Eser, Z. (2002). *Turizm Eğitimine Üç Açılı Yaklaşım: Profesyonel Eğitim, Mesleki Beceri Eğitimi ve Girişimcilik Eğitimi*, Ankara: II. Turizm Şurası Bildirileri, Cilt 1, 2002
- Hacıoğlu, N. (1985). Turizm Eğitimi Yeterli mi? *Milliyet Gazetesi*, 06.06.1985 s.8.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N., (2008). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*. Ankara:Detay Yayıncılık.
- <http://www.turizmdebusabah.com/haberler/turofed-baskani-osman-ayik-bryasal-mevzuatlara-ihitiyacimiz-var-67909.html> (Erişim 13 Ağustos 2014).
- Kuşlivan, S., (2003). Employee Attitudes and Behaviours and Their Roles for Tourism and Hospitality Business. In S. Kuşlivan (Ed.) *Managing Employee Attitudes and Behaviours in the Tourism and Hospitality* (25-50) New York: Nova Science Publishers.
- Kuşlivan, S. ve Kuşlivan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working In The Tourism Industry in Turkey, *Tourism Management*(21), 251-269.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2023*. [URL:<http://www.ktbtyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>] (Erişim 13 Ağustos 2014).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013). *Kültür ve Turizm Uzman Yardımcılığı Yarışma Sınav Duyurusu* [URL:<http://pdb.kulturturizm.gov.tr/TR,76328/kultur-ve-turizm-uzman-yardimciligi-yarisma-sinav-duyur-.html>] (Erişim 13 Ağustos 2014).
- Mayoka, M, and Akama, J, S. (2007). Systems Approach to Tourism Training and Education: The Kenyan Case Study: *Tourism Management*, 28, 298–306.
- Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK1) (2013). *Mesleki Yeterlilik Kurumum Kanunu*, [URL:<http://www.myk.gov.tr/index.php/tr/mesleki-yeterllk-kurumu-kanunu>] (Erişim 15 Eylül 2013).

- Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK2) (2013), *Avrupa Yeterlilik Çerçevesi Referans Seviyeleri*, [URL: <http://www.myk.gov.tr/index.php/tr/ulusal-meslekstandartlar-ana/218-avrupa-yeterlilik-cercevesi-ayc-referans-seviyeler>] (Erişim 15 Eylül 2013).
- Mısırlı, İ. (2002). “Turizm Sektöründe Meslek Standartları ve Mesleki Belgelendirme Sistemi (Sertifikasyon)” *Anatolia Turizm Araştırma Dergisi*, Cilt:13,Sayı:1, 39-55.
- Okumuş, F. and Yağcı, Ö., (2005). Tourism Higher Education in Turkey. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, Volume: 5, (1-27).
- Olsen, M, and Khan, M. (1989). Mission and Philosophy: Graduate Programs, *Educators* 1989 pp. 16-26
- Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) (2013). 2013 ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu, *Ek yerleştirme kılavuzu* [URL: <http://www.osym.gov.tr/belge/1-13889/kilavuzlar.html>] (Erişim 13 Ağustos 2014).
- Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) (2014). 2014 ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu [URL: <http://www.osym.gov.tr/belge/1-20522/kilavuzlar.html>] (Erişim 13 Ağustos 2014).
- Pavesic, D.V. and Breymmer, R.A., (1990). Job satisfaction; What is Happening to the Young Managers, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 31(1):90-96.
- Temizkan, R., Temizkan S.P. (2008). Türkiye’de Turizm Öğretmeni Yetiştirilmesinde Yaşanan Sorunlara Çözüm Getirebilecek Bir Model Önerisi, *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi* 17-19 Nisan 2008. 420-423.
- Temizkan, R. Erbaş, A., ve Cankül, D. “Turizm Personeli Meslek Yasası Mümkün mü?” , *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* 03-06 Nisan 2014, Fantasia De Luxe Hotel, Kuşadası, Aydın.
- Tosun, C. (1999). An Analysis of Contributions of International Inbound Tourism to the Turkish Economy. *Tourism Economics*, 5 (3): 217-250.
- Turizm Bakanlığı ve ILO (1994). *Turizm Sektöründe İşgücü Araştırması* (Manpower Survey of the Tourism Industry). Ankara. Ministry of Tourism.
- Türk Dil Kurumu (2013). [URL: <http://www.tdk.gov.tr>] (Erişim 25 Mayıs 2013).
- Ünlüönen, K. (2000). ‘Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri Ve Algılamaları Açısından Değerlendirilmesi, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 3
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2009). *Türkiye’deki Örgün Turizm Eğitime İlişkin Rakamsal Gelişmelerin Değerlendirilmesi*. 10. Ulusal Turizm Kongresi 31-24 Ekim 2009 Mersin.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2005). Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarındaki Değişimin Karşılaştırılması (2000-2001 ve 2003-2004 Öğretim Yılları). *Milli Eğitim Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*. Yıl:33, Sayı:166. s.159.
- Yeşiltaş, M., Öztürk, Y. and Hemmington N., (2010). Tourism Education in Turkey and Implications for Human Resources. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* Volume 21, Number 1, pp. 55-71
- Zagonari, F. (2009). Balancing tourism education and training: *International Journal of Hospitality Management*, 28, 2–9.

OTEL YÖNETİCİLERİ TARAFINDAN LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ ALMIŞ İŞGÖRENLERİN YETERLİLİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Gülay ÖZDEMİR YILMAZ

*Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi
gulay@balikesir.edu.tr*

Zeynep TOPCU

*Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
zeynep.topcu@hotmail.com.tr*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerin sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilen özelliklere sahip olup olmadığını ortaya koyabilmektir. Bunu belirleyebilmek için otel yöneticilerinin görüşlerine başvurulmuştur. Lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerin yeterlilikleri belirlenirken bir bakıma yıllardır konuşulan eğitim sorunlarının sektör yöneticileri tarafından nasıl değerlendirildiği de belirlenecektir. Bunu belirleyebilmek için İzmir’deki otel işletmelerinde görev yapan yöneticilerden (n= 341) işgörenlerin niteliklerini açıklayan yapılandırılmış bir anket formu doldurmaları istenmiştir. Anket uygulaması ile elde edilen verilerin analizi sonucunda yöneticiler, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerin niteliklerini genel olarak yeterli bulmaktadırlar. Ayrıca yapılan faktör analizi ile, işgörenlerin niteliklerine yönelik ifadeleri açıklayan beş boyut etrafında toplanmış 27 öğeden oluşan bir yapı belirlenmiştir. Elde edilen beş boyut, “İletişim Becerisi”, “Mesleki Bilgi”, “Yönetimsel Başarı”, “ Vizyon ve Çözümleyici Düşünce”, “İş Başarısı” olarak adlandırılmıştır. Yöneticiler, bu boyutlardan “vizyon ve çözümleyici (analitik) düşünce” boyutunu diğer boyutlara göre daha az başarılı bulmaktadırlar. Diğer taraftan, yöneticilerin işgören niteliği konusundaki görüşleri bazı demografik özelliklerine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir.

Anahtar Kelimeler:*Turizm Eğitimi, Yönetici, İşgören Yeterliliği*

GİRİŞ

Turizm, dünyanın en geniş sektörü olarak görülmektedir (Inui, Wheeler ve Lankford, 2006). İnsan ilişkilerinin ön plana çıktığı turizm sektörü, hizmet kalitesi üzerine kuruludur. Hizmet sektöründe sunulan ürünler, çoğu zaman insan unsuru ile bütünleşmekte, tüketici satın aldığı hizmeti, bu hizmeti sağlayan kişilerle yani işgörenlerle bütünleştirmektedir (Tüylüoğlu, 2003, s. 10).

Ne yazık ki Türkiye’de hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm sektörünün en önemli eksikliklerinden birisi müşteri ilişkilerinde yetersiz ve davranış yönünden bilinçlendirilmemiş iş görenlerin varlığıdır (Öztürk ve Seyhan, 2005, s. 122). Oysa ki; hizmet kalitesinin sağlanmasında ve geliştirilmesinde insan kaynağına yatırım yapılmadığı sürece fiziksel ve teknolojik donanım ve ekonomik gelişmeler tek başına önem ifade etmeyecektir. İnsan kaynağına yatırımın özünü ise, eğitim oluşturmaktadır (Baltacı, Üngüren, Avşallı ve Demirel, 2012, s. 17). Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çalışacak olan personelin niceliği kadar niteliği de önem arz etmektedir. Kalifiye işgörenin anahtarı ise konusuyla ilgili mesleki ve teknik eğitimidir (Davraş ve Burgan, 2012, s.

228).Turizm eğitiminin amacı; turistlere doğrudan hizmet veren personele mesleki bilgi ve davranış biçimini kazandırmak, personel yetki, beceri ve sorumlulukları arasında denge kurmayı sağlamaktır (Olca, 2008, s. 384). Yani başka bir ifadeyle, eğitim yoluyla teorik ve pratik ilişki kurarak sektörde yer alacak kişilerin bilgi ve becerilerini artırmak böylelikle sektöre kalifiye personel sağlamaktır. Hem toplumsal hem de bireysel amaçlara sahip olan turizm eğitimi, sektör için iyi eğitilmiş, nitelikli, motivasyonu yüksek personelin yetiştirilmesi açısından oldukça önemlidir (Ural ve Pelit, 2002, ss. 75-85). Modern ekonomik yapıda hizmetler sektörü içinde bulunan turizm sektörü, bir sektörler dizini halindedir. Farklı alanlarda üretim gerçekleştiğinden sektörel yapı oldukça yaygın bir yapıdadır. Turizm sektörü bu özelliği nedeniyle turizm eğitim ve öğretiminde farklı kesimlerin personel ihtiyacını karşılamak amacıyla çok yönlü bir eğitim ve öğretim modeli uygulamasına ihtiyaç duymaktadır (Erdem, 1995, s. 12). Turizm eğitimi; toplumun isteklerine ve ihtiyaçlarına cevap verebilmesi için bireye çeşitli bilgi, beceri kazandırılması olarak açıklanabilir (Erdem, 1995, s. 12). Çakır vd.,(2011); benzer şekilde, bilgi, beceri, insana saygı ve sevgi, hoşgörü ve meslek yeterliliği kazandıran bir olgu olarak ifade etmişlerdir (Türkeri, 2014, ss. 1-14). Görüldüğü gibi çeşitli yazarlar, turizm eğitiminin amaçları konusuna farklı açılardan yaklaşmış olsalar da, sonuçta turizm eğitiminin amaçlarının çok yönlü olduğu görülmektedir (Dağdeviren, 2007, s. 17). Aslında turizm eğitiminin amaçları için, uzman yetiştirmekten çok, hümanist yetiştirmek, bilgin insan yetiştirmekten çok kültür insanı yetiştirmektir demek daha doğrudur. Bu nedenle, turizm eğitiminde her şeyden önce mesleğin insancıl anlayışı üzerinde durulmalıdır (Hacıoğlu, Şahin, Tetik ve Kaşlı, 2008, s. 15-16). Sektörün her alanında yer alan işgörenlerin, kişisel tecrübenin yanı sıra giyim, kuşam, hitap, yaklaşım ve davranış şekilleri büyük önem taşımaktadır ve bu da kişilerin eğitilmesi ile doğru orantılıdır(Bilim, Erden ve Gümüş, 2014, s. 13). Turizmden beklenen yararların sağlanabilmesi için tanıtım ve yatırımın yanında eğitilmiş insan gücünün olması ve var olan iş gücünün eğitim seviyesinin yüksek olması gerekmektedir. İş gücünün etkinliği, verimliliği ve mesleki başarısı, almış olduğu eğitimin bir sonucudur. Türkiye’de mesleki turizm eğitiminin uygulanması yaygın ve örgün sistem olarak iki şekilde yürütülmektedir. Örgün mesleki turizm eğitimi orta öğretim ve yükseköğretim düzeyinde iki aşamalı olarak gerçekleşmektedir(Hacıoğlu, Şahin, Tetik ve Kaşlı, 2008, s. 12). Yükseköğretim düzeyinde örgün turizm eğitimi ise; önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde verilmektedir. Her düzeyde verilen turizm eğitiminin kazandırmış olduğu nitelikler çerçevesinde var olan başarı düzeyinin ortaya konulması ve turizm eğitiminin yetersiz kaldığı niteliklerin belirlenmesi önem arz etmektedir(Çimen ve Akbaba, 2006, s. 231). Türkiye’de turizm eğitime ilişkin sorunlar akademisyenler tarafından yıllardır tartışılmakta ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri getirilmektedir. Turizm eğitiminin çıktılarının sektör tarafından değerlendirilmesi de önem arz etmektedir. Bu araştırma lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerin, sektör yöneticileri açısından değerlendirilmesini temel alarak, turizm eğitiminin sektörel beklentileri karşılama düzeyini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, lisans düzeyinde turizm eğitiminin sektörün ihtiyaçlarını ne derece

karşıladığı, geliştirmesi gereken hususların belirlenebilmesi için önemli bir kaynak olabilecektir.

TÜRKİYE’DE LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİNİN DURUMU

Turizm eğitiminin önemi yıllardır tüm dünyada kabul edilmiştir. Dewey’e göre, turizm eğitimi ve öğretimi arasında bir ayrım yapılmalıdır. Eğitim ve öğretim arasındaki ayrım, eğitimin genellikle işverenler tarafından, öğretimin ise ağırlıklı olarak üniversite gibi kuruluşlar tarafından sağlanmasıdır. Örgün eğitim yetenekli ve yetkin insan kaynaklarının sağlanmasında önemli bir rol oynar. Turizm açısından öne çıkan ülkeler, turizm ve otelcilik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yükseköğretim otelcilik eğitim sistemlerini geliştirmiştir (Evangelos, 1999). Bireysel ve toplumsal yönü daha ağır basan turizm eğitiminin amaçlarının başarıya ulaşmasının yolu, amaçların eğitim basamağına uygun olarak seçilmesinden, amaçların değişen koşullara uygun olarak belirlenmesinden ve bu amaçlar konusunda insanların kararlı olmasından geçmektedir (Dağdeviren, 2007, s.17).

Lisans düzeyinde turizm eğitimi, turizm sektörünün eğitimci ve üst düzey yönetici ihtiyacını karşılamak için bilgili, yabancı dil bilen, yetkin bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir (Akoğlan Kozak, 2009, s. 2). Pehlivan’a göre, lisans düzeyindeki turizm eğitimi ile modern turizmin sosyal, ekonomik ve teknik özellikteki karmaşık sorunlarını çözebilecek, teorik ve pratik bilgilerle donatılmış, turizm sektöründe istihdam edilmek üzere yetenekli, yabancı dil bilen ve yüksek düzeyde bilgi, beceri, sevk ve idare yeteneği olan değişik faktörlerin etkinliğini değerlendirerek soyutlama, sentez, karar verme gücüne sahip elemanların yetiştirilmesi amaçlanmaktadır(Erdinç ve Yılmaz, 2012,s. 20). Orta ve üst kademe yönetici yetiştirmeyi amaç edinen bu okullarda öğrenimini tamamlayan yönetici adaylarından, işletme içi işlerin gerektirdiği teknik ve özel bilgilere sahip olması beklenir (Ural ve Pelit, 2002). Churchword ve Riley (2002), turizm eğitimi almış sektördeki profesyonellerin çoğunluğunun da akademik turizm eğitimi almış işgörenler istediklerini ifade etmişlerdir (Yuka vd, 2006, ss. 25-35).

Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okulların sayısı her geçen gün artmaktadır. Bunu sektördeki gelişmeler tetiklemektedir. Çeşitli program adlarıyla lisans düzeyinde turizm eğitimi veren üniversite sayısı 2002 yılında 21 iken, 2005 yılında 25, 2006 yılında 30, 2013 yılında 45’tir. 2014-2015 yılı itibarıyla bu sayı 46 devlet 25 vakıf üniversitesi olmak üzere artmıştır (Yükseköğretim Kurulu, 2014).

Yüksek Öğretim Kurulu fakülte ve yüksekokul olarak var olan bu okulları formasyon veren okullar olarak görürken, sektör bu programlardan beceri sahibi iş gücü beklemekte, dört yıllık öğretim gören öğrenciler ise eğitim amaçları bakımından iyi bilgilendirilemediklerinden mezun olur olmaz yönetim kademesinde iş bulma ümidi taşımaktadırlar. Bu üçlü çelişki, bu okulları önemli darboğazlara sürüklemektedir(Timur,1994 s. 51). Ayrıca turizm eğitiminin genel eğitim sorunları ile doğrudan ilişkili genel sorunları varken, turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının ders programları, eğitim araç ve gereçleri, yabancı dil, öğretim elemanı, öğrenci

kontenjanı, yüksekokulların kuruluş yeri gibi özel nitelikli sorunları da mevcuttur (Timur, 1992,s. 47-53). Türkeri (2014) yılında yapmış olduğu çalışmada, 1992, 2002 ve 2012 yıllarında gerçekleştiren “Turizm Eğitimi Workshop–Konferans”ında lisans düzeyinde turizm eğitimi ile ilgili farklı araştırmacılar tarafından ele alınan bu sorunları özetlemiştir. Özetlemiş olduğu sorunlardan bazıları aşağıdaki gibidir;

- Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların eğitim programları yetersiz ve ders konuları çoğunlukla ekonomik ve politik disiplinler çerçevesindedir.
- Mesleki uygulamanın yanı sıra yükseköğretim düzeyindeki okullarda lisan laboratuvarı ve zorunlu hazırlık programı olmadığından yabancı dil bilgisi sektörün gerektirdiği düzeye ulaşamamıştır.
- Kontenjanların fazla olması uygulamalı derslerin etkin yürütülmesini engellemektedir.
- Yıl itibariyle yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların fiziksel ortam (tesis, laboratuvar ve ders araç gereçleri) problemi bulunmaktadır.
- Yükseköğretim kurumlarında turizm eğitimi veren kariyer sahibi öğretim elemanı açığı bulunmakta ve ders programlarında uygulama dersleri yetersiz kalmaktadır.
- Sınıf mevcutları çoğunlukla 30 öğrencinin üzerindedir. Bu durum öğrencilerin uygulama yapabilmesinde sorun çıkarırken eğitim kalitesini de düşürmektedir.
- Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okullarda ki öğrenciler mesleki dersler için gerekli araç gereç yetersizliğinden dolayı uygulama imkânı bulamamaktadırlar. Bu durum uygulamadan yoksun kalan öğrencilerin sektörde yeterli başarıyı gösterememelerine neden olmaktadır.
- Ayrıca lisans düzeyinde eğitim gören öğrencilerinin okula devamlarında sıkıntı olması, nitelikli öğrenci yetiştirilmesini engellemektedir.

Bu sorunların yanı sıra; turizm sektörü ile turizm eğitimi veren kuruluşlar arasında hukuki çerçevede etkin bir işbirliği ve organik bağ kurulamamış olması, uygulanan ders programlarının çoğunlukla kuramsal olup, uygulamalı derslere programlarda fazla yer verilmemesi, sektör geliştikçe nitelikli personelin daha yüksek ücretlerle yeni işletmelere kayması sonucu işgücü stabilitesinin bozulması söylenebilir (Tüylüoğlu, 2003).

Türkiye’de akademik düzeyde turizm eğitiminin güçlü ve zayıf yanlarının, temel sorunlarının ve bunlarla ilgili çözüm yollarının tespit edilmeye çalışıldığı ilki 23-28 Nisan 2008 tarihlerinde Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından düzenlenen farklı üniversitelerden akademisyenler ve sektör profesyonellerinin katılımı ile gerçekleştirilen ve bu yıl 6.sı tamamlanan Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı eğitim adına önemli bir etkinliktir. Turizm eğitimi ile ilgili konular ilgili çeşitli kesimler tarafından ele alınmaktadır.

Yıllardır konuşulan ve üzerinde hemfikir olunan sorunlar ve çözüm önerileri günümüzde halen yaşanırken akademik düzeyde turizm eğitimi veren okulların sayısı da her geçen gün artmaktadır. Nicelik artışının nitelik artışına da yansımaları gerekmektedir. Nihayetinde turizm eğitimi ile ilgili yaşanan sorunlar sektöre de yansımaktadır. Ancak bu noktada belirtilmesi gereken konu ise, her ne kadar eğitim ile ilgili sorunlar yaşansa ve bu durum eğitimin kalitesine yansısı da mesleki eğitim alan işgörenlerin daha verimli çalıştıklarını, maliyetleri düşürdüklerini ve hizmet kalitesini yükselttikleri yapılan birçok araştırmada ortaya konulmuştur (Çimen ve Akbaba, 2006, s. 232). Bu nedenle, çözüm yolu belli olan ve kemikleşerek beraberinde yeni sorunlarında doğmasına yol açan giderilebilmesi için bütün kişiler ve kurumlar el birliği içerisinde, sorumluluk almaktan kaçmadan, üzerlerine düşenin en iyisini yapmakla mükelleftir (Olçay, 2008, s. 388).

Çalışma, sektör yöneticilerinin lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenleri turizm eğitiminin kazandırdığı beceriler çerçevesinde nasıl değerlendirdikleri ile ilgili yapmış olduğumuz araştırma ile devam edecektir.

METODOLOJİ

Araştırmanın temel amacı, düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerin, sektör yöneticileri tarafından nasıl değerlendirildiklerini ortaya koyabilmektir. Böylelikle lisans düzeyinde turizm eğitiminin kişilere kazandırdığı, bu eğitimi almış kişilerin sektörün ihtiyaçlarını ne derece karşıladığı, yıllardır akademisyenler tarafından ele alınan sorunların sektör yöneticileri tarafından nasıl değerlendirildiği ortaya konacaktır.

Araştırma, Türkiye'nin turizm açısından en önemli illerinden biri olan İzmir'de faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışmakta olan yöneticilerden veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Otel işletmelerinin seçilmesinin nedeni otel çalışanlarının tüm sektör çalışanlarının %70'ini temsil etmesidir (Gökdeniz, 1999, ss. 689-691). Üç, dört ve beş yıldızlı otellerin tercih edilmesinin nedeni ise; turizm eğitimi almış personel istihdamının en yüksek düzeyde olmasıdır (Çimen ve Akbaba, 2006, s. 232). Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Hazırlanan ölçme aracı ile daha geniş kitleye ulaşılması, bireylerin düşünsel özelliklerine ilişkin bilgilerin sağlanabilmesi nedeniyle anket yöntemi tercih edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2011, s. 93). Anket soruları oluşturulurken Çimen ve Akbaba'nın 2006 yılında geliştirmiş oldukları ölçekten yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerin niteliklerine ilişkin kapalı uçlu 36 ifade bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde yer alan her bir ifadelerin yanında 5'li bir ölçek (1=çok yetersiz, 2=yetersiz, 3=kısmen yeterli/yetersiz, 4=yeterli, 5=çok yeterli) sunulmuş ve yöneticiler ifadelerle ilgili değerlendirmelerini bu ölçek üzerinde işaretleme yaparak belirtmişlerdir.

Anket uygulaması 2014 yılının Mayıs –Haziran aylarında gerçekleşmiştir. Çalışmanın yürütüldüğü dönemde İzmir'de faaliyet gösteren 38 adet 3 yıldızlı, 29 adet 4 yıldızlı, 15

adet ise 5 yıldızlı otel olduğu tespit edilmiştir(Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği, 2014). Bu otellerde görev alan toplam 344 yöneticiye anket uygulanmıştır. 3 anket veri eksikliği nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Değerlendirmeye uygun görülen 341 anket formuna göre analizler yapılmıştır.

Araştırmada öncelikli olarak ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) 0,741 bulunmuştur. Alfa katsayısı $0,60 \leq \alpha < 0,80$ aralığında bulunduğu için ölçeklerin güvenilir olduğu söylenebilir.

BULGULAR

Bu bölümde öncelikle otel yöneticilerine uygulanan anketin birinci bölümünde yer alan otel yöneticilerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular değerlendirilecektir. Araştırmaya katılan 341 yöneticinin %51,6'sı (n=176) bayan, % 48,4'ü (n=165) baydır. Yöneticilerin yaşlarına göre dağılımına baktığımızda % 36,1'i (n=123) 31-35 yaş, %34,9'u (n= 119) 36-40 yaş, %20,2'si (n=69) 30 ve altı, %8,8'i (n= 30) 41 ve üstü yaş grubu aralığındadır. %78,3'ü (n=267) turizm eğitimi almış, %21,7'si (n=74) ise almamıştır. Turizm eğitimi alanlardan % 39,3'ü (n= 134) lisans düzeyinde turizm eğitimi almıştır. % 73,9'u (n=252) orta kademe yönetici, %23,2'si (n= 79) alt kademe yönetici ve %2,9'u (n=10) üst kademe yönetici pozisyonundadır ve %62,8'i (n=214) 0-5 yıl, %34,6'sı (n=118) 6-10 yıl,%1,8'i (n=6) 11-15 yıl ,%0,9'u 16-20 yıldır bu pozisyonda görev almaktadır. Yöneticilerin %24,3'ü (n=83) önbüro, %23,5'i (n=80), yiyecek-içecek, %19,4'ü (n=66) satış pazarlama, %18,5'i (n=63) kat hizmetleri, %14,4'ü insan kaynakları, muhasebe ve diğer bölümlerde görev yapmaktadır. Üst düzey yöneticilerin sayısı az olduğundan bu gruba eklenmiştir.

Tablo1'de işgören nitelikleri ile ilgili ifadelerin aritmetik ortalaması, Cronbach Alpha değeri ve anlamlı gruplar altında toplanması amacıyla yapılan faktör analizi sonuçları verilmektedir. Faktör analizi, aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya toplayarak ölçmeyi az sayıda faktör ile açıklamayı amaçlayan bir istatistiksel tekniktir. Faktör yük değerinin 0,45 ya da daha yüksek olması seçim için iyi bir ölçüdür (Büyüköztürk, 2003, 118). Bu sonuçlara göre Çimen ve Akbaba'nın (2006)yılında geliştirmiş olduğu ölçekte yer alan bazı ifadeler faktör yük değerlerinin çok düşük olması ve bazı nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır.

Tablo 1. Faktör Analizi Sonuçları ve Aritmetik Ortalama Sonuçları

	Cronbach Alpha	Art.Ort.	s.s.	Fak. Yük.	Varyans (%)	Fakt. Ort.
İletişim Becerisi					10,514	4,47
Müşterilerle iyi iletişim kurma	0,735	4,55	0,53	0,708		
Diğer çalışanlarla iyi iletişim kurma	0,736	4,40	0,51	0,564		
Çalışanlar arası sosyal ilişkileri artırma	0,734	4,45	0,52	0,519		
Etkili ve güzel konuşma	0,735	4,47	0,52	0,639		
Amirleri ile iyi iletişim kurma	0,736	4,48	0,54	0,478		

Mesleki Bilgi					8,378	4,45
Eğitim programları geliştirme ve uygulama	0,737	4,38	0,61	0,514		
Meslekteki güncel gelişmeleri takip etme	0,732	4,39	0,66	0,432		
Bilgisayar programları kullanabilme	0,736	4,56	0,53	0,578		
Mesleki bilgi sahibi olma	0,737	4,58	0,51	0,570		
Yabancı dil bilgisine sahip olma	0,735	4,55	0,57	0,614		
Meslekle ilgili yasa ve mevzuatı bilme	0,733	4,31	0,68	0,548		
Genel temizlik ve sağlık bilgisine sahip olma	0,745	4,41	0,61	0,453		
Yönetmel Başarı					8,011	4,43
İşletme problemlerini belirleme ve tanımlama	0,734	4,41	0,54	0,619		
Müşteri problemlerini belirleme ve tanımlama	0,735	4,43	0,54	0,505		
Diğer çalışanların işini yönlendirme ve yardımcı olma	0,739	4,47	0,56	0,504		
Müşteri tatminini izleme ve yönetme	0,740	4,45	0,54	0,412		
İşlevsel faaliyetleri yönetme becerisi ve tekniğine sahip olma	0,738	4,39	0,57	0,441		
Vizyon ve Çözümleyici Düşünce					7,081	4,25
Model oluşturma ve yaratıcı düşünme	0,731	4,29	0,75	0,587		
Gelecekteki eğilimleri tahmin edebilme (yönetmel, talep eğilimi)	0,735	4,03	0,80	0,658		
Çalışmak için yenilikçi yollar geliştirme	0,732	4,25	0,68	0,651		
Değişen şartlara uyum sağlama	0,728	4,32	0,58	0,596		
Olaylara geniş açıdan (çok yönlü) bakma	0,727	4,31	0,57	0,578		
Akılcı satış teknikleri geliştirme	0,727	4,24	0,73	0,616		
Sayısal konularda hesap yapabilme	0,727	4,32	0,70	0,495		
İş Başarısı					6,169	4,48
İşinde etkin ve verimli çalışma gösterme	0,738	4,52	0,58	0,654		
Çalışma standardı ve kalite için kişisel ölçüt oluşturma	0,734	4,48	0,55	0,604		
İstikrarlı hizmet kalitesi sağlama	0,736	4,44	0,55	0,575		

Açıklanan Toplam Varyans:% 40,152 Kaiser-Meyer.Olkin örneklem yeterliliği: 0,708

Genel Ortalama:4,40 Ölçeğin tamamı için Alpha:0,773 p=0,000

Cevap Seçenekleri:1:Çok Yetersiz 2: Yetersiz 3:Kısmen Yeterli/Yetersiz 4:Yeterli 5:Çok Yeterli

Tablo 1’de de görüldüğü gibi yapılan faktör analizi sonucunda 27 ifade 5 faktör altında toplanmıştır ve bazı faktörler yeniden adlandırılmıştır. Bu faktörler “İletişim Becerisi”, “Mesleki Bilgi”, “Yönetmel Başarı”, “ Vizyon ve Çözümleyici Düşünce”, “İş Başarısı” dır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı olarak bulunan alfa değeri 0,773’tür. 36 ifade ile yapılan güvenilirlik analizi sonucunda alfa değeri 0,741 bulunmuştur. Yani ifadeler çıkarıldıktan sonra güvenilirlik katsayısı yükselmiştir. Faktör yük değerlerine bakıldığında “İletişim Becerisi” faktörünün rotasyon sonrası faktör yük değerleri 0,708 ile 0,478 arasında değişmektedir. Faktöre ait toplam varyans %10,514’tür. Faktör ortalaması 4,47’dir. Yöneticiler, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış çalışanlarının iletişim becerilerini yeterli görmektedirler ($x_{ort} = 4,47$). Bu faktör altındaki “Diğer çalışanlarla iyi iletişim kurma becerileri” ifadesi diğer ifadelere göre nispeten daha düşüktür. İkinci faktör olan “Mesleki Bilgi” faktörünün rotasyon sonrası faktör yük değerleri 0,614 ile 0,432 arasında değişmektedir. Faktöre ait toplam varyans %8,378’dir. Faktör ortalaması 4,45’tir. Yöneticiler, çalışanların Mesleki bilgi düzeyini yeterli görmektedirler ($x_{ort} = 4,45$). Bu faktör altındaki “meslekle ilgili yasa ve mevzuatı bilme” ifadesi diğer ifadelere göre nispeten daha düşüktür. Üçüncü faktör “Yönetmel Başarı”dır. Faktörünün rotasyon sonrası faktör yük değerleri 0,412 ile 0,619 arasında değişmektedir. Faktöre ait toplam varyans %

8,011'tür. Faktör ortalaması 4,43 olarak hesaplanmıştır. Yöneticiler, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış çalışanlarının yönetsel becerilerini yeterli olarak görmektedirler. Faktör altında toplanan "işlevsel faaliyetleri yönetme becerisi ve tekniğine sahip olma" ifadesi diğer ifadelerle göre nispeten daha düşük yeterlilik göstermektedir. "Vizyon ve Çözümleyici Düşünce" olarak adlandırılan faktöre baktığımızda rotasyon sonrası faktör yük değerleri 0,412 ile 0,658 arasında değişmektedir. Faktöre ait toplam varyans % 7,081'dir. Yöneticiler, çalışanların Vizyon ve Çözümleyici Düşünce sahibi olma becerilerini yeterli olarak görmektedirler ($x_{ort}= 4,25$). "Gelecekteki eğilimleri tahmin edebilme" ifadesi diğer ifadelerle göre nispeten daha düşüktür. Son olarak "İş Başarısı" faktörünün rotasyon sonrası faktör yük değerleri 0,575 ile 0,654 arasında değişmektedir. Faktöre ait toplam varyans % 7,081'dir. Yöneticiler, çalışanların iş ile ilgili çabalarını yeterli görmektedirler ($x_{ort}= 4,48$).

Genel olarak yöneticiler, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış çalışanlarını yeterli görmektedirler. Her faktörün ortalaması yüksektir. Ancak, vizyon ve çözümleyici (analitik) düşünce sahibi olma ile ilgili değerlendirmeler yeterli bulunmakla beraber diğer boyutlara oranla daha düşük ortalamayı göstermektedir. Bunu yönetsel başarı ve mesleki bilgi takip etmektedir.

Yöneticilerin, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerin cinsiyet, yaş, bulundukları yönetim kademeleri, bulundukları pozisyonda görev süresi gibi özelliklerine göre değerlendirmelerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan t-testi ve Anova testi sonuçları şöyledir.

Tablo 2. İşgören Özelliklerinin Değerlendirilmesinde Yöneticilerin Cinsiyetlerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	Sig.(p)
Bay	165	4,401	0,21	0,503	0,61
Bayan	176	4,413	0,20		

Yöneticilerin cinsiyetlerine göre lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerini değerlendirmelerine ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p=0,61$).

Tablo 3. İşgören Özelliklerinin Değerlendirilmesinde Yöneticilerin Yaşlarına Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Anova Testi Sonuçları

Yaş	N	Ort.	s.s.	F	Sig.(p)
30 ve altı	69	4,37	0,19	0,65	0,58
31-35 yaş	123	4,40	0,21		
36-40 yaş	119	4,42	0,19		
41 ve üstü	30	4,40	0,23		

Yöneticilerin yaş gruplarına göre lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenleri değerlendirmelerine ilişkin Anova testi sonuçları incelendiğinde $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p=0,58$).

Tablo 4. İşgören Özelliklerinin Değerlendirilmesinde Yöneticilerin Bulundukları Yönetim Kademelerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Anova Testi Sonuçları

Birim	N	Ort.	s.s.	F	Sig.(p)
Üst Kademe Yönetici	10	4,40	0,19	3,63	0,02
Orta Kademe Yönetici	252	4,42	0,22		
Alt Kademe Yönetici	79	4,35	0,17		

Yöneticilerin yönetim kademelerine göre, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenleri değerlendirmelerine ilişkin Anova testi sonuçları incelendiğinde $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,02$). Tablo 4'e göre, orta kademe yöneticiler turizm eğitimi almış işgörenleri ($x_{ort}= 4,55$) üst kademe yöneticilere ($x_{ort}= 4,40$) ve alt kademe yöneticilere göre ($x_{ort}= 4,35$) daha yeterli bulmaktadır.

Tablo 5. İşgören Özelliklerinin Değerlendirilmesinde Yöneticilerin Görev Süresine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Anova Testi Sonuçları

Görev Süresi	N	Ort.	s.s.	F	Sig.(p)
0-5 yıl	214	4,39	0,21	1,181	0,31
6-10 yıl	118	4,42	0,20		
11-15 yıl	6	4,43	0,32		
16-20 yıl	3	4,53	0,07		

Yöneticilerin bulundukları pozisyonunda görev sürelerine göre lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenleri değerlendirmelerine ilişkin Anova testi sonuçları incelendiğinde $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p=0,31$).

Tablo 6. İşgören Özelliklerinin Değerlendirilmesinde Yöneticilerin Almış Oldukları Eğitime Göre Karşılaştırılmasına İlişkin T- Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	t	Sig.(p)
Turizm Eğitimi Alanlar	267	4,41	0,20	0,52	0,34
Turizm Eğitimi Almayanlar	74	4,40	0,22		

Yöneticilerin almış oldukları eğitime göre lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenlerini değerlendirmelerine ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p=0,34$).

SONUÇ

Günümüzde en hızlı gelişen sektörlerden biri de turizmdir. Ekonomik kalkınmadaki öneminin anlaşılmasına başlanmasıyla birlikte ülkelerin dikkatini daha fazla çekmeye başlamıştır. Dünya'da değişen demografik yapı ile birlikte insanlarda seyahat bilincinin oluşması ve her geçen yıl tatile çıkanların sayısının artması gerek ülkeleri gerekse turizm

sektörüne hizmet veren işletmeleri rekabet ortamı içerisine sokmuştur. Turizm, işin doğası gereği diğer iş kollarından ayrılmaktadır. Diğer iş kollarından ayıran en önemli özellik ise, insan unsurunun ön plana çıkmasıdır. Oluşan bu rekabet ortamında var olabilmenin ve ön plana çıkabilmenin en önemli koşullarından biri de insana olan yatırımdır. Bunun yolu da eğitimidir. Mali ve fiziki kaynaklar ne kadar yeterli olursa olsun eğer çalışanlar gerekli turizm eğitime sahip değilse istenilen sonuç alınamaz ve kaynaklar boşa harcanmış olur.

Farklı düzeylerde turizm eğitimi veren okulların kuruluş amacı, sektörün ihtiyaç duyduğu niteliklere sahip çalışanlar hazırlayabilmektir. Ülkemizde 1960'lı yıllardan itibaren bu yolda gösterilen çaba halen devam etmektedir. Turizm eğitiminin sonuçları ise, gerek eğitimciler gerekse sektör tarafından yıllardır tartışılmaktadır. Yani ülkemizde durum planlandığı gibi gitmemektedir. Sektör, mezunların eğitim ve niteliklerini eleştirirken eğitimciler ise, bu sorunların nedenlerini ve çözüm yollarını tartışmaktadır. Her ne kadar bu sıkıntılar konuşulsa da, turizm eğitimi alanların sektörde vasıfsız işgücünden çok daha özellikli ve farklı olduğu bir gerçektir.

Yapmış olduğumuz araştırmanın sonuçları da bu yöndedir. Yöneticiler, lisans düzeyinde turizm eğitimi almış çalışanlarını birçok konuda yeterli görmektedir. Özellikle mesleki bilgi sahibi olmaları konusunda oldukça yeterli olduklarını düşünmektedirler. Bunu bilgisayar programlarını kullanabilme ve iletişim becerileri ile ilgili ifadeler takip etmektedir. Diğer ifadelerle göre nispeten daha düşük katılımın olduğu ifadelerden biri gelecekteki eğilimleri tahmin edebilme ve çalışmak için yenilikçi yollar geliştirme yani vizyon ve çözümleyici düşünce faktörü altında toplanan ifadelerdir. Çimen ve Akbaba'nın (2006) yapmış olduğu çalışmada da bazı nitelikler biraz daha düşük çıksa da benzer sonuçlara ulaşıldığını görmekteyiz. Bunu yönetsel ve mesleki başarı takip etmektedir. İletişim faktörü altında yapılan değerlendirmelere göre yöneticiler işgören iletişimini genel olarak yeterli görmekle birlikte, 'diğer çalışanlarla iyi iletişim kurma' becerileri diğer iletişim ifadelerine göre daha düşük ortalama göstermektedir. Her ne kadar turizm eğitimi ile ilgili sorunlar yaşansa da yapılan araştırma sonucunda yöneticiler işgörenlerin sahip olduğu nitelikleri yeterli görmektedirler. Orta kademe yöneticiler, turizm eğitimi almış işgörenleri üst kademe ve alt kademe yöneticilere göre daha yeterli bulmaktadır. Yöneticilerin görüşleri yaş, cinsiyet, bulundukları pozisyondaki görev süresi ve eğitim durumlarına göre incelendiğinde anlamlı bir fark elde edilememiştir.

Tüm bilimsel çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları vardır. Araştırma sadece İzmir ili ile sınırlandırılmıştır ve burada çeşitli nedenlerle ulaşılamayan konaklama işletmeleri vardır. Buna benzer araştırmalar farklı destinasyonlarda ve turizm sektörüne hizmet eden farklı işletmelerde de yapılabilir ve alan yazına katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A. ve Çimen, H. (2006). Otel yöneticilerinin lisans düzeyinde turizm eğitimi almış işgörenleri ile ilgili değerlendirmeleri: Ankara'daki dört ve beş yıldızlı otellerde bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6 (12), 229-251.
- Baltacı, F., Üngüren, E., Avşallı, H. ve Demirel O., N. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin ve geleceğe yönelik bakış açıların belirlmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1, 17-25.
- Bilim, G. Hande, G., Erden A. E., Erden A. E., Gümüş E. (2014) . Turizm sektöründe eğilimin yeri. *Şişli Akademi Dergisi*, 1, 13-17,
- Büyüköztürk, Ş. (2003). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı istatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık
- Dağdeviren, A. (2007). *Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların ders programlarının fonksiyonel açıdan değerlendirilmesi* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Davraş, M., Bulgan, G. (2012). MYO öğrencilerinin İngilizce hazırlık eğitimine yönelik tutumları: Isparta MYO turizm ve otel işletmeciliği örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2, 227 - 238.
- Erdem, S. , H. (1995). *Türkiye' de üniversite düzeyinde turizm eğitimi ve optimal eğitim modeli önerisi* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Erdinç S., B. ve Yılmaz G. (2012). Günümüzde turizm eğitiminin yükseköğretim içerisindeki yeri. *Turizm Eğitimi Konferansı*, 4, 17-31.
- Evangelos S. C. (1999). Hospitality management education in greece an exploratory study. *Tourism Management*, 20, 689-691.
- Gökdeniz, A. (1999). *Otel İşletmelerinde Önbüro Yönetimi*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. Tetik, N. (2008). *Türkiye'de turizm eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak Akoğlu M. (2009). Akademik turizm eğitimi üzerine bir durum analizi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, 22 , 1-20 .
- Olçay A. (2008). Türk turizminde eğitimin önemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 383-390
- Öztürk, Y.** ve Seyhan, K. (2005). Konaklama işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin artırılmasında işgören eğitiminin yeri ve önemi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 121-143.
- T.C Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (2014). *2014 öğrenci seçme ve yerleştirme sistemi yükseköğretim kurumları ve kontenjanları kılavuzu*.
- [URL: <http://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2014/OSYS/Tercih/2014OSYSKONTKILAVUZU01072014.pdf>] (Erişim Tarihi 12 Ağustos 2014)

- Timur, A. (1992). Türkiye’de turizm eğitiminin yapısı, uygulanan politikalar ve sonuçları. *Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Konferansı*, Ankara, 47-53.
- Timur, A. (1994). Turizm eğitiminde darboğazlar. *Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO Hafta Sonu Semineri 1:Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları*, Nevşehir, 44-53.
- Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (2014). Turizm işletmesi belgeli tesisler [URL: www.turob.com] (Erişim Tarihi: 27 Temmuz 2014)
- Türkeri İ. (2014). Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitiminin özel nitelikli sorunları ve çözüm önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4, 1-14.
- Tüylüoğlu, T. (2003). *Türkiye’de turizm eğitiminin niteliği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Ural, A. ve Pelit, E. (2002). Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yüksek öğretim örgütlerinin örgütleniş biçimleri. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 75-85.
- Yazıcıoğlu Y. ve Erdoğan S. (2010). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yuka I., Wheeler D., Lankford S. (2006). Rethinking tourism education: What should schools teach?, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 5, 25-36.

LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ VEREN BİR KURUMDA ÖĞRENCİLERİN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ALGISI

S. Banu YILDIZ

*Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
banugulec23@hotmail.com*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, eğitim kurumlarında örgüt üyeleri tarafından paylaşılan temel değerler, inançlar, varsayımlar, normlar, semboller ve uygulamalardan oluşan örgüt kültürünün önemini vurgulamak ve bir akademik örgütte alt kültür grubu olan öğrencilerin, örgüt kültürü algılarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi (BTİÖYO) üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerine anket uygulanmıştır. Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin örgüt kültürü algılarının hangi boyutlardan oluştuğunu belirlemek için ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizinden elde edilen boyutların demografik özellikler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile bağımsız t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin genel olarak örgüt kültürü algılarının olumlu olduğu, en fazla olumlu algılanan boyutun ise aidiyet/etkinlik boyutu olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin okuduğu sınıf, okudukları bölüm, okudukları bölümü isteyerek tercih etme ve sektörde çalışma durumları açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgüt kültürü, Akademik örgütler ve Öğrenci algıları.

GİRİŞ

Küreselleşme ve kitle iletişim araçlarındaki gelişmelere bağlı olarak toplumlar ve kültürler arasındaki etkileşim giderek artmış ve bu süreçte kültür, en çok tartışılan, üzerinde durulan kavramlardan biri durumuna gelmiştir (Şişman, 2011). Literatürde kültürle ilgili pek çok tanım yapılmıştır. Kültür genel anlamda, toplumun bir üyesi olarak bireyin öğrendiği, bilgi, sanat, ahlak, gelenekler gibi diğer birikimleri kapsayan, kuşaktan kuşağa aktarılan, karmaşık bir bütünlük biçiminde tanımlanmaktadır (Sabuncuoğlu, 2001; Yalçın ve Erçen, 2004). En geniş anlamıyla kültür, “bir toplumun tüm yaşam biçimi” olarak özetlenebilir (Köse, Tetik ve Ercan, 2001, s. 221).

Kültür tanımlarını incelediğimiz zaman, kültürün üst kuşaklardan miras olarak devralındığı, bu mirasın yaşandığı ve sonraki kuşaklara yine miras olarak devredildiği görülmektedir (Aktan ve Tutar, 2007). Güçlü bir kültür insanların çoğu zaman nasıl davranacaklarını belirleyen gayriresmi kurallar sistemidir. Kültür, örgütün kötü günlere dayanmasına, iyi günlerde de fırsatları en iyi şekilde değerlendirmesine yardımcı olacak bir birlik ve güç kaynağıdır (Acuner, 2010, s.10).

Toplumların sahip olduğu kültür gibi, ortak amaçları gerçekleştirmek üzere bir çatı altında toplanmış insan toplulukları olan örgütlerin de kültürü vardır (Vural ve Çoşkun, 2007). Örgüt kültürü, toplum kültürünün bir alt kültürüdür. Dolayısıyla örgüt kültürü, bir örgütün

içinde yer alan bireylerin davranışlarını yönlendiren normlar, değerler, inançlar ile paylaşılan ortaklaşa anlamlar ve semboller bütünlüğü, alışkanlıklar sistemi olarak ifade edilir (Köse, Tetik ve Ercan, 2001). Örgüt kültürü, zengin akademik geçmişi ve kuramsal bilgi birikimi ile literatürde her zaman önemli çalışma konusu olmuştur (Seymen, 2008).

Kültüre yönelik bu yoğun ilgiden eğitim örgütleri de payını almıştır. Birçok farklı örgütte olduğu gibi eğitim örgütlerinin kendilerine özgü özellikleri, uğraşı alanlarının doğrudan insan olması ve yoğun etkileşimlerin yaşanması, eğitim örgütlerinde de kültürel yapının incelenmesinin gerekliliğini artırmaktadır (Yılmaz ve Oğuz, 2005).

Her kültür, ortak sorunlara, etkileşimlere ve deneyimlere bağlı olarak, belirli ortak anlayışların geliştirildiği alt kültürlerden oluşmaktadır (Erdem ve İşbaşı, 2001). Akademik örgütlerde alt kültür, öğrenci, yönetim, akademik ve idari personelin etkileşimi ile oluşmaktadır. Akademik örgütlerde akademik personelin ve öğrencilerin örgüt kültürüne ilişkin algılarının belirlenmesi, kültürün araştırma ve öğrenci yetiştirme süreçlerinin geliştirilmesindeki rolü nedeniyle önemlidir (Erdem ve İşbaşı, 2001). Bu çalışma da lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Yükseköğretim kurumlarında öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek için yapılmış araştırma sayısı sınırlıdır. Bu çalışma örgüt kültürünün zayıf ve güçlü yönlerini belirlemekte, mevcut durumun hangi şekilde geliştirmesi gerektiği konusunda bilgi vermekte ve araştırmacılara kaynak oluşturmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konu ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. İkinci bölümde araştırmanın yöntemi, bulguları; son bölümde ise araştırmaya ilişkin sonuç ve öneriler sunulmuştur.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

Örgüt kültürü, pek çok uzman tarafından tanımlanmıştır. Schein (1990) örgüt kültürünü, “örgütün çevreyle uyumu ve içsel bütünleşme sorunlarının çözümü sürecinde bulunmuş, keşfedilmiş veya öğrenilmiş, işlevselliği nedeniyle dikkate alınan ve bu yüzden de grup üyelerine öğretilmesi gereken, doğru algılama, düşünme, duygu, ilişkiler, değerler ve temel varsayım kalıplarıdır” biçiminde tanımlamaktadır (Aydoğan, 2004, s. 5; Doğan, 2007, s. 104). Örgüt kültürü, bir örgütü oluşturan üyelerin paylaştıkları anahtar değerler, standartlar normlar, inançlar ve anlayışlar topluluğudur. Örgüt kültürü, o örgütün çevrede tanınmasını, değerini, toplumsal standartlarını, çevredeki diğer örgüt ve bireylerle ilişki biçimlerini ve düzeylerini de yansıtır. Bu fonksiyonu ile kültür, örgütü topluma bağlayan, onun toplum içindeki yerini, önemini ve hatta başarısını belirleyen, rekabet avantajı sağlayan en önemli araçlardan biridir (Eren, 1998).

Örgüt kültürü, aynı zamanda farklı toplumsal kültürlerden gelen, çeşitli istek, ihtiyaç ve beklentilere sahip insanların ortak bir amaçla bir kuruluşun çatısı altında birleşmesini sağlayan önemli birleştirici bir güçtür (Acuner, 2010, s. 1). Örgütler tarafından açıkça düzenlenmiş ve paylaşılmış temel değerler güçlü kültürü oluşturmaktadır (Vural, 2003, s.

49).Güçlü örgüt kültürüne sahip işletmelerde çalışanların kimlikleri örgütün kültürleriyle bütünleşmiştir. Kültür öğeleri birbirine bağlı ve uygundur, herkes tarafından paylaşılmaktadır (Aydoğan, 2004). Böyle örgütte çalışanlarda motivasyon, bağlılık ve performans artışı görülmekte ve örgütten ayrılma oranları azalmakta, dolayısıyla örgütün performansı da artmaktadır (Aktan ve Tutar, 2007; Erdem ve İşbaşı: 2001).

Örgüt kültürünü oluşturan öğeleri incelediğinde Schein (1984) tarafından yapılan sınıflandırmanın literatürde kabul gördüğü görülmektedir. Bu sınıflandırma örgüt kültürünün artifaktlar, değerler ve temel varsayımlardan oluştuğunu ifade etmektedir (Balan, Büyükbeşe, Bedestenci, 2004; Yılmaz ve Oğuz, 2005). Artifaktlar; sembolleri, hikâyeleri, efsaneleri, ritüelleri, ödülleri ve seremonileri içeren kültürün gözle görülebilen (somut) yönüdür. Değerler; örgüt üyelerinin, olay, durum ve davranışları değerlendirmede, yargılamada benimsemiş oldukları ölçüt ve fikirlerdir. Temel varsayımlar; örgüt üyelerinin, çevreyle ilişkiler, insan ilişkileriyle ilgili olarak paylaştıkları temel inançlardır (Schein, 1984). Değerler ve temel varsayımlar kültürün gözle görülemeyen (soyut) yönünü oluşturmaktadır.

Örgüt kültürü çalışmalarında eğitim örgütleri kültürü, okul kültürü önemli yer teşkil etmektedir. Bireyin sosyalleşmesini sağlamak ve bireyde istenilen yönde bilgi, beceri ve tutum kazandırmak için okulun etkili bir örgütsel kültüre sahip olması gerekir (Terzi, 2000). Stolp'a göre (1996) güçlü gelenekleri, törenleri, ritüelleri ve sembolleri içeren ve derinden algılanan okul kültürü, öğrenci başarı ve motivasyonu ile öğretmenlerin verimlilik tatminlerini olumlu yönde etkilemektedir (Erdem ve İşbaşı, 2001).

Akademik bir örgüt olan üniversiteler farklı kültürlere ait bireylerden meydana gelmektedir. Üniversitelerin ortak kültürünü oluşturan alt kültürler arasında en sıklıkla üzerinde durulan alt kültür grubu, öğretim elemanlarıdır (Balan ve diğerleri, 2004; Gizir, 2007). Öğretim elemanlarının örgüt kültürüne yönelik olumlu algıları, motivasyonlarını ve performanslarını etkilemekte ve kurumun amaçlarına ulaşılmasında etkin rol oynamaktadır (Erdem ve İşbaşı, 2001, s. 38). Üniversitelerde diğer önemli alt kültür grubu öğrencilerdir. Öğrenciler çeşitli çevrelerden gelen farklı kültürlere ait bireylerdir ve öğrenciler zaman içinde üniversitenin kültürel yapısından etkilemekte ve kimi zaman da bu kültürel yapıyı şekillendirmektedir (Güneş, 2011).

Akademik bir örgüt olan üniversitelerde öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek üzere yapılmış sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmalar özet halinde aşağıda yer almaktadır.

Erdem ve İşbaşı (2001) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. son sınıf öğrencilerinin örgütsel yaşama yönelik algılarını belirlemektir. Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler, aidiyet, semboller ve öğretim üyeleri ile olan iletişim boyutunda olumlu algılara sahipken örgütsel yapı-işleyiş boyutunda daha çok olumsuz algılara sahip olduğu görülmektedir. En yüksek oranda olumlu cevaplar sırası ile fiziki mekânlar, törenler, öğretim üyelerinin insancıl yaklaşımı, öğretim üyelerinin iletişime açık

olması, araştırma görevlilerinin ilgisi, İ.İ.B.F. öğrencisi olma ayrıcalığı ifadelerine aittir. Olumsuz ifadeler ise, bölümler arası uyumun olmadığı, diğer bölümlerin işleyişinin bilinmediği, derslerin verilmiş şeklinin beceri ve düşünceyi geliştirme özelliği olmadığı yönündeki ifadelerdir.

Yılmaz ve Oğuz’a (2005) ait çalışmanın amacı, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi son sınıf öğrencilerinin örgüt kültürüne ilişkin algılarını ortaya koymaktır. Araştırma sonucunda aidiyet, güç mesafesi ve iletişim boyutunda öğrencilerin olumlu algılarının olduğu; semboller ve örgütsel yapı boyutunda olumsuz algılarının olduğu tespit edilmiştir. En yüksek oranda olumlu algılamaları içeren ifadeler sırası ile diğer üniversitelerin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendilerini şanslı gördüğü, fakültenin dışarıda olumlu bir imajı olduğu, araştırma görevlilerinin öğrencilere yardımcı olduğu, öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımının insancıl olduğu ve Ankara Üniversitesi öğrencisi olmanın ayrıcalık olduğu ifadelerine aittir. Olumsuz algılamaları içeren ifadeler ise, fakültenin geçmişine ait hikâyelerin yeni öğrencilere aktarılmadığı, fiziki mekânların özgün olmadığı, uygulamalar açısından bölümler arasında uyum olmadığı, farklı sınıflardaki öğrenciler arasında iletişimin güçlü olmadığı ve yöneticilerin sorunları gidermede başarılı olamadığı ifadeleridir.

Köksal’a (2007) ait araştırmanın amacı ise örgüt kültürünün önemini vurgulamak ve öğrencilerin örgüt kültürüne yönelik algılarını belirlemektir. Balıkesir Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Necatibey Eğitim Fakültesi ve Fen Edebiyat Fakültesi son sınıf öğrencilerini kapsayan çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin güç mesafesi ve iletişim boyutlarında olumlu algılamaya, örgütsel yapı-etkinlik ve semboller boyutlarında ise olumsuz algılara sahip oldukları belirlenmiştir.

Argon ve Kösterelioğlu’ nun (2009) çalışmasının amacı eğitim fakültesi öğrencilerinin fakülte kültürü ve üniversite yaşam kalitesine ilişkin algılarını ve aralarındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırmanın verileri 2007-2008 Eğitim Öğretim Yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde öğrenim gören dördüncü sınıf öğrencilerinden elde edilmiştir. Araştırmada öğrencilerin fakülte kültürüne ilişkin algılarının olumlu olduğu, üniversite yaşam kalitesi açısından en kaliteli olarak algıladıkları boyutun “Karara katılım” boyutu olduğu, en düşük düzeyde algıladıkları boyutun ise “Gelecek” boyutu olduğu bulunmuştur.

Güneş’in (2011), çalışmasının amacı Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dördüncü sınıf öğrencilerinin üniversite kültürü algı düzeylerini belirlemektir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin üniversite örgüt kültürüne ilişkin algı düzeylerinin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler açıklık alt boyutu açısından genel olarak en olumsuz düşüncelere sahiptirler. Öğrenciler açıklık ve ödül sistemi alt boyutları dışındaki tüm alt boyutlarda orta düzeyde örgüt kültürü algısına sahiptirler. Orta düzeyde algılanan alt boyutlar arasında güç mesafesi alt boyutunun öğrenciler tarafından diğerlerine oranla daha olumlu olarak algılandığı söylenebilir. Genel olarak bakıldığında, demografik

değişkenler açısından; örgüt kültürünün alt boyutlarından bazıları ile cinsiyet, yaş, bölüm ve derslere devamlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmakla birlikte, öğrenci topluluklarına üyelik ile örgüt kültürünün alt boyutları arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı görülmüştür.

Köker ve Alemdar (2013) çalışmalarında Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin okul kültürüne yönelik algılarının üniversite öğrenciliği boyunca değişim yönünü ortaya koymayı amaçlamışlardır. Bu nedenle 2009-2010 Eğitim Öğretim Yılında birinci sınıfta olan öğrencilerden, dört yıl boyunca aynı soru formu ile veri toplanmıştır. Araştırma sonucuna göre, güç mesafesi boyutu, tüm yılların ortalamaları incelendiğinde öğrencilerin en fazla pozitif görüş bildirdikleri kültürel boyuttur. Sırasıyla aidiyet ve iletişim ise tüm sınıflarda en pozitif algılanan kültürel boyutlardır. Bununla birlikte aidiyet algısına dair değerler her geçen yıl azalmıştır. Benzer şekilde iletişim boyutundaki pozitif yargı son sınıfa gelindiğinde kararsıza dönüşmüştür.

YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemektir. Ayrıca öğrencilerin örgüt kültürü algılarının demografik değişkenlere göre fark edip etmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini 2013-2014 Eğitim Öğretim Yılında Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi 3 ve 4. sınıf öğrencileri (toplamda 557 öğrenci) oluşturmaktadır. Bunun sebebi, 3. ve 4. sınıf öğrencilerin, kurumdaki örgüt kültürünü algılamak için gerekli olan azami süreyi okulda geçirmiş olmalarıdır. Araştırmaya, fakültede dört yıldan fazla eğitim gören öğrenciler dâhil edilmemiştir. Bunun sebebi de bu öğrencilerin fakülteye karşı olumsuz yargılarının olması ihtimalidir.

Araştırmanın örneklem grubu ana kütlenin üzerinden seçilmiş olup, ana kütleyi temsil gücüne sahip örneklem gruplarından her birine anket uygulanarak araştırma için gerekli olan veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Sağlıklı veri elde edilen anket sayısı 316'dır. Anket uygulanması 2014'ün Mayıs- Haziran aylarında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öğrencilerin örgüt kültürü algıları belirlemek için Erdem ve İşbaşı (2001), Yılmaz ve Oğuz'un (2005) çalışmalarından faydalanılmıştır.

Verilerin analizinde SPSS 19.0 programı kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmakta; birinci bölümde demografik özelliklere yönelik sorular, ikinci bölümde öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek için oluşturulan ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerin değerlendirilmesinde "5'li Likert Ölçeği" kullanılmıştır (5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum). Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin örgüt kültürü algılarının hangi boyutlardan oluştuğunu belirleyebilmek amacı ile ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizinden elde edilen boyutların demografik özellikleri itibari ile farklılık gösterip göstermediğini

belirlemek amacı ile bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Araştırma kapsamına alınan, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1438 sayılı kanuna göre 1975 yılında Bursa İktisadi ve İdari Bilimler Akademisine bağlı olarak Balıkesir İşletmecilik ve Turizm Yüksekokulu adıyla kurulmuştur. 1982 yılına kadar İşletmecilik ve Turizm bölümlerinde öğretim yapılmıştır. 2547 sayılı Kanun ile Yüksekokul, ad ve statü değiştirilerek Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu adını almıştır. 1992 yılında ise Yüksekokul, 3837 sayılı Kanun'la Balıkesir Üniversitesine bağlı olarak Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu adını almıştır. 25 Nisan 2013 tarihinde Resmi Gazete'de yer alan 2013/ 4559 sayılı kararla Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi olmuştur. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, turizm öğretiminde 39 yılı bulan köklü geçmişi, çağdaş eğitim ortamı, güçlü akademik kadrosuyla Türkiye'de turizm eğitim ve öğretimi ile özdeşleşmiştir (Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Tarihçesi).

BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik ve sektöre ilişkin özelliklerinin dağılımı tablo 1'de verilmiştir. Öğrencilerin % 53.8'inin erkek, % 67.1'i 22 ve 24 yaşları arasındadır. % 36.4'ü okuduğu bölümü ilk dört tercih arasında, %34.8'i ise beşinci ve dokuzuncu tercih etmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 42.7'si Seyahat İşletmeciliği, % 41.8'i Konaklama İşletmeciliği bölümünde okumaktadır. Katılımcılar, üniversiteye gelmeden önce eğitim alma durumlarını % 65.5 oranında hayır olarak belirtmiştir. Öğrencilerin % 74.4'ünün okuduğu bölümü isteyerek seçmesi, %56'sının turizm sektöründe çalışmak istemesi dikkate değer bir sonuçtur.

Tablo1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Bulguları

Demografik Değişkenler		Frekans	% Oranı
Cinsiyet	Kız	146	46.2
	Erkek	170	53.8
Yaş	18-21	64	20.3
	22-24	212	67.1
	25-27	35	11.1
	27 yaş ve üzeri	5	1.6
Okuduğu bölümün kaçınıcı tercihi olduğu	1-4	115	36.4
	5-9	110	34.8
	10-14	41	13.0
	15-19	50	15.8
Okuduğu bölüm	Konaklama İşletmeciliği	132	41.8
	Seyahat İşletmeciliği	135	42.7
	Turist Rehberliği	49	15.5
Okuduğu sınıf	3.sınıf	139	44.0
	4. sınıf	177	56.0
Üniversiteye gelmeden önce turizm eğitimi alma durumu	Evet	109	34.5
	Hayır	207	65.5
Okuduğum bölümü isteyerek seçtim.	Evet	235	74.4
	Hayır	81	25.6
Turizm sektöründe çalışmak istiyorum.	Evet	177	56.0
	Hayır	139	44.0

Araştırmaya katılan öğrencilerin örgüt kültürü algılarının dağılımına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de verilmiştir. Öğrencilerin “Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.”, “Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİÖYO’lu) olarak göreceğim.”, “Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.”, “Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.” ifadelerine yüksek oranda katıldıkları yani olumlu algıları olduğu görülmektedir. Öğrencilerin “Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.”, “Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır.”, “Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.”, “Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.” ifadelerinde kararsız kaldıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Örgüt Kültürü Algılarının Dağılımı

İfadeler	$\bar{X}$	ss
1.Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.	3.56	0.94
2.Okulun yöneticileri sorunların giderilmesinde başarılıdır.	3.64	0.79
3.Okulun yöneticileri dışarıdan gelen etki ve baskılara karşı fakülteyi korur.	3.92	0.80
4.Öğretim üyeleri iletişime her zaman açıktır.	3.94	0.80
5.Okulun eğitime yönelik hedefleri konusunda bilgi sahibiyiz.	3.69	0.80
6.Farklı sınıflardaki öğrenciler arasındaki iletişim güçlüdür.	3.68	0.82
7.Öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımı insancıdır.	3.85	0.78
8.Okulda sosyal, kültürel, sportif faaliyetler desteklenir.	3.94	0.82
9.Derslerin verilmiş şekli bilgi aktarmaktan çok düşünce ve beceri geliştirici niteliktedir.	3.45	0.84
10.Okulun dışarıda (kampusta, kentte) olumlu bir imajı vardır.	3.90	0.84
11.Okulun öğretim elemanları kendi aralarında işbirliği ve dayanışma içindedirler.	3.92	0.79
12.Okul yönetimi öğrencileri, yönetmeliklere ve uygulamalara yönelik olarak zamanında ve doğru bilgilendirir.	3.74	0.85
13.Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.	3.63	0.77
14.Öğrenciler hocalarını farklı sorunlarını iletecek kadar yakın görürler.	3.75	0.79
15.Öğrenciler, okuldaki uygulamalara yönelik sorunlarını veya düşüncelerini yöneticilere yeterli düzeyde aktarabilirler.	3.69	0.78
16.Öğretim elemanları fakülte ile özdeşir.	3.82	0.77
17.Okula yeni gelen öğrencilerle eski öğrenciler çabuk kaynaşırlar.	3.84	0.80
18.Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.	4.00	0.91
19.Okulun araştırma görevlileri öğrencilere içtenlikle yardımcı olurlar.	3.85	0.80
20.İdari personel öğrencilerin taleplerini karşılamada olumlu bir tutum içindedirler.	3.83	0.84
21.Okulda öğrenci-hoca-personel arasında işbirliği ve dayanışma vardır.	3.89	0.79
22.Üniversite çağına gelen yakınlarıma bu fakülteyi tercih etmelerini öneririm.	3.75	0.82
23.Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır	3.59	0.82
24.Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİÖYO’lu) olarak göreceğim.	4.06	0.85
25.Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.	3.60	1.02
26.Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.	4.31	0.70
27.Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.	4.06	0.74
28.Diğer üniversitelerin turizm fakültelerinin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendimi şanslı görüyorum.	3.99	0.84

(5:Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum)

Tablo 3, her bir faktördeki maddelerin yüklenme değerini, her bir faktörün öz değerini ve açıkladığı varyansı ve faktörlerin güvenilirlik (iç tutarlılık) değerlerini göstermektedir.

Toplanan veriler üzerinde temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre faktör analizi yapılarak turizm eğitimi alan öğrencilerin örgüt kültürü algılarının boyutları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin kurum kültürü algılarını ölçen 28 madde ile yapılan ilk faktör analizinde, 7 faktör elde edilmiştir. Ancak bu 7 faktör için yapılan içerik analizi sonucunda düşük yüklenme değerine ($<.40$) sahip 4 madde (3. -10. -14. -20. maddeler) bir sonraki faktör analizine dahil edilmemiştir. Kalan 24 maddenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda yüklenme değeri $.40$ 'nin ve özdeğeri 1'in üzerinde toplam varyansın yaklaşık %53.512'sini açıklayan 5 faktör elde edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği, .901 ($p<.000$), verinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Verinin analizinde en yüksek varyansı açıklayan (%13.346) Faktör 1 (Aidiyet ve etkinlik), 5 maddenin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Bu maddeler, “Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.”, “Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİOYO’lu) olarak göreceğim.”, “Diğer üniversitelerin turizm fakültelerinin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendimi şanslı görüyorum.”, “Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.”, “Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.” maddelerinden bir araya gelmiştir. Bu maddeler aidiyet ve etkinlik olarak isimlendirilmiştir. Faktör 2 (Örgütsel yapı) varyansın %11.297'sini açıklamakta ve 6 maddeden oluşmuştur. Bu maddeler, “Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.”, “Derslerin veriliş şekli bilgi aktarmaktan çok düşünce ve beceri geliştirici niteliktedir.”, “Üniversite çağına gelen yakınlarıma bu fakülteyi tercih etmelerini öneririm.”, “Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır.”, “Okulun yöneticileri sorunların giderilmesinde başarılıdır.”, “Okulun eğitime yönelik hedefleri konusunda bilgi sahibiyiz.” maddelerinden oluşmuştur.

Faktör 3 (Güç mesafesi) varyansın % 10.175'ini açıklamakta ve 4 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler, “Öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımı insancıdır.”, “Öğretim üyeleri iletişime her zaman açıktır.”, “Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.”, “Öğrenciler, okuldaki uygulamalara yönelik sorunlarını veya düşüncelerini yöneticilere yeterli düzeyde aktarabilirler.” ifadelerinden oluşmaktadır ve güç mesafesi olarak isimlendirilmiştir. Faktör 4 (İş birliği) varyansın % 10.087'sini açıklamakta ve 4 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler, “Okulda öğrenci-hoca-personel arasında iş birliği ve dayanışma vardır.”, “Okulun öğretim elemanları kendi aralarında iş birliği ve dayanışma içindedirler.”, “Okul yönetimi öğrencileri, yönetmeliklere ve uygulamalara yönelik olarak zamanında ve doğru bilgilendirir.”, “Öğretim elemanları fakülte ile özdeşir.” maddelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Faktör 5 (İletişim) varyansın % 8.606' sını açıklamakta 5 maddeden oluşmaktadır. Bu faktör öğrencilerin farklı sınıflarla, eski öğrencilerle iletişimini içermekle birlikte “Okulda sosyal, kültürel, sportif faaliyetler desteklenir.”, “Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.” maddeleri de bu faktöre yüklenmiştir.

Ölçeğin güvenilirlik çalışması için “Cronbach Alpha” iç tutarlık katsayıları hesaplanmıştır. Toplam 24 maddeden oluşan ölçeğin iç tutarlılık/güvenirlik katsayısı $\alpha=0.900$ olarak

bulunmuştur. Faktörlerin güvenirlik katsayıları .667 ve .814 arasında olduğu Tablo 3’de görülmektedir. Ankette yer alan ifadeler için elde edilen Cronbach Alpha güvenirlik katsayısının istatistiksel anlamda yeterli düzeyde olduğu anlaşılmakta ve ölçeğin tutarlı ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir (Ural ve Kılıç, 2005: 258).

Tablo 3. Öğrencilerin Örgüt Kültürü Algısı Faktör Analizi

Faktörler	Faktör yükleri	Özdeğer	Açıklanan varyans	Cronbach Alpha
Faktör 1: Aidiyet/ etkinlik ($\bar{X}$ = 4.08)		7.476	13.346	.814
26.Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.	.742			
24.Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİÖYO’lu) olarak göreceğim.	.724			
28.Diğer üniversitelerin turizm fakültelerinin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendimi şanslı görüyorum.	.701			
27.Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.	.671			
18.Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.	.604			
Faktör 2: Örgütsel yapı ($\bar{X}$ = 3.61)		1.671	11.297	.717
1.Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.	.675			
9.Derslerin verilmiş şekli bilgi aktarmaktan çok düşünce ve beceri geliştirici niteliktedir.	.566			
22.Üniversite çağına gelen yakınlarıma bu fakülteyi tercih etmelerini öneririm.	.560			
23.Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır	.495			
2.Okulun yöneticileri sorunların giderilmesinde başarılıdır.	.469			
5.Okulun eğitime yönelik hedefleri konusunda bilgi sahibiyiz.	.448			
Faktör 3: Güç Mesafesi ($\bar{X}$ = 3.78)		1.446	10.175	.727
7.Öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımı insancıldır.	.675			
4.Öğretim üyeleri iletişime her zaman açıktır.	.619			
13.Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.	.566			
15.Öğrenciler, okuldaki uygulamalara yönelik sorunlarını veya düşüncelerini yöneticilere yeterli düzeyde aktarabilirler.	.440			
Faktör 4: İş birliği ($\bar{X}$ = 3.84)		1.177	10.087	.714
21.Okulda öğrenci-hoca-personel arasında işbirliği ve dayanışma vardır.				
11.Okulun öğretim elemanları kendi aralarında işbirliği ve dayanışma içindedirler.				
12.Okul yönetimi öğrencileri, yönetmeliklere ve uygulamalara yönelik olarak zamanında ve doğru bilgilendirir.				
16.Öğretim elemanları fakülte ile özdeşdir.				
Faktör 5: İletişim/ ilişki ($\bar{X}$ = 3.78)		1.074	8.606	.667
8.Okulda sosyal, kültürel, sportif faaliyetler desteklenir.				
6.Farklı sınıflardaki öğrenciler arasındaki iletişim güçlüdür.				
17.Okula yeni gelen öğrencilerle eski öğrenciler çabuk kaynaşırlar.				
25.Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.				
19.Okulun araştırma görevlileri öğrencilere içtenlikle yardımcı olurlar.				
Açıklanan toplam varyans			% 53,512	

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği= ,901, Bartlett 's Test of Sphericity: $p<.000$ (Chi-Square 2522.273, $df=276$). Ölçeğin tamamı için Cronbach alpha : ,900.

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum.

Öğrencilerin örgüt kültürü algılarında cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Okuduğu sınıf değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 4'te verilmiştir. Tablo 4'e göre örgütsel yapı ve güç mesafesi boyutlarında 3 ve 4. sınıflar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu bulgulara göre 3. sınıflar ($\bar{X} = 3.72$) 4. sınıflara ($\bar{X} = 3.53$) göre örgütsel yapı boyutu ifadelerini ve benzer şekilde güç mesafesi boyutu ifadelerini 3. sınıfların ($\bar{X} = 3.88$) 4. sınıflara ($\bar{X} = 3.70$) göre daha olumlu algıladıkları ortalamalardan görülmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin Okuduğu Sınıf Değişkeni Açısından Örgüt Kültürü Algılarını Belirlemeye Yönelik Bağımsız Örneklem t-Testi

	No	Sınıf	N	$\bar{X}$	ss	t-değeri	df	Sig.
Aidiyet/ Etkinlik	1	3. sınıf	139	4.10	.59	.345	314	.730
	2	4. sınıf	177	4.07	.63			
Örgütsel Yapı	1	3. sınıf	139	3.72	.46	2.991	314	.003*
	2	4. sınıf	177	3.53	.58			
Güç Mesafesi	1	3. sınıf	139	3.88	.54	2.731	314	.007*
	2	4. sınıf	177	3.70	.60			
İşbirliği	1	3. sınıf	139	3.86	.56	.612	314	.541
	2	4. sınıf	177	3.82	.57			
İletişim/İlişki	1	3. sınıf	139	3.80	.59	.549	314	.583
	2	4. sınıf	177	3.77	.54			

* $p<.05$

Okudukları bölümü isteyerek tercih etme değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik bakış açılarına yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü gibi öğrencilerin okudukları bölümü isteyerek tercih etme değişkeni açısından örgütsel yapı ve güç mesafesi boyutlarında anlamlı farklılık bulunamazken aidiyet/etkinlik, iş birliği ve iletişim boyutlarında okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerle etmeyen öğrenciler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Aidiyet/etkinlik boyutunda okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerin ($\bar{X} = 4.13$) ortalamaları istemeden tercih edenlere ($\bar{X} = 3.94$) göre daha yüksektir. İş birliği boyutunda okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerin ($\bar{X} = 3.88$) ortalamaları istemeden tercih edenlere ($\bar{X} = 3.72$) göre daha yüksektir. Benzer şekilde iletişim boyutunda da okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerin ($\bar{X} = 3.82$)

ortalamaları istemeden tercih edenlere ($\bar{X} = 3.67$) göre daha yüksektir. Bu bulgulara göre okudukları bölümü isteyerek tercih eden öğrenciler, istemeden tercih edenlere göre aidiyet/etkinlik, iş birliği ve iletişim boyutlarını daha olumlu algılamaktadırlar.

Tablo 5. Öğrencilerin Okudukları Bölümü İsteyerek Tercih Etme Durumları Açısından Örgüt Kültürü Algılarını Belirlemeye Yönelik Bağımsız Örneklem t-Testi

	No	Seçenekler	N	$\bar{X}$	ss	t-değeri	df	Sig.
Aidiyet/ etkinlik	1	Evet	235	4.13	.60	2.394	314	0.17*
	2	Hayır	81	3.94	.63			
Örgütsel Yapı	1	Evet	235	3.63	.51	.830	314	.445
	2	Hayır	81	3.57	.60			
Güç Mesafesi	1	Evet	235	3.81	.56	1.485	314	.139
	2	Hayır	81	3.70	.63			
İş birliği	1	Evet	235	3.88	.55	2.230	314	.026*
	2	Hayır	81	3.72	.59			
İletişim/İlişki	1	Evet	235	3.82	.54	2.130	314	.034*
	2	Hayır	81	3.67	.61			

*p<.05

Sektörde çalışma durumları değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir. Tablo 6’ya göre tüm boyutlarda anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Aidiyet/etkinlik boyutunda sektörde çalışmak isteyen öğrencilerin ($\bar{X} = 4.17$) ortalamaları çalışmak istemeyenlere ($\bar{X} = 3.97$) göre daha yüksektir. Örgütsel yapı, güç mesafesi, iş birliği ve iletişim boyutlarında da sektörde çalışmak isteyen öğrencilerin ortalamaları çalışmak istemeyenlere göre daha yüksektir. Dolayısıyla sektörde çalışmak isteyen öğrencilerin, çalışmak istemeyenlere göre aidiyet/etkinlik, örgütsel yapı, güç mesafesi, iş birliği ve iletişim boyutlarındaki ifadeleri daha olumlu algıladıkları görülmektedir.

Tablo 6. Öğrencilerin Sektörde Çalışma Durumları Açısından Örgüt Kültürü Algılarını Belirlemeye Yönelik Bağımsız Örneklem t-Testi

	No	Seçenekler	N	$\bar{X}$	ss	t-değeri	df	Sig.
Aidiyet/ Etkinlik	1	Evet	177	4.17	.57	2.883	314	.004*
	2	Hayır	139	3.97	.64			
Örgütsel Yapı	1	Evet	177	3.72	.51	3.868	314	.000*
	2	Hayır	139	3.48	.54			
Güç Mesafesi	1	Evet	177	3.89	.55	3.907	314	.000*
	2	Hayır	139	3.64	.58			
İş birliği	1	Evet	177	3.92	.53	2.843	314	.005*
	2	Hayır	139	3.74	.59			
İletişim/İlişki	1	Evet	177	3.85	.52	2.568	314	.011*
	2	Hayır	139	3.69	.59			

*p<.05

Öğrencilerin okuduğu bölüm değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Test sonuçları tablo 7’de verilmiştir. Test sonuçlarına göre

öğrencilerin okuduğu bölüm değişkeni açısından aidiyet/etkinlik, örgütsel yapı, güç mesafesi ve iş birliği boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır. Turizm Rehberliğinde ($\bar{X} = 4.30$) okuyan öğrencilerin Konaklama ($\bar{X} = 4.08$) ve Seyahat İşletmeciliğinde ($\bar{X} = 4.01$) okuyanlara göre aidiyet/ etkinlik boyutunu daha olumlu algıladıkları görülmektedir. Benzer şekilde Turizm Rehberliği ($\bar{X} = 3.71$) bölümünde okuyan öğrenciler Konaklama ($\bar{X} = 3.67$) ve Seyahat İşletmeciliği ($\bar{X} = 3.52$) bölümünde okuyan öğrencilere göre örgütsel yapı boyutu ifadelerini daha olumlu algıladıkları görülmektedir. Güç mesafesi boyutu ifadelerine ise Turizm Rehberliği ($\bar{X} = 3.97$) bölümünde okuyan öğrencilerin Seyahat İşletmeciliği ($\bar{X} = 3.68$) bölümünde okuyan öğrencilere kıyasla daha olumlu algıladıkları görülmektedir. Son olarak iş birliği boyutu ifadelerine Konaklama İşletmeciliği ($\bar{X} = 3.91$) bölümünde okuyan öğrencilerin seyahat bölümü ($\bar{X} = 3.75$) öğrencilerine kıyasla daha olumlu algıladıkları görülmektedir.

Tablo 7. Öğrencilerin Okuduğu Bölüm Değişkeni Açısından Fakülte Algılarını Belirlemeye İlişkin Anova Analizi Sonuçları

	No	Bölüm	N	$\bar{X}$	ss	F	Sig.	Farklılık
Aidiyet/ Etkinlik	1	Konak. İş.	132	4.08	.58	4.096	.018*	1,2< 3
	2	Seyahat İş.	135	4.01	.64			
	3	Turizm Reh.	49	4.30	.57			
Örgütsel Yapı	1	Konak. İş.	132	3.67	.52	3.397	.035*	1> 2 2< 3
	2	Seyahat İş.	135	3.52	.57			
	3	Turizm Reh.	49	3.71	.45			
Güç Mesafesi	1	Konak. İş.	132	3.80	.53	4.785	.009*	2< 3
	2	Seyahat İş.	135	3.68	.62			
	3	Turizm Reh.	49	3.97	.54			
İş birliği	1	Konak. İş.	132	3.91	.54	3.158	.044*	1> 2
	2	Seyahat İş.	135	3.75	.58			
	3	Turizm Reh.	49	3.91	.56			
İletişim/ İlişki	1	Konak. İş.	132	3.84	.55	2.274	.105	
	2	Seyahat İş.	135	3.70	.56			
	3	Turizm Reh.	49	3.83	.57			

*p<.05

SONUÇ

Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, örgüt kültürü algılarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin örgüt kültürü algılarının genel olarak olumlu olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin en olumlu algıladıkları ifadeler şunlardır: “Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.”, “Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİÖYO’lu) olarak göreceğim.”, “Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.”, “Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.”. Bu

sonuçlardan öğrencilerin okul kimliğini benimseyip kabullendikleri anlaşılmaktadır. Yılmaz ve Oğuz (2005), Argon ve Kösterelioğlu'da (2009) farklı fakülteler bu konuda yaptıkları araştırmalarda da benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Akademik eğitim kurumları arasında BTİÖYO'nun başarılı bir kurum kimliğine sahip olmasında öğretim elemanlarının, öğrencilerin, çalışanların ve sektör temsilcilerinin önemli rolü olduğu yadsınamaz. Ayrıca köklü bir geçmişe sahip olan BTİÖYO'dan mezun olan öğrenciler tarafından BTİÖYO Mezunlar Derneği'nin kurulması ve bu derneğe okul yönetiminin destek vermesi mezun öğrenciler ve mevcut öğrenciler arasında bir bağ oluşturması örgüt kültürünü güçlendirmiştir (Türkmen, Deveci ve Avcıkurt, 2014). Okulun geçmişine ilişkin anıların, öykülerin, olayların eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılması örgüt kültürünün gözle görülen somut yönünün (artifaktlar) güçlü olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde törenlere önem verilmesi de örgüt kültürünün yaygınlaşmasını sağlamaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.”, “Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır.”, “Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.”, “Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.” ifadelerinde kararsız oldukları görülmektedir. Yılmaz ve Oğuz (2005), Argon ve Kösterelioğlu'nun (2009) çalışmalarında da öğrencilerin bu konularda kararsız kaldıkları görülmektedir. Bu sonuçlara göre bölümler arasında uyumun artırılması, Fakültenin toplum ve iş dünyasının beklentilerini daha fazla karşılaması ve öğretim üyelerinin hatalara karşı daha toleranslı olmaları önerilebilir.

Bu çalışmada öğrencilerin örgüt kültürü algılarının aidiyet/etkinlik, örgütsel yapı, güç mesafesi, iş birliği, iletişim boyutlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin en fazla olumlu algılarının olduğu boyut aidiyet/etkinlik boyutudur. Bu sonuç Güneş'in (2011) çalışmasıyla benzerlik teşkil etmektedir. Okul kültürünün bir bileşeni olarak öğrencilerin kendilerini kurumlarına ait hissetmeleri, örgüt kültürünün gelecek kuşaklara aktarılmasında etkili olacaktır. Aynı zamanda aidiyet duygusu öğrencinin akademik başarısı üzerinde önemli rol oynayabilir (Köker ve Alemdar). İş birliği, iletişim boyutları da öğrenciler tarafından olumlu algılanmaktadır. İş birliği ve iletişim, bir örgütün var olma nedeni olan amaçlarının gerçekleştirilmesinde etkili olması nedeniyle örgütün başarısında önemlidir (Gizir, 2007). Örgütsel yapı boyutunda öğrencilerin kararsız kaldıkları görülmektedir. Bu sonuç Argon ve Kösterelioğlu'nun (2009) çalışmalarıyla benzerlik teşkil etmektedir. Erdem ve İşbaşı (2001), Yılmaz ve Oğuz (2005), Köksal'ın (2007) çalışmalarında örgütsel yapı boyutunun öğrenciler tarafından daha olumsuz algılandığı belirlenmiştir. Örgütsel yapı boyutuna yönelik ifadelerde öğrencilerin kararsız kalmalarının nedenleri ortaya koyularak düzeltici öneriler getirilmelidir.

Öğrencilerin örgüt kültürü algılarında, okudukları sınıf, okudukları bölüm, okudukları bölümü isteyerek tercih etme ve sektörde çalışma durumları açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Okudukları bölümü isteyerek tercih eden öğrenciler, istemeden tercih

edenlere göre aidiyet/etkinlik, iş birliği ve iletişim boyutlarını daha olumlu algıladıkları, sektörde çalışmak isteyen öğrencilerin ise sektörde çalışmak istemeyenlere göre örgüt kültürünün tüm boyutlarını daha olumlu algıladıkları dikkate değer sonuçlardır.

Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. İleride yapılacak olan çalışmalarda farklı eğitim kurumları ve farklı kitleler örneklem alanı seçilerek kıyaslamalar yapılabilir. Ayrıca akademik örgütlerde alt kültür grubu olan öğretim elemanlarının da örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acuner, Ş.A. (2010). Örgüt Kültürünü Oluşturan Unsurların Çalışanlar Üzerindeki Motivasyonel Etkileri, *Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları*, No:713, Ankara.
- Argon,T. ve Kösterelioğlu, M.A. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Üniversite Yaşam Kalitesi Ve Fakülte Kültürüne İlişkin Algıları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* Güz, 8 (30), 43-61.
- Aydoğan, Z. Ferhan. (2004). Örgüt Kültürü Ve İklimi, *Gazi Üniversitesi Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 203-215.
- Aktan, Ç. C. ve Hasan Tutar (2007), Bir Sosyal Sabit Sermaye Olarak Kültür, *Pazarlama İletişim Kültürü Dergisi*, 5-12.
- Bakan, İ. Büyükbeşe, T. Ve Bedestenci, H. Ç. (2004). *Örgüt Kültürü: Teorik Ve Ampirik Yaklaşım*. İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Balcı, A. (2003). Eğitim Örgütlerine Yeni Bakış Açıları: Kuram-Araştırma İlişkisi II. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 9 (33), 26–61.
- Erdem, F. Ve İşbaşı, J. Ö. (2001). Eğitim Kurumlarında Örgüt Kültürü Ve Öğrenci Alt Kültürünün Algılamaları. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*. (1), 33–57.
- Eren, E. (1998). *Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Doğan, B. (2007). *Örgüt Kültürü*, İstanbul. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Gizir, S.(2007) . Üniversitelerde Örgüt Kültürü Ve Örgüt-İç İletişim Üzerine Bir Derleme Çalışması, *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 50, 247-268.
- Güneş, H. (2011), *Öğrencilerin Üniversite Örgüt Kültürü Algılamaları: Gazi Üniversitesi İİBFF' De Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Köker, N.E. Ve Alemdar, M. Y. (2013). Kurum Kültürü Algısı Zaman İçinde Değişir Mi? Ampirik Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5/1, 32-56.
- Köksal, K. (2007). Yükseköğretimde Örgüt Kültürü Ve Alan Araştırması, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

- Köse, S., Semra Tetik, S. ve Ercan, C.(2001). Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 7, (1), 219-242.
- Sabuncuoğlu, Z.(2001). İşletmelerde Halkla İlişkiler, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Schein, E. H. (1984). Coming To A New Awareness Of Organizational Culture.*Sloan Management Review*, 25 (2), 3–16.
- Schein, E.H.(1990), Organizational Culture, *American Psychologist*, Vol: 45/2, 109-119.
- Seymen, O.A., (2008), *Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Örgüt Kültürü Tipleri Üzerine Bir Araştırma*, , Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şişman, M.(2011), *Örgütler ve Kültürler*, Ankara: Pegem Yayıncılık. 3.Baskı.
- Terzi, A.R. (2000), *Örgüt Kültürü*, Nobel Yayın Dağıtım, Yayın no: 166.
- Türkmen, S., Deveci, B. ve Avcıkurt, C. (2014). Türk Turizm Eğitimi İçerisinde BTİOYO'nun Yeri ve Önemi, *III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, 927-937.
- Vural, B. A. (2003), Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Vural, Beril Akıncı ve Çoşkun, G. (2007), *Örgüt Kültürü*, Nobel yayın dağıtım.
- Yalçın, A. ve Erçen, E. Y. (2004), Kültür ile Şekillenen Çatışma Tepkileri Üzerine Bir Uygulama, [http. Sosyalbilimler.cu.edu.tr/dergidosyalar](http://Sosyalbilimler.cu.edu.tr/dergidosyalar).
- Yılmaz, K., Oğuz, E., (2005). Eğitim Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Fakülte Kültürüne İlişkin Algıları, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 38(1), 101-122.
- Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Tarihçesi.
(URL:http://www.balikesir.edu.tr/bau/fakulte/turizm_fakultesi/icerik/tarihce) Erişim: 4 Ağustos 2014.

ENAT (European Network for Accessible Tourism-Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı) İLE TÜRKİYE’NİN ERİŞİLEBİLİR TURİZME YÖNELİK OTEL İŞLETMELERİNİ KAPSAYAN DÜZENLEMELERİ VE BU DÜZENLEMELERİN KARŞILAŞTIRILMASI

Atınç OLCAY

*Yrd. Doç. Dr.,Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu
olcay@gantep.edu.tr*

İbrahim GİRİTLİOĞLU

*Yrd. Doç. Dr.,Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu
giritlioglu@gantep.edu.tr*

Özlem PARLAK

*Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ozlemparlak27@hotmail.com*

ÖZET

Bu çalışmada literatür taraması yapılarak, öncelikle turizm, otel işletmeleri, engelli, erişilebilirlik ve erişilebilir turizm kavramları açıklanmıştır. Sonraki bölümde Avrupa Komisyonu, komisyona üye ülkelerin turizm bakanlıkları, sivil toplum örgütleri, engelli dayanışması için oluşturulmuş birçok dernek, kurum, kuruluş ve birlik tarafından desteklenen ENAT hakkında bilgi verilmiş; ENAT’ın çalışmalarından ve yayınladığı raporlardaki erişilebilir turizm için otel işletmelerine yönelik düzenlemelerinden bahsedilmiştir. Daha sonra Türkiye’de erişilebilir turizm için otel işletmelerini kapsayan düzenlemelere değinilmiş ve bu konudaki yasal çalışmalara yer verilmiştir. Sonuç ve öneriler bölümünde ise ENAT ile Türkiye’nin erişilebilir turizme yönelik otel işletmelerini kapsayan düzenlemeleri karşılaştırılmış ve erişilebilir turizmin gelişimi için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler:*ENAT, Türkiye, Erişilebilir Turizm ve Otel İşletmeleri*

GİRİŞ

Turizm, ülkelerin önemli gelir kaynağı olan ve gelişimini devamlı sürdüren önemli bir sektördür. Turizmden elde edilen payın artması, ulaşım ve konaklama alanlarındaki iyileşmeler, turizm acentelerinin sunduğu iyi hizmetler ve İnternet aracılığıyla yapılan rezervasyon gibi kolaylıklar ile kültürel ilişkilerin artması sayesinde turizm, dünya genelinde hızla yayılmaya ve gelişmeye devam etmektedir.

Turizm işletmelerinin belli bir kaliteye ve standarda sahip olması beklenir. İnsanlar turistik seyahatleri sırasında kendi istek ve ihtiyaçlarına uygun mekânlarda konaklamak, yemek- içmek ve eğlenmek isterler. İnsanların bu çeşitli isteklerini karşılayabilmek için turizm işletmeleri, özellikle de otel işletmeleri farklılaşma ve farklı beklentileri karşılama yoluna gitmiştir. Engelli insanların da turizm faaliyetleri sırasında özel ve farklı ihtiyaçları söz konusu olmaktadır. Engelli insanların turizm faaliyetlerine katılımı için öncelikli olarak onların ihtiyaçlarına yönelik düzenlemelerin yapılması gerekir.

Avrupa ülkelerinde, caddelerde engelli bireylerle karşılaşmak sıradan bir olayken Türkiye’de istisnai bir durumdur. Bu durum Avrupa ülkelerinde engelli sayısının

çokluğundan veya Türkiye’de engelli sayısının az olmasından değil, Türkiye’de engellerin fazla olmasındandır (Mülayim ve Özşahin, 2010, s.1663). Sokaklarında en fazla engellinin görüldüğü ülkenin, ulaşabilirlik imkânları gelişmiş, engellilere en fazla değeri veren ülke olduğunu söylemek mümkündür. Engelli oranı açısından ülkeler arasında önemli bir fark yoktur (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 2009, s. 94). Dünya Bankasının 2011 Dünya Engellilik Raporu Yönetici Özetine göre; bir milyardan fazla insanın başka bir deyişle dünya nüfusunun yaklaşık %15’inin bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir. Türkiye’de ise engelli insanların toplam nüfusa oranı %12 civarındadır. Bu da Türkiye’de yaklaşık 9 milyon engelli insan yaşamakta demektir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2010, s. 18).

Engelli insanlar karşılaştıkları çeşitli sorunlar yüzünden sosyal yaşama yeterli ölçüde katılamamaktadır. Engellilerin sosyal yaşama katılımını artırmaya yönelik çalışmaların bir parçası olarak turizm alanında da düzenlemeler yapılmaktadır (Yörük, 2003, s. 35). Yapılan bu yasal düzenlemeler, hem engellilerin toplumsal hayata uyum sağlamaları hem de turizm faaliyetlerine katılmaları açısından oldukça önemlidir (Çizel, Sönmez ve Akıncı, 2012, s. 21). Engelli turistlerin özel ihtiyaçlarına ilişkin sunulan olanaklara yönelik talep, artış göstermektedir. Bu talebin farkında olan turizm sektörü engelli turistleri de önemli bir tüketici grubu olarak algılamaya başlamıştır (Avrupa Birliği, 2003, s. 43). Turizm alt yapısını oluşturan ulaşım, konaklama ve diğer öğelerin engelli insanlar tarafından kullanılabilir şekilde planlanması, artık engelli insanların turizmde bir potansiyel oluşturduğunun kanıtıdır (Türkiye Sağlık Vakfı ve Sağlık Turizmi Derneği, 2010, s. 42). Tüm bu gelişmelere ve erişilebilir turizm için farkındalık oluşturulması çabalarına rağmen engellilere yönelik konaklama imkânları hâlâ oldukça sınırlıdır (Atak, 2008, s. 4). Engelli insanların istihdam, seyahat, turizm, alış-veriş, boş zaman uğraşları gibi yaşamın birçok kesitinde yer alabileceği düşüncesi çok az ilgi görmüştür. Bu nedenle de turizm altyapısını oluşturan ulaşım, konaklama ve diğer öğelerin engelli insanlar tarafından kullanımı oldukça zayıftır (Artar ve Karabacakoğlu, 2003, s. 1). Uluslararası sözleşmeler ile engelli insanların turizm faaliyetlerine katılımı için gerekli koşullar yasal düzenlemelerle iyileştirilmiş olsa da uygulamada ülkelere büyük görevler düşmektedir.

Aşağıdaki bölümde; erişilebilir turizm ile ilgili birtakım kavramlar açıklanmıştır. Daha sonra ENAT ve Türkiye’nin erişilebilir turizme yönelik otel işletmelerini kapsayan düzenlemelerinden bahsedilmiştir.

ERİŞİLEBİLİR TURİZM İLE İLGİLİ BAZI KAVRAMLAR

Çalışmanın bu bölümünde turizm, otel, engelli, erişilebilirlik, erişilebilir turizm kavramlarının tanımları yapılmış ve bu kavramlarla ilgili açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir.

Dünya Turizm Örgütü (DTÖ)’ne göre turizm; insanların farklı ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sürekli ikamet ettikleri yerlerin dışına yolculuklarını ifade eden ekonomik faaliyetlerdir. Turizm seyahat, konaklama, yeme-içme, eğlence, alış-veriş gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Bu faaliyetler içerisinde konaklama işletmeleri sundukları hizmet

nedeniyle daha özellikli yapılardır. Konaklama işletmeleri içerisinde ise özellikle oteller sınıflandırılması ve büyüklükleri bakımından önem kazanmaktadır.

Otel, yolcuların geçici olarak konaklama yapmak için kullandıkları dinlenme ve eğlenmeye yönelik yapıdır. Toplumun %10-%19 kısmını oluşturan engelli insanlar da tatil veya iş seyahatlerini bu konaklama yapılarında geçirmektedirler (Pehlivanoğlu, 2012a, s. 6). Engelli insanların turizm faaliyetlerine katılabilmesi için turizm işletmelerinin, onların özel ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

07.07.2005 tarihinde 25868 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren 5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanunun, 1.Bölüm, 3.Maddesinin (C) bencine göre, “Engelli; fiziksel, zihinsel, ruhsal ve duysal yetilerinde çeşitli düzeyde kayıplarından dolayı topluma diğer bireyler ile birlikte eşit koşullarda tam ve etkin katılımını kısıtlayan tutum ve çevre koşullarından etkilenen bireydir.”

Aynı kanunun aynı maddesinin (F) bendine göre, “Erişilebilirlik; binaların, açık alanların, ulaşım ve bilgilendirme hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojisinin, engelliler tarafından güvenli ve bağımsız olarak ulaşılabilir ve kullanılabilir olmasını ifade eder.” Erişilebilirlik, yaşamın tüm alanlarındaki hak ve hizmetlere ulaşabilmek ve bunlardan yararlanabilmek anlamına gelmektedir (Alsancak, Tomruk, Çatana, Türkeul ve Dolamaç, 2013, s. 33). Avrupa Erişilebilirlik Konsepti’ne (1996) göre erişilebilirlik, çevre düzenlemesinin temel özellikleridir. Binaların, alışveriş alanlarının, tiyatroların, parkların, kamusal alanların, işyerlerinin, kısaca tüm yapıların giriş, çıkış ve kullanılabilirliğini ifade eder. Erişilebilirlik; çevreyi, insanların sosyal ve ekonomik aktivitelere katılımına izin verecek şekilde düzenlemedir (ENAT, 2007a, s. 8).

Sosyal olduğu kadar büyük bir ekonomik potansiyeli olan erişilebilir turizm, günümüzde pozitif de olsa her türlü ayrımcılığı çağrıştırmamak için Avrupa genelinde “Herkes İçin Turizm (Tourism for All)” adı altında faaliyet göstermektedir. Turizm alanında yapılacak bu yöndeki tüm düzenlemeler de “Herkes İçin Düzenleme” başlığı altında incelenmektedir. Avrupa Erişilebilirlik Konsepti’ne (2003) göre herkes için düzenleme; yaşı, cinsiyeti, yeteneği, kültürel altyapısı ne olursa olsun, ürün ve hizmetlere mümkün olduğu kadar çok ulaşılması amacıyla çevreye yapılan müdahalelerdir (ENAT, 2007a, s. 8). Engelli insanların karşılaştığı pek çok bariyer önlenebilir ve bu insanların mücadele etmek zorunda oldukları dezavantajların üstesinden gelinebilir (Dünya Bankası, 2011, s. 10). Böylece engelli insanların topluma, sosyal hayata, turizm faaliyetlerine katılmaları olanak bulur.

Erişilebilir turizm, kısıdı olan bireylerin seyahatleri ile ilgili faaliyetleri gerçekleştirirken ıstırap çekmemeleri, aksine keyif almaları ve özgür olmaları ile ilgilidir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 262). Erişilebilir turizmden söz edebilmek için turizm endüstrisinin herkes için ulaşılabilir olması gerekir (ENAT, 2007a, s. 5). Herkes için erişilebilir turizm; insanların engelli olsun ya da olmasın istedikleri ülke içinde ya da diğer ülkelere seyahat edebilmesidir (ENAT, 2007a, s. 8). Erişilebilirlik, otelle ilgili tüm imkânlardan faydalanmak üzere bireylerin önünde bir engel olmamasını ifade etmektedir (Pehlivanoğlu, 2012b, s.

28).Erişilebilir turizm olgusu, engelli insanların turizm faaliyetinden kolayca yararlanabilmelerine yönelik oluşturulmuş, sosyal sorumluluk gözeten bir turizm türüdür. Bunun için de turizm işletmelerinin bu duruma kendi özverileri ile ya da yasal yaptırımlar ile uyum sağlaması gerekir (Yenişehirlioğlu, 2013, s.49-50).

Turizm sektöründe yaşlı ve engelli pazarı, gelişmekte olan önemli bir pazar konumuna gelmiştir. Dinlenmek, eğlenmek ve gezip-görmek amacıyla seyahate katılmak engelli insanların da en doğal hakkıdır. Bu hakkın etkin kullanılabilmesinin ön koşulu ise yeterli altyapı ile turizm sektöründe hizmet sunanların yeterlilikleridir (Yaylı ve Öztürk, 2006, s. 87). Turizm talebi içerisinde bulunan engelli insanların, ihtiyaç duydukları temel donanımların turistik tesislerde bulunmayışı ise onların turizm faaliyetlerinden faydalanmalarının önüne geçmektedir (Çizel ve diğerleri 2012, s. 8).Engelli insanlar, konutlarından başlayarak tüm mekânlarda, bunlara ulaşım ve konaklamaları sürecinde tasarımdan kaynaklanan birçok sorunla karşılaşmaktadır (Şahin ve Erkal, 2012, s. 1). Bu sorunların çözümlenebilmesi için mekânların ergonomik ve ayrıntıları düşünülmüş olarak tasarlanması gerekmektedir. Dünya genelinde, engelli insanların hareket kısıtlarını en aza indirmeye ya da tamamen ortadan kaldırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştiren birçok örgüt vardır. Bu örgütler, bireyin hem günlük yaşamını kolaylaştırmayı hem de sosyal hayata katılımını teşvik etmeyi amaç edinmiştir (Tozlu, 2012, s. 15). Avrupa’da da ENAT erişilebilir turizmin gerçekleştirilmesi ve yaygınlaşması amacıyla kurulmuş bir dernektir.

Aşağıdaki bölümde öncelikle Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı olarak bilinen ENAT hakkında genel bilgi verilerek dernek tanıtılmış, daha sonra ENAT’ın çalışmalarına ve raporlarındaki erişilebilir turizm için otel işletmelerine yönelik düzenlemelerine yer verilmiştir. Sonrasında ise Türkiye’de erişilebilir turizm için otel işletmelerine yönelik düzenlemelerden bahsedilmiştir.

ENAT NEDİR?

Resmi İnternet sitesindeki bilgilere göre ENAT; altı AB devletinden (İspanya, İsveç, Yunanistan, Belçika, Avusturya, İrlanda) dokuz sponsor desteği (Turism för alla-Tourism for All Sweden, EWORX S.A. Athens Greece, Fundación ONCE Madrid Spain, Enter vzw,Flemish Expert Centre on Accessibility Belgium, ANLH-Association National pour le Logement des personnes Handicapées asbl Bruxelles Belgium, WRC-Work Research Centre Dublin Ireland, BFT-Pro worker IBFT Vienna Austria, ANAΠHPIA TΩPA-Disability Now Thessaloniki and Athens Greece, Europe for All-venue accessibility information), ile proje tabanlı bir girişim olarak Ocak 2006 tarihinde kurulmuştur. Ayrıca Destination Pour Tours for All ve Freedom of Moviment for All dernekleri ENAT’ın destekçileridir. WTO (Dünya Turizm Örgütü), ITS (Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü), Design for All Foundation (Herkes için Düzenleme Fonu), GAATES (Küresel Erişilebilir Teknoloji ve Çevre Birliği), Rolling Rains Report, Sustainable Travel International (Uluslararası Sürdürülebilir Seyahat) ENAT’ın onursal üyesidir. Avrupa Komisyonu, ENAT’ta gözlemci statüsünde örgüttür.

Avrupa Komisyonu ENAT'a ilk iki yıl için finansal destek sağlamıştır. 2008 yılında Brüksel Ticaret Mahkemesi tarafından "Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı" olarak tescil edilmiştir. ENAT kurucu ortaklardan ve diğer öncü erişilebilir turizm kuruluşlarından oluşan uluslararası bir yönetim kurulu tarafından yönetilir.

ENAT, erişilebilir turizmin inceleme, teşvik ve uygulamalarında önde gelen olmayı hedefleyen işletmeleri ve kuruluşları destekleyen, kâr amacı gütmeyen uluslararası bir dernektir. Avrupa'da turizmi, herkes için erişilebilir yapmak hedefiyle beraber çalışmayı amaç edinmiştir. Üyelerini, erişilebilir turizmin teknik, ekonomik, sosyal, yasal ve kültürel yönleri hakkında bilgilendirerek desteklemektedir. ENAT, turizm tedarikçileri ve uzmanları ağıyla, kişi ve kuruluşları, uzmanlıklarını paylaşmak, birbirinden öğrenmek, ortaklıklar kurmak, yeni çözümler oluşturmak için bir araya getirmektedir. Erişimi yükseltme, tüm müşteriler için kaliteli turizmi hedefleyenlerin yeni iş fırsatları elde etmesinin bir aracıdır (ENAT Tanıtım Broşürü).

ENAT'ın Misyonu ve Amaçları

ENAT'ın misyonu; Avrupa turizm merkezleri, ürün ve hizmetlerini tüm ziyaretçiler için erişilebilir duruma getirmek ve erişilebilir turizmi dünya genelinde teşvik etmektir. ENAT, misyonuna bağlı olarak aşağıdaki amaçları belirlemiştir.

- Sektörün önde gelenlerini bir araya getirerek onların deneyimlerini paylaşmalarını, birbirlerinden bir şeyler öğrenmelerini ve aralarındaki işbirliğini geliştirmelerini amaçlar.
- Avrupa çapında seyahat ve turizmin her alanına erişilebilirlik için daha geniş bir farkındalık ve anlayış oluşmasını teşvik eder.
- Erişilebilir turizm ile ilgili iyi politika ve uygulamaların geliştirilmesini, yaygınlaştırılmasını destekler.
- Avrupa'da turizm alanında erişilebilirliği sağlamak için çalışır.
- Turizm sektöründe doğrudan erişilebilir turizmi destekleyen ulusal kurum ve kuruluşlara seslerini duyurabilecekleri bir platform sağlar.

ENAT'ın Tüzüğü ve ENAT'a Üyelik

ENAT tüzüğü, kâr amacı gütmeyen dernek yönetimi kurallarından oluşur. Bu kurallar 14 Şubat 2008'de ENAT kurucu üyeleri tarafından, Belçika'nın kâr amacı gütmeyen dernekler mevzuatına uygun olarak yazılmıştır.

ENAT, erişilebilir turizm standartlarının yükseltilmesine yardım etme amacıyla, dünyanın her yerinden üye kabul eder. Seyahat ve turizm endüstrisinden kamu sektörüne, profesyonellere ve sivil toplum kuruluşlarına kadar geniş bir yelpazeye hitap etmektedir. Bunun birlikte bireysel üyelere de açıktır. Tüm üyeler ENAT bilgi ve hizmetlerinden yararlanabilirler. ENAT birlik üyeleri ve tam üyelerden oluşur. İki tip üye için de hizmetler aynıdır ama tam üyeler oy hakkına sahiptir ve yönetim kuruluna katılabilirler. Birlik üyeleri katılım için erişilebilir turizm siciline sahip olmak zorunda ya da erişilebilirlik standartlarını göstermek zorunda değildir. Birlik üyeleri; ENAT yönetimine, yeterliliklerini

ve faaliyetlerini detaylı bir şekilde anlatan yazılı başvuru yaparak tam üye olabilirler. Tüm üyelere, kendi faaliyet alanlarında erişilebilir turizmi desteklemek için tam anlamıyla çalışması beklenmektedir. Üyelik ücreti 25 Avro ile 300 Avro arasında değişmektedir.

ENAT'a Tam Üye olan Kuruluşlar ve Ülkeleri (Mayıs 2013)

ENAT'ın tam üyesi olan kuruluşlar: Accessible Portugal-Portekiz, Access Sweden-İsveç, ANLH asbl.-Belçika, COIN Soc., Coop. Sociale Integrata-İtalya, Disability NOW-Yunanistan, ENTER vzw.-Belçika, EWORX S.A.-Yunanistan, Fundacion ONCE-İspanya, IBFT-Infoplattform Barrierefreier Tourismus-Avusturya, Istituto Italiano per il Turismo per Tutti-İtalya, IVOR AMBROSE Technical Services-Yunanistan, Neurological Institute Carlo Besta IRCCS Foundation-İtalya, PREDIF (Plataforma Representativa Estatal de Dicapacitados Fisicos)- İspanya, Red Estable-İspanya, Tourism for All-İngiltere, TURSAB-The Association of Turkish Travel Agencies-Türkiye, V4A-Village for All-İtalya, Work Research Centre-İrlanda.

ENAT ulusal koordinatörlüğü bulunan ülkeler: Belçika, İspanya, İsveç, İrlanda, Yunanistan ve Avusturya; iletişim ofisi bulunan ülkeler: Çek Cumhuriyeti, İtalya, Hollanda, Portekiz, Polonya, Türkiye'dir. ENAT'ın Avrupa Dışındaki Temsilcilikleri ise Libya ve Suudi Arabistan (Orta Doğu ve Kuzey Afrika Bölgesi Temsilciliği)'dadır.

ENAT'ın Erişilebilir Turizm İçin Otel İşletmelerine Yönelik Düzenlemeleri

Avrupa genelinde ENAT'ın, erişilebilir turizm uygulamalarında etkili olduğu bilinmektedir. ENAT'ın 2007 yılında yayınladığı "Avrupa'da Ulaşılabilir Turizm İçin İmkân ve Hizmetler" konulu raporunda bina ve çevre ile ilgili yapılması gereken düzenlemeler belirtilmiş ve erişilebilir tesisler için bir kontrol listesi sunulmuştur. Herkes için turizm olanaklarını sağlamanın temel koşullarından birisi fiziksel erişilebilirliğe sahip çevre ve binalardır. Binaların ve fiziksel altyapının tasarımı veya yenilenmesinde hangi erişilebilirlik faktörlerinin dikkate alınması gerektiği ulusal ve uluslararası yasalarla belirtilmiştir (ENAT, 2007b, s. 23-24).

Aşağıdaki "Fiziksel Erişilebilirlik Kontrol Listesi" engelli insanlar için tesislerin erişilebilirliğini sağlamaya yöneliktir. Kontrol listesinde bulunan dış alan, iç ulaşım yolları, yeme-içme üniteleri, tuvalet ve banyo, yatak odaları, genel alan düzenlemeleri, tasarım özellikleri gibi fiziksel erişim ile ilgili bazı genel noktalar aşağıda verilmiştir:

Dış Alanların Düzenlemesi

- Park alanları engelliler için açıkça belirlenmelidir.
- Motorlu araç, yolcu indirme-bindirme noktaları ön girişte ya da yakınında olmalıdır.
- Giriş yolları düz ve basamaksız bir yüzeye sahip olmalıdır.
- Gerekli yerlerde basamaklara alternatif olarak rampa ve korkuluk bulunmalıdır.
- Giriş kapıları ve basamak erişimleri yağmurdan korunmalı ve iyi aydınlatılmış olmalıdır.
- Dokunsal ve yüksek kontrastlı yön işaretleri bulunmalıdır.

İç Ulaşım Yollarının Düzenlemesi

- Kapı kollarına ulaşım ve kapıların açılması-kapanması kolay veya otomatik olmalıdır.
- Gerekli yerlerde basamaklara alternatif olarak rampa ve korkuluk bulunmalıdır.
- Kapılar geniş olmalı ve geçit, koridor, yemek masaları arasında geçmeye elverişli boşluklar bulunmalıdır.
- Odalar, toplantı salonları, giriş holleri, vb. alanlarda dönüş yerleri bulunmalıdır.
- Yeterli genişlikte asansörler, dokunmatik düğmeler ile görsel ve sesli kat uyarıları olmalıdır.
- Net, anlaşılır, genel, uyarıcı, erişilebilir alanları ve bunların özelliklerini gösteren tabelalar bulunmalıdır.
- Dokunsal ve yüksek kontrastlı yön işaretleri bulunmalıdır.

Yeme-İçme Ünitelerinin Düzenlemesi

- Büfe yüksekliği 85-90 cm olmalıdır.
- Fincan ve bardaklar tekerlekli sandalye erişimine uygun olmalıdır.

Tuvalet ve Banyoların Düzenlemesi

- Tuvalet, banyo ve duş yanında destek korkuluklar bulunmalıdır.
- Tuvalet yanında hareket için yeterli alan bulunmalıdır.
- Basamaksız, tekerlekli sandalye girişine uygun duş ve kaymaz zemin yüzeyli banyo bulunmalıdır.

Yatak Odalarının Düzenlemesi

- Yatak yanında sehpa üzerinde telefon ve TV kumandası bulunmalıdır.
- Sırt ve bacaklar için yüksekliği ayarlanabilir yatak bulunmalıdır.
- Yatak etrafında geçiş ve rahat hareket için yeterli boş alan bulunmalıdır.
- Kapisız veya sürgülü gardirop bulunmalıdır.
- Askı yüksekliği 120 cm olmalıdır.
- Gardirop rafları tekerlekli sandalyeden ulaşılabilir yükseklikte olmalıdır.
- Elektrik prizleri tekerlekli sandalyeden ulaşılabilir yükseklikte olmalıdır.
- Tekerlekli sandalye erişimine uygun masa bulunmalıdır.

Genel Alanların Düzenlemesi

- Parlama ve yansıtma olmadan yeterli aydınlatma olmalıdır.
- Cam kapılar ve geniş pencereler kontrast uyarı işareti veya desenleri ile işaretlenmiş olmalıdır.
- Kolay kullanımlı pencere sabitleme, sıcaklık kontrol mekanizması, vb. teçhizat mevcut olmalıdır.
- Sigara içilmez kuralı olmalı ya da sigara içilmeyen alanlar bulunmalıdır. (Resepsiyon, lobi, toplantı salonu, bar, restoran, vb.)
- Müşteri odalarında antialerjik yataklar ve temizlik malzemeleri bulunmalıdır.

Tasarım Özellikleri

- Görme bozukluğu olan kişiler için dokunsal/kontrast tabelalar bulunmalıdır.
- Çocuklar, konuşamayanlar, duyma problemi, öğrenme güçlüğü olan kişiler için yönlerini kolayca bulmalarını sağlayacak renkli ve simgeler içeren tabelalar bulunmalıdır.
- Asansör ve yakınında temizlik, ulaştırma personeli veya teknik personel bulunmalıdır.

Dünya'nın tüm bölgelerinde, erişim ihtiyaçları ve erişim hükümleri arasında hâlâ büyük bir uçurum vardır. Engelli insanlar, turistik yerlerde, konaklama işletmelerinde, her tür mekân ve cazibe merkezinde bilgi, hizmet ve ulaşım erişimde zorluklarla karşılaşmaktadır (ENAT Tanıtım Broşürü). Bu sorun ve zorlukların ortadan kaldırılması için gerek sivil gerekse resmi alanda çalışmalar devam etmektedir. Dünya'daki birçok ülke gibi Türkiye'de de erişilebilir turizm için yasal düzenlemeler gerçekleştirilmektedir. Aşağıdaki bölümde Türkiye'de erişilebilir turizm için otel işletmelerine yönelik düzenlemelere yer verilmiştir.

Türkiye'de Erişilebilir Turizm İçin Otel İşletmelerine Yönelik Düzenlemeler

Türkiye; engelli insanları topluma kazandırmak, onların karşılaştıkları fiziksel, ekonomik, sosyal sorunları ortadan kaldırmak için ulusal birtakım yasal düzenlemeler yapmış ve uluslararası yasal düzenlemelere imza atmıştır. Engellilere ilişkin olarak “1982 T.C. Anayasası”ndan başlamak üzere çeşitli kanunlarda özel düzenlemeler yer almaktadır. Engelliler ile ilgili Türkiye'deki yasal düzenlemelerden en önemlisi ise; 1/7/2005 tarihinde 5378 numaralı “Engelliler Hakkında Kanun”un çıkarılmasıdır. Bu kanunun Birinci Bölüm Genel Esaslar 4. maddesi (D) bendine göre; “Engellilerin bağımsız yaşayabilmeleri, topluma tam ve etkin katılımları için erişilebilirliğin sağlanması esastır.” Aynı kanunun 9464-2 7. maddesi Erişilebilirlik başlığında; “Yapılı çevrede engellilerin erişilebilirliğinin sağlanması için planlama, tasarım, inşaat, imalat, ruhsatlandırma ve denetleme süreçlerinde erişilebilirlik standartlarına uygunluk sağlanır.” denmektedir.

12.03.1982 tarih 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 37. maddesinin (A) bendinin (2) numaralı alt bendi hükmü uyarınca hazırlanmış, “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”, 21.06.2005 tarih ve 25852 sayı ile Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmeliğin Dördüncü Kısım Tesis Türlerinin Birinci Bölümü Asli Konaklama Tesisleri başlığının, 18. maddesinde Asli Konaklama Tesislerinin Genel Niteliklerinin (C) bendinde bedensel özürlüler için düzenlemelere yer verilmiştir. Bu bentteki düzenlemelere göre; “Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme- içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel özürlülerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılır. Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir.”

Aynı yönetmeliğin 55. maddesinin (D) bendine dayanılarak “Konaklama İşletmeleri Sınıflandırma Çalışmalarına İlişkin Değerlendirme Formlarının Hazırlanmasına ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğ” 07/08/2009 tarihli ve 27312 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu tebliğde konaklama işletmelerinin taşıması gereken niteliklerin yanında engellilere yönelik yapılması gereken düzenlemeler yer almaktadır. Bu sınıflandırma formunda yer alan kriterlerin her birinin bir puan karşılığı bulunmaktadır. Tesislerin tür ve sınıflarının belirlenmesinde, bu formdan elde ettikleri puanlar dikkate alınmaktadır. Bu formun uygulama esaslarında; bedensel engelliler için tesis girişinin, asansörün, yatak odasının ve banyonun düzenlemesi kriterleri yerine getirildiği takdirde diğer bedensel engelli kriterlerinin değerlendirmeye alınacağı belirtilmiştir. Formda bedensel engelli düzenlemesi için yedi temel ve bir alt madde oluşturulmuş, tüm maddeler 2 puan üzerinden değerlendirilmiştir. Bu maddeler şunlardır:

- Tesis girişinde bedensel engelliler için düzenleme
- Müşteri kullanımına açık bahçede bedensel engelliler için yapılan düzenleme
- Asansörde bedensel engelliler için düzenleme
- Kapılar üzerinde bedensel engellilere ait olduğu belirtilen lavabo ve tuvalet düzenlemesi (Genel tuvaletlerin dışında ayrı bir mahalde bay-bayan ortak kullanım olarak düzenlenmesi halinde 2 puan ilave edilir.)
- Bedensel engelliler için yatak odası düzenlemesi
- Bedensel engelliler için düzenlenen oda banyoları
- Giriş ünitesi, oturma salonu, lokanta, yüzme havuzu, gece kulübü v.b. ünitelerden en az 3 adedinin bedensel engellilerin ulaşımına ve kullanımına uygun düzenlenmesi

26.06.2011 tarih ve 27976 sayılı tebliğ no ile yayınlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair 2011/1 Nolu Tebliğ” Yedinci Bölüm bedensel engelliler düzenlemelerine ilişkin esasların 20. maddesinde; bedensel engelliler için tesis bahçe ve girişi, resepsiyon, genel tuvaletler, yatak odaları, asansör, yeme-içme ünitelerinde yapılacak düzenlemeler detaylı olarak belirtilmiştir. Bu tebliğe göre yukarıda adı geçen yönetmeliğin 18. maddesinin 1. fıkrasının (C) bendi hükmü uyarınca bedensel engelliler için yapılacak düzenlemeler aşağıdaki şekildedir:

Dış Alanların Düzenlenmesi

- Tesis bahçe ve girişinde farklı seviyedeki yerler bedensel engelli dolaşımına uygun olarak düzenlenir.
- Tesis giriş kapısı temiz genişliği en az 90 cm olmalıdır.
- Resepsiyonda tekerlekli sandalye erişimine izin verecek şekilde tasarlanmış en fazla 90 cm yüksekliğinde banko düzenlemesi yapılmalıdır.

İç Ulaşım Yollarının Düzenlemesi

- Asansör kapısı fotoselli olmalıdır. Kapı açılıp kapanma aralığı 5 saniyeden kısa olmamalıdır.
- Asansör kumanda düğmeleri zemin döşemesinden 90-120 cm yükseklikte ve tekerlekli sandalye yaklaşmasına izin verecek konumda yer almalıdır.
- Asansör kabini içinde zemin döşemesinden yaklaşık 85 cm yüksekliğinde yerleştirilmiş kesintisiz tutunma barları sağlanmalıdır.
- Kabin içi, halı kaplı olmamalıdır.

Yeme-İçme Ünitelerinin Düzenlemesi

- Giriş kısmından yeme-içme ünitelerine engelsiz erişim sağlanmalıdır.
- Masaların ve tezgâhların altında 70 cm yüksekliğinde ve en az 50 cm genişliğinde diz boşluğu bırakılmalıdır. Masaların arasında bırakılacak geçişler en az 90 cm olmalıdır.
- Zemin kaygan olmamalı, kalın, yumuşak ve tutan halı kullanılmamalıdır.

Tuvalet ve Banyoların Düzenlemesi

- Kapı genişliği en az 85 cm olmalıdır. Eşik yapılmaması tavsiye edilmekle birlikte yapılması halinde en fazla 1,5 cm yükseklikte ve pahlı olarak yapılmalıdır.
- Klozet, lavabo, sifon, batarya gibi donatılar bedensel engellinin kullanabileceği şekilde düzenlenmelidir. Klozet etrafına, bitmiş döşemeden 85-95 cm yükseklikte olacak şekilde tutunma barları yerleştirilmelidir.
- Aynalar göz hizasında veya inip çıkan ayarlı veya öne doğru 10-15 derece eğik olmalıdır. Aynaların alt kenarı, bitmiş döşemeden en fazla 100 cm yükseklikte olmalıdır.
- Tekerlekli sandalyenin tam bir dönüş yapmasına imkân sağlayacak 150 cm çapında bir daire kadar alan sağlanmalı ve zemini kaygan olmayan malzeme ile kaplanmalıdır.
- Sabunluk, havluluk ve kağıtlık gibi aksesuarlar bitmiş döşemeden 50-120 cm yüksekliğe monte edilmelidir.
- Oda banyolarında; genel tuvaletlerde yapılan düzenlemelere ilave olarak bedensel engelli kullanımına uygun şekilde küvet veya duş düzenlemesi yapılır. Bu bölümlerde oturma yeri ile uygun yerlerde tutunma bantları sağlanır. Banyo kapısı açılımı rahat hareket imkânı verecek şekilde düzenlenir. Eşik yapılmaması tavsiye edilmekle birlikte yapılması halinde en fazla 1,5 cm yükseklikte ve pahlı olarak yapılır. Resepsiyonla bağlantılı alarm sistemi veya telefon bulunur.

Yatak Odalarının Düzenlemesi

- Odalar, bedensel engellilerin rahatça hareket edip odayı kullanabileceği şekilde, uygun büyüklük ve konumdaki eşyalarla tefriş ve dekore edilmeli, dengesiz duran, sivri köşeli eşyalar bulundurulmamalıdır.
- Oda giriş kapısı genişliği en az 85 cm olmalıdır.
- Zemini kaygan olmamalı, kalın, yumuşak, tutan halı kullanılmamalıdır.
- Dolap kapıları sürgülü olmalı ve askı yüksekliği en fazla 140 cm olacak şekilde düzenlenmelidir.
- Elektrik düğme ve prizleri zemin döşemesinden en fazla 120 cm, en az 40 cm yükseklikte olacak şekilde düzenlenmelidir.
- Yatak başucunda merkezi aydınlatma düğmesi bulunmalıdır.
- Oda düzenlemeleri için öngörülen %1 oranının değerlendirilmesinde kusurlar dikkate alınmaz.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünün 27.06.2011 tarih, 34999 sayılı, “Engelsiz Turizm Konulu 2011/8 Genelge”sinde; “Bütün dünyada, engellilerin toplumsal hayatın tüm alanlarına eşit şartlarda katılabilmesi fikri hızla yaygınlaşırken, farklı insanlık durumları için evrensel boyutlarda tasarlanmış, ulaşılabilir yapıları bir çevre, herkes için seyahati ve turizmi mümkün kılacak çağdaş bir yaklaşım olacaktır. Yapılı çevrenin düzenlenmesinde birinci derecede görevli olan merkezi yönetim kurumları ile yerel yönetimlerin yanında özel sektöre de önemli sorumluluklar düşmektedir.” şeklinde bağlayıcı yasal düzenlemelere yer verilmiştir.

Türkiye, erişilebilirlikle ilgili uluslararası alanda kabul görmüş mevzuatları da onaylamıştır. Birleşmiş Milletlerin (BM) hazırladığı Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme Türkiye Cumhuriyeti adına 30/03/2007 tarihinde New York’ta imzalanmış, 5825 kanun numarası ile 03/12/2008’de kabul edilmiş ve 18/12/2008 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinin 1187. Bakan Yardımcıları toplantısında üye devletlere yönelik 11/12/2013 tarihli tavsiye kararı; engelli bireylerin kültür, spor, turizm ve boş zaman etkinliklerine tam, eşit ve etkin katılımının sağlanmasına yöneliktir. Üye devletlerin hükümetlerinin, ulusal, uluslararası ve yerel yapıların özellikleri ve ilgili yükümlülükleri doğrultusunda erişilebilirlik için alınan kararları hayata geçirmelerini tavsiye etmektedir. Bu kararda; engelli insanların kültür, turizm ve eğlence faaliyetlerine katılımlarının sağlanması, kültür, spor, turizm ve eğlence alanlarının evrensel tasarım/ herkes için tasarım ilkesi ile engelli insanlar için erişilebilir olmasının sağlanması, hizmet sağlayıcılar ve kuruluşlarda görevli personel için engellilik konularında sürekli mesleki eğitimi sunulması, yasal düzenlemeler oluşturularak bunların etkin biçimde uygulanması konularına değilmiştir.

Görülmektedir ki Türkiye hem ulusal hem de uluslararası yasalarla erişilebilir turizm için düzenlemeler yapmaktadır. Bu düzenlemeler sayesinde engelli insanların turizm faaliyetlerine katılmaları ve böylece sosyal hayatta daha çok yer almaları amaçlanmaktadır. Bu konuda alınan her kararın ve uygulamanın erişilebilirlik için büyük önem taşıdığı

unutulmamalıdır. Bu nedenle yasaların azami düzeyde yerine getirilmesine önem verilmelidir.

Aşağıda, çalışmada değinilen ENAT ve Türkiye'deki erişilebilir turizm için yapılmış düzenlemeler, sonuç başlığı altında özetlenmiştir. Bu düzenlemelerdeki aynılık ve farklılıklardan bahsedilmiş ve erişilebilir turizm için neler yapılabileceği konusunda önerilerde bulunulmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada literatür taraması yapılarak, öncelikle turizm, otel işletmeleri, engelli, erişilebilirlik ve erişilebilir turizm kavramları açıklanmıştır. Sonraki bölümde Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen ENAT derneği hakkında bilgi verilmiştir. ENAT'ın çalışmalarından ve yayınladığı raporlardaki erişilebilir turizm için otel işletmelerine yönelik düzenlemelerinden bahsedilmiştir. Daha sonra Türkiye'de erişilebilir turizm için otel işletmelerini kapsayan düzenlemelere değinilmiş ve bu konudaki yasal çalışmalara yer verilmiştir. Bu bölümde ise ENAT ile Türkiye'nin erişilebilir turizme yönelik otel işletmelerini kapsayan düzenlemeleri karşılaştırılmış ve erişilebilir turizmin gelişimi için öneriler sunulmuştur.

Avrupa'da ve Türkiye'de 2000'li yıllar ile engelli insanlar için yapılan yasaların hız ve işlerlik kazandığı ve bu konuda toplumsal bilinç uyandırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Çalışmaya konu olan ENAT, 2006 yılında kurulmuştur. ENAT; Avrupa'da erişilebilir turizm için beraber çalışmayı amaç edinmiştir (ENAT Tanıtım Broşürü). Bunun için, erişilebilir turizmle ilgili raporlar yayınlamakta ve bu raporlarda alınan kararların Avrupa genelinde uygulanmasına katkı sağlamaktadır. Avrupa'da, erişilebilir turizm konusunda yasal çalışmalara ve ENAT'ın öncülüğünde alınan kararların uygulanmasına önem verilmektedir. Türkiye'nin de AB'ye aday ülke olarak, AB'nin erişilebilir turizm konusundaki yasal düzenlemelerini onayladığı görülmektedir. Ayrıca ENAT'ın Türkiye temsilciliği, ENAT'ın konuyla ilgili aldığı kararların Türkiye'de de uygulanması için çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'de engelliler ile ilgili yasal düzenlemelerin dayanağı 1982 T.C. Anayasasındaki eşitlik ilkesiyle başlamaktadır. Engelliler ile ilgili Türkiye'deki yasal düzenlemelerden en önemlisi ise; 01/07/2005 tarihinde 5378 numaralı "Engelliler Hakkında Kanun"un çıkarılmasıdır. Erişilebilir turizm için ise; 21/06/2005 tarihinde yayınlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Asli Konaklama Tesislerinin Genel Niteliklerinin (C) bendinde bedensel özürllüler için düzenlemelere yer verilmiştir. 07/08/2009 tarihinde yayınlanan "Oteller İçin Değerlendirme Formu"nda bedensel engellilere yönelik düzenlemeler için yedi temel ve bir alt madde oluşturulmuştur. Tüm maddeler 2 puan üzerinden değerlendirilmiş ve toplamda 16 puanlık kriterler belirlenmiştir. Bu formun tamamındaki maddelere göre 5 yıldızlı bir otel işletmesinin asgari 560 puan alması gerekmektedir. Bu durum, 5 yıldızlı bir otel işletmesinin sahip olması gereken niteliklerin, %3'ten daha az kısmının engellilere yönelik düzenlemeleri içerdiğini göstermektedir. Engelliler için yapılması gereken düzenlemelere

az puan tekabül etmektedir. Türkiye’de erişilebilir turizm için en kapsamlı düzenleme 26/06/2011 tarih yayınlanarak yürürlüğe giren “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair 2011/1 Nolu Tebliğ” ile yapılmıştır. Bu tebliğde bedensel engellilere ilişkin düzenlemeler detaylandırılmıştır.

Türkiye uluslararası alanda ise BM Engelli Hakları Sözleşmesi 30/03/2007 tarihinde onaylanmıştır. AB’de engellilere yönelik yasal düzenlemeler Türkiye tarafından da kabul edilmiştir. Türkiye’nin de onayladığı AB’nin yayınladığı erişilebilir turizm için en önemli yasal düzenlemelerden biri ise; Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinin 1187. Bakan Yardımcıları toplantısında üye devletlere yönelik 11/12/2013 tarihli tavsiye kararıdır. Bu karar; engelli bireylerin kültür, spor, turizm ve boş zaman etkinliklerine tam, eşit ve etkin katılımının sağlanmasına yöneliktir. Onaylanan ulusal ve uluslararası yasal düzenlemeler ile erişilebilir turizm için adımlar atılmıştır.

ENAT’ın kuruluş amacı erişilebilir turizm için çalışmaktır. Çalışmalarını sadece erişilebilir turizm alanında yaptığı için bu konuda daha detaylı düzenlemelere yer verdiği görülmektedir. Yaptığı bu düzenlemeleri de öncelikle Avrupa’da, AB’ye üye ülkelerde daha sonra ise diğer ülkelerde uygulamak için çaba göstermektedir. ENAT erişilebilir turizm için otel işletmelerine yönelik Fiziksel Erişilebilirlik Kontrol Listesi oluşturmuştur. ENAT’ın bu formunun, TC. Kültür ve Turizm Bakanlığının Otel İşletmeleri Değerlendirme Formu’ndan daha detaylı olduğu görülmektedir. Bu formların her ikisinde de otel işletmelerinde dış alanların, iç ulaşım yollarının ve kapıların tekerlekli sandalye kullanan kişilerin geçişine uygun genişlikte rampalı olması; asansörlerin yeterli genişlikte olması; yeme-içme ünitelerinin tekerlekli sandalye kullananlar için erişilebilir büfe ve masalardan oluşması; tuvalet ve banyoların yeterli genişlikte, tutunma barlı olması, bu alandaki donatıların bedensel engelli kişilerin kullanımına uygun olarak düzenlenmesi, kaymaz zeminli olması; yatak odalarının rahat hareket için uygun genişlikte olması, sürgülü dolap ve uygun boy askılık olması, elektrik prizlerinin tekerlekli sandalyeden erişime uygun olması gibi detaylara yer verilmiştir.

TC. Kültür ve Turizm Bakanlığının erişilebilir turizm ile ilgili çalışmalarında sadece bedensel engellilere yönelik düzenlemelere yer verdiği dikkat çekmektedir. Engelliler içinde bedensel engelliler grubu büyük çoğunluğu oluştursa da erişilebilir turizm için, görme, duyma, hareket engelli, öğrenme güçlüğü çeken bireyler de dikkate alınarak düzenlemeler yapılmalıdır. ENAT, yaşlı, hamile gibi hareket engeli olan kişiler ile görme, duyma engelli, öğrenme güçlüğü çeken tüm kişileri engelli grubuna dâhil etmekte ve düzenlemelerini de farklı engeli bulunan kişilere göre yapmaktadır. Erişilebilir turizm konusunda tam ve anlamlı çalışılması için sadece bedensel engeli bulunan kişiler değil, farklı engele sahip kişiler için de düzenleme yapılmasına önem verilmelidir. Avrupa’da ENAT’ın varlığı erişilebilir turizmin sağlanması açısından önemlidir. Öyle ki AB devletleri ENAT’ın aldığı kararlara imza atarak bu kararların yasal olarak uygulanması için çalışmaktadır. Türkiye’de de ENAT gibi hükümetler üzerinde etkili sivil toplum örgütleri oluşturulmalıdır. Engelli insanların farklı alanlarda seslerini duyurmalarına imkân

sağlanmalıdır.

Bu çalışmaya yönelik öneriler aşağıda sunulmuştur:

Erişilebilir turizm ile ilgili çalışmalar yapılırken engelli insanların görüşlerinin alması yarar sağlayacaktır. Bu konuda kurulmuş dernek ve sivil toplum örgütlerinden yardım alınarak engelli insanların istek ve ihtiyaçlarına uygun daha iyi, verimli düzenlemeler yapılabilir.

Engelli insanların sosyal ve manevi açıdan toplumda rahat yaşamalarını sağlamak için turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanması gerekmektedir. Böylece toplumun içinde daha çok yer alıp, sosyal faaliyette bulunmaları ve ruhsal açıdan da mutlu olmaları sağlanabilir.

Turizm faaliyeti sırasında, insanların en çok vakit geçirdiği turizm işletmesi olan konaklama işletmeleri, ulaşılabilir turizm konusunda hassas olunması gereken en önemli kısımdır. Kişilere konaklamanın yanında, yeme-içme, eğlence hizmetlerini de sunan, dolayısıyla turizm faaliyetinde bulunan kişiler için önemli bir seçim olan konaklama işletmelerinin ulaşılabilirliği artırılmalıdır. Turizm sektöründe yatırımcı olan ya da görev alan herkesin engelsiz turizm konusunda bilgilenmesi, bilinçlenmesi, önce yasal mevzuat çerçevesinde sonrasında ise kişinin kendi içinde ve çalıştığı işletmede bir farkındalık oluşturmaya beklenmelidir.

KAYNAKÇA

- Alsancak H., Tomruk H., Çatana N., Türkekul A. ve Dolamaç N. (2013). T.C. Emniyet Genel Müdürlüğü Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı. *Engelli Hakları Başucu Kitapçığı*.
- Artar, Y. ve Karabacakoglu, Ç. (2003). *Türkiye’de Engelliler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Konaklama Tesislerindeki Alt Yapı İmkânlarının Araştırılması*. Engellilerin Toplumsal Gelişimine Yönelik Proje, Dünya Engelliler Vakfı Engelsiz Turizm Raporu, Ankara.
- Atak, V. (2008). *Marmaris’teki Otel İşletmelerinin Bedensel Engelli Turizmine Bakışı* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi), Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Avrupa Birliği (AB) Turizm Mevzuatı Rehberi AB Bilgi Köprüleri Programı (2003).
- Çizel, B., Sönmez N. ve Akıncı, Z. (2012). Antalya’da Engelli Turizminin Gelişimi için Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma. Ankara: Yiğitler Grup Reklam.
- Dünya Bankası (2014). *Dünya Engellilik Raporu Yönetici Özeti*. [URL: <http://siteresources.worldbank.org/TURKEYINTURKISHEXTN/Resources/4556871328710754698/Yoneticiozeti.pdf>] (Erişim 13 Haziran 2013).
- ENAT (European Network for Accessible Tourism) (2014). ENAT Tanıtım Broşürü.
- ENAT (European Network for Accessible Tourism) (2014). [URL: <http://www.accessibletourism.org>] (Erişim 22 Temmuz 2014).

- ENAT (European Network for Accessible Tourism) (2007a). *Rights of Tourists with Disabilities in The European Union Framework-* Avrupa Birliği (AB) Çerçevesinde Engelli Turistlerin Hakları.
- ENAT (European Network for Accessible Tourism) (2007b). *Services and Facilities for Accessible Tourism in Europe-* Avrupa’da Ulaşılabilir Turizm için İmkân ve Hizmetler.
- Mülayim, A. ve Özşahin, B. (2010). Bedensel Engellilerin Konaklama Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir İnceleme. *Öz-Veri Dergisi*, Cilt: 7 - Sayı: 2, 1663-1684.
- Pehlivanoglu, B. (2012a). Turizm Yapılarında Engellilere Yönelik İç Mekân Tasarım Kriterleri. APGEM Engelsiz Turizm Sempozyumu, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Pehlivanoglu, B. (2012b). Konaklama Yapılarının Engellilere Yönelik Oda Düzenlemelerinin İrdelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, Cilt. 2 Sayı/No.4, 27-35.
- Şahin, H. ve Erkal, S. (2012). Ortopedik ve Görme Engelli Bireyler için Konaklama Tesislerinde Yapılması Gereken Düzenlemeler. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, Nisan, 1-13.
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2014). Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü. Kanunlar. **Engelliler Hakkında Kanun, Kanun Numarası: 5378Kabul Tarihi: 1/7/2005Yayımlandığı R.Gazete: Tarih: 7/7/2005 Sayı: 25868Yayımlandığı Düstur: Tertip: 5 Cilt: 44.** [URL: <http://www.eyh.gov.tr/tr/8180/2-2-Engelliler-Hakkında-Kanun>](Erişim 12 Haziran 2014).
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2014). Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, *Uluslararası Mevzuat Avrupa Birliği’nde Özürlülere Yönelik Yasal Düzenlemeler 11 Aralık 2013,Tavsiye Kararı,Engelli Bireylerin Kültür, Spor, Turizm ve Boş Zaman Etkinliklerine Tam, Eşit ve Etkin Katılımının Sağlanması Üzerine Üye Devletlere Yönelik Cm/Rec(2013)3 Sayılı Tavsiye Kararı* [URL:<http://www.eyh.gov.tr/tr/html/8396/1.1#oyhg1>] (Erişim 12 Haziran 2014).
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2014). Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü. *BM Engelli Hakları Sözleşmesi.* [URL: http://www.eyh.gov.tr/upload/Node/8137/files/bm_engellihaklarisozlesmesi.pdf] (Erişim 22 Temmuz 2014).
- T.C. Başbakanlık (2014). Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi e.mevzuat. 12.03.1982 tarih 2634 sayılı *Turizmi Teşvik Kanunu.* [URL:<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.aspx?MevzuatKod=1.5.2634&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=>] (Erişim 12 Haziran 2014).
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu (DDK) (2009). 2009/5 Sayılı Denetleme Raporu.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). *Sınıflandırma Çalışmalarına İlişkin Değerlendirme Formlarının Hazırlanmasına ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğ*, Resmi Gazete Tarihi: 07/08/2009 Resmi Gazete Sayısı: 27312. [http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14699/siniflandirma-calismalarina-iliskin-degerlendirme-forml-.html] (Erişim 14 Haziran 2014).

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*, Resmi Gazete Tarihi: 21.06.2005 Resmi Gazete Sayısı: 25852 [URL: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>] (Erişim 12 Haziran 2014).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliğ*, **Resmi Gazete Tarihi: 26/06/2011** **Resmi Gazete Sayısı: 27976** (Tebliğ No: 2011/1). [URL: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14718/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>] (Erişim 12 Haziran 2014).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü 27.06.2011 tarih 2011/8 Engelsiz Turizm Genelgesi.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2010). *Sağlık Turizmi Birimi Medikal Turizm Araştırması*.
- Tozlu, E. (2012). *Turizm Destinasyonlarında Engellilere Yönelik Ürünlerin Belirlenmesi* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Türkiye Sağlık Vakfı ve Sağlık Turizmi Derneği. Dünya’da ve Türkiye’de Sağlık Turizmi (2010) *Durum Tespit Raporu ve Çözüm Önerileri*. [URL: <http://www.ozelrastaneler.org.tr/images/Documents/sanal%20k%C3%BCt%C3%BCphane/D%C3%9CNYA%E2%80%99%20DA%20VE%20T%C3%9CRK%C4%B0YE%E2%80%99%20DE%20SA%C4%9ELIK%20TUR%C4%B0ZM%C4%B0-2010.pdf>] (Erişim 22 Temmuz 2014).
- Tüttüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 24, Sayı 2, Güz: 261-263.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1, Bahar: 87-97.
- Yenişehirlioğlu, E. (2013). *Engelli Turistlerin Konaklama İşletmelerinde Kabul Görme Düzeyine Yönelik Algılama ve Sorunlar: Karşılaştırmalı Nitel Bir Araştırma* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Yörük., Ü.K. (2003). *Turizm Yapılarının Tasarımında Özürlü Etmenin İrdelenmesi* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

ENGELLİ TURİZMİNE İLİŞKİN YASAL DÜZENLEMELER: TÜRKİYE İLE AVRUPA BİRLİĞİ MEVZUATLARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Bayram KANCA

*Öğr. Gör., Giresun Üniversitesi, Dereli Meslek Yüksekokulu
bayram.kanca@giresun.edu.tr*

Çağdaş ERTAŞ

*Arş. Gör., Şırnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
ertascagdas@hotmail.com*

ÖZET

Günümüzde dünya genelinde herhangi bir engeli olan 500 milyon kişi olduğu belirtilmektedir. Bu bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını teşvik etmek ve karşılaştıkları engelleri ortadan kaldırmak amacıyla birçok ülke yasal düzenlemeler yapmaktadır. Avrupa Engelsiz Turizm Ağı (ENAT)'nın sunmuş olduğu raporda Avrupa Birliği (AB) kapsamında bu tür yasal düzenlemeler ile ilgili pazara ilişkin önemli konulara dikkat çekilmiştir. Türkiye’de de engelli turizmine ilişkin çeşitli yasal düzenlemeler yapılmıştır. Fakat engelli turizmine ilişkin yapılan alan yazın incelemesinde, AB üyelik hedefi bulunan Türkiye’deki yasal düzenlemelerle AB’deki yasal düzenlemeleri doğrudan inceleyen herhangi bir araştırmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Bu eksiklikten dolayı yapılan bu araştırmada, Türkiye’de engelli turizmine ilişkin yapılan yasal düzenlemeleri AB’deki ilgili rapordikkate alınarak incelemek amaçlanmıştır. Dolayısıyla araştırma ikincil veriler dikkate alınarak yapılmıştır. Araştırma sonucunda, Avrupa Birliği ve üye ülkelerin kanunları ile Türkiye’de yürürlükte olan kanun, yönetmelik ve genelgeler incelendiğinde, Türkiye’de hukuki açıdan engellilerin turizme katılımı konusunda “eşitlik” ve “ayrımcılığa uğramama” düzeyinde bir eksiklik bulunamamıştır. En dikkat çekici eksiklikler ise; “Turizm Tesisleri Yönetmeliği”nde yer alan engelliler ile ilgili düzenlemelerin sadece “ortopedik engelli” kişilere yönelik olması, seyahat acenteleri ile ilgili düzenlemenin bulunmaması ve ulaşım sektöründe özellikle demiryolu ve denizyolu yolcu taşımacılığında engellilere yönelik düzenlemenin bulunmamasıdır. Araştırma, özellikle kamu otoriteleri ile turizm paydaşlarına yönelik bir dizi öneriyle son bulmaktadır.

Anahtar Kelimeler:Engelli, Engelli Turizmi, Yasal Düzenlemeler, Türkiye, AB.

GİRİŞ

ENAT’ın (European Network for Accessible Tourism) 2007 yılında yayınladığı “Rights of Tourists with Disabilities in the European Union Framework” (Avrupa Birliği Çatısı Altında Engelli Turistlerin Hakları) raporuna göre, Avrupa nüfusunun %10’unun yani yaklaşık 50 milyon bireyin engelli olduğu tahmin edilmektedir. Bu kişilerin %70’inin hem fiziksel hem de maddi açıdan seyahat edebilir durumda olduğu düşünülmektedir. Ayrıca çoğunlukla yalnız seyahat etmedikleri dikkate alındığında, bu bireylerin turizm sektörü için ciddi bir potansiyel pazar olduğu söylenebilir. Raporda bu pazarın potansiyelinin harekete geçirilebilmesi ve bu pazara hitap edilebilmesi için “Engelli turistlerin haklarının yasalar ile güvence altına alınması” ve “Turizm sektörünü ve ilişkili sektörleri oluşturan unsurların bu kişilerin özel durumlarından kaynaklanan ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte olup olmadığı” konularına dikkat çekilmiştir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik hedefi ve Avrupa ülkelerinin Türkiye'nin turizm sektöründeki payı düşünüldüğünde, ilgili raporun Türkiye turizm sektörü için önemli olduğu söylenebilir. Bu raporda Avrupa Birliği'ne üye ülkelerce hem birlik düzeyinde kabul edilmiş hem de ülkeler düzeyinde engelli turistlerin haklarına yönelik sağlanan yasal güvenceler ve üye ülkelerde hayata geçirilmiş “Engelsiz Turizm İçin İyi Uygulamalar” yer almaktadır. Raporun bu açıdan Türkiye'nin “Engelsiz Turizm” konusunda yasal olarak ne durumda olduğunu ortaya koymak amacıyla bir “kontrol listesi” niteliğinde olduğu söylenebilir. Raporun bu özelliği dikkate alınarak bu çalışma, ilgili raporda yer alan yasal düzenlemeler ve Türkiye'de engelsiz turizme ilişkin yasaları kapsamakta ve çalışmada bu düzenlemeler karşılaştırılmaktadır. İkincil verilerden yararlanılan yapılan bu çalışmanın sonuç bölümünde, raporda yer alan “Engelsiz Turizm İçin İyi Uygulamalar” dikkate alınarak, engelsiz turizm konusunda Türkiye'nin eksikliklerine ilişkin önerilerde bulunulmuştur. Böylece temel insan hakları olarak kabul edilen ve turizmin temel unsurlarından olan “seyahat etme hakkı”nın Türkiye'de engelliler açısından evrensel düzeyde yasal olarak korunmasına katkı sağlanması hedeflenmiştir. Bu katkıdan ötürü, çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

ENGELLİ KAVRAMI

Toplumda “sosyal marjinallik” ya da “sosyal mesafe” olarak ifade edilebilen ve “dışarıdakiler” rolünü oynayan bazı gruplar bulunmaktadır. Engelliler de, bu dezavantajlı gruplardan birini oluşturmaktadır (Avcıkurt, 2009, s. 138). Çünkü bu bireyler genelde toplumdaki diğer kişiler tarafından pek önemsenmemektedir.

İlgili alan yazın değerlendirildiğinde, engelli kavramının içerik olarak tam bilinmediği ve beraber kullanılan sakat, özürlü sözcüklerinin farklı anlamlar taşımasına rağmen, aynı anlamdaymış gibi kullanıldığı görülmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 53). Fakat önemli olan, bireyin bu durum sonucu ortaya çıkan sosyal konumudur. Bu nedenle engellilik kavramının sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-politik açıdan, sosyal tanımlaması önem taşımaktadır (Burcu, 2007, s. 7).

Engellilik kavramıyla aynı anlamda kullanılan özür, bireyin sosyal ve kültürel açıdan gerçekleştirmesi gereken faaliyetleri, yetersizlik nedeniyle yerine getirememesi durumu olarak tanımlanmaktadır (Ulutaşdemir, 2007, s. 120). Bu yönde Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımlamaları kabul görmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre yetersizlik “psikolojik, fizyolojik ve fiziksel yapı ya da işlevlerdeki eksiklik ve normal olmama durumu” dur. Özürlülük “bir faaliyeti normal bir şekilde gerçekleştirmekteki sınırlılık” tır. Engellilik ise “bir yetersizlik ya da özür nedeniyle, yaşa, cinsiyete, sosyal ve kültürel faktörlere bağlı olarak bireyden beklenen rollerin kısıtlanması ya da yerine getirilememesi durumu” dur (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012, s. 4). Bu tanımlamalara göre, engellilik kavramının özürlülük kavramından “sosyal faktörler” yönünden farklılaştığı görülmektedir.

Engelli bireylerin hepsinin farklı engelleri bulunmaktadır. Farklı gereksinimleri ve istekleri olacağı düşünüldüğünde, engellilik durumu ve çeşitlendirilmesi önemli bir hal almaktadır.

Genel olarak engellilik çeşitleri; ortopedik engellilik, işitme engellilik, dil ve konuşma engellilik, görme engellilik, zihinsel engellilik olarak ele alınmaktadır (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012, s. 2).

Günümüzde herhangi bir engeli olan birçok birey bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler istatistiklerine göre dünyanın genelinde herhangi bir engeli olan 650 milyon kişi bulunmaktadır (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261). Bu sayı, zihinsel ya da bedensel kısmi rahatsızlıkları olan kişiler de eklendiğinde 1 milyarı geçmektedir. Çin’de 60 milyon, ABD’de 50 milyon ve Japonya’da ise 5 milyon engelli birey bulunmaktadır (Avcıkurt, 2009, s. 139). Türkiye’de ise yaklaşık 8,7 milyon engelli birey bulunmaktadır (Çizel, 2012, s. 21). Ayrıca 2030 yılında sadece ABD’de engelli birey sayısının 100 milyon dolayında olacağı tahmin edilmektedir (Burnett ve Bender, 2001, s. 4). Bu sayılara bakıldığında, dünya genelinde önemli oranda engelli bulunduğu görülmektedir.

ENGELLİ TURİZMİ

Engelli olsun ya da olmasın seyahat etmek, herkesin arzuladığı bir durumdur (Yau, Mckercher ve Packer, 2004). Ayrıca seyahat etmek ülkemizde anayasanın 23. maddesine göre bir haktır (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982). Bu nedenle engelli bireyler de herkes gibi seyahat etme ve turizm faaliyetlerine katılma hakkına sahiptir. Engellileri örneklem olarak almış araştırmalarda engelli nüfusun %70’inin seyahat ettiği tespit edilmiştir. Bu bireyler en az bir kişinin refakatiyle seyahat etmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Avrupa’da seyahat eden potansiyel engelli turist pazarının 130 milyon kişi ve bu pazarın turizm harcamasının 80 milyar avrodan fazla olduğu tahmin edilmektedir. Birçok ülkede yıllardır ihmal edilmiş yasal düzenlemelerin yapılması ve bu yasal düzenlemelerin etkisini göstermesi ile birlikte, engelliler daha fazla seyahat etmeye ve turizm faaliyetlerine katılmaya başlamışlardır (TÜRSAB, 2008). Böylece pazar olarak hızla artan bir grup olan engelli bireyler için seyahat ve turizm hızla büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Fakat bu bireylerin tatile çıkarken kendilerinden ya da turizm ürününün bileşenlerinden kaynaklı bazı sınırlılıkların olması, büyük bir soruna dönüşmektedir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261). Örneğin McIntosh ve Goeldner tarafından yapılan bir araştırmada engellilerin turizm faaliyetlerine katılmalarını sınırlayan faktörler “%33 kalp rahatsızlığı, %10 koltuk değnekleri, %8 yaşlılık, %5 tekerlekli sandalye, %5 felçlilik durumu, %5 yeni büyük bir ameliyat geçirmiş olma, %5 şeker hastalığı, %3 bacak gerilmesi, %3 körlük ve %23 diğer (fobi, zihinsel engellilik, hamilelik, mide sorunu gibi)” olarak tespit edilmiştir (Avcıkurt, 2009, s. 140). Burada belirtilen sınırlılıklar bireyin kendisinden kaynaklanan faktörlerdir. Öte yandan bireyin dışında bulunan bazı sınırlılıklar da bulunmaktadır. Örneğin Yau ve diğ. (2004, s. 946) de bu duruma vurgu yaparak, öncelikli olarak engelli olmayan bireyler için tasarlanmış turizm seyahatinin, engelli bireyler için bazı sınırlılıklar getirdiğini belirtmektedir.

Engellilerin topluma kazandırılması için, turizm faaliyetlerine katılabilmeleri gerekmektedir. Öyle ki engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılabilmeleri, onların

gelişimini ve özgüvenini arttıracak ve diğer bireylere bağımlılığını azaltacaktır (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012, s.3). Bunun için de engelli turizminin geliştirilmesi gerekmektedir. Fakat bu turizm çeşidi de ancak gerekli düzenlemelerin yapılması sonucu gerçekleşebilir. Fakat birçok turizmcinin bu kapsamda herhangi bir faaliyette bulunmadığı görülmektedir. Türkiye’de de engelli bireylerin haklarını koruyan yasal mevzuat olmasına rağmen, bu konudaki gerekli düzenlemelerin ve uygulamaların eksik olduğu görülmektedir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261).

Türkiye açısından düşünüldüğünde engelli bireylerin turizm alanında karşılaştıkları birçok sıkıntı bulunmaktadır. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği bünyesinde 2006 yılında oluşturulan “Herkes İçin Engelsiz Yaşam Komitesi” tarafından Türkiye’de tespit edilen bazı sorunlar şunlardır (Avcıkurt, 2009, s. 139):

- Engellilerin yararlanabileceği toplu taşıma araçlarının nicelik ve nitelik açısından yeterli olmaması,
- Müze ve ören yerleri gibi yerlerin, engellilerin rahat kullanabilecekleri şekilde tasarlanmaması,
- Engelliler için uygun işaretlendirmelerin ve park yerlerinin olmaması,
- Bağımsız olarak gelen engelliler için sınır kapılarında kolaylaştırıcı düzenlemelerin olmaması,
- Turistlerin de faydalandığı hastane gibi kamu binalarında engellilerin kullanımı için donanım ve düzenlemelerin olmaması ya da yetersiz oluşu,
- Konaklama işletmelerinde engelli turistler için yatak kapasitesinin nicelik ve nitelik açısından yetersiz olması,
- Sahil ve havuz gibi yerlere engelli bireylerin ulaşımının olmaması ya da yetersiz olması.

Bahsi geçen sorunlar genel olarak düşünüldüğünde, engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılmaları önünde ciddi engeller bulunduğu görülmektedir. Bu nedenle bu sorunların bir an önce giderilmesi gerekmektedir. Ayrıca engelli bireylerin bir ekonomik kazanç getirecek pazar olarak değil de, psikolojik olarak destek görmesi gereken bir grup olarak değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bunun için gerek turizm sektörünün tüm bileşenlerinin (konaklama, eğlence gibi) engellilerin de düşünülerek tasarlanmasına, gerekse engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılmalarının teşvik edilmesine ilişkin ciddi yasal düzenlemelerin yapılması gerektiği düşünülmektedir.

ENGELLİ TURİZMİNE İLİŞKİN ALAN YAZIN İNCELEMESİ

Yau, McKercher ve Packer (2004), Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş (2007) ve Pehlivanoglu (2012) gibi araştırmacıların da belirttiği gibi, turizm açısından oldukça yüksek bir pazara sahip engelli turizmi hakkında yapılan akademik çalışmaların maalesef sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu araştırmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

Blichfeldt ve Nicolaisen (2010) engellilerin boş zamanlarını değerlendirmek için seyahat etme konusundaki duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını araştırmıştır. Görüşme yönteminin kullanıldığı araştırmada, engelliler için tatile çıkmamanın, özellikle günlük

yaşantıdan uzaklaşmaları, kendilerini güvenli, bağımsız ve “yapabilir” hissetmeleri için gerekliliği ortaya koyulmuştur. Çalışmada kuruluşların konuyla ilgili bilgilendirme, tur düzenleme gibi alanlarda önemli yeri olduğu belirtilmiştir. Daniels, Rodgers ve Wiggins (2005) tarafından yapılan araştırmada, fiziksel engellilerin seyahat sınırlılıkları ve memnuniyet düzeyleri incelenmiştir. Araştırmada, uluslararası bir seyahat acentesi tarafından, web sitesi üzerinden araştırmacılara sunulan hesap kodlarının yorumlanması yapılmıştır. Çoğunluğu bedensel engelliler tarafından yazılmış öykülere göre, seyahatlerin genellikle kronikleşmiş şekilde ulusal ve uluslararası destinasyonlara olduğu gözlemlenmiştir.

Şahin ve Erkal (2013) engelli bireylerin konaklama işletmelerine yönelik memnuniyet düzeylerini ölçmek için bir araştırma yapmışlardır. Anket tekniğinin kullanıldığı araştırmada, Ankara ili sınırları içerisinde oturan toplamda 202 yürüme ve görme engelli birey örnekleme alınmıştır. Araştırma sonucunda yürüme engellilerin en düşük memnuniyetlerinin spor salonlarının engelliler için uygunluğu ve tekerlekli sandalyenin kolay bir şekilde hareket edebileceği kadar yeterli banyo alanına ilişkin olduğu tespit edilmiştir. Görme engellilerin en düşük memnuniyetinin ise, asansörün geldiğini belirten ses sistemi ve körler alfabesine göre yazılmış menülere ilişkin olduğu tespit edilmiştir. Zengin ve Eryılmaz (2013), Bodrum’da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otelleri ve tatil köylerini engelli turizm pazarı açısından değerlendirmek ve yöneticilerinin engelli turizmüne ilişkin bakış açılarını tespit etmek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda, otel yöneticilerinin engelli pazarının öneminin farkında olmadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin engellilerle ilgili yasal mevzuata genelde uydukları, fakat Türkiye’de konu ile ilgili yasal mevzuatın gelişmiş ülkelere göre yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırmaya benzer bir amaçla yapılan, fakat tersi yönünde bulgular tespit edilen araştırma Yaylı ve Öztürk (2006) tarafından yapılmıştır. İlgili araştırmada konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları incelenmiştir. Anket tekniğinin kullanıldığı araştırmada, otellerin çoğunun bedensel engellilere hizmet verdiği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada otel yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına olumlu baktığı ve otellerin yıldız sayısı arttıkça ilgili pazara bakış açılarının da olumlu yönde arttığı tespit edilmiştir. Benzer bir araştırma Atak (2008) tarafından yapılmıştır. Bu araştırmada Marmaris’teki otellerin bedensel engelli turizmüne bakışı, otellerin bedensel engellilere uygunluğu ve engellilere ayrılan kapasite gibi özelliklerin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, otellerin yarısından fazlasının engellilere ayrılan herhangi bir odaya sahip olmadığı, fakat otellerin neredeyse tamamının engellilere en az bir kez hizmet verdiği tespit edilmiştir. Arıcı (2010) da gerçekleştirdiği araştırmasında benzer bulgular tespit etmiş ve konaklama işletmelerinde engelliler için yetersiz bir altyapı sisteminin bulunduğunu belirtmiştir. Artar ve Karabacakoglu (2003) engellilerin toplumsal gelişimine ilişkin gerçekleştirilen proje için yaptıkları araştırmada, Türkiye’de engelli turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki altyapı olanaklarının incelenmesini amaçlamışlardır. Araştırmada, engelli bireylerin

hareketlerini kolaylaştıracak ya da hareket edebilme sınırlılıklarını en aza indirebilecek düzenlemelere de yer verilmiştir.

Yukarıda belirtilen araştırmalar değerlendirildiğinde, engelli turizmine ilişkin alan yazının genelde konaklama işletmelerinin/yöneticilerinin engelli turizmine bakış açısı, çeşitli destinasyonların engelli turizmi açısından değerlendirilmesi, engelli turizminin nasıl geliştirilebileceği, engelli bireylerin konaklama işletmelerinden memnuniyetleri gibi konulara odaklandığı görülmektedir. Fakat AB'ye üyelik hedefi olan Türkiye'nin engelli turizmine ilişkin yaptığı düzenlemeleri AB ile karşılaştıran herhangi bir araştırmanın yapılmadığı görülmektedir. Bu nedenle yapılmasına ihtiyaç duyulan bu araştırmanın sonraki kısmında, AB'de ve Türkiye'de engelli turizmine ilişkin yasal düzenlemelere yer verilmektedir.

AB'DEKİ ENGELLİ TURİZMİNE İLİŞKİN YASAL DÜZENLEMELER

Avrupa Birliği'ne üye ülkeler arasında engellilerin erişilebilirlik hakları ve herkes için tasarım konularında iki farklı yaklaşım mevcuttur. İngiltere'de merkezi bir uygulama var iken, İspanya gibi ülkelerde bölgesel uygulamalar mevcuttur. İngiltere'de 1995 yılında “Engellilere Ayrımcılıkla Mücadele Yasası” yürürlüğe konulmuştur. İlgili yasada 1999 ve 2004 yıllarında yapılan değişiklikle hizmet sağlayıcıların, hizmetlerden yararlanma ve hizmetlere erişmek için ortaya çıkan sorunları giderme, hizmeti değiştirme ve makul çözümler bulmakla yükümlü olduğu kabul edilmiştir. Yasa ile birlikte Engelli Hakları Komisyonu tarafından bir uygulama yönergesi yayınlanmıştır. Yönerge bir kanun olmamakla birlikte, hizmet sağlayıcıların belirsiz bir durumla karşılaştıklarında karar vermelerine yardımcı olmakta kullanılabilir. Yönerge, hizmet sağlayıcıların engellilerin tüm olası ihtiyaçları düşünülerek sundukları hizmeti analiz etmelerini ve gerekli önlemleri almalarını sağlayacak prosedürleri içermektedir.

İspanya'da 2003 yılında Ceza Yasası'nda kabul edilen değişiklik ile engelliler için eşit fırsat, ayrımcılığın kaldırılması ve evrensel erişilebilirlik güvence altına alınmıştır. 21 Kasım 17/1997 sayılı/tarihli yasa ile rehber köpeklerin tüm kamusal alanlara girişinin serbest olması sağlanmıştır. 23 Ekim 27/2007 sayılı/tarihli yasa ile işitme engelliler için ulusal işaret dili oluşturulmuştur. Bu yasalar ulusal düzeydedir. Fakat her bölge erişilebilirlik konusunda kendi turizm planını ve binalar ile iletişim alanlarındaki teknik şartnameleri belirlemektedir. Bu durum bölgeler arasında farklı düzeyde erişilebilirliğe neden olmaktadır. Diğer Avrupa Birliği ülkelerinde de engellilerin haklarının korunmasına yönelik yasalar “eşitlik” ve “ayrımcılığı önleme” başlığı altında güvence altına alınmıştır.

Avrupa Parlamentosu ve Konseyi 1991 yılında 8'den fazla yolcu koltuğuna sahip taşıtlarda uygulanmak üzere, engellilere ilişkin bir düzenleme yapmıştır. Daha sonra yolcu güvenliğini arttırmak ve hareket kısıtlı insanların otobüslere binip inerken daha az zorluk yaşamasını sağlamak amacıyla ek düzenlemeler yapılmıştır. Avrupa Komisyonu 1996 yılında turizm endüstrisi için “Engelli Turistler İçin Erişilebilir Avrupa” adıyla bir el kitabı yayınlamıştır. El kitabıyla temel engel türleri ve farklı durumlarda engelli turistlerin

güvenliğini ve memnuniyetini sağlamak konusunda seyahat acenteleri, tur operatörleri, transfer sağlayıcılar, konaklama işletmeleri ve diğer turizm unsurlarının sorumlularına açıklayıcı ve yeterli bilgi verilmesi amaçlanmıştır. 2003 yılında ise Avrupa Ekonomik ve Sosyal Konseyi (AESK) “Herkes İçin Erişilebilir ve Sosyal Olarak Sürdürülebilir Turizm” başlıklı kuralları yayınlamıştır. AESK; engelliler için kurulan STK’lar, Avrupa otoriteleri, hükümetler, bölgesel ve yerel yönetimler ile turizm operatörlerini Avrupa’yı dünya turizminde engelliler için kısıtların olmadığı ve bunun sürdürülebildiği etkin bir merkez olabilmesi için çaba sarf etmeye davet etmiştir. İlgili kurallar, engellilerin turizmden ve tatillerinden tam olarak zevk alabilmesi konusundaki hakları için ihtiyaç duyulan zihniyet, bilgi, farkındalık ve yönetsel değişikliğe ilişkin bir dizi tedbirden oluşmaktadır.

ENAT (2007)raporunda“Turizm Sektörü Avrupa’da Herkes İçin Turizme İnanıyor” başlığı altında ilk prensip olarak herkes için güvenilir, doğru ve erişilebilir bilgi yer almaktadır. Bilgiye erişim ile ilgili engeller “İletişim Engelleri” olarak değerlendirilmiştir. Birçok dilin kullanıldığı Avrupa Birliği’nde ulusal diller ile birlikte bölgesel dillerin de kullanıldığına dikkat çekilmiştir. Avrupa’daki turizm destinasyonlarında ise iletişim sorununun yaygın kullanılan dillerde çok dilli hizmet verilerek sağlandığından bahsedilmiştir. İşaret dillerinin kullanımında üye ülkeler içerisindeki bölgesel farklılıkları gidermek adına, Avrupa Parlamentosu 1988 ve 1998’de üye ülkelere kullandıkları işaret dilini kararlaştırma çağrısında bulunmuştur. Ülkeler bu çağrı ile kendi ulusal işaret dillerini belirlemeye başlamışlardır. Finlandiya 1996’da anayasa komisyonu kurarak Fince işaret dilini oluşturmuştur. Portekiz, Portekiz işaret dilini anayasal güvenceye alarak eğitimde fırsat eşitliğini ve eğitimin kültürel anlatımda bir araç olduğunu kabul etmiştir. İsveç’te işitme engelliler için birçok okulda İsveç işaret dili yabancı dil dersi olarak verilmektedir. İngiltere’de ise 1996’da alınan karar ile televizyon programlarının haftalık yayın saatlerinin %1’inde İngiliz işaret diline yer vermesi kararlaştırılmış ve 10 yıl sonra bu oran %5’e çıkarılmıştır. Birçok Avrupa Birliği üyesi ülke de, kendi işaret dillerinin oluşturulmasını ve kullanımını yasalarla güvence altına almıştır.

2001 yılında Avrupa İletişim Komisyonu “eEurope 2002 Erişilebilir Kamu Web Siteleri” başlıklı bir yayın yapmıştır. 2002 yılında Avrupa Konseyi ve Parlamentosu tarafından bu konuda uluslararası standartlar belirlenmiştir ve dünya çapında ağ birliği (W3C) yönergesi oluşturulmuştur. 2003’te Avrupa Parlamentosu ve Konseyi’nde yapılan düzenleme ile diğer insanlar gibi hareket kısıtlı insanların tüm yolcu gemilerinin A, B, C, D sınıflarında ve tüm yüksek hızlı gemilerde seyahat etmelerinin üye devletlerce teşvik edilmesi kararı alınmıştır. Annex III adında bir kılavuz düzenlenmiş ve üye devletlerin engellilerin güvenli bir biçimde seyahat etmeleri için gemilerde uygulayacağı kurallar bu kılavuzda belirtilmiştir. Öte yandan Ağustos 2006’da Avrupa Parlamentosu ve Konseyi “hava taşımacılığında hareket kısıtlı insanların haklarıyla ilgili yönetmelik” düzenlemiştir. Yönetmelik ile hareket kısıtlı insanların hakları güvence altına alınmıştır. Eylül 2005’de ise Avrupa Komisyonu “Elektronik İletişimde Erişilebilirlik” konulu bir karar almıştır. Kararda diğer insanlar gibi engelliler ve yaşlılar için bilgi teknolojileri ve iletişimin

erişilebilir hale getirilmesinin teşvik edilmesi istenmiştir. Karara rağmen raporda “Bilgi Teknolojileri ve İletişim” alanında hala birçok problemin olduğu belirtilmiştir. Bu problemlere örnek olarak da turizm sektörü gösterilmiştir.

Avrupa Komisyonu Yatırım ve Endüstri Genel Direktörlüğü’ndeki turizm birimi “Engelliler İçin Erişilebilir Turizm Konusunda Bilgi Geliştirme” (improving information on accessible tourism for disabled people) adıyla 2004 yılında bir rapor yayınlamıştır. Raporda birçok insan için turizm hizmet zincirindeki erişilebilirliğe yönelik bilginin tatil kararı vermede önemli bir etken olduğuna ve bu bilginin engelliler için daha da önemli olduğuna değinilmiştir. Ayrıca turizm işletmelerinin mal ve hizmetlerinin erişilebilirlik düzeyinin bilinmesinin önemine vurgu yapılmıştır. “Herkes İçin Erişilebilir Avrupa” hedefleri doğrultusunda tüm Avrupa Birliği üyelerini kapsayacak bir bilgi sisteminin oluşturulmasının önemli olduğundan bahsedilmiştir. Engellilerin bir yerin erişilebilir olup olmadığını bilmemesinin, oranın engelliler için erişilemez olmasına neden olduğundan bahsedilmiş ve bu bilgi sisteminin kurulmasının erişilebilir bir Avrupa için şart olduğuna değinilmiştir. İşletmelerin, kurumların ve ulaşım sektörünün bütünsel olarak erişilebilirliğine yönelik bilginin, kişinin seyahat kararlarına olumlu katkı sağlayacağına raporda değinilmiştir. İlgili raporda ilk aşama için çeşitli engel durumlarına göre yapılması gereken mekânsal ve çevresel düzenlemeler ayrıntılı bir şekilde verilmiş ve kurumların, işletmelerin doldurması için bilgi formu taslakları da çeşitli alanlar ve mekânlar için düzenlenmiştir. İkinci olarak raporda “Herkes için Erişilebilirlik ve Tasarım Konusunda Eğitim”e değinilmiştir. Birlik düzeyindeki projelerden ve eğitimlerden bahsedilmiştir. Yolcu taşımacılığında erişilebilirlik ise rapordaki üçüncü konuyu oluşturmuştur. Hava, deniz, demiryolu ve kara yollarıyla ilgili birlik düzeyindeki düzenlemelere yer verilmiştir. Raporda son başlık olarak kamu ve özel binaların herkes için erişilebilirliği yer almaktadır. Raporda Mart 2004’te Avrupa Parlamentosu ve Konseyi tarafından yapılan iki düzenleme ile erişilebilir yapılar için “Herkes için Tasarım” konusunda zorunlu prensipler ve koşullar düzenlenmiştir. Ayrıca 2006 yılında herkes için binalar olarak adlandırılan bir Avrupa Projesi ile herkes için erişilebilir binalar tasarlanması konusunda yeni ölçütler oluşturulmuştur.

TÜRKİYE’DEKİ ENGELLİ TURİZMİNE İLİŞKİN YASAL DÜZENLEMELER

Türkiye’de 09.05.1985 tarih ve 18749 sayılı “İmar Kanunu” ek 1. maddesinde (Ek : 30/5/1997 - KHK - 572/1 md.) “Fiziksel çevrenin özürllüler için ulaşılabilir ve yaşanılabilir kılınması için, imar planları ile kentsel, sosyal ve teknik altyapı alanlarında ve yapılarda, Türk Standartları Enstitüsü’nün ilgili standardına uyulması zorunludur” hükmü yer almaktadır. 06.07.2000 tarih ve 24101 sayılı “Turizm Tesisleri Yönetmeliği”in “bedensel engelliler için düzenlemeler” başlıklı 18. maddesinin c bendinde bedensel engelliler için düzenlemelere şu şekilde yer verilmiştir: “Toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan konaklama tesisleri ile eğlence merkezleri, günübirlik tesisler ve temalı parklarda, müşteriler tarafından kullanılan tüm genel mahaller ile açık alanların bedensel engelli müşteriler tarafından da kullanılabilmesini sağlayıcı fiziki düzenlemeler yapılır. Bu

düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir. Tesis başına en az bir oda olmak üzere, oda sayısının %1'i oranındaki yatak odası ve banyosu, bedensel engellilerin kullanımına uygun olarak inşa ve tefriş edilir.” Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliğin (Tebliğ No: 2005/1) 20. maddesinde açıkça belirtilen bu düzenlemelerin sadece ortopedik engeli olan kişilere yönelik dikkate alındığı görülmüştür. 19.01.2002 tarih ve 24645 sayılı “Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Ürettikleri Mal ve Hizmet Tarifeleri ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun’un ek fıkrasında (12/7/2013-6495/88 md.) “engelliler için sağlık kurulu raporuyla %40 ve üzerinde engelli olduğunu belgeleyen Türk vatandaşlarının kendileri, ağır engellilerin kendileri ile birlikte birden fazla olmamak üzere birlikte yolculuk ettikleri refakatçileri, demiryolları ve denizyollarının şehir içi ve şehirlerarası hatlarından, belediyelere, belediyeler tarafından kurulan şirketlere, birlik, müessese ve işletmelere veya belediyeler tarafından yetki verilen özel şahıs ya da şirketlere ait şehir içi toplu taşıma hizmetlerinden ücretsiz olarak yararlanırlar” hükmü yer almaktadır.

12.07.2006 tarih ve 26226 sayılı “Kamu Binaları, Kamuya Açık Alanlar ve Toplu Taşıma Araçlarının Özürlülerin Kullanımına Uygun Duruma Getirilmesi ile İlgili Başbakanlık Genelgesi”nde engellilerin toplumsal hizmetlere ve etkinliklere erişimlerini kolaylaştırmak amacıyla 01.07.2005 tarih ve 5378 sayılı “Özürlüler Kanunu”nda yer alan kamu kurum ve kuruluşlarına ait mevcut resmî yapıların, mevcut tüm yol, kaldırım, yaya geçidi, açık ve yeşil alanlar, spor alanları ve benzeri sosyal ve kültürel altyapı alanları ile gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılmış, umuma açık hizmet veren her türlü yapıların engellilerin erişilebilirliğine uygun duruma getirileceği; büyükşehir belediyeleri ve belediyelerin, şehir içinde kendilerince sunulan veya denetimlerinde gerçekleştirilen toplu taşıma hizmetlerinin engellilerin kullanımına uygunluğunu sağlayacağı, bu uygulamaların gerçekleştirilmesi için 7 yıllık süre tanındığı ve bu sürenin 07.07.2005 tarihinde başladığı belirtilmiştir. 07.07.2005 ve 25868 sayılı “Engelliler Hakkında Kanun” ile engellilerin temel hak ve özgürlüklerden faydalanmasını teşvik ve temin ederek ve doğuştan sahip oldukları onura saygıyı güçlendirerek, toplumsal hayata diğer bireylerle eşit koşullarda tam ve etkin katılımlarının sağlanması ve engelliliği önleyici tedbirlerin alınması için gerekli düzenlemelerin yapılması amaçlanmıştır. Bu kanunda, çeşitli alanlarda engellilere yönelik ayrımcılığı yasaklayan ve onların haklarını koruyan hükümler bulunmaktadır. 25.06.2005 tarihli ve 25856 sayılı “Evrensel Hizmet Kanunu”nun “İlkeler” başlığının “Evrensel hizmetin sağlanmasında ve bu hususta yapılacak düzenlemeler” ile ilgili 3. maddesinin c bendinde “Düşük gelirli, özürlüler ve sosyal desteğe ihtiyacı olan grupların da evrensel hizmetten yararlanabilmesi için uygun fiyatlandırma ve teknoloji seçeneklerinin uygulanabilmesine yönelik tedbirler alınır” hükmü yer almaktadır. Ek 8. maddede (Ek: 1/7/2005-5378/30 md.) ise, “İşitme ve konuşma engellilere gerek görüldüğü hâllerde, tercümanlık yapmak üzere illerde işaret dili bilen personel görevlendirilir. Personelin işaret lisansı öğrenmesi için gerekli kursların düzenlenmesi sağlanır. Bu personelin görev ve yetkileri, çalışma koşulları ile ilgili usul ve esaslar, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığınca hazırlanacak yönetmelikle belirlenir” hükmü bulunmaktadır. 14.04.2006 tarih ve 26139

sayılı “Türk İşaret Dili Sisteminin Oluşturulması ve Uygulanmasına Yönelik Usul ve Esasların Belirlenmesine İlişkin Yönetmelik” ile ise “işitme özrü, dil ve konuşma bozukluğu olan bireylerin iletişim ihtiyaçlarını desteklemek için, işaret dilinin dil bilimi yönünden çözümlemesini ve değerlendirmesini yapmak, yazılı ve görsel eğitim araç ve gereçlerini hazırlamak, Türk işaret dili sistemini oluşturmak, işaret dili tercümanları ile öğreticilerini yetiştirmek ve bu konuda farklı uygulamaları önlemek üzere usul ve esasları düzenlemek” amaçlanmıştır. 10.11.2008 tarih ve 27050 sayılı “Elektronik Haberleşme Kanunu”nun 4. maddesinin k bendinde “Teknolojik yeniliklerin kullanılması da dâhil olmak üzere özürlü, yaşlı ve sosyal açıdan korunmaya muhtaç diğer kesimlerin özel ihtiyaçlarının dikkate alınması” haberleşme kanununun ilkelerinden biri olarak belirtilmiştir. 24.07.2009 tarih ve 27298 sayılı “Deniz Turizmi Yönetmeliği” ile kurvaziyerlerde ve yat limanlarında bedensel engellilere hizmet verebilecek özel düzenlemelerin yapılmasında işletmeciler sorumlu tutulmuştur. 03.03.2011 tarih ve 27863 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunu”nun 37. maddesinin ö bendinde “Özürlülerin ve yaşlıların yayın hizmetlerine ve yeni teknolojilere erişimini kolaylaştırmak amacıyla gerekli tedbirlerin alınmasını teşvik etmek” üst kurulun görevleri arasında yer almaktadır. 03.12.2011 tarih ve 28131 sayılı “Havayolu ile Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik”te “Hizmet Hakkı” başlığının 10. maddesinin 3. bendinde: “Uçuşu icra eden hava taşıma işletmesi, özellikle hareket kabiliyeti kısıtlı kişiler ve refakatçileri ile tek başına seyahat eden çocukların bu maddede belirtilen ihtiyaçlarının karşılanması sırasında özel ilgi göstermek zorundadır” hükmü bulunmaktadır. Ayrıca yönetmeliğin “Hareket Kabiliyeti Kısıtlı veya Özel İhtiyaçları Olan Kişiler” başlığındaki 12. maddesinin 1. bendinde “Uçuşu icra eden hava taşıma işletmeleri, hareket kabiliyeti kısıtlı kişiler ve refakatçileri ile refakat etmek için sertifikalandırılmış rehber köpekler ve tek başına seyahat eden çocukların taşınmasına öncelik tanır” hükmü yer almaktadır. Aynı maddenin 2. bendinde ise “Uçağa kabul edilmeme, iptal ve her türlü tehir söz konusu olduğunda, hareket kabiliyeti kısıtlı kişiler ve refakatçileri ile tek başına seyahat eden çocuklar, 10. madde hükümlerine uygun olarak en kısa zamanda hizmet alma hakkına sahiptir” hükmü bulunmaktadır.

Yukarıda belirtilen kanun, yönetmelik ve genelgelerin haricinde Türk Standartları Enstitüsü’nce hazırlanan, bina içi, bina yakın çevresi ve açık alanları kapsayan standartlar belirlenmiştir. Bunlar arasında “Özürlü İnsanların İkamet Edeceği Binaların Düzenlenmesi Kuralları”, “Özürlü ve Yaşlılar İçin Tesislerde Tasarım Kuralları”, “İstasyon İçi İşaret ve Grafik Tasarım Kuralları”, “İstasyon Platformu Oturma Elemanları”, “Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemenin Tasarım Kuralları” yer almaktadır.

SONUÇ

Raporda yer alan Avrupa Birliği ve üye ülkelerin kanunları ile Türkiye’de yürürlükte olan kanun, yönetmelik ve genelgeler incelendiğinde, Türkiye’de hukuki açıdan engellilerin turizme katılımı konusunda genel haklar düzeyinde (“eşitlik” ve “ayrımcılığa uğrama”)

büyük eksiklikler olmadığı görülmektedir. Türkiye’deki hukuksal eksikliklerin genel olarak haklar düzeyinde eşitliği sağlayan ve ayrımcılığı yasaklayan kanunların sektörle ilgili kanun ve yönetmeliklerde uygulamaya dönük karşılığının olmamasından kaynaklandığı görülmektedir. Öyle ki,TÜRSAB’ın 2008’de “Dünyada ve Türkiye’de Engelsiz Turizm Pazarı” ile ilgili hazırladığı raporda Türkiye’deki engelli nüfusun 8 milyon civarında olduğuna ve turizm işletme belgeli tesislerde 1176 adet engellilere ayrılmış özel oda bulunduğuna değinilirken; engelli derneklerindeki uzmanların bu odaların tümünün engellilerin kullanımına uygun standartlarda olmadığına yönelik görüşlerine yer verilmiştir. Hukuki açıdan en dikkat çekici eksiklikler; “Turizm Tesisleri Yönetmeliği”nde yer alan engelliler ile ilgili düzenlemelerin sadece “ortopedik engelli” kişilere yönelik olması, seyahat acenteleri ile ilgili düzenlemenin bulunmaması ve ulaşım sektöründe özellikle demiryolu ve denizyolu yolcu taşımacılığında engellilere yönelik düzenlemenin bulunmamasıdır. Bu eksikliklerden demiryolu ve denizyolu taşımacılığı ile ilgili olanların, Türkiye’nin bu alanlardaki gelişmişliğinin düşük olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Türkiye’nin dünya genelinde 500 milyon, Avrupa’da ise 50 milyona yakın bireyi kapsayan bu pazara hitap edebilmesi için, kuşkusuz turizm sektörüne bu pazarın ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikler kazandırması gerekmektedir. Avrupa Birliği yasalarının Türkiye için yol gösterici olması ve Türkiye yasalarında büyük farklılıklar olmamasına rağmen, engellilerin “erişilebilirlik hakkı” çerçevesinde Türkiye’nin turizm alanında yapması gereken düzenlemelere ilişkin şunlar önerilmektedir:

- “Turizm Tesisleri Yönetmeliği”nde ortopedik engele sahip bireyler dışındaki engellileri de kapsayacak şekilde değişiklik yapılabilir,
- “Turizm Tesisleri Yönetmeliği”nde 80 oda için %1 olan engelli odası oranı artırılmalı, hatta uygulanabilecek teknolojik ve tasarımsal çözümler ile tüm odalara engellilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikler kazandırılması konusunda teşvikler yapılabilir,
- 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’nda değişiklik yapılarak işaret dillerinde de rehberlik hizmeti kanun kapsamına alınabilir,
- Engelsiz turizm konusunda turizm destinasyonlarına ve işletmelerine yönelik bir belgelendirme sistemi kurulabilir,
- Turistik çekiciliklerin herkes için erişilebilir olmasına ilişkin sivil toplum kuruluşları desteklenebilir,
- Engelsiz turizm konusunda turizm destinasyonlarına ve işletmelerine ilişkin teşvikler (vergi indirimleri, düşük faizli krediler, vb.) yapılabilir,
- Ulusal düzeyde erişilebilir turizm konusunda bir bilgi sistemine ilişkin yasal düzenlemeler yapılabilir ve projeler geliştirilebilir,
- “Türk Ticaret Kanunu”nun “elektronik işlemler ve bilgi toplumu hizmetleri” başlıklı 1524. maddesine yapılacak bir ekleme ile işletmelerin internet sitelerinin W3C standartları zorunlu hale getirilebilir,
- Rehber köpeklerin işletmelere ve kamusal alanlara serbestçe girebilmesiyle ilgili yasal düzenlemeler yapılabilir.

Yukarıdaki öneriler; Türkiye'nin turizm sektörünün engelli turistler için erişilebilir olması yolunda önemli görülmele birlikte, Türkiye'de yasalar ile uygulamadaki farklılıkların dikkat çekici düzeyde olduğu düşünülmektedir. Bu eksikliklerin yasa uygulayıcılardan kaynaklandığı T.C. Başbakanlık (B.02.0.PPG.0.12-320-20515, 26226) ve T.C. İçişleri Bakanlığı (171808, B.05.1.EGM.0.11.45209, B.05.0.MAH.0.07.01.00/11701) genelgelerinde yapılan uyarılarda görülmektedir. Özellikle 07.07.2005 tarihinde özürllüler kanununda engellilerin yaşamı ve sosyal hayata katılımı konusunda yapılması kararlaştırılan düzenlemelerin, kanunda yer alan 7 yıllık süre geçmesine rağmen tam olarak uygulanmadığı görülmektedir. Türkiye'de kamu binaları, şehir içi ve şehirlerarası ulaşım ile ilgili düzenlemeleri hayata geçirebilmiş bir yerel yönetime, yapılan araştırmalarda rastlanamamıştır. Bu durum, Türkiye turizm sektörünün "engelli turizmi" pazarına hitap edebilmesi konusunda önemli bir sorun olarak görülmekte ve yasa uygulayıcıların kanunları uygulamasındaki eksikliklerini gidermek adına cezalandırıcı ve teşvik edici girişimlerde bulunulması gerektiği düşünülmektedir.

Gerek mevzuatta bahsedilen eksiklerin engelli turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde giderilmesi için konunun muhataplarının görüş, öneri, isteklerinin belirlenmesi, gerek mevzuat ve uygulama arasındaki farklılıkların kaynağının belirlenmesi ve bunların giderilmesi, gerekse bu büyük, özel ve gelişmeye açık turizm pazarının potansiyelinin doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için bu alanlarda yapılacak akademik çalışmalar oldukça önemli görülmektedir. Bu alanlarda yapılacak çalışmalar hem uygulamada hem de alanyazında önemli bir boşluğu dolduracaktır.

KAYNAKÇA

- Arıcı, S. (2010). *Bedensel engellilerin turizm sektöründen beklentilerinin tespitine yönelik bir araştırma*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Artar, Y. ve Karabacakoglu, Ç. (2003). Türkiye'de engelliler turizminin geliştirilmesine yönelik konaklama tesislerindeki altyapı imkânlarının araştırılması. *Engellilerin Toplumsal Gelişimine Yönelik Proje*. Milli Prodüktivite Merkezi, Ankara.
- Atak, V. (2008). *Marmaris'teki otel işletmelerinin bedensel engelli turizmüne bakışı*. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi (Genel ve yapısal yaklaşım)*. Ankara: Detay.
- Avrupa Komisyonu. (2004). Improving information on accessible tourism for disabled people. Italy: Westcott, Jacqueline. [URL: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/improving_information_on_accessibility/improving_accessibility_en.pdf] (Erişim tarihi 05.08. 2014).
- Blichfeldt, B. S. ve Nicolaisen, J. (2010). Disabled travel: Not easy, but doable. *Current Issues in Tourism*, 1-24.

- Burcu, E. (2007). *Türkiye’de özürlü birey olma: Temel sosyolojik özellikleri ve sorunları üzerine bir araştırma*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Burnett, J. ve Bender, B. H. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer, *Journal of Travel Research*, 40: 4–11.
- Çizel, R. (2012). Engellilerin çalışma yaşamı. *Bildiri kitapçığı* içinde (ss.19-30). Engelsiz Turizm Sempozyumu, Antalya.
- Daniels, M. J., Rodgers, E. B. D. ve Wiggins, B.P. (2005). Travel tales: An interpretive analysis of constraints and negotiation to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities. *Tourism Management*, 26, 919-930.
- Deniz Turizmi Yönetmeliği. (2009). T. C. Resmi Gazete, 27298, 24 Temmuz 2009.
- Elektronik Haberleşme Kanunu. (2008). T. C. Resmi Gazete, 27050, 10 Kasım 2008.
- ENAT (European Network for Accessible Tourism). (2007). Rights of Tourists with Disabilities in the European Union Framework. Spain: Ambrose, Ivor [URL: <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.reports>.] (Erişim tarihi 05.08. 2014).
- Engelliler Hakkında Kanun. (2005). T. C. Resmi Gazete, 25868, 07 Temmuz 2005.
- Engellilere Yönelik Güvenlik Hizmetleri İle İlgili İçişleri Bakanlığı Genelgesi. (2011). T. C. Resmi Gazete, B.05.1.EGM.0.11.45209, 05 Ocak 2011.
- Evrensel Hizmet Kanunu. (2005). T. C. Resmi Gazete, 25856, 25 Haziran 2005.
- Havayolu ile Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik. (2011). T. C. Resmi Gazete, 28131, 03 Aralık 2011.
- İmar Kanunu. (1985). T. C. Resmi Gazete, 18749, 09 Mayıs 1985.
- Kamu Binaları, Kamuya Açık Alanlar ve Toplu Taşıma Araçlarının Özürliülerin Kullanımına Uygun Duruma Getirilmesi ile İlgili Başbakanlık Genelgesi. (2006). T. C. Resmi Gazete, 26226, 12 Temmuz 2006.
- Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Ürettikleri Mal ve Hizmet Tarifeleri ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun. (2002). T. C. Resmi Gazete, 24645, 19 Ocak 2002.
- Malul, Gazi ve Engellilere Ait Araçlar İle İlgili İçişleri Bakanlığı Genelgesi. (2006). T. C. Resmi Gazete, 171808, 13 Ekim 2006.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer’s market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Özürliüler ile ilgili Başbakanlık Genelgesi. (2002). T. C. Resmi Gazete, B.02.0.PPG.0.12-320-20515, 3 Aralık 2002.
- Özürliüler Kanunu. (2005). T. C. Resmi Gazete, 5378, 01 Temmuz 2005.
- Pehlivanoglu, B. (2012). Konaklama yapılarının engellilere yönelik oda düzenlemelerinin irdelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2 (4), 27-35.

- Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunu. (2011). T. C. Resmi Gazete, 27863, 03 Mart 2011.
- Şahin, E. ve Erkal S. (2013). Analysis of disabled individuals' level of satisfaction with accommodation facilities. *American International Journal of Social Science*, 2 (8), 143-151.
- Toplu Taşıma Hizmetleri İle İlgili İçişleri Bakanlığı Genelgesi. (2011).T. C. Resmi Gazete, B.05.0. MAH.0.07.01.00/11701, 24 Nisan 2011.
- Tozlu, E., Mercan, Ş. O. ve Atay, L. (2012). Çanakkale'nin engelli turizmüne ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4 (1), 1-16.
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliğ. (2005). T. C. Resmi Gazete, 2005/1, 20.
- Turizm Tesisleri Yönetmeliği.(2000). T. C. Resmi Gazete, 24101, 06 Temmuz 2000.
- Türk İşaret Dili Sisteminin Oluşturulması ve Uygulanmasına Yönelik Usul ve Esasların Belirlenmesine İlişkin Yönetmelik. (2006). T. C. Resmi Gazete, 26139, 14 Nisan 2006.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*. (1982). [URL: <http://www.tbmm.gov.tr/anayasa.html>] (Erişim tarihi 21 Temmuz 2014)
- TÜRSAB. (2008, Şubat). Erişim tarihi: 21.07.2014, http://www.tursab.gov.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (2), 261-263.
- Ulutaşdemir, N. (2007). Engelli çocukların eğitimi, *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2 (5), 119-130.
- Yau, M. K.,McKercher, B. ve Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 946-960.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 87-97.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 11, 51-74.

ŞARAP TURİZMİNİN ÖNÜNDEKİ YASAL ENGELLER: BOZCAADA ŞARAP TURİZMİ ÖRNEĞİ

Turgay BUCAK

*Yrd. Doç. Dr., Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
tbucak@yahoo.com*

Serdar SÜNNETÇİOĞLU

*Arş. Gör., Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
serdarsunnetcioglu@comu.edu.tr*

Ayşe SÜNNETÇİOĞLU

*Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
can_ayse22@hotmail.com*

ÖZET

Günümüzde kitle turizminin yerini kültürel ve otantik değerlerin ön plana çıktığı, sürdürülebilir anlayışa sahip, sağlık, kongre turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri almaktadır. Gastronomi ve şarap turizmi de kültür turizmi kapsamında değerlendirildiğinde bu gelişen trendde önemli pay sahibi olarak görülmektedir. Ülkemizde gastronomi ve şarap turizmine uygun olan nadir yerlerden birisi Bozcaada'dır. Bölge halkı şarapçılık ve buna bağlı olarak turizm faaliyetleri ile geçimini sürdürmektedir. Bu çalışmanın amacı ekonomisi genelde şaraba ve şarap turizmine bağlı olan Bozcaada'nın 2013 yılında kabul edilen alkol yasasından nasıl etkilendiğini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda 23-24 Haziran 2014 tarihinde bölgenin turizm paydaşları ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda Bozcaada'nın turizm sezonunu uzatan şarap tadım günlerinin iptal edildiği, şarap üreticilerinin satışları sırasında şarap tadımı yaptıramadıkları ve bağ gezileri yaptıramadıkları için zorluklar yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu gelişmeler yörenin turizmi açısından hukuki düzenlemelerin yol açtığı engeller olarak değerlendirilebilir.

Anahtar kelimeler: *Bozcaada, şarap ve bağcılık, turizm, şarap turizmi, yasal engeller*

GİRİŞ

Bozcaada sahip olduğu doğal ve kültürel değerler ile bu yeni turizm trendine çok uygun bir yer olarak göze çarpmaktadır. Bozulmamış doğal yapısı ve mimarisi ile sahip olduğu gelenekleri yaşatması bakımından önemli bir destinasyondur. Bozcaada'nın ekonomisi genel olarak bağcılık, şarapçılık, balıkçılık ve turizme dayanmaktadır. Ancak, ada ekonomisi büyük ölçüde turizme dayanmaktadır (Can, 2008, s.10). Bununla birlikte Çavuşoğlu (2012) ülkemizde yaz sezonunun birçok bölgede kısa sürmesinin turizm sektörünü olumsuz etkilemekte olduğu belirtilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde şarap turizminin Bozcaada örneğinde olduğu gibi turizm sezonunun daha uzun tutulmasını sağlayacak çözüm önerilerinden biri olduğunu vurgulamaktadır. Bu kapsamda adada Eylül ayının ilk haftasında "Bağbozumu Festivali" ve Haziran ayının üçüncü haftasında "Şarap Tadım Günleri" gerçekleştirilmekteydi. Bu bağlamda adanın 2 ay (Temmuz ve Ağustos) olan turizm sezonu birkaç hafta daha uzatılmış olmaktadır. Fakat 24/5/2013 tarihinde yürürlüğe giren 6487 no'lu alkol yasası nedeni ile şarap tadım günlerinin Kaymakamlık,

Belediye ve şarap işletmecilerinin aldığı ortak bir karar ile yapılmamasına karar verilmiştir. İlgili yasa şu ifadeleri içermektedir (Resmi Gazete, 2013);

“Alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamaz. Bu ürünlerin kullanılmasını ve satışını özendiren veya teşvik eden kampanya, promosyon ve etkinlik yapılamaz. Ancak, münhasıran alkollü içkilerin uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik ihtisas fuarları ile bilimsel yayın ve faaliyetler düzenlenebilir. Alkollü içkileri üreten, ithal eden ve pazarlayanlar, her ne surette olursa olsun hiçbir etkinliğe ürünlerinin marka, amblem ya da işaretlerini kullanarak destek olamazlar.”

Çalışmada, çıkarılan kanunların turizm hareketliliğini nasıl etkilediğini, turizm hareketliliğinde ve faaliyetlerinin önünde hukuki engel teşkil edip etmediğini, eğer ediyor ise çözüm yollarını araştırmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Bozcaada’nın gastronomi ve şarap turizmi açısından alkol yasası düzenlemelerinin yörede nasıl bir etkisi olduğu turizm paydaşları ile görüşmeler yapılarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Şarap Turizminin Turizm Hareketliliği İçerisindeki Yeri ve Önemi

Şarap ve gastronomi turizmi özellikle şarap, zeytinyağı ve diğer tipik ürünler tarımsal kaynakları koruma ve onlara değer katma anlamında kültürel turizmin bir şekli olarak kabul edilmektedir (Corigliano, 2004, s.168). Çavuşoğlu (2008), şarap turizmini; iklimi ve doğal yapısı uygun olan bölgeler için bu yapının korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması açısından uygun bir seçim olarak değerlendirmektedir.

Şarap turizmi, gastronomi turizmi faaliyetleri kapsamında ele alınabilir. Gastronomi turizmi hareketliliğinde temel motivasyon faktörü yiyecek ve içeceklerdir. Bu hareketlilikte yiyecek ve içecekler kültürü öğrenmenin, bir kültürün içine girebilmenin ve kültürü tanımanın en önemli araçlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Yüncü, 2009). Bu bağlamda gastronomi turizmi, kültür turizmi kapsamında (Canizares ve Guzman, 2011, s.3) bir özel ilgi turizmi (Steinmetz, 2010, s.4) olarak ifade edilmektedir. Kivela ve Crofts (2005) ile Hong ve diğerleri (2012) turistlerin, diğer kültürleri, o kültürün yiyecekleri ve içecekleri aracılığıyla deneyimlemesini ‘gastronomi turizmi’ kavramı ile açıklamışlardır. Lin ve diğerleri (2011), gastronomi turizmini, ‘yiyecek ve içecekleri tatmak amacıyla seyahate çıkma, en azından seyahatin bir kısmında bu amacı gütmeye’ olarak tanımlamaktadır. Sürenkök ve diğerleri (2010) ise, ‘yiyecek turizmi’ ve ‘gurme turizmi’ kavramlarını yerel bir restorana ziyaret etmek, yöresel bir yemeği yemek, bir yiyecek marketine veya şarap mahzenine gitmek olarak ifade etmektedir.

Şarap turizmi; “potansiyel ve güncel şarap turistleri tarafından, bir şarap bölgesinin niteliklerini tecrübe etmek ya da üzüm, şarap tadımı için bağlara, şarapçılara, şarap festivallerine ve şarap şovlarına katılarak rahatlamak ve güzel bir gün geçirmek amaçlı yapılan seyahatler” olarak tanımlanmaktadır (Hamlacıbaşı, 2008, s.33). Şarap turizmi;

şarap tatmak, şarap satın almak ve şarap bölgesinin özellikleri konusunda bir deneyim yaşamak için bir şarap bölgesinde bağların, şaraphanelerin, şarap festivallerinin, şarap gösterilerinin ziyaretleri olarak tanımlanabilir (Güzel, 2009).

Corigliano (2004, s.166) değindiği gibi turist talebinin şekillendirmesiyle önemli potansiyele sahip şarap ve gastronomik ürünler ulusal ve uluslararası turist pazarlarında yer almaktadır. Yapılan araştırmalarda turist harcamalarının 1/3'nin yiyecek ve içeceğe olduğu görülmektedir (Mak ve diğerleri, 2012, s.172; Tikkanen, 2007, s.721). Böylelikle turizm gelirlerinin önemli bir kısmının yiyecek-içecek tüketiminden elde edildiği ortaya çıkmaktadır (Mak ve diğerleri., 2012, s.171-172). Turizm açısından, yiyecek ve içecek kültürü olarak ifade edilebilen gastronominin (Küçükaltan, 2009, s.3), turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğu ve bazı durumlarda da temel seyahat motivasyonu olabileceği belirtilmekte (Mckrecher ve diğerleri, 2008, s.138; Yüncü, 2009, s.29) ve gerek iç, gerekse de dış turizm için vazgeçilmez bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Küçükaltan, 2009, s.3). Okumuş ve diğerleri (2007), yapılan araştırmalarda destinasyonda sunulan yiyecekleri iklim, konaklama ve doğadan sonra dördüncü çekicilik unsuru olarak belirlemiştir. Yiyecek ve içeceğin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak değerlendirilen gastronomi artık turizmle bütünleşmeye ve ülke tanıtımlarında aktif bir rol üstlenmeye başlamıştır (Küçükaltan, 2009, s.8). Şarap turizmi ile özellikle şarabın ve yerel mutfak diğer ürünlerinin, gerçek bir turist çekiciliği olduğu ve kırsal alanları ziyaret için bir motivasyon kaynağı olduğu belirtilmektedir. Bu motivasyonlar gastronomik turlar ya da şarap mahzenleri turları gibi özel aktiviteler ya da diğer rekreasyon, kültür gibi etkinlikler ile birleştirilebilen ürünler olabilmektedir (Corigliano, 2004, s.167).

Avrupa'nın geleneksel olarak şarapla uğraşan ülkelerine ve dünyanın en gelişen şarap bağlarının bulunduğu ülkelere yapılan seyahatler oldukça önem kazanmaktadır. Ülkelerin turistik destinasyon olarak tercih edilmelerinde gastronomi önemli bir rol oynamakta olduğu belirtilmektedir (Güzel, 2009). Bu bağlamda; şarabın, birçok ülkede turizmin en önemli itici gücü olarak karşımıza çıkmakta olduğu ve sadece şarabı iyi diye turistler tarafından tercih edilen şehirler, bölgeler, ülkeler bulunduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte, turistik yörelere şarabın romantizminden yararlanarak kimlik kazandırmak için büyük paralar harcanmaktadır (Hamlacıbaşı, 2008, s.32). Yapılan bir araştırmada turistlerin şarap turlarına katılmak için tur başına \$937 ödedikleri ve bu tutarın 1/4'inin sadece şarap odaklı aktivitelere ayrıldığı ortaya konmuştur. Yiyecek ile ilgili yapılan seyahatlerde ise her bir tur için \$1,194 harcama yapıldığı ve 1/3'inin sadece yiyecekler ile ilgili aktivitelere ayrıldığı ifade edilmiştir (Schmantowsky, 2008).

Bunların yanında ülkeler şarap festivalleri ile dünyanın çeşitli bölgelerinde düzenlenen etkinliklerle bölgelerine turist çekmektedirler. Örneğin; Hamlacıbaşı (2008, s.33), ABD'nin New York eyaletinde Bacchus şarapları ve Riedel Crystal'ın ortaklaşa düzenlediği tadım gecesi Broadway 70 ve 71'inci sokaklar arasında bulunan Bacchus'ta Kasım ayında yapıldığını ve dünyanın çeşitli yörelerinde yetişen üzümlerden üretilen şarapların tadıldığı bu gece de ayrıca gelenlere kristal şarap hediye edildiğini ifade

etmektedir. Bunun dışında Hamlacıbaşı (2008), New York'ta düzenlenen başka bir organizasyonda Shiraz Festivali yapıldığını ve ziyaretçilerin Shiraz üzümünden yapılmış 6 farklı şarabı tatma imkanı bulunduğunu belirtmiştir.

Bozcaada'da Turizm Potansiyeli İçerisinde Şarap Turizminin Yeri ve Önemi

Bağcılık ve şarapçılık, Bozcaada için sadece ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde, bir yaşam biçimidir. Bağcılık ve buna bağlı şarapçılık adanın balıkçılıkla birlikte temel kültürüdür. Bozcaada'da bağcılık ve şarapçılığın adanın tarihi kadar eski olduğu belirtilmektedir. Rivayete göre, adaya eski ismini veren Tenes, bugünkü Poyraz Limanı çevresinde yabani asmayı bulmuş, onu geliştirerek “kuntra asma” denilen şimdiki durumuna getirmiştir. Milattan önceki Tenedos paralarının üzerinde de üzüm salkımı görülmektedir (Bozcaada Kaymakamlığı, 2014).

Bozcaada bağ alanları (11850 dekar) ada yüzölçümünün 1/3'ini, tarım arazilerinin ise %80'ini oluşturmaktadır. Toplam 5 milyon bağ kütüğünden 1600 ton sofralık, 3900 ton şaraplık üzüm elde edildiği belirtilmektedir. Ada bağcılığının ve şarapçılığının bu denli gelişmiş olmasının temel nedeni; adanın bağcılığa son derece uygun olan, andezit ağırlıklı, kumlu, killi, taşlı tabakalardan oluşan farklı tipte toprak yapısı ve iklim yapısının ve özellikle kuzeyden gelen hakim rüzgarlarla adanın, gündüz ve gece sıcaklık farklılıklarının şarap üretimi için bağcılığa son derece uygun olmasıdır (Bozcaada Kaymakamlığı, 2014).

Sofralık üzüm çeşidi olarak; Bozcaada Çavuşu, Cardinal, Atasarı, Uslu, Yalova İncisi, Alphonse Lavallee ve Amasya, şaraplık üzüm çeşitlerinden Karasakız (Kuntra), Altınbaş (Vasilaki) ve Karalahna yetiştirilmektedir. Bozcaada'da Altınbaş Karasakız, Karalahna üzümleri şarapçılık alanında kullanılmaktadır. Karasakız ve Karalahna kırmızı şarap, Altınbaş ise beyaz şarap yapımında kullanılmaktadır. Son yıllarda Cabernet Sauvignon ve Merlot ile kaliteli şaraplar üretilmektedir (Hamlacıbaşı, 2008, s.31).

Bozcaada'da turizm hareketliliğine ilişkin çeşitli çalışmalara rastlanmaktadır. Örneğin, Hamlacıbaşı (2008), yaptığı çalışmada turizm ürünü olarak şarap kültürünü değerlendirmiş, şarap kültürünün Bozcaada'ya dikkate alınması gereken bir değer kazandırdığını ortaya koymuştur. Çakıcı ve diğerleri (2010), Bozcaada turizmine ilişkin fırsatlar, üstünlükler, zayıflıklar ve tehlikelere ilişkin konuları ele almış, bu çalışma sonucunda Bozcaada'nın markalaşmış şaraplarının olması, Bozcaada gastronomiturizmi için olası güçlü yanlar olarak değerlendirilmiştir. Çavuşoğlu (2012), Bozcaada' da turizmini geliştirilebilmesi için temel tarım ürünü olan üzümü, tarıma dayalı, modern, ancak bir o kadar da geleneksel, alternatif bir turizm türü olan agro-turizm (Durlu-Özkaya ve diğerleri, 2012) ürünü olarak sunmanın önemine vurgu yapmaktadır. Durlu-Özkaya ve diğerleri (2012) agro-turizmin, turistleri çiftliklerde, ev pansiyonlarında ağırlayarak, onlara doğayla iç içe, çeşitli tarımsal etkinlikleri yaşattığını, aynı zamanda kırsal kesimde ekonomik canlılık sağladığını ve yörenin gelişimine katkıda bulunduğunu ifade etmektedir.

YÖNTEM

Çalışmada, araştırma yöntemi olarak nitel araştırma desenlerinden bütüncül tek durum deseni (örnek olay) kullanılmıştır. Durum çalışması “güncel bir olguyu kendi gerçek yaşam çerçevesi içinde çalışan, olguyu ve içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan, görgül bir araştırma yöntemidir” (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.277). Çalışmada turizm paydaşlarının Bozcaada’ nın gastronomi ve şarap turizmi perspektifinde turizm kaynakları hakkındaki ve yapılan yasa düzenlemelerinin Bozcaada’da nasıl bir etkisi olduğu konusundaki değerlendirmeleri yer almaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşmeler, gözlem ve doküman incelemesi kullanılarak çeşitleme (triangulation) sağlanmıştır. Çeşitleme, nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliğin sağlanmasında kullanılan önemli bir stratejidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.277).

Yapılan derinlemesine mülakatlar, gözlem ve doküman incelemelerinden elde edilen veriler kullanılarak betimleyici analiz yapılmıştır. Betimleyici analiz ile katılımcıların sahip olduğu duygu ve düşüncüleri tam anlamıyla yansıtmak amacıyla sık sık doğrudan alıntılar yapılmıştır.

Bu amaçla 23-24 Haziran 2014 tarihlerinde Bozcaada turizm paydaşları ile mülakatlar gerçekleştirilmiş, bu süre zarfında gözlemler yapılmıştır. Örneklem seçilirken, katılımcıların Bozcaada’ da yaşıyor olması dikkate alınmıştır. Ayrıca, katılımcı çeşitliliği için farklı meslek gruplarından bilgi vermeye gönüllü olan kişiler örneklem dâhil edilmiştir. Nitel araştırmalarda ortaya çıkan kavramlar ve süreçler birini tekrar etmeye başladığı zaman (doyum noktası) yeterli sayıda veri kaynağına ulaşıldığına karar verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, 115). Bu araştırmada görüşülen 12 kişi ile yapılan görüşme sonucu kavramların tekrar ettiği anlaşılmış ve verilerin doyuma ulaştığı görülmüş, örneklem bu kişilerden oluşmuştur. Mülakatlar 20 ile 40 dakika arasında sürmüştür.

BULGULAR

Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 1’ de verilmiş olup genellikle orta yaş ve üzeri oldukları görülmektedir. Bilimsel etik açısından katılımcıların gerçek isimleri gizlenmiş ve katılımcılara kod isimler verilmiştir. Katılımcıların cinsiyet dağılımına baktığımızda 11 Erkek ve 1 Kadın olup çoğunlukla erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Hedeflendiği gibi araştırmaya katılan kişilerin hepsi yerli halktan oluşmaktadır. Paydaşları seçerken en önemli kriter kamu, özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin dengeli bir şekilde araştırmaya dahil edilmesi ve farklı bakış açılarının ortaya konmasını sağlamaktır. Tablo 1’ de görüldüğü üzere bu çeşitlilik nispeten sağlanmıştır. Ayrıca tabloda belirtildiği gibi araştırma yapılan grupta 4 kişi anahtar katılımcı olarak belirlenmiştir. Bu kişiler diğer katılımcılara oranla çok daha fazla bilgi sahibi ve bilgi vermeye istekli olduğundan bir çok veri bu kişilerden elde edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Meslek	Eğitim
KY1	32	ERKEK	Kamu yöneticisi	Lisans
KY2*	41	ERKEK	Kamu yöneticisi	Lisans
KY3	33	ERKEK	Kamu yöneticisi	Lise
STK*	38	ERKEK	Stk yöneticisi	Lisans
RST	31	ERKEK	Restoran yöneticisi	Ön lisans
OTL	50	KADIN	Otel işletmecisi	Lise
ŞRP1*	47	ERKEK	Şarap üreticisi, otel ve restoran sahibi	Lisans
ŞRP2*	62	ERKEK	Şarap üreticisi	Lisans
YRL1	34	ERKEK	Yerel halk, güvenlik	Lise
YRL2	32	ERKEK	Yerel halk, şarap fabrikası çalışanı	Lise
YÜS1	43	ERKEK	Yöresel ürün satıcısı esnaf	Lise
YÜS2	65	ERKEK	Yöresel ürün satıcısı esnaf	Ortaokul

*Anahtar katılımcılar

Bozcaada'nın Temel Geçim Kaynağı ile İlgili Görüşler

Yapılan görüşmeler sonucu katılımcıların hepsinin adanın geçim kaynağının temelde *bağcılık ve şarapçılık* son 10-15 yılda ise *turizm* olduğu konusunda hemfikir oldukları görülmüştür. Bunların dışında eskiden *balıkçılığın* önemli olduğunu ve son yıllarda da *zeytinciliğin* ön plana çıktığını belirten birkaç katılımcı olmuştur. ŞRP1 “*şarap adanın en önemli ürünüdür. Kışın adada kalan kişilerin yüzde 99’u kesin bir bağda, şarap firmasında çalışmıştır. Yani bu yerel ekonominin bir unsurudur*” ifadesini kullanarak, adanın temel geçim kaynağının şarapçılık olduğuna vurgu yapmıştır. KY2 kodlu katılımcı ise adanın temel geçim kaynağını şu şekilde açıklamaktadır:

“Adanın geçim kaynağı uzun yıllardır süre gelen bağcılık, şarapçılık ve son 10-15 yıldır iyice gelişmiş olan turizm şeklinde sıralanabilir. Şu anda turizm ön planda çünkü şarapçılık konusunda çok ciddi kısıtlamalar var. Gerek vergiler, gerekse tanıtımına reklamına yönelik uygulanan kısıtlamalar yüzünden eski cazibesini taşıyor. Bağcılığa da artık eskisi gibi bir rağbet yok son senelerde giderek artan turizme dayalı bir yaşam mevcut burada.”

KY1 kodlu katılımcı ise bu görüşü destekler şekilde şu sözleri dile getirmiştir:

“6 tane şarap üretim fabrikası var. Bu sene T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı hibe alarak yapılan bir üzüm suyu ve koruk suyu üretim fabrikası açıldı bu da üzüm üzerine kurulu 7. işletme oldu. Bunun dışında son yıllarda, 1990’dan itibaren diyebiliriz bir turizm hareketliliği bulunmakta. Turizmden de çok ciddi pay alıyoruz.”

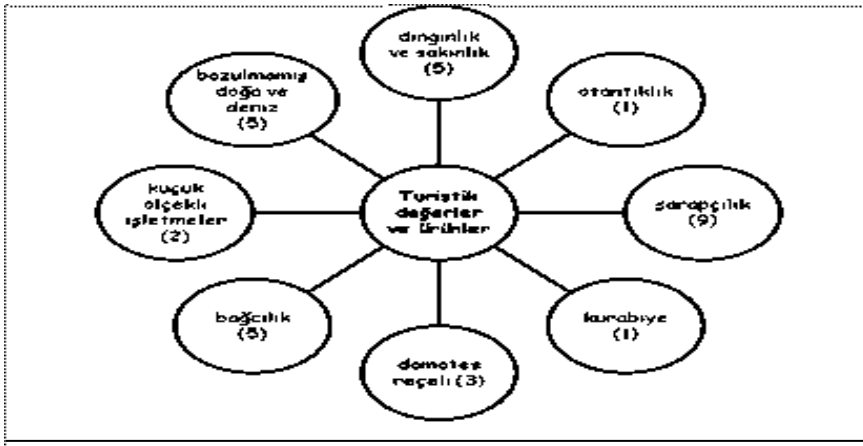
“2010 senesinde eski bir bağ evimiz vardı, onu yeniledik ve 4 odalı bir butik otel yaptık” ifadesini kullanan ŞRP1 kodlu katılımcı turizm faaliyetlerinin artış sebebini ise aşağıdaki gibi ifade etmektedir:

“Turizm yükseldikçe bağlar düşmeye başladı. Bağ sahipleri turizm artmaya başlayınca satmaya başladı bağlarını. Bunun yanı sıra mevsimler değişti, hastalıkların artması, insanlar ekonomik olarak bağlardan para kazanamaması gibi sebepler yüzünden turizmde gelişince bağ satalım otel yapalım bağ satalım otel yapalım... mantığı gelişti. Mesela bende 4 odayı yaparken 2 tane bağ sattım yani. O sattığımız iki bağa yine ben bakıyorum ben bıraktığım zaman çöp olacak. Diğer taraftan da gerçekten duygusal bakan ve adayı seven bir kesim var onlarda bağ alıp yaşatmaya çalışıyorlar. Adada görülen sarı tarlaların hepsi eskiden bağ alanıydı aslında.”

Bozcaada'nın Turistik Değerleri İle İlgili Genel Görüşler

Görüşmeler incelendiğinde katılımcıların, Bozcaada'nın turizmi ilgili ifadelerinde Şekil 1' deki temalara odaklandığı görülmektedir. İfadelerin yanındaki rakamlar o temanın tekrar edilme sıklığını göstermektedir. Şekil 1. incelendiğinde katılımcılar tarafından en çok bahsedilen turistik ürünün şarapçılık (9) olduğu görülmekte, bunu dinginlik ve sakinlik (5) , bozulmamış doğa ve deniz (5) ile bağcılık (5) temalarının izlediği tespit edilmiştir.

Şekil 1. Katılımcı Görüşlerine Göre Bozcaada'nın Turistik Değerleri ve Ürünleri



Katılımcıların Bozcaada'daki Şarap Turizmi ve Çıkarılan Alkol Yasasına İlişkin Değerlendirmeleri

Katılımcılar genel olarak şarap turizminin ada için önemli olduğunu belirtmiştir. Bu konuda şarapçılık bazı katılımcılar için çekirdek ürün yani adanın temel turistik ürünü bazı katılımcılar açısından ise destekleyici ürün olarak değerlendirilmektedir.

STK kodlu katılımcı adayı değerlendirirken “başlı başına bir şarap adası” tanımlaması yaparken, şarapçılığı ana ürün olarak değerlendiren KY2 kodlu katılımcı “Madem Bozcada artık yönünü turizme çevirdi; değerlerini koruyarak yapacağı bağcılık ve şarapçılık bu anlamda çok önemli, ayrıca doğasını koruyarak turizme devam etmesi gerekir” sözleri ile

şarap turizminin Bozcaada için önemine değinmiştir. KY2 sözlerine şu şekilde devam etmiştir:

“Bağcılık ve şarapçılık olmazsa burada, sürdürülebilir bir turizm gerçekleşmez bizim gözümüzde. En temel iki değeri buranın; denizimiz çok temiz, restoranlarımız çok güzel tamam ama bunun muadillerini insanlar çok yerde bulabiliyorlar. Fakat burada yetişen üzüm ve şarabı ve buranın Türk Rum kültürünü başka yerde bulamazlar. Bozcaada bir şarap adası bunu kabul etmek gerekir.”

ŞRP2 kodlu katılımcı da “deniz güneş kum her yerde var Bozcaada’ya gelenler daha çok bağ ve şarap için geliyor” sözleriyle şarap turizminin bölge açısından önemine değinmiştir. RST kodlu katılımcı ise “adada bağcılık ve şarapçılık olmazsa turizm de olmaz” diyerek şarabın ada turizmi için vazgeçilmez olduğunu belirtmiştir.

Şarabı destekleyici ürün olarak değerlendiren katılımcı YRL2 “daha çok geriye dönüşlerde hediye amaçlı şarap alındığından” bahsetmiş bir diğer katılımcı OTL ise şarabın ve şarap turizmini “sezonu uzatmaya yarayan” destekleyici bir ürün olarak değerlendirmektedir.

Katılımcılara 2013 yılında çıkarılan alkol yasasından önce yapılan şarap tadım günlerini ve ada için önemini sordüğümüzda verilen cevapların tamamı bu etkinliğin **ada için olumlu etkilere sahip olduğunu belirtmiş ve özellikle sezonu uzatma konusunda başarılı olduğu** vurgulanmışlardır. ŞRP1 kodlu katılımcı şarap tadım günlerinin ortaya çıkışını şu şekilde anlatmaktadır:

“Haziran’da şarap tadım günleri yapalım sezonu uzatalım diye ölü zamanları değerlendirme amaçlı bir projeydi bu 2006 senesinde ilk şarap tadım günlerini yaptık daha sonra her sene artan bir katılım oldu. 3. sene Haziran’ın 3. haftası bayağı dolu hale geldi. Formatı oturuyordu 2 günle başladı 4 güne çıktı diğer işletmelerin açılmasıyla da 1 hafta olarak yapmak istiyorduk bunu biz. Her gün bir işletme bir etkinlik yapıyordu akşam canlı müzik ve eğlence, şarap tadımları da gün içinde yapılıyordu. Bütün gelen konuklar işletmelerin şarap tadım yerlerinde şarap tadımı yapabiliyordu”.

OTL kodlu katılımcı şarap tadım günlerinde gerçekleştirilen faaliyetleri aşağıdaki gibi anlatmaktadır;

“Her şarap fabrikası gündüzleri şarap tadımları yaptırıp imalathanesini, üzümleri ve şarapları tanıtıyordu çeşitli şiir ve müzik etkinlikleri yapıyordu akşamları ise her akşam o şarap fabrikasının önünde şarap tadımı ve canlı müzikle halka açık eğlence oluyordu”

STK kodlu katılımcı bu etkinlik için, “Marka haline gelmişti herkes o günü bekliyordu. Şarap alımları artıyordu tabi bu günlerde” ifadelerini kullanmıştır. ŞRP2 kodlu katılımcı ise, “Adanın turizmini oldukça hareketlendirdi ve öne çekti. Hatta şöyle söyleyeyim ben dükkanımda şahit oldum; Bodrum’ a Çeşme’ ye gidecekler adanın şarap turizm günlerine gelip buradan oraya geçiyorlardı, tatillerini ona göre ayarlıyorlardı adaya gelip

etkinliklere katılıp öyle geçiyorlardı çok etkiliydi” diyerek şarap tadım günlerinin ada için önemine vurgu yapmıştır.

Katılımcılar şarap tadım günlerinin yapıldığı (Haziran’ın 3. haftası) dönem ile yapılmayan bu seneyi karşılaştırdıklarında etkinliğin yapıldığı zamanlardaki **canlılığın bu sene olmadığından** şu sözlerle bahsetmişlerdir.

- “Ada için kötü oldu Haziranın 3. haftası bir boşluğa düştü.” (SRP1)

- “Şarap tadım günleri yapılıyordu o zaman büyük bir ilgi vardı yakın çevrelerden olsun ya da İstanbul’dan genellikle bir talep vardı. Ama bu sene o kadar ilgi olmadı. Aşırı derecede kalabalık değildi. Bu da tüm turizmi etkiledi.” (YRL2)

- “Oysaki şarap tadım günleri için 4 gün boyunca yalnızca bunun için gelen çok ciddi bir kitle vardı.” (KY2)

- “Muhakkak ikiye katlanıyordu gelen turist sayısı normalde bir sezonda örneğin 100 kişi geliyorsa, festival olduğu zaman bu sayı çok çok artıyordu” (RST)

- “Haziran sonunda 3-5 gün hareketlilik vardı. Şimdi yok. Sezon öncesinde bir hareketlilik yaratılıyordu. Bağbozumu da o sebeple eylül ayında yapılıyordu. Biz çok fazla etkilenmedik ama genel anlamda haziran ayındaki o hareketlilik yok oldu” (YÜS1)

Katılımcıların alkol yasası ve yasa sonrasındaki etkileri hakkındaki görüşleri şu yöndedir:

ŞRB2 kodlu katılımcı alkol yasasının olumsuz etkilerini şu şekilde aktarmaktadır:

“Bu yasa bizi çok etkiledi yani 3000 yıllık yerde kültürü olan bir yerde bu yasa uygulanması... Mesela ben bir traktör römorkünü ona göre dizayn ettim 16 kişi alıyordu içi, ücrette almıyordum, eğer bağlarda şarap içmek isterlerse dükkandan aynı fiyata veriyordum orada içiyorlardı. Bağlarda dolaşıyorlar, üzüm topluyorlardı hatta susuz domates adanın geleneğidir hiç ilaç yok su yok bir can suyu veriyoruz o domatesin lezzetini alıyorlardı sonra gün batımını izleyip dönüyorduk. Şimdi bu da yasaklandı özendirmeye teşvik olarak. Geçen seneye kadar yapıyorduk, her gün grup vardı yer yoktu, adaya gelmeden önce rezervasyon yaptırılıyordu o da yasaklandı. Yani adaya uymayan bir alkol yasası çıktı. Tamam, alkol yasası olması gerekirdi ama bu kültürün olduğu bir yerde bu kadar kısıtlamalar olmadı.”

KY2 kodlu katılımcı ise, “Söyle bir şey oldu alkollü içkilerin kültürel ve sanatsal aktivitelerle birleştirilmesi yasaklandı. Çok ciddi kriterler var kapalı mekan olması lazım, bütün giriş çıkışları tutulması lazım 18 yaş kuralı var, içeriğinin görülmemesi lazım, tattırılan şarapların ücretli olması lazım gibi bir çok kural. Cezalar çok ağır altından kalkılabilecek şekilde değil şarap fabrikaları için. Bu yasa geçtiğimiz sene Eylül’ de yürürlüğe girdi fakat biz Haziran’ da yapmamamıza, rağmen daha kanun yürürlüğe girmemesine rağmen şarap fabrikaları çekindi ve bu işe giremediler yani” diyerek alkol yasasının etkilerini aktarmıştır.

YRL2 kodlu katılımcı alkol yasasında neyin özendirici, neyin tanıtım kapsamına girdiğinin açıkça yer almamasından dolayı yaşananları şu şekilde ifade etmiştir;

“Bu sene bağbozumu olursa fabrikalardan katılım olmayacak mesela bağbozumu ile şarabın bir bağlantısı yok sadece üzüm kesilecek. Fakat tabi geçen senelerde üzüm kesmeye giderken şarap firmaları götürüyordu. Bu sene o tanıtım reklam olmadığından sanırım şarap fabrikaları üzüm kesmeye de götüremeyecek”

SRP1 kodlu katılımcı yasanın bir diğer olumsuz etkisini şu şekilde anlatmaktadır:

“Yeni yasa şarap tadımını da yasakladı normal günlerde satış yaparken. Fabrika gezileri yapıyordu insanlara şarabın nasıl yapıldığını anlatıyorduk o da yasaklandı, tanıtımla ilgili her şey yasak diyor neticede biz şarabı tanıtıyoruz anlatıyoruz ama kötü niyetli birisi içmeyi özendiriyorsun diyebilir.”

REST kodlu katılımcı da aynı olumsuz etkiye şöyle değinmiştir:

“Ada şuanda çok etkilendi. Mesela ben bir yere gittiğimde şarap alacağım zaman mutlaka tadını bilmem lazım ama şuan onu yapamıyorsunuz, rastgele bir şey alıyorsunuz. Bu da adayı etkiliyor pazar payını azaltıyor. Normalde tadım günleri vardı bir de şarap işletmeleri şarap alacağınız zaman tadım yaptırıyordu o da kalktı.”

Turizm paydaşları alkol yasasının etkileri ile başa çıkılabilmek için çeşitli öneriler sunmuşlardır. KY1 kodlu katılımcı *“Kanun neyin tanıtım ve özendirmeye girdiğini net olarak belirtmediği için yönetmeliklerle kanunun uygulanış biçiminin açıklığa kavuşturulma”* gerekliliğine vurgu yapmıştır.

SRP2 kodlu katılımcı satış yerinde şarap tadımı yapmanın yeni yasayla engellenmesi sonucunda yaptıklarını şu şekilde anlatmaktadır:

“Bu kafeyi açmak için mecbur kaldık çünkü son çıkan yasaya göre şarap satılan yerde içki içmek, tatmak yasak. Promosyon, özendirme, teşvik anlamında değerlendiriliyor. Gelenlere şarap tattırmadan satmak istemiyoruz. 3000 yıllık kültürü olan bir yer burası etikete bakıp şarap satmak istemiyoruz o zaman büyük şehirdeki marketlerden ne farkımız kaldı onun için böyle bir yer açtık. Gelenleri görseniz ekşi mi tatlı mı ben böyle şarap seviyorum gibi birçok soru soruyorlar olmuyor. O yüzden biz de mecbur kaldık böyle bir kafe yaptık, çok cüzi bir ücret karşılığında 10 liraya 11 çeşit ürün tattırıyoruz buna bir şey diyemiyorlar müşteri menüyü tercih ediyor ve alıyor.”

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turistik ürünü oluşturan unsurlar; çekicilikler, etkinlikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve imaj olarak belirtilmiştir (Kozak, 2014, s.127). Bozcaada'nın turizmi için değerlendirildiğinde bağcılık ve şarapçılık, doğal ve kültürel özellikler çekicilikler olarak değerlendirilebilir. Bölgede düzenlenen şarap tadım günleri, bağbozumu festivali, uluslararası yerel tatlar festivali gibi unsurlar ise etkinlikler olarak değerlendirilebilir ve

bölgenin turizmi için önemli faaliyetler olarak görülmektedir. Bu etkinliklerden bir ya da birkaçının yapılmaması durumunda turistik destinasyonun tam olarak yaratılamayacağı, eksik kalacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çıkarılan alkol yasası ile birlikte bölgede turizm paydaşları arasında özellikle şarap üreticilerinde şarap tadım günlerinin yapılması konusunda bir tedirginlik oluşturmuş ve sonuç olarak Haziran'ın 3. haftası düzenlenen etkinlikler kanundan sonra gerçekleştirilememiştir. Bunun sonucunda turizm sezonunun uzatılması açısından ada turizmi olumsuz etkilenmiş ve bölge bu etkinlik ile yavaş yavaş marka olma fırsatından mahrum kalmıştır. Buna bağlı olarak o dönemde oluşan hareketlilikten otel dolulukları, yiyecek-içecek harcamaları, şarap alımları ve diğer turistik mal ve hizmet satışlarından pay alan işletmeler artık bundan faydalanamamaktadır. Kuşkusuz bu durum genel olarak tüm turizm paydaşlarını etkilese de en çok şarap üretim ve satış yerlerinin etkilediği görülmektedir. Şarap tadım günlerinden ziyade işletmeler tüm yıl boyunca satış dükkanlarında her hangi bir tadım faaliyeti gerçekleştirememekte, bunun için bazı işletmeciler ayrı iş yerleri açarak yalnızca tadım yaptırmakta ve bunun için ekstra maliyete katlanmaktadır. İşletmelerin bir kısmı bunun önüne geçmek için minimum fiyatlarla tadım menüsü yapmaktadır.

Görüldüğü üzere kültüründe bağcılık ve şarapçılık olan Bozcaada, alkol yasağından sonra turizmin gelişmesi ve şarap turizminin devamlılığı açısından bazı engeller ile karşılaşmıştır. Bu engellerin ortadan kaldırılması için en etkili çözüm ülke genelinde uygulanan bir yasanın bu tarz özellikli yerlerde daha esnek bir hale getirilmesi, bu bölgeler için özel maddeler konulmasıdır. Bunun yanında kanunda yer alan bazı ifadelerin açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Hangi uygulamaların alkol kullanmayı özendirdiği kesin hatlarla çizilmelidir. Aksi takdirde yoruma açık olan bu ifadeler ile büyük cezalar ile karşı karşıya kalan işletmeciler tedirgin olmaktadır. Bu açıdan toplum temelli turizm anlayışının yerleştirilmesi önemli olarak görülmektedir. Çünkü toplum temelli turizm; yerel toplulukların, özellikle yöre insanlarının ve kırsal kesimdeki köylülerin turizm endüstrisinden yarar sağlamalarını ve turizm endüstrisinin içinde bulunmalarını hedefleyen bir turizm modelidir (Boz, 2014, s.51). Yörenin geleneksel kültürü ve geçim kaynağı olan bağcılık ve şarapçılık anlamında katma değeri en yüksek ekonomik değeri şarap ve buna bağlı olarak şarap turizmidir. Dolayısıyla yerel halkın bundan maksimum derecede faydalanması için bunun devamlılığı hatta daha da artırılması yönünde çalışmalar yapılması gereklidir.

Bu çalışma Türkiye'nin bir destinasyonunu kapsamaktadır. Dolayısıyla ileride düzenlemenin Türkiye'nin diğer destinasyon ve bölgelerini nasıl etkilediği ya da genel olarak ülke turizmini nasıl etkilediği ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Bununla birlikte bu çalışma yalnızca turizm sektörü ile ilgilenen paydaşlar açısından ele alınmış olup, bu konu ile ilgili tüketici görüşleri değerlendirilememiştir. Bu bağlamda tüketici görüşlerinin ele alındığı çalışmaların da yapılmasıyla, ilgili alan yazını açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Boz, M. (2014). Toplum temelli turizm, Şule Aydın Tükeltürk ve Mustafa Boz (Ed.)Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler içinde (s. 49-65), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bozcaada Kaymakamlığı (2014). [<http://www.bozcaada.gov.tr>]
- Can, E. (25-26 Ağustos 2008). Sürdürülebilir turizm ve bozcaada. Akdemir, A., Demircan, O., Yılmaz, S., Takaoğlu, T. ve Erginal (Ed.). *Bozcaada değerleri sempozyumu kitabı*. Çanakkale: Aynalı Pazar Yayınevi.
- Corigliano, M.A. (2004). The route to quality: italian gastronomy networks in operation. In Hjalager A.M.And Richards G. (Ed.), *Tourism and gastronomy*. Taylor & Francis.
- Çakıcı, A., C., Atay, L. ve Aksu, M. (2010). bozcaada turizmi için geçerli olabilecek fırsatlar, üstünlükler, zayıflıklar ve tehlikeleri tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8 (1), 147-166.
- Çavuşoğlu, M. (2012). Bozcaada üzüm tarımı turizmi ve elektronik tatil tasarım site uygulaması. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2 (2), 49-54.
- Durlu- Özkaya, F., Cömert, M. ve Sark, S. (2011). ‘Essayson agriculture and environment’. In E.Maleviti Ve C. Stathopoulos (Ed.), *Agro tourism knowledge level of tourism students*, , Greek: Athens Institute For Education And Research.
- Güzel, G. (2009).Gastronomi ve inovasyon. [URL: [www.acikarsiv.atilim.edu.tr/ browse/ 25/ goncaguzel.pdf](http://www.acikarsiv.atilim.edu.tr/browse/25/goncaguzel.pdf)] (Erişim 21 Haziran 2012).
- Hamlacıbaşı, F. Ü. (2008). *Yiyecek turizmin ve yiyecek turizmini açısından bozcaada ’nın kaynakları (Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi)*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Horng, J., Horng, S., & Tsai, C., J. (2012). Culinary tourism strategic development: an asia-pacific perspective. *Inetrnational Journal Of Tourism Research*, 14, 40–55.
- Kivela, J. & Crotts, C.,J. (2005). Gastronomy tourism. *Journal Of Culinary Science and Technology*, 4 (2-3), 29-55.
- Kozak, N. (2014). *Turizm pazarlaması (5.Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, G. (17-18 Nisan 2009). Küreselleşme sürecinde gastronomide yöresel tatların turistlerin destinasyon tercihlerine ve ülke ekonomilerine etkileri. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, Antalya.
- Lin, Y., Pearson, T., E. & Cai, L., A. (2011). Food as a form of destination identitiy: a tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11 (1), 30-48.
- Mak, A., H., N., Lumbers ,M. & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39 (1), 171-196.
- Mckrecher, B., Okumuş F., & Okumuş, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: it’s all how you cook the numbers. *Journal of Travel & TourismMarketing*, 25(2), 137–148.

- Okumus, B. Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in marketing tourism destinations: the cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28 (1), 253-261.
- Resmi Gazete (2013) [<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/06/20130611-1.htm>] (Erişim 05.08.2014)
- Sanchez-Canizares, S. & Lopez-Guzman, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: profile of culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 15 (3), 1-17.
- Schmantowsky, C. (2008). *Best practise in cluniary tourism development: models and applications domestic and abroad*. [URL: <Http://Chtalliance.Com/Archives/2008/Docs/Pdf/Culinarytourism.Pdf>] (Erişim 07 Nisan 2012).
- Steinmetz, Rose (2010), *Food, tourism and destination differentiation: the case of Rotorua*, Auckland University of Technology, Tourism and Hotel Management, Master's Thesis, New Zealand.
- Surenkok, A., Bagio, R., & Corigliano, A., M., (2010). Gastronomy and tourism ın turkey: the role of itcs. *Information And Communication Technologies İn Tourism*, 15: 567-578.
- Tikkanen, İ. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in finland: five cases. *British Food Journal*, 109 (9), 721-734.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Ankara : Seçkin Yayıncılık.
- Yüncü, H. R. (21 Temmuz 2009). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve perşembe yaylası. 10. *Aybastı-Kabataş Kurultayı*, Eskişehir.

TÜRKİYE’DE TURİZM SENDİKALARININ SORUNLARININ ANALİZİ

Pelin NASÖZ

*İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
pelinnasoz@yahoo.com*

Şehnaz DEMİRKOL

*Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi
sdemirkol@istanbul.edu.tr*

ÖZET

Türkiye’de sendikalaşma oranı hızla düşmekte, sendikaların güçleri giderek azalmaktadır. Sendikaların güçlerindeki bu azalmanın ana nedenlerini, yasal kısıtlamalar, ekonomik ve sosyal politikadaki değişim ve işçi yapısındaki değişim oluşturmaktadır. Bu çalışmada, turizm sendikalarının karşılaştıkları sorunlar araştırılmıştır. Üye sayısı ve etki alanı yüksek olan üç turizm sendikası TOLEYİS, OLEYİS ve Dev- Turizm İş’le yüz yüze, telefonda ve e-mail yoluyla görüşmeler yapılmıştır. Sendika sözcülerinin cevapları doğrultusunda turizm sendikalarının yaşadıkları ana sorunlar belirlenmiştir. Sendikalar, sorunlarıyla ilgili çoğunlukla fikir birliğine varsalar da, bazı konularda görüş ayrılıkları sergilemişlerdir. Üç turizm sendikası da işsizlik oranlarının artmasının ve ekonomideki durgunluğun sendikalaşmayı olumsuz yönde etkilediği belirtirken, üye sayısını arttırmada yaşadıkları en önemli sorunun işverenlerin işçiler üzerinde sendikalaşmamaları yönünde kurdukları baskı olduğunu söylemişlerdir. Ayrıca, sendika temsilcileri, sendikaların tek görevinin toplu sözleşme yapmak olmadığını, sendikaların en önemli görevlerinden birinin işçileri hakları konusunda bilinçlendirmek ve onları sosyal ve kültürel anlamda da desteklemek olduğunu belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm Sendikaları, Turizm Sendikalarının Sorunları*

GİRİŞ

Turizm sektörü, emek yoğun bir sektör olduğundan dolayı ülkeler için önemli bir istihdam kaynağıdır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2019’a kadar turizm sektörünün 296 milyon iş yaratacağını tahmin etmektedir (International Labour Organization, 2011).

Öteki taraftan sektör kötü çalışma koşullarına sahip bir sektör olarak bilinmektedir. Çalışanların büyük çoğunluğu küçük ya da orta ölçekli işletmelerde, düşük maaşlı ve az yetkinlik gerektiren işlerde çalışmaktadırlar. Vardiyalı çalışma sistemi, gece vardiyası ve sezonluk istihdam turizmin çalışma koşullarını zorlaştıran diğer unsurlardır (International Labour Organization, 2009).

Turizm işçileri bu zor koşullarda çalışmalarına rağmen, büyük ölçüde sendikalaşamamışlardır. Gerek dünyada gerekse Türkiye’de hizmet sektöründeki sendikalaşma oranı, sanayi sektörüne göre çok daha azdır. (Mahiroğulları, 2001) Türkiye’de toplam sendikalaşma oranı yüzde 9,7 düzeyindeyken bu rakam konaklama ve eğlence işkolunda sadece yüzde 3,6’dır (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2014).

Bu çalışma kapsamında Türkiye’de turizm sektöründe sendikalaşmayı zorlaştıran unsurlar ve turizm sendikalarının sorunları araştırılmıştır.

TÜRKİYE SENDİKA TARİHİ

1895’de kurulan Osmanlı Amele Cemiyeti, cumhuriyet öncesi dönemde sendika niteliğine sahip ilk kuruluş olarak kabul edilmektedir. Cumhuriyet’in ilanı sırasında 1923 yılında toplanan İzmir İktisat Kongresiyle birlikte ise Türkiye Amele Birliği kurulmuştur.

Ne var ki, herkese dernek kurma hakkı tanıyan 1924 Anayasası sendikalar tarafından düzenlenen grevleri yasaklamış, sendikacılık hareketinin gelişmesini engellenmiştir. Takrir-i Sükûn Kanunu (1925) ile de sendikalar kapatılarak, yenilerinin kurulması izne bağlanmıştır. 1936 yılında çıkarılan İş Kanunu ise grev hakkını da yasaklamıştır. İkinci Cemiyetler Kanunu’yla (1938) birlikte, sınıf esasına dayanan örgüt kurma yasaklanmış, sendikal hareketler engellenmiştir.

Sınıf esasına dayalı dernek kurma yasağının 5 Haziran 1946 yılında kaldırılmasıyla, sendika kurma yasağı da kaldırılmıştır. 5018 sayılı Sendikalar Kanunu’nun 1947 yılında yürürlüğe girmesiyle işkolu esasına göre sendikaların kurulması düzenlenmiştir. Fakat toplu sözleşme hakkı tanınmamıştır. 31 Temmuz 1952 yılında, Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (Türk-İş) kurulmuştur. 1961 Anayasası ile örgütlenme özgürlüğünün önü açılmış ve 31 Aralık 1961’de İstanbul Saraçhane’de ilk büyük işçi mitingi yapılmıştır.

1961 Anayasası ile örgütlenme özgürlüğünün önü açılmış ve 31 Aralık 1961’de İstanbul Saraçhane’de ilk büyük işçi mitingi yapılmıştır. 1961 yılında 6 işveren sendikası birleşerek İstanbul İşverenler Sendikaları Birliği’ni oluşturmuş ve 1962 yılında Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) kurulmuştur.

274 sayılı Sendikalar Kanunu ve 275 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu 1963 yılında yürürlüğe girmiştir. 1967’de Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu (DİSK), 1976 yılında da Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu (HAK-İŞ) kurulmuştur.

12 Eylül 1980 darbesiyle sendikal faaliyetler askıya alınarak, DİSK ve Hak-İş gibi konfederasyonların faaliyetleri durdurulmuştur. 1982 Anayasası ile sendikal haklar ve sendikaların örgütlenmesi sınırlandırılmıştır. 1983 yılında 2821 sayılı Sendikalar Kanunu ile 2822 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu kabul edilmiştir. Bu kanunlar sendikal faaliyetleri kısıtlayıcı maddeler içermekteydi. 1995 yılında anayasada yapılan değişiklikle, sendikaların siyasi faaliyette bulunamayacaklarına, dernek ve kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ile ortak hareket edemeyeceklerine ilişkin yasaklar kaldırılmıştır (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2012).

7 Kasım 2012 tarihinde, 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu (STİSK) yürürlüğe girmiştir. Bu yasa, 12 Eylül darbesinin sonucu, 1983 yılından beri yürürlükte olan 2821 sayılı Sendikalar Kanunu ve 2822 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunları ile düzenlenmiş olan sendikal mevzuatı tek bir kanun altında toplamıştır.

Uluslararası sendikal örgütler (Dünya Sendika Konfederasyonu, ITUC ve Avrupa Sendikalar Konfederasyonu, ETUC) ve DİSK yasanın veto edilmesini, Türk-İş ise yasanın sadece iki fıkrasının veto edilmesini talep etmiştir. Fakat yasa cumhurbaşkanı tarafından onaylanmıştır. (Çelik, 2012)

TÜRKİYE TURİZM SENDİKALARI

1947 yılında 5018 sayılı İşçi ve İşveren Sendikaları ve Sendika Birlikleri Hakkında Kanun kabul edilip, iş kolu esasına göre sendikal örgütlenme yasal zemine kavuştuğunda ilk örgütlenen kesim otel ve lokanta işçileri olmuştur. 17 Nisan 1947’de turizm işçileri Ankara’da Garsonlar Cemiyeti’ni kurarak ilk defa örgütlenmişlerdir. 1948-1951 yılları arasında toplamda 13 turizm sendikası kurulmuştur. 1948-1951 yılları arasında turizm işçilerinin kurduğu 13 sendika aşağıda yer almaktadır (TOLEYİS, 2009):

Tablo 1. 1948- 1951 Yılları Arasında Kurulan Turizm Sendikaları

Yıl	Sendikalar
1948	İzmir Garsonlar Sendikası
1949	Ankara Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1950	Bursa Lokanta, Otel ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1950	Mersin Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1950	Adana Lokanta, Otel ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1950	Ereğli Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1951	Ayvalık Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1951	Eskişehir Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1951	Gaziantep Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1951	İzmir Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1951	Turgutlu Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
1951	İzmir Hamam İşçileri Sendikası
1951	Konya Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası

Turizm işçileri ilk sendikalaşma hareketinin ardından, Türkiye’de ilk defa aynı işkolundaki sendikaları mesleki bir üst kuruluş etrafında toplamışlardır. 16 Mart 1951’de kısaltılmış adı “TOLEYİS” olan, Türkiye Otel Lokanta Dinlenme Yerleri İşçileri Sendikası kurulmuştur (Sülker, 2004).

Federasyonun kurulmasının ardından turizm işçileri örgütlerini tek çatı altında toplayacak daha üst bir örgütün arayışı içinde girmişlerdir. 1952 yılında TOLEYİS federasyonu, Türk-İş’in kuruluşunda etkin rol oynamıştır.

1977 yılı Eylül ayında siyasi görüş ayrılıklarından dolayı Türk-İş’ten ayrılan Türkiye OLEYİS sendikası DİSK’e katılmıştır. Bu olay, turizm iş kolunda sendikal mücadeleyi başlatan bir dönüm noktası olmuştur. OLEYİS’in DİSK’e katılmasına tepki gösteren turizm işçileri 1 Eylül 1977 tarihinde İzmir’de TOLEYİS sendikasını kurmuşlardır (TOLEYİS, 2009). OLEYİS ise Disk yönetimi ile yaşadığı sorunlardan dolayı, 1 Temmuz 2012’de Disk’ten ayrılma kararı alıp, Hak-İş konfederasyonuna katılmıştır (OLEYİS, 2012). OLEYİS’in Hak-İş’e geçmesinden sonra, 31 Mayıs 2011 tarihinde Disk’e bağlı Dev

Turizm-İş sendikası kurulmuştur. Bugün, TOLEYİS sendikası Türk- İş, OLEYİS sendikası Hak- İş ve Dev Turizm- İş sendikası DİSK konfederasyonu altında faaliyet göstermektedir.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı istatistiklerine göre konaklama ve eğlence yerleri işkolunda Temmuz ayı 2014 yılı itibarı ile çalışan toplam işçi sayısı 820.095 kişidir. Bu sayı sigortasız çalışmak zorunda kalan turizm işçilerini içermemektedir. TOLEYİS sendikası 14.560 üye ile en çok üyeye sahip turizm sendikasıyken, OLEYİS'in 8.238 üyesi, diğerlerine göre oldukça yeni bir sendika olan Dev Turizm-İş'in 329 üyesi bulunmaktadır. Bu üç ana sendikanın dışında konaklama ve eğlence yerleri iş kolunda Turkon-İş (Turizm Konaklama ve Eğlence Sanayii İşçileri Sendikası), Tüm Emek-Sen (Turizm Otel Spor Emekçileri Sendikası), Spor Emek-Sen (Devrimci Spor Emekçileri Sendikası), Futbol-Sen (Futbol Çalışanları Sendikası) ve Park Turizm- İş (Park Turizm İşçileri Sendikası) bulunmaktadır. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı istatistiklerine göre 820.095 konaklama ve eğlence işkolundaki işçilerin sadece 29.757'si (%3,6) bir sendikanın üyesidir (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2014)

TÜRKİYE SENDİKALARININ SORUNLARI

Gerek dünyada gerekse Türkiye'de işçilerin sendikalaşma oranları hızla düşmektedir. 1988'de sendikalaşma oranı %22,2 iken bu oran 2010 yılında %5,9'a gerilemiştir (Sosyal İş, 2012).

Tablo 2. Yıllara Göre Türkiye'de Sendikal Örgütlenme

Yıl	Toplu İş Sözleşmesi Kapsamındaki Ücretli Sayısı	Toplam Ücretli Sayısı	Sendikalaşma Oranı %
1988	1.591.360	7.170.000	22,2
1995	1.144.989	8.471.000	13,5
2002	1.007.305	10.625.000	9,5
2003	957.418	10.707.000	8,9
2004	919.364	11.344.000	8,1
2005	933.537	12.360.000	7,6
2006	902.247	12.999.000	6,9
2007	831.335	13.573.000	6,1
2008	750.018	12.937.000	5,8
2009	748.399	12.770.000	5,9
2010	805.525	13.762.000	5,9

Kaynak: Sosyal İş (2012, s. 4)

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Temmuz 2014 istatistiklerine göre 12.287.238 toplam işçinin 1.189.481 (% 9,7) sendika üyesidir. Fakat sendikalı işçilerin sadece 746.000'i toplu iş sözleşmesi hakkından yararlanabilmektedir. Bu rakam toplam işçi

sayısının sadece % 6'sını oluşturmaktadır (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2014).

Sendikaların üye sayılarındaki ve güçlerindeki azalmaların nedenlerini Yasal Kısıtlamalar, Ekonomik ve Sosyal Politikalarındaki Değişim ve İşçi Yapısındaki Değişim başlıkları altında toplayabiliriz.

Yasal Kısıtlamalar

Dönemin Türk-İş Genel Başkanı Seyfi Demirsoy'un "Ankara'da hükümet vardır, başbakan vardır, bakanlar vardır ve Ankara'da Türk-İş vardır." sözü, 1960'lı yıllarda sendikaların gücünü anlatmaktadır (Çelik, 2003). 1980 darbesiyle birlikte sendikalar hızla güç kaybetmişlerdir. DİSK, HAK-İŞ ve MİSK'in mal varlıklarına el konulup, faaliyetleri durdurulurken, TÜRK-İŞ'in faaliyetleri izne bağlanmıştır. 12 Eylül 1980 darbesinden sonra hazırlanan 1982 Anayasası'nın 51. ve 52. maddeleriyle de sendikal haklar kısıtlanmıştır (Çelik, 1997). Günden güne, toplu iş sözleşmelerinden yararlanabilen işçi sayısı azalırken, kazanılan haklar sınırlandırılmıştır. Grevler ya başarısızlıkla sonuçlanmış ya da sadece sınırlı kazanımlar getirmiştir. Toplu iş sözleşmelerinin sağladığı ekonomik ve sosyal haklardan faydalanamayan işçiler sendikaya üye olmak istememektedirler. (Özdemir, 2013)

12 Eylül 2010 referandumu sendikal hakların genişleyeceği yönünde bir beklenti yaratmıştır. Fakat 7 Kasım 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu sendikal hakları genişletici yönde olmayıp, askeri cunta tarafından oluşturulan sendikal düzenin temel kurallarını koruduğu yönünde eleştiriler almıştır.

Yasanın en çok eleştirilen maddelerinden biri grev hakkı konusundaki kısıtlamalardır. Yasaya göre, toplu iş sözleşmesi görüşmeleri sırasında çıkacak uyuşmazlık sonucu yapılacak grevler (menfaat grevleri) dışındaki; iş yavaşlatma, dayanışma grevi, sempati grevi, genel grev gibi tüm grevler yasa dışı grev kapsamına alınmıştır. Menfaat grevleri dışında yapılacak grevlere ağır parasal cezalar uygulanmakta, ayrıca bu tür grevlere katılan işçilerin iş sözleşmeleri tazminatsız feshedilebilmektedir (Çelik, 2012).

Yeni sendikalar kanununun getirdiği diğer bir değişiklik ise, eski yasada yüzde 10 olan işkolu barajını yüzde 3'e indirmesidir. Bu yasaya göre, sendikaların toplu sözleşme hakkı elde edebilmesi için bulundukları iş kolundaki işçilerin en az yüzde 3'ünü temsil etmeleri gerekmektedir. Yüzde 3 barajı kademeli olarak hayata geçecektir. 1 Temmuz 2016 tarihine kadar işkolu barajı yüzde 1 olarak uygulanacak. Temmuz 2018'e kadar yüzde 2, 1 Temmuz 2018 sonrasında ise işkolu barajı yüzde 3 olarak uygulanacaktır (Kılıç, 2014). Yeni yasada, eskisi gibi işyeri barajı yüzde 50+1 olarak kalırken, aynı şirkete bağlı tüm işyerlerini kapsayan işletmeler için baraj yüzde 40'a düşürülmüştür.

Yeni sendikalar yasası her ne kadar yüzde 10 barajını, yüzde 3'e düşürse de, Türkiye'de özel sektörde sendikalaşma oranının yüzde 3 civarında bulunduğu göz önüne alındığında, yüzde 3 işkolu barajının da yüksek olduğu, pek çok işkolunda yeni sendikaların

kurulmasını engelleyici nitelikte olduğu ve sendika özgürlüğüne zarar verdiği yönünde eleştirilmektedir (Çelik, 2012).

Ekonomik ve Sosyal Politikalarındaki Değişim

Sendikaların kurulduğu günden beri en güçlü faaliyet alanları kamu kesimiydi (Çelik, 1997). Kamusal işletmelerin yeni-liberal politikalar doğrultusunda özelleştirilmesi, kamu işletmelerinde güçlü olan sendikaların hızla güç kaybetmesine neden olmuştur. Özelleştirilen işletmelerdeki işçiler sendikasız kalmışlardır.

Sendikal faaliyetler yasal güvence altına alınmasına karşın, sendikal faaliyette bulunan işçileri, işletmeler belli bir miktarda tazminat ödeyerek işten çıkarabilmektedirler. Bu durum özel sektörde sendikalaşmayı zorlaştırmaktadır (Özdemir, 2013).

Ekonomik durgunluk ile artan işsizlik oranları ve işsizlerin sendika üyeliklerini sonlandırma eğilimi sendikalara güç kaybettiren diğer faktörlerdir. Taşeron, geçici işçi, mevsimlik işçi, kısmi zamanlı çalışma gibi yeni esnek zamanlı, standart olmayan istihdam biçimlerinin artması da sendikal örgütlenme bilincinin zayıflatmaktadır (Çelik, 1997).

İşçi Sınıfının Yapısındaki Değişim

Günümüzde, sanayide, kol emeğine dayalı çalışanların sayısı hızla azalmaktadır. Teknolojideki gelişmelerle birlikte üretimin şekli değişmekte, sanayide çalışan işçilerin daha donanımlı ve kalifiye olması gerekmektedir. Mesleki beceri ve bilgisini arttıran sanayi işçisi “bilgi işçisi” olma yolunda ilerlemektedir. Öteki taraftan, hizmet sektöründe çalışan eğitilmiş işçilerin sayısı da her geçen gün artmaktadır. Eğitim seviyesi yükselen işçilerin beklenti ve ihtiyaçları da bu doğrultuda değişmektedir (Çelik, 1997).

Yeniçağın çalışanları, sanayi işçilerinin örgütü olarak kurulan sendikalara mesafeli durmaktadırlar. Bu işçiler işverenle bireysel pazarlık yapama güçleri olduğuna inandıkları için sendikaya ihtiyaç duymamaktadırlar (Özdemir, 2013).

Bunlara ek olarak, günümüzde genç iş gücünün sendikalara katılım oranı da düşmektedir (Çelik, 2003).

METODOLOJİ

Bu çalışmada, Türkiye’deki turizm sendikalarının sorunlarını belirlemek amaçlanmıştır. Bunun için, konaklama ve eğlence yerleri iş kolunda bulunan sendikalardan en çok üyesi bulunan ve üye sayısı ile % 1’lik iş kolu barajını aşarak, toplu sözleşme yapabilme hakkına sahip olan iki sendika; TOLEYİS Marmara Bölgesi şubesi ve OLEYİS Ankara genel merkezi ile görüşülmüştür. Ayrıca, diğer sendikalara göre, üye sayısı az olduğu halde güçlü bir işçi sendikaları konfederasyonu olan DİSK’e bağlı, 2011 yılında faaliyete başlamış Dev Turizm-İş’in genel başkanının da turizm sendikalarının sorunları ile ilgili görüşleri alınmıştır. Sendikalarda görüşülen temsilcilerin hepsi sendika sözcülüğü yetkisine sahiptir.

Çalışmanın ana amacı konaklama, yeme içme ve eğlence sektöründe çalışan işçilerin bağlı bulunduğu sendikaların sorunlarını araştırmak olduğu için spor iş kolunda faaliyet gösteren Tüm Emek-Sen, Spor Emek-Sen, Futbol-Sen gibi sendikalar çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. 29.757 konaklama ve eğlence yerleri iş kolunda çalışan sendikalı işçisinin %78'inin temsilcisi olan TOLEYİS, OLEYİS ve Dev Turizm- İş sendikalarıyla görüşmeler, yüz yüze, telefonda ve e-mail yoluyla yapılmıştır.

Yapılan literatür araştırmalarına dayanarak, sendika sorunları ile ilgili hazırlanan sorular yasal kısıtlar, ekonomik ve sosyal politikalardaki değişim ve işçi sınıfının yapısındaki değişim ana başlıkları altında toplanmıştır. Yasal kısıtlarla ilgili olarak sendika temsilcilerine, sendikaya kaydolduğu için işten çıkarılan üyelerinin olup olmadığı; mevcut yasaların ne kadar işçilerin yanında olduğu ve yasal anlamda karşılaştıkları sorunlarla ilgili sorular sorulmuştur. Ekonomik ve sosyal politikalardaki değişim ile ilgili ise, taşeron, geçici işçi, mevsimlik işçi, kısmi zamanlı çalışma gibi yeni esnek zamanlı istihdam biçimlerinin artmasının turizmde sendikalaşmayı nasıl etkilediği, ekonomideki durgunluklar ya da işsizlik oranlarındaki artışın turizmde sendikalaşmaya etkisi gibi sorular sorulmuştur.

İşçi sınıfının yapısındaki değişimin etkilerini analiz etmek için ise, turizm çalışanlarının sendikaya bakış açısı, bazı turizm profesyonellerinin sendikalaşmaya mesafeli durmalarının nedenleri, turizm işçilerinde eğitim düzeyi arttıkça, sendikalaşmaya bakış açısının nasıl değiştiği ile ilgili sorular sorulmuştur.

Bu sorulara ek olarak, sendika temsilcilerine sendikalarının kuruluş amaçları ve diğer sendikaların sorunlarından farklı olarak yaşadıkları sorunlar sorulmuştur. Sendikalarla yapılacak görüşmelerde sorulacak sorular görüşme öncesinde sendika temsilcilerine iletilmiştir. Her sendika temsilcisine aynı sorular sorulmuştur.

BULGULAR

TOLEYİS, OLEYİS ve Dev Turizm-İş ile yapılan görüşmelerde, bu üç turizm sendikası, sendikalaşmada yaşadıkları benzer sorunlara işaret ederken, bazı konularda da farklı görüşler bildirdiler. Çalışma kapsamında, sendikalara yaşadıkları sorunlardan önce kuruluş amaçları ve sendika üyeleri için neler vadettikleri soruldu.

Dev Turizm-İş Sendikası temsilcisi, sendikaların işçiye işveren tarafından sömürüldüğü duygusunu vermemesi gerektiğini belirtti. İşçilerin haklarını işverene karşı savunmanın yanı sıra, işçilerin moral ve motivasyonunu yükseltmenin, işçide iş yeri aidiyeti duygusunu geliştirmenin ve işçinin yetkinliklerini arttırmanın da Dev Turizm İş sendikasının görevleri arasında olduğunu söyledi. İş yerine ve kendine güvenen işçinin daha verimli çalışacağını, bu açıdan da sendikanın sadece işçiye değil işverene de katkı sağlayacağını ifade etti.

OLEYİS varoluş nedenini, üyelerinin hak ve menfaatlerini en etkin şekilde koruyup geliştirmek, onların ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını gidermek, karar hakkına

sahip olmalarını sağlamak, hak ve özgürlüklerini savunmak ve geliştirmek olarak tanımlandı.

TOLEYİS temsilcisi ise turizm sektöründe çalışan işçilerin daha iyi şartlar altında çalışmalarını sağlamak, sendikalı olmanın ana yasal bir hak olduğunu işçilere anlatmak, kayıt dışı çalışmayı önlemek, çalışanların refah seviyesini yükseltmek, işçilerin sosyal hayatlarına katkı sağlamak, iş yerinde verimliliğini arttırmak ve üretime katkıda bulunmanın hedefleri olduğunu belirtti.

Sendikalara amaçlarından sonra üye sayılarının yıldan yıla nasıl değiştiği soruldu. Dev Turizm –İş diğer sendikalara göre yeni bir sendika olduğu için yeni örgütlenmelerle üye sayısını arttırdığını belirtirken, OLEYİS de son bir senede üye sayısını arttırdığını belirtti. TOLEYİS ise ağırlıklı olarak özel sektörde faaliyet gösterdiklerini, üye sayılarını sendikalaşmış işletmelerin yeni iş yerleri açmasıyla arttırdıklarını; üye sayılarındaki azalmanın, iş yerlerinin el değiştirmesi, yeni işverenlerin sendikalı çalışan istememesi ve işçileri sendikadan istifaya zorlamasıyla gerçekleştiğini söyledi. TOLEYİS ayrıca deniz-kum-güneş turizmi için yüksek sezon olan yaz sezonunun da sendikalarının üye sayısı artarken (yazın yaklaşık üye sayısı 20.000), kış sezonunda üye sayılarının mevsimlik işçilerin işten ayrılmasıyla azaldığını (kışın yaklaşık üye sayısı 14.000-15.000) belirtti.

Yasal Kısıtlamalar

Dev Turizm-İş Sendikası temsilcisi yasaların işçi haklarını korumada yeterli olmadığını ama işçilerin mevcut yasalardan da tam anlamıyla faydalanamadığını belirtti. Birçok işçinin iş hukukunu bilmediklerinden ve haklarını aramak için mahkemeye gitmediklerinden bahsetti.

TOLEYİS temsilcisi uzun süren mahkemelerin işçilerde bıkkınlık ve yorgunluk yarattığına dikkat çekerken, OLEYİS temsilcisi 2012 yılında yürürlüğe giren sendikalar yasası sonrasında yasal sorunların eskiye oranla çok azaldığını, uygulamaların zamanla iyiye gittiğini söyledi.

Dev Turizm- İş temsilcisiyse, yeni sendikalar yasasının hala kısıtlamalar içerdiğini, yüzde 3 işkolu barajının sendika özgürlüğünü zedeleyici olduğunu ifade etti. Bir sendikanın bir iş yerinde yüzde 100 örgütlü olsa bile, yüzde 3 işkolu barajını karşılamaması halinde toplu iş sözleşmesi yapamadığını söyledi. TOLEYİS sendikası temsilcisi ise marjinal grupların sendika maskesi altında işçilerin arasına karışmasını engellemek için belli bir işkolu barajının olması gerektiğini ama bunun yüzde 3'den (%2- %1 gibi) aşağıya da çekilebileceğini belirtti.

İşverenlerin sendikaya yaklaşımını anlamak amacıyla, sendikalı olduğu için işten çıkarılan üyeleri olup olmadığı sorulduğunda TOLEYİS sendikası temsilcisi sendika üyesi olduğu için işten çıkarılan üyelerinin olduğunu ve hala mahkemede bu yüzden devam eden davaları olduğunu belirtti.

OLEYİS temsilcisi ise 2012 yılı kasım ayında yürürlüğe giren sendikalar yasası sonrasında sendikaya üye olduğu için işten çıkarılan işçilerinin olmadığını, bundan önceki dönemde büyük bir sorun olan bu durumunun yeni sendikalar yasası ile çözülmüş olduğunu belirtti.

Dev Turizm-İş ise diğer sendikalara göre sendikalarının kısmen yeni bir sendika olduğunu, bu yüzden henüz böyle sorunlarla karşılaşmadıklarını söyledi.

Sendikalara haksız yere işten çıkarılan üyeleri olduğunda ne gibi bir süreç izledikleri sorulduğunda, OLEYİS toplu iş sözleşmelerinde işten çıkarmaları zorlaştırıcı, caydırıcı maddeler koyduklarından ve disiplin kurulları oluşturduklarından bahsetti. TOLEYİS temsilcisi ise hukuk birimlerinin işe iade davalarında işçilere destek verdiğini, eğer işçiler kıdem ve ihbar tazminatı alamamışlarsa, bu hakların alınmasında da yardımcı olduklarını söyledi. Aynı şekilde, Dev Turizm- İş temsilcisi de işçilere haklarını aramalarında her türlü hukuki desteği verdiklerini belirtti.

Ekonomik ve Sosyal Politikalardaki Değişim

İşsizlik oranının ve ekonomik durgunluğun turizm işkolundaki sendikalaşmaya etkisi hakkında üç sendika temsilcisinin fikirleri soruldu. Dev Turizm-İş Sendikası kapitalizmin, işçilerin birbirine rakip olmasını sağlamak ve ücretleri düşürmek için belli bir miktar işsizliğin olmasını istediğini, ama günümüzdeki işsizlik oranlarının yönetilebilecek oranı çoktan geçtiğini söyledi.

Dev Turizm –İş, TOLEYİS ve OLEYİS sendikalarının üçü de ekonomik durgunluğun ve işsizliğin sendikalaşmanın önündeki en önemli engellerden biri olduğunu belirttiler. İşçilerin mevcut işlerini kaybetmekten korktukları için sendikalaşmaya mesafeli durduklarını söylediler.

TOLEYİS ve OLEYİS temsilcileri taşeron, geçici işçi, mevsimlik işçilerin arasında sendikalaşmaya sıcak bakanlar olsa da bu işçilerin çoğunluğunun sendikalaşmaya mesafeli olduklarını belirttiler. TOLEYİS temsilcisi aynı zamanda bu işçilerin birbirlerini sendikalaşmama yönünde etkilediğini söyledi. OLEYİS sözcüsü ise özellikle küçük işletmelerde esnek çalışma saatlerine sahip işçilerin sendikalaşmaya daha mesafeli yaklaştığını belirtti.

Dev Turizm-İş ise bu tip esnek çalışma saatlerine sahip işçilerin esas sendikaya ihtiyacı olan kesim olduğunu, diğer iki sendikanın söylediklerinin aksine bu işçilerin sendikalaşmaya sıcak baktıklarını söyledi.

Turizm İşçilerinin Sendikaya Bakışı

Eğitim seviyesi artan turizm işçilerinin ve yönetici pozisyonundaki turizm işçilerinin sendikaya bakışı sendika temsilcilerine soruldu.

Dev Turizm-İş sendikası temsilcisi turizm işçisinin önemli bir kısmının eğitilmiş olduğunu ve turizm işçilerinin eğitim seviyesi arttıkça sendikaya yaklaştıklarını söyledi. Turizmde

bugüne kadar olan sendikal yapılanmaların turizm işçisi için önemli adımlar atmadığını, bu durumun da turizm işkolundaki işçilerin sendikalara mesafeli durmalarına neden olduğunu ifade etti. Turizmde sanılanın aksine kalifiye personel sıkıntısı olmadığını, üniversite mezunu, yabancı dil bilen, iyi eğitilmiş turizmcilerin sektörden uzun çalışma saatleri ve düşük ücretler nedeniyle ayrıldığından bahsetti.

Ayrıca, Dev Turizm-İş turizm işçilerinin büyük çoğunluğunun 15-28 yaş aralığında olduğunu, bu çalışanların da çalıştıkları yerlerde sendika olmadığı için sendikayı ve sendikanın yararlarını bilmediklerini söyledi. Eski işçilerden, yöneticilerden sendikayı bilenlerin olduğunu, fakat onların da turizm sendikalaşmasında geçmiş dönemlerde yapılan hataları gördükleri için sendikalaşmaya mesafeli durduklarını ifade etti.

OLEYİS temsilcisi turizm sektörü çalışanlarının eğitilmiş ve bilinçli bir grup olduğunu, fakat bu eğitilmiş grubun sektör içinde çok kalmadığını bunun da sendikalaşmayı engellediğini söyledi. Turizm sektöründe çalışanların işe başladığı işletmeden emekli olamadığını, genelde işçilerin sezonluk çalıştığını ve sık sık iş değiştirmek zorunda kaldığını bu yüzden de sendikalı üye sayılarının sık sık değiştiğini belirtti.

Ayrıca, OLEYİS temsilcisi, turizm sektöründeki yöneticilerin, çalışanlarını kendi istedikleri doğrultuda yönetmeği arzu ettikleri için sendikalaşmaya mesafeli durduklarını ve Türk eğitim sisteminde sendikaya yer verilmediği için de bu kişilerin sendikaya yabancı olduğunu ifade etti. Yabancı işletme yöneticilerinin ise sendikaya daha yakın durduklarını ve bu yöneticilerin yüzlerce işçi yerine sendikayla anlaşmaya oturmanın avantajlarını kullanmak istediklerini belirtti.

TOLEYİS temsilcisi ise turizm işçilerinin sendikalara mesafeli durduklarını; sendikayı, sendikanın yararlarını çok iyi bilmediklerini söyledi. Turizm yöneticilerinin ise sendikaya mesafeli olmalarının nedeninin, kendi yetki alanlarına girildiği hissine kapılmalarından kaynaklandığını belirtti.

Hem TOLEYİS hem de OLEYİS sözcüleri turizm işçileri arasında eğitim seviyesi arttıkça turizm çalışanlarının sendikalaşmaya ve sendikaya daha mesafeli durduklarını, eğitilmiş çalışanların ileride yönetici olmayı arzu ettiği için genelde işverene yakın, sendikaya uzak olmayı tercih ettiklerini, bu işçilerin sendikalı olmanın kariyerlerine engel olabileceği düşüncesine kapıldıklarını ifade etti.

Üç sendika sözcüsü de turizm işletmelerindeki yöneticilerin aslında sendikalara yakın durmaları gerektiğine, işçilerin yöneticilerine anlatamadıklarını, sendika temsilcilerine anlatabildiklerine ve bunun da yöneticilerin işini kolaylaştırdığına dikkat çekti.

Üye Sayısını Arttırmada Karşılaşılan Sorunlar

TOLEYİS ve OLEYİS üye sayılarını arttırmada en çok karşılaştıkları sorunun, işverenlerin işçiler üzerinde sendikaya üye olmamaları yönünde kurdukları baskı olduğunu belirtti. Bu

baskıdan dolayı da, işçilerin sendikaya üye olmaları halinde işten çıkarılacaklarından korktuğunu söylediler.

OLEYİS ayrıca sendikaya üye olmak için noterden onay alınma zorunluluğu olduğu dönemlerde üye artırmakta zorlandıklarını, şimdi yeni sendikalar kanunuyla işçilerin e-devlet şifreleriyle kolayca sendikaya üye olduklarını, bu uygulamanın da üye sayısını arttırmaya yardımcı olduğunu belirtti. E-devlet şifresiyle işçilerin yine kolayca sendikalardan istifa da edebildiğini, bunun önüne geçmek için de kendilerinin üyelerle daha yakın ilişkiler kurmaya çalıştıklarını söyledi. TOLEYİS temsilcisi, e-devlet uygulamasının sendikalara üye olmayı kolaylaştırdığını fakat bazı işletmelerde insan kaynakları departmanlarının işçilerden zorla e-devlet şifrelerini alarak, sendika üyeliklerini kontrol ettiklerini ve sendika üyesi işçileri sendikadan istifaya zorladıklarını belirtti.

Dev Turizm-İş temsilcisi ise diğer turizm sendikalarına göre yeni bir sendika oldukları için üye sayısını arttırmada kadro ve mali konularda sıkıntılar yaşadıklarını ifade etti.

Turizm Sendikalarına Özel Olan Sorunlar

Sendikalara başka iş kollarındaki sendikalardan farklı olarak yaşadıkları sorunlar olup olmadığı soruldu. OLEYİS temsilcisi turizm sektöründe bazı işverenlerin kendilerini sendikaların sahibi olarak gördüğünü, sorunların da çoğunlukla bu durumdan kaynaklandığını ifade etti.

TOLEYİS temsilcisi diğer sendikaların sorunlarından farklı olarak, örgütlü oldukları işyerlerinin siyasi baskı ile başka sendikalara kaydırılmaya çalışılması sorununu yaşadıklarından bahsetti. Ayrıca, turizm sendikalarının ağırlıklı olarak özel sektörde örgütlü olduklarını, küçük turizm işletmelerinde toplu sözleşme yapmakla 1.000 işçilik fabrikalarda toplu sözleşme yapmak için harcanan emeğin ve zamanın aynı olduğunu belirtti.

Dev Turizm-İş Sendikası temsilcisi ise turizm sektörünün diğer sektörlerden farklı olarak, birbirinden çok farklı işler yapan kişilere iş imkânı sağladığını, otel teknik servisinde çalışan bir teknisyenle, mutfakta çalışan bir aşçının, ya da ofiste çalışan bir satış elemanının yetkinliklerinin, eğitimlerinin ve ihtiyaçlarının birbirinden çok farklı olduğunu, turizm sendikalarının bütün bu farklı departmanlarda çalışan farklı işçi türlerini kavrayabilmesi, onların ihtiyaç ve isteklerine cevap verebilmesi gerektiğine dikkat çekti.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında Türkiye'de turizm sendikalarının sorunlarını belirlemek amacıyla Türkiye'nin aktif turizm sendikalarından olan TOLEYİS, OLEYİS ve Dev Turizm- İş'le görüşmeler yapıldı. Sendikalar sorunlarıyla ilgili çoğunlukla aynı görüşleri ifade etseler de, bazı konularda görüş ayrılıkları sergilediler. Bu görüş ayrılıklarının nedenlerinin çoğunlukla destekledikleri farklı siyasi görüşlerden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

TOLEYİS ve Dev Turizm-İş sendikaları temsilcileri mevcut yasaların işçi haklarını korumada yeterli olmadığını belirtirken, OLEYİS sendikası 2012 yılında yürürlüğe giren 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunun yasal sorunları eskiye oranla azalttığını söyledi.

Üç turizm sendikası da işsizlik oranlarının artmasının ve ekonomideki durgunluğun sendikalaşmayı olumsuz yönde etkilediği konusunda fikir birliğine sahipler. TOLEYİS ve OLEYİS sendikaları eğitim seviyesi arttıkça turizm profesyonellerinin kariyer hedeflerine ulaşmak ve işverenle iyi ilişkiler kurabilmek için sendikalaşmaya mesafeli durduklarını belirtirken, Dev Turizm-iş Sendikası eğitim seviyesi arttıkça turizm çalışanlarının sendikaya yaklaştığını, bazı çalışanların sendikalaşmaya mesafeli durmalarının nedeninin daha önceki sendikaların bu çalışanlara iyi hizmet edememesi olduğunu ifade etti.

Yine aynı şekilde, TOLEYİS ve OLEYİS taşeron, geçici işçi, mevsimlik işçilerin arasında sendikalaşmaya sıcak bakanlar olsa da bu işçilerin çoğunluğunun sendikalaşmaya mesafeli olduklarını belirtirken, Dev Turizm-iş Sendikası esnek çalışma saatlerine sahip işçilerin sendikaya esas ihtiyacı olan kesim olduğunu, diğer iki sendikanın söylediklerinin aksine bu işçilerin sendikalaşmaya sıcak baktıklarını söyledi.

Üç sendika temsilcisi de üye sayılarını arttırmada en çok karşılaştıkları sorunun işverenlerin işçiler üzerinde sendikaya üye olmamaları yönünde kurdukları baskı olduğunu belirtti. Ayrıca, işverenlerin ve yöneticilerin aslında sendikalara yakın durmaları gerektiğini, işçilerin yöneticilerine anlatamadıklarını, sendika temsilcilerine anlatabildiklerini ve bunun da yöneticilerin işini kolaylaştırdığını, iş yerinde verimli üretimi arttırdığını ifade ettiler.

Sendika temsilcileri, sendikaların görevinin sadece toplu sözleşme yapmak olmadığı, işçileri hakları konusunda bilinçlendirmenin, onları sosyal ve kültürel anlamda desteklemenin de sendikaların görevleri arasında yer aldığı yönünde görüş bildirdiler.

Bu çalışmada, turizm sendikaları temsilcilerinin işaret ettiği sorunlar, literatür araştırması sonucunda belirlenen sorunlarla benzerlik göstermektedir. Turizm sendikaları, sendikal haklarda iyileşmeler olsa da, yasal düzenlemelerin yeterli olmadığını, sendikalaşma önündeki kısıtlamaların hala var olduğunu söylemektedirler. Ayrıca, işsizlik oranının artması ve ekonomik durgunluğun turizm sektöründe sendikalaşmayı olumsuz yönde etkileyen önemli faktörler olduğu görüşündedirler.

Turizm sektöründe sendikalaşmayı olumsuz yönde etkileyen yasal ve yapısal etkenler zamanla ortadan kaldırıldığında, kayıt dışı istihdam azaltılıp, sendikal özgürlükler gerçek anlamda güvence altına alındığında turizmde sendikalaşma oranları da artacaktır. Burada, turizm sendikalarına düşen en önemli görev turizm işçilerine yakın durmak, onlara sendikanın yararlarını anlatmak; işçilerin sadece toplu sözleşme hakkını savunmak değil, aynı zamanda da işçileri sosyal ve kültürel anlamda geliştirmek ve desteklemektir.

KAYNAKÇA

- Çelik, A. (1997). *Dünden bugüne sendikal hareket sorunlar, arayışlar, çözümler*. [URL: http://www.egitimsen.org.tr/ekler/2958907d0d829d1_ek.pdf] (Erişim 5 Mayıs 2014).
- Çelik, A. (03 Aralık 2003). Gücü büyüklüğüne ters. *Radikal Gazetesi*, [URL: <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=97592>] (Erişim 2 Mayıs 2014).
- Çelik, A. (09 Kasım 2012). Yeni sendikalar yasası ne getiriyor ne götürüyor. *T24*, [URL: <http://t24.com.tr/yazarlar/aziz-celik/yeni-sendikalar-yasasi-ne-getiriyor-ne-goturuyor,5858>] (Erişim 3 Haziran 2014).
- International Labour Organization (2009). *Hotels, catering and tourism sector*. [URL: <http://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/hotels-catering-tourism/lang--en/index.htm>] (Erişim 23 Eylül 2014).
- International Labour Organization (2011). *Employment in the tourism industry to grow significantly*. [URL: http://ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/WCMS_157893/lang--en/index.htm] (Erişim 23 Eylül 2014).
- Kılıç, C. (01 Mayıs, 2014). Türkiye’de sendikalaşma Avrupa’nın çok gerisinde. *Milliyet Gazetesi*. [URL: <http://www.milliyet.com.tr/turkiye-de-sendikalasma-avrupa-nin/ekonomi/ydetay/1875480/default.htm>] (Erişim 1 Temmuz 2014).
- Mahiroğulları, A. (2001). Türkiye’de sendikalaşma evreleri ve sendikalaşmayı etkileyen unsurlar. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 161-190. [URL: <http://iibfdergi.cumhuriyet.edu.tr/archive/t%C3%BCrkiye'de%20sendikala%C5%9Fma%20evreleri%20ve%20sendikala%C5%9Fmay%C4%B1%20etkileyen%20unsurlar.pdf>](Erişim 21 Eylül 2014).
- OLEYİS (2012). *Tarihçe*. [URL: <http://www.oleyis.org.tr/index.php/oleyis-sendikasi/tarihce.html>] (Erişim 11 Şubat 2014).
- Özdemir, S. (2013). Sendikal örgütlenmenin sorunları ve hak ihlalleri. *V. Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu*, Uludağ Üniversitesi, Bursa, 319-323. [URL: <http://www.sosyalhaklar.net/2013/bildiriler/ozdemir.pdf>](Erişim 1 Mayıs 2014).
- Sosyal İş (2012). *Türkiye’de sendikal örgütlenme: Mevcut yasalar, ihtiyaçlar ve toplu iş ilişkileri yasa tasarısı üzerine bir değerlendirme*. [URL: http://www.sosyal-is.org.tr/yayinlar/trkiyede_sendikal_rgtenme_raporu.pdf] (Erişim 1 Mayıs 2014).
- Sülker, K. (2004). *Türkiye sendikacılık tarihi* (3. bs.). İstanbul: Türkiye Sosyal Tarih Araştırma Vakfı.
- T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2012). *6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu*. [URL: http://www.csgb.gov.tr/csgbPortal/ShowProperty/WLP%20Repository/csgb/dosyalar/kitap/kita_p02_6356](Erişim 12 Şubat 2014).
- T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2014). *İş kollarındaki işçi sayıları ve sendikaların üye sayılarına ilişkin 2014 Temmuz istatistikleri hakkında tebliğ*. [URL: http://www.csgb.gov.tr/csgbPortal/ShowProperty/WLP%20Repository/csgb/dosyalar/istatistikler/2014_temmuz_6856] (Erişim 21 Ağustos 2014).
- TOLEYİS (2009). *İşkolumuzda sendikal hareketin gelişimi ve Toleyis*. [URL: <http://www.toleyis.org.tr/sayfam/1724/T%C3%BCz%C3%BC%C4%9F%C3%BCm%C3%BCz.htm>] (Erişim 14 Şubat 2014).

MESLEK YÜKSEKOKULLARINDA TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN EĞİTİME BAKIŞ AÇILARI VE TURİZM EĞİTİMİNDEN BEKLENTİLERİ

Necdet HACIOĞLU

*Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
hacioglu@balikesir.edu.tr*

Aydın ÜNAL

*Öğr. Gör., Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar Meslek Yüksekokulu
aydin.unal@kirkklareli.edu.tr*

Neslihan KAN

*Öğr. Gör., Harran Üniversitesi, Birecik Meslek Yüksekokulu
neslihankan@harran.edu.tr*

Gencay SAATCI

*Öğr. Gör., Uludağ Üniversitesi, Harmancık Meslek Yüksekokulu
saatci@uludag.edu.tr*

ÖZET

Bu çalışmada; Kırklareli Üniversitesi, Uludağ Üniversitesi ve Harran Üniversitesine bağlı olarak eğitim veren turizm meslek yüksekokullarındaki öğrencilerin almış oldukları eğitime bakış açıları ve eğitimden beklentilerine ilişkin görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma evreni olarak Pınarhisar Meslek Yüksekokulu, Harmancık Meslek Yüksekokulu ve Birecik Meslek Yüksekokulu turizm programı öğrencileri belirlenmiştir. Örneklem belirlemede ise devam zorunluluğu bulunan öğrenciler esas alınmıştır. Veri toplama sürecinde örneklemde yer alan öğrencilerin tümüne ulaşılmıştır ve elde edilen veriler SPSS 17.0 istatistik programı vasıtasıyla analize tabi tutulmuştur.

Araştırma sonucunda; okulların tümünde okuyan öğrencilerin büyük çoğunluğunun okulları hakkında bilgi sahibi olmadan tercihte bulundukları, bilgi toplayan öğrencilerin ise başvurdukları bilgi kaynağı olarak eski mezunların olduğu sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin okullarını tercih öncesi ve sonrası fikirleri konusunda çok değişim olmamıştır. Öğrenciler okullarında aldıkları eğitimin kendilerini mesleklerine hazırlamada “kısmen” yeterli bulmaktadırlar. Öğrenciler meslek derslerine giren öğretim elemanlarını ise mesleki bilgi ve beceri konusunda yeterli görmektedirler.

Anahtar Kelimeler: *Turizm Eğitimi, Mesleki Eğitim, Beklenti, Meslek Yüksekokulu.*

GİRİŞ

Turizm, özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra hızla gelişmiş ve en önemli endüstrilerden birisi hâline gelmiştir. Bu endüstri; yarattığı katma değer, istihdam ve yatırımlar bakımından dünya hizmet endüstrisi içerisinde en büyük paya sahiptir (Theobald, 1994; Boylu 2009, s. 934). Uluslararası turist sayısının 2020 yılında 1.6 milyar kişiye, küresel turizm gelirin de 2 trilyon dolara ulaşması öngörülmektedir. Birçok ülke, hızla gelişen turizm endüstrisinin dünya ekonomisinde yarattığı pastadan pay alabilmek için bu endüstriyi desteklemiştir. Bu ülkelerin, fiyat ve fiyat dışı unsurlara bağlı olarak rekabete girişmesi, modern turizm anlayışının gerektirdiği hizmet kalitesinin sağlanması ve turist ile turiste hizmet edenler arasındaki ilişkilerin sağlıklı ve kaliteli olarak

gerçekleştirilmesi zorunluluğu, büyük ölçüde sektörde istihdam edilen işgücünün mesleki ve teknik eğitim düzeylerinin yüksek olmasına bağlıdır (Timur, 1994, s. 44).

Yükseköğretim kurumları; bir toplumun ileri düzeyde beyin gücünün bulunduğu, toplumun ihtiyacı olan vasıflı insan gücünü yetiştiren, araştırmaya, bilime ve teknoloji üretimine ev sahipliği yapan kurumlardır. (Görmüş ve diğerleri, 2013, s. 176). Üniversiteler; toplumun ihtiyaç duyduğu insan gücünü yetiştirmek, toplumsal gelişmeye yön vermek, gelişmeyi engelleyen yanlış enformasyonu ortadan kaldırmak gibi amaçlar için kurulmaktadırlar (Torun ve diğerleri, 2009, 170). Bununla birlikte; üniversiteler kongre, sempozyum, panel, konferans, seminer, kurslar, çeşitli görsel ve yazımsal faaliyetlerle toplumun büyük bir kesimini bilgilendirmekte ve sosyo-kültürel canlılığa katkı sağlamaktadır (Bilginoğlu ve diğerleri., 2002, s. 94).

Mesleki eğitim; yeni yetişen kuşakları toplum hayatına hazırlamak amacıyla onların gerekli bilgi, beceri ve anlayış kazanmalarına ve kişilik geliştirmelerine yardım etmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2008, s. 1). Türkiye’de mesleki turizm eğitimi veren programlar örgün eğitim içerisinde yer alan orta öğretim ve yüksek öğretim programları ile yaygın eğitim içerisinde yer alan çeşitli kurs ve sertifika programlarından oluşmaktadır. Örgün eğitim içerisindeki turizm eğitimi veren kurumlar şu şekilde sıralanabilmektedir Orta öğretimde ağırlıklı olarak Anadolu otelcilik ve turizm meslek ile otelcilik ve turizm meslek liselerinde turizm eğitimi verilirken, yüksek öğretimde ön lisans, lisans, yüksek lisans/doktora düzeylerinde farklı programlarda turizm eğitimi verilmektedir. Diğer taraftan yaygın eğitim kapsamında, turizm eğitim merkezleri, halk eğitim merkezleri ve bazı özel kurslarda meslek edindirmeye yönelik projelerde turizm eğitimi verilmektedir (Emir, Arslan ve Kılıçkaya 2008, s. 275).

2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu’na göre ön lisans eğitimi, ortaöğretime dayalı, en az dört yarıyıllık (bazı üniversitelerde dört yarıyla ek olarak, iki yarıyıldan oluşan yabancı dil hazırlık sınıflarının olması sebebiyle eğitim-öğretim süresi altı yarıyla çıkmaktadır) bir programı kapsayan yükseköğretimdir. Yükseköğretimde ön lisans düzeyinde turizm eğitimi, 1970’li yılların ortalarında Boğaziçi ve Ege Üniversiteleri’nde ara insan gücü yetiştirmek üzere açılmış olan ön lisans yüksek okullarında bir program olarak faaliyetine başlamıştır (Baltacı ve diğerleri. 2012, s. 18).

2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu çerçevesinde 2003-2004 öğretim yılına kadar, Türkiye’de yükseköğretim kurumları bünyesinde, “turizm ve otelcilik”, “turizm işletmeciliği”, “otel yöneticiliği”, “turizm işletmeciliği ve otelcilik”, “turizm rehberliği”, “turizm yönetimi”, “mutfak yönetimi”, “yiyecek-içecek işletmeciliği”, “seyahat işletmeciliği”, “seyahat işletmeciliği ve tur operatörlüğü”, “seyahat ve tur işletmeciliği”, vb. isimlerde turizm önlisans programları yürütülmüştür. MEB ve YÖK, Meslek Yüksek Okulları Program Geliştirme Projesi kapsamında yapılan bir çalışmayla birlikte, önlisans düzeyindeki turizm programlarını; “Turizm ve Otel İşletmeciliği” ve “Turizm ve Seyahat İşletmeciliği” olmak üzere iki ana program olarak yeniden düzenlenmiştir. 2009-2010

Eğitim-Öğretim yılından itibaren ise bu programlar, "Ağırlama Hizmetleri" ve "Turizm ve Seyahat Hizmetleri" şeklinde yeniden yapılandırılmıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2009, s. 959).

2013-2014 Eğitim-Öğretim Yılı itibariyle, Türkiye’de önlisans düzeyinde devlet üniversiteleri bünyesinde 142 örgün öğretim, 75 ikinci öğretim ve 2 uzaktan eğitim programlarıyla birlikte toplam 219 turizm programı bulunmaktadır. Vakıf üniversiteleri bünyesinde ise 27 örgün öğretim, 5 ikinci öğretim ve 4 uzaktan eğitim programı olmak üzere toplam 36 turizm programı bulunmaktadır (WEB 1).

Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerine yapılmış çalışmalar ve bu çalışmalardan elde edilen bulgular ise şunlardır. Ağaoğlu (1991), Altman ve Brothers (1995), Kızılırmak (2000), Kuşluvan ve Kuşluvan (2000), Tüylüoğlu (2003), King ve arkadaşları (2003) çalışmalarında turizm sektörünün işgücü ihtiyacını, turizm eğitimi almamış işgücünü istihdam ederek karşılamakta olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca turizm eğitimi almış mezunların büyük çoğunluğunun turizm sektörü dışında istihdam edildiği saptanmıştır. Kozak ve Kızılırmak (2001) çalışmalarında staj yapan öğrencilerin yapmayan öğrencilere göre sektöre karşı daha olumsuz tutum içinde olduklarını saptanmıştır. Turizm eğitimi almış mezunların zamanla turizm sektöründe çalışmak istemedikleri ifade edilmiştir. Üzümcü ve Bayraktar (2004) çalışmalarında turizm eğitmenlerinin verdiği mesleki eğitimi etik açısından inceledikleri araştırmada, etik ilkelerin tam olarak uygulanmadığını ve verilen eğitimin yetersiz olduğunu saptamışlardır. Ünlüönen (2004) çalışmasında öğrencilerin okumakta oldukları programa ve mezuniyet sonrası iş imkânları ile ilgili bakış açılarında zamanla olumsuz yönde değişimler saptanmıştır. Ayrıca araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun seçtiği bölümden pişman oldukları ifade edilmiştir. Aksu ve Köksal (2005) çalışmasında öğrencilerin sektöre karşı olumsuz bir tutum ve görüş benimsedikleri saptanmıştır. Çoğunlukla olumsuz tutum ve görüş içerisinde olan öğrencilerin yanında olumlu görüş beyan eden öğrenciler de bulunmuş, bu öğrencilerin üniversite giriş sınavında turizm bölümünü ilk sırada ve istekli seçtikleri, stajlarını yurt dışında gerçekleştirdikleri belirtilmiştir. Güzel (2006) çalışmasında yükseköğretim kurumlarında sunulan turizm eğitiminin öğrencilerin beklentilerini karşılamadığını ve öğrencilerin tatmin düzeylerinin oldukça düşük olduğunu tespit etmiştir. Pelit ve Güçer (2006) çalışmalarında öğrenciler, verilen eğitimin staj esnasında yarar sağlamadığını belirtmiş ve staj yaptıkları kurumlarının kendilerini ucuz iş gücü olarak gördükleri ifade etmiştir. Ayrıca öğrencilerin staj uygulamalarından memnun olmadıkları ve stajın öğrencileri meslekten uzaklaştırdığı saptanmıştır. Akbaba ve diğerleri (2006) çalışmalarında turizm eğitimi alan öğrencilerin öğretim elemanlarıyla ilgili kalite beklentilerindeki en önemli faktörün “güven telkin etme” olduğunu belirlemişlerdir. daha sonra, “alan yeterliliği”, “mesleğe özgü davranış özellikleri”, “öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler”, “akademik gelişim” ve “empati” faktörlerinin sıralandığını saptamışlardır. Türkay ve Yağcı (2007) çalışmalarında turizm eğitimi alan öğrencilerin sektörde kariyer yapma isteklerine etki eden en önemli nedenlerin “okulda öğrenilenlerin sektöre

uygunluğu” ve “öğrenilenleri uygulama imkânı” olduğunu belirlemişlerdir. Emir, Arslan ve Kılıçkaya (2008) çalışmalarında bu alanda yapılmış çalışmaların sonuçlarının aksine; turizm işletmeciliği öğrencilerinin staj sonrasında; sektörü tanımaları, sektördeki güncel uygulamaları iş başında öğrenmeleri, insan ilişkilerini geliştirmeleri, yabancı dillerini geliştirmeleri, iş yaşamını tanımaları gibi pek çok konuda önemli katkılar sağladığını ortaya koymuşlardır. Boylu (2009) çalışmasında turizm eğitimi alan öğrencilerin kendilerine verilen eğitimin iyi bir turizmci olmak için yeterli olup olmadığına, mezuniyet sonrası iş imkânlarının olup olmadığına, turizm sektöründe çalışmayı düşünüp düşünmemelerine, eğitim aldıkları okulu sosyal ve kültürel faaliyetler yönünden, derslik, atölye ve laboratuvarlar açısından sektör stajı uygulaması açısından yeterli görüp görmediklerine ilişkin değerlendirmelerinin bölgesel farklılıklar gösterdiğini saptamışlardır. Baltacı ve diğerleri (2012) çalışmalarında turizm eğitimi almış olan mezunların, turizm sektöründe çalışmadıkları ya da sektörde çalışmaya başladıktan belli bir süre sonra turizm sektöründen ayrıldıklarını ortaya koymuşlardır. Mezunların turizm bölümünü bilinçsiz bir şekilde tercih ettikleri, üst sınıflardaki öğrencilerin gelecek kaygısının arttığı ve eğitimden duydukları memnuniyetin azaldığı belirlenmiştir (Baltacı ve diğerleri, 2012).

YÖNTEM

Araştırma evreni; Kırklareli Üniversitesine bağlı Pınarhisar Meslek Yüksekokulu, Uludağ Üniversitesi Harmancık Meslek Yüksekokulu ve Harran Üniversitesi Birecik Meslek Yüksekokulu’nun turizm programlarında öğrenim gören tüm öğrenciler oluşturmaktadır. Evrenin belirlenmesinde Meslek Yüksekokulları’nda öğrenim gören öğrencilerin sayısı ve turizm programlarının tümünün varlığı etkili olmuştur. Meslek Yüksekokulları’nda öğrenim gören turizm öğrencileri; turizm ve otel işletmeciliği, turizm ve seyahat hizmetleri ve yiyecek içecek hizmetleri (ikram hizmetleri) ve aşçılık programlarında öğretim görmektedirler. Erkuş’a (2011) göre; örneklem belirlemede olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi uygulanmıştır. Bu örneklemede; bir bölge dikkate alınmaz. Yakın çevrede bulunan ve ulaşılması kolay bireyler üzerine anket uygulaması gerçekleştirilir.

Çalışmada; Pınarhisar Meslek Yüksekokulu bünyesinde bulunan üç programın (turizm ve otel işletmeciliği, turizm ve seyahat hizmetleri ve ikram hizmetleri), Harmancık Meslek Yüksekokulu bünyesinde bulunan üç programın (turizm ve otel işletmeciliği, turizm ve seyahat hizmetleri ve aşçılık) ve Birecik Meslek Yüksekokulu bünyesinde öğretim faaliyetlerini sürdüren bir programın (turizm ve otel işletmeciliği) tüm öğrenciler vardır. Elde edilen verilerin tamamı değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma sürecinde Kırklareli Üniversitesi, Uludağ Üniversitesi ve Harran Üniversitesi yönetimlerinden gerekli izinler alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS 17.0 programı vasıtasıyla değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada; üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitimden beklentileri ve eğitimlerine bakış açıları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, nicel veri elde etmek

için bir ölçek tasarlanmıştır. Ölçekte 23 ifade yer almaktadır. Bu ölçek; İstanbullu Dinçer, Akova ve Kaya'nın (2013) yapmış olduğu "Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği", Pelit ve Güçer'in (2006) yapmış olduğu "Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma" ve Aymankuy ve Aymankuy'un (2013) yapmış oldukları "Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektöründeki İstihdamla İlgili Görüşleri ve Sektördeki Kariyer Beklentileri (BTİÖYO Örneği)" isimli çalışmasında kullandığı ifadelerden faydalanılarak oluşturulmuştur.

BULGULAR

Araştırma kapsamında öğrencilerin ölçülen demografik özellikleri; cinsiyet, mezun olduğu lise, eğitim gördüğü bölüm ve okuduğu sınıf değişkenleridir. Bu bölümde öğrencilerin demografik faktörleri ile eğitime bakış ile ilgili görüşlerine yönelik ifadelerin frekans dağılımlarına yer verilmektedir.

Öğrencilerin Demografik Özellikleri; Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet durumuna göre dağılımına bakıldığında araştırma grubunun, Pınarhisar MYO öğrencilerinin %56.8 ile 83 kız ve %43.2 ile 63 erkek, Harmancık MYO öğrencilerinin %64.7 ile 75 kız ve %35.3 ile 41 erkek ve Birecik MYO öğrencilerinin %53.1 ile 26 kız ve %46.9 ile 23 erkek öğrenciden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 1. Cinsiyetiniz

		Pınarhisar MYO (PMYO)		Harmancık MYO (HMYO)		Birecik MYO (BMYO)	
		Sayı (N)	Yüzde (%)	Sayı (N)	Yüzde (%)	Sayı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kız	83	56.8	75	64.7	26	53.1
	Erkek	63	43.2	41	35.3	23	46.9

Araştırmaya katılanların mezun oldukları lise türlerinin dağılımlarına bakıldığında araştırma grubunu; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %54.1 ile 79 öğrencinin düz lise, Harmancık MYO öğrencilerinin %87.8 ile 43 öğrencinin düz lise ve Birecik MYO öğrencilerinin %44.8 ile 52 öğrencinin Anadolu Turizm Meslek Lisesi mezunu öğrencilerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 2.Mezun Olunan Lise Türü

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Lise	Düz Lise	79	54.1	43	87.8	11	9.5
	Anadolu L.	10	6.8	2	4.1	3	2.6
	ATML	13	8.9	-	-	52	44.8
	Süper Lise	2	1.4	1	2.0	1	.9
	Diğer	42	28.8	3	6.1	49	42.2

Araştırmaya katılanların öğrenim gördükleri bölüm türlerinin dağılımlarına bakıldığında araştırma grubunu; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %34.9 ile 51 öğrencinin seyahat hizmetleri, %44.5 ile 65 öğrencinin otel işletmeciliği ve %17.1 ile 25 öğrencinin ikram hizmetleri programlarında öğretim gördükleri anlaşılmaktadır. Harmancık MYO öğrencilerinin %32.8 ile 38 öğrencinin seyahat hizmetleri, %44.8 ile 52 öğrencinin otel işletmeciliği ve %22.4 ile 26 öğrencinin aşçılık programında öğretim görmektedir. Birecik MYO öğrencilerinin %100 ile 49 öğrencinin tümünün otel işletmeciliği programında öğretim gördükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Okuduğunuz Bölümünüz

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Bölüm	Seyahat H.	51	34.9	38	32.8	-	-
	Otel İşl.	65	44.5	52	44.8	49	100.0
	İkram Hiz.	25	17.1	-	-	-	-
	Aşçılık	-	-	26	22.4	-	-

Araştırmaya katılanların öğretim gördükleri sınıf dağılımlarına bakıldığında araştırma grubunu; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %56.2 ile 82 öğrencinin I.sınıfta ve %43.2 ile 63 öğrencinin II.sınıfta öğretim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Harmancık MYO öğrencilerinin %56.9 ile 66 öğrencinin I.sınıfta ve %43.1 ile 50 öğrencinin II.sınıfta öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Birecik MYO öğrencilerinin %51.0 ile 25 öğrenci I.sınıfta ve %49.0 ile 24 öğrencinin II.sınıfta öğrenim görmektedir

Tablo 4. Sınıfınız

		PMYO		HMYO		BMYO	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sınıfınız	1.Sınıf	82	56.2	66	56.9	25	51.0
	2.Sınıf	63	43.2	50	43.1	24	49.0

Araştırmaya katılanların okudukları bölümü tercih nedenlerinin dağılımlarına bakıldığında Pınarhisar MYO öğrencilerinin %29.5 ile 43 öğrencinin sınav puanlarından dolayı, Harmancık MYO öğrencilerinin %70.7 ile 82 öğrencinin mesleği sevmelerinden dolayı ve Birecik MYO öğrencilerinin %40.8 ile 20 öğrencinin mesleği sevmelerinden dolayı okudukları bölümü tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 5. Okuduğunuz Bölümü Tercih Etme Nedeniniz

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Tercih	Mesleği sev.	33	22.6	82	70.7	20	40.8
	Sınav puanı	43	29.5	12	10.3	12	24.5
	Başka seç. yok	9	6.2	5	4.3	3	6.1
	Çevre tavsiye	21	14.4	-	-	1	2.0
	Geçerli meslek	30	20.5	15	12.9	10	20.4
	Diğer	10	6.8	2	1.7	3	6.1

Araştırmaya katılanların okudukları okulla ilgili kayıt öncesinde bilgi sahibi olma veya olmama durumlarının dağılımlarına bakıldığında Pınarhisar MYO öğrencilerinin %53.4 ile 78 öğrencinin okulla ilgili bilgi sahibi olmadığı, Harmancık MYO öğrencilerinin %47.4 ile 55 öğrencinin okulla ilgili bilgi sahibi olmadığı ve Birecik MYO öğrencilerinin %61.2 ile 30 öğrencinin okulla ilgili bilgi sahibi olmadığı görülmektedir.

Tablo 6. Bu Okulla İlgili Bilgi Sahibi misiniz, Sahibi İseniz Bilgi Kaynağınız Nedir?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Kaynak	Bilğim yok	78	53.4	55	47.4	30	61.2
	Ailem	10	6.8	8	6.9	3	6.1
	Öğretmenlerim	19	13.0	21	18.1	3	6.1
	Eski mezunlar	16	11.0	21	18.1	10	20.4
	Medya	23	15.8	11	9.5	3	6.1

Araştırmaya katılanların okudukları okulla ilgili kayıt öncesi ve sonrasında düşüncelerinde bir değişim olma veya olmama durumlarının dağılımlarına bakıldığında Pınarhisar MYO öğrencilerinin %49.3 ile 72 öğrencinin düşüncelerinde herhangi bir değişim olmadığı, Harmancık MYO öğrencilerinin %44.0 ile 51 öğrencinin düşüncelerinin daha da negatif hale geldiği ve Birecik MYO öğrencilerinin %40.8 ile 20 öğrencinin düşüncelerinin daha negatif hale geldiği görülmektedir.

Tablo 7. Okulla İlgili Kayıt Öncesi/Sonrası Düşüncelerinizde Bir Değişim Oldu mu?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Düşünce	İyi	16	11.0	24	20.7	11	22.4
	Değişmedi	72	49.3	41	35.3	18	36.7
	Kötü	58	39.7	51	44.0	20	40.8

Araştırmaya katılanların okudukları okuldan mezun olduktan sonraki planları ile ilgili durumlarının dağılımlarına bakıldığında Pınarhisar MYO öğrencilerinin %45.9 ile 67 öğrencinin bu alanda eğitimlerine devam etmek istedikleri, Harmancık MYO öğrencilerinin %39.7 ile 46 öğrencinin turizmde çalışmaya devam edecekleri ve Birecik MYO öğrencilerinin %36.7 ile 18 öğrencinin turizmde çalışmaya devam etmek istedikleri görülmektedir.

Tablo 8. Bu Okuldan Mezun Olduktan Sonra Planlarınız Nelerdir?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Plan	Turizmde çal.	48	32.9	46	39.7	18	36.7
	Başka iş yap.	15	10.3	9	7.8	8	16.3
	Eğitime dev.	67	45.9	45	38.8	10	20.4
	İşini kurmak	16	10.9	16	13.8	13	26.5

Araştırmaya katılanların turizm sektöründe staj yapma durumlarının dağılımlarına bakıldığında Pınarhisar MYO öğrencilerinin %24.0 ile 35 öğrencinin turizmde staj yaptığı ve %75.3 ile 110 öğrencinin henüz turizm sektöründe staj yapmadıkları görülmektedir.

Harmancık MYO öğrencilerinin %72.4 ile 84 öğrencinin turizmde staj yaptığı ve %27.6 ile 32 öğrencinin henüz turizm sektöründe staj yapmadıkları görülmektedir. Birecik MYO öğrencilerinin %38.8 ile 19 öğrencinin turizmde staj yaptığı ve %61.2 ile 30 öğrencinin henüz turizm sektöründe staj yapmadıkları görülmektedir.

Tablo 9. Turizm Sektöründe Staj Yaptınız mı?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Staj	Evet	35	24.0	84	72.4	19	38.8
	Hayır	111	76.0	32	27.6	30	61.2

Araştırmaya katılanların turizm sektöründe stajın kendilerine faydalı olup olmadığı konusundaki düşüncelerinin dağılımlarına bakıldığında Pınarhisar MYO öğrencilerinin %45.9 ile 67 öğrencinin stajın faydalı olduğunu ve Harmancık MYO öğrencilerinin %82.8 ile 96 öğrencinin stajın faydalı olduğunu düşünmektedirler. Birecik MYO öğrencilerinin ise %65.3 ile 32 öğrencinin stajın kendileri için faydasız olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tablo 10. Stajın Size Faydalı Olduğunu/olacağını Düşünüyor musunuz?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Fayda	Evet	67	45.9	96	82.8	17	34.7
	Hayır	46	31.5	20	16.4	32	65.3
	Cevaplamayan	33	22.6	-	-	-	-

Araştırmaya katılanların turizm sektöründe yaptıkları stajın mesleki fayda sağlayıp sağlamadığı konusundaki düşüncelerinin dağılımlarına bakıldığında Pınarhisar MYO öğrencilerinin %21.9 ile 32 öğrencinin stajın mesleki açıdan faydalı olduğunu, Harmancık MYO öğrencilerinin %35.3 ile 41 öğrencinin stajın mesleki açıdan faydalı olduğunu ve Birecik MYO öğrencilerinin %22.4 ile 11 öğrencinin stajın mesleki açıdan faydalı olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tablo 11. Sektör Stajlarını Mesleki Bilgi Kazandırmada Yeterli Buluyor musunuz?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Yeterli	Staj yapmadı	103	70.5	33	28.4	29	59.2
	Evet	32	21.9	41	35.3	11	22.4
	Hayır	11	7.5	42	36.2	9	18.4

Araştırmaya katılanların turizm alanında aile bireylerinden çalışanların olup olmadığına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %26.7 ile 39 öğrencinin ailesinden turizmde çalışan/çalışanların bulunduğu ve %67.8 ile 99 öğrencinin ise ailesinden kimsenin turizmde çalışmadığını belirttikleri görülmektedir. Harmancık MYO öğrencilerinin %22.4 ile 26 öğrencinin ailesinden turizmde çalışan/çalışanların bulunduğu ve %77.6 ile 90 öğrencinin ise ailesinden kimsenin turizmde çalışmadığını belirttikleri görülmektedir. Birecik MYO öğrencilerinin %12.2 ile 6 öğrencinin ailesinden turizmde

çalışan/çalışanların bulunduğu ve %87.8 ile 43 öğrencinin ise ailesinden kimsenin turizmde çalışmadığını belirttikleri görülmektedir.

Tablo 12. Turizm Alanında Ailenizden Çalışan Kimse Var mı?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Aile	Evet	39	26.7	26	22.4	6	12.2
	Hayır	107	73.3	90	77.6	43	87.8

Araştırmaya katılanların okullarında verilen turizm eğitiminin teorik ve pratik dengesini nasıl buldukları değişkeninin dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %30.8 ile 45 öğrencinin teori-pratik dengesini yeterli buldukları, Harmancık MYO öğrencilerinin %25.0 ile 29 öğrencinin teori-pratik dengesini yeterli buldukları ve Birecik MYO öğrencilerinin %40.8 ile 20 öğrencinin teori-pratik dengesini yeterli buldukları görülmektedir.

Tablo 13. Okulunuzun Verdiği Eğitimin Teorik-Pratik Dengesini Nasıl Buluyorsunuz?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Denge	Yeterli	50	34.2	29	25.0	20	40.8
	Pratik fazla	14	9.6	16	13.8	-	-
	Teorik fazla	37	25.4	33	28.4	13	26.5
	Yetersiz	45	30.8	38	32.8	16	32.7

Araştırmaya katılanların okullarında verilen turizm eğitiminin onları mesleğe hazırlama konusunda yeterli görüp görmedikleri değişkeninin dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %69.2 ile 101 öğrencinin kısmen yeterli buldukları, Harmancık MYO öğrencilerinin %70.7 ile 82 öğrencinin kısmen yeterli buldukları ve Birecik MYO öğrencilerinin %49.0 ile 24 öğrencinin kısmen yeterli buldukları görülmektedir.

Tablo 14. Okulunuzda Aldığınız Eğitim Sizi Mesleğe Hazırlamada Yeterli midir?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Eğitim	Yeterlidir	15	10.3	15	12.9	12	24.5
	Kısmen	101	69.2	82	70.7	24	49.0
	Yetersiz	30	20.5	19	16.4	13	26.5

Araştırmaya katılanların okullarında verilen turizm eğitiminde kullanılan araç-gereçleri yeterli görüp görmedikleri değişkeninin dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %45.9 ile 67 öğrencinin kısmen yeterli buldukları, Harmancık MYO öğrencilerinin %50.9 ile 59 öğrencinin kısmen yeterli buldukları ve Birecik MYO öğrencilerinin %59.2 ile 29 öğrencinin yetersiz buldukları görülmektedir.

Tablo 15. Okulunuzda Mesleğinizle İlgili Araç-Gereçler Yeterli midir?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Araç-Gereç	Yeterlidir	22	15.1	16	13.8	9	18.4
	Kısmen yeterli	67	45.9	59	50.9	11	22.4
	Yetersiz	57	39.0	41	35.3	29	59.2

Araştırmaya katılanların okullarında derse katılan öğretim elemanlarının mesleki bilgilerini yeterli görüp görmedikleri konusundaki dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %73.3 ile 107 öğrencinin öğretim elemanlarını/öğretmenlerini yeterli gördükleri, Harmancık MYO öğrencilerinin %62.9 ile 73 öğrencinin öğretim elemanlarını/öğretmenlerini yeterli gördükleri ve Birecik MYO öğrencilerinin %69.4 ile 34 öğrencinin öğretim elemanlarını/öğretmenlerini yeterli gördükleri belirlenmiştir.

Tablo 16. Derslerinize Giren Öğretim Elemanlarının Mesleki Bilgileri Yeterli mi?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Öğretim Elemanı	Evet	116	79.5	73	62.9	34	69.4
	Hayır	30	20.5	43	37.1	15	30.6

Araştırmaya katılanların okullarının mesleki ve teknolojik yenilikleri takip etmesini ve uyumunu nasıl buldukları konusundaki dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %20.5 ile 30 öğrencinin okullarını yeniliklere uyum sağlama konusunda yeterli gördükleri, %54.8 ile 80 öğrencinin okullarının yeniliklere uyum sağlama konusunda kısmen yeterli gördükleri ve % 24.0 ile 35 öğrencinin okullarının yeniliklere uyum sağlama konusunda yetersiz gördükleri belirlenmiştir. Harmancık MYO öğrencilerinin %24.1 ile 28 öğrencinin okullarını yeniliklere uyum sağlama konusunda yeterli gördükleri, %62.1 ile 72 öğrencinin okullarının yeniliklere uyum sağlama konusunda kısmen yeterli gördükleri ve % 13.8 ile 16 öğrencinin okullarının yeniliklere uyum sağlama konusunda yetersiz gördükleri belirlenmiştir. Birecik MYO öğrencilerinin %18.4 ile 9 öğrencinin okullarını yeniliklere uyum sağlama konusunda yeterli gördükleri ve %35.7 ile 17 öğrencinin okullarının yeniliklere uyum sağlama konusunda kısmen yeterli gördükleri ve % 45.9 ile 23 öğrencinin okullarının yeniliklere uyum sağlama konusunda yetersiz gördükleri belirlenmiştir.

Tablo 17. Okulunuz Mesleki ve Teknolojik Yenilikleri Takip Etmenizi Sağlıyor mu?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Mesleki ve Teknolojik	Evet	30	20.5	28	24.1	9	18.4
	Kısmen	80	54.8	72	62.1	17	35.7
	Hayır	36	24.7	16	13.8	23	45.9

Araştırmaya katılanların okullarında aldıkları eğitimi sektörde kariyer yapma konusunda yeterli görüp görmedikleri konusundaki dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %46.6 ile 68 öğrencinin okullarında aldıkları eğitimi sektörde kariyer yapma konusunda yeterli gördükleri ve %51.4 ile 75 öğrencinin okullarında aldıkları eğitimi sektörde kariyer yapma konusunda yetersiz gördükleri belirlenmiştir. Harmancık MYO öğrencilerinin %45.7 ile 53 öğrencinin okullarında aldıkları eğitimi sektörde kariyer yapma konusunda yeterli gördükleri ve %54.3 ile 63 öğrencinin okullarında aldıkları eğitimi sektörde kariyer yapma konusunda yetersiz gördükleri belirlenmiştir. Birecik MYO öğrencilerinin %44.9 ile 22 öğrencinin okullarında aldıkları eğitimi sektörde kariyer

yapma konusunda yeterli gördükleri ve %55.1 ile 27 öğrencinin okullarında aldıkları eğitimi sektörde kariyer yapma konusunda yetersiz gördükleri belirlenmiştir.

Tablo 18. Eğitiminizin Sektörde Kariyer Yapma Konusunda Yeterli mi?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Kariyer	Evet	71	48.6	53	45.7	22	44.9
	Hayır	75	51.4	63	54.3	27	55.1

Araştırmaya katılanların okulda aldıkları eğitim dışında meslekleri ile ilgili kurs, seminer vb. etkinliklere katılmaları konusundaki dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %77.4 ile 113 okulda aldıkları eğitim dışında meslekleri ile ilgili kurs, seminer vb. etkinliklere katıldıkları ve %21.2 ile 31 öğrencinin okulda aldıkları eğitim dışında meslekleri ile ilgili kurs, seminer vb. etkinliklere katılmadıkları görülmektedir. Harmancık MYO öğrencilerinin %74.1 ile 86 okulda aldıkları eğitim dışında meslekleri ile ilgili kurs, seminer vb. etkinliklere katıldıkları ve %25.9 ile 30 öğrencinin okulda aldıkları eğitim dışında meslekleri ile ilgili kurs, seminer vb. etkinliklere katılmadıkları görülmektedir. Birecik MYO öğrencilerinin %36.7 ile 18 okulda aldıkları eğitim dışında meslekleri ile ilgili kurs, seminer vb. etkinliklere katıldıkları ve %63.3 ile 31 öğrencinin okulda aldıkları eğitim dışında meslekleri ile ilgili kurs, seminer vb. etkinliklere katılmadıkları görülmektedir.

Tablo 19. Mesleğinizle İlgili Kurs, Seminer, vb. Katıldınız mı?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Kişisel Gelişim	Evet	115	78.8	86	74.1	18	36.7
	Hayır	31	21.2	30	25.9	31	63.3

Araştırmaya katılanların mezuniyet sonrasında turizm sektöründe çalışmayı düşünüp düşünmedikleri ile değişkenin dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %74.4 ile 108 öğrencinin turizmde çalışmayı düşündükleri ve %23.3 ile 34 öğrencinin turizmde çalışmayı düşünmedikleri görülmektedir. Harmancık MYO öğrencilerinin %87.1 ile 101 öğrencinin turizmde çalışmayı düşündükleri ve %12.9 ile 15 öğrencinin turizmde çalışmayı düşünmedikleri görülmektedir. Birecik MYO öğrencilerinin %71.4 ile 35 öğrencinin turizmde çalışmayı düşündükleri ve %28.6 ile 14 öğrencinin turizmde çalışmayı düşünmedikleri görülmektedir.

Tablo 20. Mezuniyetinizden Sonra Turizm Sektöründe Çalışmayı Düşünüyor musunuz?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Gelecek	Evet	112	76.7	101	87.1	35	71.4
	Hayır	34	23.3	15	12.9	14	28.6

Araştırmaya katılanların turizm sektöründeki çalışma koşulları konusunda fikir sahibi olup olmamaları konusundaki dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %82.9 ile 121 öğrencinin turizm sektöründeki çalışma koşulları konusunda fikir sahibi

olduğu ve %15.1 ile 22 öğrencinin turizm sektöründeki çalışma koşulları konusunda fikir sahibi olmadıkları görülmektedir. Harmancık MYO öğrencilerinin %87.9 ile 102 öğrencinin turizm sektöründeki çalışma koşulları konusunda fikir sahibi olduğu ve %12.1 ile 14 öğrencinin turizm sektöründeki çalışma koşulları konusunda fikir sahibi olmadıkları görülmektedir. Birecik MYO öğrencilerinin %75.5 ile 37 öğrencinin turizm sektöründeki çalışma koşulları konusunda fikir sahibi olduğu ve %24.5 ile 12 öğrencinin turizm sektöründeki çalışma koşulları konusunda fikir sahibi olmadıkları görülmektedir.

Tablo 21. Turizm Sektörünün Çalışma Koşulları Konusunda Fikir Sahibi misiniz?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Fikir	Evet	124	84.9	102	87.9	37	75.5
	Hayır	22	15.1	14	12.1	12	24.5

Araştırmaya katılanların turizm sektöründe eğitilmiş işgücü eksikliği olup olmadığı konusunda ne düşündüklerinin dağılımlarına bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %74.0 ile 108 öğrencinin turizm sektöründe eğitilmiş işgücü eksikliğinin olduğunu ve %24.0 ile 35 öğrencinin turizm sektöründe eğitilmiş işgücü eksikliği olmadığını düşündükleri görülmektedir. Harmancık MYO öğrencilerinin %76.7 ile 89 öğrencinin turizm sektöründe eğitilmiş işgücü eksikliğinin olduğunu ve %23.3 ile 27 öğrencinin turizm sektöründe eğitilmiş işgücü eksikliği olmadığını düşündükleri görülmektedir. Birecik MYO öğrencilerinin %75.5 ile 37 öğrencinin turizm sektöründe eğitilmiş işgücü eksikliğinin olduğunu ve %24.5 ile 12 öğrencinin turizm sektöründe eğitilmiş işgücü eksikliği olmadığını düşündükleri görülmektedir.

Tablo 22. Turizm Sektörünün Eğitilmiş İşgücü Eksikliği Olduğunu Düşünüyor musunuz?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Kalifiye Eleman	Evet	111	76.0	89	76.7	37	75.5
	Hayır	35	24.0	27	23.3	12	24.5

Araştırmaya katılanların eğitim aldıkları okuldan memnuniyet düzeylerine katılım düzeylerine bakıldığında; Pınarhisar MYO öğrencilerinin %34.9 ile 51 öğrencinin eğitim aldıkları okuldan memnun oldukları, Harmancık MYO öğrencilerinin %37.1 ile 43 öğrencinin eğitim aldıkları okuldan memnun oldukları ve Birecik MYO öğrencilerinin %40.8 ile 20 öğrencinin eğitim aldıkları okuldan memnun oldukları görülmektedir.

Tablo 23. Bu Okuldan Memnuniyet Düzeyiniz Nedir?

		PMYO		HMYO		BMYO	
		N	%	N	%	N	%
Memnuniyet	Memnunum	51	34.9	43	37.1	20	40.8
	Kararsızım	56	38.4	52	44.8	8	16.3
	Mem. değilim	39	26.7	21	18.1	21	42.9

SONUÇ

Bu çalışma, uygulamanın kısıtları nedeniyle örneklem olarak üç üniversite ve ona bağlı üç meslek yüksekokulu öğrencileri seçilerek yapılmıştır. Konunun daha kapsamlı incelenmesi ve bulguların genellenebilir olması için gelecekte yapılacak araştırmanın kapsamı genişletilerek daha fazla sayıda üniversitenin tüm öğrencileri araştırma kapsamına alınarak gerçekleştirilebilir. Bu sınırlılıklar çerçevesinde; çalışmaya dâhil edilen öğrencilerden Pınarhisar MYO’nda okuyan öğrencilerin %29’nun sınav puanlarından, Harmancık MYO’unda okuyan öğrencilerin %70’inin mesleği sevmelerinden ve yine aynı şekilde Birecik MYO öğrencilerinden %40’nın mesleği sevmelerinden dolayı okullarını tercih ettikleri görülmektedir. Okulların tümünde okuyan öğrencilerin büyük çoğunluğunun okulları hakkında bilgi sahibi olmadan tercihte bulundukları, bilgi toplayan öğrencilerin ise başvurdukları bilgi kaynağı olarak eski mezunların olduğu sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin okullarını tercih öncesi ve sonrası fikirleri konusunda çok değişim olmamıştır. Öğrenciler mezun olduktan sonra turizm işlerinde çalışmak (%35) ve eğitimlerini lisans düzeyine taşımak (%40) istemektedirler. Birecik MYO öğrencileri hariç diğer iki okuldaki öğrenciler staj uygulamasını kendileri için faydalı bulmuşlardır. Öğrencilerin çok büyük bir bölümünün turizm sektöründe çalışan bir aile yakını bulunmamaktadır. Öğrenciler okullarında aldıkları eğitimin kendilerini mesleklerine hazırlamada “kısmen” yeterli bulmaktadırlar. Birecik MYO öğrencileri okullarındaki teknik araç gereçleri yetersiz bulmaktadırlar. Öğrenciler meslek derslerine giren öğretim elemanlarını mesleki bilgi ve beceri konusunda yeterli görmektedirler. Pınarhisar MYO ve Harmancık MYO öğrencilerinin %75’lik önemli bir kısmı meslekleri ile ilgili kurs ve seminerlere katılmışlardır. Öğrencilerin yine %75’lik çoğunluğu turizm sektöründeki çalışma koşulları hakkında bilgi sahibidir, sektörde turizm eğitimi almış kişilerin sayısının azlığından şikayetçilerdir ve kendilerinin bu eksiği gidereceğini düşünmektedirler.

Elde edilen sonuçlar kapsamında meslek yüksekokullarında öğretim gören öğrencilerin okullarını ve programlarının tercihlerinde öne çıkan kriterlerin “sınav puanları” ve “mesleklerini sevmeleri” olduğu görülmektedir. Özellikle meslek liselerinden meslek yüksekokullarına geçişte uygulanan “sınavsız geçiş sistemi” öğrencilerin eğitim ve meslek tercihlerinde belirleyici olmaktadır. Ayrıca öğrencilerin büyük çoğunluğunun tercih ettikleri okulları ve programları sadece okulun “eski mezunlara” danışarak tercih ettikleri görülmektedir. Araştırmanın uygulandığı meslek yüksekokullarının “devlet üniversitesi” olması ve sınavsız geçişin etkisi okulların yeterli düzeyde gerekli mecralarda tanıtılmasını engellemektedir. Tercih sürecinde öğrenciler çevrelerindeki arkadaş ve öğretmenlerinin yönlendirmeleri ile sınırlı kalmaktadır. Öğrencilerin okullar ve programlar bazında bilgi kaynakları sadece okulların web siteleri olmaktadır. Bu konu öğrencilerin meslek ve program seçiminde özellikle dikkate alınması gereken bir noktadır. Ayrıca öğrenciler mezun olduktan sonra eğitim aldıkları alanda mesleklerine devam etmek ve aynı alanda lisans düzeyinde eğitim almak istemektedirler. Dikey Geçiş Sınavı (DGS) öğrencilerin lisans eğitimine devamlarında önemli bir eşiktir. Öğrenciler mesleki eğitimlerinin yanısıra

DGS konusunda da bilgilendirilmeli ve lisans eğitimine devam etmek isteyen öğrenciler bu sınava yönlendirilmelidir.

Öğrencilerin mesleki eğitimleri sürecinde; sektör temsilcileri ile buluşturulması, mesleklerini bizzati yapan yönetici ve çalışanlar ile müzakerelerde bulunmaları, meslekleri ile ilgili sertifika ve kurslara dahil edilmeleri de öğrencilerin mesleklerini sevmeleri ve özgüvenlerinin artırılması açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

- Akbaba A., Gürü B. E., Yaran M., ve Çimen H. (2006), Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili kalite beklentileri: Akçakoca turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (21) 9-21.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki istihdamla ilgili görüşleri ve sektördeki kariyer beklentileri (BTİÖYO örneği), *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-21.
- Baltacı, F., Üngören, E., Avsallı, H., ve Demirel, O. N. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin ve geleceğe yönelik bakış açıların belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4 (1) 17-25.
- Bilginoğlu, M. A., Atik, H., Türker, O., Pamuk, Y. ve Düzgün, R. (2002). Erciyes Üniversitesi'nin Kayseri ilinin ekonomik, sosyal ve kültürel yapısına etkileri. *E.Ü. Yayınları*, No: 135, Kayseri.
- Boylu, Y., (2009). Anadolu otelcilik ve turizm meslek lisesi öğrencilerinin öğrenim gördükleri okullara ilişkin beklenti ve değerlendirmeleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(4), 933-954.
- Erkuş, A. (2011). *Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Emir, O., Arslan S., ve Kılıçkaya Ş., (2008), Turizm işletmeciliği ve otelcilik programı öğrencilerinin staj uygulamaları hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 10 (11) 273 - 291.
- Görmüş, A. Ş., Aydın, S. ve Aydın, M. (2013). Yükseköğretim kurumlarında öğrenci şikâyetlerinin ve şikâyet yönetiminin değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (3): 170 – 194.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2008). *Türkiye’de turizm eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- İstanbulu Dinçer, F., Akova, O. ve Kaya, F. (2013). Meslek yüksekokulu turizm ve otel işletmeciliği programı öğrencilerinin kariyer planlaması üzerine bir araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 2, 42-56.
- Pelit, E. ve Güçer, E. (2006). Turizm alanında öğretmenlik eğitimi alan öğrencilerin turizm işletmelerinde yaptıkları stajları değerlendirmeleri üzerine bir araştırma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 139-168.
- Theobald, W. (1994). *Global tourism the next decade*. Butterwort-Heinemann Ltd: Oxford.

- Timur, Alp. (1994), “Turizm eğitiminde darboğazlar”, dört yıllık turizm yüksek okullarında eğitim öğretim sorunları ve çözüm yolları, *Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu Hafta Sonu Semineri*, Ankara: Özkan Matbaacılık.
- Torun, İ., Öztürk, S. ve Gelibolu, L. (2009). Yöre halkının üniversiteye bakışı ve beklentileri: kars kafkas üniversitesi örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (21): 169 – 189.
- Türkay, O. ve Yağcı K. (2007). Turizm eğitimi alan öğrencilerin okulda ve turizm sektöründe “öğrenme”lerinin sektörden ayrılma eğilimlerine etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (4) 219 – 246.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2009). Türkiye’deki örgün turizm eğitime ilişkin rakamsal gelişmelerin değerlendirilmesi, *10.Ulusal Turizm Kongresi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- WEB 1: <http://www.osym.gov.tr/belge/1-19181/2013-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki-.html>. E. Tarihi: 24.06.2014.

TURİZM ALANINDA DOKTORA EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN MEMNUNİYETLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Serap ÖZDEMİR GÜZEL

*Öğr. Gör., Maltepe Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
serapozdemir@maltepe.edu.tr*

ÖZET

Lisansüstü turizm eğitimi, 1982 ve öncesinde sınırlı sayıda eğitim kurumunda verilirken, bu sayı günümüze kadar artarak devam etmiştir. Yaşanan bu artışla paralel olarak eğitim kalitesi ve niteliğinde de değişiklikler söz konusu olmaya başlamıştır. Bu noktada, yetersiz kalmaya başlayan eğitimin, iyileştirilmesinde ve eğitim kalitesinin sürekliliğinin sağlanmasında öğrencilerin görüşleri yol gösterici olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turizm alanında doktora eğitimi alan öğrencilerin doktora ders aşamasına yönelik memnuniyetlerinin belirlenmesidir. Bu amaçla farklı üniversitelerin doktora ders veya yeterlilik aşamasında olan toplam 14 öğrenciden veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre öğrencilerin genel olarak turizm alanında almış oldukları doktora eğitiminden memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Lisansüstü eğitim, Turizm eğitimi, Doktora, Öğrenci memnuniyeti*

GİRİŞ

Ülke ekonomisine büyük katkı sağlayan turizm sektörünün sürdürülebilir olması nitelikli işgücü ile mümkündür. Bu sebeple hizmet kalitesinin iyileşmesinde büyük önem taşıyan nitelikli işgücü, etkin, kaliteli turizm eğitimi ve öğretimi ile sağlanabilir (Ünlüönen, 2000, s.218).

Turizm eğitimi veren kurumların temel amacı, turizm sektöründe çalışacak adaylara temel eğitim vererek turizm bilincini kazandırmak ve turizm sektörünün gelişimine katkı sağlayan kalifiye personeller yetiştirmektir (Mısırlı, 2002, s. 42). İş gücünün verimliliği, mesleki başarısı ve etkinliği bu kurumlardan alınan eğitimin bir sonucudur (Küçükaltan, 1998). Bu nedenle, turizm eğitimi veren kurumlar; amaç, süreç ve eğitim çıktıları açısından kendilerini sürekli gözden geçirerek değişmeli ve yenilemelidir (Demir ve Demir, 2011, s. 446).

Literatürde turizm eğitimi birçok araştırmacı tarafından çeşitli yönlerden ele alınmıştır. Yapılan bu çalışmalar;

- (1) Öğrencilerin staj sorunları (Çakır, 1998; Kuşluyan ve Kuşluyan, 2000; Kozak ve Kızıllırmak, 2001; Pelit ve Güçer, 2006).
- (2) Öğrencilerin sektör ile ilişkileri (Demirer, 2000; Koyuncu, 2000; Aksu ve Köksal, 2005; Çatı ve Bilgin, 2013).
- (3) Eğitim memnuniyetleri ve beklentileri (Waryszak, 1999; Ünlüönen, 2000; Güzel, 2006; Akbaba ve diğerleri, 2006; Atay ve Yıldırım, 2008; Sertaç, 2012; Baltacı ve diğerleri, 2012; Eren ve diğerleri, 2013).

- (4) Geleceğe yönelik bakış açıları (Kuşlvan ve Kuşlvan, 2000; Ünlüöner, 2004; Duman ve diğerleri, 2006; Demir ve Demir, 2011; Baltacı ve diğerleri, 2012; Aymankuy ve Aymankuy, 2013)
- (5) Eğitimciler açısından turizm eğitimin değerlendirilmesi (Üzümcü ve Bayraktar, 2004) üzerinedir.

Bu çalışmanın yürütülmesinin temel amacı, turizm alanında doktora eğitimi alan öğrencilerin memnuniyetlerini, doktora ders aşamasında karşılaştıkları sorunları belirlemek ve beklentilerini ortaya çıkarmaktır. Bu çalışmanın doktora ders aşaması için yapılacak düzenlemelerde yol gösterici olması hedeflenmiştir.

TÜRKİYE’DE TURİZM EĞİTİMİ

Ülke turizmin gelişmesi, rekabet edilebilir bir konuma gelmesi ve sürdürülebilir olmasında turizm alanında verilen eğitimin payı büyüktür. Bu sebeple, gelişen ve değişen dünya koşullarında eğitim kurumlarında verilen eğitim kalitesinin sürekliliği ve niteliği önem taşımaktadır.

Turizm eğitiminin amacı; eğitim yoluyla teorik ve pratik ilişki kurmak, turizm sektörün gelişmesine katkı ve kalifiye personel sağlamak, turizmin ekonomik kalkınmadaki yerini ve önemini arttırmak, turizm bilincini oluşturmak, turizm işletmelerinde çalışanların bilgi ve becerilerini geliştirmek, nitelikli turizm eğitmenleri yetiştirmektir(Hacıoğlu, Kaşlı, Şahin ve Tetik, 2007).Turizm eğitimi veren kurumlar,sektörün ihtiyacı olan pek çok hizmeti sağlayabilecek alt kademe insan gücünü, ara insan gücü olarak tanımlanan orta kademe işgücünü, turizmle ilgili kamu ve özel sektör kurumlarına yönetici, araştırmacı yetiştirmek amacıyla üst kademe insan gücünü sağlamayı hedeflemektedir (Avcıkurt ve Karaman, 2002).

Türkiye’de mesleki turizmeğitimi örgün ve yaygın eğitim olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır. Örgün turizm eğitimi ortaöğretim ve yükseköğretim kurumları tarafından verilmektedir. Yaygın turizm eğitimi ise hem özel hem de resmi kurumlar (Milli Eğitim Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Vakıf Kuruluşları vs.) tarafından kısa süreli verilen mesleki kurslardır.

Yükseköğretim kurumları tarafından verilen örgün turizm eğitimi;önlisans, lisans ve lisansüstü düzeydedir. Bu kurumlarda turizm alanında öğrenci kabul eden program sayıları yıldan yıla büyük artış göstermiştir.1990 yılında turizm programı bulunduran meslek yüksekokullarının sayısı 28 ikenbu sayı 1994’te 54, 2002’de 87 (Aymankuy, 2002, s.34) ve 2013’te ise 160’a ulaşmıştır (ÖSYS, 2013). 2009-2010 yılı Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu (ÖSYS) verilerine göre önlisans düzeyinde turizm eğitimi veren program sayısı 210, lisans düzeyinde turizm eğitimi veren program sayısı 59 iken (Baltacı, Üngüren, Avsallı ve Demirel, 2012),bu sayı günümüze kadar artarak devam etmiştir. 2013 ÖSYS verilerine göre; önlisans düzeyinde toplam 252, lisans düzeyinde toplam 96 program turizm eğitimi vermektedir. Bu sayılara uzaktan eğitim ve ikinci öğretim program sayıları dâhil değildir. Üniversitelerin web sitelerinden elde edinilen bilgilere (2014) göre, Türkiye’de yüksek lisans düzeyinde 37, doktora düzeyinde 17 lisansüstüturizm programı bulunmaktadır.

Turizm alanında önlisans, lisans, lisansüstü eğitim veren yükseköğretim kurumlarındaki program sayısında yaşanan artış, beraberinde verilen eğitimin niteliğini de sorgulamayı

gerekli kılmalıdır. Bu sebeple verilen eğitimin niteliği, gerek sektörün gerek akademik kurumların, gerekse de öğrencilerin beklentilerinin karşılamaya yönelik olmalıdır.

Literatürde turizm alanında eğitim alan öğrencilerin memnuniyetlerinin ölçülmesine yönelik çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Bu çalışmalardan bazıları Tablo 1’de belirtilmektedir.

Tablo 1: Turizm Eğitimi Alana Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetleri ve ya Beklentileri Üzerine Yapılmış Çalışmalar

Yazar/ Yazarlar	Araştırma Amacı	Bulgular
Eren ve diğerleri (2013)	Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin eğitim memnuniyetlerini belirlemektir.	Öğrencilerin turizm lisans programından genel olarak memnun oldukları, 4. ve 3. sınıf öğrencilerinin 1. sınıf öğrencilerine göre daha memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.
Sert (2012)	Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin başarı göstergesi olarak kabul edilen not ortalamaları ile memnuniyetleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.	Öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile not ortalamaları arasında bir ilişki bulunamamıştır. Memnuniyeti etkileyen faktörlerin en çok öğretim elemanları ile ölçme ve değerlendirme boyutunda olduğu saptanmıştır.
Baltacı ve diğerleri (2012)	YÖK düzeyindeki öğrencilerin eğitim memnuniyetinin ölçülmesi, geleceğe yönelik bakış açılarının belirlenmesidir.	Eğitim kurumlarının müfredatlarının turizm sektörüne kalifiye eleman yetiştirme açısından yetersiz olduğu, öğrencilerin ise okudukları bölümlerde istedikleri şartları bulamadıkları ve gelecekle ilgili karamsar bir yapıya büründükleri sonucuna ulaşılmıştır.
Demir ve Demir (2011)	Turizm alanında lisans eğitimi alan 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin akademik beklentileri ile onlara sağlanan akademik hizmetlerin memnuniyet düzeylerini karşılaştırmak ve kariyer planlaması ile ilişkisini ortaya koymak.	Bireylerin memnuniyet düzeyleri ile beklentilerinin ters yönlü bir ilişkisi olduğu, aynı zamanda bu iki faktörün kariyer planlamasını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Şahin (2011)	Üniversitelerin turizm bölümlerindeki öğrencilerin turizm eğitiminden beklentileri ve tatmin düzeyleri araştırılmıştır.	Öğrencilerin aldıkları eğitimle ilgili tatmin düzeylerinin oldukça düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Sökmen (2011)	MYO öğrencilerinin aldıkları eğitim ve eğitim ortamı hakkındaki memnuniyetlerini ölçmek amacıyla yapılmıştır.	Öğrencilerin gerek okul ve bölümlerinden, gerekse de öğretim elemanlarından memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Cinsiyet ve program gurupları arasında memnuniyet boyutları kapsamında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.
Atay ve Yıldırım (2008)	Turizm lisans programlarına kayıtlı öğrencilerin eğitime ilişkin memnuniyetlerini belirlemeyi amaçlamıştır.	Öğrencilerin, turizm lisans programlarından genel anlamda memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.
Akbaba ve diğerleri (2006)	Öğrencilerin öğretim elemanları tarafından sunulan hizmetlerle ilgili beklentileri ölçülmektedir.	Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili beklentilerini açıklayan 24 ifade ve altı faktör arasından; “Güven telkin etme” faktörü ilk sırada yer alırken, “Öğretim elemanı bilgili olmalı ve her zaman derse hazırlıklı gelmeli” ifadesine öğrenciler tarafından en yüksek değer verilmiştir.

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Turizmin gelişmesi, sürdürülebilir bir hale gelmesi ancak kaliteli ve etkin bir eğitimle olabilir. Turizm eğitim kalitesinin yükseltilmesinde diğer bir ifadeyle, eğitimin gözden geçirilmesi, değişmesi ve gelişmesinde, turizm eğitimi alan öğrencilerin memnuniyetleri, sorunları ve beklentileri büyük önem taşımaktadır. Turizm eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalarda da eğitim kalitesi açısından öğrenci memnuniyetinin önemli olduğu belirtilmiştir (Tütüncü ve Doğan, 2003). Şüphesiz ki eğitim kurumlarının, öğrenci beklentilerini karşılayacak şekilde yapılandırılması, hem kurum hem de öğrenci açısından olumlu eğitim çıktılarının sağlanmasına katkıda bulunacaktır (Demir ve Demir, 2011,s.453).

YÖNTEM

Bu çalışmanın yapılma gerekçesi; turizm eğitiminin kalitesinin yükseltilmesinde büyük etkisi olan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin belirlenerek, ortaya çıkan beklentilerin giderilmesi ve araştırma sonucunda elde edilecek bulguların doktora programı ders aşamasının yapılandırılmasında yol gösterici olmasıdır. Bu çalışmaileturizm alanında doktora eğitimi alan öğrencilerin ders aşamasına yönelik memnuniyetlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, belirli bir eylemin, düşüncenin ve davranışın arkasındaki nedenleri anlamamızı sağlamaktadır (Seaton ve Bennett, 1996). Diğer bir ifadeyle, algıların ve olayların doğal ortamda bütüncül ve gerçekçi bir şekilde ortaya çıkarılma sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s.39). Nitel araştırma yönteminin kullanılmasının nedeni; katılımcı sayısının sınırlı olması ve katılımcıların algılarını ortaya çıkarmada daha uygun olacağının düşünülmesidir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan açık uçlu soru yöntemi tercih edilmiştir. Açık uçlu soru yöntemi, görüşme yönteminin yazılı hale getirilmiş şekli olarak belirtilmektedir (Kozak, 2014). Açık uçlu soru yönteminde kişilere yazılı olarak gönderilen sorulara, katılımcılar yazılı olarak cevap vermektedir. Açık uçlu soru yönteminin kullanılmasının nedenleri (Kozak, 2014, s.107);

- Kısa sürede veri toplanması ve değerlendirilmesi,
- Kısa ve net yanıtlar alınması,
- Katılımcı kimlik bilgilerinin bilinmemesi ve kişilerin özgürce düşüncelerini ifade etmesine fırsat tanınmasıdır.

Araştırmada, ders aşamasında olan veya yeterlik aşamasına geçen öğrencilerden detaylı bilgi edinilmek istendiğinden, tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bilindiği gibi yargısal örneklemede ana kütlenin bir parçası ve ana kütleyle benzerliği olan daha küçük bir gruptan örnekler seçilmektedir (Bernard, 2000; Robson,2002).

Araştırma örneklemini, Balıkesir, Adnan Menderes, Akdeniz ve Sakarya Üniversite’lerinde turizm alanında doktora eğitimi alan, ders veya doktora yeterlik aşamasında olan öğrenciler oluşturmaktadır.

Öğrencilerin turizm alanında almış oldukları doktora programı ders aşamasına yönelik memnuniyetlerini ortaya çıkarmak için Eren ve diğerleri (2013)’ın çalışmasından yararlanılarak bir soru formu geliştirilmiştir. Açık ve kapalı uçlu sekiz adet sorudan oluşan soru formu e-posta yoluyla katılımcılara gönderilmiştir. Bu şekilde, 03-20 Haziran 2014 tarihleri arasında, doktora ders aşamasında eğitimine devam eden veya yeterlik aşamasında bulunan toplam 16 öğrenciye ulaşılmıştır. Katılımcılardan ikisi, sorulara tek kelimelik cevaplar vermesi nedeniyle değerlendirilmeye alınmamıştır. 14 kişiden elde edilen bulgular raporlama yöntemi ile değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Demografik bulgular incelendiğinde; örneklemin 6’sını erkekler, 8’ini kadınlar oluşturmaktadır. Katılanların yaş ortalaması 32’dir. Turizm alanında doktora yapma amacı sorulduğunda katılımcıların tamamına yakını “*akademik kariyer yapmak*” cevabını vermiştir.

Doktora Ders Aşamasında Alınan Derslere Yönelik Bulgular

Araştırma verilerine göre, doktora ders aşamasında işlenen dersler çoğunluk tarafından yeterli bulunurken, yinede bazı iyileştirmeler yapılması gerektiği belirtilmiştir. Elde edilen bulgulardan bir tanesi de doktora derslerinin lisans ve yüksek lisanstan farklı olmasının kişiler üzerinde memnuniyet yarattığıdır. Doktora dersleri her ne kadar yeterli olsa da akademik açıdan bireye daha fazla nitelik kazandırması gerektiği belirtilmiştir. Bunun yanında derslerin kişilerin uzmanlaşmak istedikleri alanlara yönelik geniş bir yelpazeyi kapsaması ve güncel gelişmelere göre bu derslerin şekillendirilmesi gerektiği görüşü ağırlık kazanmıştır. İlerlemek istenilen alandaki ders sayılarının kısıtlı olması kişileri, alanları dışından dersler almaya yöneltmektedir. Doktora öğrencilerinin en önemli sorunlarından biri de bilimsel çalışmaların temeli olan araştırma yöntemleri ile ilgili derslerin yetersizliğidir. Bu nedenle araştırma yöntemleri derslerine ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Derslerin İşlenişine Yönelik Bulgular

Doktora öğrencileri derslerin işlenişinin tartışmaya ve detaylı analize açık olması gerektiğini belirtirken, doktora ders aşamasında alınan derslerin, lisans ve yüksek lisansta alınan temel derslere benzemesi durumunda, söz konusu derslerde konu işlenmesi yerine o alanda güncel akademik çalışmaların yürütülmesinin daha sağlıklı olacağına altını çizmektedir. Bu durumun akademik gelişim için daha faydalı olacağına inanılmaktadır. Ancak diğer yandan ders işlenişinin araştırma ve sunuma dayalı olması bazen öğrenciyi yorabilmektedir. Bunun sebebi öğrencilerin ders aşamasında fazla ders alması ve her derste sunum ve yayın çalışması yapılmasıdır. Bu durum öğrenciyi zamansal olarak sıkıntıya

sokmakta ve verimliliğini düşürmektedir. Diğer bir husus ise doktora programına uzaktan katılan veya çalışan doktora öğrencilerine esneklik sağlanması gerektiğidir. Çünkü bu durumda olan öğrenciler ders seçimlerinde alanlarına yönelik dersler yerine devam konusunda esneklik gösterebilen hocaların derslerini tercih etmektedirler.

Danışmanlık Hizmetlerine Yönelik Bulgular

Doktora öğrencilerinin çoğunluğu danışmanları ile etkili bir iletişim kurabildiklerini ve gerekli konularda tavsiye alabildiklerini ifade ederlerken, genel olarak danışmanlık hizmetleri konusunda memnuniyetlerini dile getirmişlerdir. Diğer taraftan danışmanlık hizmetlerinin yeterli olmadığını düşünenler ise bu düşüncelerinde, danışmanın kendi düşüncesini kabul ettirmede ısrarcı olması ve objektif bir şekilde davranamamasının etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında danışmanların iş yüklerinin fazla olmasının getirdiği zaman ayıramama sorunu da ortaya çıkmaktadır.

Öğrencilerin danışmanlık hizmetlerinden beklentileri ise üç temel unsura dayanmaktadır. Öncelikle öğrenci danışmanını kendi seçmelidir. Danışmada öğrencinin çalışmak istediği alana ilişkin olarak öğrenciyi desteklemelidir. Son olarak, danışmanın öğrenciye vakit ayıran ve sabırlı biri olması beklenmektedir.

Kütüphane Hizmetlerine Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan doktora öğrencileri kütüphane hizmetleri konusunda genel olarak çok fazla sıkıntı yaşamadıklarını, özellikle online veri tabanlarına erişimin gayet iyi olduğu görüşündedirler. Sadece kütüphanelerin, ihtiyaç duyulan kitaplara yönelik talebe cevap verememesinin yarattığı sıkıntıdan bahsedilmiştir. En azından yeterli düzeyde kitapları bünyesinde barındırması beklenmektedir.

Ölçme ve Değerlendirme Sistemine Yönelik Bulgular

Doktora öğrencileri, ölçme ve değerlendirmede hala klasik sınav tekniklerinin kullanıldığını, oysa doktora programında vize ve final sınav sisteminin olmaması gerektiğini ayrıca başarılarını ölçmek için bu sistemin yeterli olmadığını belirtmektedirler. Diğer bir sorun ise hocaların değerlendirme kriterlerinin adil olmamasına yöneliktir.

Öğrencilerin beklentileri; klasik sınav sistemi yerine daha çok yürütülen akademik çalışmalar (makale, bildiri vs.) üzerinden bir değerlendirme olması gerektiği yönündedir. Ayrıca değerlendirmelerin dönem içi performansla dayalı, adil ve şeffaf bir şekilde olması beklenmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, turizm alanında doktora eğitimi alan öğrencilerin doktora ders aşamasına yönelik memnuniyetleri belirlenmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, katılımcıların alınan turizm doktora eğitiminden genel anlamda memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç literatürdeki elde edilen

diğer çalışmaların “öğrencilerin aldıkları turizm eğitiminden memnun oldukları” sonucu ile benzerlik göstermektedir (Eren ve diğerleri, 2013; Atay ve Yıldırım, 2008). Öğrenci memnuniyetini, öğrencilerin eğitim kurumlarından bekledikleri beklentilerin karşılanması ile mümkün olabilmektedir. (Demir ve Demir, 2011). Tütüncü ve Doğan (2003) lisansüstü öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışmada, öğrenci memnuniyetini arttırmada kalitenin etkisinin yüksek olduğu, öğretim üyesinin yeterliliğinin ise çok önemsendiğini belirtmiştir. Bu sonuç yapılan çalışmada elde edilen sonuçlarla paralellik göstermektedir. Doktora ders aşamasında alınan derslerin akademik açıdan bireye nitelik kazandırması, derslerin kişilerin uzmanlaşmak istedikleri alanlara yönelik olması, bu sebepten dolayı derslerin geniş bir yelpazeyi kapsaması gerektiği ortaya çıkan diğer sonuçlardandır. Ders işleniş şeklinin ise seminer veya güncel akademik çalışmaların yürütülmesine (makale, bildiri vs.) yönelik olması gerektiği belirtilmiştir. Ölçme ve değerlendirmenin de yürütülen bu çalışmalar üzerinden olması beklenmektedir. Doktora ders aşamasında uygulanan klasik sınav sisteminin başarıyı ölçmede etkili bir araç olmadığı sonucu ortaya çıkan diğer bir sonuçtur. Son olarak, katılımcıların çoğunluğunun danışmanlık ve kütüphane hizmetinden memnun oldukları ortaya çıkmaktadır.

Yapılan araştırmada elde edilen bulgulara göre turizm alanında doktora eğitiminin niteliğinin ve kalitesinin iyileştirilmesinde etkili olabilecek önerilerden bazıları aşağıdaki gibidir;

- Doktora eğitimi süresince uluslar arası veya ulusal dergilerde yayın şartı aranmalıdır.
- Bir dönemde seçilebilecek ders sayısı 3’e indirilebilir.
- Öğrenci danışmanını kendi seçmelidir.
- Doktora ders aşamasındaki derslerin tamamı seçmeli olmalıdır.
- Kişiyi akademik anlamda geliştirebilecek akademisyenler doktora programında görevlendirilmelidir.

Bu çalışmanın araştırma örneklemi dört üniversite ile sınırlandırılmıştır. Zaman ve kaynak kısıtlılığı sebebiyle araştırma örneklemi sadece doktora ders veya yeterlik aşamasında bulunan sınırlı sayıda katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalar, diğer üniversiteleri de kapsayan geniş bir evren üzerinde çalışabilirler.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A., Gürü, B. E., Yaran, M. Ve Çimen, H. (2006). Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili kalite beklentileri: Akçakoca turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 9-21.
- Atay, L. ve Yıldırım, H. M. (2008). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin memnuniyetlerine yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), 6-14.
- Avcıkurt, C. ve Karaman, S. (2002). Lisans eğitimi veren turizm okullarının ders programları karşılaştırması. *Turizm Eğitimi Konferans Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 53-65.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2002) Önlisans ve lisans düzeyindeki turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının bulundukları yerlerin analizi ve turizm eğitimi için öneri bir model.

- Turizm Eğitimi Konferans Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 29-41.
- Baltacı, F.,Üngüren, E., Avsallı, H. ve Demirel, O. N. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin ve geleceğe yönelik bakış açıların belirlmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 17-25.
- Bernard, H. R. (2000). *Socialresearchmethods: Qualitative and quantitative approaches*. London: Sage Publications.
- Demir, Ş. Ş. ve Demir, M. (2011). Turizm lisans öğrencilerinin akademik beklenti memnuniyet düzeyinin kariyer planlamasına etkisi. *I. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu-UTOS'11*, Konya.
- Eren, D., Özgül, E. ve Kaygısız, Ç. N. (2013). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin belirlenmesi: Nevşehir üniversitesi örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35(2), 15-27.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2007). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, D. (1998). Türkiye’deki otel işletmelerinde işgören seçim ve eğitiminin hastane işletmeciliği ile karşılaştırılmasına yönelik bir uygulama. *Anatolia Dergisi*, 9(1), 51-59.
- Mısırlı, İ. (2002). Turizm sektöründe meslek standartları ve mesleki belgelendirme sistemi (Sertifikasyon). *Anatolia Turizm Araştırma Dergisi*, 13(1), 39-55.
- ÖSYS (2013). *Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu*, [URL: <http://www.osym.gov.tr/belge/1-19181/2013-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki.html>] (Erişim 21 Mayıs 2014).
- Robson C. (2002). *Real World research (2nd Ed.)*. UK: John Wiley&Sons Ltd.
- Seaton A. V. ve Bennett M. M. (1996). *Marketing tourism products: concepts, issues, cases*. Oxford: Thomson Business Press.
- Sert, S. (2012). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile not ortalamaları arasındaki ilişki. *Turizm Eğitimi Konferans Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Sökmen, A. (2011). Öğrenci memnuniyetine yönelik Ankara’daki bir meslek yüksekokulunda araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 66-79.
- Şahin, G. G. (2011). Üniversite düzeyinde turizm eğitiminde hizmet kalitesi beklenti ve algısına yönelik Ankara’da bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 49-65.
- Tütüncü, Ö. ve Doğan, Ö. İ. (2003). Müşteri tatmini kapsamında öğrenci memnuniyetinin ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(4), 130-151.
- Ünlüönen, K. (2000). Turizm işletmeciliği öğretmenlik programlarının öğrenci beklentileri ve algılamaları açısından değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, 218-238.
- Yıldırım A. ve Şimşek H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

ÖNLİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ ALMIŞ MEZUNLARIN MESLEKİ EĞİTİME YÖNELİK GÖRÜŞLERİ: ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Mustafa DOĞAN

*Yrd. Doç. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Otelcilik Yüksekokulu
mustafa.dogan@batman.edu.tr*

Dilek KEKEÇ MORKOÇ

*Öğr. Gör., Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
dilekmorkoc@comu.edu.tr*

ÖZET

İnsanların bir mesleği tercih etmesinde ve o meslekte başarılı olmasında aldığı eğitim, çok önemli bir etkidir. Özellikle sürekli değişen ve gelişen günümüz iş dünyasında kişilerin doğru mesleği seçebilmesi ve seçtiği meslekte sürdürülebilir bir başarı sağlayabilmesi aldığı eğitimin yeterliliği ve kalitesiyle ilişkilidir. İş hayatındaki insanların, geçmişte almış oldukları eğitimi değerlendirmesi, mesleki eğitimin kalitesi ve iş yaşamının ihtiyaçlarına uygunluğu hakkında önemli bir geribildirim sağlar. Bu çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nin, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı ile Ezine Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Seyahat Hizmetleri programından mezun olan önlisans öğrencilerinin aldıkları mesleki eğitimi, iş yaşamı perspektifinden öğrenmek; meslek yüksekokulu düzeyindeki eğitim sistemi ve kalitesini çalışan mezunların görüşleri üzerinden değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. İki Meslek Yüksekokulu ve okullara ait iki farklı program üzerinden gerçekleştirilen çalışma, mesleki eğitimin farklı program mezunları ve sektörlerde çalışan mezunlar üzerinden karşılaştırmalı olarak analiz edilmesini sağlamıştır. Çalışmada bir işyerinde tam zamanlı olarak çalışan 203 mezun öğrenciye, facebook üzerinden ulaşılarak, mesleki eğitim, iş ve kariyer yaşamını değerlendiren bir anket uygulanmıştır. Verilerin SPSS programında analizleri sonucu, mesleki eğitimin yüksek oranda yeterli bulunduğu; yabancı dil eğitimi ve uygulama yetersizliğininse mesleki eğitimin en zayıf yönlerini oluşturduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Mesleki eğitim, Meslek Yüksekokulu, Büro yönetimi ve Seyahat programları mezunları, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.*

GİRİŞ

Günümüzde özellikle eğitim-istihdam ilişkisi, yetkilendirme sistemi ve meslek standartları giderek önem kazanmaktadır. Küreselleşen dünyada gelişen iş alanlarına ve bu alanlardaki rekabete bağlı olarak çalışanların niteliği oldukça önemli hale gelmiştir. Bununla birlikte günümüzde giderek büyüyen ve bünyeleri karmaşık hale gelen işletmelerde, başarılı bir yönetim için bilgi ve iletişim tekniklerini etkili kullanmak da zorunlu hale gelmiştir. Bu durum çalışanların bir yandan teknolojiyi bilmeleri ve onu etkin kullanmalarını, diğer yandan da kendilerini sürekli nitel olarak geliştirmelerini gerektirmektedir.

Hemen hemen her sektörde rekabetin ve pazarların genişlemesi, derinleşmesi, istihdam politikası ve çalışanların nitelikleriyle ilgili sorunları da beraberinde getirmektedir. Özellikle turizm ve yönetici asistanlığı gibi emek yoğun özellik gösteren sektörler ve

işlerde istihdam edilen çalışanların nitelikleri, işletmeler için daha ciddi bir girdidir. Bu bağlamda emek, yoğun sektör ve işlerde istihdam edilecek personelin niteliği, hizmetin kalitesi ve sürdürülebilirliğini doğrudan etkilemekte; işletmelerin rekabet ve büyümedeki en önemli faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Bugünün işletmeleri açısından çalışanlarının eğitimi, nitelikleri, pratik bilgisi, motivasyonu önemli bir konu haline gelmiştir (Kusluvan ve Kusluvan, 2000, s.251).

Kişinin mesleğe ilişkin yönelimleri, kalıtımla gelen özellikleri dışarıda tutarsak, eğitimin daha ilk safhasında ilkökul çağında başlamakta ve sürecin her döneminde önemini artırarak devam etmektedir. Bir toplumda mesleki tercihlerini doğru yapmış, başarılı ve mutlu bireyler oluşturma yolu, eğitimin ihtiyaca uygun hale getirilmesi ve bireylerin de yeteneklerine uygun işlere yönlendirilebilmesinden geçmektedir. Eğitim hayatı, bireyin iş ve kariyer planlanmasını da belirlemektedir. Kariyer; kişinin yetenekleri ve almış olduğu eğitimle, iş alanında ilerlemesi, deneyim kazanması olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan, 2003). Bir kişinin iş hayatında sahip olmak istediği uzmanlık ve iş başarısı olarak tanımlanabilecek olan kariyer, bireyin kişisel yaşamındaki en önemli hedef ve amaçlarından birini oluşturmaktadır. Kariyer planlaması; kariyer hedeflerini belirleme, işleri ve kariyer yollarını analiz etme, olası işletmeleri belirleme; başvurma ve elde etme olarak aşamalandırılır (Kozak, 2001).

Bir yükseköğretim kurumunda kalite çalışmaları çerçevesinde yapılan öz değerlendirmede ona veri sağlayacak en önemli kaynak mezunlarıdır. Mezunların, öğretiminin içeriği ve kalitesine ilişkin görüşleri, öğrendikleri bilgileri uygulama alanına aktarmadaki başarı düzeyi, işe yerleşme oranları, mezuniyet sonrası işe girişte ve mesleğini yaparken öğrenim hayatında eksik kaldığını düşündüğü konulara ilişkin görüşleri, kurumun öz değerlendirmesini yaparken oldukça yararlı ve yönlendiricidir. Belirtildiği gibi, eğitim öğretim kurumlarının kalitesi, mezunlarının mezuniyet sonrası çalışma durumları ve alanları, statüleri, mesleki başarıları, meslekleri hakkındaki görüşleri ile ölçülebilir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı ile Ezine Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Seyahat Hizmetleri programlarından mezun olan ve bir işte çalışmakta önlisans öğrencilerinin; aldıkları mesleki eğitimin iş yaşamındaki etkisini ölçmek; meslek yüksekokulu eğitimiyle, iş yaşamının gereksinimleri arasındaki ilişkiyi örnek üzerinden değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. İki Meslek Yüksekokulu ve bunlara ait iki farklı program üzerinden gerçekleştirilen çalışma, hem meslek yüksekokulu düzeyindeki eğitimin farklı sektörlerde çalışan mezunlar üzerinden değerlendirilmesini hem de karşılaştırmalı olarak analiz edilmesini sağlamıştır.

MESLEKİ EĞİTİM VE MESLEK YÜKSEKOKULLARI

Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi, 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu çerçevesinde, üniversiteler tarafından önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde olmak üzere 3 şekilde gerçekleştirilmektedir (Ünlüöner ve Boylu, 2005, s.15). Üniversite düzeyinde ilk

turizm eğitimi, Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'nda; Yükseköğretimde ön lisans düzeyinde ise, 1970'li yılların ortalarında Boğaziçi ve Ege Üniversiteleri'nde ara insan gücü yetiştirmek üzere açılmış olan önlisans yüksekokullarında verilmeye başlanmıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2005).

İstihdam çağındaki nüfusun niteliğini belirleyen en önemli faktörlerden biri kuşkusuz almış olduğu eğitimidir. Türkiye'de belirli bir meslekte uzmanlaşmaya yönelik mesleki eğitim, yükseköğrenim düzeyinde meslek yüksekokullar ve yüksekokullar tarafından verilmektedir. Meslek Yüksekokulları önlisans düzeyindeki iki yıllık mesleki eğitimle, özellikle istihdam piyasasının ara elaman ihtiyacını karşılayan mesleki eğitim kurumları olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de önlisans düzeyinde normal ve ikinci öğretim programlarında turizm ve seyahat hizmetleri eğitimi veren 70; Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı eğitimi örgün ve ikinci öğretim olmak üzere veren 255 program bulunmaktadır.

Literatürün kuramsal çalışmaları bağlamında Ünlüönen (1993, 2005)'in ve Yağcı (2001)'nin Türkiye'deki turizm eğitimini inceleyen ve öneriler getiren önemli çalışmaları bulunmaktadır. Bununla birlikte meslek yüksekokullarından mezun olan öğrencilerin, mesleki eğitime yönelik görüş ve değerlendirmelerini içeren uygulamalı çalışma sayısının sınırlı olduğu görülmüştür. Bu çalışmalardan biri, Gençtürk (2006)'ün "*Alınan Eğitimin Meslek Yaşamındaki Yeterlilik Düzeyinin İşletmelerin Muhasebe-Finans Bölümünde Çalışanlar Üzerinde Tespitine Yönelik Bir Alan Çalışması*" isimli çalışmasında Isparta, Burdur, Denizli ve Antalya Organize Sanayi Bölgelerinde, muhasebe ve finans bölümlerinde çalışan kişilerin aldıkları eğitimin yeterliliği hakkındaki düşünceleri, işe girmelerinde nelerin etkili olduğu, aldıkları eğitim ile çalıştıkları bölüm arasındaki ilişki araştırılmıştır. Literatürde daha çok eğitim görmekle olan, önlisans-lisans düzeyindeki öğrencilerin, meslek ve kariyer algılarını ölçmeye çalışmalar bulunmaktadır. Aksu ve Köksal, (2005) "*Türkiye'de Turizm Öğrencilerinin Algı ve Tutumları*" adlı çalışmasında Antalya Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin turizm endüstrisine yönelik tutumlarını araştırmış ve yapılan analizlerde öğrencilerin genel olarak turizm endüstrisine yönelik olumsuz algı ve tutuma sahip oldukları tespit edilmiştir. Duman vd. (2006) "*Mersin'de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi*" adlı bir çalışmada öğrencilerin, sektörde çalışma koşullarının ağır; ücret ve ek gelirlerin düşük olduğunu, sektörde çalışma motivasyonlarını etkileyen unsurların, kişiyle endüstri uyumu ve terfi imkânları olduğunu belirlemiştir. Benzer bir çalışmada Dinçer vd. (2013)'nin çalışmasında "*İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Meslek Yüksekokulları bünyesinde iki yıllık turizm ve otel işletmeciliği eğitimi almakta olan öğrencilerin kariyer planlama süreci*" ortaya çıkarılmıştır.

Bu alanda yapılmış olan uygulamalı araştırmaların büyük bir bölümü, lise-önlisans-lisans düzeyinde eğitim gören öğrencilerin meslek, kariyer ve iş yaşamına ilişkin algı ve beklentilerini ölçmeye yöneliktir. Literatürde, iş yaşamından mesleki eğitime yönelik algı,

görüş ve değerlendirmeleri içeren çalışmalar sınırlı düzeydedir. Araştırma bu alandaki eksikliğin azaltılmasına katkı sağlamayı hedefleyen bir perspektife sahiptir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma için literatür taramasıyla ikincil kaynaklardan ve anket tekniğiyle birincil kaynaklardan veri toplanarak alan araştırması yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı ve Ezine Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Seyahat Hizmetleri programlarından mezun olmuş çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışmanın anakütlesi, çalışmakta olan mezun öğrencilerden olduğundan evrenin sayısı net olarak bilinmemektedir. Turizm ve Seyahat Hizmetleri normal ve ikinci öğretim programları her yıl toplam 90 öğrenci almaktadır. Büro yönetimi normal ve ikinci öğretim programlarına her yıl toplam 80 öğrenci almaktadır. Çalışma, okulların açıldığı tarihten 2014 yılına kadar mezun olanları (2014 mezunları hariç) kapsamaktadır. Turizm ve Seyahat Hizmetleri normal öğretim programı ilk mezunlarını 2009; ikinci öğretim programı 2010 yılından itibaren vermeye başlamıştır. Toplam 5 yıllık dönemde okuldan mezun olan öğrenci sayısı 285'tir. İstihdam edilenlerin sayısı net olarak bilinmemekle birlikte, turizm sektörünün mevsimselliği ve buna bağlı olarak sezonluk ve kayıtdışı istihdamın yoğun olması gibi nedenlerle, sektördeki istihdam oranının az olduğu değerlendirilmektedir. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümü 1993 yılından itibaren mezun veren bir programdır. Programın kontenjanı 40 olup mezun olan öğrenci sayısı kaydını sildiren, kayıt donduran öğrenciler dışında yaklaşık 700 civarındadır. Kayıtlı öğrencilerin %60 başarılı olup mezun olmaktadır. Mezun sayısı ortalama 2014 mezunları hariç 420 civarındadır. Bu programdan mezun olan öğrencilerden istihdam edilmekte olanların sayısı net olarak bilinmemektedir.

Çalışma kullanılan ölçeği oluşturmak için literatür taraması yapılmış ve Gençtürk (2006)'ün "*Alınan Eğitimin Meslek Yaşamındaki Yeterlilik Düzeyinin İşletmelerin Muhasebe-Finans Bölümünde Çalışanlar Üzerinde Tespitine Yönelik Bir Alan Çalışması*" isimli çalışması için geliştirip kullandığı anketten faydalanılmıştır. Çalışmada, demografik, çalışılan iş ve işyeriyle ilgili ve son olarak katılımcıların almış oldukları eğitimin iş hayatına etkisini ölçmek için oluşturulan sorulardan oluşan bu anket taslak olarak alınmıştır. Sonraki aşamada Facebook sayfası açılıp mezunlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Mezunlara öncelikle iş alanı, sektör, işten memnuniyet, eğitimin ve derslerin yeterliliği, eksik gördükleri noktalardan oluşan bu taslak soru formu sunulmuş ve bu forma eklemek istedikleri konusunda görüşleri sorulmuştur. İlk etapta mezun durumda olup bir işte çalışan 60 öğrenciyle iletişim kurulmuş ve anket konusundaki görüş ve önerileri doğrultusunda taslak ankete, yeni sorular eklenerek ve bazı sorular çıkarılarak son şekli verilmiştir. Anket, 14'ü kapalı uçlu 4'ü açık uçlu olmak üzere 18 sorudan oluşmaktadır.

Araştırmada evrenini oluşturanlardan ilk aşamada 60 mezun öğrenciyle facebook üzerinden iletişim kurulmuş ve onların arkadaş listelerinden yararlanılarak evreni oluşturan bireylerin hepsine ulaşılmaya çalışılmıştır. Anket soruları google drive kullanılarak form

haline getirilip facebook üzerinden paylaşılmıştır. Yanıtlanmış soru formları google drive'a geldikçe sonuç kontrol edilmiştir. Yapılan hatalar düzeltilmiş ve tekrar facebook üzerinden yayınlanmıştır. Bu yolla toplamda veri elde edilen mezun ve çalışan öğrenci sayısı 203 olmuştur. Bunların 122'si Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı mezunlarından, 81'i Turizm ve Seyahat Hizmetleri mezunlarından oluşmaktadır. Çalışma Mayıs 2014'te başlamış, temmuz ayı itibari ile de sonlandırılmıştır.

Verilerin Analizi

Anket geliştirme aşamasında taslak forma ait verilerin analizleri için SPSS 16.0 programı kullanılmış ve elde edilen veriler değerlendirmeye alınarak analize tabi tutulmuştur. Kişisel bilgilerin dağılımına bakmak için frekans ve yüzde analizleri çıkarılmıştır. Ayrıca araştırma iki ayrı programdan mezun olan öğrencilere dayandığından karşılaştırmalı analizler için “Khi kare testi” ne başvurulmuştur. “Khi kare, iki sınıflamalı değişkenin düzeylerine (satır sayısı x sütun sayısı) göre oluşan gözleneklerde gözlenen sayılarla-değerlerle, beklenen sayıların-değerlerin birbirlerinden anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini test eder ve buna göre bu iki değer arasındaki fark arttıkça değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlı çıkma olasılığı artar” (Büyüköztürk, 2004, s.148). Mezun olunan bölüm türüne göre, mesleki eğitimin iş, ev kariyer yaşamı üzerine etkisi için hazırlanan ölçütler açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirleyebilmek açısından khi-kare analizi yapılmıştır

BULGULAR VE YORUMLAR

Büro Yönetimi ve Turizm ve Seyahat Hizmetleri bölümü mezun öğrencilerinden elde edilen verilerin analizleri aşağıdaki tablolarda verilmiştir. Çalışmada öncelikli katılımcılara ait demografik özellikler; dağılım ve yüzde analizleri yapılmıştır.

Tablo 1. Mezun Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

Cinsiyet	f	%
Kız	123	60,6
Erkek	80	39,4
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılan mezun çalışanların %60,6'sı kız, % 39,4'ü erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan kız öğrencilerin, erkek öğrencilerden fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Mezun Öğrencilerin Yaş Değişkenine Göre Dağılımı

Yaş	f	%
20-24	105	51,7
25-29	63	31,0
30-34	34	16,7
35+	1	,5
Toplam	203	100,0

Çalışmaya katılan öğrencilerin %51,7'si (20-24) yaş aralığındadır. %31'i ise (25-29) yaş aralığında bulunmaktadır. Araştırma kapsamındaki kişilerin istihdam piyasasına girişleri, kaç yıldır çalıştıkları Tablo 3'te değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Toplam Çalışma Yılı Süreleri

Çalışma Yılı	f	%
0-1 az	16	7,9
1-3	88	43,3
4-6	59	29,1
7-9	17	8,4
10 üstü	23	11,3
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katkı sağlayan mezun öğrencilerin %43,3'ü (1-3) yıl aralığında çalışmaktadırlar. %29,1'i ise (4-6) yıl aralığında çalışma yılları olduğu görülmüştür. Mezun öğrencilerin hangi sektörde çalıştıklarını ortaya koymak amacıyla çalıştıkları sektörler sorulmuştur. Tablo 4'te bu bulgular verilmiştir.

Tablo 4. Çalışılan Sektörler

Sektör	f	%
Turizm	61	30
Eğitim	5	2,5
Sağlık	14	6,9
Bankacılık	4	2,0
Telekomünikasyon	13	6,4
Danışmanlık	6	3,0
Kamu Kurumları	27	13,3
Serbest Meslek Kuruluşları	39	19,2
Tekstil	6	3,0
İnşaat	8	3,9
Diğer	20	9,9
Toplam	203	100,0

Mezun öğrencilerin hangi sektörde çalıştıklarını ortaya koymak amacıyla sorulan soruda, toplam katılımcıların %30'u, turizm seyahat mezunları toplamının (81 kişi) %75'i turizm sektöründe çalışmakta olup bu oran sektörün hem otelcilik hem de seyahat acentacılığı alanlarını kapsamaktadır. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı programı mezunlarının ise kamu ve özel olmak üzere farklı alt sektörlerde çalıştıkları görülmüştür. Araştırmaya katılanların %19,2'si serbest meslek kuruluşları olarak kabul edilen işletmelerde çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Mezun öğrencilerin çalıştıkları işletme türleri sorulmuş ve tablo 5'te değerlendirilmiştir. Katılımcıların %33,5'i limited şirketlerde; %24,6'sı şahıs işletmelerinde, %24,1'i ise kamu alanında çalışmaktadırlar.

Tablo 5. Mezun Öğrencilerin Çalıştığı Şirketlerin Türü

Şirket Türü	f	%
Limited	68	33,5
Anonim	36	17,7
Şahıs	50	24,6
Kamu	49	24,1
Toplam	203	100,0

Katılımcıların mezun oldukları bölüm ile okulu bitirdikten sonra eğitimlerine devam edip etmedikleri, mezuniyet durumu arasındaki ilişki Tablo 6’da analiz edilmiştir.

Tablo 6. Mezun Olunan Bölüm ile Mezuniyet Durumu Arasındaki İlişki

Mezun Olunan Bölüm	Mezuniyet Durumu										Toplam	
	MYO		AÖF		Farklı Lisans		Yüksek lisans		Diğer			
Büro Yön.	38	40,9%	74	73,3%	6	4,8 %	4	2,4	0	0,6 %	122	100 %
Seyahat	30	27,1	48	48,7%	2	3,2 %	0	1,6%	1	0,4 %	81	100 %
Toplam	68	68,0%	122	122,0%	8	8,0 %	4	4,0%	1	1,0 %	203	100 %

Katılımcıların Mezun oldukları bölüme göre, mezuniyet durumları incelendiğinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark bulunamamıştır. ($X^2= 5,423$ $P<0,05$ (0,247)). Turizm Seyahat ve Büro Yönetimi mezunlarının kariyer hedefini gerçekleştirme oranlarının istatistiksel olarak birbirine yakındır. Büro Yönetimi mezunlarının iki yıl okuduktan sonra %73,3’ünün ve Turizm-Seyahat mezunlarının %48,7’sinin Anadolu Üniversitesi’nin Açıköğretim Fakültesine devam edip lisans mezunu oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan mezun öğrencilerin %93,1’i çalıştıkları iş alanlarında SGK’lı olarak çalıştıklarını ifade etmişlerdir. SGK’sız kayıt dışı olarak çalışanların oranı ise %6,9’dur.

Tablo 7. Mezun Öğrencilerin Sosyal Güvenlik Durumu Değişkenine Göre Dağılımı

Sosyal Güvenlik	f	%
SGK’lı	189	93,1
SGK’sız	14	6,9
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılan mezun öğrencilerin bölüm bazında alınan ücret arasındaki ilişki Tablo 8’de incelenmiştir. ($X^2=3,270$ $P<0,05$ (0,514)). İstatistiksel anlamda bir fark bulunamamıştır. Her iki bölümden mezun olan ve çalışan öğrencilerin ortalama 1001-1500 TL arasında maaş aldıkları ifade edilebilir. 93 kişinin bu düzeyde maaş aldığı düşünüldüğünde, mezunların aldıkları ücretlerin çok düşük olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Mezun Olunan Bölüm ile Alınan Ücret Arasındaki İlişki

Mezun Olunan Bölüm	Alınan Ücret										Toplam	
	500-1000		1001-1500		1501-2000		2001-2500		2501+			
Büro Yön.	28	23,0 %	50	41,0 %	26	21,3 %	10	8,2 %	8	6,6 %	122	100,0%
Seyahat Hiz.	14	17,3 %	43	53,1 %	15	18,5 %	6	7,4 %	3	3,7 %	81	100,0%
Toplam	42	20,7 %	93	45,8 %	41	20,2 %	16	7,9 %	11	5,4 %	203	100,0%

Büro Yönetimi ve Seyahat Hizmetleri programlarından mezun olan öğrencilerin bölümler bazında alınan ücret sistemi arasındaki ilişki aşağıdaki Tablo 9'da incelenmiştir ($X^2=14,206$ $P<0,05$ (0,007)). İstatistiksel olarak 0,05 oranında anlamlı bir fark görülmektedir. Öğrencilerin aldıkları ücret sisteminin her iki bölüm mezunlarının da "maaş" sistemi ile çalıştıkları ifade edilebilir.

Tablo 9. Mezun Olunan Bölüm ile Ücret Sistemi Arasındaki İlişki

Bölüm	Ücret Sistemi										Toplam	
	Maaş		Prim		maaş+prim		maaş+ikra miye		diğer			
Büro Yön.	85	69,7 %	0	,0%	22	18,0 %	15	12,3 %	0	,0%	122	100,0 %
Seyahat Hiz.	45	55,6 %	1	1,2 %	30	37,0 %	4	4,9 %	1	1,2 %	81	100,0 %
Topla m	130	64,0 %	1	,5%	52	25,6 %	19	9,4 %	1	,5%	203	100,0 %

Mezun olmuş çalışan öğrencilerin, almış oldukları mesleki eğitimi yeterli görüp görmemesi, karşılaştırmalı olarak Tablo 10'da analiz edilmiştir. Çalışmaya katılan mezun öğrencilerin mezun oldukları bölümlere göre MYO'dan aldıkları eğitimin yeterliliği Tablo 10'da verilmiştir ($X^2=13,504$ $P<0,05$ (0,009)).

Tablo 10. Mezun Olunan Bölümlere Göre MYO'da Alınan Eğitimin Yeterliliği

Mezun Olunan Bölüm	MYO Eğitimin Yeterliliği										Toplam	
	Oldukça Yeterli		Yeterli		Ne yeterli Ne Yetersiz		Az Yeterli		Yetersiz			
Büro Yön. Asist.	40	32,78%	41	33,60%	25	20,49%	14	11,45%	2	%1,68	122	100,0%
Seyahat	14	17,28%	32	39,50%	19	23,45%	7	8,64%	9	11,13%	81	100,0%
Toplam	54	26,6%	73	36,0%	44	21,7%	21	10,3%	11	5,4%	203	100,0%

Veriler karşılaştırıldığında bölümlere göre istatistiksel olarak 0,05 oranında anlamlı bir fark bulunmuştur. Büro yönetimi mezunlarının mesleki eğitimi oldukça yeterli bulunanlarının

oranı, seyahat mezunlarına göre daha yüksektir. Ayrıca mesleki eğitimi yetersiz ve az yeterli bulma oranı, seyahat mezunlarında büro yönetimi mezunlarından daha yüksektir. Bununla birlikte mezun öğrencilerin, mezun oldukları okulun eğitimini, “oldukça yeterli” ve “yeterli” bulanların oranının toplamda %62,6 olduğu görülmüştür. Katılımcıların belirtilen soruda %21,7 oranında kararsız oldukları görülmektedir. Ankete katılan öğrencilerin kariyer hedeflerine ulaşma hakkında verdikleri cevaplar ile mezun oldukları bölüme göre kategorize edilerek Tablo 11’de karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Tablo 11. Mezun Olunan Bölüm-Kariyer Hedefi Arasındaki İlişki

Mezun Bölüm	Olunan	Kariyer Hedefine Ulaşma				Toplam	
		Evet		Hayır			
Büro Yön. ve Yön.Asist.		59	48,4%	63	51,6%	122	100,0%
Turizm-Seyahat Hiz.		50	61,7%	31	38,3%	81	100,0%
Toplam		109	53,7%	94	46,3%	203	100,0%

Katılımcıların Mezun oldukları bölüme göre, çalıştıkları iş ve kariyer hedefine ulaşma durumlarına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir fark görülmemekle ($X^2= 3,499$ $P<0,05$ (0,61)) birlikte, seyahat mezunlarının daha yüksek oranda kariyer hedeflerine ulaştıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların yarısından biraz fazlasının kariyer hedeflerine ulaştıkları, yarısına yakınınsa henüz hedeflerine ulaşamadıkları ifade edilebilir.

Tablo 12’de katılımcılara işe girmede etkili olan unsurlar sorulmuştur. Her iki programdan mezun olan öğrencilerin görüşleri karşılaştırmalı olarak aşağıda verilmiştir.

Tablo12. Mezun Öğrencilerin İşe Girmede Etkili Buldukları Unsurlar

Unsurlar	Büro Yön.	Seyahat Hiz.	Toplam f ve %
Tecrübe	45-(36,88%)	32-(39,50%)	77-(%37,93)
Referans	74-(60,65%)	51-(62,96%)	125-(%61,57)
Diploma	48-(%39,64)	21-(%25,92)	69-(%34,0)
Staj Yapılan İşyeri	24-(%19,67)	24-(%29,62)	48-(%23,6)
Yabancı Dil Seviye	7-(%5,73)	12-(%14,81)	19-(%9,4)
Askerlik Durumu	7-(%5,73)	1-(%1,23)	8-(%3,9)
Diğer	6	8	14-(%6,9)

Araştırmaya katılan mezun öğrencilere göre; işe girmede en önemli unsurun %61,57 oranında referans, ardından %37,93 oranında tecrübe olduğunu belirtmiştir. Yabancı dil seviyesinin işe girmede etkili bulma oranı ise toplamda %9,4 olarak ifade edilmiştir. Referans ve Tecrübe unsurları konusunda, her iki mezun grubuna göre istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmamaktadır. İşe girmede, hala geleneksel olarak referansın ya da iş dünyasındaki deneyimiyle tanıdıkların rolünün önemli olduğu değerlendirilmektedir. Analizde “diploma” unsurunun büro yönetimi bölümü mezunları için işe girmede seyahat

mezunlarına göre daha önemli görüldüğü; “*staj yapılan yer*” ve “*yabancı dil seviyesi*”nin de seyahat mezunları için işe girmede büro mezunlarına göre daha etkili görüldüğü ortaya çıkmıştır.

Mezun olunan program ile mezun olunan Meslek Yüksekokulu’nun öğretim üyesi ve elemanlarının “*Bilgi ve Uzmanlık Düzeyi*” arasındaki ilişki Tablo 13’te analiz edilmiş ve istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark görülmemiştir ($X^2=3,246P<0,05$ (0,518)). Her iki program mezunlarının eğitim aldıkları öğretim elemanlarını bilgi ve uzmanlık alanında yeterli buldukları ifade edilebilir.

Tablo 13. Mezun Olunan Bölüm ile MYO Öğretim Elemanlarının Bilgi Uzmanlık Düzeyi

Mezun Olunan Bölüm	MYO Öğretim Elemanı Bilgi Uzmanlık Düzeyi										Toplam	
	Oldukça yeterli		Yeterli		Ne yeterli ne değil		Az yeterli		Yetersiz			
Büro Yön.	76	62,3%	41	33,6%	5	4,1%	0	,0%	0	,0%	122	100,0 %
Sey. Hiz.	47	58,0%	29	35,8%	3	3,7%	1	1,2%	1	1,2%	81	100,0 %
Toplam	123	60,6%	70	34,5%	8	3,9%	1	,5%	1	,5%	203	100,0 %

Çalışmaya katılan mezun öğrencilere sorulan sorularda öğretim elemanlarının bilgi uzmanlık düzeyi ile ilgili görüşleri alınmıştır. Katılımcıların % 60,6’sı öğretim elemanlarının bilgi ve uzmanlık düzeylerini oldukça yeterli bulduklarını, %34,5’i ise yeterli olduğu ifade etmişlerdir. Toplamda %94,5’luk oran, aynı zamanda eğitimin kalitesini destekleyen bir faktör olarak eğitimcilerin kalitesini teyit etmiştir. Araştırmada mezun öğrencilerin eğitim gördükleri Meslek Yüksekokullarındaki mesleki eğitimin kalitesini genel olarak değerlendirmeleri istenmiştir. Tablo 14’te bu analiz sonuçları görülmektedir.

Tablo14. MYO’daki Mesleki Eğitimin Kalitesi

Mezun Olunan Bölüm	Mesleki Eğitim Sistemin Değerlendirmesi									Toplam		
	Oldukça iyi		İyi		Ne iyi ne kötü		Kötü		Çok kötü			
Büro Yön.	6	53,3 %	4	38,5 %	8	6,6%	2	1,6 %	0	,0%	12	100,0 %
Seyahat Hiz.	3	40,7 %	3	40,7 %	1	12,3%	4	4,9 %	1	1,2 %	81	100,0 %
Toplam	9	48,3 %	8	39,4 %	1	8,9%	6	3,0 %	1	,5%	20	100,0 %

Mezun olunan bölüm ile eğitim görülen meslek yüksekokulunun mesleki eğitim sistemini değerlendirme arasındaki ilişki analiz edilmiş ve istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde turizm ve büro mezunları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($X^2= 6,784$

$P < 0,05$ (0,148). Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı programı mezunları ile Turizm Seyahat hizmetleri mezunlarının öğrenim gördükleri meslek yüksekokulunun mesleki eğitim kalitesini yüksek oranda iyi buldukları ifade edilebilir. Araştırmaya katılan mezun öğrenciler eğitim gördükleri meslek yüksekokulunun eğitim sistemini %48,3 oranında "oldukça iyi"; %39,4 oranında da "iyi" bulduklarını belirtmişlerdir. Verilen bu cevaplar çalışma kapsamındaki Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinin iki Meslek Yüksekokulundaki eğitim sisteminin kalitesinin ilgili programlar nezdinde mezun öğrencilerin görüşleri açısından iyi bir durumda olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmada katılımcılara çalıştıkları işe ve departmana göre kendilerinde gördükleri eksiklikler sorulmuştur. Tablo 15'teki analiz sonuçları için katılımcılardan en önemli gördükleri eksikliklere yönelik birden fazla işaretleme yapmaları istenmiştir.

Tablo 15. Çalışılan İşe Göre Katılımcıların Eksikliğini Hissettikleri Unsurlar

Eksiklikler	Mezun Olunan Bölüm		Toplam f
	Büro Yön. ve Yön. Asist.	Turizm-Seyahat Hiz.	
Yabancı Dil	84	59	143
Tecrübe-Deneyim	45	21	66
Uygulama-Pratik	36	18	54
Alınan Eğitim	18	13	31
Sertifika	18	12	30
Staj	8	3	11
Yetenek	8	3	11

Mezun olan öğrenciler çalıştıkları iş yerlerinde en önemli eksiklik birden fazla işaretleme yapan öğrenciler en çok yabancı dil eksikliğini işaretlemişlerdir. Yabancı dil seçeneği 143 kez işaretlenmiş olup en önemli görülen eksikliklerdir. İkinci önemli görülen eksiklik 66 kez işaretlenmiş olan tecrübe ve deneyim eksikliğidir. Üçüncü önemli eksiklik ise uygulama ve/veya pratik eksikliği olarak değerlendirilmiştir. Her iki program mezunlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir fark görünmemektedir. Araştırmaya katılan mezunlara, çalışma yaşamında en faydalı olduğu düşündükleri dersler sorulmuştur. Tablo 16.1'de önce büro yönetimi programı mezunlarının görüşlerine yer verilmiştir.

Tablo16. Çalışma Yaşamında En Faydalı Görülen Dersler (Büro Bölümü)

Faydalı Dersler	f	%
Bilgisayar	40	19,7
Mesleki Yazışma	27	13,3
Klavye Teknikleri	27	13,3
Protokol Kuralları	25	12,3
Tüm Dersler bana faydalı oldu	25	12,3
Büro Yönetimi	24	11,8
İletişim	22	10,8
Dosyalama Teknikleri	19	9,4
Sunum Teknikleri	18	8,9

Çalışma yaşamında en faydalı dersler sorusu açık uçludur ve gelen cevaplara göre sıralanmıştır. Tablo 16.1'de sadece Büro bölümü mezunlarının faydalı olduğunu düşündüğü dersler yazılmıştır. Bölümde okutulan derslerden birçoğu mezunlar tarafından yazılmış fakat burada hepsi belirtilmemiş; sadece yüzdeliği yüksek olanlar listeye alınmıştır. Buna göre Büro Yönetimi ve Yönetici asistanlığı mezunu olan öğrenciler en çok “Bilgisayar” dersinin kendilerine yararlı olduğunu ifade etmişlerdir. Tablo 16.2'de Turizm-Seyahat Hizmetleri programı mezunu öğrencilerin kendilerine en faydalı oldukları dersleri kodlanmıştır. Mezun öğrenciler farklı dersleri yazdıkları için en yüksek sayılar verilmiştir.

Tablo16. Çalışma Yaşamında En Faydalı Olduğu Düşünülen Dersler(Seyahat Bölümü)

Faydalı Dersler	f	%
İngilizce	14	6,9
Tur operatörlüğü	13	6,4
Seyahat Acentalığı	13	6,4
Galileo	10	4,9
Yorum yok	10	4,9
Turizm İşletmeciliği	9	4,4

Tabloya göre Turizm-Seyahat Hizmetleri programı mezunları için en faydalı dersler, İngilizce, Tur Operatörlüğü ve Seyahat Acentalığı dersleridir.

Mezun Öğrencilerin Mesleki Eğitime İlişkin Önerileri

Mezun öğrencilere, aldıkları eğitim ve yaptıkları iş arasındaki uyum için eğitim sürecinde yapılması gerekenler, eksiklikler ve bunlara yönelik önerileri konusunda açık uçlu soru sorulmuştur. Araştırmaya katılanların yanıtları iki programın mezunları için ayrı ayrı kategorize edilmiştir. *Öncelikle turizm-seyahat hizmetleri programından mezun olmuş çalışanların önerileri şöyledir:*

- Sejour ve Galileo gibi sertifikaya yönelik program eğitimlerini içeren dersler artırılmalıdır.
- Teorik derslerin ardından daha çok uygulama yaptırılmalıdır.
- İngilizce ve diğer yabancı dillerin eğitimi daha etkili olmalıdır.
- Derslerde daha çok sunum yapılması teşvik edilmelidir.
- Staj süresi uzatılmalı, stajlar okul dönemimde de yapılmalı ve öğretim elemanlarının işbirliğinde geçmelidir.
- Öğrencilerle ortak çalışmalar yapıp onların görev ve sorumlulukları arttırılmalıdır.
- Mesleki ders saatleri mutlaka arttırılmalıdır.
- Acente ve otelcilik konusunda daha çok detay öğretilmelidir.
- Taşrada ki MYO'lara daha çok önem verilmelidir.

Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı programından mezun olan çalışanların görüş ve önerileri şöyle özetlenmiştir:

- Uygulama sınıfları oluşturulmalı ve öğrencilerin iş hayatında karşılaşacakları durumlar hakkında önceden bilgilendirilmelidir.
- Bilgisayar derslerinde daha çok uygulama yaptırılmalıdır.
- Üniversitede İngilizce daha iyi öğretilmelidir.
- İşbaşı eğitimi verilmelidir.
- Meslek odaları-STK işbirliği yapıp, öğrenciler Oda ve STK çalışanları ile bir araya getirilmelidir.
- Kongre-panel sempozyum yapılmalı; öğrencilerin katılımı arttırılmalıdır.
- İş kanunu öğretilmelidir.
- Ezberden uzak öğretici eğitim olmalıdır.
- Hızlı okuma eğitimi verilmelidir.
- Hitabet eğitimi verilmelidir.
- Hiyerarşi daha detaylı öğretilmelidir.
- Özgüven ve ikna kabiliyeti ile ilgili dersler verilmelidir.
- İş hayatı, mezunlar ve öğrenci buluşmaları arttırılmalıdır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Mesleki eğitim, bireylerin tüm eğitim hayatının önemli bir bölümünü oluşturan, bireysel gelişim sürecinin belki de en son halkalarından biridir. Bunun en temel nedenlerinden biri, bu sürecin sonunda bireylerin, çoğunlukla anaokulundan itibaren başlayan örgün eğitim döneminden, çalışma yaşamına geçmeleridir. Mesleki eğitim süreci, bireyleri doğrudan iş yaşamına hazırlayan bir misyona sahiptir. Araştırmanın bulguları, buna uygun biçimde meslek yüksekokulları nezdindeki eğitimin, bireyleri iş hayatına adapte edecek; kişisel gelişimi ve mesleki bilgi-beceriye güçlendirecek bir perspektifi olması gerekliliğinin altını çizmiştir. Türkiye’de önlisans düzeyinde eğitim veren meslek yüksekokullarının, bireylerin istihdam piyasasına katılmalarını kolaylaştıracak bir kalite ve işlevle donanması gerektiği açıktır.

Mesleki eğitimin kalitesi, bireyin iş ve kariyer planlarını; yaşamla ilgili hedef ve amaçlarını doğrudan etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmada mezun ve çalışan durumdaki öğrenciler mezun oldukları meslek yüksekokullarından aldıkları eğitimi yeterli bulmaktadır. Benzer biçimde önlisans düzeyindeki mesleki eğitimin kalitesi, geçmişe dönük değerlendirme yapan iş hayatına girebilmiş MYO mezunları tarafından genel olarak iyi değerlendirilmektedir. Bununla birlikte mesleki eğitimin özellikle yabancı dil eğitimi ve uygulama yönünden eksik kaldığı; mezunların en çok bu unsurlar açısından kendilerini yetersiz hissettikleri ortaya çıkmaktadır. Benzer biçimde farklı programdan mezun olan çalışanlar öneriler bölümünde ortak biçimde uygulamaların, iş yaşamında geçerliliği olan sertifikalar veren derslerin artırılmasını istemektedir. Bu nedenle mesleki eğitimin her düzeyinde yabancı dil, özellikle İngilizce eğitiminin güçlendirilmesi; ayrıca

teorik derslerin yanında alana ilişkin pratik ve uygulamalı eğitime daha fazla ağırlık verilmesi gerekmektedir. Meslek yüksekokullarının iş yaşamıyla daha yoğun ilişki kurması gerektiği; müfredat ve eğitim planlarını iş dünyasının ihtiyaçlarına bağlı olarak dinamik ve güncel biçimde kurgulaması gerektiği açıktır.

Araştırmada iş hayatındaki mezunların, eğitim hayatına ilişkin görüşleri değerlendirilmiştir. Çalışma bu açıdan mesleki eğitime yönelik bir geribildirim sunmaktadır. Çalışma, bir üniversitenin iki meslek yüksekokulundan iki farklı programından mezun olmuş çalışanlarla sınırlıdır. Elde ettiği sonuçların genellenebilirliği, bu alanda gelecekte daha fazla sayıda ve geniş ölçeklerde tekrarlanmasıyla mümkün olacaktır. Çalışma bunun dışında, mesleki eğitimin önlisans düzeyindeki performansını değerlendirmek; iş yaşamının ihtiyaçlarıyla karşılaştırmak ve eksiklikleri görmek açısından önemli olmuştur.

KAYNAKÇA

- Aksu, A. ve Köksal, C. (2005). Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 436-447.
- Büyüköztürk, Ş. (2006). *Sosyal Bilimler için Veri Analiz El Kitabı*, Ankara: Pegem.
- Dinçer, İ. F., Akova, O. ve Kaya, F. (2013). Meslek Yüksekokulu Turizm Ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği, 3. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, Ardahan, Türkiye, 2-4 Ekim 2013, 30-42.
- Duman, T., Tepeci, M. ve Unur, K. (2006). Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 51-69.
- Erdoğan, N. (2003). *Kariyer Geliştirme: Kuram ve Uygulama*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Gençtürk, M. (2006). Alınan Eğitimin Meslek Yaşamındaki Yeterlilik Düzeyinin İşletmelerin Muhasebe-Finans Bölümünde Çalışanlar Üzerinde Tespitine Yönelik Bir Alan Çalışması: Isparta, Burdur, Denizli ve Antalya Organize Sanayi Bölgeleri Örneği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(12) 2: 55-82.
- Gözüm, S.; Tüfekçi, F. G.; Cantürk, Ç. (2014). Hemşirelik Yüksekokulu Mezunlarının Okulları ve Meslekleri İle İlgili Görüşleri ve Mezuniyet Sonrası Profilleri, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17, 1.
- Kozak, M. (2001). *Konaklama İşletmelerinde Kariyer Planlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kusluvan, S. ve Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in The Tourism Industry in Turkey. *Tourism Management*, 251-269.
- Ünlüönen, K. (1993). Türkiye’de Yüksek Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitim ve Öğretimi, *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Sayı:6/, 497-521.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2005). Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, www.e-sosder.com, (3), 12, 11-32.
- Yağcı, Ö. (2001). Türkiye’de Turizm Eğitimi ve İstihdamda Karşılaşılan Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri. G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 4, 23-39.

LEONARDO DA VINCI PROGRAMINA KATILAN OTELCİLİK VE TURİZM MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Murat ÖZEKİN

Dr., Fethiye Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Muğla
muratozekin@yahoo.com

ÖZET

Avrupa parlamentosu, genel ve mesleki eğitimin yanı sıra eğitimle ilgili tüm alt program ve faaliyetleri bütüncül bir yaklaşımla “Erasmus Plus” programı adı altında toplamıştır (UA, 2014). Programın genel amacı, hayat boyu öğrenme yoluyla topluluğu ileri bir bilgi toplumu haline getirmek ve dünyada bir kalite referansına dönüşmelerini temin etmek amacıyla topluluk içindeki eğitim ve öğretim sistemleri arasında karşılıklı değişim, işbirliği ve hareketliliği güçlendirmektir. Leonardo da Vinci programı ise Avrupa Birliği’ne üye ve aday ülkelerin mesleki eğitime yönelik politikalarını desteklemek ve geliştirmek için yürütülen bir programdır (EC, 2014). Bu araştırmada, beceri eğitimlerini Leonardo da Vinci programı kapsamında AB ülkelerinde yapan otelcilik ve turizm meslek lisesi öğrencilerinin beceri eğitimleri sırasında edindikleri birikimler ve kazandıkları yeterlilikler irdelenmiştir. Bu amaçla 2006- 2009 yılları arasında Leonardo da Vinci programına katılan toplam 654 otelcilik ve turizm meslek lisesi öğrencisine anket uygulanmış ve ortaya konulan araştırma hipotezleri istatistiksel olarak test edilmiştir. Kazanılan edinimler yabancı dil gelişimi, kişisel gelişim, mesleki gelişim, vizyon gelişimi ve bu programa katılımdan ötürü genel memnuniyet açısından öğrenci görüşlerine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Mesleki Eğitim, Beceri Eğitimi, Leonardo da Vinci Programı, Hayat Boyu Öğrenme, Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri (OTML)*

GİRİŞ

Leonardo da Vinci Programı (LDV) ülkeler arası işbirliğinin geliştirilmesi yoluyla mesleki eğitim sistemleri ile uygulamalarında kalitenin geliştirilmesini, yeniliklerin teşvik edilmesini ve mesleki eğitimde Avrupa boyutunun güçlendirilmesini amaç edinmiştir. Program kapsamında, tüm özel sektör ve kamu kuruluşları ile mesleki eğitim kurumları arasında gerçekleştirilen öğrenci ve çalışan hareketliliği ile tüm mesleklerde yurtdışında farklı ülkelerde yapılan uygulamaların ülkeler arasında değişimi sağlanmaktadır. Leonardo da Vinci programı bünyesinde, temel düzeyde mesleki eğitim almakta olan öğrenciler ile işsizler de dâhil olmak üzere işgücü dünyasındaki kişiler ve mesleki eğitimden sorumlu kişilerin katıldığı ülkelerarası staj ve çalışma ziyareti olarak adlandırılacak hareketlilik projeleri bulunmaktadır.

Leonardo da Vinci programı sayesinde, OTML öğrencilerine farklı kültürel ortamlarda mesleki ve eğitimsel tecrübe edinmeleri için olanak sağlanmıştır. Ortaöğretim düzeyinde temel mesleki eğitim almakta olan öğrenciler haftanın bazı günlerinde okulda teorik eğitim almakta bazı günlerinde ise işletmelerde uygulamalı eğitim (staj) yapmaktadırlar. OTML öğrencileri ise Ekim- Nisan ayları arasında okulda teorik eğitim almakta Mayıs-Kasım ayları arasında ise turizm işletmelerinde staj yapmaktadırlar. Leonardo da Vinci programı kapsamında AB ülkelerinde beceri eğitimlerini yapmış olan OTML öğrencilerinin beceri

eğitimleri boyunca edindikleri kazanımları, mesleki, kişisel, vizyon ve yabancı dil gelişimleri açısından irdelenmiştir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Turizm sektörünün en önemli sorunlarından birisi olan kalifiye personel eksikliği, mevsimlik çalışmanın ortaya çıkardığı sorunlar, sosyal haklar yönünden gözlenen eksiklikler, düşük ücretler, çalışma saatlerinin uzunluğu mevsimlik tesislerdeki barınma ortamlarının sağlıksızlığı, iş hacmindeki düşüşte işlerini kaybetme riski ve her an daha niteliksiz bir elemanla “ikame” edilebilme olasılığı vs. gibi personelle ilgili birçok sorun mevcuttur. Bütün bu sorunlar kalifiye elemanın sektörü terk etmesi üzerinde etkilidir. Kalifiye personelin sektör dışına kaymasındaki ana faktör turizm sektörünün kısa dönemli politikalarıdır. Ayrıca, son yıllarda personel giderlerinin düşürülmesi politikası gereği birçok turizm işletmesini daha fazla stajyer öğrenci çalıştırmaya yöneltmiştir. Staj, kuramsal meslek bilgisine sahip kişilerin, aldıkları akademik bilgileri gerçek yaşamda kullanma ve deneme, diğer bir deyişle, edindiği bilgileri, yaparak-yaşayarak davranışa dönüştürme deneyimidir (Çetin, 2005, s.154). Sektörde, stajyerlerin teorik bilgilerini uygulamayla pekiştiren öğrenciler olduğu unutulup, onları ucuz işgücü olarak görmektedir. Turizm eğitiminde önemli bir yeri olan turizm işletmelerinde yapılan stajların, gerek öğrenci gerekse işletmelerin beklentilerini karşılama yeterliliği ve bu süreçte yaşanan sorunlara yönelik ülkemizde önemli miktarda akademik çalışma (Alemdar, 1992; Buluç, 1992; Kozak, 1992; Özkan, 1992; Ömerzi ve Ayata, 1992; Kozak ve Kızılırmak, 2001; Küçüktopuzlu, 2002; Gökdeniz ve dig., 2002; Yıldırım, 2002; Ilgaz ve Çakar, 2002; Yüksel ve dig., 2002; Gürdal, 2002; Çapar, 2002; Yazıcı, 2002; Güçer, 2004; Kozak, 2005; Çetin, 2005 vb.) bulunmaktadır.

Ülkemizde turizm eğitimi veren okul sayısının daha çok yükseköğretim düzeyinde yoğunlaşması bazı sorunları gündeme getirmektedir. Avrupa Birliği’ndeki ülkelerin mevcut turizm eğitimi veren kurumları, genelde kurslar ve ortaöğrenim düzeyinde yoğunlaşmaktadır (Boylu, 2004). Turizmde kalitenin artırılmasına yönelik olarak ülkemizde sektöre eleman yetiştiren çeşitli eğitim kurumları mevcut olmakla birlikte, bu eğitim kurumlarında verilen teorik bilginin yanı sıra, uygulamalı dersler ve uygulama balgamında yerine getirilmesi zorunlu olan staj süreci vardır (Pelit ve Güçer, 2006). Diğer bir anlatımla, verilen eğitimin sadece teorik olması yeterli değildir. Verilen eğitimin başarılı olması için uygulamalı eğitime de yer veriliyor olmasına ihtiyaç vardır (Gamble, 1992:10). Türkiye’de meslek liselerinde eğitim alan öğrenciler 2004 yılından itibaren beceri eğitimi almak ve farklı ülkelerdeki uygulamalar hakkında bilgi sahibi olabilmek amacıyla Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları LDV mesleki eğitim programı kapsamında AB ülkelerine gitmektedirler. Öğrenciler yurtdışında kendilerine sunulan imkanlardan yararlanarak bireysel, mesleki, vizyon ve yabancı dil yeterliliklerini arttırmaya çalışmaktadırlar. Bu öğrencilerin önemli bir kısmı dahil olunan programlardan memnun görünmekle birlikte memnuniyet düzeylerinin ve programların faydasının

ölçülmesine ilişkin çalışmalar yapılmamaktadır. Oysaki eğitim programlarının etkinliği hakkında geri dönüşüm almak hem uygulayıcılara hem de katılan öğrencilere önemli avantajlar sağlayacaktır. Bu çalışmada yukarıda belirtilen öneminden dolayı LDV programına katılan öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ve gelişimlerine ilişkin durumları incelenmiştir. Literatürde benzer içerikte bir çalışmaya rastlanılmadığı için elde edilecek bulguların hem literatüre katkı sağlayacağı hem de gelecekte yapılacak çalışmalar için yöntem ve içerik açısından yön verici olacağı düşünülmektedir. Araştırmada öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin onların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği de analiz edilerek örneklemin ne tür özelliklere sahip olması gerektiği konusuna da açıklık getirilecektir.

Mesleki Eğitim

Eğitim; yeni kuşakların, toplum yaşayışında yerlerini almak için hazırlanırken gereken bilgi, beceri ve anlayışlar elde etmelerine ve kişiliklerini geliştirmelerine yardım etmek etkinliğidir (Başaran, 1992, s.16). Mesleki ve teknik eğitim, yıllar boyunca yaşanan değişimlere ve gelişimlere bağlı olarak farklı şekillerde tanımlanmıştır. İlk olarak, iş için, el maharetlerini gerektiren işler için, üretim için eğitim gibi tanımlar yapılmıştır. Zaman içerisinde mesleki eğitim tanımı biraz daha genişletilerek, bireyin tercih ettiği bir mesleki alandaki faaliyetleri etkili bir şekilde yürütebilmesi için gerekli bilgi, beceri ve tavırlarla ilgili kabiliyetlerinin geliştirilmesini amaç edinen eğitim şekli olarak ifade edilmiştir (Alkan vd. 1994, s.11). Ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda yaşanan dönüşümler doğrultusunda farklılaşan mesleki ve teknik eğitimin “birey, meslek ve eğitim süreci” olmak üzere üç ana unsuru bulunmaktadır (Sezgin, 2005, s.5). Bu durumda mesleki eğitimi, bir toplumda bireyin yaşamını devam ettirmesi için zorunlu olan mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve pratik uygulama yeteneklerini kazandırmak suretiyle bireyin kabiliyetlerini fiziksel, zihinsel, duygusal, sosyal, ekonomik ve kişisel yönlerden geliştirme süreci olarak ifade edilebilir. Topluma ve iş dünyasına yönelik bir mesleki eğitim profesyonel düzeydeki meslekler dışında kalan iş dünyasındaki bütün meslekleri kapsamaktadır (Doğan, 1983, s.33).

Mesleki eğitimin sürekli değişen sosyal, ekonomik koşullara ve taleplere uyması beklenmiştir. Aynı zamanda bu, belirli bir meslek alanındaki istihdam ihtiyaçlarına göre hazırlanması düşünülen bir eğitim türü olmuştur. Bu nedenle de süreç içerisinde piyasa ihtiyaçlarına göre güncellenmektedir. Mesleki eğitim, yaparak öğrenme esasına dayanan bir eğitim sistemi olarak da ifade edilmektedir. Mesleki eğitim, belirli yaş grubundaki öğrencilere bazı temel yeterlilikleri kazandırarak belirli bir meslek alanında işe girebilmelerini ve mesleki becerileri geliştirmeyi esas almaktadır. Mesleki ve teknik eğitimin amacı, genel olarak bireyleri sanayi, ticaret ve hizmet sektörlerinde istihdam için nitelikli iş gücü olarak eğitmek ve yetiştirmek, mesleklerinin devamı olan yükseköğretim kurumlarına geçiş için gerekli temel eğitimi vermektir (Eşme, 2007, s.19).

Tablo 1:Türkiye’de Turizm Eğitiminin Genel Görünümü

TURİZM EĞİTİMİ		
ÖRGÜN TURİZM EĞİTİMİ		YAYGIN TURİZM EĞİTİMİ
MEB Bünyesinde	YÖK Bünyesinde	Farklı Kurumlar
• Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri • Çok Programlı Liseler • Tic. Meslek Liseleri • Kız Meslek Liseleri • Özel Meslek Liseleri	• Önlisans • Lisans • Lisansüstü	• MEB (Turem) • Turizm Bakanlığı • İŞKUR • Meslek Kuruluşları • Uzaktan Öğrenim • Sosyal Kuruluşlar • Üniversiteler • Belediyeler • Sendikalar • Özel Eğitim Kurumları • Halk Eğitim Merkezleri • İşletmeler • Diğer...

Kaynak: Ünlüöner ve Boylu (2005a:15)

Nitelikli ve süreç içerisinde yenilenen mesleki eğitim, iş hayatının gelişmesinde de etkin bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Ekonomik ve teknolojik dönüşümler meslek sayısını arttırmanın yanı sıra bazı mesleklerin yok olmasına ve yeni mesleklerin doğmasına sebebiyet vermektedir. Teknolojik değişimler nedeniyle değişen mesleklerle yeni oluşan mesleklerin öngördüğü bilgi, beceri ve yetenekler de değişmektedir. Nitelikli insan gücünde ancak etkin ve kaliteli turizm eğitim ve öğretimiyle sağlanabilmektedir (Ünlüöner, 2000, s.218).

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, evren ve örneklem, araştırma verilerinin toplanması, verilerin analizi ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Araştırmada kullanılan anket formu araştırmacı tarafından mesleki eğitime ilişkin literatürde yer alan çalışmalar incelenerek oluşturulmuştur. Ankette yer alan ifadeler öncelikle bu konuda uzman olan 3 akademisyen tarafından incelenmiştir. Uzmanlardan gelen eleştiri ve önerilere göre anket formunda bazı değişiklikler yapılmıştır.

Anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda, yabancı dil gelişimi, kişisel gelişim, mesleki gelişim ve vizyon gelişimini ölçmeye yönelik 31 ifade yer almaktadır. İkinci kısımda, genel memnuniyet düzeyini ölçmeye yönelik 10 ifade yer almaktadır. Anket formunun üçüncü kısmında ise, katılımcıların demografik özellikleri ile mesleki niteliklerini belirlemeye yönelik 11 soru ve ifade yer almaktadır. İlk iki kısımda yer alan ifadeler 5’li Likert ölçeğiyle değerlendirilmiştir. Ölçekte; Hiç Katılmıyorum (1), Az

Katılıyorum (2), Orta Düzeyde Katılıyorum (3), Çok Katılıyorum (4), Tamamen Katılıyorum (5) puanlarını temsil etmektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evreni, Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları, Hayat Boyu Öğrenme programı kapsamında yer alan Leonardo da Vinci Mesleki Eğitim Programına 2006, 2007, 2008 ve 2009 yıllarında katılan 43 ildeki Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinden proje yararlanıcısı olarak katılan 652 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırma verileri Ulusal Ajans web sayfasında yayınlanan proje sonuçları kaynak alınarak toplanmıştır. Proje katılımcıları olarak sadece Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri tarafından uygulanan öğrenci yerleştirme projeleri kullanılmıştır.

Veriler anket tekniği ile Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinin eğitim ve öğretime açıldığı Ekim ayının ilk haftasından itibaren 2008/2009 ve 2009/2010 eğitim ve öğretim yılları içinde yapılmıştır.

Araştırma Verilerin Toplanması

Araştırma verileri toplanmadan önce Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı (Ulusal Ajans), Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü'nden tüm proje yararlanıcısı okulların bilgileri alınmıştır. Daha sonra araştırma kapsamında bulunan 43 ildeki Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'ndeki proje koordinatörü ile iletişime geçilerek proje yararlanıcısı öğrencilerin durumları hakkında bilgi toplanmıştır. Araştırmanın bu okullarda yapılabilmesi için gerekli yasal izin de alınarak, araştırmaya katılmayı kabul eden okullara veri toplama aracı olan anket çoğaltılarak 2008 yılı Ekim ayından itibaren posta ve e-mail yoluyla gönderilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrenciler arasında mezun durumda bulunanlara ulaşılabilmek için anket formu "googledocuments" programı ile hazırlanarak bu kişilere internet ortamında ulaştırılmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda 43 Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesine toplam 652 anket formu gönderilmiştir. Bu anket formlarından 369 tanesi geri dönmüştür. Bu rakama göre, anketlerin geriye dönüş oranı % 56.5 olarak gerçekleşmiştir. Geri dönen anket formlarından 21 tanesi güvenilir olmadığı ve eksik doldurulduğu için değerlendirilmeye alınmamıştır. Araştırmada toplam 348 anket kullanılmıştır.

Anket formu hazırlandıktan sonra, anket formunu ve ankette yer alan ifadelerin anlaşılabilirliğini ve Öğrencilerin Beceri Eğitimine yönelik ifadeleri doğru algılayıp algılamadığını test edebilmek amacıyla ön (pilot) uygulama yapılmıştır. Ön uygulama aşamasında veriler, Fethiye Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nden LDV projelerine katılmış 44 öğrenciye uygulanmıştır. Öncelikle anket formları doldurtulmuş ve daha sonra öğrencilerin anketteki ifadelerle ilgili görüşleri alınmıştır. Bu aşamada, anketi yanıtlayanlardan gelen önerilere göre dört ifadenin tarzında değişiklik yapılmıştır. Araştırma verileri toplandıktan sonra öncelikle anket formunun güvenilirliğini belirleyebilmek için veriler güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucu

uygulan anketin güvenilirlik (Cronbach's Alpha) değeri 0,94 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, araştırma verilerinin istatistiki analizler için oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırma Verilerinin Analizi

Çalışmada, beceri eğitimi kapsamında LDV mesleki eğitim programına katılarak AB ülkelerinde beceri eğitimi yapmış olan öğrencilerin mesleki gelişimlerdeki bulgular için frekans çizelgesi yapılmıştır. Mesleki gelişimlerini ölçmek amacıyla yöneltilen 41 ifadeye ilişkin görüşler ise faktör analizine tabi tutulmuştur. Genel memnuniyet ve gelişim değişkenlerinin cinsiyete, yaşa, öğrenim görülen bölüme, gidilen ülkeye, staj yapılan bölüme göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Yabancı dil seviyesinin programdan önceki ve sonraki durumunun farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla *t*-testi yapılmıştır.

Bu çerçevede aşağıda yer alan hipotezler test edilmiştir:

H1: Genel memnuniyet ile gelişim değişkenleri arasında ilişki vardır.

H2: Gelişim değişkenleri ve genel memnuniyet cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H3: Gelişim değişkenleri ve genel memnuniyet çalışılan işletme türüne göre farklılık göstermektedir.

H4: Yabancı dil seviyesi LDV programından önce ve sonra anlamlı farklılık göstermektedir.

BULGU VE YORUMLAR

Örneklemin Demografik ve Mesleki Özellikleri

Araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, öğrenim gördükleri bölüm, proje kapsamında gidilen ülkeler, proje kapsamında yurtdışında kalınan süreler, yurt dışında bulunulan yıl, beceri eğitimi yapılan işletme türü, işletmede staj yapılan bölüm, gibi sorulara ilişkin bilgiler frekans dağılımı yapılarak Tablo 2’de aktarılmıştır.

Tablo 2: Anketi Cevaplayana İlişkin Bulgular

Cinsiyet	N	%	2008	161	47
Erkek	255	75	2009	103	29
Kadın	87	25	Proje kapsamında Beceri Eğitimi aldığınız işletme türü?	N	%
Yaş			Konaklama İşletmesi	90	26
13-14 arası	2	1	Havayolu-Seyahat İşletmesi	44	13
15-16 arası	67	19	Yiyecek İçecek işletmesi	182	52
17-18 arası	190	55	Diğer	32	9
19-20 arası	67	19	Yurtdışında staj yaptığınız işletmede hangi departmanda çalıştınız?		
21 ve üstü	22	6	Önbüro	27	8
Öğrenim Gördüğünüz Bölüm			Servis ve Bar	235	68
Konaklama Hizmetleri	117	34	Mutfak	41	11
Seyahat Hizmetleri	62	18	Kat Hizmetleri	3	1
Yiyecek İçecek Hizmetleri	166	47	Havayolu/Seyahat Acentası	38	10

Diğer	3	1	Muhasebe	2	1
Proje Kapsamında Gidilen Ülkeler			Diğer	3	1
Almanya	96	27	Leonardo da Vinci programına hangi amaçla katıldınız?*		
İspanya	74	21	Mesleki bilgimi arttırmak	241	72
İtalya	36	10	Yabancı dilimi geliştirmek	285	85
Polonya	26	8	Bireysel gelişimimi sağlamak	150	45
Bulgaristan	24	7	Vizyonumu geliştirmek	146	43
İngiltere	22	6	Diğer	18	5
Hollanda	16	4	Bu deneyimden sonra dil becerilerinizi ne yönde geliştirdiniz?*		
Slovenya	10	3	Okuma	78	23
Portekiz	8	3	Dinleme	162	48
Fransa	8	3	Yazma	81	24
Avusturya	8	3	Konuşma	285	84
Çek Cumhuriyeti	4	1	Dilbilgisi	73	22
İsveç	4	1	Telaffuz	190	56
Estonya	4	1	Kelime bilgisi	136	40
Finlandiya	4	1	LDV programından önceki yabancı dil seviyenizi işaretleyiniz.		
Macaristan	4	1	1. seviye	10	3
Proje Kapsamında Yurtdışında Kalınan Süre			2. seviye	49	15
1-2 hafta	44	12	3. seviye	124	38
3-4 hafta	241	69	4. seviye	144	44
5-6 hafta	3	1	5. seviye	2	1
7-8 hafta	22	6	LDV programından sonraki yabancı dil seviyenizi işaretleyiniz.		
9-10 hafta	28	8	1. seviye	4	1
11 hafta üzeri	10	3	2. seviye	4	1
Proje kapsamında yurtdışında bulunulan yıllar			3. seviye	35	11
2006	49	14	4. seviye	129	39
2007	35	10	5.seviye	156	48

*Leonardo da Vinci programına hangi amaçla katıldınız ve bu deneyimden sonra dil becerilerinizi ne yönde geliştirdiniz sorularına katılımcılar birden çok seçeneği işaretleyebildikleri için oranlar % 100'den fazla çıkmıştır.

Öğrencilerin işletmelerde % 8'i önbüro, % 68'i servis ve bar, % 11'i mutfak, % 1'i kat hizmetleri, % 10'u havayolu-seyahat acentası, % 1'i muhasebe ve geriye kalan % 1'i ise diğer departmanlarında staj yaptıkları görülmektedir.

Öğrencilerin % 72'i mesleki bilgilerini arttırmak, % 85'i yabancı dilini geliştirmek için, % 45'i bireysel gelişimini sağlamak, % 43'ü vizyonunu geliştirmek ve % 5'i diğer sebeplerden dolayı Leonardo da Vinci programına katıldıklarını beyan etmişlerdir. Katılımcıların % 23'ü okuma, % 48'i dinleme, % 24'ü yazma, % 84'ü konuşma, % 22'si

dilbilgisi, % 56'sı telaffuz ve % 40'ı kelime bilgisi açısından dil becerilerini geliştirdiklerini belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılanların LDV programına katılmadan önceki yabancı dil seviyeleri sorulduğunda % 3'ü 1.seviye, % 15'i 2.seviye, % 38'i 3.seviye, % 44'ü 4.seviye ve % 1'i 5.seviye yabancı dil seviyesinde olduklarını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılanların LDV programına katıldıktan sonraki yabancı dil seviyeleri sorulduğunda ise % 1'i 1.seviye, % 1'i 2.seviye, % 11'i 3.seviye, % 39'u 4.seviye ve % 48'i 5.seviyede olduklarını belirtmişlerdir.

Gelişim Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Gelişim değişkenlerine ilişkin ifadeleri sınıflandırmak ve tanımlamak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucu KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) testi sonucu 0,914 olarak hesaplanmıştır. Bu oran, örneklem büyüklüğünün bu tür bir analiz için yeterli olduğunu göstermektedir. Gelişim değişkenlerine ilişkin faktörler belirlenirken öz değeri 1'den büyük olanlar değerlendirmeye alınmıştır. Ayrıca, değişkenlerden faktör yükleri 0,40'ın altında olanlar değerlendirme dışında tutulmuştur.

Tablo 3: Gelişim Değişkenlerine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yüğü	Öz Değerler	Varyansın Açıklanma Oranı	Cronbach's Alfa
Faktör 1 – Kişisel Gelişim		10,032	% 41,965	0,94
Kendime güvenim arttı	,759			
Özgüven kazandım	,811			
İletişim becerilerimi geliştirdim	,663			
Kişisel gücümün farkına vardım	,794			
Bireysel kararlar ve sorumluluklar alabilecek duruma geldim	,743			
Sosyal ortamlara daha çok girmeye başladım	,761			
Yeteneklerimi ve becerilerimi daha iyi kullanabildim	,839			
Yaşam standartımı yükseltmeye başladım	,758			
Beceri ve yeteneklerimi geliştirdim	,552			
Faktör 2 – Mesleki Gelişim		3,184	% 12,345	0,88
İş yaşamının çalışma koşulları hakkında bilgi sahibi oldum	,510			
Mesleğimle ilgili yeni araç ve gereçlerin kullanımı öğrendim	,555			
Okulda öğrendiğim alanımla ilgili bilgileri pekiştirdim	,773			
Okulda aldığım teorik bilgiler ile işletmedeki uygulamanın, birbirinin devamı niteliğinde olduğunu anladım	,719			
Derslerde öğrendiğim bilgileri uygulama imkânım oldu	,885			
Okulda aldığım mesleki eğitimin iş dünyası ihtiyaçlarına cevap verebilecek düzeyde olduğunu anladım	,710			

Faktör 3 – Vizyon Gelişimi		1,436	% 4,558	0,80
Gelecekteki eğitim planlarımı netleştirmemi sağladı	,658			
Gelecekte iş bulmama katkı sağlayacağını düşünüyorum	,655			
Kariyer basamakları hakkında bilgi sahibi olmamı sağladı	,483			
Mezuniyet sonrası çalışacağım alan hakkında bilgilenmemi sağladı	,587			
Faktör 4 – Yabancı Dil Gelişimi		1,178	% 3,630	0,85
Gelecekteki eğitim planlarımı netleştirmemi sağladı	,547			
Gelecekte iş bulmama katkı sağlayacağını düşünüyorum	,571			
Kariyer basamakları hakkında bilgi sahibi olmamı sağladı	,724			
Mezuniyet sonrası çalışacağım alan hakkında bilgilenmemi sağladı	,729			

Genel Memnuniyete İlişkin Bulgular

Öğrencilerin LDV programlarından genel memnuniyet düzeylerini belirleyebilmek amacıyla yöneltilen ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4. Öğrencilerin LDV Programlarından Genel Memnuniyet Düzeyleri

	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Alfa (α)
Genel Memnuniyet				0,92
Çalışma saatleri uygundu	348	4,1352	0,8268	
Çalıştığım işletmeden memnundum	348	4,0552	0,8969	
Sosyal ve kültürel aktiviteler yeterliydi	348	3,7601	1,1383	
Ulaşım-sigorta-rehberlik faaliyetleri yeterliydi	348	3,8034	1,1352	
Konaklama imkânları yeterliydi	348	4,0347	0,9455	
Yeme-İçme imkânları yeterliydi	348	3,8208	1,0424	
LDV programı hakkında yerleştirme öncesi yeterli bilgi verildi	348	3,9532	0,9016	
LDV programı tarafından sağlanan mali katkı yeterliydi	348	3,5333	1,2363	
LDV programına katıldığım için memnunum ve yine katılıyorum	348	4,3469	0,7941	
LDV programına başkalarının katılmasını tavsiye ederim	348	4,3924	0,7750	

Genel memnuniyete ilişkin on ifadenin güvenirlik katsayısı (Cronbach’s Alfa) 0,92 olarak hesaplanmıştır. Programa katılanların genel memnuniyet düzeylerinin 3 ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca programa katılanlar, tekrar aynı bir programa katılmaya (4,35) ve programı başkalarına tavsiye etmeye (4,38) yatkındırlar.

Korelasyon Analizi Sonuçları

Genel memnuniyet ile gelişim değişkenleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek için korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 5’de sunulmuştur. Korelasyon analizi sonucuna göre gelişim değişkenleri ile genel memnuniyet arasında 0,01 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Genel memnuniyet ile gelişim değişkenleri arasındaki ilişki

		Genel Memnuniyet	Kişisel Gelişim	Mesleki Gelişim	Vizyon Gelişimi	Yabancı Dil Gelişimi
Genel Memnuniyet	PearsonCorrelation	1				
	Sig. (2-uçlu)	,				
Kişisel Gelişim	PearsonCorrelation	,429**	1			
	Sig. (2-uçlu)	,000	,			
Mesleki Gelişim	PearsonCorrelation	,248**	,370**	1		
	Sig. (2-uçlu)	,000	,000	,		
Vizyon Gelişimi	PearsonCorrelation	,244**	,470**	,540**	1	
	Sig. (2-uçlu)	,000	,000	,000	,	
Yab. Dil Gelişimi	PearsonCorrelation	,168**	,672**	,362**	,497**	1
	Sig. (2-uçlu)	,002	,000	,000	,000	,

** 0.01 anlamlılık düzeyinde (2-uçlu).

Tablo 5’deki bulgular incelenince kişisel gelişim ile genel memnuniyet arasındaki ilişki katsayısının (0,429) diğer değişkenlerle olan ilişkilere göre daha yüksek düzeyde olduğu dikkati çekmektedir. Sonuç olarak, H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Farksızlık Analizine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu aşamasında araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla t-testi yapılmıştır. Bu çerçevede genel memnuniyetin ve gelişim değişkenlerinin cinsiyet, çalışılan işletme türü ve çalışılan departmana göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla aşağıdaki analizler yapılmış ve sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 6: Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları Tablosu

	Cinsiyet	n	A.O.	S.S.	t	p
Yabancı Dil Gelişimi	Erkek	252	4,2011	,53670	3,088	
	Kadın	93	4,2715	1,06300	2,522	,002
Kişisel Gelişim	Erkek	252	4,1940	,54911	-2,456	
	Kadın	93	3,9439	,87703	-2,273	,015
Mesleki Gelişim	Erkek	252	4,0974	,55217	-5,151	
	Kadın	93	4,1726	,54173	-5,137	,000
Vizyon Gelişimi	Erkek	252	4,2183	,54020	-,869	
	Kadın	93	4,6066	,47814	-,869	,386
Genel Memnuniyet	Erkek	252	4,0659	,70445	3,683	
	Kadın	93	3,7525	,86155	3,400	,000

T-testi sonuçlarına göre genel memnuniyet ve kişisel gelişim değişkenlerinden olan memnuniyet cinsiyet değişkenine göre vizyon gelişimi haricinde farklılık göstermektedir. Vizyon gelişimi konusundaki yeterlilik cinsiyete göre herhangi bir farklılık

göstermemektedir. Sonuç olarak, vizyon gelişimi değişkeni dışında H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7:Beceri Eğitimi Alınan İşletme Türüne Göre ANOVA Sonuçları Tablosu

	Staj Yapılan İşletme	n	A.O.	S.S.	F	p
Yabancı Dil Gelişimi	Konaklama İşletmesi	82	4,3963	,39077	7,128	,000
	Havayolu-Seyahat İşletmesi	44	4,0398	,57045		
	Yiyecek İçecek İşletmesi	182	4,1136	,67570		
	Diğer	37	4,5676	1,25920		
Kişisel Gelişim	Konaklama İşletmesi	82	4,3613	,43168	9,966	,000
	Havayolu-Seyahat İşletmesi	44	3,8778	,42066		
	Yiyecek İçecek İşletmesi	182	4,1644	,70389		
	Diğer	37	3,7162	,82635		
Mesleki Gelişim	Konaklama İşletmesi	82	4,3829	,39180	38,529	,000
	Havayolu-Seyahat İşletmesi	44	4,0606	,36932		
	Yiyecek İçecek İşletmesi	182	3,9403	,59575		
	Diğer	37	4,4703	,37776		
Vizyon Gelişimi	Konaklama İşletmesi	82	4,3598	,45150	26,285	,000
	Havayolu-Seyahat İşletmesi	44	3,8920	,43267		
	Yiyecek İçecek İşletmesi	182	4,2949	,55620		
	Diğer	37	4,8919	,31480		
Genel Memnuniyet	Konaklama İşletmesi	82	3,9378	,72973	33,864	,000
	Havayolu-Seyahat İşletmesi	44	3,8136	,73250		
	Yiyecek İçecek İşletmesi	182	4,2438	,66679		
	Diğer	37	2,9865	,25184		

Genel memnuniyetin ve gelişim değişkenlerinin çalışılan işletme türüne göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır. Test sonucuna göre genel memnuniyet ve gelişim değişkenlerinin çalışılan işletme türüne göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Sonuç olarak, H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. LDV Programından Öncesi ve Sonrası Yabancı Dil Seviyesi Tablosu

	Öncesi yabancı dil	Sonrası yabancı dil	sd	t	p
N	345	345			
Aritmetik Ortalama	3,2232	4,2899	,03721	-28,743	,000
Median	3,0000	4,0000			
Mode	4,00	5,00			
Standart Sapma	,81379	,81379			
Variance	,66225	,63667			

Eşli t-Testi

Öğrencilerin programa katılmadan önce ve sonra yabancı dil gelişimlerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Eşli t-Testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin programa katılmadan önceki yabancı dil düzeyleri ile programa katıldıktan sonraki yabancı düzeyleri arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin programa katıldıktan sonra yabancı dil düzeylerinde anlam ifade eder şekilde

ve olumlu yönde farklılık oluşmuştur. Bu sonucu frekans analizi sonuçları da destekler niteliktedir. Bu anlamda H4 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın bu aşamasında öncelikle araştırmadan elde edilen sonuçlar aktarılmıştır. Daha sonra ulaşılan sonuçlara göre, hem araştırmacılara hem de uygulayıcılara ilişkin önerilere yer verilmiştir.

Turizm eğitiminde kalitenin ve verimliliğin artırılabilmesi için okulda verilen teorik eğitim ile işletmelerde sağlanan beceri eğitiminin bir bütünlük arz etmesi gerekmektedir. İşletmelerde beceri eğitimine gönderilen öğrencilerin eğitim görevlileri tarafından daha etkin denetlenmesi, gerekli rehberlik hizmetinin öğrenciye her zaman verilmesi, gerekli tutum ve mesleki tecrübeleri kazanabilmeleri için sektör ve okul iletişiminin çok iyi planlaması gerekmektedir. İşletme yetkililerince öğrencilere ucuz işgücü olarak değil de işletmelere okulda aldıkları dersin bir devamı olarak beceri eğitimine gelen geleceğin nitelikli personeli olarak görülmesi gerekmektedir.

Hayat boyu öğrenme programının bir alt faaliyeti olan Leonardo da Vinci programı; ülkeler arası işbirliğinin kullanılarak mesleki eğitim sistemleri ile uygulamalarında kalitenin geliştirilmesini, yeniliklerin teşvik edilmesini ve Avrupa boyutunun yükseltilmesini amaç edinen AB'ye üye ve aday ülkelerin mesleki eğitimine yönelik politikalarını desteklemek ve geliştirmek için yürütülen bir programdır.

Bu çalışmada, beceri eğitimi kapsamında LDV mesleki eğitim programına katılarak yurt dışına giden öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ve gelişim düzeyleri incelenmiştir. Öğrenciler yurtdışında kendilerine sunulan imkanlardan yararlanarak kişisel, mesleki, vizyon ve yabancı dil yeterliliklerini arttırmaya çalışmaktadırlar. Araştırmada öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin onların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği de analiz edilerek örneklemin ne tür özelliklere sahip olması gerektiği konularına da açıklık getirilmiştir.

Araştırma sonucunda öğrenciler kendilerine sunulan maddi imkânları yetersiz olarak belirtmişlerdir. Bu imkânın geliştirilmesi öğrencilerin sosyal, kültürel aktiviteleri gibi olanaklarını da yükseltecektir. Bu sayede LDV programlarının temel amaçlarından birisi olan kültürel gelişimi sağlama fonksiyonu da yerine getirilmiş olacaktır.

Öğrencilerin genel memnuniyet ile gelişim değişkenleri arasındaki ilişki incelenince genel olarak yüksek düzeyde anlamlı ilişki olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle yabancı dil gelişimi, vizyon gelişimi, kişisel gelişim ve genel memnuniyet arasındaki ilişki sıkı sıkıya bağlantılıdır. Öğrencilerin mesleki gelişimleri ile genel memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki olmaması öğrencilerin benzer mesleki bilgileri Türkiye'deki eğitimleri sırasında almış olmaları da gösterilebilir.

Katılımcıların LDV programlarından önceki ve sonraki yabancı dil gelişim düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Katılımcıların yabancı dil düzeyleri LDV programlarından sonra ciddi düzeyde artış göstermiştir. Buna göre bu programların öğrencilerin yabancı dil gelişimlerine çok faydalı olduğu söylenebilir.

Gelecekte bu konuda çalışma yapacak akademisyenlere benzer ölçümü daha homojen bir grup üzerine yapmaları önerilebilir. Bu şekilde demografik özelliklere dayalı algılama farklılıklarının da kısmen önüne geçilir. Yapılacak çalışmalarda verilerin aynı özellik taşıyan öğrencilerden toplanması da önerilebilir. Böylece eğitime devam farklı özellik taşıyan öğrencilerin benzer olmamasından kaynaklanan algılama farklılıkları da belli oranda azaltılabilecektir.

Sonuç olarak, Leonardo da Vinci projeleri kapsamında yurtdışı beceri eğitimine katılan öğrencilerin beceri eğitimlerine ilişkin beklentileri ve memnuniyetleri araştırma konusu olmamıştır. Bu doktora tez çalışması ile Leonardo da Vinci programlarına katılan öğrencilerin demografik-mesleki özelliklerinden, eğitim programlarından beklenti ve memnuniyetlerine kadar birçok konuda bilgi sahibi olunmuştur. Ayrıca, araştırmanın yürütülmesi esnasında karşılaşılan birçok durum hakkında bilgi verilmiştir. Bu nedenle, bu çalışmadan elde edilen bulgular gerek bundan sonra araştırma yapmak isteyen akademisyenler, gerekse araştırma sonuçlarını kullanarak planlama yapmak isteyen eğitim yöneticileri için yol gösterici olacaktır. Araştırma verilerinin tam sayım örneklem yaparak toplanmış olması ve programa katılan öğrencilerinin yarından fazlasına ulaşılması genelleme yapmak açısından kolaylık sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Alemdar, T. (1992). Turizm Eğitiminde Stajlar Konusunda Bir Model, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 357-360
- Alkan, C. Doğan, H. ve Sezgin, İ. (1994). *Mesleki ve Teknik Eğitimin Esasları*, Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi Basımevi, Ankara.
- Başaran, İ.E. (1992). *Eğitime Giriş*, Ankara.
- Boylu, Y. (2004). *Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Okul Amacına Yönelik Beklentilerinin Değerlendirilmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara
- Buluç, G. (1992). Turizm ve Otel işletmeciliği Eğitiminde Stajın Önemi, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 365-368
- Çapar, B. (2002). Turizm Sektörü-Turizm Eğitim Kurumları işbirliği, Staj Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 415-426.

- Çetin, Ş. (2005). *Öğrenci Stajlarında Yararlanılan Dersler Üzerine Ampirik Bir Arastırma: Mersin Turizm işletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği*. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:16, Sayı: 2:154-169
- Doğan H. (1983). *Mesleki ve Teknik Eğitimin Temel İlkeleri ve Gelişmesi*, Mesleki ve Teknik Eğitim Sempozyumu, 28–29 Nisan, der: Mehmet Külahçı, A.Ü Eğitim Bilimleri Fakültesi, Ankara.
- Eşme, İ. (2007). *Mesleki ve Teknik Eğitimin Bugünkü Durumu ve Sorunlar*, YÖK Uluslararası Mesleki ve Teknik Eğitim Konferansı, Ankara.
- European Commission (2014). *Erasmus + Leonardo da Vinci Programme*. [URL: http://ec.europa.eu/education/tools/llp_en.htm] (Erişim 15 Eylül 2014).
- Gamble, P. (1992). *The Educational Challenge for Hospitality and Tourism Studies*. *Tourism Management*, 1992, 6-10.
- Gökdeniz, A., Hüseyin Ç. ve Barış E. (2002). Okul Sektör işbirliği Çerçevesinde Stajdan Beklentiler, Sorunlar ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Uygulama, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 343-359.
- Güçer, E. (2004). *Türkiye'deki Turizm Eğitimi ile Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerdeki Turizm Eğitiminin Karşılaştırılması ve Sektörün Turizm Eğitiminden Beklentileri*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Gürdal, M. (2002). Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin Yapısal Analizi, Okullaşma-Eğitiminin Kalitesi-Staj-istihdam Sorunları ve Çözüm Önerileri, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 391-400.
- İlgaz, S. ve Mehmet Ç. (2002). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin staj Problemleri: Başkent Üniversitesi İİBF Turizm işletmeciliği Bölümü Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 385- 391.
- Kozak M. A. ve İsmail K. (2001). *Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2001, 9-16.
- Kozak, N. (1992). Türkiye’de Üniversite Düzeyi Mesleki Turizm Eğitime Yönelik Programların Sorunları ve Bazı Öneriler, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara.
- Kozak, N. (2005). Staj Dosyası (I): Öğrencilerin Yaşadıkları Sorunlar; Staj Dosyası (II): Sektörün ve Turizm Programlarının Görüşleri; Staj Dosyası (III): Turizm Sektöründe Staj Üzerine Bazı Görüşler: <http://www.turizm gazetesi.com/articles /article.aspx?id=25083> (Erişim. 19.09.2014)
- Küçüktopuzlu, K. F. (2002). Turizm Eğitimi Veren Yüksekokulların Staj Programlarında Eşgüdümün Sağlanması ve Çözüm Önerileri, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 335-342.
- Ömerzi, A. ve Mehmet A. A. (1992). Akdeniz Üniversitesi Antalya Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otelcilik Programı Öğrencilerinin Ağırlama Sektöründe Yaptığı Uygulama ve Stajlar. *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara, 369-376.

- Özkan, E. (1992). Yüksekokul Düzeyindeki Turizm eğitim Kurumlarında Öğrenci Staj ve Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara,357-360.
- Pelit E. ve Evren G. (2006). Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* Yıl: 2006 Sayı: 1, Ankara.
- Sezgin İ. (2005, Temmuz). Meslek Dersleri Öğretmen Yeterlilikleri, *MTEM Bülteni*, Sayı:3, s.5-6.
- Ulusal Ajans (2014). Erasmus + Programı: Genel Yapı. [URL: <http://www.ua.gov.tr/programlar/erasmus-programi>], (Erişim 15 Eylül 2014).
- Ünlüöner K. (2000). Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Değerlendirilmesi, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (3), 218-238.
- Ünlüöner K. ve Boylu Y. (2005).Anadolu Otelcilik Ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarındaki Değişimin Karşılaştırılması (2000-2001 ve 2003-2004 Öğretim Yılları), *Milli Eğitim Dergisi*, Bahar 2005 Yayın Yıl:133, Sayı. 166.
- Yazıcı, S. (2002). Turizm Eğitim Bilinci ve Uygulama Dersi: Staj. *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara.
- Yıldırım, A. (2002). Turizm Sektörü-Turizm Eğitim Kurumları işbirliği, Staj Sorunları ve Çözüm Önerileri: Kocaeli Üniversitesi Derbent MYO'lunda Yürütülen Bir Proje, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara,369-384.
- Yüksel, A., Murat H. ve Naci A. (2002). Turizm ve Konaklama Sektöründe Stajyer Yönetici Adayları: Sektöre Yönelik Beklentiler ve Sektör Performansı, *Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop 9-11 Aralık*. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını. Ankara,533-544.

OTEL İNTERNET SİTELERİNDE ENGELLİ BİREYLERİN İHTİYAÇLARINA YÖNELİK BİLGİLERİN VARLIĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Orhan Can YILMAZDOĞAN

*Arş. Gör., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
cyilmazdogan@ogu.edu.tr*

Saadet Pınar TEMİZKAN

*Yrd. Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
pinartemizkan@hotmail.com*

ÖZET

Engelli bireylerin tüm faaliyetlerden eşit bir şekilde yararlanabilmeleri ve bu faaliyetlere katılabilmeleri çağdaş toplum olabilmenin önemli bir gerekliliğidir. Bu bakımdan turizm faaliyetlerine katılım gereksinimi ve hakkı açısından, engelli bireyler diğer bireylerden farklıdır. Engelli bireylerin eylemlerini sınırlayan kısıtlarının haricinde toplumun organize oluş şekline kaynaklanan çeşitli bariyerler de engelli bireylere ilave sorunlar oluşturabilmektedir. Özellikle bilgi arama sürecinin elektronik kaynaklardan yoğun şekilde beslendiği teknoloji devrinde, elektronik kaynaklarda paylaşılan bilgilerin engelli bireylerin ihtiyaçları gözetilerek oluşturulmaması söz konusu bireyler için elektronik engeller doğurmaktadır. Bu bakımdan çalışmanın amacı; Türkiye’de en çok turist ağırlayan ilk üç il; Antalya, İstanbul ve Muğla’daki 4 ve 5 yıldızlı otellerin resmi internet sitelerinde engelli potansiyel turistlerin ihtiyaçlarına ve beklentilerine yönelik bilgilere ne düzeyde yer verildiğini araştırmaktır. Araştırma sonuçlarında üç ilde de 4 ve 5 yıldızlı otellerin internet sitelerinde engelli bireylerin bilgi edinme ihtiyacına yönelik son derece sınırlı paylaşım yapıldığı ve yasal bir zorunluluk olarak otellerde engelli odası bulunsan bile bu bilgiye elektronik ortamda yeterli düzeyde yer verilmediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Engelli, Engelsiz Turizm, İnternet, Bilgi Arama İhtiyacı.*

GİRİŞ

Engelli kavramı birçok karışıklığı beraberinde getiren ve engelin nasıl görüldüğüne dayalı olarak farklı şekilde kullanılan ve yorumlanan bir kavramdır. Tanımlamalar, engelliliği bir çeşit biyolojik bozukluk olarak gören medikal yaklaşımdan; engeli, bireyin kişisel problemi olmaktan öte toplumun organize oluş şekline kaynaklandığını vurgulayan sosyal yaklaşıma çeşitlilik göstermektedir (Drews, W., 2008, s. 164). Engelli bireylere olan yaklaşım gün geçtikçe olumluya doğru eğilim gösterse de, engelli bireylerin ihtiyaçları ve beklentilerinin anlaşılması ve karşılanması noktasındaki çabalar yetersiz kalabilmektedir. Özellikle tüm bireylerin haklarının gözetildiği çağdaş toplumun ortaya çıkabilmesinde, engelli bireylerin yaşamın tüm kesimlerine uyumlarının sağlanması çok önemli bir gerekliliktir (Artar ve Karabacakoglu, 2003).

Engelli bireylerin uyum sıkıntısı yaşayabildiği alanlardan biri de turizmdir. Engelli bireylerin de diğer insanlar gibi gezmeye, tatil yapmaya ve farklı yerler görmeye ihtiyaçları vardır. Ancak engelli bireyler seyahat kararı verirken diğer bireylere göre daha fazla bilgiye ihtiyaç duyabilmektedir. Konaklama tesislerinde, engelli bireylerin özellikle kendi

engel türlerine göre düzenlemelerin bulunup bulunmadığı, beklenti ve ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmayacağı bilgisi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, turistik faaliyetler ve olanaklar hakkındaki bilginin kısıtlı oluşu veya diğer bir ifadeyle doğru ve güvenilir bilgiye erişememe durumu, seyahat tercihini etkileyebilmekte ya da seyahat yapma isteğini azaltabilmektedir(Darcy, 2003, s. 78). Bu bakımdan engelli bireylere güvenilebilir ve doğru bilginin sağlanması son derece önemlidir.

Günümüzde, internet bilgiye ulaşmak için en önemli araç haline gelmiştir. İnternet kullanıcısı bulunduğu yerden ihtiyaç duyduğu herhangi bir bilgiye kolayca ulaşabilmektedir (Ergün, vd. 2008, s. 288). Ancak elektronik ortamların da fiziksel ortamlar gibi engelli bireyleri gözetilerek düzenlenmeyişi, engelli bireyler için sıkıntılar yaratabilmektedir. Hatta konaklama işletmeleri fiziksel çevre düzenlemelerini engelli bireylere yönelik yapmış olsalar dahi, bunu bilgi edinmede en sık kullanılan elektronik ortamlarda yeterli şekilde duyurmamışlarında, katlanılan çabalar sonuçsuz kalabilmektedir. Bu bakımdan çalışmada, Antalya, İstanbul ve Muğla şehirlerindeki otellerin resmi internet sitelerinde engelli bireylerin faydalanmasına yönelik bilginin yer alıp almadığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

MEDİKAL VE SOSYAL BOYUT AÇISINDAN ENGELLİLİK KAVRAMI

Engellilik kavramına yönelik birçok farklı tanımlama bulunmakta ve farklı tanımlamalar ile bazı zamanlar birbirinin yerine, bazı zamanlarda ise farklı anlamlarda kullanılan benzer sözcükler, engelliliğe yönelik kesin sınırların çizilmesini ve kapsamın belirlenmesini zorlaştırmaktadır. Bu karışıklıklardan dolayı engellilere yönelik geliştirilecek yasaların ve hizmetlerin kapsamı da belirsizleşmekte uygulamada pek çok sorun ortaya çıkabilmektedir (Arıcı, 2010, s. 13-14).

Kavramlardaki belirsizlikler, bu belirsizliklerin azaltılmasına yönelik çabaları doğurmuştur. Kavramların arasındaki farklılıkları vurgulamak için Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 29. Dünya Sağlık Toplantısı sonrası 1980 yılında bir çalışma yayınlamış ve bu çalışmada engellilikle ilgili temel kavramlar üç başlık altında incelenmiştir (WHO, 1980):

- **Özürlülük (*Impairment*):** Özürlülük; psikolojik, fizyolojik ya da anatomik yapıdaki ya da fonksiyonlardaki eksiklik ya da anormallik durumunu ifade eder (WHO, 1980, s. 47).
- **Engellilik (*Disability*):** Engellilik, gerçekleştirilmesi normal sayılan bir faaliyeti uygulayabilmede kısıtlılık ya da eksiklik durumunu ifade eder ve sahip olunan özrün bir sonucu olarak ortaya çıkar. (WHO, 1980, s. 143).
- **Sakatlık (*Handicap*):** Sakatlık, yetersizliğin ya da özürlülüğün bir sonucu olarak söz konusu bireyin (yaşa, cinsiyete, sosyal ve kültürel faktörlere bağlı olarak)normal kabul edilen bir görevi yerine getirmesini kısıtlayan ya da engelleyen dezavantaj durumudur. (WHO, 1980, s. 183).

Dünya Sağlık Örgütü'nün 1980 yıllarında yapmış olduğu bu sınıflandırma engelliliği medikal model temelinde değerlendiren bir sınıflamadır. Medikal model engelliliğe sosyal

yönlerdeki problemleri göz ardı ederek bakar ve daha çok fiziksel sağlık problemleri üzerine odaklanır (Darcy ve Buhalis, 2011, s. 24-25). Dünya Sağlık Örgütü'nün 1980 yılındaki engellilik sınıflandırmaları aslında engellilikle ilgili belirli sınırların çizilmesi ve engelliğin kapsamının belirlenebilmesi için başlangıç noktası olmuştur. Ancak, 1980'de Dünya Sağlık Örgütü'nün yapmış olduğu nitelendirme engelliliği bireysel bir problem olarak ele almakta ve daha çok fiziksel sağlık problemleri üzerine odaklanmaktadır.

Medikal modelde odaklanıldığı üzere sağlıklı olma durumu yalnızca fiziksel sağlığı değil, ayrıca duygusal rahatlığı, sosyal uyumayı da içeren çok yönlü bir olgudur (Stokols, 2000, s. 136). Bu açıdan daha çok fiziksel sağlık problemlerine odaklanan medikal modelin aksine sosyal model engelliliği; engelli bireylerin sosyal faaliyetlere katılımını sınırlayan, onları ötekileştiren, bunaltan, sosyal olarak kurgulanmış kısıtlayıcı çevre faktörleri ve bir takım düşmanca davranışların ürünü olarak yorumlar (Darcy ve Buhalis, 2011, s. 27). Sosyal model bireyin özrünü inkâr etmez ancak engelliğin; başlıca sosyal aktivitelere katılımda bireylerin özründen dolayı ayırım yapılmasına ve bireylerin dışlanmasına sebep olan sosyal olarak kurgulanmış bariyerlerin bir ürünü olduğunu şiddetle vurgular (Darcy, 2002, s. 63). Burada sosyal modelin altını çizdiği nokta; bireyin sahip olduğu herhangi bir özrün, toplumun organize oluş şekline göre engeli dönüştüğüdür (Darcy ve Buhalis, 2011, s. 27).

Sosyal modelin bakış açısı temelinde engellilik tanımları da yeniden şekillenmiştir. Sosyal modelin yapmış olduğu vurgudan hareketle engellilik, kişinin sahip olduğu kısıtlılıktan dolayı, toplumun yapısına uyum sağlayamamasından ortaya çıkan karmaşık sosyal ilişkiler seti olarak da ifade edilebilir (Darcy, 2003 s. 9). Bu açıdan engellilik sadece bir sağlık problemi olmayıp bir bireyin vücut özellikleriyle o bireyin içinde yaşadığı toplumun etkileşiminin yansımasıdır (WHO, 2014). Bu bağlamda engelli bireylerin karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelebilmek ve turizm faaliyetlerine katılımlarını sağlayabilmek için öncelikle çevresel ve sosyal bariyerlerin ortadan kaldırılmasını sağlayacak müdahalelerin gerektiği göz önünde bulundurulmalıdır (WHO, 2014). Ancak turizm faaliyetlerine katılımın önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik çabalar ile engelsiz turizm kavramı doğabilecek ve engelli bireylerin turizm hareketlerine katılmaları teşvik edilebilecektir.

ENGELSİZ TURİZM KAVRAMI

Engelsiz turizm; hareket, görme, işitme, zihinsel vb. kısıtlılığa sahip bireylerin, evrensel olarak tasarlanmış turizm mallarını, hizmetlerini ve turistik ortamları kullanımları boyunca bağımsız bir şekilde veeşitlik çerçevesinde hizmet alabilmeleri olarak tanımlanmaktadır (Darcy ve Dickson, 2009, s. 34). Engelsiz turizm kavramı, engelli bireylerin mevcut engellerinin yanı sıra dışsal unsurların da yeni birer engel unsuru olmamasını, aksine teşvik edici olabilmesini, böylece engelli bireylerin kısıtlı yetenekleri ile beklentilerinin arasındaki mesafenin asgariye indirilerek, engelli bireylerin turizme katılımının sağlanabilmesini ifade eder. Bu bakımdan, engelli olsun ya da olmasın, seyahat

etme tutkusunun her bireyde var olduğu ve seyahat etme özgürlüğünün her bireyin hakkı olduğu unutulmamalıdır (Yau, vd., 2004, s. 946-947).

Engelli bireylerin de diğer bireyler gibi seyahat edebilmeleri ve turizm faaliyetlerine katılabilmeleri en doğal hakları olmasına karşın, engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımının oldukça sınırlı olduğu bilinmektedir. Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını sınırlayan faktörler Tablo 1’de özetlendiği gibi içsel ve dışsal faktörler olarak ele alınabilir. Bunlardan içsel faktörler, bireyin turizm faaliyetlerinde etkin olabilmesi için üstesinden gelmesi gereken ilk engellerdir; bilgi eksikliği, sağlığa bağlı durumlar, sosyalleşme isteksizliği/problemi, ekonomik durum gibi (McKercher, vd., 2003, s. 467).

Engelli bireyler, turizm faaliyetlerine katılımı zorlaştıran içsel faktörlerin üstesinden gelseler de, seyahati kısıtlayan, seçenekleri sınırlayan ve memnuniyeti azaltan dışsal bir takım engellerle karşılaşmak durumunda kalabilirler. Bu engellere; ulaştırmada yaşanan zorluklar, iletişim sıkıntıları, turizm işletmelerinin fiziksel çevre koşullarının çoğunlukla engellileri gözeterek düzenlenmemiş oluşu, turizm işletmelerinde engelli bireylerle iletişim kurma ve onların özel ihtiyaçlarına yanıt verebilecek kalifiye eleman eksikliği örnek verilebilir (McKercher, vd., 2003, s. 467-468).

Tablo 1. Engelli Bireylerin Turizm Faaliyetlerine Katılımda Karşılaştıkları Engeller

İÇSEL FAKTÖRLER		DIŞSAL FAKTÖRLER	
<i>Kişilik Kaynaklı Engeller</i>	<i>Ekonomik Engeller</i>	<i>Çevresel Engeller</i>	<i>Birbiriyle İlişkili Engeller</i>
Bilgi eksikliği	Ekonomik kısıtlılıklar	Konaklanılacak yerin ulaşılabilirliği/ Mimarisi	Beceri zorlukları ve uyumsuzluklar
Sosyal yetenek eksikliği	Gelir eşitsizliği	Patikalar, tepeler gibi doğal çevre engelleri	İletişim zorlukları
Sağlık kaynaklı etkenler	Seyahatte süresince birine duyulan ihtiyaç	Ulaşım engelleri	Etkinliklere katılımdaki isteksizlik/cesaretsizlik
Fiziksel ya da psikolojik kaynaklı etkenler		Kurallar ve yasal düzenlemeler	Konaklama işletmelerinde çalışanların davranışları
Seyahatin bir hak olarak görülmemesi		Güvenlik problemleri	Bilginin tutarlılığı ve kullanılabilirliği

Kaynak:McKercher, vd., 2003: 468.

Engelli bireylerin karşılaştıkları engellerin azaltılmasına yönelik uygulamalar ve yasal düzenlemeler, çoğunlukla ihmal edilmiş olsa da, özellikle gelişmiş ülkeler başta olmak üzere birçok ülkede giderek artan önem ve ilgi kazanmaktadır. Türkiye’de de 6 Temmuz 2000 tarihinde yürürlüğe giren 24101 sayılı Turizm Tesisleri Yönetmeliği’nin 18. Maddesinde; “*Toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan konaklama tesisleri ile eğlence merkezleri, günübirlik tesisler ve temalı parklarda, müşteriler tarafından kullanılan tüm genel mahaller ile açık alanların bedensel engelli müşteriler tarafından da*

kullanılabilmesini sağlayıcı fiziki düzenlemeler yapılır. Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir.” ifadesi bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, “*Tesis başına en az bir oda olmak üzere, oda sayısının %1’i oranındaki yatak odası ve banyosu, bedensel engellilerin kullanımına uygun olarak inşa ve tefriş edilir.”* ifadesi de aynı maddenin devamında yer almaktadır (Resmi Gazete, 2005). Ancak odak noktası belirtilen maddedeki gibi sadece bedensel engelliler olmamalı, yapılan düzenlemeler tüm engel gruplarındaki bireyleri kapsamalıdır (Berthold, 2005).

Engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik çabalar giderek artsa da bu çabaların yeterliliği ve kapsamı tartışılabilmektedir. Konaklama işletmeleri de engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını arttırmaya yönelik çabalar içine girmiştir. Ancak yapılan düzenlemeler yetersiz kalabilmekte, sürdürülebilirlikten uzak olabilmekte ve zorunluluktan dolayı gerçekleştirilebilmektedir. Yapılan düzenlemeler yeterli olsa dahi bu düzenlemelerle ilgili bilgilerin ulaşılabilirliği eksik olduğunda gerçekleştirilen faaliyetler amaçtan uzak kalabilmektedir. Hatta içsel ve dışsal faktörlerdeki diğer noktaların üstesinden gelinse bile özellikle dışsal kaynaklı sorunların ortadan kaldırılmasıyla ya da azaltılmasıyla ilgili bilginin engelli potansiyel turistlere ulaştırılabilmesi sağlanmalıdır. Bu bakımdan günümüzde en sık kullanılan bilgi kaynaklarından olan internetin etkili ve doğru kullanılması, zaten bir takım fiziksel kısıtlılara sahip olan bireylerin önüne yeni engellerin çıkarılmaması açısından önemlidir.

BİLGİ KISITI

Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımının temelinde, fiziksel çevre düzenlemeleri ve tutumlar kadar, bilgiye erişebilmek ve bilgiyi kullanabilmek de yer almaktadır (Eichhorn vd., 2008, s. 190). Seyahat planlamasına edinilen bilgiler yön vermektedir. Bu bağlamda, turistik faaliyetler ve olanaklar hakkındaki bilginin kısıtlı oluşu veya diğer bir ifadeyle doğru ve güvenilir bilgiye erişememe durumu, seyahat tercihinin etkileyebilmekte ya da seyahat yapma isteğini azaltabilmektedir (Darcy, 2003, s. 78). Bu bakımdan engelli bireylere güvenilebilir ve doğru bilginin sağlanması son derece önemlidir.

Engelli bireyler seyahat öncesi planlarını, seyahat süresince ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılanıp karşılanmayacağına göre çok dikkatli bir şekilde yapmalıdırlar. Bu bakımdan, gidilecek yere ulaşma, gidilecek bölgeyi gezme ve ikamet edilen bölgeye dönme sürecinde detaylı bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Turizmle ilgili mal ve hizmetlerin planlaması ve pazarlaması yalnızca destinasyonla sınırlı olmadığından, seyahat süreciyle ilgili detaylı bilginin tüm potansiyel misafirlerle doğru ve tatmin edici şekilde paylaşılması pazarlama faaliyetlerinin başarısı için de gereklidir (Eichhorn ve Buhalis, 2011, s. 56). Çünkü engelli bireylere yönelik gerekli fiziksel çevre düzenlemeleri yapılsa ve çalışanlara bu konuda eğitimler verilmiş olsa bile, bu faaliyetlerle ilgili bilginin gerekli kişilere ulaştırılamaması yapılan yatırımları anlamsızlaştırmaktadır.

Bilgi edinmede elektronik kaynakların önemi giderek artmaktadır. Bu bakımdan engelli bireylere yönelik düzenlemelerin yapılması ve bunların elektronik ortamlarda doğru

şekilde duyurulması, engelli bireylerin seyahat kararlarını, seyahat planlamalarını ve rezervasyon süreçlerini etkileyebilmektedir. Bu açıdan özellikle elektronik kaynaklarda yer alan bilgilerin eksiksiz bir şekilde verilmesi gerekmektedir. Darcy (1998), çalışmasında bilginin kısıtlanmasını etkileyebilecek faktörleri şu başlıklar altında sıralamıştır: Bilginin uygunluğu, bilginin doğruluğu, detaylı bilginin sunulması ve bilginin sunulma şekli. Bu faktörlerin engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını ve dolayısıyla alınan hizmetten memnuniyetini olumlu etkileyecek yönde uyarlanması gerekmektedir.

Engelli bireylerin seyahat planlamalarını yaparken yararlanabilecekleri önemli kaynakların başında seyahat acenteleri ve internetin geldiği söylenebilir. Ancak engellilerin seyahat acenteleri ile ilişkilerini inceleyen araştırmalar, engelli bireylerin seyahat acentelerinden yeterince yararlanamadıklarını ve turizm faaliyetlerine katılabilmek için engelli bireylerce ihtiyaç duyulan bilginin çoğunlukla tutarsız ya da eksik sunulduğunu göstermektedir (Capella ve Greco, 1987; Burnett, 1996; Darcy, 2003). Oysa turizm faaliyetlerine katılmak isteyen engellilerin ihtiyaçlarının karşılanmasında doğru ve güvenilir bilgi, engelli bireylerin doğru kararlar verebilmesi için gereklidir. Bununla birlikte internet ise, çok yönlü ve güncel bilgi sunması açısından önemli bir fırsattır ancak çoğunlukla, internet sitelerinin engel gruplarındaki bireylerin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak tasarlanmayışı ya da engellilere yönelik sunulan olanaklara bu alanlarda yeterince yer verilmeyişi dijital olanaklardan yararlanabilmenin önüne geçebilmektedir.

Engelli bireylerin seyahatlerini planlarken yararlandıkları bilgi kaynakları pek çok araştırmaya konu olmuştur. Bu araştırmalardan birinde Capello ve Greco (1987), engelli bireyler için en önemli bilgi kaynaklarının aile, arkadaşlar ve ağızdan ağza iletişim olduğunu, seyahat acentelerinin ise o derece önemli görülmediğini vurgulamıştır. Bir diğer çalışmada Williams ve diğerleri (2007); Avustralya, İngiltere ve Amerika'daki otellerin internet sitelerinin engelli bireylerin ihtiyaçları ve beklentilerine yönelik tasarlanıp tasarlanmadığını araştırmış ve sonuçları hayal kırıcı bulduklarını vurgulamışlardır. Buna göre söz konusu ülkelerdeki otel internet sitelerinin Avustralya'da %8'i, İngiltere'de %20'si ve Amerika'da %6'sı engelli bireylerin asgari bilgi gereksinimini karşılamaktadır. Bir diğer çalışmada Lee ve diğerleri (2012) engelli bireylerin seyahat kararıyla ilgili bilgiyi edinmede en çok aile/arkadaşlar/akrabalara, diğer engelli insanlara ve sonrasında ise internete yöneldiklerini belirtmiştir. Bu araştırma sonuçlarında dijital alanlarda gerekli düzenlemelerin yapılmayışının ve dijital anlamda engelli bireylerin ihtiyaç duyabilecekleri bilgilere yer verilmeyişinin etkili olduğu söylenebilir.

YÖNTEM

Araştırma'da Antalya, İstanbul ve Muğla illerinde bulunan, 4 ve 5 yıldızlı otellerin internet sitelerinin içerik analizi yoluyla, engellilerin ihtiyaçlarına yönelik bilgiye yer verme durumları incelenmiş ve belirlenen değerlendirme ölçütleriyle yeterlilik düzeylerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Antalya, İstanbul ve Muğla illerinin seçilmesinin sebebi söz konusu illerin en çok turist ağırlayan iller sırasında ilk üç sırada yer almasıdır (Kültür

ve Turizm Bakanlığı, 2013). Turist sayısının fazlalığına paralel olarak bu illerde bulunan otellerin daha çok engelli turisti misafir edebilmek adına elektronik ortamları etkin bir şekilde kullanabilecekleri varsayımdır. Konaklama işletmesi türü olarak 4 ve 5 yıldızlı otellerin ve tatil köylerinin seçilmesinin nedeni ise, zorlu rekabet şartlarına uyum sağlama noktasında bu işletmelerin diğer kategorilerdeki işletmelere kıyasla bilgi iletişim teknolojilerinden daha yoğun yararlandığının düşünülmesidir. Bu bakımdan araştırmanın zaman ve yer kavramları belirlenmiş olan kuramsal nüfusunu(Erdoğan, 2003, s. 167), 2014 yılının Şubat ve Mayıs aylarında Antalya ilinde faaliyet gösteren toplam 459 adet, İstanbul ilinde faaliyet gösteren 269 adet ve Muğla ilinde faaliyet gösteren 135 adet 4 ve 5 yıldızlı otel oluşturmaktadır. Bu kapsamda erişilebilir araştırma nüfusu ise, Antalya, İstanbul ve Muğla'daki İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinden elde edilen turizm işletme belgeli konaklama tesisleri 2014 yılı listesine göre, her 4 ve 5 yıldızlı otelin seçilmesiyle oluşan toplam 863 otel internet sitesidir.

Veri toplama aşamasında söz konusu otellerin tamamının resmi internet sitesine ulaşılmaya çalışılmış ancak bazı otellerin resmi internet sitesinin olmayışından, bazı otellerin internet sitelerinin ise yapım aşamasında olduğundan söz konusu sitelere ulaşılamamıştır. Bu bakımdan, resmi internet sitesine ulaşılabilen otel sayısı Antalya için 419, İstanbul için 247 ve Muğla için 118 olmak üzere toplamda 784 oteldir. Araştırmanın amacına uygun olan içerik analizinin sistematik bir şekilde yapılabilmesi için otellerin internet sayfalarında aranacak kriterleri gösteren bir değerlendirme formu hazırlanmış, formun hazırlanmasında Williams ve diğerlerinin (2007) oluşturduğu değerlendirme formu alınarak araştırmanın konusuna uyarlanmıştır. Uygun olduğu düşünülen ifadeler aracılığıyla söz konusu illerdeki otellerin internet siteleri tek tek incelenerek içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Değerlendirmede her otel için ayrı bir form kullanılmış ve formda yer alan ölçütler “var” ya da “yok” olarak işaretlenmiştir. Araştırmada elde edilen verilerin analizi SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 17.0.1 programı aracılığıyla yapılmıştır.

BULGULAR

Araştırmada tüm engel gruplarına ve farklı engel gruplarına yönelik internet sitesinde yer verilen bilgiler ayrı ayrı incelenmiştir. Araştırmada ilk olarak otellerin resmi sitelerinde tüm engelli potansiyel turistlere yönelik sunulan genel bilgiler incelenmiştir. Bu incelemeye yönelik sonuçlara Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2.Tüm Engelli Turistler İçin Genel Bilginin Varlığına Göre Dağılım

İfadeler	Antalya		İstanbul		Muğla	
	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var
1. Engelli odasının varlığına yönelik bilgi	260 (%62)	159 (%38)	153 (%62,9)	94 (%38,1)	74 (%62,7)	44 (%37,3)
2. Tren istasyonu, havaalanı, otogar vb.de karşılamaya yönelik bilgi	402 (%95,9)	17 (%4,1)	242 (%98)	5 (%2)	115 (%97,5)	3 (%2,5)
3. Otelden bağlantı noktalarına transfere yönelik bilgi	398 (%95)	21 (%5)	239 (%96,8)	8 (%3,2)	114 (%96,6)	4 (%3,4)
4. Turistik alanlara ve turistik alanlardan otele transferle ilgili bilgi	406 (%96,9)	13 (%3,1)	244 (%98,8)	3 (%1,2)	115 (%97,5)	3 (%2,5)
5. Engelli park alanı durumuyla ilgili bilgi	362 (%86,4)	57 (%13,6)	232 (%95,9)	15 (%6,1)	109 (%92,4)	9 (%7,6)
6. Ulaşılabilir eğlence faaliyetleriyle ilgili bilgi	409 (%97,6)	10 (%2,4)	242 (%98)	5 (%2)	115 (%97,5)	3 (%2,5)
7. Normal koşullarda engellilere yardımcı olacak uzman personelin varlığıyla ilgili bilgi	391 (%95,3)	28 (%6,7)	236 (%95,5)	11 (%4,5)	111 (%94,1)	7 (%5,9)
8. Acil durumlarda müdahalede bulunacak medikal personelin varlığıyla ilgili bilgi	412 (%98,3)	7 (%1,7)	244 (%98,8)	3 (%1,2)	116 (%98,3)	2 (%1,7)
9.Engelliler için antrenman olanaklarıyla ilgili bilgi	417 (%99,5)	2 (%5)	247 (%100)	-	118 (%100)	-

Tablo 2'de görüldüğü üzere Antalya, İstanbul ve Muğla'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerin ortalama %38'i internet sitesinde engelli odası bulunduğu bilgisine yer vermiştir. 24101 sayılı Turizm Tesisleri Yönetmeliği'nin 18. maddesinde “*Tesis başına en az bir oda olmak üzere, oda sayısının %1'i oranındaki yatak odası ve banyosu, bedensel engellilerin kullanımına uygun olarak inşa ve tefriş edilir*” ifadesi gereği engelli odası bulundurma yasal bir zorunluluk haline gelmiştir. Ancak söz konusu otellerde engelli odası bulunsa bile bu bilgiye elektronik ortamda çoğunlukla (%62) yer vermedikleri görülmektedir. Engelli bireyler söz konusu yasadan haberdar olmayabilir ve otellerin internet sitesinden bilgi almak istediklerinde hayal kırıklığıyla karşılaşabilir ve tatil kararını değiştirebilir ya da tatil kararından vazgeçebilirler. Bunun haricindeki maddelerde de engelli bireylerin ihtiyacı olan bilgiye, söz konusu faaliyetler gerçekleştirilse bile, internet sitesinde nadiren yer verildiği görülmektedir.

Tablo 3.Kısmen ya da Tamamen Görme Engeli Bulunan Turistler İçin Spesifik Bilginin Varlığına Göre Dağılım

İfadeler	Antalya		İstanbul		Muğla	
	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var
1. İhtiyacı olan turistler için rehber köpek hizmetiyle ilgili bilgi	412 (%98,3)	7 (%1,7)	244 (%98,8)	3 (%1,2)	118 (%100)	-
2. Turistlerin kendi rehber köpekleri için sağlanan olanaklara yönelik bilgi	412 (%98,3)	7 (%1,7)	243 (%98,4)	4 (%1,6)	118 (%100)	-
3. Yemekte gerekli olduğunda asistan hizmetine yönelik bilgi	418 (%97,4)	11 (%2,6)	242 (%98)	5 (%2)	116 (%98,3)	2 (%1,7)
4. Barlar/restoranlarda sunulan renkli servis malzemeleri ile ilgili bilgi	417 (%99,5)	2 (%0,5)	247 (%100)	-	118 (%100)	-
5. Görme engelliler için alfabe (Braille) kullanımıyla ilgili bilgi	398 (%95)	21 (%5)	239 (%96,8)	8 (%3,2)	111 (%94,1)	7 (%5,9)
6.Yön bulmayı kolaylaştıran sarı bantların varlığıyla ilgili bilgi	415 (%99,1)	4 (%0,9)	246 (%99,6)	1 (%0,4)	117 (%99,2)	1 (%0,8)
7. Yön bulmayı kolaylaştıran işaretler (Büyük baskılar, zıt renkler, iyi aydınlatma vb.) hakkında bilgi	403 (%96,2)	16 (%3,8)	239 (%96,8)	8 (%3,2)	113 (%95,8)	5 (%4,2)

Engelli bireyler farklı engel gruplarında yer alabilir. Bu bakımdan her engel grubu gözetilerek bilgilendirmelere yer verilmesi önem taşımaktadır. Analiz sonucunda özellikle görme engelli bireyler için ihtiyaç duyulan bilgilere oldukça sınırlı yer verildiği görülmektedir. Görme engelli bireyin internet ortamında bilgi aramasının zorluğu söz konusu olabilir ancak görme engelinin her zaman tüm görüş kabiliyetinin yitirilmesi anlamına gelmediği, teknolojik gelişmeler ile bu zorlukların aşılabildiği, ya da görme engelli bireyin refakatçisinin bu sitelerde bilgi arayabileceği unutulmamalıdır.

Tablo 4. Hareket Kısıtlılığı Bulunan Turistler İçin Spesifik Bilginin Varlığına Göre Dağılım

İfadeler	Antalya		İstanbul		Muğla	
	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var
1. Tesislerin uygunluğuyla ilgili bilgi(Tüm tesisler tekerlekli sandalye kullananlar için uygun mu?)	357 (%85,2)	62 (%14,8)	223 (%90,3)	24 (%9,7)	106 (%89,8)	12 (%10,2)
2. Tesislerin konumu ile ilgili bilgi (Zemin katta özel odalar, tesislerin birbirine yakınlığı, yol üzerinde engelin olmayışı gibi)	336 (%80,2)	83 (%19,8)	206 (%83,4)	41 (%16,6)	98 (%83,1)	20 (%16,9)
3. Tesislere erişime yönelik bilgi (tekerlekli sandalye ile manevra yapabilecek boş alanın oluşu, rampaların oluşu gibi)	370 (%88,3)	49 (%11,7)	215 (%87)	32 (%13)	115 (%89)	13 (%11)
4. Gerekliğinde yemeklerde asistan yardımıyla ilgili bilgi (Sandalyeye refakat edilmesi, self-service yemeklerde kişisel asistan gibi)	402 (%95,9)	17 (%4,1)	245 (%99,2)	2 (%0,8)	114 (%96,6)	4 (%3,4)
5. Bar ve restoranlarda uygun masaların varlığıyla ilgili bilgi	410 (%97,9)	9 (%2,1)	247 (%100)	-	116 (%98,3)	2 (%1,7)
6. Tesis içinde hareket kısıtı bulunan turistlere yardımcı olabilecek donanımlı uzmanların varlığıyla ilgili bilgi	379 (%90,5)	40 (%9,5)	236 (%95,5)	11 (%4,5)	106 (%89,8)	12 (%10,2)

Tablo 4’te, otellerin internet sitelerinde hareket kısıtlılığı bulunan turistler için gerekli olan bilgiye, diğer engel gruplarına kıyasla daha çok yer verdiği görülmektedir. Bu da “engelli” denildiğinde akla bedensel engelin geldiğini ya da bedensel engelin diğer engel gruplarına kıyasla öncelikli görüldüğünü akla getirebilmektedir. Ancak bu durumda bile internet sitelerinde yer verilen bilginin, hareket kısıtlılığı bulunan bireyin ihtiyaçlarını karşılayabileceğini söylemek güçtür.

Tablo 5. İşitme Zorluğu Çeken Turistler İçin Spesifik Bilginin Varlığına Göre Dağılım

İfadeler	Antalya		İstanbul		Muğla	
	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var
1. Görsel sembollerin varlığı ile ilgili bilgi	400 (%95,5)	19 (%4,5)	238 (%96,4)	9 (%3,6)	113 (%95,8)	5 (%4,2)
2. Metin telefonunun (Textphone) varlığıyla ilgili bilgi	401 (%95,7)	18 (%4,3)	246 (%99,6)	1 (%0,4)	117 (%99,2)	1 (%0,8)
3. Görsel telefon alarımı varlığıyla ilgili bilgi	415 (%99,1)	4 (%0,9)	246 (%99,6)	1 (%0,4)	118 (%100)	-
4. Görsel ya da titreşimli acil durum alarmlarının varlığıyla ilgili bilgi	407 (%97,1)	12 (%2,9)	243 (%98,4)	4 (%1,6)	117 (%99,2)	1 (%0,8)
5. Engelsiz eğlence (Filmlerde altyazılar, canlı şovlarda işaret dili tercümanı) hakkında bilgi	418 (%99,8)	1 (%0,2)	247 (%100)	-	118 (%100)	-
6. İşaret dili bilen personelin varlığıyla ilgili bilgi	415 (%99,3)	3 (%0,7)	247 (%100)	-	118 (%100)	-

Tablo 5’te yer alan sonuçlarda ise, işitme engeli bulunan bireylerin ihtiyaçlarının elektronik ortamlarda neredeyse görmezden gelindiği ve işitme zorluğu çeken bir turistin ihtiyaç duyabileceği bilgilerin son derece sınırlı olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Engelli bireylerin tüm faaliyetlerden eşit bir şekilde yararlanabilmeleri ve bu faaliyetlere katılabilmeleri çağdaş toplum olabilmenin önemli bir göstergesidir. Bu bakımdan turizm faaliyetlerine katılım gereksinimi ve hakkı açısından, engelli bireyler diğer bireylerden farksızdır. Engelli bireylerin eylemlerini sınırlayan kısıtlarının haricinde toplumun organize oluş şekline kaynaklanan sosyal bariyerler de engelli bireylere ilave sorunlar oluşturabilmektedir (Mihaela, vd., 2011, s. 202-203). Bu engeller çeşitlilik göstermekle birlikte bilgiye erişebilme hakkı bunlardan yalnızca biridir. Ancak seyahat kararı vermede bilginin rolü düşünüldüğünde, yapılan düzenlemelerin duyurulmaması söz konusu düzenlemelerin sonuçsuz kalmasına sebep olabilmektedir.

Teknolojik gelişmelerin ve elektronik olanakların giderek arttığı düşünüldüğünde, bu gelişmelerin etkisiyle bilgi edinme seçeneklerinin gitgide elektronikleştiği söylenebilir. Bu bakımdan söz konusu ortamlarda engelli bireylere yönelik düzenlemelerin yapılması ve engelli bireyler için yapılan fiziksel çevre düzenlemeleri veya benzeri düzenlemelerin elektronik ortamlarda doğru şekilde duyurulması, engelli bireylerin seyahat kararlarını, seyahat planlamalarını ve rezervasyon süreçlerini etkilemektedir. Bu açıdan, özellikle

elektronik kaynaklarda bilgi eksikliğine neden olabilecek noktaların doğru değerlendirilmesi ve bu noktalarda düzenlemelere gidilmesi önemlidir. Seyahat planlamasında bilginin rolünün kritik olduğu ve engelli bireylerin detaylı bilgiye ihtiyaç duyabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Darcy, 2003, s. 78-79).

Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımı gelişmiş ülkelerin birçoğunda teşvik edilmekte ve engelli bireylerin toplumun bir parçası olduklarını unutmamaları sağlanmaya çalışılmaktadır. Ülkemizde ise engelli bireylerin turizme faaliyetlerine katılımlarına yönelik bazı düzenlemeler yapılmakla birlikte hala pek çok eksik göze çarpmaktadır (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s.68). Konaklama işletmeleri de benzer şekilde belirli düzenlemeler gerçekleştirdikleri de bu düzenlemelerin yetersizliği yapılan çalışmalarda vurgulanmaktadır (Darcy, 2007; Christofleve Massiera, 2009; Bisschoff ve Breedt, 2012). Özellikle yapılan düzenlemelere yönelik bilgi paylaşımının yapılabileceği alanların başında gelen elektronik kaynakların etkili kullanılmayışı ve engelli bireylerin ihtiyaçlarının göz ardı edilmesi katılan çabaları etkisizleştirmektedir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre Antalya, İstanbul ve Muğla'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerin internet sitelerinde tüm engelli turistler için sunulan genel bilginin son derece yetersiz olduğu görülmektedir. “Tüm Engelliler İçin Genel Bilgi” başlığında, engelli odasının varlığıyla ilgili bilgi (İstanbul (%38,1), Antalya (%38), Muğla (%37,3)) ve engelli park alanı durumuyla ilgili bilgi (Antalya (%13,6), Muğla (%7,6), İstanbul (%6,1)) ifadelerinde engelli bireylere yönelik en yoğun bilginin sunulduğu görülmektedir. Ancak bu ifadelerde bile söz konusu otellerin internet sitelerinin oldukça sınırlı bilgi sundukları anlaşılmaktadır. Otelden bağlantı noktalarına transferle; tren istasyonu, havaalanı, otogar vb.de karşılamayla; turistik alanlara ve turistik alanlardan otele transferle; ulaşılabilir eğlence faaliyetleriyle; normal koşullarda veya acil durumlarda engellilere yardımcı olacak uzman personelin varlığıyla ve engelliler için antrenman olanaklarıyla ilgili bilgilere son derece sınırlı yer verilmiştir. Oysa bu ve benzeri bilgiler normal kabul edilen turistler için sunulabilmektedir. Engelli bireyler ve onların özel ihtiyaçları ise arka planda kalmaktadır.

Araştırma sonuçlarında ulaşılan bir diğer önemli nokta farklı engel gruplarının varlığının gözlemlenmediği ve farklı engel gruplarındaki bireylerin farklı ihtiyaçları olabileceğinin düşünülmediğidir. Buna göre hareket kısıtlılığı bulunan bireylerin ihtiyaçlarına yönelik bilgiye nispeten daha fazla yer verilirken, görme veya işitme engeli bulunan turistlerin ihtiyaçlarına yönelik bilgilere çok daha az yer verildiği görülmektedir. Özellikle görme engelli bireylerin internet sitelerini kullanabileceği pek düşünülmesi de gerek teknolojik gelişmeler aracılığıyla gerekse söz konusu kişilerin yakınları vasıtasıyla görme engelli bireyler otellerin internet sitelerinden yararlanmak isteyebilir. Bu bakımdan teknolojik gelişmelerin takip edilmesi, buna göre internet sitelerinde düzenlemeler gerçekleştirilmesi önemlidir. Bunun yanı sıra oteller internet sitelerinde paylaşılan içeriği engellilerin kendileri yanı sıra, engelli bireylerin çevresini hedef alarak yapmalıdır. Bununla birlikte Antalya, İstanbul ve Muğla illerindeki otellerin resmi internet sitelerinde sundukları bilgilerin oranları genel çerçevede benzerlik gösterse de, bazı noktalarda değişimler

gözlemlenebilmektedir. Ancak değişmeyen durum engelli bireylerin ihtiyaçlarına yönelik internet sitelerinde yer verilen bilginin son derece sınırlı oluşudur.

Engelli bireylerin önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik çabalar eksik kaldıkça, engelli bireylerin turizm hareketlerine katılmalarının tam olarak sağlanması mümkün olmayacaktır (Zengin ve Eryılmaz, 2013, s. 68). Turizm sektöründe potansiyel bir pazar olan engelli bireylerin, ihtiyaç ve beklentilerinin anlaşılması, bu ihtiyaç ve beklentilere uygun ulaşım, tesis ve hizmet sunumu olanaklarının oluşturulması ve duyurulması, engellilerin turizm faaliyetlerine katılımlarını artırabilir. Ulaşılabilir turizmdeki pazar payı ülkelerin göz ardı edemeyeceği kadar büyüktür ve ancak bu noktalardaki çabalar sonucunda bu pazarda önemli bir başarı elde edilmesi söz konusu olabilir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261). Bunların da ötesinde engelli bireylere yönelik geliştirilecek her faaliyet bir insanlık gereğidir ve engel sahibi olmadığı varsayılan bireylerin de potansiyel engelli konumunda olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Arıcı, S. (2010). *Bedensel engellilerin turizm sektöründen beklentilerinin tespitine yönelik bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Artar, Y. ve Karabacakoglu, Ç. (2003). *Türkiye’de özürlüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki altyapı olanaklarının araştırılması - özürlülerin toplumsal gelişimine yönelik proje*. Dünya Engelliler Vakfı. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Berthold, V. (2005). Barrier-free tourism for all: the need for know-how. In Olga Strietska-Ilina ve Manfred Tessaring (Ed.), *Trend sand skill needs in tourism*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Bisschoff, C. A. ve Breedt, T. F. (2012). The need for disabled friendly accommodation in South Africa. *African Journal of Business Management*, 6(41), 10534-10541.
- Burnett, J. J. (1996). What services marketers need to know about the mobility- disabled consumer. *The Journal of Services Marketing*, 10(3), 3-20.
- Capella, L. M. ve Greco, A. J. (1987). Information sources of elderly for vacation decisions. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 148-151.
- Christofle, S. ve Massiera, B. (2009). Tourist facilities for disabled people on the French Riviera: A strategic model of the controversial plans to develop the sea front areas. *Journal of Coastal Conservation*, 13(2-3), 97-107.
- Darcy, S. (1998). *Anxiety to access: Tourism pattern sand experiences of New South Wales people with a physical disability*. Sydney: Tourism New South Wales.
- Darcy, S. (2002). Marginalised participation: Physical disability, high support need sand tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(1), 61-72.

- Darcy, S. (2003). *The socialrelations of tourism for people with impairments in Australia – An analysis of government tourism authoritiesand accommodation sector practice and discourses* (Unpublished doctoral dissertation), University of Technology, Sidney, Australia.
- Darcy, S. (2007). A methodology for testing accessible accommodation information provision formats. *Tourism – Past Achievements, Future Challenges CAUTHE 2007 Conference*, Sidney, Australia, 1-18.
- Darcy, S. ve Buhalis, D. (2011). Conceptualising disability. In Simon Darcy ve Dimitrios Buhalis (Ed.), *Accessible tourism - Concepts and issues*. ABD: Channel View Publishing.
- Darcy, S. ve Dickson, T. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.
- Drews, W. (2008). A Web 2.0 Tourism Information System for Accessible Tourism. *Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria*, 164-174.
- Eichhorn, V.; Miller, G.; Michopoulou, E. ve Buhalis, D. (2008). Enabling Access to tourism through information schemes? *Annals of Tourism Research*, 35(1), 189-210.
- Eichhorn, V. ve Buhalis, D. (2011). Accessibility: A key object for the tourism industry. In Simon Darcy ve Dimitrios Buhalis (Ed.), *Accessible tourism – Concept and issues*. ABD: Channel View Publishing.
- Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist metodoloji – Bilimsel araştırma tasarımı, istatistiksel yöntemler, analiz ve yorum*. Ankara: Erk Yayınları.
- Ergün, K., Topal, B. ve Çağıl, G. (2008). Arama Motorlarının Kullanımına Yönelik Bir Anket Çalışması. 1. *Mühendislik ve Teknoloji Sempozyumu*, Çankaya Üniversitesi, Ankara, 288- 299.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013). *Sınır giriş-çıkış istatistikleri*. [URL: <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikisistatistikleri.html>] (Erişim 05 Mart 2013).
- Lee, B. K.; Agarwal, S. ve Kim, H. J. (2012). Influences of travel constraints on the people with disabilities' intention to travel: An application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management*, 33(3), 569-579.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K. ve Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: Perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24(4), 465-474.
- Mihaela, B. C., Andrea, N. ve Viorel, F. A. (2011). The tourism barriers of the disabled in Romania. *The Annals of the University of Oradea*, 20, 201-206.
- Resmi Gazete (2005). *Turizm Tesisleri Yönetmeliği*, Sayı 24101. [URL: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2000/07/20000706.htm#4>] (Erişim 7 Şubat 2014)
- Stokols, D. (2000). Creating health-promotive environments – Implications for the environment research. In Margaret Schneider Jamner ve Daniel Stokols (Ed.), *Promoting human well-being: New frontiers for research, practice, and policy*. England, London: University of California Press.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ (2013). Ulaşılabilir turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 261-263.

- WHO (1980). *International classification of impairments, disabilities, and handicaps*. [URL: http://whqlibdoc.who.int/publications/1980/9241541261_eng.pdf] (Erişim 4 Mart 2014).
- WHO (2014). *Health topics – Disabilities*. [URL: <http://www.who.int/topics/disabilities/en/>] (Erişim 10 Mart 2014).
- Williams, R., Rattray, R. ve Grimes, A. (2007). Online accessibility and information needs of disabled tourists: A three country hotel sector analysis. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(2), 157-171.
- Yau, M. K., Mc Kercher, B. ve Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum destinasyonunda engelli turizm pazarının değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6(11), 51-73.

ENGELLİ BİREYLERİN TURİZM HİZMETLERİNE YÖNELİK E-ŞİKÂyetLERİ

Hümeýra DOĞRU

*Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
humeyra.dogru@deu.edu.tr*

Sonay KAYGALAK

*Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
kaygalak@deu.edu.tr*

Ceren MİRAL ÇAVDIRLI

*Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
ceren.miral@deu.edu.tr*

Volkan BAHÇECİ

*Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
volkan.bahceci@deu.edu.tr*

ÖZET

Günümüzde internet kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber pek çok tüketici kullandıkları mal ve hizmetlerle ilgili memnuniyetsizliklerini şikâyet siteleri üzerinden belirtmeyi tercih etmektedir. Toplumda önemli bir orana sahip olan engelli bireyler de turizm hizmetlerini alırken yaşadıkları sorunları şikâyet sitelerinde dile getirmektedirler. Engelli bireylerin turizme katılmalarını artırmanın yolu onların ihtiyaçlarını anlamak ve karşılaştıkları sorunları çözebilmekten geçer. Bu çalışmada Türkiye’de en çok kullanılan şikâyet siteleri incelenerek engelli bireylerin ulaşım ve konaklama alanında aldıkları hizmetlerle ilgili ulaşılan 56 adet şikâyet analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçları engelli bireylerin en fazla şikâyet ettikleri konuların çalışanların engelli turistlere karşı olumsuz tutum ve davranışları, fiziksel ortamların engelli ihtiyaçlarına yönelik olmaması ve işletmeler tarafından engellilere verilen ek hizmetler için haksız yere ücret talep edilmesi veya kanunen yapılması zorunlu indirimlerin yapılmaması olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelime: *Engelli birey, e-şikâyet, turizm*

GİRİŞ

Dünya nüfusu içinde engelli bireylerin sayısı azımsanmayacak düzeydedir. Her ülke nüfusunun %5-20 civarı engelli bireylerden oluşmaktadır (UNESCAP, 2000’den aktaran Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008). Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşayan engelli birey sayısı nüfusunun %18’i civarında olup 56,7 milyondur (ABD Nüfus Bürosu, 2012). 2030 yılında bu sayının 100 milyon kişi civarı olması beklenmektedir (Burnett ve Baker, 2001’den aktaran Kim, 2008). Türkiye nüfusunun %12,9’u engelli olup yaklaşık 8 milyon kişi civarındadır (ESYH, 2014).

Engelli bireylerin turizme katılımları onlara yönelik düzenlemelerin uygun ve yeterli oluşu ile gerçekleştirilebilmektedir. Ulusal literatürün tersine turizme katılan engelli bireylerin beklentileri, yaşadıkları sorunlar ve ihtiyaçları uluslararası literatürde daha fazla yer

bulmaktadır (Chang ve Chen, 2012a, 2012b; Kim ve Lehto, 2012; Chang ve Chen, 2011). Bununla beraber engellilerin şikâyetleri yeteri kadar çalışılmamaktadır, sınırlıdır.

Türkiye’de engelli bireylerin turizme katılım oranları düşüktür. Turizm sektöründe ulaşım hizmetleri, konaklama ve destinasyona ait olanaklar vb. alanlarda engelli bireylere yönelik düzenlemelerin yeterli ve ihtiyaçlarına uygun olmayışı temel nedenlerden biridir. Konaklama işletmeleri değerlendirildiğinde Turizm Bakanlığı’ndan işletme belgeli tesislerde 1176 adet engellilere özel oda bulunmaktadır. Bununla beraber engelli derneklerindeki uzmanlar bu envanterin tümünün engellilerin kullanımına uygun standartlarda olmadığını belirtmektedir. Engelliler için yapılmış olduğu iddia edilen özel odaların ya da diğer alanların bile kullanımında ciddi problemler çıkabilmektedir. (Kırlar, 2013). Engelli bireylerin gerek turizm gerek diğer nedenlerle seyahatleri sırasında geri bildirimlere ihtiyaçları vardır. Günümüz koşullarında teknolojinin hızla ilerlemesi sonucu internet kullanımının yaygınlaşması ve engelli bireylerin fiziki olarak bir araya gelmektense *online*⁷ bir ortamda bir araya gelmelerinin daha kolay olması nedeni ile engelli bireyler internet ortamında birbirlerine turizm destinasyonları ve seyahat koşulları ile ilgili geri bildirimler vermekte memnuniyetini, memnuniyetsizliklerini dile getirip şikâyetlerini paylaşmaktadır. Son yıllarda internet bireylerin bir nevi seslerini duyurdukları bir platforma dönüşmüştür. Ray ve Ryder (2003)’a göre seyahat eden engelli bireyler sosyal medyadan ve diğer internet ortamlarından elektronik ağızdan ağza iletişim (eWOM) ile konaklama ve turizm alanında bilgi edinmeye bağımlı hale gelmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi engelli bireylerin bir araya gelmesi fiziki bir ortama kıyasla elektronik ortamda nispeten daha kolay olmaktadır. Engelli bireylerin elektronik ortamda yaptıkları şikâyetlerin incelenmesi literatüre engelli turistlerin e-şikâyetleri ile veri sağlaması açısından önem kazanmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada engelli bireylerin turizme katılmalarında yaşadıkları sorunları, seyahat ve konaklama gibi turizm ürünleri ve hizmetlere yönelik algıları, deneyimleri ve e-şikâyet biçiminde elektronik ortamda paylaştıkları şikâyetlerin ele alınıp incelenmesi amaçlanmaktadır. Engelli bireylerin seyahat ve konaklama ile turizm ürün ve hizmetlerine yönelik algıları ve deneyimlerinin daha iyi anlaşılması engelli bireylerin turizme katılmalarının önündeki engellerin azalmasına ve ortadan kaldırılmasına yardımcı olacaktır.

ENGELLİ TURİSTLER VE E-ŞİKÂYET

Teknolojinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşması hem müşterilerin hem de tedarikçilerin bilgi ve fikir paylaşabileceği yeni iletişim platformları yaratmıştır. Hem müşteriden müşteriye hem de işletmeden müşteriye bir bilgi akışı sağlayan tüm bu süreçler elektronik ağızdan ağza iletişim kavramı altında değerlendirilmektedir (Litvina, Goldsmith ve Pan, 2008). Elektronik ağızdan ağza iletişim platformlarından biri olarak web siteleri ve forumlar, turizm sektöründe de seyahat edenlerin ürün ve hizmetlerle ilgili bilgi almalarını kolaylaştırmaktadır. Gretzel ve Yoo’ya (2008) göre seyahat eden insanların dörtte üçü

⁷ Bu çalışmada çevrimiçi olarak kullanılacaktır.

seyahatlerini planlarken web sitelerindeki çevrimiçi tüketici yorumlarını bir bilgi kaynağı olarak kabul etmektedir.

Günümüz dünyasının öne çıkan elektronik ağızdan ağza iletişim ve şikâyet kanallarından biri olarak şikâyet siteleri müşterilerin şikâyetlerini iletmelerine ve işletmelerin de bu şikâyetlere cevap yazmasına imkân tanıyan sitelerdir. İnternet kullanıcıları yeni bir ürün alırken aynı ürünü alanların olumsuz veya olumlu deneyimlerini ve işletmelerin sunduğu çözümleri okuyarak karar vermektedir (Alabay, 2012). Çevrimiçi şikâyet etme eğilimine değinecek olursak, teknolojik yeterlilik belirli bir kanal seçmede etkili olmakta ve teknolojik yeterliliği ne kadar fazla ise kişi o kadar e-kanallara yönelmektedir (Au, Buhalis ve Law, 2009). Müşterinin beklemek zorunda olmaması ve zaman ve mekân sınırı olmadan şikâyetlerini iletebilmesi gibi yararlar açısından e-şikâyetin engelli insanlar açısından da büyük kolaylık olduğu söylenebilir. Ayrıca engelli turistler konaklama ve diğer turizm işletmeleri hakkında bilgi edinmek için internete önemli ölçüde güvendiklerinden, onların ağızdan ağza iletişime ve özellikle de sosyal medyaya olan bağımlılıkları kayda değer bir biçimde fazladır (Ray ve Ryder, 2003).

Engelli turistlerin şikâyetleri ile ilgili yapılan çalışmalardan bazılarında araştırmacılar yaş ve engellilik tipi gibi demografik özellikler nedeniyle oluşan seyahat engellerini (Sparrow & Mayne, 1990), bazıları gelişim engeli olan yetişkinler açısından öne çıkan seyahat kısıtlılıklarını (Wilhite & Keller, 1992), bazıları ise sosyo-demografik değişkenlerin engelli turistlerin otel odası seçimine etkisini araştırmıştır (Darcy, 2010). Engelli turistlerin seyahatlerini kısıtlayan faktörlerin araştırıldığı çalışmalarda, tesislere ve ulaşım hizmetlerine sınırlı erişim, finansal kısıtlar ve tutumlarla ilgili engeller öne çıkmaktadır. Ayrıca Wilhite ve Keller (1992) gelişim engeli olan yetişkinlerin kendi davranışlarıyla ilgili kaygılarının ve geniş halk grupları içinde kendilerini rahatsız hissetmelerinin seyahatlerini sınırladığını belirtmiştir. Tekerlekli sandalye kullanan turistler ise uçakla seyahat ettiklerinde fiziki çevredeki zorlukların onlara acı verdiğini ve hizmet aksaklıklarının en fazla uçağa biniş ve iniş zamanında yaşandığını söylemişlerdir (Poria, Reichel ve Brandt, 2010).

Engelli turistlerin şikâyet literatürü incelendiğinde hizmet aksaklık türü ile telafi taktiklerinin oldukça farklı olduğu görülmektedir. Bu şikâyetlerin genel olarak ürün ve hizmetin teknik özellikleri ve dizaynı, çalışanların davranışları ve özel taleplerle ilgili olduğu görülmektedir. Ürün ve hizmetin dizayn ve teknik özelliklerinin engelli erişimine uygun olmaması engelli turistlerin en fazla şikâyet ettiği konu olarak öne çıkmaktadır (Bitner, Booms ve Tetreault, 1990). Şikâyet edilen diğer konu ise özel taleplerin karşılanmaması olup, en fazla seyahat acentelerinde bu problemle karşılaşıldığı görülmektedir. McKercher, Packer, Yau ve Lam (2003) seyahat acentelerinin engelli bireylerin özel talepleri karşılamada oldukça yeteneksiz olduğunu vurgulamış ve engelli turistlerin onların hizmetlerinden genellikle memnun olmadıklarını belirtmiştir. Diğer bir konu olarak çalışanların davranışları engellilerin en fazla şikâyet ettikleri konulardan olup, *American Disabled Act* (Amerikan Engelli Yasası) kanunlaştıktan sonra çalışanların

engellilere karşı olan tutumlarında önemli değişiklikler olmasına rağmen negatif tutum halen devam etmekte olup, bu durum çalışanların duyarlı davranma konusundaki eğitim eksikliklerinden kaynaklanmaktadır (Takeda ve Card, 2002). Çalışanlar engelli kişilere diğer sıradan turistlere davrandıkları gibi davranmalı, normal bir şekilde konuşmalı, göz teması kurmalı ve muhtemel durumlara karşı hızlı bir şekilde problem çözme yeteneklerini geliştirmeliler (Poria vd., 2010).

Hareket kabiliyeti sınırlı insanların uluslararası seyahat aşamalarını ele aldığımızda bunlar seyahat öncesi, uçuş öncesi, uçuş sırasında, uçuş sonrası ve denizaşırı seyahat olarak bölümlere ayrılabilir (Chang ve Chen, 2012a). Bu aşamalardaki herhangi bir zorluk engelli insanları bir seyahate çıkmaktan caydırabilmektedir. Seyahat öncesi aşamada, destinasyondaki engelsiz bir ortam, tekerlekli sandalye hizmeti ya da koltuk seçimi gibi sağlanan hizmetlerle ilgili bilgi kadar önemlidir. Uçuş öncesi aşama için ise pasaport kontrolü ve güvenlik kontrolü için çok fazla sırada beklemek, yer hizmetleri personelinin görevlendirilmesi sonucu duty free'den alışveriş yapamamak ve restoran, tuvalet ve biniş kapısındaki bekleme alanlarının engelsiz bir ortam sağlamaması gibi kaygılar öne çıkmaktadır. Öztürk ve diğerlerinin (2008) otel ve seyahat acentesi yöneticilerinin bakış açılarını analiz ettikleri çalışmada otellerin engelli müşteriler için uygun dizayn edilmiş alanlarının otel girişi, otopark alanı, resepsiyon ve restoranlar olduğu, uygun olmayan alanların ise engelliler için özellikle ihtiyaç duyulan merdivenler, banyo ve tuvaletler olduğu belirtilmiştir. Ayrıca yüzme havuzları, bar ve eğlence yerleri ile saunaların engelli olmayan insanlara göre dizayn edilmiş oldukları ve bu alanların engelli turistler için en az uygun olan alanlar oldukları saptanmıştır.

Engelli turistlerin şikâyetleriyle ilgili çalışmalar turizm yazınında oldukça az iken, engellilerin e-şikâyetleriyle ilgili sadece bir çalışmaya rastlanmıştır. Kim ve Lehto (2012) tarafından yapılan çeşitli şikâyet web sitelerinden toplanan 316 engelli şikâyetin incelendiği ve analiz edildiği çalışmada turizm sektöründeki hizmet aksaklığı boyutlarındaki farklılıklar ve telafi çeşitleri araştırılmıştır. Mevcut literatür temel alınarak, çevrimiçi müşteri şikâyet web sitelerinden engelli turistlerin turizm hizmet ve ürünlerindeki hizmet aksaklık deneyimlerinin değerlendirildiği çalışmanın amacı engelli bireylerin turizm deneyimlerini daha iyi anlamaktır. Kim ve Lehto (2012) araştırmalarında engelli şikâyetlerini Bitner ve diğerlerinden esinlenerek (1990) üç ana aksaklık boyutuna ayırmış olup, bunlar hizmet ve ürün teslimi, karşılanmayan özel talepler ve istenmeyen ve hoş gitmeyen çalışan davranışlarıdır. Ürün ve hizmet teslimi açısından en fazla şikâyet edilen konu engelli girişinin kötü dizaynı olup, müsait olmayan hizmetler, hizmetin yavaş verilmesi ve teslim edilen hizmet ve ürünün hatalı olması şikâyet edilen diğer konulardır. Diğer hizmet aksaklık kategorisi olan yerine getirilmeyen özel talepler altında, özel isteklerin verilmemesi en fazla şikâyet edilen konu olup, empati ve esneklik yoksunluğu ile müşteri karması yönetiminin zayıf olması şikâyet edilmektedir. Son olarak istenmeyen çalışan davranışı boyutu altında sırasıyla çalışanların negatif davranışları, hukuki ve kültürel normlara uygun olmayan çalışan davranışı, ihtimam göstermede aksaklık ve bütün

olarak değerlendirme en fazla şikâyet edilen alt temalardır. Hareket engeli bulunan bireylerin şikâyet web sitelerinde paylaştıkları deneyimleri bize göstermektedir ki kişisel, sosyal ve çevresel faktörler hizmet aksaklığının farklı çeşitlerine sebep olmaktadır. Bu kesimin kaygıları ve şikâyetleri genellikle 3 geniş başlık altında özetlenmektedir. Bunlar; hizmet/ürün teslimi, özel talep ve ihtiyaçların karşılanması ve çalışan davranışlarıdır (Kim ve Lehto, 2012).

AMAÇ VE ÖNEM

Araştırmanın amacı, turizm hizmetlerini kullanan engelli bireylerin bu hizmetleri kullanırken yaşadıklarını nasıl değerlendirdikleri, turizm hizmetlerine göre en çok hangi konularda şikâyetle bulundukları üzerine bir içerik analizi yapmak ve şikâyetlerin içeriklerine göre çözüm önerilerinde bulunmaktır. Bu bağlamda araştırmanın önemi, engelli turistlerin turizm hizmetlerinde yaşadıkları sorunların tespitinde bulunmak ve sorunların çözümüne yönelik önerilerde bulunarak literatüre ve sektöre katkı sağlamaktır. Aynı zamanda çevrimiçi üçüncü şahıs kaynaklarından biri olarak müşteri şikâyet web sitelerini taramanın engelli şikâyetleri hakkında önemli ipuçları vereceği düşünülmektedir.

YÖNTEM

Engelli turistlerin internet ortamında yaptıkları şikâyetlere ne tür anlam yükledikleri diğer bir ifade ile turizm hizmetlerini satın alırken yaşadıkları olayları nasıl nitelendirdiklerini öğrenebilmek ve analiz edebilmek amacıyla araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır (Özdemir, 2010: 326). Nitekim nitel araştırma algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya çıkarılmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 39). Bu bağlamda katılımcıların algılarının elde edinilmek istenmesi ve dolayısıyla nitel araştırma yönteminin bunları ortaya çıkarmada daha çok katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Görelilik olarak daha küçük bir örneklem grubu oluşturmak bu örnekleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmak amaç edinilmiş ve bu nedenle amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 108). Araştırmanın örneklemine dâhil olan kişiler engelliler.biz platformu, şikâyetvar.com ve şikâyet.com sitelerinden Mart-Haziran 2014 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplanan şikâyetlerin tümü incelenmiş ve analize tabii tutulması uygun görülen şikâyet sayısı 56 olmuştur. Toplanan veriler içerik analizine tabii tutulmuştur. İçerik analizinin ilk aşaması olarak toplanan veriler kendi içinde anlamlı bir bütün olması amacıyla turizm hizmetlerine göre sınıflandırılmıştır. Yapılan sınıflama sonucu havayolu, karayolu ve otel olmak üzere şikâyet edilen üç turizm hizmeti ortaya çıkmıştır. Her hizmetin altında ait olduğu alana ilişkin şikâyetler ile tematik kodlama yapılmıştır. Üçüncü aşamada ise veriler belirli ifadeler ile düzenlenmiş ve yorumlanmıştır.

BULGULAR

Bulgular, içerik analizinin son aşaması olarak tanımlanarak yorumlanmıştır. Araştırmada çeşitli internet sitelerinden toplanan şikâyetler ilk olarak aşağıdaki tablolarda görüldüğü gibi karayolu, havayolu ve otel olmak üzere 3 sınıfa ayrılmıştır.

Tablo 1: Engelli Turistlerin Havayollarına İlişkin Şikâyetleri

Kodu	Engel Türü	Engelli Kartı Raporu	ŞİKÂyet TÜRÜ							Durum (Şikâyet Hakkında Kısa Açıklama)
			Anlayış / Ayrıcalık Bekleme	TS. Ücret Talebi	TS. Temin Etme	Ek Ücret Talebi	Tutum / Davranış	Firmadan Kaynaklanan Mağduriyet	Engelli Bileti	
Hava 1	Bilinmiyor	Bilinmiyor	X							Uçağa alınmama
Hava 2	Yaşlı Hasta	Bilinmiyor		X		X Lift	X			TS ve Lift için ücret ödenmesi
Hava 3	Yürüme	Var			X		X			Gurur kırıcı personel davranışı
Hava 4	Yürüme	Var			X		X	X		Uçağa alınmama
Hava 5	Görme	Var	X				X	X		Çözüm odaklı ve zamanında bir geri bildirim yapılmaması
Hava 6	Hastalık	Var				X Revir		X		Revir ücreti ödenerek uçağa alınma
Hava 7	Yaşlılık	Yok	X	X						TS ücreti ödenmesi
Hava 8	Yürüme	Bilinmiyor			X		X	X		TS temin edilmemesi, uçak kaçırılması
Hava 9	Yürüme ve Hastalık	Var ama Yanında değil	X		X			X		TS temin edilmemesi, uçağa erişimde sıkıntı yaşanması
Hava 10	Yürüme ve Yaşlılar	Bilinmiyor					X	X		Başka bir havaalanına zorunlu iniş, engelli yolcularla ilgilenilmemesi
Hava 11	Bilinmiyor	Bilinmiyor	X				X			Engelli yolcunun uçağa alınmaması (sebebi belirsiz)
Hava 12	Bilinmiyor	Var	X							Engelli yolcunun ücretsiz билет değişikliğinin yapılmaması
Hava 13	Görme	Bilinmiyor						X		Passbook uygulamasından kaynaklanan sorunların görme engelli yolcuyu etkilemesi
Hava 14	Yürüme	Bilinmiyor		X	X					TS temininde fiziksel koşulların (mesafe) elverişsizliği
Hava 15	Bilinmiyor	Bilinmiyor	X				X			Engelli bireyin tuvalet ihtiyacı sebebiyle uçağa geç kalınması ve alınmaması

Hava 16	Hastalık	Var	X						X	Uçuş sırasında uçuş güvenliğini tehlikeye atmadığını gösteren rapora rağmen uçaktan oksijen maskesi olduğu için indirilmesi
Hava 17	Zihinsel	Var	X						X	Zihinsel engelli yolcunun uçak otobüs servisine binememesi ve uçağın beklememesi.
Hava 18	Görme	Var						X	X	Görme engelli yolcunun refakatçi olmadan uçamayacağı gerekçesiyle yolculardan birinin refakatçi olarak tayin edilmesi. Görme engelli yolcunun buna karşı çıkmasından sonra uçaktan indirilmesi
Hava 19	Bilinmiyor	Var							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 20	Bilinmiyor	Var							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 21	Bilinmiyor	Bilinmiyor							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 22	Bilinmiyor	Bilinmiyor							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 23	Bilinmiyor	Bilinmiyor							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 24	Bilinmiyor	Bilinmiyor							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 25	Bilinmiyor	Bilinmiyor							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 26	Bilinmiyor	Bilinmiyor							X	Engelli bireye yapılacak bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Hava 27	İşitme Engelli	Var							X	İşitme engelli bireylere yönelik uçuş güvenlik bilgilerinin anlatılmaması

Tablo 1 hava yollarını kullanan engelli bireylerin şikâyetlerini içermektedir. En çok şikâyet edilen konu tutum /davranış teması altında verilen durumları kapsamaktadır. Bu durumlar ağırlıklı olarak havayolu çalışanlarının engelli turistlere karşı davranışlarını kapsamaktadır. Engelli bir turistin bir havayolu firması ile ilgili şikâyeti aşağıdaki gibidir:

“engelli kartımı göstererek havayolundaki personelden tekerlekli sandalye talep ettim.

Ancak check in yapan görevli hiç mi yürüyemiyorsunuz?, Birkaç adımda mı atamıyorsunuz?, Engeliniz nedir? gibi soruları defalarca tekrarlayarak çok çirkin ve gurur kırıcı davrandı”

Hava 3

En çok şikâyet edilen konulardan biri havayollarından kaynaklanan zorluklardır. Bu konuda şikâyetini belirten yolcunun ifadeleri aşağıdaki gibidir:

“hava muhalefeti nedeniyle başka bir havaalanına iniş yapıldı. Tekerlekli sandalye kullanan yolcuların ulaşımı kendisinin sağlaması beklendi, hiçbir şekilde ilgilenilmedi”

Hava 10

Havayolları ile ilgili yapılan diğer şikâyetlerden bir diğeri engelli turistlerin ayrıcalık ve anlayış beklemedir. Bu konuda yapılan şikâyetler genellikle engelli bireylerin özel birtakım sebeplerinden dolayı uçuş öncesi, uçuş sırası ve sonrasında kendilerine kolaylık sağlanması ile ilgilidir:

“İzmir-Gaziantep seferi sırasında engelli çocuğumu tuvalete götürdüğüm için uçağın kalkmasına 10 dakika kala boardinge geldim, mazeretimi bildirdiğim halde ve havaalanına 1,5 saat öncesinden gelip check-in'i yaptığım halde uçağa almadılar.”

Hava 15

Şikâyetlerde en çok ifade edilen diğer konular ise sırayla aşağıdaki gibidir:

- Engelli bileti (Engelli bilet indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılması)
- Tekerlekli sandalye ücret talebi (Engelli raporu olduğu halde istenmesi)
- Tekerlekli sandalye temin etme (Engellilerin TS'leri kendilerinin alması)
- Ek ücret talebi (Revir, lift ücret talebi)

Tablo 2 engelli turistlerin karayollarına ilişkin şikâyetlerini göstermektedir. Şikâyet edilen temel konulardan biri karayolu firmalarının engelli bilet indirimi yapmak istememesidir. Bu konuda farklı karayolu firmalarına ait toplamda 17 şikâyet yapılmıştır. Engelli turistler kimi firmaların engelli kartı/raporu olmasına rağmen indirim yapmadığını şikâyet etmiştir. Kimi turistler ise otobüsün boş olmasına rağmen firmanın engelli bileti satmadığını dile getirirken aynı zamanda engelli bilet satışı yapılacağı zaman normal bilet fiyatı üzerinden satışların yapılmadığı konusunda şikâyetler mevcuttur. Engelli turistlerin ifade ettiği şikâyetler aşağıdaki gibidir:

“ben ve eşim ikimizde engelliyiz. Ben %78 eşim %63 oranında. Kurul raporumuz ve Başbakanlık engelli tanıtım kartlarımız da mevcuttur. Ancak aynı otobüste iki adet engelli indirimli bilet alamayacağımızı söylediler. Bu nasıl bir adalet anlayışı? Böyle bir adaletsizlik olabilir mi? Haksız alınan paranın geri verilmesini istiyorum” Otbs 9

Tablo 2:Engelli Turistlerin Karayollarına İlişkin Şikâyetleri

Kodu	Engel Türü	Engelli Kartı Raporu	ŞİKÂyet TÜRÜ					Durum (Şikâyet Hakkında Kısa Açıklama)
			Anlayış / Ayrıcalık Bekleme	Engelli İndirimi Yapılmaması	Bilet Satmak İstememe	Tutum / Davranış	Firmadan Kaynaklanan Mağduriyet	
Otbs 1	Bilinmiyor	Var		X				Otobüs bomboş olmasına rağmen indirim yapılmaması
Otbs 2	Bilinmiyor	Var		X	X	X		Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması,
Otbs 3	Bilinmiyor	Var		X	X	X		Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması ve bilet satılmak istenmemesi
Otbs 4	Bilinmiyor	Var		X				Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması
Otbs 5	Yürüme	Bilinmiyor					X	Teknik arıza nedeniyle beklenilmesi ve fiziksel engelli yolcunun mağdur olması
Otbs 6	Bilinmiyor	Bilinmiyor	X			X		Engelli yolcunun kendi rızası olmadan yerinin değiştirilmesi
Otbs 7	Bilinmiyor	Var		X				Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması
Otbs 8	Bilinmiyor	Var		X				Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması
Otbs 9	Bilinmiyor	Var		X				Aynı otobüste birden fazla engelli biletinin satılmak istenmemesi
Otbs 10	Bilinmiyor	Bilinmiyor		X				Engelli kartı indiriminin internette yazan normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Otbs 11	Bilinmiyor	Var		X				Engelli kartı indiriminin internette yazan normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması
Otbs 12	Bilinmiyor	Var		X				Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması, bunun her otobüste geçerli olmadığına söylenmesi
Otbs 13	Bilinmiyor	Bilinmiyor		X				Aynı otobüste birden fazla engelli biletinin satılmak istenmemesi
Otbs 14	Bilinmiyor	Var		X				Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması
Otbs 15	Bilinmiyor	Bilinmiyor		X				Engelli bilet satışı yapılmaması
Otbs 16	Bilinmiyor	Bilinmiyor		X				Engelli kartı indiriminin normal bilet fiyatı üzerinden yapılmaması, indirim yapılacaksa bilet fiyatının artırılması
Otbs 17	Görme Engelli	Bilinmiyor	X			X		Engelli yolcunun azarlanması, kaba davranılması
Otbs 18	Bilinmiyor	Bilinmiyor		X				Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması
Otbs 19	Bilinmiyor	Bilinmiyor		X				Engelli kartı olmasına rağmen indirim yapılmaması
Otbs 20	Zihinsel Engelli	Bilinmiyor	X			X		Otobüs personelinin kaba ve anlayışsız tutumları
Otbs 21	İşitme Engelli	Bilinmiyor		X		X		Engelli bilet değişiminin yapılmaması, engelli yolcuların talebini anlayamama

Karayollarını kullanan engelli yolcuların şikâyet ettikleri bir diğer konu ise bilet satış personeli ve otobüs servis elemanlarının kendilerine yönelik tutum ve davranışları olmaktadır. Bu tutum ve davranış ile ilgili şikâyetlerde bulunan bir yolcunun paylaşımı aşağıdaki gibidir:

*“Ağır bir engelli olarak rızam olmadan başka bir yolcuya kolaylık sağlanması için yerimi değiştirdiniz. Siz ağır engelli yolcunuzun yerini başka bir yolcunun isteği üzerine değiştirerek arkaya atmakla engelli yolcularımıza nasıl ilgi gösterdiğinizi ortaya koymuş oldunuz. Tebrikler...”*Otbs 6

Şikâyet edilen diğer konular ise sırasıyla;

- Ayrıcalık/anlayış bekleme
- Bilet satmak istememe
- Firmadan kaynaklanan mağduriyet

Tablo 3 engelli turistlerin konaklamaları sırasında yaşadıkları sorunları kapsamaktadır. Engelli turistlerin otellerde en çok şikâyet ettikleri konu ise işletmeden kaynaklanan bir mağduriyet olarak otellerin fiziksel uygunluğunun engelli bireylere yönelik olamamasıdır. Ağırlıklı olarak dik ve kaygan rampalar, oda giriş basamağı, banyo ve tuvalette tutunma barlarının ve asansörün olmaması en çok şikâyet edilen fiziksel özellikler olmuştur. Bu özelliklere (asansör ve uygun rampa tutunma barlarına) sahip olmayan işletmeler ise, fiziksel engelli turistleri tam anlamıyla karga tulumba taşıdıkları için şikâyete maruz kalmışlardır. Bu konuda dile getirilen şikâyetler aşağıdaki gibidir:

“Otelin girişindeki rampa inanılmaz derecede dik ve kaygandı. Engelli odasına girişte bir basamak vardı. Banyo ve tuvalette de tutunma barları olması gerekiyordu. Benim gibi tekerlekli sandalyeli birisinin oturması için bulunması gereken banyo oturağı da bulunmuyordu. Kırık ve çatlak bir plastik sandalye kullanmak zorunda kaldım.”

Otel 3

Tablo 3:Engelli Turistlerin Konaklama Tesislerine İlişkin Şikâyetleri

Kodu	Engel Türü	Engelli Kartı Raporu	ŞİKÂyet TÜRÜ					Durum (Şikâyet Hakkında Kısa Açıklama)
			Anlayış / Ayrıcalık Bekleme	Fiziksel Uygunluğu	Tutum / Davranış	Ek Ücret	Firmadan Kaynaklanan Mağduriyet	
Otel 1	Görme	Bilinmiyor	X					Yiyecek içecek kuyruğunda beklenilmesi
Otel 2	Fiziksel	Var					X	Ön ödeme yapılmasına rağmen Engelli odasının başka bir engelliye satılması, başka bir oda temin edilememesi,

Otel 3	Fiziksel	Bilinmiyor		X			X	Otelin fiziksel engelli turistlere uygunluğunun olmaması (rampa dik ve kaygan, oda girişi basamağı, banyo ve tuvalette tutunma barları)
Otel 4	Fiziksel	Bilinmiyor		X			X	Otelin fiziksel engelli turistlere uygunluğunun olmaması (asansör ve tekerlekli sandalye rampasının olmaması)
Otel 5	Fiziksel	Bilinmiyor	X		X	X	X	Otelin engelliye verdiği tekerlekli sandalyenin kırık olması, check-out sırasında ts'nin ayağını kıldığını öne sürerek Ts ücretini talep etmeleri, kaba davranılması ve engelli bireyin polise şikâyet edilmesi
Otel 6	Fiziksel	Bilinmiyor	X	X	X		X	Otelin fiziksel uygunluğunun olmaması, fiziksel engellinin karga tulumla taşınması
Otel 7	Genel	Bilinmiyor		X	X		X	Yiyecek içecek kuyruğunda beklenilmesi
Otel 8	Görme	Var		X			X	Görme engelliler için sabun şampuan vb maddeleri ayrılabilirler bir işaretin olmaması

SONUÇ

Çalışma, ilgili web sitelerinden elde edilen ve analize tabi tutulan 56 adet şikâyeti içermektedir. Şikâyetler incelendiğinde en fazla şikâyet edilen konuların çalışanların engelli turistlere karşı tutum ve davranışları, fiziksel ortamlardan kaynaklanan eksiklikler, engellilerin önceden düşünülerek onlara yönelik alt yapı ve ekipman desteğinin sağlanmaması ve firmalar tarafından engellilere yönelik verilen ek hizmetler için haksız yere ücret talep edilmesi veya kanunen yapılması zorunlu indirimlerin yapılmaması olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada ele alınan üç farklı hizmet kolundan havayollarında en fazla şikâyet edilen konunun çalışanların engelli turistlere karşı tutum ve davranışları olduğu tespit edilmiştir. 03.12.2011 tarihli 28131 sayılı resmi gazetede yayınlanan Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğünün havayolu ile seyahat eden yolcuların haklarına dair yönetmeliğine göre engelli yolcu “hareket kabiliyeti kısıtlı ve durumu tüm yolculara sunulan hizmetlerin kişinin ihtiyaçlarına göre özel itina ve uyarılma gerektiren kişi” olarak tanımlanmıştır. Buna rağmen havayolları seyahatlerinde karşılaşılan gecikme, başka havalimanına inmek zorunda kalma gibi problemlerde engelli bireylerin düşünülmediği ve bu durumun mağduriyete sebebiyet verdiği görülmektedir. Böyle durumlarda eğer uçakta engelli bir yolcu var ise havayolu firması engelli yolcuya yardımcı olmalı ve onun seyahatini zorlaştıran uygulamalardan kaçınmalıdır. Yine, aynı mevzuatın 15. maddesinde yolcu haklarına yönelik hükümlerinde görme engelli kişilere göre alternatif uygulamalara gidilebileceği belirtilirken bu uygulamaların detaylı bir şekilde açıklanmaması mevzuattaki bir eksiklik olarak görülmektedir. Ayrıca mevzuatta, en fazla şikâyet edilen konulardan olan tekerlekli sandalye temin edilmemesi ve revir, lift vb. hizmetlerden ek ücret alınmasıyla ilgili herhangi bir madde yer almamaktadır. Bazı havayolu firmalarının internet sitelerinde, engelli yolcularla ilgili uygulamalarından detaylı bir şekilde

bahsedilmiş olup, tekerlekli sandalye talebinin uçuştan belirli bir süre önce (36 veya 48 saat) kendilerine iletilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Yine, bazı havayolu firmalarının internet sitelerinde görme engelli yolcuların eğitilmiş ve sertifikalı köpekleriyle kabin içinde seyahat etmelerine izin verdikleri, önceden talep edilmesi durumunda engelli yolculara özel hizmetlerin sağlanacağı belirtilmektedir. Bu durumda yolcuların da uçuşlarından belirli bir süre önce havayolu firmasının engelli yolculara sunduğu hizmetlerle ilgili bilgi alıp, firmanın ilgili birimlerine gerekli bilgilendirmelerinin şikâyetleri azaltacağı düşünülmektedir. Karayolu taşımacılığında engelli turistlerin en fazla şikâyet ettikleri konu engelli bilet indiriminin yapılmaması ya da olması gerektiği oranda uygulanmamasıdır. 11.06.2009 tarihli ve 27255 sayılı Resmi gazetede yayınlanan Karayolu Taşıma Yönetmeliğinin 57. maddesine göre % 40 oranında özürlü olduğunu belgeleyen kişiler için bilet ücreti üzerinden % 30 indirim uygulanması gerekmektedir. Ancak incelenen şikâyetlere baktığımızda bu indirimin bazı firmalar tarafından uygulanmadığı ya da daha yüksek bir ücret üzerinden uygulandığı, bunda yolcuların mağduriyetine yol açtığı görülmektedir. Ayrıca yine aynı mevzuatın 42. maddesinde firmaların verdikleri hizmetlerden engellilerin kolaylıkla ve yeterli derecede yararlanması için gerekli tedbirleri almakla yükümlü olduğu belirtilmesine rağmen bilet satış personeli ve otobüs servis elemanlarının engelli yolculara yönelik tutum ve davranışları en fazla şikâyet edilen konular arasında yer almaktadır. Hem engelli indirimini hem de engellilere yönelik tutum ve davranışlar konusunda mevzuata uyulmadığı dolayısıyla bu konuda düzenli kontrollere ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır. Otobüs işletmelerinde özellikle de müşteri ile birebir iletişimde olan personelin bu konularda eğitilmesi de oldukça önem arz etmektedir.

Otellerle ilgili şikâyetler incelendiğinde ise özellikle tesislerin fiziksel durumunun engelli bireylerin kullanımına uygun olmadığı görülmektedir. 21 Haziran 2005 tarihli ve 2005/8948 karar sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğine göre 80 oda ve üzerinde olan konaklama tesislerinde engelli bireylerin kullanımına uygun fiziksel düzenlemeler yapılması ve ayrıca bu tür tesislerde toplam oda sayısını en az % 1'i oranında engelli odasının inşa edilmesi zorunlu kılınmıştır. Ancak yapılacak düzenlemeler konusunda mevzuatta net ifadeler bulunmaması sonucu işletmeler gerekli düzenlemeleri yapmaktan kaçınmakta veya mevzuattaki boşlukları suistimal edebilmektedirler.

Araştırmada incelenen şikâyetlerden yola çıkarak havayolu, karayolu ve konaklama işletmelerinin çalışanlarına verecekleri eğitimlerle engelli bireylerin ihtiyaçları, duyarlılıkları ve onlara karşı tutum ve davranışlarda nelere dikkat edilmesi gerektiği gibi konuların üzerinde durmaları önerilmektedir.

Mevzuatlarda engelli yolcuların hakları ve işletmelerin onlara sunmakla yükümlü oldukları hizmetlerle ilgili detaylı bir açıklamanın olmaması ve çoğu firmanın ayrı ayrı uygulamalarda bulunması tutarsızlığa yol açmakta ve engelli şikâyetlerini artırmaktadır. Bu nedenle turistik faaliyetlere katılan engelli bireylerin uygulamada karşılaşılabilecekleri

sıkıntılara yönelik çözümler geliştiren ve onların haklarını düzenleyen daha kapsamlı ve detaylı mevzuatlara ihtiyaç vardır.

Mevcut çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle gerek engelli bireylerin turizme katılımlarının zorluğu ve gerek internet kullanımının güçlüğü çalışma için değerlendirilecek e-şikâyet verilerine ulaşmayı güçleştirmekte ve sınırlı sayıda veri toplanmasına yol açmaktadır. Çalışmanın ikinci kısıtı ise çalışmada şikâyetler web sitelerinden toplanıp değerlendirildikten sonra şikâyetin çözümüne veya telafi konularına dair bir bilgiye ulaşılammıştır. İnternet sitelerinden elde edilen verilerde şikâyetini bırakan müşterilere site tarafından otomatik bir cevap bırakılmaktadır. Bu nedenle şikâyetlerin telafi konusu sınırlı kalmakla beraber yeni bir araştırma sorusunu da ortaya koymaktadır. Söz konusu şikâyetlere yönelik şirketlerin telafi politikaları ve uygulamalarının araştırılması bu konu hakkında daha fazla bilgi edinilmesini ve sorunların çözümüne yönelik daha eylem ve uygulama yapılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8 (16), 137-157
- Au, N., Buhalis, D. & Law, R. (2009). Complaints on the online environment – the case of hong kong hotels. In W. Höpken, U. Gretzel, & R. Law (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2009*. Meppel:SpringerWienNewYork
- Bitner, M., Booms, B. H. & Tetreault, M. S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. *Journal of Marketing*, 54, 71-84.
- Burnett, J. & Baker, H. B. (2001). Assessing the travel-relate behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40:4-11'den aktaran Kim, S. (2008). *The Voice of Tourists with Disabilities: Insights from Third Party Complaint Websites*. (Master Thesis), Purdue University, West Lafayette, IN.
- Chang, Y. & Chen, C. (2011). Identifying mobility service needs for disabled air passengers. *Tourism Management*, 32, 1214-1217
- Chang, Y. & Chen, C. (2012a). Overseas travel choice for persons with reduced mobility. *Journal of Air Transport Management*, 20, 43-45
- Chang, Y. & Chen, C. (2012b). Meeting the needs of disabled air passengers: factors that facilitate help from airlines and airports. *Tourism Management*, 33, 529-536
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31 (6), 816-826.
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (ESYH) (2014). *Türkiye Engelliler Araştırması Temel Göstergeleri*. [URL:<http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri>] (Erişim 16 Ağustos 2014)

- Gretzel, U. & Yoo, K. (2008). Use and impact of online travel reviews. In P. O'Connor, W. Höpken & U. Gretzel (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2008*. Innsbruck: SpringerWienNewYork
- Kırlar, B. (2013). *İzmir İli Örneğinde Otel İşletmelerinin Ulaşılabilirlik Standartlarına Uygunluğu Üzerine Bir Durum Analizi ve Otel Yöneticilerinin Engelli Turizmine Bakış Açıkları*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Kim, S. E. & Lehto, X. Y. (2012). The voice of tourists with mobility disabilities: insights from online customer complaint websites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24 (3), 451-476.
- Litvina, S., Goldsmith, R. E. & Pan, B. (2008) "Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management". *Tourism Management* 29: 458-468.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K. & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24 (4), 465-74.
- Onurair Resmi İnternet Sitesi. (2014). *Yararlı Bilgiler*. [URL: <http://www.onurair.com/tr/sikca-sorulan-sorular/yararli-bilgiler/Yararli-Bilgiler/176/0/0>] (Erişim 24 Haziran 2014).
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma, *Eskişehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1): 323-343.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. & Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish Tourism Industry Ready for A Disabled Customer's Market? The Views of Hotel and Travel Agency Managers. *Tourism Management*, 29, 382-389
- Pegasus Havayolları Resmi İnternet sitesi (2014). *Genel Kurallar*. [URL: <http://www.flypgs.com/bilgilendirme/genel-kurallar.aspx>] (Erişim 24 Haziran 2014)
- Poria, Y., Reichel, A. & Brandt, Y. (2010). The Flight Experiences of People with Disabilities: An Exploratory Study. *Journal of Travel Research*, 49 (2), 216-27.
- Ray, N.M. & Ryder, M.E. (2003). 'Ebilities' tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility disabled. *Tourism Management*, 24 (1), 57-72.
- Resmi Gazete (2005). *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*. [URL: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm>] (Erişim 03 Eylül 2014)
- Sparrow, W.A. & Mayne, S.C. (1990). Recreation patterns of adults with intellectual disabilities. *Therapeutic Recreation Journal*, 24 (3), 45-49.
- SunExpress Resmi İnternet Sitesi (2014). *Fiziksel Engelli Yolcular*. [URL:<http://www.sunexpress.com/tr/yolcular/fiziksel-engelli-yolcular>] (Erişim 24 Haziran 2014)
- Takeda, K. & Card, J. A. (2002). U.S. tour operators and travel agencies: barriers encountered when providing package tours to people who have difficulty walking. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12 (1), 47-61.

- T.C. Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü (2011). *Havayolu İle Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik*. [URL:<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.15549&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=havahttp://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/12/20111203-8.htm>] (Erişim 24 Haziran 2014)
- T.C. Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü (2009). *Karayolu Taşıma Yönetmeliği*. [URL:<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.13108&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=Karayolu%20Ta%C5%9F%C4%B1ma%20Y%C3%B6netmeli%C4%9Fi>] (Erişim 24 Haziran 2014)
- Türk Hava Yolları Resmi İnternet Sitesi (2014). *Sıkça Sorulan Sorular*. [URL:<http://www.turkishairlines.com/tr-tr/seyahat-bilgileri/sikca-sorulan-sorular/rezervasyon/indirimler>] (Erişim 24 Haziran 2014)
- Tyrrell, B., & Wood, R. (2004). E Complaints: Lessons to be learned from the service recovery literature. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(2/3), 183–190.
- US Census Bureau (2012). *US Disabled Statistics*. [URL:<http://www.census.gov/prod/2012pubs/p70-131.pdf>] (Erişim 16 Ağustos 2014)
- Wilhite, B. & Keller, M. J. (1992). The role of therapeutic recreation in community involvement: patterns and perceptions of older adults with developmental disabilities. *Annual in Therapeutic Recreation*, 3, 18-32.
- Yıldırım, Ş. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Seçkin.

GAZETE İNTERNET SAYFALARINDA ENGELLİ TURİZMİ: İÇERİK ANALİZİNE DAYALI BİR DEĞERLENDİRME

Ali Turan BAYRAM

Öğr. Gör., Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokulu
bayramt@ankara.edu.tr

Yusuf ORMANKIRAN

Öğr. Gör., Hitit Üniversitesi Meslek Yüksekokulu
yusuformankiran@hitit.edu.tr

Mustafa Cumhur AKBULUT

Öğr. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokulu
akbulut@ankara.edu.tr

ÖZET

Engelli vatandaşların topluma kazandırılması ve engelsiz vatandaşlar gibi hayatlarını sürdürebilmeleri için 2005 yılında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından “Engelliler Hakkında Kanun” çıkartılmıştır. Böylelikle engelli bireylerin, sağlık, eğitim, istihdam, bakım, rehabilitasyon, ulaşılabilirlik alanlarında birçok sosyal kültürel ve ekonomik sorunlarının aşılabilmesi amaçlanmıştır. Sosyal bir aktivite olarak değerlendirilen turizm faaliyetine engelli vatandaşların katılabilmeleri için engellilere yönelik turizm faaliyetleri önem kazanmıştır. Engellilere yönelik turizm faaliyetine dikkat çekme ve toplumda bir farkındalık yaratma konusunda medyada çıkan engelli turizmine yönelik haberler önem teşkil etmektedir. Bu kapsamda; Engelli turizminin toplumda bir farkındalık yaratıp yaratmamasını belirlemek için medyada ne kadar ve nasıl yer aldığı, haberlerin hangi niteliklerde olduğu, konuya yeteri kadar önem verilip verilmediği de incelenmesi gereken bir konu olarak görülmektedir. Amaca ulaşmak için “Engelliler Hakkında Kanun” un kabulünden başlayarak 2014 yılı temmuz ayına kadar geçen sürede gazetelerde yayınlanan “Engelli Turizm” ile ilgili 93 haber internet siteleri arşivlerinden yararlanılarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda, Haberlerde vurgulanan konuların yasal düzenlemeler, engellilere kolaylık, engelsiz turizm ve motivasyon arttırmaya yönelik olduğu ve haberlerde büyük çoğunlukla devlet kurumlarının ve özel sektörün ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:*Engelli Turizmi, Engelsiz Turizm, Engelliler Hakkında Kanun*

GİRİŞ

Engel, bireyin yaşadığı sürece toplumda yaş, cinsiyet anlamında, sosyal ve kültürel anlamda gerçekleştirmesi gereken faaliyetleri, yetersizlik nedeniyle yerine getirememesi durumu olarak tanımlanmaktadır (Ulutaşdemir, 2007, s. 120). 2005 yılında çıkarılan Engelliler Hakkında Kanun’da “engelli”; “doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılamada güçlükleri olan ve korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişi” olarak tanımlanmıştır (m.3). Birleşmiş Milletlere göre dünyada 650 milyon insan engelliyken (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261) , Dünya Turizm Örgütü’ne (2011) göre ise bu sayı 785 milyondan fazladır. Türkiye İstatistik Kurumu 2012 verilerine

göre ise Türkiye’deki engelli vatandaş sayısı yaklaşık olarak 8,5 milyon kişi olarak tahmin edilmektedir (Çizel, 2012, s. 19). Engelli olan nüfusun toplam nüfus içindeki oranı %12.29’dur. Ortopedik, görme, işitme, dil ve konuşma ile zihinsel engellilerin oranı %2.58 iken (yaklaşık 1.8 milyon) süregelen hastalığı olanların oranı ise % 9.70’dir (Yaklaşık 6.6 milyon) (Türkiye Engelliler Araştırması Temel Göstergesi, 2010). Engelli bireylerin sorunları insanlık tarihi kadar eskidir ve sadece engellileri değil yakın çevresini, ailesini ve toplumsal yapıyı ilgilendiren bir durumdur. Engellilerin fiziki, psikolojik, sosyal gelişmişliği de bir ülkenin gelişmişliği ile doğru orantılıdır (Pehlivanoglu, 2012, s. 1).

Tablo1: Engelli Vatandaşların Nüfusa Oranı

Toplam Engelli Nüfus %			Ortopedik, Görme, İşitme, Dil ve Konuşma ve Zihinsel Engelli Nüfus %			Süregelen Hastalığa Sahip Olan Nüfus %		
Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
12.29	11.10	13.45	2.58	3.05	2.12	9.70	8.50	11.33

Kaynak: Türkiye Engelliler Araştırması Temel Göstergesi, 2010

Türkiye’deki tarihsel sürece bakıldığında dezavantajlı gruplara yönelik olarak her zaman olumlu bir tutum ve davranış sergilendiği gözlenmektedir. Bu kapsamda örf, adet, gelenekler ve halkın dayanışma duygusu engellilere verilen hizmetlere dayanak oluşturmuştur. Özellikle son yıllarda BM Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme’nin imzalanıp onaylanması ve Türkiye’de ilk defa engellilere özel bir kanunun TBMM tarafından çıkartılması bunun bir sonucu olarak görülebilmektedir (Çizel, Sönmez, Akıncı, 2012). 2005 yılında kabul edilen “Engelliler Hakkında Kanun” *“Engellilerin insan onur ve haysiyetinin dokunulmazlığı temelinde, kendi seçimlerini yapma özgürlüğünü ve bağımsızlığını kapsayacak şekilde bireysel özerkliğine saygı gösterilmesini, Engelliliğe dayalı ayrımcılığın yapılamayacağını, fırsat eşitliğinin sağlanmasını, topluma tam ve etkin katılımları için erişilebilirliğin artırılmasını ve her tür istismarının önlenmesini”* esas almaktadır.

Dünya Turizm Örgütü’nün 1 Ekim 1999 tarihinde kabul ettiği Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi *“Turizm faaliyeti insan haklarının, özellikle de çocuk, yaşlı, engelli, etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların bireysel haklarının gelişmesine katkı sağlamalıdır.”* ifadesini içermektedir. Bu ifadeye ek olarak *“Dünyanın sahip olduğu değerler, tüm insanlara açıktır. Yerel ve uluslararası turizm hareketine katılmak boş zaman değerlendirilmesinin en iyi şekli olarak görülmeli ve her türlü engelleyici unsur ortadan kaldırılmalıdır.”* ifadesi de yer almaktadır (ethics.unwto.org). Bu noktada engellilerin turizme katılabilmesi, engellilerin topluma kazandırılmasında destek bir unsur niteliğinde görülebilmektedir (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012). Fakat Engelli insanların da, diğer insanlar gibi turizm faaliyetlerine katılmaları en doğal hakları olmasına rağmen, turizm faaliyetleri sanki fiziksel engeli olmayan kişiler için tasarlanmış şekildedir (Yau, Mckercher ve Packer, 2004). Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi’yle birlikte hakları dile getirilen engelliler için tüm dünyada ‘Engelsiz Turizm’ düşüncesi giderek

yaygınlaşmaktadır (Kilimci, 2008). Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin etkisini göstermesi ile birlikte, engelliler daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır (TÜRSAB, 2008). Gerçekleştirilen birçok faaliyete rağmen, özellikle Türkiye’de engelli turizmi maliyetinin yüksekliği yönündeki algı, toplumdaki engellilere karşı olan bilinç, mevcut pazarın henüz anlaşılammış olması gibi nedenlerden dolayı, bu turizm hak ettiği önemi yeterince görmemektedir (Tütüncü ve Aydın, 2013, s. 261). Hâlbuki engelli turizmi sadece engelliler ile oluşmayıp, onların aileleri ve arkadaşları ile göz ardı edilmiş çok önemli bir pazardır (Burnett ve Darcy 2002, s.66). 1995 Engelliler Ayrımcılık Yasası özellikle servis sağlayıcılar ve turizm endüstrisinin engelliler pazarına önem vermelerine neden olmuştur (Shaw ve Coles, 2004, s. 397). Fakat Türk turizm sektörü engelli müşteriler pazarı için yeterince hazır değildir. Hükümet ve sivil toplum kuruluşları, engelli insanlara yardım etmek için etkin çalışmalar yerine getirememektedir (Öztürk, Yaylı, Yeşiltaş, 2008, s. 382).

Engellilere yönelik yapılan/yapılacak düzenlemelerin maliyeti biraz yüksek olabilmektedir. Ancak, engelli bireylerin tek başına veya bir refakatçiyle seyahat edebilmeleri ve turizme sorunsuzca katılabilmeleri, bir yandan engelli bireylerin gelişimini, özgüvenini arttırmakta ve diğer bireylere bağımlılığını azaltmakta, diğer yandan da engelli turizminin gelişmesine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır (Tozlu, Mercan ve Atay, 2012). Bu hususta yapılacak çalışmaların duyurulmasında ya da bu çalışmalara destek verecek kamuoyunun oluşturmada medya araçlarından etkin yararlanabilmek bir gereklilik olarak düşünülebilmektedir.

Girgin’e (2000, s. 73) göre haber, gerçekte bağlantılı ya da gerçeğin ta kendisi olduğu sanılmasından dolayı, en etkili medya içeriği olup, amacı, gerçekleşen herhangi bir olayın kitlelere aktarılmasıdır. Toplum içinde yaşayan insan daima çevresinde olup bitenleri öğrenmek, kendi başına gelenleri başkalarına duyurmak, bunlar üzerinde düşünmek ve düşündüklerini de başkalarına iletme ihtiyacını duymuştur (Bal, 2011, s. 206). Bu noktada medya insanların hangi sorunlarla mücadele etmede hangi yolu kabul edeceğine karar vermede en büyük paya sahiptir (Aslan, 2002, s. 133). Medyanın bu işlevi kimi uzmanları onun bu etkisini sorgulamaya yöneltmiştir. Medya doğası gereği günümüz kapitalist toplumlarında kar amacı güderek hareket eden bir kurumsal yapıya sahiptir. Medyanın bu yapısı kimi zaman onu sorumlu yayıncılık anlayışı çizgisinden uzaklaştırabilmekte (Gökulu ve Hosta, 2013, s. 1838) kimi zaman ise kendini aklama adına sosyal sorumluluklara daha fazla önem vermektedir. Bu noktada engellilere yönelik kamuoyunun oluşmasında, bilgilendirilmesinde, yönelmesinde medyanın payı oldukça büyüktür. Engelli turizminin toplumda bir farkındalık yaratıp yaratmamasını belirlemek için medyada ne kadar ve nasıl yer aldığı, haberlerin hangi niteliklerde olduğu, konuya yeteri kadar önem verilip verilmediği de incelenmesi gereken bir konu olarak görülmektedir.

YÖNTEM

İçerik analizi tekniklerinin ortak paydası, çıkarsama/çıkarım (inference) esasına dayanmalarındır ve içerik analizi, mesajlarda gözlenen ve betimlenen öğelerden hareketle bir yorum getirme amacını taşımaktadır (Bilgin, 2006, s. 13). Temelde yapılan işlem birbirine benzeyen verilerin belirli kavram ve çerçeve içerisinde bir araya getirilerek okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenlenmesi ve yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 227).

Bu çalışmada engelli turizmi ile ilgili popüler gazetelerin internet sitelerindeki arşivlerinden elde edilen haberler, haber sayısı, haber türü, içerdiği mesaj, haberin tonu vb. özelliklerine göre sınıflandırılmış ve frekans tabloları şeklinde verilmiştir. Araştırma kapsamında baskı sayısı sıralamasında ilk 4 içerisindeki gazetelerin internet sayfaları örneklem olarak alınmıştır. 2005 yılında kabul edilen “Engelliler Hakkında Kanun” un kabulünden başlayarak 2014 yılı temmuz ayına kadar geçen sürede gazetelerde yayınlanan “Engelli Turizm” ile ilgili haberler internet siteleri arşivlerinden yararlanılarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu bağlamda “engelli turizm” anahtar kelimesi ile toplamda 916 haber incelenmiş ve bunlardan birebir konu ile alakalı olan 93 haber değerlendirmeye alınmıştır.

AMAÇ

Bu çalışmanın temel amacı “Engelli Turizm” ile ilgili haberlerin yaygın gazetelerde nasıl yer aldığını ortaya koymaktır. Ayrıca 2005-2014 yılları arasında gazetelerde yer alan haberlerde hangi kavramların ve hangi kurumların ön plana çıktığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

BULGULAR

Tablo 2’de yıllara göre gazetelerde yer alan engelli turizm ile ilgili haberler yer almaktadır. Tablo incelendiğinde en fazla sayıdaki haberin 2013 (toplam 32 haber) yılında yapıldığı görülmektedir. 10 yıllık süre zarfında toplamda en çok haberin ise Sabah gazetesinde (49 haber) yayınlandığı ve bu haberlerin %88’inin 2012-2014 yıllarında yayınlandığı tespit edilmiştir. İlginç bir sonuç olarak ise 2006 yılında 4 gazetenin hiçbirinde konu ile ilgili bir haber yayınlanmamıştır.

Tablo 2: Yıllara Göre Haberlerin Yayınlanmasına Yönelik Frekans Analizi

Haberin Yayınlandığı Yıl	Zaman		Posta		Hürriyet		Sabah		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
2005	1	4	-	-	-	-	-	-	1	1,1
2006	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2007	2	8	-	-	1	7,7	-	-	3	3,1
2008	1	4	-	-	1	7,7	1	2	3	3,1
2009	1	4	1	16,6	1	7,7	1	2	4	4,2
2010	2	8	-	-	2	15,4	-	-	4	4,2
2011	3	12	1	16,6	2	15,4	4	8,2	10	10,8
2012	6	24	1	16,6	2	15,4	9	18,6	18	19,4
2013	6	24	1	16,6	3	23	22	44,8	32	34,7
2014	3	12	2	33,6	1	7,7	12	24,4	18	19,4
Toplam	25	100	6	100	13	100	49	100	93	100

Haber kapsamında incelenen yazıların durumları incelendiğinde, %87'sinin haber, %13'ünün ise köşe yazısı olarak yayımlandığı görülmektedir. Tablo 3 incelendiğinde en fazla haberi Sabah gazetesi yayınlarken, en fazla köşe yazısının ise Hürriyet gazetesinde yer aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 3: Haber Kapsamının Frekans Analizi

Haberin Kapsamı	Zaman		Posta		Hürriyet		Sabah		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Haber	24	98	3	50	8	61,5	46	93,8	81	87
Köşe yazısı	1	2	3	50	5	38,5	3	6,2	12	13
Toplam	25	100	6	100	13	100	49	100	93	100

Tablo 4'te engelli turizmine yönelik verilen haberlerde görsel kullanma durumları incelenmiştir. Sabah gazetesinin haberlerinde en çok görsel kullanan, posta gazetesinin ise en az görsel kullanan gazete olduğu görülmektedir. Araştırmaya konu olan tüm gazetelerin toplamı incelendiğinde ise yayınlanan haberlerin %63,4'ünde görsel kullanıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 4: Haberlerin Sunumuna Yönelik Frekans Analizi

Haberin sunumu	Zaman		Posta		Hürriyet		Sabah		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Metin	19	76	1	16,7	7	53,8	7	14,3	34	36,6
Metin ve Görsel	6	24	5	83,3	6	46,2	42	85,7	59	63,4
Toplam	25	100	6	100	13	100	49	100	93	100

Engelli turizmine yönelik haberlerin niteliği tablo 5'te gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde haberlerin %27,9'unun engelli turizmine yönelik yapılan yasal düzenlemelerle ilgili olduğu, ikinci olarak da %25,8'inin engelli turizmine yönelik yapılan projelerle ilgili olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ön plana çıkan diğer bir unsur ise özel firmaların engelli turizmine yönelik faaliyetleri (%21,6) olarak tespit edilmiştir. Gazete bazında inceleme yapıldığında ise Zaman gazetesinin daha çok projelere yönelik (%32) haberlere, Hürriyet gazetesinin firma faaliyetlerine yönelik haberler (%38,4), Sabah gazetesinin ise yasal düzenlemelere yönelik haberlere (%40,7) yer verdiği görülmektedir.

Tablo 5: Haberlerin Niteliğine Yönelik Frekans Analizi

Haberin niteliği	Zaman		Posta		Hürriyet		Sabah		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Proje	8	32	1	16,6	3	23,1	12	24,6	24	25,8
Destek	4	16	-	-	2	15,4	2	4,1	8	8,7
Düzenleme	5	20	-	-	1	7,7	20	40,7	26	27,9
Ödül	1	4	-	-	-	-	1	2	2	2,1
Eğitim	1	4	1	16,6	-	-	4	8,2	6	6,4
Firma Faaliyetleri	5	20	2	33,6	5	38,4	8	16,4	20	21,6
Alt yapı problemleri	1	4	-	-	2	15,4	-	-	3	3,2
Karşılaştırma	-	-	1	16,6	-	-	1	2	2	2,1
Kampanya	-	-	1	16,6	-	-	-	-	1	1,1
Spor Organizasyonu	-	-	-	-	-	-	1	2	1	1,1
Toplam	25	100	6	100	13	100	49	100	93	100

Tablo 6’da engelli turizmi ile ilgili haberlerde vurgulanan konular yer almaktadır. Tabloya göre; %21 (29 haber) ile “engelliye yönelik düzenleme” ifadesi ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada ise %19 (26 haber) ile “Engellilere Kolaylık” ifadesi gelmektedir. “Bilgiye ulaşım kolaylığı” ifadesi ise haberlerde en az değinilen konu olmuştur. Bu bağlamda turizmde engellilerin yer alması için kent, tesis ulaşım alt yapı gibi sorunların aşılmasına çalışıldığı söylenebilir.

Tablo 6: Engelli Turizmi İle İlgili Haberlerde Vurgulanan Konulara Yönelik Frekans Analizi

Haberde Vurgulanan Konu	Zaman		Posta		Hürriyet		Sabah		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Sosyal Turizmin Gelişimi	1	2	-	-	-	-	4	6	5	4
Engellilere Kolaylık	10	25	2	18,2	3	17	11	16	26	19
Engelli Seyahat Belgesi	1	2	-	-	-	-	3	4	4	3
Engellilere Yönelik Düzenleme	4	10	2	18,2	3	17	20	28	29	21
Engelli Pazarı	5	12	2	18,2	2	11	3	4	12	9
Turizmin Engellilere Uygunluğu	3	8	-	-	1	6	5	7	9	6
Bilgiye Ulaşım Kolaylığı	1	2	1	9,1	-	-	-	-	2	1
Engelsiz Turizm	7	17	3	27,2	4	21	4	6	18	12
Motivasyon Arttırma	5	12	-	-	2	11	8	11	15	11
Termal Turizm	2	5	-	-	1	6	-	-	3	2
Engelli Sorunları	2	5	-	-	2	11	-	-	4	3
Engelliler için Kampanya	-	-	1	9,1	-	-	2	3	3	2
Sağlık Turizmi	-	-	-	-	-	-	4	6	4	3
Toplumsal Bilinç	-	-	-	-	-	-	6	9	6	4
Toplam	41	100	11	100	18	100	70	100	140	100

Tablo 7’de engelli turizmi ile ilgili haberlerde adı geçen kişi/kurum yer almaktadır. Tabloya göre; %45,3 (42) ile en fazla “Devlet Temsilcisinin” adı geçmektedir. İkinci sırada ise %27,6 (26) ile özel sektör bulunmaktadır. Tablodan da anlaşıldığı üzere haberlere konu olan engellilerle ilgili yapılan faaliyetlerde devletin ön plana çıktığı görülmektedir. “Meslek örgütlerinin” ise devlet ve özel sektör kadar etkin olmadığı söylenebilir.

Tablo 7: Engelli Turizmi Haberlerinde Adı Geçen Kişi/Kurumlara Yönelik Frekans Analizi

Haberlerde Adı Geçen Kişi/Kurum	Zaman		Posta		Hürriyet		Sabah		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Devlet temsilcisi	10	40	2	33,6	4	30,8	26	52,7	42	45,3
Özel sektör	9	36	3	49,8	5	38,4	9	18,6	26	27,9
Meslek Örgütü	3	12	-	-	2	15,4	8	16,4	13	13,9
Vatandaş	1	4	-	-	2	15,4	4	8,2	7	7,6
Diğer ülke	2	8	1	16,6	-	-	2	4,1	5	5,3
Toplam	25	100	6	100	13	100	49	100	93	100

Tablo 8’de Engelli Turizmi ile ilgili haberin tonu analiz edilmiştir. Sonuçlara göre; engelli turizmine yönelik haberlerin tonu %72,8 (68) ile pozitif olduğu görülmektedir. Nötr tonlu haberler ise %16,3 (15) ile ikinci sırada yer almaktadır. Negatif haberlerin tonu ise %10,9

(10) dur. Buna göre; gazetelerde genellikle pozitif tonlu olayların haberi yapıldığı söylenebilir.

Tablo 8: Engelli Turizm Haberlerinin Tonuna Yönelik Frekans Analizi

Haberin Tonu	Zaman		Posta		Hürriyet		Sabah		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Pozitif	22	88	4	66,8	11	84,6	31	63,3	68	72,8
Negatif	2	8	1	16,6	2	15,4	5	10,2	10	10,9
Nötr	1	4	1	16,6	-	-	13	26,5	15	16,3
Toplam	25	100	6	100	13	100	49	100	93	100

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

2005 yılında kabul edilen “Engelliler Hakkında Kanun” engelli vatandaşların hayatlarını kolaylaştırmak için atılmış bir adım olarak görülebilir. Her birey gibi engelli bireylerin de hayatın her alanında kendilerini ifade edebilmeleri, çalışma hayatına katılmaları ve sosyal aktiviteleri gerçekleştirebilmeleri önemli bir unsurdur. Sosyal bir aktivite olarak görülen turizm hareketlerine de engelli bireylerin katılabilmesi için “Engelli Turizmi” ya da “Engelsiz Turizm” olarak adlandırılan bir turizm çeşidi ortaya çıkmıştır. Bu turizm çeşidinin insanlarda bir farkındalık yaratması için de kitleleri yönlendirme gücüne sahip bir araç olan medya da yer alan haberlerin durumu incelemeye değer bir konu olarak gündeme gelmiştir.

Engelliler Hakkında Kanunun 2005 yılında çıkmasına rağmen araştırma sonuçlarına göre engelli turizmne yönelik gazetelerde yayınlanan haberlerin sayısının artması son üç yıllık dönemi kapsamaktadır. Bu artış, toplumda engellilere yönelik artan bilinç, turizm çeşitlendirilmesinde niş pazarlara yönelme ihtiyacı ve engelli turizmne yönelik yapılan projelerin artmasının ve dolayısıyla bu konunun haber değeri taşımasına neden olmasının bir sonucu olarak görülebilir.

Engelli turizmne yönelik haberlerin çoğunlukla görsellerle birlikte verilmesi ise konunun akılda kalıcı olmasını sağlayabileceği için önemli bir ayrıntı olarak ortaya çıkmaktadır. Yine gazete haberleri incelendiğinde proje, yasal düzenleme ve özel firma faaliyetlerinin ağırlıklı olarak ortaya çıkması devletin, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün bu konuya önem verdiği ve haber değeri taşıyan nitelikte çalışmalar yaptığı şeklinde yorumlanabilir. Haberlerde vurgulanan konuların yasal düzenlemeler, engellilere kolaylık, engelsiz turizm ve motivasyon artırma olarak ön plana çıkması da bunun bir göstergesi olarak algılanabilir.

Haberlerde büyük çoğunlukla devlet kurumlarının ve özel sektörün ön plana çıkması mesleki kuruluşların konuya yeterince önem vermediği algısına neden olabileceği için bu kuruluşların faaliyetlerini kapsamlı olarak duyurması da önemli bir husus olarak görülebilir.

Araştırma sonucunda yayınlanan haberlerin genellikle engellilerin turizmne katılmalarını kolaylaştıran düzenlemeler gibi olumlu tonda haberler olduğu tespit edilmiştir. Olumsuz

yöndeki haberler ise oldukça sınırlı kalmaktadır. Bu bağlamda yazılı basının turizmde engellilere yönelik olumsuz haberleri de yayınlanması, eksikliklerin giderilmesini kolaylaştıracağından göz ardı edilmemelidir.

KAYNAKÇA

- Aslan, K. (2002). *Haberin Yol Haritası*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Bal, M. (2011). İmaj ve Önyargı Faktörünün Gazete Haberlerine Etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İBFF Dergisi*, 1(2), 201-226
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. (2. Baskı). Siyasal Kitabevi: Ankara.
- Çizel, B. Sönmez, N. ve Akıncı, Z. (2012). Antalya’da Engelli Turizminin Gelişimi İçin Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma. APGEM. http://apgem.akdeniz.edu.tr/v2/template/content/projeler/eaet/ciktilar/kitap_engelli_son_kapali.pdf (Erişim Tarihi: 20.08.2014).
- Çizel, R. (2012). Engellilerin Çalışma Yaşamı. *Engelsiz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitapçığı*. Antalya. 19-30.
- Darcy, S. (2002). Marginalised Participation: Physical Disability, High Support Needs and Tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9, 61-72.
- Gökulu, G. ve Hosta, N. (2013). Basında Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Analizi: Hürriyet, Sabah ve Posta Gazeteleri Örneği (2005-2008). *International Journal of Social Science*, 6(2), 1829-1850.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği*. İstanbul: İnkılâp Yayınları
- Öztürk, Y. Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer’s market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382–389.
- Pehlivanoglu, B. (2012). Turizm Yapılarında Engellilere Yönelik İç Mekân Tasarım Kriterleri. *Engelsiz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitapçığı*. Antalya. 1-19.
- Shaw, G. ve Coles, T. (2004). Disability, Holiday Making and the Tourism Industry in the UK: A Preliminary Survey. *Tourism Management*, 25, 397–403.
- Tozlu, E. Mercan, Ş.O. ve Atay, L. (2012). Çanakkale’nin Engelli Turizmine İlişkin Durumunun Belirlenmesine ve Planlanmasına Yönelik Bir Çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Türkiye Engelliler Araştırması Temel Göstergesi, 2010 <http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri> (Erişim Tarihi: 20.08.2014).
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (2), 261 – 263.
- Ulutaşdemir, N. (2007). Engelli Çocukların Eğitimi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2 (5), 119-130.
- Yau, M. K. Mckercher, B. ve Packer, T.L. (2004). Traveling with a Disability: More than an Access Issue. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 946-960.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (8. Baskı) Seçkin Yayınları: Ankara.

TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNDE GÜVENCELİ ESNEKLİK (FLEXICURITY) UYGULAMASININ ÖNÜNDEKİ ENGELLER

Demet TÜZÜNKAN

*Arş. Gör.,Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
demettuzunkan@gmail.com*

ÖZET

Esneklik (flexibility) ve güvence (security) kelimelerinin birleşimi olan güvenceli esneklik (flexicurity) kavramı esnek çalışma koşullarının güvence sağlayarak uygulanmasını içermektedir. Türkiye’de turizm sektöründe güvenceli esneklik kavramının uygulanabilirliğine yönelik sektörün yapısal özelliklerinden kaynaklanan çeşitli engeller bulunmaktadır. Çalışmada turizm sektörü, istihdam yapısı, çalışma saatleri, ücretler, sosyal koruma ve temsil edilebilirlik durumları açısından incelenmiş ve esnek güvencenin boyutlarına ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler:*Güvence, Esneklik, Turizm.*

GİRİŞ

Değişikliklere ve farklılıklara uyum sağlama yeteneği olarak öne çıkan bir kavram olan esneklik (Tatlıoğlu, 2012, s.69),günümüzde küreselleşmenin etkisiyle, işçi ve işveren ilişkilerinde yeni olgulara dayandırılmaktadır. Bu oluşumlardan birisi de güvenceli esneklik kavramıdır. Güvenceli esneklik kavramı (flexicurity), esneklik (flexibility) ve güvence (security) kavramlarının bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş bir kavramdır. İlk kez 1999 yılında Hollanda’da kabul edilen “Flexicurityand Security Act”tekullanılmış ve öncelikli olarak istihdam stratejisinin temel kavramlardan birisi olarak İskandinav ülkelerinde benimsenmiştir(Kuzgun, 2012, s.36).

2003 Avrupa İstihdam Kılavuzunda “firmaların artırmayı destekleyecek, işte kalite ve verimi arttıracak, firmaların ve çalışanların ekonomik değişime uyumlarını kolaylaştıracak biçimde esneklik ve güvence arasındaki dengenin sağlanması” hedefi vurgulanmıştır (Council of theEuropeanUnion 2003). Güvenceli esneklik kavramı ile esas amaçlanan, işgücü piyasasında esneklik ve kuralsızlaştırma arayışında olan işverenler ile haklarını korumak ve güvence altında çalışmak isteyen çalışanlar arasında uzlaşma sağlanmasıdır (Çakır, 2009, s.80).

Dünya genelinde 210 milyondan fazla kişiye istihdam olanağı yaratan, Türkiye’de ise 2 milyon 317 bin 500 kişinin istihdam edildiği (Turner, 2014, s.1) turizm sektörünün mali boyutta ekonomiye etkilerinin yanı sıra yarattığı en önemli etkilerinden biri emek yoğun üretim sebebiyle istihdama etkisidir (T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, 2010, s.3). Turizm sektörünün, istihdamın mevsimsel özellik taşıması, sendikalaşmanın çok gelişmemiş olması, iş olanaklarında eğitimsiz ve kalifiye olmayan iş gücü ihtiyacının daha çok olması, istihdam edilen nüfusun yaş ortalamasının genç olması ve kayıt dışılık gibi yapısal özellikleri bulunmaktadır. Türkiye’de turizm sektörü yapısı itibariyle esnek ama güvencesiz bir çerçeve içinde görülebilmektedir. Dolayısıyla istihdam açısından

önemli bir etkiye sahip olan bu sektörde güvenceli esneklik kavramının varlığı tartışmaya açık haldedir.

GÜVENCELİ ESNEKLİĞİN UNSURLARI ve BOYUTLARI

Güvenceli esnekliğin daha net anlaşılmasını sağlayan unsurları ve boyutları bulunmaktadır.

Güvenceli Esnekliğin Unsurları

Güvenceli esneklik üç unsuru bünyesinde barındırmaktadır. Bunlar; eş zamanlılık, taraflar arasında müzakere ve iş gücü piyasası içinde veya dışında yer alan zayıf ya da dezavantajlı gruplardır. Eş zamanlılık, esnekliğe dair uygulamaların gerçekleştirilirken aynı zamanda güvencenin de sağlanmasını içermektedir. Bu unsura göre esnek çalışma türlerinden biriyle çalışan kişinin sosyal güvenliği ile iş ve istihdam güvencesine ilişkin düzenlemelerin de yapılmış olması gerekmektedir. Taraflar arasında müzakere, esneklik ve güvence talep ve beklentilerinin hem işçi hem işveren tarafının beraber değerlendirmesi sonucu tarafların uzlaşmalarını gerektirmektedir. Güvenceli esneklik, iş piyasası içinde zayıf ve dezavantajlı gruplar için bir koruma işlevi de sürdürmektedir. Esnek çalışmanın en çok kadın ve gençler gibi dezavantajlı gruplarda görülmesi gelir ve iş güvencelerinin de daha çok bu gruplara yönelik olmasına sebep olmaktadır (Çakır, 2009, s.81-82)

Güvenceli Esnekliğin Boyutları

Güvenceli esneklik kavramı, güvence ve esneklik açısından farklı boyutlara sahiptir.

Tablo 1. Güvenceli Esnekliğin Boyutları

Esnekliğin Boyutları*	Güvencenin Boyutları**
Dışsal Sayısal Esneklik	Emek Piyasası Güvencesi
İçsel Sayısal Esneklik	İstihdam Güvencesi
İşlevsel Esneklik	İş Güvencesi
Ücret Esnekliği	İş Güvenliği Güvencesi
	Gelir Güvencesi
	Temsil Güvencesi

Kaynak:* Çakır (2009:82), **Sağlanmak (2010:51)

Esnekliğin boyutları kısaca şu şekilde açıklanmaktadır (Çakır, 2009, s.82);

Dışsal Sayısal Esneklik: Çalışanların sayısını ayarlayabilme esnekliğini ifade etmektedir.

İçsel Sayısal Esneklik: Çalışma sürelerindeki esnekliği tanımlamaktadır.

İşlevsel Esneklik: Birden fazla işte çalışabilme esnekliğidir.

Ücret Esnekliği: Ücretin performansa ve ekonomik koşullara göre belirlenebilme esnekliğidir.

Güvencenin boyutları ise şu şekilde açıklanmaktadır (Atatanır, 2012, s.7-8-9);

Emek Piyasası Güvencesi: İstihdama katılmak isteyen herkesin iş imkânlarına ulaşabilmesini sağlamak üzere aktif işgücü piyasası politikalarına ve eğitime ağırlık veren bir sistemi içselleştirebilme düzeyine vurgu yapılmaktadır.

İstihdam Güvencesi: Aynı ya da farklı iş yerlerinde de olsa istihdamın devamlılığının sağlanmasında, işten ziyade istihdam edilebilme imkânının güvence altına alınmasını öne çıkarmaktadır.

İş Güvencesi: Geçimlerini emekleri ile sağlayan çalışanları haksız fesih hallerine karşı koruyarak çalışma hakkını gözeten ve haksız bir sebeple iş akitlerinin feshi halinde, işverenin fesih işlemini sınırlayarak çalışanın korunmasını amaçlayan normatif düzenlemeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

İş Güvenliği Güvencesi: Üretim/hizmet sürecinin güvenliğini sağlamak amacıyla yapılan sistemli çalışmalar bütünüdür. Bazı esnek çalışmalarda, işçiye daha fazla serbest zaman kalsa da çalışma sürelerinin çok uzun olması, işçilerde aşırı yorgunluğa, dikkatin dağılmasına ve motivasyon eksikliğine yol açmakta, dolayısıyla bu durum; işçinin sağlığı ve güvenliği açısından bir takım tehlikeleri beraberinde getirebilmektedir.

Gelir Güvencesi: Bireyin öngörülen gereksinimleri, beklentileri ve istemleriyle uyumlu ve uygun bir gelirin sürekliliği olarak ifade edilebilir. Gelir, çalışan bireyin ve bakmakla yükümlü olduklarının yaşamını sürdürebilmeleri için gereken en temel güvencedir. Bu anlamda gelirin hem yeterli düzeyde olması, hem de sürekliliği esastır.

Temsil Güvencesi: Sendikal haklar ve toplu görüşme gibi uygulamalar çerçevesinde çalışanın sesini duyurabilme hak ve ihtiyacını ifade etmektedir.

TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAPISAL ÖZELLİKLERİ ve GÜVENCELİ ESNEKLİK İLE İLİŞKİSİ

Güvenceli esneklik kavramına ilişkin enformasyonun ardından Türkiye’de turizm sektörünün yapısal özellikleri itibariyle güvenceli esneklik kavramına karşı oluşan engeller bu bölümde ele alınmaktadır. Turizm sektörü, istihdam yapısı, çalışma süreleri, ücretler, sosyal koruma ve temsil edilebilirlik olarak 5 farklı başlıkta ele alınacaktır. Her bir başlıkta durum analizi yapılmasının ardından güvenceli esnekliğe yönelik var olan engeller yorumlanmaktadır.

Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdam Yapısı

Turizm sektöründe yer alan işletmeler nitelikli işletmelerdir. Bu sebeple turizm, nitelikli iş gücünün oluşturulmasıyla istihdam etme zorunluluğunda olan bir sektördür. Hizmet standardının yüksek tutulmasının gerektiği turizm işletmelerinde kalitenin en önemli unsurları, kalifiye elemanın niteliği ve işletmedeki performansdır. Ancak turizm işletmelerindeki istihdam mevsimlik özellik taşımaktadır. Bu özelliği sebebiyle özellikle tatil turizmi amaçlı işletilen konaklama işletmelerinde istihdam niteliksiz olabilmektedir. Mevsimlik özelliğine ilave olarak işletmelerin büyük bir bölümünde ucuz iş gücü temini

dolayısıyla niteliksiz personel alımı gözlenmektedir. İstihdam üst düzey ve orta kademe yöneticiler dışında, ya yöresel olanaklarla karşılanmakta ya da her düzeyde eğitim kurumlarından stajyerler legerleştirilmektedir. Bu durum, kişinin birden fazla işte çalışabilmesine olanak sağlayan işlevsel esneklik ile zıtlık göstermektedir. İstihdamın kalifiye olmayan yapısı sonucu bir kişi farklı işlerde çalışmamaktadır. Turizm sektöründe potansiyel istihdamın özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Taşçılar, 2008).

-Turizm işletmelerinde diğer sektörlere göre daha genç bir işgücü çalışmaktadır.

-Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında turizm işletmelerinde çalışan iş gören sayısı daha fazladır.

-Mevsimlik özelliği nedeni ile işletmelerde personel devir hızının yüksek olduğu görülmektedir.

-İş görenlerin büyük çoğunluğu konaklama işletmelerinde çalışmaktadır. Bunu sırayla seyahat işletmeleri ve restoran işletmeleri izlemektedir.

Türkiye’ye demografik açıdan bakıldığında, turizm sektöründe aile tipi işletme türü nedeniyle istihdam edilen kadın, çocuk ve yaşlı personel sayısı diğer sektörlere göre daha fazla olmakla beraber, eğitim durumunda ise sektörde eğitim durumu, bölgelere ve işletme türlerine göre farklılık göstermesine rağmen genel eğilimi yarı kalifiye ve eğitimsiz olma yönündedir. Mevsimlik bir özellik taşımasından dolayı turizm sektöründe istihdam, turizm talebinin yoğunlaştığı dönemlerde tam istihdama yaklaşmaktadır (Lordoğlu, 2009, s.68).

2012 yılında yapılan bir araştırma sonuçlarında, Türkiye’de kadın istihdamının tüm sektörler içinde en çok arttığı 2. sektör, turizm sektörünün içinde yer alan yiyecek- ve içecek hizmetleri faaliyetleri olmuştur. Bir önceki yıla göre 38.000 kişi artışla bu faaliyet alanında çalışan kadın sayısı 280.000 kişi olmuştur (TEPAV, 2012, s.21). İstihdamda cinsiyet ayrımcılığı konusu Birleşmiş Milletler’in en önem verdiği konulardan biridir. Cinsiyet ayrımcılığı seviyesinin düşük olduğu ülkelerde yoksulluk oranının da düşük olduğu gözlenmiştir (Bolwell, Weinz, 2008b, s.6). Ancak genel sektör itibarıyla turizm sektöründe çalışan kadın iş gücünün eğitim ve beceri düzeyleri, kariyer fırsatları, ücret ve çalışma koşulları genel olarak zayıftır. Hatta kadınlar aynı işi yapan erkek meslektaşlarına kıyasla %20-%25 oranda daha az ücret almakta, eşit olmayan ayrımcı davranışlara maruz kalmakta, stres, şiddet ve hatta cinsel istismar yaşamaktadırlar. (Bolwell, Weinz, 2008a, s.11)

Tablo 2. Türkiye’de Konaklama ve Yiyecek- Hizmeti Faaliyetleri Kolunda Yer Alan Kadın ve Erkek İstihdam Rakamları 2004-2013 (Bin kişi)

YILLAR	DÖNEM	TOPLAM	ERKEK	KADIN
2004	YILLIK	812	726	86
2005	YILLIK	877	777	100
2006	YILLIK	931	820	111
2007	YILLIK	988	851	138
2008	YILLIK	998	850	148
2009	YILLIK	1 049	889	161
2010	YILLIK	1 084	917	167
2011	YILLIK	1 141	936	204
2012	YILLIK	1 206	965	242
2013	YILLIK	1 308	1 025	284

Kaynak: TÜİK

Türkiye’de işgücüne katılım oranı % 51 civarındadır. İstihdamın, 2013 rakamlarına göre yaklaşık %30’unu kadınlar oluşturmaktadır. Erkekler ise istihdamın %70’ini oluşturmaktadır (TradingEconomics, 2013).TÜİK verilerine göre turizm sektörünün faaliyet alanlarından konaklama ve yiyecek-içecek hizmeti faaliyet alanında istihdam edilenlerin sayısında 2004 yılından bu yana artış gözükmemektedir. Turizm sektöründe istihdam edilen kadın sayısı, kadınların bilgi ve becerilerine dayanan iş imkanlarının daha fazla sayıda olması sebebiyle diğer sektörlerle göre daha yüksek çıkabilmektedir (Bahar, Kozak, 2006, s.139) ancak erkek çalışan sayısının farklı üstünlüğü de dikkat çekmektedir.

Tablo 3. Türkiye’de Cinsiyet ve Kısmi Zamanlı Çalışma Durumuna Göre Konaklama ve Yiyecek- İçecek Faaliyet Kolu Çalışanları (2009-2013)

	2009		2010		2011		2012		2013	
	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E
Tüm Çalışanlar	161.000	889.000	167.000	917.000	204.000	936.000	242.000	965.000	284.000	1.025.000
Toplam	1.049.000		1.084.000		1.141.000		1.206.000		1.308.000	
Kısmi Zamanlı Çalışanlar	13.000	21.000	16.000	27.000	21.000	31.000	20.000	29.000	23.000	41.000
Toplam	34.000		43.000		52.000		49.000		64.000	

Kaynak: EUROSTAT

Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere Türkiye’de konaklama ve yiyecek- içecek faaliyet alanında kısmi çalışan sayısı çok düşüktür. Toplam çalışan sayısının yaklaşık %5’ine denk gelmektedir. Erkek çalışanlar kadın çalışanlara oranla daha fazla kısmi çalışma içerisindeyler. Zira toplam çalışan rakamlarında da erkek çalışan sayısının üstünlüğü görülmektedir.

Kayıt dışı çalışmalarda turizm sektöründe kayıt dışı çalışan oranı 2012 yılı itibarıyla %40’dır (Sönmez, 2012). Türkiye genelinde kayıt dışı istihdam oranı 2012 yılında % 37,9

iken, bu oranı büyük ölçüde tarım çalışanlarının oluşturduğu bilinmektedir. Tarım çalışanlarını bu orandan ayırdığımız zaman geriye kalan oran %24,2 olarak görülmektedir ki bu oran konaklama ve yiyecek-içecek faaliyet alanında kayıt dışı çalışanların oranından oldukça düşüktür (TEPAV, 2013, s.13).Dolayısıyla sektörde kayıt dışı çalışmalar oldukça yaygındır.

Güvenceli esneklik konusunda turizm sektörünün istihdam yapısı göz önünde bulundurulduğunda, sektörün dışsal sayısal esnekliğe açık bir yapıda olduğundan söz edilebilmektedir. Çünkü turizm sektörünün mevsimsel özellik taşıması ve küçük işletmelerden oluşması, çekirdek istihdam yanında çevresel istihdamın öne çıkmasına neden olmuştur. Böylece iş olduğunda, bir kısım emek istihdam edilmekte, iş bittiğinde ise çekirdek istihdamı oluşturanların dışında kalanlar, yeni bir iş çıkıncaya kadar işsiz kalmaktadırlar (Saraçoğlu, Suiçmez, 2008. Çağrı üzerine çalışma, yarı zamanlı çalışma ve mevsimsel çalışma, turizm sektöründe dışsal sayısal esnekliği yani çalışanların sayısını ayarlayabilme esnekliğini desteklemektedir.

Dışsal sayısal esneklik desteklenirken öte yandan güvence konusunda çalışanların işlerini seçerken ve çalışırken herhangi bir ayrımcılığa uğrayıp uğramadıklarına yönelik 4857 sayılı İş Kanunu'nun 5. Maddesinde yer alan Eşit Davranma İlkesi(TBMM, 4857 Sayılı İş Kanunu) var olmasına karşın tablolardan elde edilen rakamlar hem tam zamanlı çalışmada, hem de kısmi sürelerle çalışmada iş piyasası ve istihdam güvencesi konusunda olumsuz bir durumun varlığını göstermektedir. Zira kayıtlı olarak kısmi sürelerle çalışan kişi sayısı oldukça düşüktür. Buna ilaveten güvencenin ancak kayıt altında çalışanlara uygulandığı durumlarda turizm sektörü %40 olan kayıt dışı oranıyla güvencenin tüm boyutlarına karşı büyük bir engel teşkil etmektedir.

Türkiye’de Turizm Sektöründe Çalışma Süreleri

Turizm sektörü çalışma süreleri bakımından atipik bir özellik sergilemektedir (Bolwell, Weinz, 2008a, s.2).Turizm sektöründe “günlük 16 saati aşan çalışmalar” genel kabul görerek yaygın bir şekilde çalışma süreleri olarak uygulanır hale gelmiştir. Aynı zamanda mevsimsel ve vardiyalı çalışma şartları diğer sektörlerden daha farklı bir çalışma modelinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır(T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Teftiş Kurulu Başkanlığı, 2013).Özellikle otellerde ve restoranlarda çalışma süreleri oldukça düzensizdir. 24 saat hizmet verilmesinden ötürü vardiya usulü çalışma yaygındır. Haftasonu vardiyaları, gece vardiyaları ve tatillerde dahi vardiyalı çalışma görülmektedir. Çalışanlar, çağrı üstüne, geçici olarak, mevsimsel veya yarı-zamanlı çalışabilmektedirler. Bu durum, daha güvencesiz, daha düşük ücretli, istikrarsız, kariyer fırsatlarında daha limitli çalışmayı ve dolayısıyla iş gücü devir hızını da beraberinde getirmektedir (ILO, 2010, s.14).

Düzensiz çalışma saatlerinin bir diğer olumsuz etkisi ise çalışanların aile ve sosyal hayatları üstüne olmaktadır. Kişiler, ailelerine ve sosyal hayatlarına daha az zaman ayırabilmektedirler. Bu da iş ve sosyal yaşam arasında bir dengesizliğe sebep

olabilmektedir (Beddoe, 2004, s. 16). Düzensiz çalışma sürelerinin olumlu etkisi, kişilerin esnek çalışabilmelerine olanak sağlamasıdır. Böylece çalışanlar ailelerine ve sosyal yaşamlarına ayıracakları zamanları kendileri belirleyebilmektedirler. Ancak bu durum, özellikle gelişmiş ülkelerde ve yarı-zamanlı çalışmanın gönüllü olduğu durumlarda geçerlilik kazanmıştır (ILO, 2010, s.15). Düzensiz çalışma sürelerinin turizm sektöründe olumlu bir etki yaratabilmesi için bu çalışma sürelerindeki esnekliği, çalışanların kendilerinin belirlemesi halinde geçerli olabilmesi mümkündür. Esnek veya yarı zamanlı çalışma sürelerini destekleyen bir iş yerinde bu süreleri kendisi belirleyen bir çalışan daha verimli olabilmektedir (Deery, Jago, 2009, s.104).

Tablo 4. Türkiye’de Haftalık Normal Çalışma Süresi

		2006	2010
Tüm sektörler haftalık normal çalışma süresi	Kadın	44,7	44,5
	Erkek	44,9	44,7
	Ortalama	44,9	44,7
Konaklama ve Yiyecek-İçecek haftalık normal çalışma süresi	Kadın	45	45,1
	Erkek	45,1	45,2
	Ortalama	45,1	45,1

Kaynak: TÜİK

Türkiye’de haftalık çalışma süresi en çok 45 saattir (Evren, 2012, s.107). Yukarıdaki tabloya istinaden Türkiye’de İş Kanunu’nda yer alan haftalık 45 saat çalışma kuralına tüm sektörlerin ortalamasında uyulduğu görülmektedir. Ancak konaklama ve yiyecek-içecek alanındaki çalışmalarda bu sürenin az da olsa aşıldığı da tespit edilmektedir. 45 saati aşan süre çok az olsa da olumsuz bir duruma teşkil etmektedir.

Güvenceli esnekliğin içsel sayısal esneklik boyutu, çalışma sürelerindeki esneklik olarak tanımlanmaktadır. Görüldüğü üzere turizm sektörü, kesintisiz hizmet vermesi sebebiyle vardiyalı çalışma, yarı zamanlı çalışma, gece çalışmaları, mevsimsel çalışma gibi çeşitli esnekliklerin rahatlıkla uygulanabildiği bir sektördür. Ancak güvence konusunda, iş güvenliği güvencesi açısından çalışma saatlerinin uzunluğu işçiyi dikkatinin dağılması ve sağlığının bozulması tehlikeleri ile karşı karşıya bırakmaktadır. Bunun yanı sıra, esnek çalışma saatlerini turizm sektöründe işçiden ziyade işveren belirlemektedir. Bunların yanı sıra, turizm sektöründe çalışma saatlerinin uzunluğu ve 45 saati aşan çalışmalar güvenceli esneklik açısından olumsuz bir yapı içindedir denebilmektedir.

Türkiye’de Turizm Sektöründe Ücretler

Turizm sektöründe küresel olarak ücretler konusunda bir sıkıntı yaşanmaktadır. Bu, ücretlerin diğer sektörlerle kıyasla düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Bu düşüklüğün sebebi ise, özellikle otel ve restoranlarda servis bedeli ve bahşiş adı altında ek ödemelerin yapıyor olmasıdır. Çalışanların sabit ücretleri asgari ücret düzeylerinde seyretmekte ve ancak bu ek ödemeler sayesinde ücretleri artabilmektedir. Ödenmeyen ek ücretler ise

çalışanların zorluk yaşamasına sebep olmaktadır. Turizme talep ve turizmden sağlanan gelirler eğer ülkede artış halindeyse bu durum ek ödemelerdeki artışla kendini gösterecek ama turizmin ölü olduğu sezonlarda veya dış faktörler (ekonomik kriz, savaş, vb...) sebebiyle turizm talebinin azalması durumunda bu ödemelerdeki azalma sebebiyle çalışanlar açısından ekonomik zorluklar baş gösterecektir (Beddoe, 2004). Özellikle konaklama işletmelerinde son yıllarda artan “herşeydahil” pansiyon sistemi, iş görenlerin ek ücretlerinin azalmasında önemli etkenlerden biri olarak görülmektedir (Tütüncü, Demir, 2003, s.150).

Otel işletmelerinde ücretlendirmede işletme yöneticilerinin kontrol edebileceği performansa dayalı ücretlendirme gibi iç çevre ve işgücü maliyetleri, yasalar, sendikalar, sosyal güvenlik, teknolojik gelişmeler, rakipler ve pazar koşulları, ekonomik ve sosyal koşullar olarak özetlenebilen dış çevreye bağlı çeşitli faktörler bulunmaktadır (İzgi, Olcay, 2008, s.46).

Tablo 5. Tam Yıl Çalışanların Cinsiyet ve Ekonomik Faaliyete Göre Türkiye’de Ortalama ve Medyan Aylık Brüt Ücretleri (TL)

		Tüm sektörler aylık brüt ücret		Konaklama & Yiyecek-İçecek aylık brüt ücret	
		Ortalama	Medyan	Ortalama	Medyan
2006	Kadın	1280	658	991	583
	Erkek	1277	701	843	550
	Türkiye	1278	698	873	550
2010	Kadın	1844	1019	1266	883
	Erkek	1758	1025	1334	907
	Türkiye	1779	1025	1322	906

Kaynak: TÜİK

Yukarıdaki ortalama ve medyan ücretler tablosuna bakılacak olursa, hem tüm sektörlerin genelinde hem de konaklama ve yiyecek-içecek faaliyet alanında ortalama ve medyan ücret arasındaki fark göze çarpmaktadır. Ortalama ücretlerin hem kadınlarda hem erkeklerde hem de genelde daha yüksek olmasına karşın medyan ücretler oldukça düşük kalmaktadır. Bu durum, ücret dengesizliğini, yani, çalışanların büyük bir kısmının düşük ücretlerle çalışırken, küçük bir kısmının ise oldukça yüksek ücretlerle çalışmakta olduğunu göstermektedir. Turizm sektöründe ise ücretlerin Türkiye geneline göre düşük olduğu da gözlemlenmektedir.

Tablo 6. İş Gücü Maliyetleri (2008)

İş gücü maliyeti	Aylık ortalama iş gücü maliyeti (TL)	Brüt Kazanç (%)	Sosyal güvenlik ödemeleri (%)	Diğer işgücü maliyeti ödemeleri (%)
Türkiye Ortalaması	1 833	81,7	17,6	0,6
Oteller ve lokantalar	1 254	81,5	18,0	0,5

Güvenceli esneklik açısından bakıldığında, ücret dengesizliği sonucu olarak gelir güvencesi boyutunun turizm sektöründe karşılanmadığı söylenebilmektedir. Zira ücret esnekliği, diğer esneklik uygulamalarından etkilenen veya onları destekleyici bir mahiyet içermektedir. Bu yöntemle üstün vasıflı işçiler ödüllendirilebildiği gibi, ücret düşürebilme ekonomik kriz ve darboğaz zamanlarında firmaya rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Bununla işgörene ücretinin düşürülmesi karşılığı olarak iş güvencesi sağlandığı düşüncesi de empoze edilmektedir. İşletmeler açısından ücret esnekliği ekonomik stratejilerin en önemli elemanlarından birini ücret maliyetlerinin oluşturduğu ifade edilmektedir. Ücret maliyetleri, işletmelerin ya da işkollarının kârlılığı ve rekabeti ile doğrudan ilgili görülmektedir. Ücret esnekliği uygulamasının maliyetlerin düşürülmesinde rolü olmaktadır (Eryiğit, 2009, s. 11).

Yukarıdaki Tablo 6'ya göre turizm sektöründe en çok istihdamın yapıldığı ve ekonomik katkısının en çok olduğu faaliyet alanlarından konaklama ve yiyecek-içecek dalında iş gücü maliyetleri Türkiye ortalamasının altında yer almaktadır. Toplam iş gücü maliyeti Türkiye'de yer alan tüm faaliyet alanlarının ortalamasında 1833 TL iken bu rakam konaklama ve yiyecek içecek faaliyet alanında 1254 TL'dir. Dolayısıyla işverenlerin maliyetleri düşürmek için ücret esnekliğine yönelmeleri mümkün olmamalıdır çünkü zaten maliyetler düşük gözükmetedir. Bunun yanı sıra turizm sektörü global çerçevede ücretlerin düşük olduğu bir sektördür. Bu durum Tablo 5'te de rahatlıkla görülebilmektedir. Hem kadın, hem erkek ücretleri sektör genelinde Türkiye ücret ortalamasının oldukça altındadır. Özellikle mevsimlik işletmelerde her şey dahil pansiyon sisteminin ücretler üzerinde artış getirmeyen etkisi göz önüne alındığında ve mevsimlik istihdam sonucu istihdamın ve dolayısıyla ücretlerin süreklilik arz etmemesinden ötürü turizm sektöründe yapısı gereği gelir güvencesinin karşılanmadığı söylenebilmektedir.

Türkiye’de Turizm Sektöründe Sosyal Koruma

Kapsamı çok geniş bir kavram olan sosyal koruma en genel anlamıyla çalışanların çeşitli risklere karşı korunmalarıdır. Bu riskler, Türkiye'nin de dünyadaki pek çok ülke gibi kabul ettiği 102 no'lu UÇÖ sözleşmesinin içinde yer alan sağlık, hastalık, işsizlik, ihtiyarlık, iş kazalarıyla meslek hastalıkları, aile yardımları, analık, malüliyet ve ölüm riskleridir.

“İş sağlığı ve güvenliği alanında sosyal koruma yetersizliğine neden olan en önemli sorun alanlarından biri de iş sağlığı ve güvenliği mevzuatlarının ya belirli sektörleri ya da belirli çalışan gruplarını kapsam altına alması, çalışanların çoğunluğu oluşturan geri kalanına sosyal koruma sağlamamasıdır” (Karadeniz, 2012, s.29). Bu konuda Türkiye’de 6331 sayılı yeni İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, kapsama alanını genişleterek tüm işyerlerinin ve tüm işyerlerinde çalışanların (çırak ve stajyerler de dahil olmak üzere) iş sağlığı ve güvenliği mevzuatından yararlanmasını sağlamaktadır (Akpınar, 2013, s.256). Ancak tüm riskler için iş göremezlik ödeneği alma hakkı sadece sigortalılara verilmiştir. Dolayısıyla kayıt dışı çalışan pek çok kişi bu haklardan faydalanamamaktadır.

Türkiye’de turizm sektöründe faaliyet gösteren özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler, aile emeğini veya düşük vasıflı göçmen işçileri istihdam etmektedirler. Bu tür işletmelerde çoğunlukla turizm işletmelerinin bulunduğu bölgelere çalışmak üzere geçici olarak giden göçmen kişiler çalışmaktadır. Mevsimlik olarak çalışan bu işçiler kayıt dışı olarak çalıştırılmaktadırlar. Buna karşılık büyük işletmelerde (özellikle uluslararası şirketlere bağlı işletmelerde) çalışan işçiler hem daha vasıflı işgücünden oluşmakta ve daha fazla ücretler alabilmekte, hem de kayıt altında çalışmaktadırlar (Ayan, 2013).

Turizmle ilgili alanlarda son yıllarda kayıt dışılık oranlarında azalmalar görülmektedir. Türkiye genelinde sigortalı çalışan sayısı %6,5 artarken, turizm sektöründe bu oran 2012 yılında %17 artmıştır. Bunun sebebi olarak SGK kapsamına giren firma sayısındaki artıştan söz edilmektedir (AKTOB, 2013, s.19).

Tablo 7. Türkiye’de Konaklama ve Yiyecek- İçecek Hizmetleri Alanında Sigortalı Sayıları (2012)

TURİZM SEKTÖRÜ 2012	ZORUNLU SİGORTALI SAYISI						
	DAİMİ (I)	MEVSİMLİK (II)	KAMU (I)	ÖZEL (II)	ERKEK (I)	KADIN (II)	TOPLAM (I+II)
KONAKLAMA	177.484	2.909	1.644	178.749	128.408	51.985	180.393
YİYECEK VE İÇECEK HİZ.	382.224	57.386	10.361	429.249	327.635	111.975	439.610
TOPLAM	559,708	60,295	12,005	607,998	456,043	163,96	620,003
TÜM SEKTÖRLER TOPL.*	9.489.846	2.449.774	875.122	11.064.498	8.957.841	2.981.779	11.939.620

Kaynak: SGK İstatistik Yıllıkları * 99 adet faaliyet grubunun hepsinin toplamı

Sosyal korumanın sağlanabilmesi için Türkiye’de de çalışanların sigortalı olmaları gerekmektedir. 2012 yılında Türkiye’de turizm sektörünün faaliyet kolları olan konaklama ve yiyecek- içecek hizmetlerinde toplam 620,003 kişi zorunlu sigortalı olarak çalışmaktadır. TÜİK verilerine göre 2012 yılında Türkiye’de konaklama ve yiyecek-içecek hizmetleri faaliyetlerinde 965.000 erkek ve 242.000 kadın çalışmaktadır (TÜİK, 2013, s.40). Yukarıdaki tablodaki sigortalı rakamlarına bakıldığında, sigortalılık oranının erkeklerde %47 ve kadınlarda ise %68 oranında olduğu görülmektedir.

Güvenceli esneklik kavramı açısından Türkiye’de turizm sektöründe sosyal korumanın olumlu bir tablo çizmediği söylenebilmektedir. Özellikle iş güvencesi açısından iş fesihlerine yönelik, çalışanların haksız fesih durumlarında güvence altında olabilmelerinin şartı sigortalı olarak, kayıt altında çalışmalarını gerektirmektedir. 4857 sayılı İş Kanunu’nun 19. Maddesine göre fesih bildirimi yazılı şekilde yapılmalı ve hakkındaki iddialara karşı savunması alınmadan bir işçinin belirsiz süreli iş sözleşmesi, o işçinin davranışı veya verimi ile ilgili nedenlerle feshedilemeyecektir (Evren, 2012, s.73). İş Kanunu’nun 32. Maddesine göre de iş sözleşmesinin feshinde işçiye ücreti ile yasadan ve sözleşmelerden doğan ve para ile ölçülmesi mümkün tüm menfaatlerinin ödenmesi gerekmektedir (Evren, 2012, s.93). Bunun yanı sıra kısmi süreli çalışan kişilerle ilgili de

ayrımcı bir uygulama yapılamamaktadır. 4857 sayılı İş Kanunu'nun 13. Maddesinde açıkça belirtildiği üzere, kısmi süreli iş sözleşmesiyle çalışan işçi, ayrımı haklı kılan bir neden olmadıkça, salt iş sözleşmesinin kısmi süreli olmasından dolayı tam süreli iş sözleşmesiyle çalışan işçiye göre farklı işleme tabi tutulmamaktadır. Nitekim İş Kanunu, "en az bir yıl çalışmış olma" koşulunu aramış, bu konuda haftalık veya günlük çalışma süresine ilişkin olarak herhangi bir değerlendirmede bulunmamıştır (Topçu, 2011, s.230).

Yukarıdaki veriler ışığında, kayıtdışılığın bunca yüksek olduğu, sigortalı oranlarının ise erkeklerde %47, kadınlarda %68 olduğu turizm sektöründe iş güvencesi açısından yasal uygulamalar olumlu bir nitelik sergilese de iş güvencesi çalışanların güvencesiz koşullarda çalıştıkları gözlemlenmektedir.

Türkiye’de Turizm Sektöründe Temsil Güvencesi

Turizm sektöründeki çalışanlar diğer sektörlerle kıyasla, daha az örgütlenme eğilimi içerisindedirler. Sektördeki işletmelerin daha çok küçük ölçekli olması nedeniyle, endüstrideki sendikalaşma oranı global çerçevede %10 kadar düşük bir orandadır. Büyük şehirlerdeki belli başlı otellerde çalışanların sıklıkla örgütlenmelerine karşın, küçük çaplı veya şehir merkezleri dışında hizmet veren otellerde çalışanların örgütlenmeleri daha zayıf kalmaktadır (Boz, 2006, s.78). Aynı zamanda sektörde çalışanların yaşlarının genç olması ve tecrübesiz olmaları da bir sendika faaliyetleri konusunda çekimser kalmalarına neden olabilmektedir. Ayrıca sektör işverenleri de sendikalaşma olgusuna olumlu yaklaşmamaktadır zira turizm sektöründe mevsimlik ve atipik çalışma da oldukça yaygındır (ILO, 2013).

Türkiye’de Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, sendikaları 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu gereğince toplam 20 iş kolu altında toplamıştır. Bu iş kollarından turizm ile ilgili olan iş kolu, 18 no’lu iş kolu olan Konaklama ve Eğlence İşleri’dir. Aşağıdaki tabloya göre, bu iş kolunun altında turizm sektörü ile ilgili 4 adet sendika bulunmaktadır. Yüksek sayıda istihdam olmasına rağmen sektörde sendikalaşma oranı oldukça düşüktür. 2014 Ocak ayı itibariyle sendikalı oranı %4,13 olarak gösterilmektedir. Tüm çalışanlar için Türkiye’deki genel sendikalaşma oranı ise %9,45’dir.

Tablo 8. Konaklama ve Eğlence İşleri Sendikalaşma Oranları (2014 Ocak ayı itibariyle)

	TOPLAM ÇALIŞAN SAYISI	SENDİKA	ÜYE SAYISI	ÜYE ORANI (%)
KONAKLAMA ve EĞLENCE YERLERİ	630,768	TOLEYİS (Türkiye Otel, Lokanta ve Dinlenme yerleri İşçileri Sendikası)	14,760	2,09
		OLEYİS (Türkiye Otel,Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası)	7,859	1,11
		TURKON-İŞ (Turizm, Konaklama ve Eğlence Sanayi İşçileri Sendikası)	6,510	0,92
		DEV TURİZM-IS (Devrimci Turizm İşçileri Sendikası)	106	0,01
TOPLAM			29235	4,13

Kaynak: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

Türkiye’de turizm sektöründe sendikalaşma %4 seviyelerindedir.Sendikalaşmanın çok etkin olmamasının sebeplerinde Seymen ve Kılıç, bir sempozyumda sundukları bildiride çeşitli faktörlere değinmişlerdir. Bu faktörler, bir araya toplanarak şu şekilde özetlenebilir (Kılıç, Seymen, 2011, s.167-171);

- İşgücünün yapısı (gençler, göçmenler...)
- Küreselleşme ve teknoloji (makineleşmeye yatkınlık)
- Şirket ve grup birleşmeleri (şirketlerin kendi içinden istihdam yapmaları)
- Taşeronluk
- Ekonomik ve siyasi istikrarsızlık
- Özelleştirmeler
- Kayıt dışı ve mevsimlik istihdam oranlarında fazlalık
- İnsan kaynakları politikalarının toplu iş sözleşmeleri şeklinde değil birey odaklı olması
- Personel devir hızının yüksek olması

Güvenceli esneklik açısından bakıldığında Türkiye’de turizm sektörüne temsil güvencesinin, sektördeki sendikalaşma oranı ile doğru orantıda ilişkilendirildiğinde oldukça olumsuz bir tablo çizdiği gözlemlenmektedir. Sektörde sendikalaşma oranı %4 seviyesindedir. Bu da temsil güvencesinin önündeki en büyük engel olarak görülmektedir.

SONUÇ

İlk kez 1999 yılında ortaya çıkan güvenceli esneklik (flexicurity) kavramı çalışanların ve işverenlerin esnek çalışma şartlarının güvence altında olmalarını desteklemekte, işçi ile işveren arasında bir uzlaşma olması gerektiğinin altını çizmektedir. Güvenceli esneklik çeşitli unsurları ve boyutları bünyesinde barındırmaktadır. İşçi ve işverenlerin esnekliği ve güvenceyi eş zamanlı olarak uygulamalarını, taraflar arasında uzlaşmayı ve dezavantajlı grupların istihdamlarında onları korumayı içermektedir.

Tamamen insan emeğine bağlı olan ve hizmetler sektörünün en önemli dallarından biri olan turizm sektörü, güvenceli esneklik konusunda sektörün beş özelliği içinde

incelenmiştir. İstatistiklerde kadın istihdamı açısından kadınlara fazla rol hakkı vermediği gözlemlenen turizm sektörü, kayıt dışı çalışmalardaki yüksek oranı ile iş piyasası ve istihdam güvencesi olarak olumsuz bir yapı teşkil etmektedir. Ancak çalışanların sayısını ayarlayabilme ve esnek tutabilmeye imkan kılan mevsimlik özelliği sayesinde turizm sektöründe dışsal sayısal esneklik boyutunun gerçekleşebildiğini söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra istihdamın eğitimsiz ve düşük nitelikli bir yapısının olması işçinin birden fazla işte çalışabilmesine olanak sağlayan işlevsel esnekliğe zıt bir ortam yaratmaktadır. İş kanununun belirlediği 45 saati aşan çalışma süreleri ile gelir ve iş güvenliği güvencesi bakımından da Türkiye’de turizm sektörünün güvenceli esneklik kavramına bir engel oluşturduğu söylenebilirken yarı zamanlı çalışma, çağrı üzerine çalışma, mevsimsel çalışma gibi çalışma sürelerinin esnek olabilmesi yönünden sektöre içsel sayısal esneklik uygulanmaktadır. Ancak bu esnekliği işçi kendisi tespit etmemekte, işveren tarafından belirlenen esnek saatler dahilinde çalışmalar yapılmaktadır. Ücretlerin sektör genelinde düşük olması, işçi maliyetinin Türkiye ortalamasının altında olması ise ücret esnekliğinin uygulanmasının önünde engellerdir. Bunun yanı sıra sigortalı işçilerin oranının düşüklüğü ve sendikalaşma oranının Türkiye geneline göre oldukça az olması sebepleri de iş güvencesi ve temsil güvencesi konularında sektörün güvenceli esneklik uygulamalarına yönelik engellerinin altını çizmektedir.

Sonuç olarak turizm sektöründe güvenceli esneklik kavramı, sektörün yapısı itibariyle güvencesiz olarak sürdürülebilmektedir. Güvencenin hiçbir boyutu karşılanmamakta, esnekliğin ise sadece dışsal sayısal esneklik ile içsel sayısal esneklik boyutları karşılanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akpınar, T. (2013). *İş Sağlığı ve İş Güvenliği*, Bursa:Ekin Basım Yayın
- AKTOB Araştırma Birimi. (2013). Turizm raporu, *TÜROFED*, 2(6).
- Atatanır, H. (2012). Türkiye’de “sosyal” güvenceli esneklik mümkün mü?.*Sosyal Güvence Dergisi*, 1(2), 5-27.
- Ayan, E. (2013). Turizmin diğer sektörlerle ilişkisi ve istihdama katkısı, (Çevrimiçi) <http://markakent.com/kose-yazisi/turizmin-diger-sektorlerle-iliskisi-ve-istihdama-katkisi-24.09.2013>.
- Bahar, O., Kozak, M. (2006). *Turizm Ekonomisi*.Ankara: Detay Yayıncılık.
- Beddoe, C. (2004). *Labourstandarts, socialresponsibilityandtourism*. A Report byTourismConcern.
- Bolwell, D.,Weinz, W. (2008)a.Guide forsocialogue in thetourismindustry.*ILO SectoralActivitiesProgramme*.
- Bolwell, D.,Weinz, W. (2008)b.Reducingpovertythroughtourism, *ILO SectoralActivitiesProgramme*.
- Boz,C. (2006). *Dünyada turizm endüstrisinde istihdam ve çalışma şartları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Council of the European Union (2003). Council Decision of 22 July 2003 on guidelines for the employment policies of the Member States, *Official Journal of the European Union*.
- Çakır, Ö. (2009). Avrupa Birliği'nde güvenceli esneklik ve eğilimler. *Sosyoekonomi*, 2, 77-94.
- Deery, M., Jago, L. (2009). A framework for work – life balance practices: addressing the needs of the tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 9, 97-108.
- Eryiğit, S. (2009). Esnek Üretim, Esnek Organizasyon Esnek Çalışma, *Kamu-İş*, (Çevrimiçi), <http://www.kamu-is.org.tr/pdf/5411.pdf>, s.11, 23.09.2014
- Evren, Ö. K. (2012). *İş Mevzuatı Açısından İşverenin El Kitabı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- ILO. (2010). *Developments and challenges in the hospitality and tourism sector*. Issues Paper for Discussion at the Global Dialogue Forum for the Hotels, Catering, Tourism Sector.
- ILO. (2013). *Hotel, catering and tourism sector*. Sectoral Brief, (Çevrimiçi), <http://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/hotels-catering-tourism/lang-en/index.htm>, 17.12.2013.
- İzgi, B.B., Olcay, A. (2008). Çalışma koşullarının önemi: Gaziantep ilindeki 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesi çalışanlarına yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 43-62.
- Karadeniz, O. (2012). Dünya'da ve Türkiye'de iş kazaları ve meslek hastalıkları ve sosyal koruma yetersizliği. *Çalışma ve Toplum*, 3, 15-75.
- Kılıç, T., Seymen, O.A. (2011). *Türk turizm sektöründe sendikal örgütlenme neden güçlü değil? Baskın faktörlerin rolü ve etkileri üzerine yazınsal bir değerlendirme*. II. Turizmde İnsan Kaynakları Sempozyumu, Antalya.
- Kuzgun, İ.K. (2012). Güvenceli esneklik kavramı ve Türkiye'de güvenceli esnekliğin belirleyici değişkenleri. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 2, 35-48.
- Lordoğlu, K. (2009). Türkiye'de turizmde çalışan göçmenler ve işgücü piyasasında oluşan yeni sorunlar. II. Uluslararası Eğitim ve Uyum Bağlamında Avrupalı Türkler Kongresi, Belçika.
- Sağlanmak, H. (2010). *Güvenceli esneklik kavramı ve Türk çalışma hayatındaki yeri*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Saraçoğlu, B., Suiçmez, H. (2008). Türkiye İmalat Sanayinde Büyüme, İstihdam ve Verimlilik Sorunları. *TİSK Akademi*, 2008/II, Cilt:3 Sayı:6(88)
- Sönmez, M. (2012). Türkiye'de kayıt dışı istihdam %40!, (Çevrimiçi), <http://www.turizmhabercisi.com/turizmde-kayit-disi-istihdam-yuzde-40.html>, 13.05.2014.
- T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı. (2010). Türkiye turizm sektörü raporu, (Çevrimiçi), <http://www.miceplatform.com/images/doc/turizm-sektoru.pdf>, 20.03.2013
- T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Teftiş Kurulu Başkanlığı. (2011). Turizm sektöründe çalışma sürelerinin iyileştirilmesi programlı teftişi sonuç raporu, (Çevrimiçi), http://www.csgeb.gov.tr/csgebPortal/ShowProperty/WLP%20Repository/itkb/dosyalar/yayinlar/yayinlar2013/2011_48, 15.07.2014.

- Taşçılar, N. (2008). Turizmde istihdam yaratılması (Reel Gelir).*Tourism& Hotel Management*, (Çevrimiçi), www.xing.com
- Tatlıoğlu, E. (2012). Güvenceli esneklik çerçevesinde esnek çalışmanın uygulanabilirliği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Aralık, 69-84.
- TEPAV. (2012). İstihdam İzleme Bülteni, 7.
- TEPAV. (2013). İstihdam İzleme Bülteni, 23.
- Topçu, U. (2011). Kısmi süreli iş sözleşmesiyle çalışanların yıllık ücretli izin hakkı. *Mali Çözüm*, Eylül-Ekim.
- TradingEconomics, Labour Force Participation Rate, (Çevrimiçi) www.tradingeconomics.com/turkey/population, 13.03.2014.
- Turner,R. (2014). *Travel&tourismeconomicimpactTurkey*. WTTC
- TÜİK. (2013). *İstatistiklerle Türkiye*. Ankara.
- Tütüncü, Ö., Demir, M. (2003). Konaklama işletmelerinde insan kaynakları kapsamında işgücü devir hızının analizi ve Muğla bölgesi örneği.*Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2)
- 4857 Sayılı İş Kanunu, 5. Madde, Eşit Davranma İlkesi, (Çevrimiçi) <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4857.html>.

TÜRKİYE'DE TURİZM GELİRİNİN MAKROEKONOMİK BELİRLEYİCİLERİ: PANEL VERİ ANALİZİ

Ceyhun Can ÖZCAN

*Yrd. Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ceyhuncan5@hotmail.com*

ÖZET

Türk turizm sektörü son yıllarda kayda değer bir büyüme sergilemektedir. Ancak turist sayısı son 10 yılda %250 artış gösterirken turizm geliri %233 oranında artmıştır. Ayrıca ortalama harcama miktarının yıllar itibarı ile düştüğü göze çarpan parametreler arasındadır. Çalışmada Türkiye'nin turizm gelirinin belirleyicileri, 1995-2011 yılları için, Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk 20 ülke örnekleminde ele alınmıştır. Çalışmada uluslararası turizm geliri belirleyicileri arasında yer alan gelir, turistik mal ve hizmetlerin fiyatı, döviz kuru, makroekonomik değişkenleri ve politik istikrar değişkenleri panel veri analizi yöntemi ile test edilmiştir. Modelde kullanılan tüm değişkenlerin turizm gelirin'e katkı sağladığı ancak Kişibaşına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla, reel döviz kuru değişkenlerinin Turizm gelirinin belirleyicileri arasında önemli bir yere sahip olduğu elde edilen bulgular arasındadır.

Anahtar kelimeler: *Turizm Geliri, Panel Veri, Döviz Kuru, Türkiye Turizm Talebi*

GİRİŞ

Dünya yirminci yüzyılın son çeyreğine kadar kabul gören kapalı ekonomileri yok eden yeni bir oluşumu, küreselleşmeyi konuşmaktadır. Sınırları yok sayan ve kaynakların sınır gözetilmeksizin tüketilmesinin yolunu açan bu kavram, kendisine sırtını dönen ülke ekonomilerine daha da acımasız davranmaktadır. Bilginin sınır tanımadan paylaşımına da olanak sağlayan küreselleşme, yolunu açtığı bu olumlu gelişmeye rağmen ekonomisi zayıf ülkelere, gelişmiş ülkeler karşısında çok az rekabet şansı vermektedir. Dünya geneline yavaş yavaş hâkim olan küresel ekonomi bir ülkede yaşanan ekonomik krizin tüm dünyada az veya çok hissedilmesine de yol açmaktadır (Aktaş, 2005).

Küreselleşme ile birlikte gelişmiş ya da gelişmekte olsun dünya genelindeki birçok ülke için turizm, önemli bir ekonomik faaliyet olarak kabul edilmektedir. Turizmin ekonomik önemi ve bu açıdan ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğu 20. yüzyılın ortalarında anlaşılmış ve 1950'lere kadar kalkınma, büyüme ve zenginlik için yapılan küresel araştırmalarda turizm sektörü genellikle göz ardı edilmiştir. II. Dünya Savaşı'nın bitimi ile beraber, turizm hareketleri özellikle gelişmiş ülkeler olan; batı toplumlarında gelişmeye başlamıştır. 1960'lı yıllardan sonra ise, turizm ekonomik öneminin zamanla anlaşılmasıyla birlikte, en hızlı gelişen sektörlerden biri durumuna gelmiştir.

Dünya turizm sektörüne ait temel göstergelere göre 2012 yılında turizm, dünya GSYH' sının %9'unu oluşturmaktadır. Bir ülkeyi ziyaret eden her bir turist o ülkede 11 farklı iş koluna girdi sağlamaktadır. Diğer taraftan turizm sektörü dünya çapında 1,3 trilyon dolar ihracat hacmi meydana getirmekte olup dünya ihracatının %6'sı turistik mal ve

hizmetlerden oluşmaktadır. 1 milyar civarında bulunan turist sayısının ise 2030 yılında 1,8 milyara ulaşması öngörülmektedir. 2030 yılına kadar turizm sektöründe gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere göre iki kat daha hızlı büyüyeceği tahmin edilmektedir. Ayrıca, 2030 yılına kadar kültür turizminin, uluslararası turizmden daha fazla büyüme kaydedeceği tahmin edilmektedir (UNWTO, 2013).

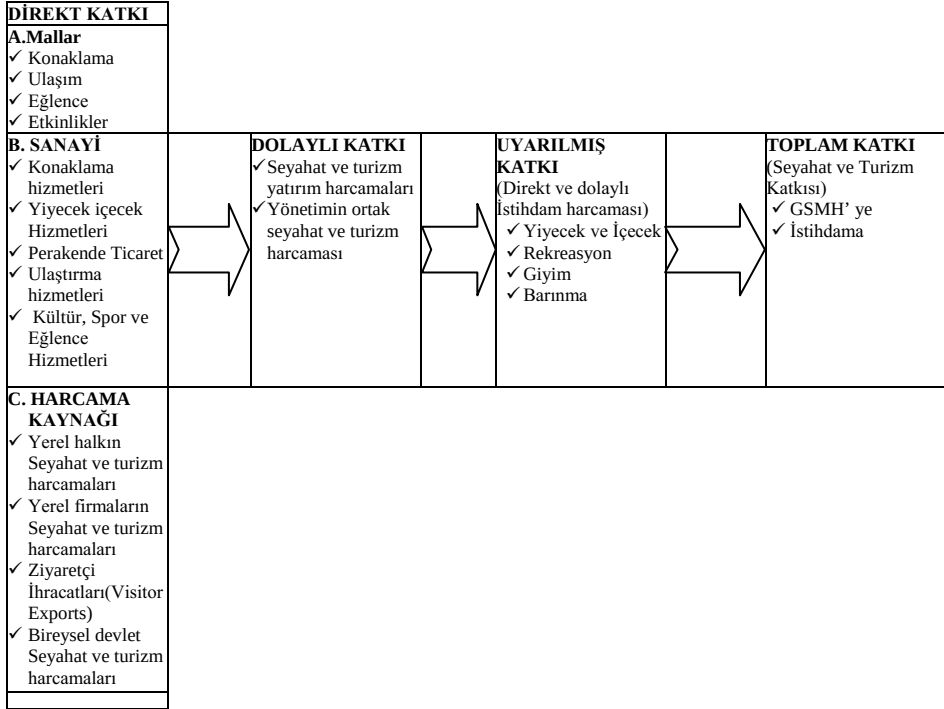
Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türk turizm sektörünün de ekonomik kalkınmanın arkasındaki en önemli itici güçlerden biri olduğu söylenebilir. Turizm gelirleri Türkiye ve diğer ülke ekonomileri için önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Bu geliri artıran da turizm talebi, yani ülkeye gelen turist sayısıdır. Ancak yıllar itibari ile Türkiye'ye gelen turist sayısı artarken turizmden elde edilen gelir aynı oranda artmamakta hatta bazı dönemlerde düşüş göstermektedir. Diğer turizm ülkeleri ve Türkiye, turizm talebini artırmak dolayısıyla turizm gelirini artırmak için büyük bir rekabetin içine girmişlerdir. Bu yüzden Türkiye turizm gelirlerinde yaşanan dalgalanmanın analiz edilmesi politika yapımcılar ve sektör açısından önemli bilgiler sunmaktadır. Bu çalışmada "Türkiye'de turizm gelirinin belirleyenleri nelerdir, bu belirleyicilerin politika yapımcılar açısından dikkate alınması gereken yönleri nelerdir?" gibi sorulara cevap aranmaktadır.

Giriş bölümünden sonra ikinci bölümde, uluslararası turizm hareketleri ve Türkiye'de turizm sektörünün gelişimi ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, konu ile ilgili literatür incelemesi yapılmıştır. Dördüncü bölümde, kullanılan veriler ve yöntem açıklanmıştır. Beşinci bölümde ise ekonometrik analiz sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

TURİZMİN ÜLKE EKONOMİLERİ İÇİN ÖNEMİ

Turizm harcamalarının ekonomi üzerinde meydana getirdiği etki; direkt ve ikincil etki (dolaylı etki ve uyarılmış etki) olarak ikiye ayrılmaktadır. Turizm sektöründe meydana gelen gelir ve harcama artışı (direkt etki), dolaylı etki ve uyarılmış etki kanalıyla ülkede GSYH ve istihdam artışına yol açmaktadır (WorldTravel&TourismCouncil, 2013; Erkan vd., 2013).

Şekil 1: Turizmin Ekonomik Etkileri



Kaynak: UNWTO(2013).

Uluslararası turizm, ekonomik anlamda döviz kazandırıcı özelliği ile tüm ülkeleri etkilemekte ve ilgilendirmektedir. Nitekim turizm, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede; istihdama, gelir düzeyine, dış-ıç borç yükünün hafiflemesine, ödemeler dengesine ve sonuçta ülke insanının refah düzeyinin yükselmesine önemli ölçüde katkılar sağlamaktadır (Marcouiller vd., 2004; Bahar ve Kozak, 2012). Turizm, özellikle gelişen ülkelerin ekonomilerini çok daha fazla etkilemektedir. Çünkü ekonomik gelişme ve kalkınma düzeyi ile doğrudan bağlantılı olan turizm, ekonomisi yaygın olmayan ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağı konumundadır. Sonuç olarak, bir ülkede turizmin gelişmesiyle birlikte; döviz sıkıntısı hafiflemekte, ülke içi firmaların dışarıdaki rakipleri ile rekabet gücü ve sonuçta verimliliği artmakta, ölçek ekonomilerinden yararlanılmakta, dış ticaret dengesine pozitif yönde etki edilmekte, istihdam artırılmakta ve bir bütün olarak ulusal gelirde artışa yol açarak ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkiye yol açabilecektir.

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ

Turizm, dünyada en büyük ve hızlı büyüyen sektörlerden birisi haline gelmiştir. Dünyadaki turist sayısı ve turizmden elde edilen gelirler incelendiğinde, istikrarlı bir artış söz konusudur. Bununla birlikte, turist sayısı ile turizm gelirleri arasında dengeli bir artış

meydana gelmiştir.(UNWTO, 2013,s. 3). Dünya çapında turizme verilen önemin artmasının sonucu olarak ortaya çıkan pozitif görünüm Türk turizm sektörü üzerinde de etkisini göstermiştir. Türkiye'ye gelen turist sayıları ve turizmden elde edilen gelirler artış göstermiştir. 2011 yılı verileri analiz edildiğinde, Türkiye, dünyada en fazla turist çeken 6. ülke konumuna gelmiştir (UNWTO, 2012,s. 6-7).

Şekil 2:Türkiye'nin Avrupa ve Dünya Turizminde ki Payı



Kaynak: Erkan vd. (2013: 8).

Şekil 2'de görüleceği üzere, Türkiye'ye gelen turist sayısının gerek dünyadaki, gerekse Avrupa'daki payı artmasına rağmen, turizm gelirlerinin payında azalış meydana gelmektedir. Bu durum, Türkiye'ye gelen turist profilinin düşüklüğünü ve turizmden sağlanan katma değer yetersizliğini ifade etmektedir. Tablo 2 incelendiğinde turizm geliri ile turist sayısı arasındaki rakamlar incelendiğinde yıllar itibarı ile turist sayısı artarken turizmden elde edilen gelir miktarı aynı sayısal büyüklükte artmamaktadır.

Tablo 1: Uluslararası Turizme Katılan Kişi Sayısı ve Turizm Gelirleri

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Artış Oranı	Turizm Gelirleri (Milyar\$)	Artış Oranı
1950	25.3	-	2.1	-
1960	69.3	173,9	6.8	223,8
1970	165.8	139,2	17.9	163,2
1980	286.5	73	105.4	588,8
1990	455.9	159,1	264.1	250,5
2000	687.3	6,8	473.4	4
2001	684.1	-0,5	459.5	-2,9
2002	702.6	2,7	474.2	3,2
2003	691	-1,5	525	10,7
2004	763	10,7	622	18,4
2005	802	5.1	680	9.3
2006	847	5.6	745	9.5
2007	901	6.4	858	15.1
2008	919	2.0	941	10.1
2009	892	-2.9	852	-9.4
2010	949	6.4	930	8.7
2011	995	4.8	1.042	12
2012	1.035	4	1.075	3.1

Kaynak: UNWTO (2013).

Tablo 2: Türkiye’de Turizm Geliri, Turist Sayısı, Ortalama Harcama Miktarları

YILLAR	TURİZM GELİRİ (1000 \$)	ZİYARETÇİ SAYISI	ORTALAMA HARCAMA (\$)
2003	13 854 866	16 302 053	850
2004	17 076 606	20 262 640	843
2005	20 322 112	24 124 501	842
2006	18 593 951	23 148 669	803
2007	20 942 500	27 214 988	770
2008	25 415 067	30 979 979	820
2009	25 064 482	32 006 149	783
2010	24 930 997	33 027 943	755
2011	28 115 692	36 151 328	778
2012	29 007 003	36 463 921	795
2013	32 310 424	39 226 226	824

Kaynak: TURSAB (2013).

Türkiye de 1960’dan bu yana gelen turist sayısı incelendiğinde yıllar itibari ile sürekli bir artış trendi içinde olduğu sonucuna varılmaktadır. 1960 yılında 124 bin olan gelen turist sayısı 2013 yılında 39,2 milyon kişiye ulaşmıştır. Türkiye’ye gelen turistlerin turizm gelirleri açısından katkıları değerlendirildiğinde ise 1970’lerde 52 milyon dolar olan turizm gelirinin 2013 yılına gelindiğinde 32,3 milyar dolar olduğu görülmektedir. Tablo 2’de gelen turist profili açısından karşılaştırmalı bir analiz yapıldığında gelen turistin az para harcayan ve gelir düzeyi düşük ülkelerden gelen turistler olduğu sonucuna varılabilir(Çoban ve Özcan, 2013, s. 246).

Tablo 3: Uluslararası Turist Sayısı (2012)

		Milyon		Değişim (%)	
		2011	2012*	11/10	12*/11
1	Fransa	81.6	83.0	5,0	1,8
2	ABD	62.7	67.0	4,9	6,8
3	Çin	57.6	57.7	3,4	0,3
4	İspanya	56.2	57.7	6,6	2,7
5	İtalya	46.1	46.4	5,7	0,5
6	Türkiye	34.7	35.7	10,5	3,0
7	Almanya	28.4	30.4	5,5	7,3
8	İngiltere	29.3	29.3	3,6	-0,1
9	Rusya	22.7	25.7	11,9	13,4
10	Malezya	24.7	25.0	0,6	1,3

Kaynak: UNWTO (2013).

Tablo 3, 2011-2012 yılında dünyada en fazla turist kabul eden elde eden ülkeleri göstermektedir. Tablodan da anlaşılacağı üzere, Fransa 83 milyon turist ile dünyada en fazla turist çeken ülke konumundadır. Fransa’yı 67 milyon turist ile ABD ve 57,7 milyon turist ile Çin takip etmektedir. Türkiye’nin ise 35.7 milyon turist ile 6. sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo 4: Türkiye’de Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Göstergeleri (2012)

Seyahat ve Turizm Rekabet Gücü Endeksi	Sıralama	Seyahat ve Turizm Rekabet Gücü Endeksi	Sıralama
Politika kuralları ve düzenlemeler	34	Turizm altyapısı	45
Çevresel sürdürülebilirlik	95	İnternet altyapısı	71
Güvenlik	79	Fiyat rekabet gücü	112
Sağlık ve hijyen	64	İnsan kaynakları	68
Seyahat ve turizm önceliği	63	Seyahat ve turizm çekiciliği	35
Hava ulaşım altyapısı	29	Doğal kaynaklar	78
Yer ulaşım altyapısı	52	Kültürel kaynaklar	19
GENEL		46	

Kaynak: Blanke ve Chiesa, 2013; Erkan vd. (2013).

Türkiye’de turizm sektörünün uluslararası rekabet gücü incelendiğinde, fiili durumun potansiyeli yansıtmadığı görülmektedir (Blanke veChiesa, 2013; Erkan vd., 2013, s.9). Zira dünyada en fazla turist çeken 6. ülke konumunda olan Türkiye, rekabet gücü endeksinde 46. sıradadır (Tablo-4). Özellikle turizm sektöründe fiyat rekabetinde yüksek oranda dezavantajın olması, turist sayısındaki artışa oranla katma değerde ortaya çıkan artışın daha düşük gerçekleşmesine yol açmaktadır.

TURİZM TALEBİ LİTERATÜR İNCELEMESİ

Genel olarak turizm talebinin belirleyicilerine ilişkin analizler aşağıdaki Tablo 5 de sunulmaktadır. Tablo 5 incelendiğinde tek bir ülkeye yönelik turizm talebi ile ilgili literatür taraması görülmektedir. Literatür taraması kullanılan örneklem, çalışmanın kimler tarafından yapıldığı, hangi yıllara ait veri setini kullanıldığı, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin neler olduğu, kullanılan ekonometrik yöntemin ne olduğu ve hipoteze ilişkin bulgular yer almaktadır.

DATA

Çalışmanın bu bölümünde turizm geliri üzerinde etkili olan makro ekonomik değişkenlerin neler olduğu hakkındaki öngörülerini açıklamaya yönelik ifadeleri ortaya koymaktadır. Bu öngörülerin ampirik olarak test edilmesi turizm politikası belirlenmesi, var olanların geliştirilmesi ve uygulanması noktasında önem taşımaktadır. Ayrıca teorik bir modelin savunduğu hipotezleri ampirik analizinden elde edilen bulguların değişik ekonomik yapılara sahip ülke ve hatta ülke gruplarında farklılık göstermesi mümkündür.

Bu çalışma makro iktisadi değişkenlerin turizm geliri üzerindeki etkilerini panel veri yöntemleri kullanarak analiz edecektir. Sonuç olarak böyle bir çalışma, hem uygulamalı literatürdeki bir eksikliği ortadan kaldıracak hem de turizm literatüründe daha önce kullanılmayan bazı ileri panel veri analizi yöntemleri (İkinci nesil testler) uygulayan ilk çalışma olma özelliğini taşımaktadır.

Türkiye'ye yönelik turizm gelirinin belirleyicileri analiz edilirken teorik çerçeve ile uyumlu ve literatürdeki ilgili çalışmalardan da faydalanılarak geliştirilen Eşitlik (1) turizm talep modeli fonksiyonu esas alınmıştır.

$$TG = f(CPI, GDP, RDK, PST) \quad (1)$$

burada

TG: Turizm Gelirini,
GD: Kişi Başı Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (KBGSYH),
CPI: Fiyatlar Genel Düzeyini,
RDK: Reel Döviz Kurunu,
PST: Politik İstikrar İndeksini göstermektedir.

Bu modelin logaritmik hale dönüştürülmesi hem modelin ampirik olarak tahminini hem de açıklayıcı değişkenlere ait esnekliklerin elde edilmesini sağlamaktadır.

Modelin logaritmik panel veri formu aşağıdaki eşitlik (1)'de tanımlandığı gibi yazılabilir:

$$\ln TR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln CPI_{it} + \alpha_2 \ln GDP_{it} + \alpha_3 \ln RDK_{it} + \alpha_4 PST_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Burada $i = 1, \dots, N$ yatay kesit sayısını ve $t = 1, \dots, T$ zaman boyutunu göstermektedir.

Eşitlik (2)'de yer alan bağımsız değişkenlerin teorik olarak beklenen etkileri aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

- Fiyatlar genel düzeyindeki (CPI) artışın Türkiye'ye olan turizm talebini (TR) azaltacağı beklenmektedir. Buradaki CPI değişkeni iki ülke arasında ki fiyatlar oranını ifade etmektedir. Analizde kullanılan göreceli fiyat düzeyi, fiyat değişkenini yansıtmaktadır. Ekonomik teori turizm talebi ile fiyat düzeyi arasında negatif bir ilişki olduğunu söylemektedir (Lim, 1997; Munoz, 2006, 2007; Surugiu, 2011).
- Gelirde meydana gelen bir artış (GDP) Türkiye'ye yönelik turizm gelirini (TR) artıracaktır.
- Reel döviz kurundaki (RDK) artış turizm gelirini artıracaktır. Ulusal paranın yabancı paralar karşısında değer kazanmasını ifade ettiğinden dolayı turizm geliri üzerinde pozitif bir etki beklenmektedir.
- Politik istikrar indeksinde (PST) yükselmenin turizm geliri üzerinde pozitif bir etki ortaya çıkaracağı beklenmektedir.

Modelde örneklem ve ülke seçimi konusunda Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk 20 ülke (Almanya, Rusya, İngiltere, Bulgaristan, Hollanda, Gürcistan, Fransa, ABD, İtalya, Belçika, Ukrayna, Yunanistan, İsveç, Avusturya, Polonya, Norveç, Danimarka, Romanya, İsviçre, İspanya) ele alınmıştır. Ancak örneklem içerisindeki bir ülke (Azerbaycan) veri seti olmadığı için analizden çıkarılmıştır. Bu veri setinin ayrımı, Türkiye'ye ulaşan turist

sayısı baz alınarak grup oluşturulmuştur. Gruplamalar 2011 yılındaki veriler baz alınarak oluşturulmuştur.

Model tahminlerinde 1995-2011 döneminde ait yıllık veriler kullanılmış ve belirlenen değişkenlere ilişkin veriler çalışmaya dâhil edilmiştir.

Tablo5: Turizm Talebi ve Geliri Literatür

Yazar	Örneklem	Veri Seti	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	Araştırma Tekniği ve Yöntem
Modeste (1995)	4 Karayip ülkesi	1981-1992 ve 1975-1992	Turizm çıktısındaki kişi başına büyüme	KBGSYH'da kişi başına büyüme oranları	EKK (kukla değişkenli)
Rodriguez ve ark. (1999)	En çok turist gönderen 11 Avrupa ülkesi	1979-1997	Turist sayısının bir dönem gecikmesi, RGSYH, Reel petrol fiyatları, döviz kuru, hükümet turizm harcamaları, enflasyon	Turist sayısı	Panel veri analizi dinamik
Naude ve Saayman (2005)	Afrika için 43 ülke	1996–2000	İnternet kullanıcı sayısı, politik istikrar indeksi, soğuk gün sayısı, kişi başı düşen telefon hattı, sıtma yaygınlığı, Afrika'dan gelen turist sayısı, Amerika'dan gelen turist sayısı, Avrupa'dan gelen turist sayısı, boş oda sayısı, ölüm oranları, KBGSYH, yaşam beklentisi, şehirleşme oranı, ortalama otel odası fiyatı, düzeltilmiş CPI	Gelen turist sayısı	Yatay kesit analizi ve panel veri analizi
Proenca ve Soukiazis,(2005)	Portekiz'e en çok turist gönderen 4 ülke	1977–2001	Gönderen ülkenin RKBGSYH, gönderen ve destinasyon ülke arasındaki fiyat ilişkisi, destinasyon ülkenin konaklama kapasitesi, hükümet yatırımları oranı, kukla 86 entegrasyonu	Turizm harcamaları oranı	Panel veri analizi OLS, LSDV, GLS
Munoz (2006)	Kanarya adalarına en çok turist gönderen 15 ülke	1992–2002	Fiyatlardan oluşan indeks, Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, ham petrol fiyatı verisi, KBGSYH, kukla değişken.	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM-DIFF.
Jimenez (2006)	İspanya ve İtalya	1990—2000	Yatırım oranı büyüme oranı, beşeri sermaye ve hükümet harcamaları	Kişi başına düşen GSYİH	Dinamik panel veri analizi
Garin-munoz ve Montero-martin (2007)	Baleric adaları	1991-2003	Fiyatlardan oluşan indeks, Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, ham petrol fiyatı verisi, KBGSYH, kukla değişken.	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM-DIFF.
Aslan, Kaplan ve Kula (2008)	Türkiye'ye en fazla Turist gönderen ilk 9 ülke	1995-2004	Gönderen ülkenin KBGSYH, iki ülkenin fiyat ilişkisi, barınma (Yatak sayısı), hükümet yatırımları oranı, kukla değişken(Marmara depremi, 11 Eylül)	Turizm harcamaları oranı	Panel veri analizi GMM-DIFF
Seeteram (2010)	Avustralya için 15 ülke	1989,1997, 2001, 2002, 2003.	Kısa dönem gelen turist sayısını gecikmesi, gelir, fiyat, göç, ulaşım maliyetleri, alternatif destinasyonun fiyatı, kukla değişken.	Kısa dönem gelen turist sayısı	Dinamik panel veri

Walle (2010)	Etiyopya için 40 ülke	1998 -2004	Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, Gönderen ülkenin KBGSYH, iki ülke arasındaki döviz kuru, uzaklık, enflasyon, gönderen ülkenin nüfusu, kentleşme, karayolu uzunluğu ve internet kullanımı, kukla değişken	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM
Eita ve ark. (2011)	Güney Afrika için 27 seçilmiş ülke	1999- 2007	Ülke geliri, fiyat, döviz kuru, ulaştırma maliyetleri, ev sahibi ülke alt yapı, gönderici ülke alt yapısı	Gelen Turist sayısı	Panel veri analizi
İbrahim (2011)	Afrika için 8 ülke	1990–2008	Nüfus, RKBGSYH, enflasyon, turistlerin mısırda yaşam maliyeti, iki ülke arasındaki ticaret, Tunus'un CPI	Toplam Turist sayısı	Panel veri analizi, SUR
Surugiu Lertão (2011)	Romanya için 23 Avrupa ülkesi	1997–2008	GSYİH, dış ticaret, nüfus, iki ülke arasında ki mesafe, fiyat	Yabancı Turist sayısı	Panel veri analizi Tobit model
Ekanayake (2012)	Amerika için 50 ülke	1986–2011	KBGSYH, turizm fiyatları, reel döviz kuru, seyahat maliyetleri, vize işlemleri kukla değişkeni	Ziyaretçi sayısı	Panel eş bütünleşme testi
Bonham ve ark. (2013)	Hawaii için Amerika kıtası	1993Q1-2012Q2	Gönderen ülkenin gelir seviyesi, gönderen ülkenin mal ve hizmet fiyatı, destinasyon ülkenin mal ve hizmet fiyatı, rakip ülkenin mal ve hizmet fiyatı,	Turizm talebi	Panel veri analizi, FMOLS
Maloney ve Rojas (2013)	Karayıp için 8 ülke	1990–2002,	Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, reel döviz kuru, gönderen ülkenin KBGSYH,	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM
Webb, Chotithamwattana ve ark. (2013)	Tayland için 10 ülke	1995- 2011	Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, Gönderen ülkenin KBGSYH, borsa indeksi, iki ülke arasındaki döviz kuru, kaynak ve hedef ülke arasında ki enflasyon oranı, ulaşım maliyetleri, mevsimsel kuklası, kuklalar SARS, pol. istikrar.	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi

Çalışmada kullanılan tahminçiler ve tahminçilere ait kodlar E-views8.0 ve Gauss 10.0 ekonometri ve istatistik programlarının sürümleri kullanılarak çalıştırılmıştır.

Tablo 6: Değişkenlerin Açıklanması

Değişken Simgesi	Açıklaması	Kaynağı	Dönemi
TR	Turizm Geliri (US Dolar)	Dünya Bankası (WDI) ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)	1995–2011
CPI	Fiyatlar Genel Düzeyi	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011
GDP	Kişi Başı Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (KBGSYH)	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011
RDK	Reel Döviz Kuru	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011
BN	Yatak Sayısı	Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)	1995–2011
PST	Politik İstikrar İndeksi	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011

Analizlerde kullanılacak değişkenler belirlenirken, literatürde yaygın olarak kullanılan tanımları dikkate alınmıştır. Modellerde yer alan değişkenlerin tanımları ve bunların veri kaynakları Tablo 6'daki gibidir.

AMPİRİK BULGULAR

Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Tablo 7: Panel Birim Kök

		Seviye (Level)				Birinci Fark (First Difference)			
		Sabit				Sabit			
		İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
lnCPI	LLC	1,23	0,892	-7,86	0,000	-15,13	0,000	-12,19	0,000
	IPS	1,65	0,951	-5,83	0,000	-13,90	0,000	-9,82	0,000
	Hadri	7,26	0,000	4,18	0,000	1,51	0,065	0,67	0,248
	CADF	-1.75		-2.079		-2.419		-2.501	
lnGDP	LLC	-3,94	0,000	8,40	1,000	-5,91	0,000	-6,64	0,000
	IPS	-0,92	0,177	3,21	0,999	-3,57	0,000	-3,23	0,000
	Hadri	13,08	0,000	6,49	0,000	2,24	0,012	2,57	0,005
	CADF	-2.305*		-2.334		-1.807		-2.279	
lnPST	LLC	-1,75	0,039	3,90	1,000	-8,71	0,000	-6,76	0,000
	IPS	-1,47	0,070	0,10	0,543	-4,70	0,000	-2,69	0,003
	Hadri	6,90	0,000	4,79	0,000	-0,83	0,797	0,71	0,236
	CADF	-1.978		-2.578		-2.875***		-2.995**	
lnRDK	LLC	1,002	0,842	3,91	1,000	-8,96	0,000	-4,82	0,000
	IPS	0,405	0,657	-0,37	0,353	-9,00	0,000	-6,36	0,000
	Hadri	6,17	0,000	5,56	0,000	0,87	0,191	2,19	0,014
	CADF	-6.93***		-3.203**		-9.25***		-2.767*	
lnTR	LLC	-0.80	0.209	-2.79	0.002	-9.01	0.000	-8.08	0.000
	IPS	2.81	0.997	-1.32	0.092	-7.34	0.000	-5.49	0.000
	Hadri	7.20	0.000	3.41	0.000	-0.55	0.709	0.61	0.268
	CADF	-2.417**		-3.346***		-4.78***		-7.51***	

Note: CADF istatistik değerleri kritik değerleri %1 için sabit için -2,66, Sabit ve trend -3,24; %5 'de sabit için -2,37, Sabit ve trend için -2,93 ; %10 sabit için -2,22, sabit ve trend -2,76 olarak kabul edilmiştir.

Tablo 7’de birimkök test sonuçları görülmektedir. Modeldeki değişkenler 4 farklı birim kök tahmincisi ile test edilmiştir. Kullanılan tahminciler yapısal kırılmaları dikkate almayan birinci nesil birim kök testleridir. Birimkök sonuçlarına göre değişkenlerin seviyede durağan olmadığı ancak birinci farklarında durağan hale geldiği görülmektedir.

Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Tablo 8: Panel Eşbütünleşme Testi

		Sabit		Sabit ve Trend	
		İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
<u>Pedroni (1999)</u>	Panel-v	0.051773	0.4794	-1.937327	0.9736
	Panel-rho	-0.009797	0.4961	1.549891	0.9394
	Panel-pp	-5.346555	0.0000	-4.353607	0.0000
	Panel-adf	-5.361439	0.0000	-4.397978	0.0000
	Grup-rho	4.329682	1.0000	5.645023	1.0000
	Grup-pp	0.852985	0.8032	-0.447082	0.3274
	Grup -adf	-0.894241	0.1856	-3.072499	0.0011
<u>Westerlund and Edgerton (2007)</u>	LM_N^+	11.412	0.998 ^b	24.993	0.993 ^b
			0.000 ^a		0.000 ^a

Pedroni (1999) testlerinde gecikme sayısı 2, Westerlund ve Edgerton (2007) testleri için rapor edilen olasılık değerleri 1.000 tekrarlı bootstrap dağılımdan elde edilmiştir.

b: “bootstrap dağılım olasılık” değerlerini ifade eder.

a: asimptotik dağılım olasılık değerini ifade eder.

Tablo 8 panel eşbütünleşme testi sonuçlarını göstermektedir. Tablo 8’de yer alan Pedroni (1999) testlerinin çoğu Türkiye’ye en çok turist gönderen ilk 20 ülke açısından Türkiye turizm gelirinin açıklayıcı değişkenler ile eşbütünleşik bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Tablo 8’de yer alan test sonuçları paneli oluşturan yatay kesitler arasındaki bağımlılığı dikkate almamaktadır.

Pedroni testlerinden elde edilen eşbütünleşme ilişkisinin varlığı yönündeki bulguların güvenilirliği açısından; Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından geliştirilen panel eşbütünleşme testleri de yapılmış ve sonuçlar Tablo 8’de rapor edilmiştir. Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından önerildiği gibi, yatay kesit bağımlılığını dikkate almak için “bootstrap” dağılımından elde edilen olasılık değerleri elde edilmiş ve çizelgede gösterilmiştir. Buna göre, ele alınan panel veri seti için “eşbütünleşme vardır” sıfır hipotezi kabul edilmekte ve eşbütünleşme olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Pedroni (1999) ve Westerlund ve Edgerton (2007) testleri panel eşbütünleşme test istatistiklerine ait sonuçlar birbirini tutarlı bir şekilde doğrulamaktadır. Pedroni (1999) sıfır hipotezi “eşbütünleşme yoktur” şeklinde iken; Westerlund; Edgerton (2007) testi sonuçların güvenilirliği açısından sıfır hipotezi “eşbütünleşme vardır” biçiminde uygulanmıştır. Yukarıda ki Tablodaki sunulan sonuçlar, en çok turist gönderen ilk 20 ülkenin Türkiye’ye yönelik turizm gelirini ifade eden $\ln TR$ bağımlı değişkeni ile $\ln CPI$, $\ln GDP$, $\ln RDK$, $\ln PST$ açıklayıcı değişkenleri arasında uzun dönemli ilişkilerin var olduğunu ortaya koymaktadır.

Panel Eşbütünleşme İlişkisi Sonuçları

Tablo 9. Panel Eşbütünleşme İlişkisi

	DOLS			FMOLS		
	Katsayı	t-stat.	Prob.	Katsayı	t-stat.	Prob.
$\ln CPI$	-0.122988	-2.359656	0.0202	-0.298691	-2.875416	0.0043
$\ln GDP$	2.836921	12.34564	0.0000	3.861819	7.325405	0.0000
$\ln RDK$	-0.302182	-1.399552	0.1647	1.706052	4.949929	0.0000
$\ln PST$	0.453677	1.717921	0.0889	-2.132900	-2.724068	0.0068

Elde edilen bulgulara göre, katsayılar ve t-istatistik değerleri modelin doğruluğunu kanıtlamaktadır. Her iki tahminciye göre de (DOLS ve FMOLS) sonuçlar bir biri ile tutarlılık göstermektedir. Hem katsayıların yönü hem de anlamlılıkları açısından elde edilen bulguları değerlendirmek gerekirse üç modelde de değerler birbiriyle paralel şekilde hareket etmektedir. t-istatistik değerlerine göre modelde kullanılan tüm açıklayıcı değişkenlerin model açısından önemli ve anlamlı olduğu sonucuna varılmaktadır. Özellikle FMOLS tahminci sonuçları istatistiksel olarak çok güçlü kanıtlar ortaya koymaktadır. Test edilen modelin katsayılarının %1 anlam seviyesinde tamamının anlamlı olduğu

görülmektedir. DOLS tahmincisi bulguları ise *lnRDK* değişkeninin istatistikî olarak anlamsız olduğunu ifade etmesine rağmen değişkenlerin modele etki yönleri itibariyle teoriyi desteklemektedir. Modeldeki diğer değişkenler ise güçlü bir şekilde (%1 ve %5 % 10 anlamlılık düzeyinde) modele katkı sağlamaktadır.

DOLS tahmincisi bulgularından Kişibaşına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla(*lnGDP*) ve fiyat ilişkisinin gösteren (*lnCPI*) değişkenleri modeldeki en anlamlı değişken olmalarının yanı sıra katsayılarının modele olan etkisi de teori ile uyumludur. Gelir (*lnGDP*)değişkeninin turizm gelirini % 2.83 düzeyinde, pozitif yönlü etkilediği sonucuna varılmaktadır. Elde edilen bu bulgu örneklem ülkelerdeki turist olma potansiyeline sahip bireylerin gelirlerinde meydana gelen %1’lik bir artışın Türkiye’ye olan turizm talebini %2.83 oranında artırdığı sonucunu vermektedir.

Reel döviz kuru (*lnRDK*) değişkenine bakıldığında ise modelde istatistiki geçerliliğe sahip olmadığı görülmektedir. Reel döviz kuru değişkeni modelde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir. Ancak elde edilen bu sonuç modelde döviz kurunun turizm gelirleri üzerinde modelin ve teorinin tam tersi bir ilişkiyi göstermektedir.

FMOLS tahmincisi sonuçlarına bakıldığında elde edilen bulguların anlamlılıkları %1 seviyesinde tutarlıdır. Modeldeki değişkenler tek tek değerlendirildiğinde ise en güçlü etkiye sahip olan değişkenlerin *lnGDP* ve *lnRDK* olduğu sonucuna varılmaktadır. Turizm geliri, Kişibaşına Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla(*lnGDP*)meydana gelen olumlu bir değişimden %7.32’lik artış sağlamaktadır. Diğer taraftan döviz kurunda meydana gelen % 1’lik bir değişimden ise %4.94’lük bir artış ortaya çıkmaktadır. Burada döviz kurunda meydana gelen bir artış turist gönderen ülkenin parasının yabancı bir para birimi karşısında değer kazandığını ifade etmektedir. Ülke parasının uluslararası bir para birimi karşısında değer kazanması, o ülkenin parasının diğer ülkelerdeki satın alma gücünü artıracaktır. Buda görece olarak daha ucuz olan ülkedeki turistik mal ve hizmetlere olan talebi artıracaktır.

Son olarak turizm gelirinin makro ekonomik belirleyicilerinden politik istikrar (*lnPST*) parametresinin sonuçlarına göre turist gönderen ülkelerde politik istikrarda meydana gelen bir artış (iyileşme) Türkiye’nin turizm gelirinde %2.13’lük azalışa neden olmaktadır. Busonuç teorik çerçeve ile uyumlu değildir ancak istatistikî olarak model olumlu katkı vermektedir.

SONUÇ

Dünya turizmi, geçtiğimiz yüzyılda turizmde süreklilik gösteren bir genişleme ve çeşitlenmeyi tecrübe etmiş, dünyanın en geniş ve en hızlı büyüyen sektörü haline gelmiştir. Avrupa ve Kuzey Amerika’nın geleneksel favorileri dışında çok sayıda destinasyon ortaya çıkmıştır. Dünya turizminde açılan her yeni destinasyon ve turizme yapılan yatırımlar sosyo-ekonomik gelişmedeki temel etkileri aracılığı ile ihracat gelirlerinde, girişimcilik ve iş imkânında ve altyapı gelişiminde önemli değişimlere neden olmaktadır. Türkiye’de de ekonomik büyüme oranının ve istihdamın artmasında, ödemeler bilançosun açıklarının ve

söz konusu açıkların ekonomi üzerinde oluşturduğu tehditlerin azaltılmasında turizm daha önemli bir sektör olarak dikkate alınmaya başlanmıştır.

Çalışmadan elde edilen ampirik bulgular kullanılan modelin doğru bir model olduğunu hem teorik hemde istatistiki olarak göstermektedir. Her iki tahminci sonuçlarında (DOLS ve FMOLS) fiyatlar genel düzeyi, Kişibaşına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla, reel döviz kuru ve politik istikrar endeksi değişkenlerinin Turizm gelirinin belirleyicileri arasında yer aldığını göstermektedir.

Türkiye'ye yönelik turizm Gelirini Kişibaşına Gayrisafi Yurtiçi Hâsılave döviz kuru değişkeninin etkileyen faktörler arasında ön plan çıktığı görülmektedir. Gelir düzeyinin, teorik olarak beklendiği gibi Türkiye'ye gelen turist sayısında dolayısıyla turizm talebinde önemli bir belirleyici olduğu sonucuna varılmaktadır.

Elde edilen bu bulgular, turizm talebinin fiyat esnekliğinin ve turizm talebinin gelir esnekliğinin politika yapım sürecinde dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Şayet döviz kurunun turizm gelirini belirleyen önemli bir faktör olarak ortaya çıkmasının temelinde döviz kurundaki değişimin turistin algılamış olduğu fiyatın değişmesi bulunmaktadır. Eğer turizm talebinin fiyat esnekliği yüksek ise, döviz kurundaki küçük bir nispi değişim turist sayısını daha çok değiştirecektir. Yine gelirin diğer temel belirleyici olması, Türkiye'de turizm talebinin gelir esnekliğinin yüksek olduğuna delil teşkil etmektedir. Dolayısıyla turistin gelirindeki küçük bir değişim turizm talebini daha büyük oranda değiştirecektir.

Türkiye'ye gelen turistin gelir seviyesi ile turizm geliri arasındaki ilişkinin güçlü olması gelir seviyesi yüksek turiste yönelik turizm arzının oluşturulmasının turizm talebini dolayısıyla da turizm gelirini arttıracak anlamına gelmektedir. Gelir düzeyinin, teorik olarak beklendiği gibi Türkiye'ye gelen turist sayısında dolayısıyla turizm gelirinde önemli bir belirleyici olduğu sonucu politika yapımcıların uluslararası ekonomik piyasaları takiplerini önemli hale getirmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, C. (2005). Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), 1515-174.
- Aslan, A. Kaplan, M. ve Kula, F. (2009). International Tourism Demand for Turkey: A Dynamic Panel Data Approach. *Research Journal of International Studies*, 9(65).
- Bahar O. ve Bozkurt K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), Güz, 255-265.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baltagi, H.B. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*. Third Edition, John Wiley & Sons Ltd.: West Sussex, England.

- Blanke, J. ve Chiesa, T. (2013). *The Travel and Tourism Competitiveness Report*. World Economic Forum.
- Bonham, C. S. Fuleky, P. ve Zhao, Q. (2013). Estimating Demand Elasticities in Non-Stationary Panels: The Case of Hawaii's Tourism Industry, The Economic Research Organization, *University of Hawai Working Paper* No. 2013-2.
- Çoban, O. Özcan, C. C. (2013). Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 243-261.
- Dristakis, N. (2004). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece Using Causality Analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- Dritsakis, N. (2012). Tourism Development And Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach, *Tourism Economics*, 18(4), 801-816.
- Durbarry, R. (2004). Tourism and Economic Growth: the Case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10, 389-401.
- Dünya Bankası İstatistikî Veri Tabanı (WDI), [<http://web.worldbank.org/website/external/datastats/html>.] (Erişim 04 Ocak 2013).
- Egeli, H. A. (1997). Türk Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Diğer Sektörlerle İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 12(2), 111.
- Eilat, Y. Ve Einav, L. (2004). Determinants of International Tourism: A Tree-Dimensional Panel Data Analysis. *Applied Economics*, 36, 1315-1327.
- Eita, J. H. Jordaan, A. C. Ve Jordaan, Y. (2011). An econometric analysis of the determinant impacting on businesses in the tourism industry. *African Journal of Business Management*, 5(3), 666-675.
- Ekanayake, E. M. Halkides, M. Ledgerwood, J. R. (2012). Inbound International Tourism to The United States: A Panel Data Analysis. *International Journal of Management And Marketing Research*, 5(3), 15-27.
- Emsen, Ö. S. ve Değer, K. (2004). Turizm Üzerine Terörizmin Etkileri: 1984-2001 Türkiye Deneyimi. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7.
- Erdoğan, H. (1996). Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm, *Uludağ Üniversitesi Yayını*, Çanakkale, 11-489.
- Erkan, B. Kara, O. ve Harbalıoğlu, M. (2013). Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi. *Türk Dünyası Kırgız-Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akademik Bakış Dergisi*, 39, Kasım- Aralık 2013.
- Eugenio-Martin, J.L. Moralis, N.M. ve Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. *Nota Di Lavoro* 26, 1-28.
- Evliyaoğlu, S. *Genel Turizm Bilgileri* (Yayımlanmamış Ders Notları), Ankara.
- Fayissa, B. Nsiah, C. ve Tadasse, B. (2008). The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa. *Tourism Economics*, 14 (4), 807-818.

- Gallego, M. S. Ledesma, F. ve Pérez-Rodríguez J. V. (2011). Tourism and trade in OECD countries. A dynamic heterogeneous panel data analysis. *Empirical Economics*, 41(2), 533-554.
- Garin Muñoz, T. (2007). German Demand for Tourism in Spain. *Tourism Management* 28, 12-22.
- Garin-Muñoz, T. ve Montero-Martín, L. F. (2007). Tourism in the Balearic Islands: A Dynamic Model for International Demand using Panel Data. *Tourism Management*, 28, 1224-1235.
- Garin-Munoz, T. (2005). Inbound international tourism to Canary Islands: A dynamic panel data model. *Tourism Management*, forthcoming. (Erişim 04 Ocak 2013).
- Gholipour, H. F. Tajaddini, R. ve Al-mulali, U. (2014). Does Personal Freedom Influence Outbound Tourism? *Tourism Management*, 41, 19-25.
- Goeldner, C. R. ve Ritchie, B. J. (2002). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley and Sons Inc., New Jersey, 383.
- Goeldner, C. R. Ve Ritchie, B. J. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Twelfth edition, John Wiley and Sons Inc., New Jersey.
- Im, K. S. Pesaran, M. H. And Shin, Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels. *Journal of Econometrics*, 115, (1), 53-74.
- İbrahim, M. A. M. A. (2011). The Determinants of International Tourism Demand for Egypt: Panel Data Evidence. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 30, 52-57.
- Kao, C. Ve Chiang, M.-H. (2000). On the Estimation and Inference of a Cointegrated Regression in Panel Data, *Nonstationary Panels, Panel Cointegration and Dynamic Panels*. 15, 179-222.
- Kozak, N, Kozak, M.A. ve Kozak, M. 2013. *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Detay Yayıncılık, 5. Baskı. Ankara.
- Lee, C.C ve Chang, C.P. (2008). Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels. *Tourism Management*, 29, 180-192.
- Levin, A. Lin, C.-F. Ve Chu, J. (2002). Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite Sample Properties. *Journal of Econometrics*, 108(1), 1-24.
- Lim, C. (1997). Review of International Tourism Demand Models. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 835-849.
- Maloney, W. F. Ve Rojas, G. V. M. (2013). How elastic are sea, sand and sun? Dynamic panel estimates of the demand for tourism. *Applied Economics Letters*, 12(5), 277-280.
- Marcouiller, D. W. Kim, K. K. Deller, S. C. (2004). Natural Amenities, Tourism and Income Distribution. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 1031-1050.
- Martin, J.L. Morales, N.M. ve Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. [<http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>] (Erişim 27 Nisan 2005).
- Massidda, C. ve Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33, 603-610.

- Mervar, A. ve Payne, J. E. (2007). An Analysis of Foreign Tourism demand for Croation Destinations: Long-Run Elasticity Estimates. Radni Materijali EIZ-a EIZ *Working Papers* EIZ-WP-0701.
- Munoz, T.G. (2006). Inbound International Tourism Demand to Canary Island: A Dynamic Panel Data Model. *Tourism Management*, 28(2): 281-291.
- Munoz, T.G. (2007). German Demand for Tourism in Spain. *Tourism Management*, 28(1): 12-22.
- Naude, A.W. and Saayman, A. (2005). Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis. *Tourism Economics*, 11(3), 365-391.
- Nazlıoğlu, Ş. ve Soytas, U. (2012). Oil price, agricultural commodity prices, and the dollar: A panel cointegration and causality analysis. *Energy Economics*, 34, 1098-1104.
- Nazlıoğlu, Ş. (2010). *Makro İktisat Politikalarının Tarım Sektörü Üzerindeki Etkileri: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Bir Karşılaştırma*, (Basılmamış Doktora Tezi) Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kayseri.
- Nazlıoğlu, Ş. Lebe, F. ve Kayhan, S. (2011). Nuclear Energy Consumption And Economic Growth In OECD Countries: Cross-Sectionally Dependent Heterogeneous Panel Causality Analysis. *Energy Policy*, 39, 6615-6621.
- Pedroni, P. (2000). Fully Modified OLS for Heterogeneous Cointegrated Panels, In: Baltagi, B.H. (Ed.), *Nonstationary Panels, Panel Cointegration and Dynamic Panels. Advances in Econometrics*, 15, 93-130.
- Pedroni, P. (2001). Purchasing Power Parity Tests in Cointegrated Panels. *Review of Economics and Statistics*, 83, 727-931.
- Pedroni, P. (2004). Panel Cointegration, Asymptotic and Finite Sample Properties of Pooled Time Series Tests with an Application to the Purchasing Power Parity Hypothesis. *Econometric Theory*, 20(3), 597-625.
- Pedroni, P. (1999). Critical Values for Cointegrating Tests in Heterogeneous Panels with Multiple Regressors. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61(1), 653-570.
- Pesaran, M. H. (2006). Estimation and Inference in Large Heterogeneous Panels with a Multifactor Error Structure. *Econometrica*, 74(4), 967-1012.
- Pesaran, M. H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross Section Dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22 (2), 265-312.
- Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. *Cambridge Working Papers in Economics*, No 435, University of Cambridge.
- Pesaran, M. H. Shin, Y. Smith R. P. (1999). Pooled Mean Group Estimation of Dynamic Heterogeneous Panels. *Journal of the American Statistical Association*, 94(446), 621-624.
- Phillips, P. C. B. ve Sul, D. (2003). Dynamic Panel Estimation and Homogeneity Testing Under Cross Section Dependence. *Econometrics Journal*, 6(1), 217-259.
- Proença, S. A. And Soukiazis, E. (2005). Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach. *Discussion Paper 29*, [www4.fe.uc.pt/ceue] (Erişim 04 Ocak 2013).

- Saray, O. ve Karagöz, K. (2010). Determinants of Tourist Inflows in Turkey: Evidence From Panel Gravity Model. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 33–46.
- Seeteram, N. (2010). A Dynamic Panel Data Analysis of the Immigration and Tourism Nexus. *Monash University Department of Economics, Discussion paper 39/10*.
- Škufljić, L. ve Štoković, I. (2013). Demand Function for Croatian Tourist Product: A Panel Data Approach. *Modern Economy*, 2, 49-53.
- Surugiu, C. Leita, N.C. ve Surugiu, M.R. (2011). A Panel Data Modelling of International Tourism Demand: Evidences for Romania. *Ekonomskastrazivanja*, 24(1): 134-145.
- TÜRSAB, (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği), [<http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>] (Erişim 30 Eylül 2013).
- UNWTO, (2012). *Tourism Highlights*. 2012 Edition, 1-16.
- UNWTO, (2013). *World Tourism Barometer*. Vol:11, April, 1-5.
- UNWTO, (United Nation World Tourism Organization) (2010). *Tourism Highlights*. Madrid, Spain.
- UNWTO, (United Nation World Tourism Organization) (2013). *Tourism Highlights* [http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf] (Erişim 15 Ağustos 2013).
- Walle, Y. M. (2010). Tourist Flows and Its Determinants in Ethiopia. *Ethiopian Development Research Institute EDRI Working Paper 01*.
- Webb, A. J. Ve Chotithamwattana, C. (2013). Who Visits Thailand and Why? An Econometric Model of Tourist Arrivals by Country of Origin. *8th Asian Business Research Conference April 2013*, Bangkok, Thailand.
- World Travel & Tourism Council, (2013). *World Travel & Tourism Economic Impact World*. 1-24.

KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETİ FAALİYETLERİ ALT SEKTÖRÜNÜN BANKA KREDİSİ KULLANIM DÜZEYİNİN ANALİZİ: TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI SEKTÖR BİLANÇOLARI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Erdinç KARADENİZ

*Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
drekaradeniz@gmail.com*

Ömer İSKENDER OĞLU

*Doç. Dr., Niğde Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
oiskenderoglu@nigde.edu.tr*

Mehmet BEYAZGÜL

*Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
m.beyazgul1553@gmail.com*

Banu ZENCİR

*Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
banuzincir26@hotmail.com*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın (TCMB) yayımladığı sektör bilançoları yardımıyla "Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörü"nün 2010, 2011 ve 2012 yıllarında banka kredisi kullanım düzeyini belirlemektir. Bu bağlamda TCMB tarafından sektör analizinde kullanılan sekiz oran hesaplanarak bir analiz gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Analiz sonucunda sektördeki işletmelerin, aktiflerinin ortalama %34'lük kısmını banka kredileriyle finanse ettikleri belirlenmiştir. Bununla beraber sektördeki işletmelerin kullandıkları yabancı kaynakların yarıdan fazlasının banka kredilerinden meydana geldiği belirlenmiştir. Yine sektörde kullanılan yabancı kaynakların önemli bir kısmının uzun vadeli yabancı kaynaklardan meydana geldiği görülmektedir. Uzun vadeli yabancı kaynakların ise çok büyük bir kısmının uzun vadeli banka kredilerinden oluştuğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık Sektörü, Banka Kredisi, Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Alt Sektörü, TCMB Sektör Bilançoları.

GİRİŞ

Günümüzde bir ekonomide finansal pazarların varlığının nedeni ekonomik birimlerin (bireyler, işletmeler ve devlet) kendi içlerinde birikim-yatırım denliğini sağlayamamalarıdır. Bu durumda, fon fazlası olan ekonomik birimlerle fon açığı olan ekonomik birimler arasında fon alışverişini düzenleyecek kurumsal bir mekanizmaya gereksinim vardır. Ekonomik birimler fon gereksinimlerini öncelikle kendi öz kaynakları ile karşılarlar. Bir ekonomik birimin birikiminden fazla yatırım yapmak istemesi ek finansman gereksinimi yaratır. Böylece dış finansman kaynaklarına dolayısıyla finansal piyasalara başvurulur. Öte yandan ekonomide bazı ekonomik birimlerin belli bir dönem içindeki birikimleri fon kullanımlarından fazla olabilir. Bu birikim sahipleri gelir

fazlalarını, belirli bir bedel karşılığı, fon açığı olan ekonomik birimlere kullanırmak isteyebilirler. İşte finansal piyasalar, en genel anlamı ile, fon açığı olan (Yatırım>Tasarruf) ekonomik birimlerle fon fazlası olan (Yatırım<Tasarruf) ekonomik birimlerin bir araya gelerek ilişkiye girebilmelerini sağlayan araç ve kurumlardan oluşan piyasalardır. Finansal piyasalar; çeşitli teknikler, araçlar ve kurumlar yolu ile birikimleri harekete geçirerek fon sunucularından fon kullanıcılarına aktaran bir sistem olarak da tanımlanabilir. Bu sistemin en önemli öğelerinden birisi bankalardır (Canbaş ve Doğukanlı, 2007).

Bankaların temel işlevi, fon arz edenler ile fon talep edenler arasındaki aracılık rolünü üstlenmektir. Bu parasal döngünün sağlanması ekonominin gelişimi ve sürekliliği açısından hayati önem taşımaktadır. Özellikle ekonomideki aktörlerden birisi olan bireylerin tüketimlerinin finansmanında sağladığı finansal kaynaklar ile bireylerin tüketim taleplerini karşılamak amacıyla üretim yapmak durumunda olan işletmelerin finansal kaynak ihtiyaçlarına yönelik yarattıkları fon kaynağı itibarıyla bankalar Türkiye açısından en önemli para piyasası kurumlarından birisi haline gelmiştir.

Günümüzde çok hızlı bir şekilde büyüyen turizm sektörü; istihdama katkısı, çok sayıda insana hizmet sunması, yarattığı gelir ve ekonomiye sağladığı katma değerle dünyanın en büyük sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde turizm, dinamik ve ekonomik özelliği ile adeta çıkış noktasını oluşturmaktadır. Turizm sektörünün önemli aktörlerinden olan konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmeleri gerek yatırım aşamasında sabit varlık ağırlıklı yatırımlar gerektiren, gerekse işletme aşamasında da yenileme, genişleme ve modernizasyon yatırımlarının gerçekleştirilme zorunluluğunun bulunduğu ve bu nedenle sabit sermaye yoğun özellik gösteren işletmelerdir. Bu bağlamda söz konusu yatırımlar; devlet teşvikleriyle, işletmelerin öz kaynaklarıyla ya da kredi temin edilerek finanse edilmektedir. Bununla beraber konaklama ve yiyecek hizmetleri alt sektörü, talebin sürekli değiştiği, risk ve belirsizliğin her zaman mevcut olduğu, gider ve maliyetlerin kontrolünün her geçen gün zorlaştığı ve kar marjlarının her geçen gün daraldığı bir sektördür. Bütün bu unsurlar söz konusu işletmelerin finansal kaynak ihtiyaçlarını arttırmakta aynı zamanda işletme ve finansal risklerini yükseltmektedir (Kandır ve diğerleri 2008; Karadeniz, 2012). Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından en önemli sorunların başında gelen sermaye yetersizliği nedeniyle bu işletmelerin kurulması ve faaliyetlerine devam edebilmesi için özsermaye yetersizliği içerisinde olmaları bankaları önemli bir finansman kaynağı olarak ortaya çıkarmaktadır.

Bu çerçevede çalışmanın amacı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları yardımıyla “Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörü”nün 2010, 2011 ve 2012 yıllarına banka kredisi kullanım düzeyinin incelenmesi ve sektörün kredi riskinin vade ve miktar olarak belirlenmesidir. Çalışma belirlenen amaçlar doğrultusunda beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde turizm sektöründe banka kredilerinin gelişimi hakkında genel bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde ise konuyla ilgili literatür taramasının sonuçları sunulmaktadır. Üçüncü bölümde

araştırmada kullanılan veriler ve toplanan verilerin analiz süreci hakkında bilgi verilmektedir. Dördüncü bölümde analiz sonuçları bulgular başlığı altında sunulmakta ve yorumlanmaktadır. Sonuç kısmında ise araştırmadan elde edilen sonuçlar tartışılmış ve genel bir değerlendirme yapılarak öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

TURİZM SEKTÖRÜNDE BANKA KREDİLERİNİN GELİŞİMİ

Banka, karşılığında faiz ya da kâr payı vermek üzere halktan veya özel kaynaklardan topladığı ya da kendi sahip olduğu paraları, faizli veya sonuca katılmalı yöntemle kredi olarak kullandıran ve böylece para akışına aracılık eden iktisadi işletmenin ve bu işletmenin sahibi durumunda olan anonim şirketin adıdır (Kuntalp,2006, s.12). Bankalar bir yandan kamudan tasarrufları mevduat şeklinde toplar, diğer yandan edindikleri fonları kredi adıyla piyasaya aktarır. Ekonominin kilit noktalarından birini oluşturan bankaların üstlendikleri pek çok işlev bulunmaktadır. Bu işlevlerden bazıları şunlardır (Yağcılar, 2011);

- Finansal Aracılık Yapmak,
- Likidite Yaratmak,
- Kredi Talep Edenleri Değerlendirmek ve İzlemek,
- Asimetrik Bilgi Problemlerini Çözmek,
- Para Politikalarının Etkinliğini Arttırmak,
- Ekonomik İstikrarı Etkilemek,
- Ölçek ve Kapsam Ekonomilerinden Faydalanmak,
- Ödeme Sistemlerinin Etkinliğini Arttırmak ve Dış Ticareti Fonlamak,
- İhracatı Teşvik Etmek

Ticaret bankaları, kısa ve orta süreli para piyasasının temel taşlarını oluşturmaktadırlar. İşletmeler, kısa süreli banka kredilerine genellikle, işletme sermayesi ihtiyacını karşılamak, stoklarını ve müşterilerden olan alacaklarını finanse etmek için başvurumaktadırlar. Uzun süreli banka kredilerine ise duran varlık yatırımlarında ihtiyaç duymaktadırlar (Kandır ve diğerleri, 2007).

Bankacılık sektöründe yaşanan gelişmelere bağlı olarak, sunulan finansal ürünlerin çeşitliliği yıllar itibariyle artış göstermiştir. Sektörde artan rekabet ve müşterilere sunulan bankacılık ürünlerinde farklılığa gidilerek kar rakamlarının yükseltilmesi isteği, bu gelişimde etkili olmuştur. Bankaların ana faaliyet gelirini krediler ve kredilerden alınan faiz ve komisyonların oluşturması ise çeşitliliğin en fazla arttığı bankacılık ürününün krediler olmasını sağlamıştır (Karamustafa, 2013).

Krediler esas olarak, kullanım şekli ve içeriği bakımından nakdi ve gayri nakdi krediler olarak iki gruba ayrılmaktadır. Nakdi krediler, faiz veya faiz ve komisyon karşılığında belli bir vadeye bağlı olarak ödünç para verilmesi şeklinde nakit olarak kullandırılan kredilerdir. Müşterinin herhangi bir nedenle oluşan nakit para gereksinimi, bu tür kredilerle belli bir zaman için ve firmanın kredi değerliliğine paralel olarak ve tespit edilen teminatların alınması suretiyle karşılanmış olur. Gayri nakdi krediler ise bir işin yapılmasını, bir malın

teslimini veya bir borcun ödenmesini taahhüt eden kimselerin, bu taahhütlerini kararlaştırılan koşullara uygun olarak yerine getireceklerini temin etmek üzere, bankaca karşı tarafa hitaben taahhütte bulunulması, garanti verilmesi tarzında kullanılan kredilerdir (Başar ve Coşkun, 2005). Nakdi kredi olarak kullanılan en yaygın krediler; borçlu cari hesap kredisi, iskonto ve iştirak kredisi, senet karşılığı krediler, avans kredisi, spot kredilerdir. Gayri nakdi krediler; teminat ve kefalet mektupları, akreditif kredileri ve kabul ve aval kredileridir (Oy ve Güngüler, 2008).

Geçmişte bankalardan kredi bulamayan ve “batık sektör” olarak adlandırılan turizm sektörünün banka kredileriyle tanışması, 2002-2003 yıllarına dayanmaktadır. Bu dönemden önce ise turizm sektöründeki işletmeler, genelde yabancı tur operatörlerinden borç almakta ve işletme sahipleri, kendilerine kredi açan yabancı tur operatörlerine çok düşük fiyatla yatak satmak zorunda kalmaktaydılar. Ancak günümüzde turizm sektörü, artık krediye daha rahat ulaşabilmektedir. Bankacılık sektörü verdiği hizmetlerle, turizm sektörünün büyümesinde daha etkin rol almaktadır (TUYED, 2011).

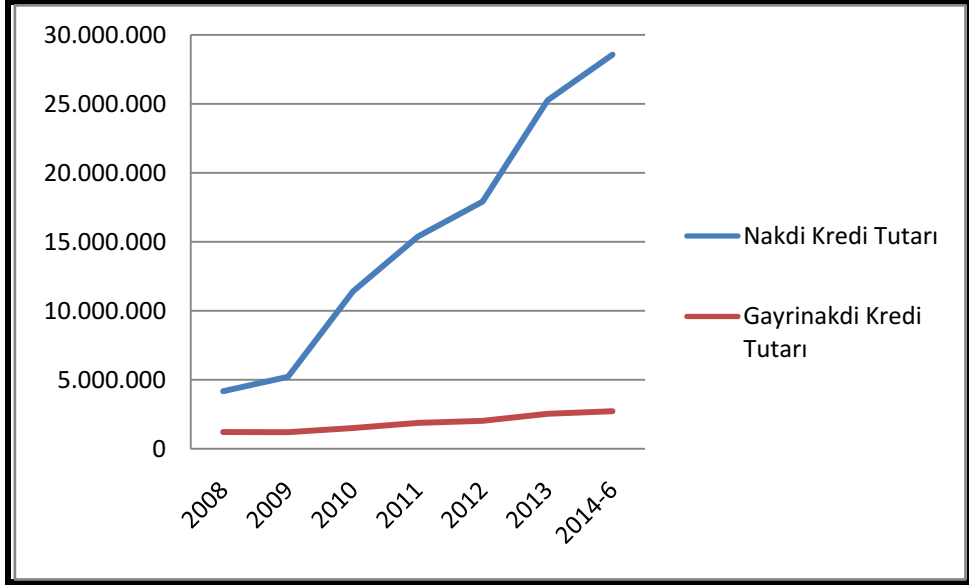
Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu’nun (BDDK) verilerine göre Türkiye’de 2008 yılından 2014 yılının ikinci çeyreğine bankaların turizm sektörüne kullandığı kredi miktarları Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1:Yıllar İtibariyle Bankaların Turizm Sektörüne Kullandığı Krediler

Yıllar	Nakdi Kredi Tutarı (1000 TL)	Gayri Nakdi Kredi Tutarı (1000 TL)
2008	4.165.422	1.205.276
2009	5.213.369	1.197.582
2010	11.402.825	1.505.825
2011	15.374.126	1.869.027
2012	17.913.575	2.022.425
2013	25.256.923	2.543.353
2014-6	28.564.428	2.725.202

Kaynak:BDDK, (2014).

Tablo 1 incelendiğinde 2008 yılında bankalar tarafından sektöre kullanılan nakdi kredi tutarı 4.165.422.000 TL düzeyindeyken 2014 yılının ilk altı aylık döneminde bu düzey 28.564.428.000 TL’ye yükselmiş durumdadır. Yine bankalar tarafından turizm sektörüne kullanılan gayri nakdi kredilerin tutarı 2008 yılında 1.205.276.000 TL’den 2014 yılının ilk altı aylık döneminde 2.725.202.000 TL’ye yükselmiştir. Aşağıdaki şekilde ise bankacılık sektörünün turizm sektörüne sunduğu nakdi ve gayri nakdi kredilerin yıllar itibariyle gelişimi verilmektedir.

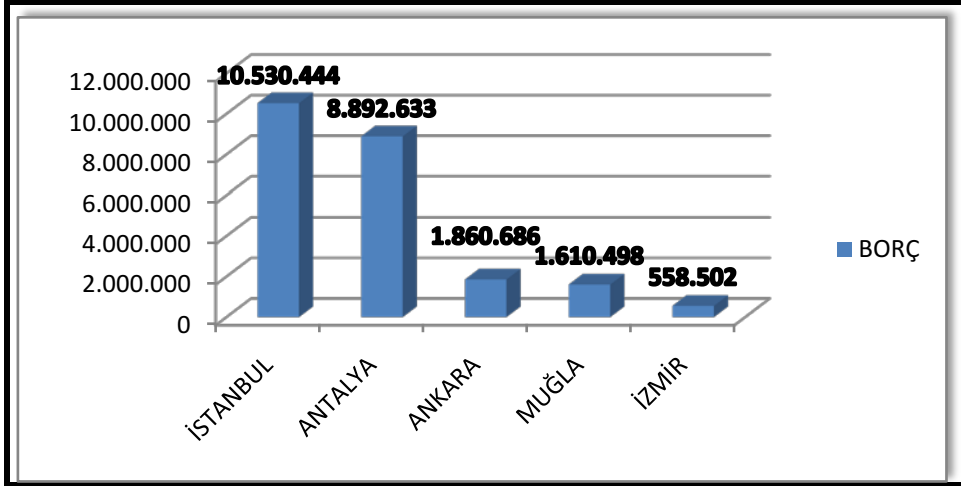
Şekil 1:Bankaların Turizm Sektörüne Kullandırdığı Kredilerin Gelişimi

Kaynak:BDDK, (2014).

Şekil 1 incelendiğinde bankacılık sektörünün, turizm sektörüne sunduğu kredilerin yıllar itibariyle yükseldiğini söylemek mümkündür. Özellikle nakdi kredilerde hızlı bir artış eğilimi görülmektedir. Bankacılık sektörünün, turizm sektörüyle ilişkisidaha önce Antalya, Kuşadası, İzmir gibi bölge şubeleri düzeyinde yürütülürken, bankalar turizm sektörünün kredi taleplerini artık merkezde hazırlanan planlar çerçevesinde ele almaktadırlar. Bankaların turizm sektörü ile ilgilenmesinin en büyük nedenlerinden biri turizmin nakit akışı hızının diğer iş kollarına göre daha yüksek olmasıdır. Bankaların turizm sektörüne döviz dayalı kredi kullandırmada diğer alanlardan daha rahat davranmasının bir nedeni de, sektörün gelirlerinin döviz dayalı olmasıdır. Bankalar, turizme yönelik olarak hazırladıkları projelerde sektörün mevsimle ilişkisini dikkate almaktadırlar ve kredi geri dönüşleri, firmaların döviz giriş dönemine göre düzenlenmektedir. Bankaların turizme yönelik kredilendirmelerinde komple yeni yatırımlar kadar yenileme yatırımlarının finansmanı da önemli bir yer tutmaktadır. Yenileme kredilerinin, büyük işletmelerin yanında küçük ve orta boy turizm işletmelerin de ilgisini çekmektedir (Resort Dergisi, 2007).

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) verilerine göre 2014'ün ilk çeyreği itibariyle nakdi kredi borcunda İstanbul ve Antalya başı çekerken bu iki ili Ankara, Muğla ve İzmir takip etmiş durumdadır. Aşağıdaki şekilde turizm sektörü nakdi kredi borcunda ilk 5 şehrin sıralaması verilmektedir.

Şekil 2:Turizm Sektörü Nakdi Kredi Borcunda İlk 5 Şehir



Kaynak: TURSAB, (2014:2).

LİTERATÜR

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde genellikle turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal kaynak tercihlerini ve finansal piyasalarla olan ilişkilerini belirlemeye yönelik olarak ankete dayalı çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Buna karşın konuyla ilgili ikincil veriler üzerinden herhangi bir çalışmaya tarafımızca rastlanılmamıştır.

Met (2006), otel ve restoranlarda kullanılan ekipmanların finansmanında kullanılan finansal kaynakları araştırdığı çalışmasında satıcı firmaların, otel ve restoran işletmelerine ekipman satışlarında orta vadeli kredi tanımadıklarını, bunun yerine peşin satış veya vade farkını taksitlere yansıtarak çok kısa vade seçenekleri sunduklarını belirlemiştir. Yılmaz (2007), Bodrum ilçesindeki turizm sektörü KOBİ'lerinin finansman sorunlarını araştırdığı çalışmasında işletmelerin çoğunluğunun kuruluş sermayelerini özsermaye yolu ile temin ettiklerini belirlemiştir. Yine işletmelerin karşılaştığı finansman sorunlarının başında “kredi temininde zorluklar” ve “kredi maliyetlerinin yüksek olması” geldiği belirlenmiştir. Küçükaltan ve Eskin (2008), turizm işletmelerinin yatırım ve işletme aşamasında finansman ihtiyacını karşılamada devlet desteklerini ve özel nitelikli teşvikleri yürürlükteki mevzuatlar çerçevesinde incelemişlerdir. Poyraz (2008), Akdeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren büyük ölçekli otel işletmelerinin orta vadeli fon gereksinimlerini karşılarken en çok başvurdukları finansman kaynaklarının orta vadeli banka kredileri, dönen krediler ve makine teçhizat kredileri olduğunu belirlemiştir. Çalışmada ayrıca uzun vadeli finansman gereksinimlerinin karşılanmasında da en çok özsermayenin daha sonra uzun vadeli banka kredilerinin ve Kalkınma Bankası kredilerinin kullanıldığı saptanmıştır. Met, Özdemir ve Erdem (2013), Marmaris'te faaliyet gösteren büyük ölçekli konaklama işletmelerinin faaliyet dönemindeki yatırımlarının finansmanında sırasıyla orta vadeli banka kredilerini, kısa vadeli banka kredilerini, finansal kiralama ve iç finansman kaynaklarını tercih

ettiklerini belirlemişlerdir. Zencir (2014), Mersin ilinde KOBİ statüsündeki konaklama işletmelerinin dış finansman kaynağı olarak en fazla banka kredisi kullandıklarını ve vade açısından da daha çok orta ve uzun vadeli banka kredilerini kullandıklarını belirlemiştir.

VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, konaklama ve yiyecek hizmeti alt sektörüyle ilgili en geniş finansal verilere sahip olduğu düşünülen Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın (TCMB) en son yayımladığı 2010-2011-2012 yıllarına ait sektör bilançolarından yararlanılmıştır (TCMB, 2013). Araştırmada söz konusu 3 yılın seçilme sebebi TCMB tarafından yayımlanan en güncel sektör bilançolarını içermesidir. TCMB, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren firmalara dair gelişmelerin takibi ve ilgililere kapsamlı ve düzenli bilgi sağlanması amacıyla, firmaların gönüllükleri esasına göre göndermiş oldukları yıllık finansal tablo verilerinden yararlanılarak hazırlanan "Sektör Bilançoları" çalışmasını yürütmekte ve dönemlere ait durumu "Sektör Bilançoları Değerlendirme Raporu" şeklinde sunmaktadır. Söz konusu raporda çeşitli sektörlerden binlerce firmaya ait veriler yer almakta ve türlü kriterlere göre araştırmacıların kullanımına sunulmaktadır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri alt sektörünü oluşturan 453 işletmenin gönüllülük esasına göre gönderdikleri bilanço ve gelir tablolarının konsolide edilmesiyle oluşturulan sektörel finansal tablolar aracılığıyla söz konusu sektörün banka kredisi kullanım düzeyi ile kullanılan banka kredilerin vade tercihleri sekiz adet oran hesaplanarak incelenmiştir. Sektörel bilançoların oluşturulmasında yararlanılan 453 işletmenin 361 tanesi otel ve benzeri konaklama işletmesinden, 15 tanesi apart otel, gençlik hostelleri, çocuk evleri ve diğer kısa dönemli tatil hizmeti sunan işletmeden, 77 tanesi ise yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeden oluşmaktadır. Sonuçlar yorumlanırken yıllar itibarıyla hesaplanan oranların ortalamaları ve oranların yıllar itibarıyla göstermiş oldukları değişimler göz önünde bulundurulmuştur.

BULGULAR

Çalışmada TCMB sektör bilançolarından yararlanılarak konaklama ve yiyecek içecek alt sektörünün 2010-2011-2012 yıllarına ait banka kredisi kullanım oranları hesaplanmıştır. Söz konusu değerler Tablo 2'de gösterilmiştir.

Sektörün Banka Kredileri / Aktif Toplamı oranına bakıldığında sektördeki aktiflerin ortalamada %34'ünün banka kredileri ile finanse edildiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile sektör, aktif varlıklarını elde ederken % 34 oranında banka kredisi kullanımına gitmiştir. Bu kabul edilebilir bir oran olarak nitelendirilebilir.

Sektörün Kısa Vadeli Banka Kredileri / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar oranına bakıldığında kısa vadeli yabancı kaynaklar içerisinde banka kredilerinin oranının ortalama olarak % 28 gerçekleştiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile analiz süreci içerisinde kısa vadeli yabancı kaynaklar kullanılırken bu kaynakların % 28'i kısa vadeli banka kredileri tarafından finanse edilmiştir.

Tablo 2. Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörünün Genel Olarak Likidite ve Banka Kredisi Kullanım Oranları

Oranlar	2010 %	2011 %	2012 %	ORT %
<u>Banka Kredileri</u> <u>Aktif Toplamı</u>	0.32	0.36	0.34	0.34
<u>Kısa Vadeli</u> <u>Banka Kredileri</u> <u>Kısa vadeli</u> <u>Yabancı Kaynak Toplamı</u>	0.32	0.25	0.27	0.28
<u>Banka</u> <u>Kredileri</u> <u>Yabancı Kaynak Toplamı</u>	0.54	0.55	0.54	0.54
<u>Kısa Vadeli</u> <u>Banka kredileri</u> <u>Yabancı Kaynak Toplamı</u>	0.14	0.10	0.11	0.12
<u>Kısa Vadeli</u> <u>Banka Kredileri</u> <u>Aktif Toplamı</u>	0.08	0.07	0.07	0.07
<u>Uzun Vadeli</u> <u>Banka Kredileri</u> <u>Yabancı Kaynak Toplamı</u>	0.40	0.45	0.42	0.42
<u>Uzun Vadeli</u> <u>Banka Kredileri</u> <u>Uzun Vadeli</u> <u>Yabancı Kaynak Toplamı</u>	0.71	0.75	0.71	0.72
<u>Uzun Vadeli</u> <u>Banka Kredileri</u> <u>Aktif Toplamı</u>	0.24	0.29	0.27	0.27

Sektörün Banka Kredileri / Yabancı Kaynaklar oranına bakıldığında, sektörde kullanılan yabancı kaynakların ortalamada % 54'nün banka kredilerinden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda sektörde kullanılan yabancı kaynakların yarısından fazlasının banka kredilerinden meydana geldiği ve yabancı kaynaklar içerisinde banka kredilerine bağımlılığın yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Sektörün Kısa Vadeli Banka Kredileri/ Yabancı Kaynaklar oranı incelendiğinde ise sektörün yabancı kaynaklar içerisinde ortalamada % 12 oranında kısa vadeli banka kredisi kullandığı ve sektördeki işletmelerin kısa vadeli banka kredileri kullanımını çok tercih etmedikleri görülmektedir.

Sektörün Kısa Vadeli Banka Kredileri/ Aktif Toplamı oranı incelendiğinde sektörde aktiflerin finansmanında kısa süreli banka kredilerinin kullanım oranının ortalamada %7 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda sektördeki işletmelerin aktiflerin finansmanında kısa vadeli banka kredilerini tercih etmedikleri söylenebilir. Aktiflerinin büyük bir kısmı sabit varlıklardan oluşan sektörde bu sonuç normal karşılanabilir.

Sektörün Uzun Vadeli Banka Kredileri / Yabancı Kaynak Toplamı oranı incelendiğinde, sektörde yabancı kaynaklar içerisinde uzun vadeli banka kredilerinin payının ortalama olarak % 42 gerçekleştiği görülmektedir. Bu sonuç sektördeki işletmelerin yabancı kaynaklar içerisinde uzun vadeli banka kredilerinin önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Bir başka ifadeyle sektördeki işletmelerin yapısı gereği yabancı kaynaklar içerisinde daha çok uzun vadeli banka kredilerini tercih ettikleri görülmektedir.

Sektörün Uzun Vadeli Banka Kredileri / Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar oranı incelendiğinde, sektörde uzun vadeli yabancı kaynaklar içerisinde uzun vadeli banka kredilerinin oranının ortalama % 72 gerçekleştiği saptanmaktadır. Bu bağlamda sektördeki işletmelerin uzun vadeli yabancı kaynak içerisinde önemli düzeyde uzun vadeli banka kredilerini tercih ettiğini söylemek mümkündür.

Sektörün Uzun Vadeli Banka Kredileri / Aktif Toplamı oranı incelendiğinde ise sektör ortalamasının % 27 olarak gerçekleştiğini ve sektördeki işletmelerin aktif yapıları gereği aktiflerinin finansmanında kısa vadeli yerine uzun vadeli banka kredilerini tercih ettiklerini söylemek mümkündür.

SONUÇ

Bankalar, ekonomide gerçekleştirilen ödünç verilebilir fonları, ticaret, sanayi ve tarıma, yapı ve onarım işlerine, esnaf ve sanatkarlara, devlete ve bireylere kredi şeklinde dağıtarak, bir kısım ekonomik birimlerin fon fazlasıyla, diğerlerinin fon ihtiyaçlarının karşılanmasına, tasarruf edilen paraların piyasaya akmasını sağlamak suretiyle ekonominin para ve kredi ihtiyacını karşılayan, ekonomik faaliyetlerin sürekliliğine ve genişlemesine hizmet eden kurumlardır (Başar ve Coşkun, 2005).

Turizm sektöründe yer alan konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, kuruluş aşamasında sabit sermaye yatırımlarının fazla olduğu, işletme aşamasında da günlük faaliyetlerin yerine getirilebilmesi için işletme sermayesi ihtiyacı içerisinde olan işletmelerdir. Bununla beraber nihai amaç olan firma değeri maksimizasyonuna ulaşmak açısından etkin yatırım kararlarının alınması ve bu yatırım kararlarının uygun finansal kaynaklarla gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu açıdan bankacılık sektörünün, turizm işletmeleri açısından önemi artmaktadır. Geçmişte turizm sektörüne kredi vermede çekingen davranan bankacılık sektörü günümüzde turizm sektörünün hızlı bir şekilde büyümesine paralel olarak daha rahat kredi kaynaklarını turizm işletmelerine sunabilmektedir.

Bu çerçevede çalışmanın amacı TCMB Sektör Bilançoları yardımıyla “Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Alt Sektörünün” 2010, 2011 ve 2012 yıllarındaki banka kredisi kullanım düzeyi ile banka kredilerinin vade tercihleri, banka kredisi kullanım oranları ile incelenmektedir. Bu kapsamda TCMB tarafından hazırlanan sektör bilançolarından yararlanılarak konaklama ve yiyecek hizmetleri alt sektörünün 2010-2011-2012 yılları arasındaki temel finansal tabloları kullanılarak sektörün banka kredisi kullanım oranları hesaplanmıştır. Analiz neticesinde sektördeki işletmelerin aktiflerinin

1/3'lük kısmının banka kredileriyle finanse edildiği belirlenmiştir. Bununla beraber sektördeki işletmelerin kullandıkları yabancı kaynakların yarısından fazlasının banka kredilerinden meydana geldiği belirlenmiştir. Ayrıca sektörde kullanılan yabancı kaynakların önemli bir kısmının uzun vadeli yabancı kaynaklardan meydana geldiği görülmektedir. Uzun vadeli yabancı kaynakların ise çok büyük bir kısmının uzun vadeli banka kredilerinden oluştuğu belirlenmiştir. Dolayısıyla sektörün aktif yapısının ağırlıklı olarak sabit varlıklardan oluşmasının banka kredilerinin de vadesini etkilediği ve sektördeki işletmelerin fazla miktarda olan sabit varlıklarını vade uyumu açısından uzun vadeli banka kredileriyle finanse etmeye çalıştıkları saptanmıştır. Bu sonuçlar Poyraz (2008), Met, Özdemir ve Erdem (2013) ve Zencir (2014) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir. Bu bağlamda sektördeki yöneticilere, banka kredilerini kullanırken mutlaka vade uyumuna dikkat etmeleri, bankacılık sisteminin kredilendirme sürecinde dikkate aldıkları ilkelere uymaları, faaliyet riskleri ile finansal risklerini dengelemeleri ve kredi derecelendirme ile Basel II ve Basel III kriterlerine dikkat etmeleri önerilebilir. Bununla beraber sabit sermaye yoğun olan sektördeki yatırım projelerinin uzun vadeli banka kredileriyle finanse edilebilmesi için fizibilite çalışmalarının dikkatlice yapılmasının proje bazlı kredilerin elde edilmesini kolaylaştıracığı düşünülmektedir. Ancak bu şekilde sektörün ihtiyaç duyduğu finansal kaynakların bankacılık sektöründen uygun şartlarda, uygun vadelerde ve istenildiği anda temin edilebilmesi mümkün olabilecektir. Bununla beraber sektördeki banka kredisi ve finansal kaldıraç kullanımının karlılığa etkisi de mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır. Karadeniz ve İskenderoğlu (2011), halka açık Türk turizm şirketleri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında finansal kaldıracın ve kısa vadeli finansal kaldıracın aktif karlılığını olumsuz etkilediğini buna karşın uzun vadeli kaldıraçla aktif karlılığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığını, uzun vadeli kaldıracın aktif karlılığı ile pozitif korelasyona sahip olmasının ise uzun vadeli yabancı kaynakların sektörde etkin kullanıldığını gösterdiğini belirlemiştir. Bu kapsamda sektördeki yöneticilerin borçlanmanın ve kısa vadeli borçlanmanın aktif karlılığını olumsuz yönde etkilediği sonucuna bağlı olarak, borçlanmadan ve özellikle kısa vadeli borçlanmadan kaçınma ya da uygun maliyetli borç bulmaları eğiliminde olmalarının daha doğru olacağı düşünülebilir.

Çalışma neticesinde elde edilen bulgular değerlendirilirken analiz sürecinin kısıtlılığı ve sektörde faaliyet gösteren belirli sayıdaki turizm işletmesinin verilerinin konsolide edilmesiyle oluşturulan bilanço ve gelir tablolarından yararlanıldığı unutulmamalıdır. İleride yapılacak çalışmalarda turizm sektörünün farklı alt kollarında faaliyet gösteren farklı büyüklükteki turizm işletmeleri üzerinde daha uzun süreyi de kapsayacak şekilde araştırmalar yapılabilir. Bununla beraber banka kredisi kullanım düzeyinin analizi, halka açık turizm şirketleri üzerinde uluslararası karşılaştırmalı bir şekilde gerçekleştirilebilir. Yine banka kredisi kullanım düzeyinin veya finansal kaldıracın turizm işletmelerinin karlılıklarına olan etkisi analiz edilebilir. Bu çalışmaların turizm sektörüne ilişkin daha genel bir yorum yapılabilmesine imkân vermesi bağlamında önemli olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) (2014). *Finansal Türkiye haritası*. [URL: <http://ebulten.bddk.org.tr/haritalama/harita.aspx>] (Erişim 02 Ağustos 2014).
- Başar, M. ve Coşkun, M. (2005). Finansal Sistem, Finansal Kurumlar ve Bankalar. N. Aydın (Ed.) *Bankacılık uygulamaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Canbaş, S. ve Doğukanlı, H. (2007). *Finansal pazarlar finansal kurumlar ve sermaye pazarı analizleri*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Kandır S. Y., Önal Y. B. ve Karadeniz E.(2007). *Turizm yatırım projelerinin yönetimi değerlendirilmesi ve finansmanı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kandır, Y. S., Karadeniz, E., Özmen, M. Ve Önal, B. Ö. (2008). Türk turizm sektöründe büyüme göstergelerinin turizm işletmelerinin finansal performansına etkisinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(10), 211-237.
- Karadeniz, E. ve İskenderoğlu, Ö. (2011). İstanbul menkul kıymetler borsası'nda işlem gören turizm işletmelerinin aktif karlılığını etkileyen değişkenlerin analizi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 65-75.
- Karadeniz, E. (2012). İstanbul menkul kıymetler borsasında işlem gören turizm şirketlerinin işletme, finansal ve toplam risk düzeylerinin kaldıraç analiziyle değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(17), 309-324.
- Karamustafa, C. (2013). *Türk bankacılık sektöründe sorunlu kredilerin analizi ve uygulamaya yönelik politika önerileri*, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Galatasaray Üniversitesi, İstanbul.
- Kuntalp, E. (2006). Banka hukukuna giriş ve bankaların kuruluşu. A. T. Yürük (Ed.), *Banka ve sigorta hukuku*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Küçükaltan, D. ve Eskin, İ. (2008). Türkiye'deki otel işletmelerine bir finansman modeli olarak teşvikler. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 158-172.
- Met, Ö. (2006). Taksitli krediler ile finansman ve otel-restoran ekipmanı satıcılarına yönelik bir araştırma. *Marmara Üniversitesi Muhasebe-Finansman Araştırma ve Uygulama Dergisi*, 7(16), 35-46.
- Met, Ö., Özdemir, M.İ., Erdem, B. (2013). Otel sektöründe yenileme yatırımlarının finansmanı. *Sosyoekonomi Dergisi*, 1, 263-276.
- Oy, O. ve Güngöler, G. (2008). *Türk hukuk mevzuatına göre kredi ve kredi teminatları*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Poyraz, E. (2008). Büyük ölçekli otel işletmelerinin orta ve uzun vadeli fon temini sorunu ve sermaye piyasalarına açılma eğiliminin analizi için yönetici tutumlarının araştırılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi (MUFAD)*, 37, 142-157.
- Resort Dergisi (2007). *Bankaların turizm kredileri dört kat artarken batık kredi yarıya düştü*. [URL: <http://www.resortdergisi.com/50/9.asp?id=9>] (Erişim 12 Ocak 2007).
- Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) (2011). *Bankalardan turizmciye kredi*. [URL: <http://www.tuyed.org.tr/bankalardan-turizmciye-kredi/>] (Erişim 02 Ağustos 2014).

-
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) (2013). *Sektör bilançoları (2010-2012)*[URL: <http://www.tcmb.gov.tr/sektor/2013/index.htm>](Erişim 16 Mayıs 2014).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB) (2014). *Turizm sektörünün kredibilitesi artıyor*. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/turizm-sektorunun-kredibilitesi-artiyor_11098.html] (Erişim 03 Ağustos 2014).
- Yağcılar, G. G. (2011). *Türk bankacılık sektörünün rekabet yapısının analizi*. Ankara: BDDK Yayınları.
- Yılmaz, H. (2007). Turizm sektörü kobilerinin finansman sorunlarının diğer sektörlerle karşılaştırmalı analizi: Bodrum örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi (MUFAD)*, 33, 162-170.
- Zencir, B. (2014). *Mersin'de faaliyet gösteren turizm işletmelerinin Basel II kriterlerine uyum sürecinin analizi*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.

TÜRKİYE'DE ENGELLİ TURİZM PAZARINDAKİ FARKLI TALEP ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ

Merve BAŞ

*Öğr. Gör., Maltepe Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
mervebas@maltepe.edu.tr*

Şevki ULAMA

*Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
ulama@sakarya.edu.tr*

ÖZET

Engelli turizmi engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımını içermektedir. Engelli turizm pazarının gelişim için engelli bireylerin turizm faaliyetine ulaşımının sağlanması gerekmektedir. Ulaşılabilirlik kavramı her bir engel türü için farklılık arz edebilmektedir. Bu çalışmada Türkiye'de engelli turistlerin turizm faaliyetlerine ilişkin farklı talep özelliklerini tespit etmek amacı ile farklı engel türlerine sahip 21 engelli turist ile görüşme yapılmıştır. Görüşme tekniğinin tercih edilmesinin nedeni konu ile ilgili literatürün Türkiye'de yapılan araştırmalar ile desteklenmesi gerekliliğinden dolayı detaylı bilgi alımının açık uçlu sorular ile elde edilmesinin amaçlanmasıdır. Görüşme yapılan engelli turistlerin 7'si görme engelli, 7'si işitme engelli, 7'si ise yürüme engellidir (tekerlekli sandalye kullanmaktadır). Araştırmanın sonucunda, ulaşılabilirlik açısından görme engelli turistlerin Braille alfabesinin kullanımını talep ettiği, işitme engelli turistlerin ise işaret dili kullanımını önemseydiği gibi farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda personele engelli turiste yaklaşım konusunda eğitim verilmesi gerekliliği, yapılan ulaşılabilir uygulamaların doğru ölçülerde yapılması gerekliliği gibi farklı konularda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Engellilik, Engelli turizmi, Turizm, Ulaşılabilirlik.*

GİRİŞ

Engellilik; zihinsel, fiziksel, davranışsal ya da duyu organlarının herhangi bir zedelenmeye bağlı olarak işlevlerinde ortaya çıkan kısmi ya da tamamını kapsayan yetersizlikleri ifade etmektedir (Ataman, 2009: 15). Dünya üzerinde yaklaşık 650 milyon engelli birey yaşamaktadır (1).

Engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımları engelli turizmini oluşturmuştur. Engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımının sağlanması için ulaşılabilirliğin sağlanması önemlidir. Open Doors Organization (ODO)'ın 2005 raporuna göre dünya üzerinde 2 milyon engelli birey seyahat etmektedir. Engelli turistlerin turizm faaliyetlerinden memnun olmaları ve kaliteli bir süre geçirmeleri açısından turizmde ulaşılabilirliğin sağlanması önemlidir.

Ulaşılabilirlik sunulan ürün ve hizmetin sorunsuz bir biçimde elde edilmesi olarak tanımlanabilmektedir (European Commission, 2004, s. 6). Ulaşılabilirlik hem iletişim açısından hem de fiziki açıdan sağlanmalıdır (Vos ve Ivor, 2008, s. 10). Engelli bireyler söz konusu olduğunda ulaşılabilir özellikler engelli bireylerin sahip olduğu engel türlerine göre farklılık arz edebilmektedir. Örneğin, tekerlekli sandalye kullanan engelli birey için

yapılarda rampa kullanımı önemli iken, görme engelli birey için kabartma yazılarının veya Braille alfabesinin kullanımı önemlidir. Her bir engel türü farklı talep özelliği oluşturmaktadır. Tam olarak ulaşılabilirliğin sağlanabilmesi için farklı engel türlerine ait taleplerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Bu çalışmada Türkiye'de, farklı engel türüne sahip engelli turistlerin turizm faaliyeti sırasında yaşadıkları sorunlar tespit edilerek talep özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Türkiye'de engelli bireylerin ne kadarının turizm faaliyetine katıldığı henüz belirlenmemiştir. Engelli bireylerin kısıtlı ekonomik koşulları ve ulaşılabilir olmayan çevre koşulları turizm faaliyetine katılımlarını engelleyebilmektedir. Türkiye'de engelli turizmi konusunda yapılan araştırmalar henüz yüksek miktarda değildir. bu nedenle araştırmada her yıl turizm faaliyetine aktif olarak katılan ve sorulan sorulara cevap vermeye istekli 21 engelli birey ile görüşme yapılmıştır. Görüşme tekniğinin tercih edilmesinin nedeni konu ile ilgili literatürün Türkiye'de yeterli düzeyde olmaması ve bu nedenle detaylı bilgi alınımının açık uçlu sorular ile elde edilmesidir. Görüşme yapılan engelli turistlerin 7'si görme engelli, 7'si işitme engelli, 7'si ise yürüme engellidir (tekerlekli sandalye kullanmaktadırlar). Her bir engelli grubunun vermiş oldukları cevapların tutarlılık göstermesi nedeni ile her bir engelli grubundan 7 engelli birey ile görüşme yapılması yeterli görülmüştür. Ayrıca turizm faaliyetine aktif katılan ve sorulan detaylı soruların tespitine yönelik turizm konusunda yeterli deneyime sahip olan engelli bireylerin bulunmasında yaşanan zorluk örneklem miktarını etkileyen ikincil bir faktördür.

Çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda hem akademik çalışmalara hem de sektör çalışanlarına önerilerde bulunulması amaçlanmıştır.

ENGELLİ KAVRAMI

2005 yılı Dünya Turizm Örgütü (WTO) genel kurul toplantısında yapılan engelli tanımı, ilişkisel yeteneğindeki problemlerden dolayı acı çeken, seyahatlerinde, konaklamalarında ve diğer turizm hizmetlerinde özel gereksinimler duyan özellikle fiziksel, zihinsel, duyuşsal engele sahip olan yaşlı insanlar ve özel bakıma ihtiyaç duyan kişiler olarak tanımlanmıştır (2). A.B.D. kanunlarına göre engellilik; kişilerin hayati aktivitelerini kısıtlayacak şekildeki zihinsel ve fiziksel problemlere sahip olmaları olarak tanımlanır. Örneğin görme engelli olan bir kişi fiziksel bir engele sahiptir bu nedenle fiziksel engellidir (Çakmak, 2008, s. 56). Engelli türleri konusunda Özürlüler İdaresi Başkanlığınca aşağıdaki gibi sınıflandırma yapılmıştır (3):

1. *Ortopedik Özürlü:* Kas ve iskelet sisteminde yetersizlik, eksiklik ve fonksiyon kaybı olan kişidir.
2. *Görme Özürlü:* Tek veya iki gözünde tam veya kısmi görme kaybı veya bozukluğu olan kişidir. Görme kaybıyla birlikte göz protezi kullananlar, renk körlüğü, gece körlüğü (Tavuk Karası) olanlar bu gruba girer,
3. *İşitme Özürlü:* Tek veya iki kulağında tam veya kısmi işitme kaybı olan kişidir. İşitme cihazı kullananlar da bu gruba girmektedir,

4. *Dil ve Konuşma Özürlü:* Herhangi bir nedenle konuşamayan veya konuşmanın hızında, akıcılığında, ifadesinde bozukluk olan ve ses bozukluğu olan kişidir. İşittiği halde konuşamayan, gırtlığı alınanlar, konuşmak için alet kullananlar, kekemeler, afazi, dil-dudak-damak-çene yapısında bozukluk olanlar bu gruba girmektedir,
5. *Zihinsel Özürlü:* Çeşitli derecelerde zihinsel yetersizliği olan kişidir. Zekâ geriliği olanlar (mental retardasyon), Down Sendromu, Fenilketonüri (zekâ geriliğine yol açmışsa) bu gruba girer.
6. *Süreğen Hastalık:* Kişinin çalışma kapasitesi ve fonksiyonlarının engellenmesine neden olan, sürekli bakım ve tedavi gerektiren hastalıklardır (kan hastalıkları, kalp- damar hastalıkları, sindirim sistemi hastalıkları, idrar yolları ve üreme organı hastalıkları, cilt ve deri hastalıkları, kanserler, endokrin ve metabolik hastalıklar, ruhsal davranış bozuklukları, sinir sistemi hastalıkları, HIV).

Ataman (2009, s. 15) engelliliği zihinsel, fiziksel, davranışsal ya da duyu organlarının herhangi bir zedelenmeye bağlı olarak işlevlerinde ortaya çıkan kısmi ya da tamamını kapsayan kayıpları yetersizlik olarak tanımlamıştır. Engel durumunu ise bireylerin yetersizliğinden dolayı çevreye uyum sağlayamaması olarak tanımlamıştır. Örneğin, tekerlekli sandalye kullanan bir turistin kullanması için otel işletmesinde rampa bulunmaması durumu turisti engelli durumuna düşürür; çevresel koşulların ulaşılabilir olmaması, bireylerin yetersizliklerini “engel”e dönüştürmektedir. Türkiye’de 2002 yılı araştırmalarına göre nüfusun yaklaşık %12,29’u engellidir. Engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımları kaçınılmazdır. Engelli bireyin turizm faaliyetine katılımları engelli turizmini oluşturmuştur (3).

Engelli Turizmi

Engelli turizmi, engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımlarını içermektedir. Dünya üzerinde yaklaşık 650 milyon engelli birey bulunmaktadır ve engelli bireyler turizm faaliyetine katılım göstermektedirler (1). *Özürlüler için Bilgilendirme Rehberi*’ne göre 2002 yılında Türkiye’de engelli nüfus toplam nüfusun %12,29’u kadardır.

Engelli turizmi; sağlık turizmi ve 3. yaş turizmi ile de ortak noktalar taşımaktadır. Yaş ilerledikçe yavaş hareket etme ve çeşitli sağlık sorunlarının ortaya çıkması engelli bireyler için yapılan düzenlemelerin 3. yaş grubu içinde yapılmasını gerekli kılmıştır. Gerek engelli bireylerin sağlık amacı ile turizm faaliyetine katılmaları gerekse sağlık turistlerinin farklı engel türlerine sahip olabilme ihtimallerinden dolayı engelli turizmi, sağlık turizmi ile de ortak uygulamalar barındırmaktadır.

2003 yılı araştırmalarına göre Avrupa’da engelli bireylerin %71’i seyahat etmektedir. 8 milyon engelli birey yurt dışına seyahat etmektedir; 15 milyon engelli iç turist bulunmaktadır, 22 milyon engelli birey şehir turlarına katılmaktadır; ortalama olarak 35 milyon engelli birey seyahat etmektedir ve yıllık 650 milyon geceleme oluşturmaktadır. İspanyol engelli turistler ortalama olarak 5 gece konaklama yapıp, ortalama olarak kişi başı 500 € – 650 € harcamaktadırlar (Travel Weekly, 03/02/2003’den aktaran: Guerra, 2003, s.

48; European Commission, 1996'dan aktaran: Elisa, Dominguez ve Losada, 2012, s. 149). Open Doors Organization (ODO)'ın 2005 raporuna göre dünya üzerinde 2 milyon engelli birey seyahat etmektedir. 2003 yılı araştırmalarına göre ise Avrupa'da engelli bireylerin %71'i seyahat etmektedir ve seyahatleri başına ise yaklaşık kişi başı 430 € harcamaktadırlar. Engelli turistlerin %17'sinin seyahat başına harcaması ise 1600 €'yu bulabilmektedir (Travel Weekly, 03/02/2003'den aktaran: Guerra, 2003, s. 48). Avrupa'da ulaşılabilir turizm konusunda oluşan talep 127,5 milyon kişidir, potansiyel seyahat pazarı geliri ise 89 milyar dolardır (Ambrose, 2011).

Ulaşılabilirlik hem fiziki şartların engelli bireylerin kullanımına uygun hale getirilmesi ile hem de iletişim açısından engelli bireyler için uygun imkanların sağlanması sonucunda oluşmaktadır (Vos ve Ivor, 2008, s. 10). Ulaşılabilirlik kavramı; engelli bireylerin turistik ürüne sorunsuz ulaşımının ve faydalanmasının sağlanması olarak tanımlanabilmektedir (European Comission, 2004, s. 6). Engelli bireylerin turizm faaliyetine sağlıklı katılımlarının sağlanabilmesi için ulaşılabilir imkânların oluşturulması önemlidir.

Engelli turizmi farklı engelli türlerini barındırdığı için her bir engel türünün farklı talep özellikleri bulunabilmektedir. Örneğin, görme engelli bir birey için asansörde kabartma yazılarının olması ulaşılabilirliğin sağlanması için önemli iken, yürüme engelli bir birey için doğru ölçüde bir rampa uygulamasının olması önemlidir. Bu kapsamda ulaşılabilirlik engelli bireylerin memnuniyet düzeylerini etkileyebilmektedir

Seyahat eden engelli bireyler en fazla; ağır kapıları açmak, havaalanlarında bagajlarını bulmak ve personel ile iletişim kurmak gibi konularda zorlanmaktadır (4). Bu tür sorunlar engelli turizm pazarında "ulaşılabilirlik" konusunun tam olarak sağlanamaması sonucunda oluşmaktadır. Ulaşılabilirlik hem fiziksel açıdan hem de iletişim açısından değerlendirilip, işletme içinde uygulamalara yansıtılmalıdır. Darcy (2010, s. 816) yapmış olduğu araştırmada engelli misafirlerin konaklama işletmesi seçiminde sahip oldukları engel boyutunun ve engel boyutu ile ilgili olarak ihtiyaç duydukları desteğin önemli olduğunu tespit etmiştir. Ulaşılabilir uygulamalar sadece konaklama tesislerinde veya seyahat işletmelerinde değil tüm turizm faaliyetini oluşturan süreçte yerine getirilmelidir. Bu noktada doğru ölçüler ile uygulamaların yapılması önemlidir.

Hem turizm faaliyetini engelli bireyler için ulaşılabilir kılmak hem de engelli bireylerin turizm faaliyetine sürekli ve aktif katılımını sağlamak amacı ile ulaşılabilirliğin doğru ölçülerde sağlanması önemlidir. Ulaşılabilirliğin sağlanması sonucunda oluşan müşteri memnuniyeti beraberinde engelli bireyin yeniden memnun kaldığı işletmeyi tercih etmesi sonucunda müşteri sadakatine dönüşebilecektir (Moven ve Minor, 1998, s. 415). Baş ve Kılıç (2013) yapmış oldukları araştırmada ulaşılabilir imkanların uygulanmasının da dahil olduğu işletme çabalarındaki artışın, engelli müşteri memnuniyetini artırdığını tespit etmiştir. Müşteri memnuniyetinin artması beraberinde engelli bireyin yeniden aynı işletmeyi tercih etmesini sağlayabilmektedir; bu durum müşteri sadakatini oluşturabilmektedir.

Darcy ve Pegg (2011, s. 475) Avustralya, Sidney’de yapmış oldukları araştırmalarında, otel yönetimlerinin engelli turistlerin ihtiyaçlarının farklılık arz edeceği konusunda bilinçli olduklarını; ancak ulaşılabilir konaklama tesislerinin oluşturma konusunda henüz yeterli düzeyde olunmadığını tespit etmişlerdir. Atak (2006) tarafından Ege bölgesinde yapılan başka bir çalışmada ise otel yönetiminin engelli pazarının farkında olduğu, ancak uygulamaya yönelik olarak değerlendirme yapıldığında henüz yeterli olmadıkları tespit edilmiştir. Pehlivanoğlu (2012: 34) yapmış olduğu araştırmada engelli odalarında bulunan bazı teknik imkânların, askı yüksekliği, kapı eşiklerinin yüksekliği gibi, uygun ölçümlerde olmadığını tespit etmiştir; uygulamada doğru ölçüler ile ulaşılabilir imkânların yapılması ile engelli turizm pazarında başarılı olunabilmektedir. Bu konuda gereken stratejik planların ve rehberlerin oluşturulması önemlidir.

1980 yılında Dünya Turizm Örgütü genel kurulu farklı turizm faaliyetlerine negatif ayrımcılık olmadan her bir ülkede ulaşılabilirliğin sağlanması gerektiğini beyan etmiştir (ENAT, 2007). 10-11 Nisan 1991 yılında Madrid’de Turizm Güvenlik Komitesinin (Tourism Safety Committee) 3. toplantısında engelli bireyler için eşit turizm fırsatları oluşturulması üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda "ulaşılabilir" koşulların sağlanması üzerinde durulmuştur 1991 yılında alınan kararların bazıları 2005 yılında ve sonrasında 2013 yılında genişletilmiştir (5).

Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler Engelli anlaşmasını imzaladıktan sonra Avrupa ülkelerinin ulaşılabilir yapılmasını sağlamak için 15 Kasım 2010 yılında Avrupa Engellilik Stratejisini geliştirmiştir. Avrupa Birliği 2020 Engelli stratejisinde sürdürülebilirliği ve büyümeyi sağlamayı hedeflemiştir. Engelli bireyler ile ilgili mevcut yasaların ve düzenlemelerin yetersiz olduğu görüşü sonucunda konu ile ilgili olarak 2020 Engelli Stratejisi geliştirilmiştir. Engelli stratejisi kapsamında ulaşılabilirliği sağlamak için sekiz temel ana alan belirlenmiştir: Ulaşılabilirlik, katılım, eşitlik, istihdam, eğitim ve öğretim, sosyal koruma, sağlık, dış aksiyonlar (6).

Engelli turizm pazarına ilişkin ulaşılabilirlikle ilgili talep özelliklerinin tespit edilmesi hem konu ile ilgili planlamaların yapılması hem de konuya ilişkin yol gösterici olunması açısından önemlidir. Ülkelerin ulaşılabilir imkânları sağlamak konusunda farklı başarı düzeyleri bulunabilir. Bu çalışmada Türkiye’de engelli turizm pazarında farklı engelli türlerine göre oluşan talep özelliklerinin tespiti amaçlanmıştır. Bu amaçla görme engelli, işitme engelli ve yürüme engelli olmak üzere toplam 21 engelli birey ile görüşme yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar analiz edilerek hem sektör çalışanlarına hem de akademik çalışmalara yol gösterici olunması amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Araştırma kapsamında farklı engel türüne sahip olan engelli bireylerin turizm faaliyetine ilişkin olarak yaşamış oldukları sıkıntılar ve düzeltilmesi gereken detaylar belirlenerek engel türüne göre farklılık gösteren talep özelliklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada nitel araştırma tekniği uygulanmış olup, 2014 yılı Ocak ve Şubat aylarında, turizm faaliyetine katılmış olan 21 engelli birey ile görüşme yapılmıştır.

Görüşme soruları oluşturulurken konuya ilişkin farklı kaynaklardan (Artar ve Karabacakoğlu, 2003; ODO, 2003, 2005; Atak, 2006; ENAT, 2007; Vos ve Ivor 2008; 2020 Avrupa Engellilik Stratejisi, UNWTO ulaşılabilir turizm konulu, Turizm Güvenlik Komitesi kararname; Pehlivanoglu, 2012; Buhalis ve Michopoulou, 2011) faydalanılmıştır. Oluşturulan sorular öncelikle farklı engeli türüne sahip (görme, işitme ve yürüme engelli) 6 engelli bireye incelenmiştir. Soruların anlaşılır olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'de engelli bireylerin ne kadarının turizm faaliyetine katıldığı henüz belirlenmemiştir. Engelli bireylerin turizm faaliyetine katılımını kısıtlı ekonomik ve ulaşılabilir koşullar engelleyebilmektedir. Engelli bireylerin turizme katılımlarının kısıtlı olması çalışma kapsamında oluşturulan soruları cevaplandırabilecek düzeyde turizm konusunda deneyimli ve soruları cevaplamaya istekli engelli bireylerin bulunmasına ilişkin imkânları kısıtlamıştır. Türkiye'de engelli turizmi konusunda yapılan araştırmalar henüz yüksek miktarda değildir. Bu nedenle araştırmada her yıl turizm faaliyetine aktif olarak katılan ve sorulan sorulara cevap vermeye istekli 21 engelli birey ile görüşme yapılmıştır. Görüşme tekniğinin tercih edilmesinin nedeni konu ile ilgili literatürün Türkiye'de desteklenmesi gereken bir düzeyde olması ve bu nedenle detaylı bilgi alımının açık uçlu sorular ile elde edilmesinin amaçlanmasıdır. Görüşme yapılan engelli turistlerin 7'si görme engelli, 7'si işitme engelli, 7'si ise yürüme engellidir (tekerlekli sandalye kullanmaktadır). Her bir engelli grubunun vermiş oldukları cevapların tutarlılık göstermesi ve cevapların yakınlık arz etmesi nedeni ile her bir engelli grubundan 7 engelli birey ile görüşme yapılması yeterli görülmüştür. Ayrıca turizm faaliyetine aktif katılan ve sorulan detaylı sorulara cevap verebilecek düzeyde turizm konusunda yeterli deneyime sahip olan engelli bireylerin bulunmasında yaşanan zorluk örneklem miktarını etkileyen ikincil bir faktördür.

İşitme engelli bireyler ile yapılan mülakat işitme engelliler okulunda gerçekleştirilmiş olup, işaret dili bilen öğretmenler aracılığı ile uygulanmıştır. Yürüme engelli bireylerin 3'ü ile telefonda görüşme yapılmış, 4'ü ile yüz yüze görüşülmüştür, görme engelli bireylerin 4'ü ile telefonda görüşme yapılmış, 3'ü ile yüz yüze görüşülmüştür. Mülakat soruları engelli bireylerin konaklama ve seyahatlerinde karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve taleplerin tespit edilmesi amacıyla yönelik olarak oluşturulmuştur. Araştırma sorularında ayrıca engelli turistlerin bir turistik işletmeyi tercih etme sıklıklarına ilişkin 1 soru ve demografik bilgilerin tespitine yönelik sorular yer almaktadır (mülakat soruları için bkz.: Ek 1)

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar literatürde yapılan bazı çalışmalar ve stratejik planlamaların açıkladığı bilgiler ile tutarlılık göstermiştir (Artar ve Karabacakoğlu, 2003; ODO, 2003, 2005; Atak, 2006; ENAT, 2007; Vos ve Ivor 2008; Darcy, 2010; 2010-2020

Avrupa Engellilik Stratejisi, UNWTO, 2013 - Herkes için Ulaşılabilir Turizm- Genel Kurul Kararnamesi, Pehlivanoglu, 2012; Buhalis ve Michopoulou, 2011).

BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanarak sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Demografik bulgular Tablo 1’de sunulmaktadır:

Tablo 1. Demografik Bulgular

		n	%			n	%
Cinsiyet	Erkek	16	76,19	Engel Durumu	Görme ⁸ Engelli	7	33,33
	Kadın	5	23,81		Yürüme Engelli	7	33,33
Yaş	18-29 yaş	14	66,66		İşitme Engelli	7	33,33
	30-39 yaş	6	28,57				
	40 ve üstü	1	4,76				
Medeni Durum	Evli	4	19,05	Yılda Kaç Kez Tatile Çıkarsınız?	1	5	23,81
	Bekar	17	80,95		2	5	23,81
Eğitim düzeyi	Ortaöğretim	3	14,29		3 ve üzeri	11	52,38
	Lise	7	33,33	Tatil Bütçesi	< 1000 TL	8	38,10
	Yükseköğretim	11	52,38		>1000 TL	13	61,90
				Turizm İşletmelerine geliş sebebi	Dinlenme ve Tatil	8	38,10
					Ziyaret	2	9,52
					Spor ve Sağlık	5	23,81
					İş	6	28,57

Araştırmaya katılan engelli turistlerin 16'sı (%76,19) erkek, 5'i (% 23,81) kadındır; araştırmaya katılan 18-29 yaş arasındaki engelli turist sayısı 14 (% 66,66), 30-39 yaş arasındaki engelli turist sayısı 6 (%28,57), 40 ve üstü yaş grubundaki engelli turist sayısı ise 1'dir (%4,76); 4'ü (%19,05) evli, 17'si (% 80, 95) bekar; araştırmaya katılanların 3'ü (%14,29) orta öğretim, 7'si (%33,33) lise, 11'i (%52,38) yüksek öğretim eğitim düzeyindedir; araştırmaya katılanların 7'si (%33,33) görme engelli, 7'si (%33,33) yürüme engelli, 7'si (%33,33) ise işitme engellidir; 5'i (%23,81) yılda 1 kez, 5'i (%23,81) yılda 2 kez, 11'i (%52,38) ise 3 ve daha fazla tatile çıkmaktadır; araştırmaya katılanların 8'inin (%38,10) tatil bütçesi 1000 TL'den az, 13'ünün (%61,90) ise 1000 TL'den fazladır;

¹Araştırmaya katılan görme engelli bireylerin 2'si kısmi görme engellidir; %10 ve %15 oranında görebilmektedirler.

araştırmaya katılanların 8'inin turizm işletmelerine geliş sebebi dinlenme ve tatil, 2'sinin (59,52) ziyaret, 5'inin (%23, 81) ise spor ve sağlıktır.

Görme Engelli Turistlere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan görme engelli bireylerden 5'i turizm faaliyetleri için Ege ve Akdeniz bölgesini; 2'si ise (iş amaçlı olması nedeniyle) Orta Anadolu illerini daha çok ziyaret etmektedirler; 4'ü konaklama işletmesi olarak 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerini tercih ederken, 3'ü ise pansiyon ve apart otelleri tercih etmektedir, ortalama seyahat ve konaklama süreleri ise ortalama 7 gündür. Görme engelli bireylerin seyahatlerinde 3'ü havayolunu, 4'ü ise karayolunu tercih etmektedir,

Turistik İşletmeleri Tercih Ederken Dikkat Edilen Hususlara Yönelik Bulgular: İnternet sitesinin erişilebilir olmasına, asansör bulunmasına, asansörün tuşlarının kabartma yazıları ile de belirtilmiş olmasına, kontrol panelinin bulunmasına, personel yaklaşımına (yardımsever ve sabırlı olması), güvenlik kartında kabartma yazılarının bulunmasına, oda servisinin olmasına, işletmenin mekanının ulaşılabilir ve temiz olmasına dikkat etmektedirler,

Konaklama İşletmelerinde Karşılaşılan Zorluklara İlişkin Bulgular:

- *Girişler, Resepsiyon, Lobi, Asansörler:* Kabartma kat planı bulunmaması, kılavuz yolun bulunmaması, döner kapıların bulunması, rehberlik yapacak personelin bulunmaması, kapıların cam olması ve zıt renklerin, ayırt edici olması amaçlı kullanılmaması (kısmi görme engelli bireyler için), asansörlerde hangi kata geldiğine dair sesli bilgilendirme sistemi ve tuşların kabartma yazılarının bulunmaması, lobi ışıklandırmalarının yetersiz olması (kısmi görme engelliler için evrak doldurumu ve personel ile iletişim kurulması sırasında sıkıntılara neden olabilmektedir), asansördeki ışıklandırma düzeyinin yetersiz olması (kısmi görme engelli bireyler tarafından belirtilmiştir),
- *Restoran ve Kafeler:* Personel ile iletişime geçilmesi için masalarda sesli veya ışıklı uyarı sisteminin bulunmaması, kabartma yazı içeren menülerin bulunmaması, personelin bazen görme engelli bireyin isteği doğrultusunda olmadan yemek seçimlerini yapması, açık büfelerde engelli bireye yardımcı olacak personelin bulunmaması menülerde kabartma yazılarının bulunmaması, koltuklar ve zeminin zıt renklerden oluşturulmaması, masaların ve aranan yerlerin tespit edilememesi,
- *Koridorlar ve Merdivenler:* Koridorlarda merdiven başlangıcını ve bitişini belirten kılavuz yolun bulunmaması, merdivenlerde trabzan bulunmaması, dekorasyon nedeniyle koridorların orta kısmında çiçek, havuz vb. bulundurulması, koridor ve merdivenlerde zıt renklerin bulunmaması (kısmi görme engelliler için), koridorlarda oda numaralarına ilişkin kabartma yazıların bulunmaması odanın tespitinin yapılamaması,

- *Engelli Odaları*; Görme engelli bireyler özellikle konaklamaları için engelli odalarını tercih etmediklerini belirtmişlerdir; ancak odanın bulunmasını kolaylaştırmak amacı ile odanumaralarının kabartma yazılarının ve odaya ilişkin kabartma oda planının bulunmaması,
- *Havuz ve Plaj Alanları*: Bu alanların planını gösteren bir kabartma haritasının bulunmaması (şezlongun ve tuvaletlerin bulunmasını zorlaştıran etmenlerdendir), girişlerde, çıkışlarda ve merdivenlerde renk kontrastı olmaması, havuza ulaşmak için kılavuz yolun bulunmaması, havuzda aydınlatma sisteminin bazen yeterli düzeyde olmaması (akşam vakti kısmi görme engelli bireyler için),
- *Park ve Bahçe Alanları*: Belirgin, zıt renklerden oluşan işaretlendirme sistemi ve levhaların olmaması, kılavuz yolun yeterince bulunmaması ve kılavuz yol üzerine araba park edilmesi, kabartma krokilerin bulundurulmaması, kaldırım yüksekliğinin fazla olması, bahçe planının uygun olmaması ve karmaşık bir yapıya sahip olması,
- *Diğer Ortak Kullanım Alanları (lavabolar, otopark vb.)*: Otoparkın yeterince geniş olmaması, lavabolarda zıt renklerin kullanımının (kapı, zemin, duvarlar, sabunluk vb. için) olmaması tespit edilmiştir.

Seyahat Ederken Karşılaşılan Zorluklara İlişkin Bulgular: Havaalanlarında ve otogarlarda yeterince kılavuz yolun bulunmaması, refakat eden personelin görme engelli bireye nasıl davranacağını bilmemesi ve yeterince ilgilenmemesi, tekerlekli sandalye kullanımı konusunda görme engelli bireye teklifte bulunulmaması, kabartma haritaların bulunmaması ve kılavuz yolun nereye ulaştığının bilinmemesi, otobüslerde sesli uyarı sistemlerinin zaman zaman yeterli düzeyde bilgi vermemesi, dinlenme tesislerinde engelli dostu uygulamaların bulunmaması, koltuk numaralarının kabartma yazıları ile yazılmaması olarak tespit edilmiştir.

İşletmeyi Tercih Etme Sıklığına İlişkin Bulgular: Görme engelli bireylerden 6'sı memnun kaldıkları takdirde yeniden aynı işletmeyi tercih edebileceklerini, 1'i ise değişik yerleri deneyimlemek istediğini ifade etmiştir.

Personel Yaklaşımlarına İlişkin Bulgular: Personele engelli bireye nasıl yaklaşımda bulunulup iletişime geçileceğine ilişkin eğitim verilmesi gerekliliği tespit edilmiştir: "*Personel engelli bireye siz diye hitap etmek yerine sen diye hitap edebiliyor; bazen bana değil yanımdaki refakatçiye benim ne içmeyi tercih ettiğim soruluyor. Bu tür durumlar engelli bireyler için üzücü ve istenmeyen durumlardır*" (38 yaşındaki görme engelli bir turist tarafından belirtilmiştir). Otogar veya havaalanı gibi yerlerde personel engelli bireye nereye oturabileceği ve hangi perona gidebileceği konusu vb. konularda yardımcı olunmalıdır.

Turizm İşletmelerinin İnternet Sitelerinin Ulaşılabilirliğine İlişkin Bulgular: Görme engelli bireylerden 4'ü internet sitelerini erişilebilir bulunduğunu, 1'i internet kullanımı gerçekleştirmediğini belirtmiştir, 2'si ise bilgisayar kullanırken faydalandıkları sesli okuma

cihazlarının internet sitelerinde yer alan fotoğrafları okuyamadığını, bu nedenle daha fazla yazılı ifadeye yer verilmesi gerekliliğini ifade edilmiştir.

Diğer Bulgular: Görme engelli bireyler özellikle seyahat ve konaklama imkanları daha fazla ulaşılabilir olursa, turizm faaliyetine katılımlarında artış meydana gelebileceğini belirtmişlerdir ayrıca görme engelli bireyler için turizm; dinlenme, değişik ve yeni yerler görme, bilgilenme ve sağlık kazanmak anlamına gelmektedir.

İşitme Engelli Turistlere İlişkin Diğer Bulgular

Araştırmaya katılan işitme engelli bireylerden 3'ü turizm faaliyetleri için Ege ve Akdeniz bölgesini; 2'si ise (iş amaçlı olması nedeniyle) Batı ve Orta Anadolu illerini daha çok ziyaret etmektedirler. 2 işitme engelli ise tercih ettiği sabit bir destinasyonun bulunmadığını belirtmişlerdir. 5'i konaklama işletmesi olarak otel işletmelerini tercih ederken, 2'si ise pansiyon ve apart otelleri tercih etmektedir. İşitme engelli bireylerin 4'ü havayolunu, 3'ü ise karayolunu tercih etmektedir, seyahat ve konaklama süreleri ortalama 5 gün sürmektedir.

Turistik İşletmeleri Tercih Ederken Dikkat Edilen Hususlara İlişkin Bulgular: Temizlik, fiyat, eğlence imkanları ve işaret dili bilen personel olmasınadikkat edilmektedir.

Konaklama İşletmelerinde karşılaşılan Zorluklara ilişkin Bulgular:

- *Girişler, Resepsiyon, Lobi, Asansörler:* Lobide anonsların ve önemli bilgilerin yazılı olarak gösterildiği bir televizyonun bulunmaması, işaret dili bilen personelin bulunmaması,
- *Restoran ve Kafeler:* İşaret dili bilen personelin bulunmaması sonucunda yanlış siparişin getirilmesi, menüde yemek içeriğine ilişkin yeterli bilgi olmaması durumunda personele sorulması gerekliliği oluşmaktadır, bu durumda personelin işaret dili bilmemesi kaynaklı olarak içeriğe ilişkin yanlış bilgi alınması,
- *Koridorlar ve Merdivenler:* Acil durumlara karşı ışıklı uyarı sistemlerinin bulunmaması,
- *Engelli Odaları/Odalar:* Odalarda kapı çalınması halinde, telefon çalması ve acil durumlarda ışıklı veya titreşimli uyarı sistemlerinin olmaması; *görüntülü telefon ile resepsiyon iletişiminin bulunmaması vb.*
- *Havuz ve Plaj Alanları:* Görevli personelin işaret dili bilmemesi, acil veya gerekli durumlarda uyarıları ve duyuruları gösterecek ekranların bulunmaması vb.
- *Park ve Bahçe Alanları:* Görevli personelin işaret dili bilmemesi, acil veya gerekli durumlarda uyarıları ve duyuruları gösterecek ekranların bulunmaması vb.
- *Diğer Ortak Kullanım Alanları (lavabolar, otopark vb.):* Acil veya gerekli durumlarda uyarıları ve duyuruları gösterecek ekranların bulunmaması vb.

Seyahat Ederken Karşılaşılan Zorluklara İlişkin Bulgular: Personelin işaret dili bilmemesi, otobüs molalarında kaç dakika mola olduğunun bilinmemesi ve bu gibi bilgilerin ekranlarda gösterilmemesi, havaalanları, terminallerde gereken önemli bilgilerin ve duyuruların yeterince ekranda belirtilmemesi ve personel yardımının zaman zaman yetersiz kalması. Otobüs biletine engelli olunduğunun belirtilmemesi sonucunda personelin engelli

bireyi tespitinde ve ilgili olarak yardımcı olmasında sıkıntıların oluştuğunu tespit edilmiştir.

İşletmeyi Tercih Etme Sıklığına İlişkin Bulgular: İşitme engelli bireylerin tamamı memnun kaldıkları takdirde tekrar aynı işletmeyi tercih edebileceklerini belirtmişlerdir.

Personel Yaklaşımlarına İlişkin Bulgular: personele, işaret dili kullanımı ve engelli bireye yaklaşım konusunda eğitim verilmesi gerekliliği tespit edilmiştir.

Turizm İşletmelerinin İnternet Sitelerinin Ulaşılabilirliğine İlişkin Bulgular: İşitme engelli bireylerin 3'ü turizm işletmelerinin internet sitelerinin ulaşılabilir olduğunu belirtmişlerdir; 4'ü ise internet sitelerinin işaret dili ile anlatıma sahip olması gerektiğini belirtmiştir.

Diğer Bulgular: İşitme engellilere yönelik ulaşılabilir imkanların olması daha fazla turizm faaliyetine katılımı sağlayabilmektedir. Turizm faaliyeti ise araştırmaya katılan işitme engelliler için huzur, dinlenme ve mutlu olmayı ifade etmektedir.

Yürüme Engelli Turistlere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan yürüme engelli bireylerin tamamı turizm faaliyetleri için Ege ve Akdeniz bölgesini tercih etmektedir, 6'sı konaklama işletmesi olarak 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerini tercih ederken, 1'i ise öğretilmesini tercih etmektedir. Yürüme engelli bireylerin 4'ü havayolunu, 3'ü ise karayolunu tercih etmektedir, seyahat ve konaklama süreleri ortalama 7 gün sürmektedir.

Turistik İşletmeleri Tercih Ederken Dikkat Edilen Hususlara İlişkin Bulgular: Ulaşılabilir fiziki yapısına, yardımsız tesise giriş yapılabilmesine, engelli odasının bulunmasına, kapı eşiklerinin yüksekliği, asansörün ulaşılabilirliği, bina girişlerinin ulaşılabilir özellikte olması,

Konaklama İşletmelerinde karşılaşılan Zorluklara ilişkin Bulgular:

- *Girişler, Resepsiyon, Lobi, Asansörler:* Girişlerde rampanın uygun yüksekliğinin bulunmaması, resepsiyon bankosunun uygun yükseklikte olmaması (personel ile rahat iletişim kurulabilmesini sağlaması), asansörde tuşların uygun yüksekliğin olmaması, kaygan zeminin olması, basamak bulunması,
- *Restoran ve Kafeler:* Tekerlekli sandalye ile manevra yapılabilecek yeterli genişlikte alanın bulunmaması, masalar arası uygun geçiş alanının bulunmaması, restoran kapısının giriş için uygun genişlikte olmaması, sandalye ile masa altına giriş yapılamaması,
- *Koridorlar ve Merdivenler:* Koridorun yeterince geniş olmaması, merdiven asansörünün bulunmaması, halı kaplamasının tekerlekli sandalye kullanıcısının rahat geçişine izin vermemesi,
- *Engelli Odaları/Odalar:* Oda banyolarının tekerlekli sandalyenin girebileceği kadar geniş olmaması, odada manevra alanının bulunmaması, kapıların ağır olması, banyo ve balkon girişlerinde eşik yüksek olması, lavaboların tekerlekli sandalye kullanıcısı için uygun olmaması (lavabo altına boş olmasından dolayı tekerlekli sandalye ile lavabo altına yaklaşım olamamaktadır), lavabo

kapısı içeri doğru açıldığında alan darlığı nedeni ile kapanmasında zorluk olması (lavabo kapılarının hafif ve sürgülü kapı olmasının kolaylık sağlayabileceği belirtilmiştir), banyonun yeterince geniş olmaması, prizlerin uygun yükseklikte olmaması,

- *Havuz ve Plaj Alanları:* Havuz asansörünün olmaması, kaygan zemin olmaması, plajda gereken platform yol düzenlemesinin olmaması, denize girebilmek için kullanılan özel tasarım tekerlekli sandalye uygulamalarının olmaması,
- *Park ve Bahçe Alanları:* Parke taşlarının rahatsız edici nitelikte olması, eşik yüksekliğinin uygun olmaması, yeterince geniş olmayan ve bozuk yollar bulunması,
- *Diğer Ortak Kullanım Alanları (lavabolar, otopark vb.):* Lavabo girişlerinin uygun ölçüde olmaması, kapıların kapanmaması, engelli otoparkının olmaması veya engelli otoparkına engelli olmayanlar tarafından park edilmesi, engelli otoparkının yakınında engelli asansörünün olmaması.

Seyahat Ederken Karşılaşılan Zorluklara İlişkin Bulgular: Uçağa binişlerde sandalye değişimi olması ve yardımcı olan personelin zaman zaman yeterince bilinçli olmaması, yeterince ulaşılabilir imkanların olmaması sonucunda engelli bireyin personel tarafından taşınmak zorunda kalması, yol üzerindeki lavaboların erişilebilir olmaması, fazlaca basamak olması, otobüste engelli asansörünün olmaması,

İşletmeyi Tercih Etme Sıklığına İlişkin Bulgular: Yürüme engelli turistlerin tamamı memnun kaldıkları takdirde aynı işletmeyi tekrar tercih edebileceklerini belirtmişlerdir.

Personel Yaklaşımlarına İlişkin Bulgular: Personele engelli misafirlere yaklaşım konusunda eğitim verilmeli, personel yeterince sabırlı ve bilinçli değil; fakat genel itibarı ile yardımseverdir. Her engel grubunun farklı ihtiyaçlarına ilişkin personele eğitim verilmelidir.

Turizm İşletmelerinin İnternet Sitelerinin Ulaşılabilirliğine İlişkin Bulgular: Yürüme engelli bireylerden 1'i internet sitelerini ulaşılabilir bulmaktadır, diğer 6 yürüme engelli birey ise internet sitelerinde ulaşılabilirlik konusunda yeterince bilgi bulunmadığını ve ulaşılabilirliğe ilişkin yeterince fotoğraf konulmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca internet sitelerinde ulaşılabilirliğe ilişkin olarak yer alan bilgilerin de zaman zaman yeterince gerçeği yansıtmayabildiği ifade edilmiştir.

Diğer Bulgular: Yürüme engelli bireylerin tamamı tercih ettikleri işletmeden memnun kaldıklarında yeniden aynı işletmeyi tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Turizm, araştırmaya katılan yürüme engelli bireylerin 6'sı için rahatlatma, yeni insanlarla tanışma, huzur gibi kavramaları ifade ederken; 1'i için ise ulaşılabilirliğin sağlanamamasından turizm sıkıntılı bir süreci ifade etmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Engelli turizm pazarında farklı engelli türlerine sahip bireyler oluşturmaktadır. Dolayısıyla engelli turizm pazarına yönelik yapılacak çalışmalar tek bir engel türüne yönelik olarak

düşünülmemelidir. Bu çalışmada farklı engel türlerine sahip bireylerin farklı talep özelliklerinin tespiti amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre görme engelli bireylerin 15'i konaklamalarını otel işletmelerinde, 5'i pansiyon veya apart otelde, 1'i ise öğretmen evinde gerçekleştirmektedir. Engelli turistlerin 11'i havayoluyla, 10'u ise karayoluyla seyahat etmeyi tercih etmektedir. Seyahat ve konaklama süreleri yaklaşık olarak 6,3 gün sürmektedir.

Seyahat ve konaklamalarında görme engelli turistler daha çok kabartma yazıların ve kılavuz yolların oluşturulmaması; işitme engelli bireyler görsel uyarı sistemlerinin eksikliği, işaret dilinin kullanımının olmaması; yürüme engelli turistler ise ulaşılabilir uygulamaların gerekli ölçümlerde yapılmaması gibi konularda zorluk yaşamaktadırlar. Engelli turistler hem seyahatlerinde hem de konaklamalarında personele engelli turist ile nasıl iletişim kurulacağına ilişkin olarak eğitim verilmesi gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Araştırmaya katılan engelli turistlerin 20'si memnun kaldıklarında yeniden aynı işletmeyi tercih edebileceklerini belirtmişlerdir. Engelli turistler ayrıca ulaşılabilir imkânlarda artış olmasının onların daha fazla turizm faaliyetine katılımını sağlayabileceğini belirtmişlerdir. Turizm kavramı araştırmaya katılan engelli turistlerin 20'si için huzur, ferahlık, yeni insanlar ile tanışma gibi pozitif anlamlar ifade ederken 1 tekerlekli sandalye kullanıcısı için ulaşılabilir imkânların yeterli düzeyde olmamasından dolayı sıkıntılı bir süreci ifade etmektedir. Engelli turistlerin sahip oldukları engel türlerine göre seyahat ve konaklamalarında karşılaştıkları sorunlar ve talepleri farklı olabilmektedir.

Literatürde yapılan farklı çalışmalar incelendiğinde ise araştırma sonuçları ile tutarlılık arz ettiği tespit edilmiştir. 2005 yılı Open Doors Organization'ın, seyahat ve konaklama konusunda deneyim sahibi olan 1,373 engelli kişi ile gerçekleştirmiş olduğu araştırmada, araştırmaya katılanların %43'ü otel rezervasyonu yapma ve havayolları ile ilgili ulaşılabilir imkânlar (turlar, aktiviteler, çekicilikler) ilişkin bilgiler elde etme konusunda internette faydalanılmaktadır, havayolları seyahatinde araştırmaya katılanların %67'si havayollarında birtakım iletişim konusunda ve fiziki engeller konusunda zorluk yaşamaktadırlar. Araştırma kapsamında engelli turistler seyahatlerinde personel ile iletişim kurulması, kılavuz yol, kabartma yazıların kullanımı, uygun ölçülerde rampa gibi ulaşılabilir uygulamaların yapılması gerekliliği tespit edilmiştir. Pehlivanoğlu (2012) yapmış olduğu araştırmada (çalışmaya Antalya bölgesinde beş farklı beş yıldızlı otel işletmesini dâhil edilmiştir) engelli odalarının gereken teknik ölçümlere sahip olamayabildiğini tespit etmiştir. Araştırma kapsamında engelli bireylerin engelli odalarına ilişkin olarak oda içerisinde manevra yapılabilecek genişlikte alanın bulunması (tekerlekli sandalye kullanıcıları için), prizlerin vb. uygun yükseklikte olması, titreşimli ve görsel uyarı sistemlerinin bulunması gibi ulaşılabilir uygulamaların olmasını ve doğru ölçümlerle yapılmasını talep etmektedirler. Drawulla ve Darcy (2004) engelli bireylere hizmet konusunda personeli bilinçlendirmek amaçlı eğitim verilmesinin, engelli bireylere sağlıklı hizmet sunumunu gerçekleştirmek açısından önem arz ettiğini tespit etmiştir. Araştırmada ise personele engelli misafirlere hizmet konusunda eğitim verilmesi gerekliliği tespit

edilmiştir. Buhalis ve Michopoulou (2011) engelli turizm pazarında farklı talep özelliklerinin farklı engel türlerine göre oluşabileceğini tespit etmişlerdir. Araştırmada engelli misafirlerin sahip oldukları farklı engel türlerine göre talep özelliklerinin değişiklik arz ettiği tespit edilmiştir. Atak (2006) Marmaris'te yaptığı çalışmada otel işletmelerinin engelli turizm pazarının farkında oldukları; ancak teknik açıdan henüz engelli turizm pazarına hizmet edecek kadar yeterli düzeyde olmadıklarını tespit etmiştir. Araştırma kapsamında engelli bireylerin özellikle ulaşılabilirlik konusunda yaşadıkları sıkıntılar tespit edilmiştir. Bu açıdan söz konusu, belirtilen çalışmalar, araştırmadan elde edilen sonuçları destekler niteliktedir. Araştırma sonuçlarından elde edilen öneriler genel hatları ile aşağıdaki gibidir:

- Görme engelli turistlere yönelik olarak kılavuz yol, kabartma yazıları (asansörde tuşlar, menü yazıları, seyahat sırasında koltuk numaraları, engelli odalarının numaraları vb.), kabartma alan planları, merdivenlerde trabzanın bulunması, kısmi görme engelli bireyler için dekorasyonlarda zıt renklerin kullanımı, kaldırım yüksekliği ve bahçe dekorasyonunun uygunluğu gibi uygulamalarının bulunması,
- Yürüme engelli olan tekerlekli sandalye kullanıcılarına yönelik olarak ise zeminin düz olması ve rampaların uygun eğim ölçüsünde olması, engelli odaları ve genel alanlarda manevra yapılabilecek kadar genişliğin bulunması, düzenlemelerin doğru ölçülerde yapılması, kaygan özellikte maddelerin zemin dekorasyonunda kullanılmaması, plaj alanlarında deniz, duş alanları vb. yerlere ulaştıran platform yol olması vb.,
- İşitme engelli turistlere yönelik olarak genel alanlar ve engelli odalarında gereken sesli ve görsel uyarı sistemlerinin bulunması, işletmelerde işaret dili kullanılmasının sağlanması vb.,
- İşletmelerin internet siteleri konusunda ise internet sitelerinde ulaşılabilirlik konusunda yeterince bilgi bulunması ve ulaşılabilirliğe ilişkin yeterince fotoğraf konulması, internet sitelerinin işaret dili ile anlatıma sahip olması, görme engelli bireyler için ise İnternet sitelerindeki fotoğrafların sesli okuma cihazları tarafından okunamaması nedeniyle gerekli bilgilerin metin olarak da detaylı olarak verilmesi,
- Her bir engel türüne ilişkin olarak personele engelli bireye nasıl davranması gerektiği konusunda bilgi verilmesi gerekmektedir. Örneğin, işitme engelli bireye yönelik olarak işaret dili bilmesi vb.

KAYNAKÇA

- Ambrose, I. (2011), *Accessible Tourism in Europe: Meeting the Challenges, Gaining the Rewards*, European Network and Accessible Tourism, European Lift Association Conference Grand Hotel Vesuvio, Naples, 7 Nisan 2011.
- Artar, Y. ve Ç. Karabacakoglu, (2003). *Türkiye Milli Productivite Merkezi Özürlülerin Toplumsal Gelişimine Yönelik Proje*. Türkiye'de Özürlüler Turizmini Geliştirilmesine Yönelik olarak alt Yapı Olanaklarının Araştırılması Türkiye Milli Productivite Merkezi Yayınları.
- Atak, V. (2006). *Marmaris'te ki Otel İşletmelerinin Bedensel Engelli Turizmine Bakışı* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

- Ataman, A. (2009). Özel Eğitim Alanı. Ayşegül Ataman (Edt), *Özel Gereksinimli Çocuklar ve Özel Eğitime Giriş* içinde (13-87). Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Baş, M. ve Kılıç, B. (2013), *Otel İşletmelerinde Engellilere Yönelik Hizmet Algısı ve Memnuniyet İlişkisi*, Uluslararası Katılımlı 7. Özürlüler Vakfı Kongre ve Sosyal Etkinlikleri, 20-21 Aralık 2013.
- Buhalis, D., ve Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: Addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*,14(2), 145-168.
- Çakmak, M., (2008). Amerika Birleşik Devletlerinde Engelli Tanımı Hakkında Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 57 (2), 51-62.
- Darcy, S., ve Pegg, S. (2011). Towards strategic intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (2), 468-476.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31(6), 816-826.
- Daruwalla, P., ve Darcy, S. (2005). Personal and societal attitudes to disability. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 549-570.
- Elisa A., T. Domínguez ve N. Losada (2012). New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism, Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies, Dr. Murat Kasimoglu (Ed.), ISBN: 978-953-51-0520-6, InTech
- European Comission, 2004, *Improving Information on Accessible Tourism for Disabled People*, ENAT, *Rights of Tourists with Disablities in the European Union Framework*, 2007: 10.
- Guerra, L. S., 2003. *Tourism for All: Organizing Trips for Physically Disabled Customers*. UK: MA European Management
- Moven, J. C. ve M. Minor. (1998). *Consumer Behaviour*. Prentice Hall: Upper Saddle River, New Jersey.
- Pehlivanoğlu, B. (2011). Konaklama Yapılarının Engellilere Yönelik Oda Düzenlemelerinin İrdelenmesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(4).
- Vos, S. ve Ivor A., 2008, *Services and facilities for accessible tourism in Europe*, ENAT, 10.

İNTERNET KAYNAKÇASI

- (1) <http://www.unescap.org/our-work/social-development/disability> Erişim Tarihi: 14/08/2014
- (2) <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2005resolutionaccessibletourismforall.pdf> Erişim Tarihi: 14/08/2014
- (3) <http://www.engelsiz.hacettepe.edu.tr/belge/ozida.pdf> Erişim Tarihi: 14/08/2014
- (4) <http://opendoorsnfp.org/wp-content/uploads/2011/06/TRANSED-2007-Paper.pdf> Erişim Tarihi: 13/08/2014

(5) <http://ethics.unwto.org/en/content/accessible-tourism>

(6) http://ec.europa.eu/justice/discrimination/disabilities/disability-strategy/index_en.htm

Ek 1: Mülakat Soruları

Engel türü:	Cinsiyet:
Yaş:	Eğitim Düzeyi:
Medeni Hal:	
Ne sıklıkla seyahat edersiniz?	
Konaklama ve seyahatiniz için ayırdığınız bütçe ne kadardır?	
Seyahat ve konaklamalarınıza ilişkin karar verirken hangi kaynaklardan faydalanırsınız? (internet, tavsiye, TV reklamları, seyahat acenteleri vb.)	
Konaklama ve seyahatleriniz için daha çok hangi ayları tercih edersiniz? (Neden?)	
Seyahat ve konaklamalarınız kaç gün sürmektedir?	
Hangi amaçlar ile seyahat edersiniz?	
Daha çok hangi destinasyonları tercih edersiniz? (Neden?)	
Turistik işletmeleri tercih ederken en çok nelere dikkat edersiniz, neden?	
Hangi tür konaklama işletmelerini tercih edersiniz (otel, apart otel vb.), neden ?	
Konaklama işletmelerinde hangi zorluklarla karşılaşmaktasınız? - Girişler (resepsiyon), lobi ve asansörler: - Restoran ve kafeler: - Koridorlar ve merdivenler: - Engelli odaları: - Havuz, plaj alanları: - Park ve bahçe alanları: - Diğer ortak kullanım alanları alanlar (tuvaletler, otopark vb.):	
Seyahat ederken hangi zorluklarla karşılaşmaktasınız (havaalanları, otobüse/uçağa iniş ve binış vb.) ?	
Seyahatlerinizde hangi ulaşım türünü tercih edersiniz? (havayolu, karayolu vb.)	
Tercih ettiğiniz işletmelerdeki personel yaklaşımlarını nasıl değerlendirmektesiniz? (eğitim ihtiyacı vb.)	
Tercih ettiğiniz işletmelerde hangi uygulamaların var olması daha fazla seyahat etmenizi sağlar?	
Turizm işletmelerinin internet sitelerini ulaşılabilir bulmakta mısınız, tavsiyeleriniz nelerdir?	
Tercih ettiğiniz bir işletmeden memnun kaldığınızda yeniden aynı işletmeyi tercih eder misiniz?	
Turizm sizin için ne ifade etmektedir?	

TURİZMİN GELİŞİMİNİN ÖNÜNDEKİ TERÖR ENGELİ: “ÇÖZÜM SÜRECİ”NİN TÜRKİYE’NİN GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ’NDE TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çağdaş ERTAŞ

*Arş. Gör., Şırnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
ertascagdas@hotmail.com*

Bayram KANCA

*Öğr. Gör., Giresun Üniversitesi, Dereli Meslek Yüksekokulu
bayram.kanca@giresun.edu.tr*

ÖZET

Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi sahip olduğu turizm potansiyeline rağmen, yıllardır ülke turizminden yeterli payı alamamıştır. Bölgede turizm gelişiminin önündeki en önemli engel ise terör olarak görülmüştür. Fakat günümüzde özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin içinde bulunduğu alanı etkileyen ve “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan barış ortamı, bölge turizmi için fırsat oluşturmuştur. Öyle ki, süreç başladıktan sonra gerek bölgedeki turizm yatırımları, gerekse bölgeye giden yerli/yabancı turist sayısı artış göstermeye başlamıştır. Bu durum da terör engelini ortadan kaldıran “Çözüm Süreci”nin bölge turizmine önemli etkilerde bulunduğunu ve bulunacağını göstermektedir. Bu çalışmanın amacı da, “Çözüm Süreci”nin Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin turizmini nasıl etkilediğini incelemektir. Bu amaçla, bölge turizmine ilişkin geçmişteki ve günümüzdeki resmi veriler ve medyadaki haberler incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan ortamın, bölge turizmine önemli katkılarda bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırma, kamu sektörü ve özel sektör temsilcilerine ve konuyla ilgilenen araştırmacılara yönelik önerilerle son bulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Terör, Terörizm, Çözüm Süreci, Güneydoğu Anadolu Bölgesi.*

GİRİŞ

İnsanların turizm faaliyetlerine katılması için gerekli içsel ve dışsal uyarıcıların başındagüvenlik gelmektedir. Öyle ki, insanların kendisini güvensiz hissettiği bir ortamda turizmden bahsetmek nerdeyse imkânsızdır. Çünkü turizmde alışılmış ya da bilinen bir yerden yabancı bir ortama giriş söz konusu olduğunda, turizm hareketinin gerçekleşmesinde güvenlik faktörünün ön plana çıkması çok doğaldır (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009, s. 66). Turizm sektöründe güvenlik açısından nerede ve ne zaman ortaya çıkacağı belli olmayan, gerek yaşandığı ülkede gerekse dünyanın tüm ülkelerinde bir kargaşaya neden olabilecek en önemli tehdit unsuru ise terör ve terörizm faaliyetleridir (Yeşiltaş, Öztürk ve Türkmen, 2008, s. 176).

Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen, bu potansiyel uzun yıllar kullanılamamış ve bu nedenle bölgede turizm sektörü yeterli düzeyde gelişmemiştir. Bunun en önemli engellerinden birinin ise bölgede uzun yıllar devam eden terör sorunu olduğu söylenebilir. Fakat günümüzde “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan ortamın, gerek kamuyu gerekse özel sektörü bölgeye turizm yatırımları yapma anlamında cesaretlendirmiştir.

Konuya ilişkin yapılan alan yazın incelemesinde, konuyla ilgili sınırlı sayıda araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle bu araştırmanın yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Araştırma problemini “Çözüm süreci Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde turizmsektörüne nasıl bir etkide bulunmaktadır?” sorusu oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu araştırmada Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin “Çözüm Süreci”nin de etkisiyle şu an içinde bulunduğu barış ortamının bölge turizmüne nasıl yansıdığı, turizme ilişkin geçmişteki ve günümüzdeki veriler ve medyadaki haberler temel alınarak değerlendirilmektedir. Yani araştırma, ikincil veriler kullanılarak yapılmıştır. Araştırmanın özellikle kamu ve özel sektör temsilcilerine, bölgede yapacakları yatırımlarda dikkat etmeleri gereken hususlar konusunda ışık tutacağı beklenmektedir. Ayrıca, araştırmanın bahsi geçen alan yazındaki eksikliğin giderilmesinde kısmen de olsa katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bu katkılardan ötürü, araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın kavramsal çerçevesiniterör ve terörizm kavramları ile terörizm ve turizm arasındaki ilişki oluşturmaktadır. İnceleme aşamasında ise “Çözüm Süreci”nin Türkiye’nin GüneydoğuAnadolu Bölgesi’nin turizm sektörüne nasıl yansıdığını tespit etmek amacıyla, bölge turizmüne ilişkin geçmişteki ve günümüzdeki resmi istatistiksel verilere ve medya haberlerine yer verilmektedir.

TERÖR VE TERÖRİZM KAVRAMLARI

Terör çeşitli disiplinlerde çeşitli boyutlarıyla ele alınmış ve terör kavramına bazı tanımlamalar getirilmiştir.Terör ve terörizm kavramlarına bakıldığında, günümüzde iki kavramın gündelik, siyasal ve akademik dilde her zaman aynı anlamı ifade eden kavramlar olmadığı görülmektedir. Öte yandan üzerinde uzlaşılmış evrensel bir terör ve terörizm tanımının da yapılamadığı görülmektedir (Öztürk ve Çelik, 2009, s. 86).

Terör kavramına genel olarak bakıldığında, terörün “insanları yıldırma, sindirmek vekorkutmak yoluyla onlara belirli davranış biçimlerini benimsetmek için zor kullanma eylemi” olarak tanımlandığı görülmektedir (Yılmaz ve Yılmaz, 2005, s.41). Terör kelimesinin sözlük anlamı incelendiğinde ise “bir grup veya kliğin güç kazanmak için sistemli bir şekilde korkunç yollara başvurarak yarattığı büyük korku durumu” olarak tanımlandığı görülmektedir (Taner, 2000, s.93).Terörle Mücadele Kanunu’nda ise terör “cebir ve şiddet kullanarak; baskı, korkutma, yıldırma, sindirme veya tehdit yöntemlerinden biriyle, Anayasa’da belirtilen Cumhuriyet’in niteliklerini, siyasi, hukuki, sosyal, laik, ekonomik düzeni değiştirmek, devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünü bozmak, Türk Devleti’nin ve Cumhuriyeti’nin varlığını tehlikeye düşürmek, devlet otoritesini zaafa uğratmak veya yıkmak veya ele geçirmek, temel hak ve hürriyetleri yok etmek, devletin iç ve dış güvenliğini, kamu düzenini ve genel sağlığı bozmak amacıyla bir örgüte mensup kişi veya kişiler tarafından girişilecek her türlü suç teşkil eden eylemler” olarak tanımlanmaktadır (3713 Sayılı Terörle Mücadele Kanunu, 12.04.1991 Tarihli Resmi Gazetenin Mükerrer Sayısı).

Terörizm olgusuna bakıldığında, kelime olarak EdmunBuke'nin 1792–1794 Fransız Devrimi'nden sonra kurulan yeni Fransız Devleti'ni terör saltanatı olarak eleştirmesi ile ortaya çıkmış ve günümüze kadar ulaşmıştır (Unur, 2000, s. 169). Terörizmin kavram olarak çeşitli tanımları bulunmaktadır, fakat en çok “sahip olduğu geniş katılımcılarla kendi politik, dinsel ve ideolojik amaçlarını doğrudan yasa yapıcıları hedef almadan, önceden planlayarak sıra dışı şiddet eylemleri ile gerçekleştirmesi ve bu şekilde hedeflerine ulaşmayı amaçlayan bir yöntem” olarak ifade edildiği görülmektedir (Tavares, 2004, s. 1041, Bergensen ve Han, 2005, s. 134; Paraskevas ve Arendell, 2007, s. 1562; Yeşiltaş, Öztürk ve Türkmen, 2008, s. 177). Daha basit şekilde tanımlamak gerekirse, terörizm “bünyesinde mevcut yasal düzenin değiştirilip farklı bir siyasal yapıya döndürülme amacını taşıyan şiddet hareketleri” olarak tanımlanabilir (Demirkent, 1980, s.43).

Terör ve terörizm kavramları karşılaştırıldığında, terörün “kişilerde yılgınlık yaratan ve büyük çaplı korku veren bir eylem durumu” olduğu, terörizmin ise “siyasal amaçlar için mevcut durumu yasadışı yollardan değiştirmek amacıyla örgütlü, sistemli ve sürekli terör eylemlerini kullanmayı bir yöntem olarak benimseme durumu” olduğu görülmektedir (Çağlar, 1997, s.20). Tüm bu açıklamalardan hareketle terörü “insanları yıldırma, sindirmek yoluyla onlara belli düşünce ve davranışları benimsetmek için zor kullanma ya da tehdit etme eylemi”, terörizmi ise “insanlara korku ve dehşet salarak siyasal amaçları gerçekleştirme yöntemi” olarak tanımlamak mümkündür (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009, s. 70).

TERÖRİZM VE TURİZM İLİŞKİSİ

Turizm barış, huzur, güvenlik, sevgi, hoşgörü, anlayış gibi değerlere dayanan ve temel hedefi insan olan bir sektördür. Bir ülkede şiddet olayları mevcut ise, turistler hayatlarından endişe duyarak, o ülkeyi ziyaret etmekten vazgeçebilirler (Öztürk ve Çelik, 2009, s. 98). Çünkü turistler tatil için gidecekleri yerlerde şiddet olaylarıyla karşılaşmak istemezler (Neumayer, 2004, s. 261). Öyle ki, turistlerin ziyaret edecekleri yer ya da yerlere karar verirken öncelikli olarak dikkat ettikleri unsurlardan biri güvenlidir. Bu nedenle, bir bölgenin çeşitli yönlerden güvenli olup olmaması, turistin o bölgeye yönelik talebini doğrudan etkilemektedir (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009, s. 69).

Terör olayları, ülkelerin politik, ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarını bir şekilde etkilediği için, terör eylemleri sonuç olarak turizm sektörünü de olumsuz şekilde etkilemektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus, terörizmin doğrudan turizm sektörünü hedef almasıdır. Terörizmin turizm sektörünü doğrudan hedef almasındaki en önemli etken ise, turizmin ilgili ülkenin ekonomisine yaptığı katkıdır (Öztürk ve Çelik, 2009, s. 98). Seçilmiş ve Ünlüönen'e (2009, s. 71) göre de, terörizmin özellikle turizm sektörünü hedef almasının sebebi, medya aracılığı ile ilgili ülkeye turistik amaçlı gitmenin güvenli olmadığının algılanmasını sağlayarak ülke ekonomisi üzerinde ciddi olumsuz etkiler oluşturmaktır. Örneğin; PKK terör örgütünün 2006'da Antalya'da gerçekleştirdiği

bombalı eylemlerin sonucuna bakıldığında, sadece Antalya’da günlük kaybın 903.000 dolar olduğu, yapılan rezervasyonların yaklaşık %40’ının iptal edildiği ve turizm operatörleri ile havayolu şirketlerinin bu durumdan ciddi şekilde etkilendiği görülmektedir (Kahveci, 2009). Bu durum, terörün turizm sektörünün gelişimini engelleyen önemli etkenlerden biri olduğunu göstermesi açısından dikkate değerdir.

Terörizmin ortaya çıkış sebeplerine bakıldığında, yapılan eylemlerin ideolojik, politik, etnik ya da ekonomik söylemleri yaymak amacını taşıdığı görülmektedir. Turizm sektörünün de yapısı gereği sosyal, kültürel, ekonomik, beşeri ve uluslararası bir yapıda olması, terör eylemlerinin daha fazla ses getirmesi için turizm sektörünü uygun bir sektör haline getirmektedir. Sonuç olarak, terör eylemleri özellikle turizm sektörünü hedef almaktadır (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009, s. 70). Çünkü her ikisi de birden çok ülke vatandaşını hedef alır, ulaştırma ve iletişim alanında oluşan teknolojik gelişmeleri kendi çıkarları doğrultusunda kullanır ve uluslararası bir boyut kazanır (Unur, 2000, s. 171).

Geçmişte terörizmden dolayı turizm sektörü etkilenen bazı ülkeler Kuzey İrlanda, Mısır ve Peru’dur. Öyle ki, 1967 yılında Kuzey İrlanda’ya gelen turist sayısı 1.080.000 kişi iken, IRA terörü yüzünden 1976 yılında bu sayı 321.000 kişiye düşmüş ve 1994 yılında ateşkes ilan edilmesi ile turist sayısı önceki yıla göre %54 artış göstermiştir. Öte yandan, özellikle bazı terör örgütlerinin 1992 yılından itibaren turizm sektörünü hedef alması sonucunda, 1992-1995 yılları arasında Mısır’a gelen uluslararası turist sayısında %20’lik bir düşüş yaşanmıştır. Peru’ya gelen yabancı turist sayısı 1989 yılında 350.000 kişi iken, bu sayı Aydınlık Yol isimli grubun terör faaliyetleri sonucunda 1991 yılında 33.000 kişiye düşmüştür (Sönmez, 1998). Genel olarak dünyadaki terörizm faaliyetlerine sayısal olarak bakıldığında, 1972 yılına kadar 206 olay olduğu, fakat 1985 yılına kadar yaşanan olay sayısının 3010’a yükseldiği görülmektedir (Yeşiltaş, Öztürk ve Türkmen, 2008, s. 179). Bu olaylar Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri’nin milyonlarca dolar turizm geliri kaybına neden olmuştur (Pizam ve Fleischer, 2001, s.3). Tablo 1’de yakın geçmişte dünya genelinde turistlere yönelik yapılan terör eylemlerinden bazılarının yer verilmektedir. Bu saldırıların insana zararına bakıldığında, çok kötü sonuçlar verdiği görülmektedir.

Tablo 1: Dünyada Turistleri Hedef Alan Bazı Eylemler

Terörist Saldırıları	Tarih	İnsana Zararı
*Sina Yarımadası’nda (Mısır) turistleri taşıyan otobüse bombalı saldırı	Şubat 2014	3 ölü, 14 yaralı
**Burgaz Havalimanı’nda bombalı saldırı	18 Temmuz 2012	5’i turist 6 ölü
***Kahire’deki turistik bölge Han Halili’de bombalı saldırı	Şubat 2009	1 ölü, 25 yaralı
Amman’da silahlı saldırı	4 Eylül 2006	1 ölü, 5 yaralı
Transatlantik hava yollarına komplo	10 Ağustos 2006	-
Dahap’ın bombalanması/Mısır	24 Nisan 2006	23 ölü, 80 yaralı
Amman’ın bombalanması	9 Kasım 2005	60 ölü, 115 yaralı
Bali’nin ikinci kez bombalanması	1 Ekim 2005	23 ölü, 129 yaralı

Sharm el-Sheikh bombalanması/Mısır	23 Temmuz 2005	88 ölü, 150'nin üstünde yaralı
Kahire'de köprü ve kale bombalanması	30 Nisan 2005	4'ü turist 6 yaralı
Sharia al-Moski intihar saldırısı/Kahire	7 Nisan 2005	3'ü turist 14 ölü
Sinai bombalanması/ İsrail	7 Ekim 2004	34 ölü, 171 yaralı. Sadece Hilton' da 31öölü, 159 yaralı
İki havaalanının bombalanması/ Rusya	24 Ağustos 2004	91 ölü
Supperferry 14/ Filipinler	27 Şubat 2004	63 ölü, 53 yaralı
Canal otel bombalanması/Irak	19 Ağustos 2003	22 ölü, 100'ün üstünde yaralı
Marriott Otel/ Endonezya bombalanması	5 Ağustos 2003	12 ölü, 150 yaralı
Casablanca bombalanması	16 Mayıs 2003	22 ölü
Davao Havaalanının bombalanması	4 Mart 2003	21 ölü, 149 yaralı
Mombasa'ya intihar ve füze Saldırıları	28 Kasım 2002	13 ölü, 80 yaralı
Bali' ye birinci bombalı saldırı	12 Ekim 2002	202 ölü, 209 ağır yaralı
Karachi'de otobüse bombalı saldırı	8 Mayıs 2002	13 ölü, 40 yaralı
Amerikan havayollarının bombalanması	22 Aralık 2001	-

Kaynak:Paraskevas, A. ve Arendall, B. (2007). A strategic framework for terrorism prevention and mitigation in tourism destinations. *Tourism Management*, 28, 1560-1561.

***Kaynak:** Cumhuriyet (2014). *Turistleri taşıyan otobüse saldırı: 3 ölü*. [URL: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dünya/41903/Turistleri_tasiyan_otobuse_saldiri_3_olu_html] (Erişim 19 Eylül 2014).

****Kaynak:** Berlinterk (2013). *Bulgaristan'da İsrailli turistleri hedef alan saldırı*. [URL: <http://www.berlinterk.com/index.php/avrupa/item/29211-cc.html>] (Erişim 19 Eylül 2014).

*****Kaynak:** AljazeeraTurk (2014). *Mısır'da turistlere saldırı tehdidi*. [URL: <http://www.aljazeera.com.tr/haber/misirda-turistlere-saldiri-tehdidi>] (Erişim 18 Eylül 2014).

Türkiye'deki turizm sektörünü hedef alan terör olaylarına bakıldığında, bu olayların özellikle 1998-1999 yıllarında Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebinde gerilemeye yol açtığı görülmektedir (Çavuş, Ege ve Çolakoğlu, 2009, s. 7). Türkiye'de özellikle 1993-2006 yılları arasında turistleri hedef alan terör eylemleri Tablo 2'de verilmektedir. Bu olaylar beraberinde güvenlik problemlerini getirmiş ve Türkiye turizmini olumsuz yönde etkilemiştir. Öyle ki, hem mevcut turistler hem de potansiyel turistlerin zihninde olumsuz bir Türkiye imajı oluşmuş ve Türkiye turizmi pazarlama açısından güç durumlarla karşı karşıya kalmıştır (Tosun ve Bilim, 2005, s. 5).

Tablo 2: Türkiye’de Turistleri Hedef Alan Bazı Eylemler

Yıl	Olay
2006	PKK tarafından tatil yörelerine yönelik yapılan Antalya’da 3 kişinin ölümüne, Marmaris’te 21 kişinin yaralanmasına sebep olan bombalama eylemleri
2005	Kuşadası’nda 5 kişinin hayatını kaybettiği 13 kişinin yaralandığı bombalama eylemi
2004	Kuşadası’nda 1 polis amirinin ölümüyle sonuçlanan bombalı eylem
2003	HSBC Bankası Genel Müdürlüğü ve İngiltere’nin Başkonsolosluğuna yapılan bombalı saldırı eylemleri
2003	İstanbul Neve Şalom Sinagogu ve Şişli Sinagoguna yönelik bombalama eylemleri
1999	Terörist başının yakalanması ve akabinde yabancı basında yapılan turistleri hedef alan tehdit eylemleri
1998	Ağrı’da 1 Alman turistin ve 1 Türk kamyon sürücüsünün kaçırılması ve ertesi gün Alman turistin bulunması fakat Türk kamyon sürücüsünün bulunamaması eylemi
1998	Sultan Ahmet Meydanına bomba atılması ve 2 Hintli, 1 Yeni Zelandalı olmak üzere 3 yabancı turistin ve 4 vatandaşımızın yaralanması eylemi
1994	Siirt yakınlarında 1 Japon turistin kaçırılması ve 4 gün alıkonulması eylemi
1994	Marmaris ve Fethiye’de bombalama eylemleri sonucu 1 turistin ölmesi ve 10 turistin yaralanması eylemi
1994	PKK tarafından Kapalı Çarşıya bomba konulması ve 1 İspanyol ve 1 Belçikalı olmak üzere 2 turistin ölmesi ve 17 kişinin yaralanması eylemi
1994	PKK tarafından Sultan Ahmet Meydanında bomba patlatılması ve 1 Alman, 1 Hollandalı ve 1 İspanyol olmak üzere 3 turistin yaralanması eylemi
1994	PKK’nın 2 Finlandiyalı turisti “Kürdistan’a” giriş vizesi olmadığı için kaçırmayı ve 22 gün alıkoyması eylemi
1993	Temmuz ayından Ekim ayına kadar 8 değişik olayda PKK tarafından Güney Doğu Anadolu’da 19 batılı turistin kaçırılıp haftalarca alıkonulması eylemleri
1993	PKK tarafından güney sahillerinde gerçekleştirilen 12 yabancı, 16 Türk 28 kişinin yaralandığı otel ve restoran bombalama eylemi

Kaynak: Yeşiltaş, M., Öztürk, İ. ve Türkmen, F. (2000). Terör faaliyetlerinin turizm sektörüne etkilerinin çözüm önerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 184.

“ÇÖZÜM SÜRECİ”NİN TÜRKİYE’NİN GÜNEYDOĞUANADOLU BÖLGESİ’NİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Türkiye, kıyı turizminin yanı sıra alternatif turizm konusunda da (kültür turizmi, sağlık ve termal turizm, inanç turizmi, kış sporları, dağ ve doğa turizmi, yayla turizmi, kırsal ve eko turizm, kongre ve fuar turizmi, v.b.) birçokimkâna sahip bir ülkedir. Ancak bu alanlar verimli bir şekilde kullanılmamaktadır. Özellikle Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi bugüne kadar kültür, inanç, kış sporları, termal, dağ ve doğa turizmi gibi turizm türlerine yönelik sahip olduğu çekicilikleri terör engeli sebebiyle turizmde değerlendirememektedir. Günümüzde ise bu engelin “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan durumun sağladığı güvenli ortam ile büyük ölçüde kalktığı görülmektedir. 2012 Mart ayında başlayan çatışmasızlık ortamı ile bölgede diğer sektörlerle birlikteturizm yatırımları da önemli derece artmıştır. “Çözüm Süreci”nin ilk dönemlerinde başta bölge insanı olmak üzere yerli turistlerin bölgede turistik faaliyetlerde bulunması,bölgenin gelişme potansiyelini gören turizm girişimcilerini bölgeye yöneltmiştir.Resmi istatistikler de bunu desteklemektedir.

Aşağıdaki tablolarda, 2014 yılı öncesindeki beş yıl içerisinde bölgedeki hem belediye belgeli tesislerdeki geceleme sayıları hem de turizm işletme belgeli tesislere gelen kişi sayıları ile bu işletmelerdeki geceleme sayılarına ve belediye belgeli, turizm yatırım belgeli ve işletme belgeli tesislerin sayılarına dair istatistiki bilgiler verilmiştir.

Tablo 3, 4, 5 ve 6'daki istatistikler, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanmış sektöre ilişkin veriler olup, 2009 yılı öncesi yayınlanmış verilerde tutarsızlık olması sebebiyle sadece son 5 yıla ait verilere yer verilmiştir. Bakanlığın yayınladığı verilerin bir kısmının bölgesel, bir kısmının ise il düzeyinde olması sebebiyle, bölge düzeyinde istatistikler toplanmıştır. Bu durum ise sahip olduğu turistik çekicilikler bakımından turizm sektörünün gelişme potansiyeli daha yüksek olan bazı illerin (Mardin, Şanlıurfa, Batman, vs.) ayrı bir değerlendirmeye tabi tutulmasını engellemiştir. Tablo 4'da yer alan verilerde bölgenin illerinden Siirt'e ve Kilis'e ait veriler olmadığı için, bu iller tabloya dâhil edilememiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerindeki bu eksiklikler ve düzensizlikler, bölgede turizm sektörünün gelişimini incelemeyi belirli oranda sınırlandırmaktadır. Çalışmada yapılan değerlendirmeler sahip olunan verilerin izin verdiği ölçüdedir.

Tablo 3, 2014 yılı öncesindeki beş yıla göre Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki yerli/yabancı turistlerin belediye belgeli tesislerde yaptıkları geceleme sayılarını göstermektedir. Tablo 3 dikkate alındığında, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki belediye belgeli tesislerde yerli/yabancı turistlerin yaptıkları geceleme sayısında dikkate değer bir artışın olduğu görülmektedir. Tabloya göre 2013 yılı sonu itibarıyla yerli turistlerin yaptıkları geceleme önceki yıla göre %22 oranında, yabancı turistlerin yapmış oldukları geceleme ise önceki yıla göre %164 oranında değişmiştir. Toplamda ise yapılan gecelerin %32 oranında değiştiği görülmektedir.

Tablo 3: Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki Belediye Belgeli Tesislerde Yıllara Göre Geceleme Sayıları

		Otel	Motel	Pansiyon	Toplam	Değişim Oranı (%)
2013	Yabancı	151931	336	11811	164078	164
	Yerli	938128	8967	87749	1034844	22
	Toplam	1090059	9303	99560	1198922	32
2012	Yabancı	61408		747	62155	-26
	Yerli	831062		17255	848317	12
	Toplam	892470		18002	910472	-33
2011	Yabancı	83299	5	769	84073	22
	Yerli	734784	3721	17042	755547	-33
	Toplam	818083	3726	17811	839620	11
2010	Yabancı	67813		1129	68942	16
	Yerli	670225	827	17665	688717	-8
	Toplam	738038	827	18794	757659	-6
2009	Yabancı	59332			59332	
	Yerli	737179		9453	746632	
	Toplam	796511		9453	805964	

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014)

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki yerli/yabancı turistlerin turizm işletme belgeli tesislere geliş ve bu tesislerdeki geceleme sayıları tablo 4'te verilmektedir. Tablo 4

genel olarak değerlendirildiğinde, gerek tesise geliş oranında, gerekse geceleme oranında dikkate değer bir artış olduğu görülmektedir. 2013 yılı sonu itibariyle yerli turistlerin tesise gelişinde önceki yıla göre %21.38, gecelemede ise önceki yıla göre %21.26 oranında değişim yaşandığı görülmektedir. Öte yandan yabancı turistlerin tesise gelişinde önceki yıla göre %38.64, gecelemede ise %40.60 değişim yaşanmıştır. Toplamda ise önceki yıla göre tesise gelişte %23.69, gecelemede %24.11 değişim olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki Turizm İşletme Belgeli Tesislere Geliş ve Tesislerdeki Geceleme Sayıları

Yıllar		Tesise Geliş		Geceleme	
		Kişi Sayısı	Değişim Oranı (%)	Kişi Sayısı	Değişim Oranı (%)
2013	Yabancı	192195	38.64	311662	40.60
	Yerli	1090573	21.38	1556634	21.26
	Toplam	1282768	23.69	1868296	24.11
2012	Yabancı	138631	17.09	221670	15.03
	Yerli	898460	12.06	1283680	13.99
	Toplam	1037091	12.70	1505350	14.14
2011	Yabancı	118396	40.01	192712	36.30
	Yerli	801787	11.80	1126146	13.17
	Toplam	920183	14.78	1318858	16.05
2010	Yabancı	84563	23.38	141389	26.40
	Yerli	717145	12.82	995077	13.72
	Toplam	801708	13.85	1136466	15.16
2009	Yabancı	68536		111862	
	Yerli	635648		874998	
	Toplam	704184		986860	
Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin, Şanlıurfa, Şırnak					

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014)

Şüphesiz 2 yıllık bir süredir var olan ve “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan bu durumun sağladığı güvenli ortamın sektöre etkilerini ölçmek için erkendir. Yine de başta geceleme ve gelen kişi sayıları ile ilgili tablolar olmak üzere; tesis, oda ve yatak sayılarına ilişkin tablolara bakıldığında 2012-2013 ile önceki yıllar arasındaki fark açıkça görülmektedir. Özellikle yabancı turist sayısındaki 140 bin civarındaki artış, terörün turizmin gelişmesini ne ölçüde engelleyebildiğini göstermesi açısından önemlidir. Çözüm süreci başlamadan önceki dönemlerle karşılaştırıldığında, çözüm sürecinin başlangıcından beri önceki dönemlere göre yabancı turist sayısındaki yaklaşık %70 oranındaki artış, turistlerin destinasyon seçiminde güvenliklerine ne ölçüde önem verdiklerini gösterir niteliktedir. Bölgenin daha önce terör engeli sebebiyle güvenlik açısından yetersiz olması, turistleri bölgeyi görme konusunda endişelendirmiştir. Fakat bu güvenlik engelinin ortadan kalkması, bölgeye ilişkin bir merak yaratmış ve turizmin en önemli unsurlarından olan yenilik arayışı motivasyonu, bölgeye talebi arttırmıştır. Bölgenin “Mezopotamya”nın büyük bir bölümünü içine alması, birçok eski uygarlığın yaşam alanı olması, birçok inanç için önemli mekânları içerisinde barındırması, bölgeyi ziyaret etme motivasyonunu

arttıracak başlıca unsurlardandır. Tüm bu turistik çekiciliklerin terör engelini ortadan kalkmasıyla daha da cazip hale geldiği söylenebilir.

Tablo 5, 2014 yılı öncesindeki 5 yıla göre Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki belediye belgeli tesis, oda ve yatak sayılarını göstermektedir. Tablodaki veriler değerlendirildiğinde, 2013 yılı sonu itibarıyla önceki döneme göre tesis sayısında %22, oda sayısında %20 ve yatak sayısında %19 oranında değişim yaşandığı görülmektedir.

Tablo 5: Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki Yıllara Göre Belediye Belgeli Tesis, Oda ve Yatak Sayıları

Yıllar		Otel	Motel	Pansiyon	Toplam	Değişim Oranı (%)
2013	Tesis Sayısı	169	2	43	214	22
	Oda Sayısı	4435	86	576	5097	20
	Yatak Sayısı	8926	172	1118	10216	19
2012	Tesis Sayısı	164		12	176	3
	Oda Sayısı	4095		162	4257	4
	Yatak Sayısı	8220		358	8578	4
2011	Tesis Sayısı	161	1	9	171	1
	Oda Sayısı	3925	15	145	4085	2
	Yatak Sayısı	7825	28	362	8215	2
2010	Tesis Sayısı	159	1	9	169	6
	Oda Sayısı	3841	15	145	4001	-1
	Yatak Sayısı	7666	28	362	8056	3
2009	Tesis Sayısı	152		7	159	
	Oda Sayısı	3925		119	4044	
	Yatak Sayısı	7585		235	7820	

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014)

Tablo 6, 2014 yılı öncesindeki beş yıla göre Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki turizm yatırım belgeli tesis, oda ve yatak sayılarını göstermektedir. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde, bölgedeki turizm yatırım belgeli tesis, oda ve yatak sayısında artan oranda değişim yaşandığı görülmektedir. Tablodaki verilere göre 2013 yılı sonu itibarıyla bölgedeki tesis sayısında %15, oda sayısında %13 ve yatak sayısında da %11 değişim yaşandığı görülmektedir.

Tablo 6: Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki Yıllara Göre Turizm Yatırım Belgeli Tesis, Oda ve Yatak Sayıları

Yıllar		Oteller	Termal Oteller	Termal Tatil Köyleri	Diğerleri	Toplam	Değişim Oranı (%)
2013	Tesis Sayısı	54	1	1	4	60	15
	Oda Sayısı	6311	148	129	82	6670	13
	Yatak Sayısı	12653	304	310	179	13446	11
2012	Tesis Sayısı	45	1	1	5	52	41
	Oda Sayısı	5436	148	129	180	5893	40
	Yatak Sayısı	11118	304	310	376	12108	40
2011	Tesis Sayısı	33			4	37	12
	Oda Sayısı	4035			177	4212	22
	Yatak Sayısı	8283			379	8662	21

2010	Tesis Sayısı	29			4	33	22
	Oda Sayısı	3273			193	3466	32
	Yatak Sayısı	6757			425	7182	33
2009	Tesis Sayısı	23			4	27	
	Oda Sayısı	2435			193	2628	
	Yatak Sayısı	4992			425	5417	

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014)

Tablo 5 ve 6 incelendiğinde; hem 2013 yılındaki belediye belgeli tesis sayısındaki %22, oda sayısındaki %20 oranındaki artış, hem de 2012 yılındaki turizm yatırım belgeli tesis sayısındaki %41, oda ve yatak sayısındaki %40 oranındaki artış geçmiş yıllardaki oranlar dikkate alındığında, bölgedeki konaklama işletmelerinin hem sayısında hem de kapasitelerinde 5 katlık bir büyümenin gerçekleştiğini göstermektedir. Belediye belgeli tesis kurmanın hem bürokratik açıdan daha kolay olması hem de yatırım gücü olarak daha düşük maddi güç gerektirmesi, bu tesislerin sürecin sağladığı ortamda daha çabuk kurulmalarını sağladığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca yeni açılan belediye belgeli tesis kapasiteleri ile turizm yatırım belgeli tesislerin kapasiteleri karşılaştırıldığında, turizm yatırımlarının büyüklüğü görülmektedir. Turizm yatırımlarının işletme aşamasına geçmesinin birkaç yıl sürmesi, 2013 yılındaki yatırım sayısının 2012'ye göre düşük olmasının, henüz yapılan yatırımların işletme aşamasına geçmemiş olmasından kaynaklanması olarak yorumlanmıştır. “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan ve bölgeyi güvenli kılan bu durumun turizm yatırımlarını 5 kat arttırması, turizm sektörü için güvenliğin ne derece önemli olduğunu göstermesi açısından dikkate değerdir.

İnternette arama motorları ile “Çözüm Süreci” ve “Güneydoğu Anadolu’da Turizm” anahtar kelimeleriyle yapılan aramalarda 22 sayfa ve 214 sonuç görüntülenmiştir. Konuyla ilgili olan haberlerin başlıkları, yayın tarihleri ve yayınlandığı haber siteleri Tablo 7’de verilmektedir.

Tablo 7: “Çözüm Süreci”nin Türkiye’nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde Turizm Sektörüne Etkisi İle İlgili Haberlerden Bazıları

İnternet Haber Sitesi	Haber Başlığı	Yayın Tarihi
Al- Jazeera	Tunceli’de barış rafting	02.08.2014
Diyadin Net	Güneydoğu, çözüm sürecinin meyvesini topluyor	28.07.2014
Memleket	Güneydoğu, çözüm sürecinin meyvesini topluyor	28.07.2014
Gazete 13	Van Gölü Sahili, Çözüm Süreciyle Akdeniz ve Ege’ye Rakip Oldu	09.07.2014
Ajans 34	Çözüm’le Doğu’ya turist atağı	08.07.2014
TourExpi	Çözüm süreci turizmi ve ihracatı patlattı	07.07.2014
Habertürk	Urfa, Van, Diyarbakır ve Mardin şahlandı!2 milyon sınırı aşıldı	05.07.2014
BloomBerght HT	Güneydoğulu iş adamları çözüm sürecinden umutlu	28.06.2014
Milliyet	Güneydoğu’da süreç bereketi	09.06.2014
Yeni Asır	Tatilcinin gözü alternatif turlarda	05.06.2014
Haber Kita	Çözüm süreci meyvelerini verdi	19.04.2014

Taraf	Güneydoğu'da turizm patladı	13.03.2014
Turizm Güncel	Turizmciler çözüm sürecini ve Diyarbakır turizmini değerlendirdi	13.03.2014
İA Haber	Silahlar sustu turist akın etti	13.03.2014
Yeni Şafak	"Çözüm süreci bölgenin turizm talebini artırdı"	04.02.2014
Sabah	Güneydoğu'ya yoğun ilgi	20.01.2014
Port Turkey	Diyarbakır'da turist sayısı 'Çözüm Süreci' sonrası ikiye katlandı	18.01.2014
Akşam	Turizm 'süreç'le atağa kalktı Doğu'da otel yarışı hızlandı	10.12.2013
Ajans Haber	Güneydoğu'da neler yaşanıyor?	10.12.2013
Haber Tüm	Turizmcilerde Çözüm Süreci Memnuniyeti	06.12.2013
Gazete Vatan	Çözüm' sürecine odaklandılar!	21.11.2013
Setimes	Barış süreci güneydoğuda ekonomiyi canlandırıyor	12.11.2013
Onedio	Denizi Yok Ama Sualtı Dalış Turizminin Gözdesi Oluyor	06.11.2013
Öz Diyarbakır Gazetesi	Çözüm Süreci Diyarbakır'a Yaradı	06.11.2013
Net Gazete	Doğu ve Güneydoğu, turizm ve sanayi ile şahlanıyor	27.10.2013
Radikal	Turizmciler çözüme inandı	20.09.2013
Mardin Life	Çermik'e 200 milyon dolarlık bir Mardin kuruluyor	28.08.2013
Haber 73	Çözüm Süreci Cizre'ye İlgiyi Artırdı	30.07.2013
Haber 365	Çözüm Süreci Güneydoğu'yu Uçurdu	08.07.2013
Kanal 5	Diyarbakır'da 'Çözüm Süreci' Bereketi	17.06.2013
Turizmde Bu Sabah	Kültür ve Turizm Bakanı Çelik turizmdeki son gelişmeleri değerlendirdi	21.05.2013
Gözlem Gazetesi	Çözüm sürecinin Güneydoğu'daki ekonomi ve kalkınmaya etkisi	17.05.2013
Milliyet	Biggs: Terör bittiği zaman Güneydoğu'da turizm patlar	07.05.2013
Air News Times	Güneydoğu'da turizm hareketliliği	03.05.2013
Milat Gazetesi	Çözüm süreci turizmi patlattı	01.05.2013
Haber 7	Doğu ve Güneydoğu 'altın yılı'ni yaşayacak	27.04.2013
Star Gazete	Çözüm Süreci turisti şahlandırdı	17.04.2013
TourisToday	Çözüm süreci GAP'a ilgiyi yüzde 100 artırdı	13.04.2013
Hürriyet	Yatırımcı yönünü Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine çevirdi	05.04.2013
Jet Haber	'Çözüm Süreci' Bölge Turizmini Canlandıracak	03.04.2013
Dünya	Doğu ve Güneydoğu'da yatırım için "çözüm süreci" dopingi	02.04.2013
Haberler	Çözüm Süreci, Doğu ve Güneydoğu'da Turizmi Canlandıracak	29.03.2013
Anadolu Ajans	Çözüm süreci turizmi canlandıracak	29.03.2013
Manşet TV	Çözüm süreci bereketi	10.03.2013
Aktif Haber	Güneydoğuya Göç Başlayacak	24.02.2013
Global Dergisi	Güneydoğu'da Silah Yerine Turizm Patlaması	
Emlakta Son Dakika	Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi turizmi çözüm süreciyle hareketlendi!	
Kurumsal Emlak Haberleri	Çözüm Süreci Midyat'a Turist Getirdi	
Mücadele Gazetesi	Çözüm süreci Güneydoğu'da yaşamın her alanını olumlu etkiledi	
Haberler Son Dakika	Güneydoğulu İş Adamları "Çözüm Süreci"nden Umutlu	

Tablo 7'deki yayın tarihine göre günümüzden geçmişe doğru sıralanan haberlerin sadece başlıkları dahi incelendiğinde, bölgede terör engelinin kalkmasıyla turizm sektöründe yaşanan gelişme açık bir şekilde görülmektedir. Haberlerde hem turizm sektörü temsilcilerinin bölge turizmindeki mevcut gelişme ve geleceğe ilişkin öngörülerini hem de turist ve yatırım sayısındaki artışa ilişkin durum değerlendirmelerine yer verilmiştir. Halkın turizmdeki gelişmelere yönelik olumlu tutumları ve geleceğe ilişkin olumlu beklentileri de dikkate alındığında, turizm-barış ortamı ilişkisinin önemi görülmektedir. Şüphesiz bu haberler ve yapılacak benzer haberler, bölgede turizmin gelişmesine de katkı sağlayacaktır. Öyle ki bir destinasyonun güvenli olması kadar, bu durumun turist tarafından bilinir olması da turistlerin o destinasyonu tercih etmesi açısından önemlidir. Bölgede terör engelinin ortadan kalktığına dair haberler, hem ücretsiz bir tanıtım aracı olması açısından hem de dışarıdan bir gözle bölgeye bakılması ve durumun tescil edilmesi bakımından turistlerin kararlarında tanıtım faaliyetlerini güçlendirici ve bölgenin tercih edilirliliğini artırıcı özellik gösterecektir.

SONUÇ

Bu çalışmada terörün turizm sektörünün gelişmesinde nasıl bir engel teşkil ettiği, terörün yaşandığı dönem ile “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan çatışmasızlığın/güvenliğin sağlandığı döneme ilişkin turizm istatistikleri ve haberlerle incelenmiştir. Terör ve turizm ilişkisini açıklayan alanyazın ve Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki son 2 yıldaki gelişmeler incelendiğinde, terörün turizm sektörünün gelişmesinde ne derece önemli bir engel olduğu açıkça görülmektedir. Öyle ki, terörün olduğu dönem ile olmadığı dönem arasındaki turist sayısındaki %24-30, turizm yatırımlarındaki %40 oranındaki fark, bu engeli gösterir niteliktedir.

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde son 2 yılda yaşanan gelişmeler, terör engelinin ortadan kalktığı, güvenliğin sağlandığı bir destinasyonda turizmin gelişme potansiyelini göstermektedir. Terörsüz bir ortamda hem turist hem yatırımcı kendisini güvende hissetmekte ve destinasyondaki turizm çekiciliklerine talep göstermektedir. Bir destinasyonun sahip olduğu çekiciliklerin fazla ya da azolmasının turizm talebinde tek başına bir anlam ifade etmediği, güvenli bir tatil isteğinin ne derece önemli olduğuna örnek olması açısından Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki gelişmeler dikkate değer bulunmuştur.

Genel olarak turizm sektörünün Dünya'da gelişebilmesi, destinasyonların güvenliğinin sağlanabilmesi için terörün sektör temsilcileri tarafından bir engel olarak görülmesi ve bu engelin ortadan kaldırılması için çalışılması, bu çalışmanın başlıca önerisidir. Şüphesiz Türkiye'de olduğu kadar Afrika kıtasındaki olaylar (Somali'deki korsan faaliyetleri ve ülkelerdeki çatışmalar ve ayaklanmalar), Orta Doğu'da gerçekleşen mevcut savaş ve iç çatışma durumu, yeni ortaya çıkan ve birçok ülkeyi tehdit eden IŞİD terör örgütü, dünya turizm hareketliliğinin büyük bir bölümünün yaşandığı bu bölgelerde turizm sektörünün geleceğini tehdit etmektedir. Turistlerin daha güvenli bölgelere yönelmesi durumunda, bu

bölgelerde turizm sektöründe yaşanacak gelişmelere en önemli örnek, şüphesiz 2011 yılında Mısır'da turizm sektörünün durumudur. Çalışmada konu edilen bu ilişki, sektör temsilcilerinin sadece işletmeleri için veya destinasyonlarındaki turistik çekicilikler için değil, aynı zamanda destinasyonlarının güvenliği için de çaba harcamaları gerektiğini göstermektedir. BM Dünya Turizm Örgütü (UN World Tourism Organization)'ne göre, 2020 yılında turist sayısının dünya genelinde yaklaşık 1,6 milyar kişi, sektörün parasal büyüklüğünün ise yaklaşık 2 trilyon dolar olacağı öngörülmekte iken; bu büyüklükteki bir sektörün temsilcileri yatırımlarını korumak ve sektörün gelişimini sürdürmesi için destinasyonların güvenliğini sağlamak, terörü önleyici faaliyetlerde bulunmak için otoritelere baskıda bulunmak ve barış ortamını hem bölgesel bazda hem de ülkeler arasında sağlamasına çalışmalıdır. Gerek Birleşmiş Milletler ve BM Dünya Turizm Örgütü gibi uluslararası birlikler, gerekse sektör temsilcilerinin oluşturduğu ülkeler içindeki örgütler bu hedefler doğrultusunda projeler geliştirmelidir. Türkiye özelinde de turizm yatırımlarının bölgede artması ve sektörün gelişiminin sürdürülebilmesi için, “Çözüm Süreci” olarak adlandırılan ortam olumlu bir şekilde sonuçlandırılmalı ve bölgede terör faaliyetlerinin tekrar gerçekleşmesi önlenmelidir. Bu doğrultuda, turizm örgütleri siyasi otoriteleri desteklemeli ve yönlendirmelidir. Hem terörün turizmin gelişmesindeki olumsuz etkisi hem de turizmin geliştiği bir ortamda turizm sektörünün etkilediği diğer sektörler ve bölgede sosyal ve ekonomik açıdan yaşanacak gelişmeler, iyi bir şekilde tüm taraflara anlatılarak terörsüz bir bölge için çaba sarf edilmelidir. Öte yandan iç turizm teşvik edilerek bölgede yaşayanlar ile diğer bölgelerde yaşayanlar turizm ile buluşturularak, sosyal barışa katkı sağlanmalıdır.

Terör engelinin ortadan kaldırılması ile sağlanan güvenli ortamın, başta turizm yatırımlarını arttırarak ilgili bölge insanının yaşamındaki birçok alana olumlu etkileri olacaktır. Turizmin istihdamı arttırıcı etkisi, yan sektörlerle ilişkisi, bu sektörlerin gelişmesindeki katkısı, yerel halk-turist etkileşimi ve yerel halkın refahındaki artış şüphesiz çözüm sürecinin desteklenmesini ve terörsüz bir ortam isteğini de bölgede arttıracaktır. Barış ortamını isteyen turizm sektörünün, bu ortamın devamlılığının sağlanmasında da etkili olacağı düşünülmektedir.

Her çalışmada olduğu gibi, bu çalışmada da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışmanın en önemli sınırlılıklarından birinin çalışmanın kavramsal bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı, ilgili verilerin genel olarak internet sitelerindeki haberlerden derlenmiş olmasıdır. Ayrıca T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sitesindeki verilerin eksik ya da düzensiz olması, çalışmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Öte yandan çözüm sürecinin henüz 2 yıllık bir geçmişinin olması, çalışmada değerlendirilen etkinin derecesini doğru bir şekilde yorumlamak açısından erken olduğunu göstermektedir. Bunun da çalışmanın bir diğer sınırlılığı olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle ilgili konunun etkisinin iyi bir şekilde değerlendirilebilmesi için, aralıklarla incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmadaki söz konusu etki, genel olarak bölgeye yapılan yatırımlar ve bölgeye giden yerli/yabancı turist sayıları

kapsamında değerlendirilmiştir. Bu anlamda, ileride çözüm sürecinin Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki turizme yansması ile ilgili bölgede yaşayan yerli halk, bölgeyi ziyaret eden yerli/yabancı turistler, bölge esnafı, turist rehberleri, turizm yatırımcıları gibi turizm paydaşlarının görüşlerine ilişkin ampirik çalışmalar yapılabilir. Böylece söz konusu etkiyi daha geniş bir pencereden yorumlamak mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Air News Times (2013). *Güneydoğu'da turizm hareketliliği*. [URL: <http://airnewstimes.com/guneydogu-da-turizm-hareketliliği-22459-haberi.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Ajans 34 (2014). *Çözüm'le Doğu'ya turist atağı*. [URL: <http://www.ajans34.com/ekonomi/cozum-le-dogu-ya-turist-atağı-h108343.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Ajans Haber (2013). *Güneydoğu'da neler yaşıyor?*. [URL: <http://www.ajanshaber.com/guneydoguda-neler-yaşıyor-haberi/17727>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Akşam (2013). Turizm 'süreç'le atağa kalktı Doğu'da otel yarışı hızlandı. [URL: <http://www.aksam.com.tr/ekonomi/turizm-surecle-ataga-kalkti-c2-doguda-otel-yarisi-hizlandi-c2/haber-267765>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Aktif Haber (2013). *Güneydoğuya Göç Başlayacak*. [URL: <http://www.aktifhaber.com/guneydoguya-goc-baslayacak-740692h.htm>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Al- Jazeera (2014). *Tunceli'de barış rafting*. [URL: <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/tuncelide-baris-rafting>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- AljazeeraTurk (2014). *Mısır'da turistlere saldırı tehdidi*. [URL: <http://www.aljazeera.com.tr/haber/misirda-turistlere-saldiri-tehdidi>] (Erişim 18 Eylül 2014).
- Anadolu Ajans (2013). *Çözüm süreci turizmi canlandıracak*. [URL: <http://www.aa.com.tr/tr/turkiye/150391--cozum-sureci-turizmi-canlandiracak>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Bergensen, A. J. ve Han, Y. (2005). New directionsforterrorismresearch. *International Journal of ComparativeSociology*, 46, 133–153.
- Berlintürk (2013). *Bulgaristan'da İsrailli turistleri hedef alan saldırı*. [URL: <http://www.berlinturk.com/index.php/avrupa/item/29211-cc.html>] (Erişim 19 Eylül 2014).
- BloomBerght HT (2014). *Güneydoğulu iş adamları çözüm sürecinden umutlu*. [URL: <http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1584679-guneydogulu-is-adamlari-cozum-surecinden-umutlu>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Cumhuriyet (2014). *Turistleri taşıyan otobüse saldırı: 3 ölü*. [URL: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dünya/41903/Turistleri_tasiyan_otobuse_saldiri_3_olu_html] (Erişim 19 Eylül 2014).
- Çağlar, A. (1997). Terör ve örgütlenme. *Amme İdaresi Dergisi*, 30.

- Diyadin Net (2014). Güneydoğu, çözüm sürecinin meyvesini topluyor. [URL: <http://www.diyadinnet.com/HABER-88595-g%C3%BCneydo%C4%9Fu%C3%A7%C3%B6z%C3%BCm-s%C3%BCrecinin-meyvesini-topluyor>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Dünya (2013). Doğu ve Güneydoğu'da yatırım için "çözüm süreci" dopingi. [URL: <http://www.dunya.com/dogu-ve-guneydoguda-yatirim-icin-cozum-sureci-dopingi-187078hp2.htm>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Emlakta Son Dakika (2013). Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi turizmi çözüm süreciyle hareketlendi!. [URL: <http://www.emlaktasondakika.com/t/Dogu-Turizmi/Dogu-ve-Guneydogu-Anadolu-Bolgesi-turizmi-cozum-sureciyle-hareketlendi/60709.aspx>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Gazete Vatan (2013). Çözüm sürecine odaklandılar!. [URL: <http://www.gazetevatan.com/-cozum--surecine-odaklandilar--585789-gundem/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Gazete 13 (2014). Van Gölü Sahili, Çözüm Süreciyle Akdeniz ve Ege'ye Rakip Oldu. [URL: <http://www.gazete13.net/haber/van-golu-sahili-cozum-sureciyle-akdeniz-ve-egeye-rakip-oldu/3606/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Global Dergisi (2013). Güneydoğu'da Silah Yerine Turizm Patlaması. [URL: <http://www.globaldergisi.com/guneydoguda-silah-yerine-turizm-patlamasi/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Gözlem Gazetesi (2013). Çözüm sürecinin Güneydoğu'daki ekonomi ve kalkınmaya etkisi. [URL: http://www.gozlemgazetesi.com/HaberDetay/251/11301/cozum-surecinin-guneydogudaki-ekonomi-ve-kalkinmaya-etkisi.html#.U-vIQvI_uX0] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Haber Kita (2014). Çözüm süreci meyvelerini verdi. [URL: <http://www.haberkita.com/gundem/cozum-sureci-meyvelerini-verdi-h211564.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Haberler (2013). Çözüm Süreci, Doğu ve Güneydoğu'da Turizmi Canlandırarak. [URL: <http://www.haberler.com/cozum-sureci-dogu-ve-guneydogu-da-turizmi-4475688-haberi/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Haberler Son Dakika (2013). Güneydoğulu İş Adamları "Çözüm Süreci"nden Umutlu. [URL: <http://www.haberlersondakika.gen.tr/29662-guneydogulu-is-adamlari-cozum-surecinden-umutlu>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Habertürk (2014). Urfa, Van, Diyarbakır ve Mardin şahlandı!2 milyon sınırı aşıldı. [URL: <http://ekonomi.haberturk.com/ekonomi/haber/965743-urfa-van-diyarbakir-ve-mardin-sahlandi>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Haber Tüm (2013). Turizmcilerde Çözüm Süreci Memnuniyeti. [URL: <http://www.habertum.com/gundem/turizmcilerde-cozum-sureci-memnuniyeti-h69820.html-h69820.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Haber 7 (2013). Doğu ve Güneydoğu 'altın yılını' yaşayacak. [URL: <http://ekonomi.haber7.com/turkiye-ekonomisi/haber/1019274-dogu-ve-guneydogu-altin-yilini-yasayacak>] (Erişim 14 Ağustos 2014).

- Haber 73 (2013). *Çözüm Süreci Cizre'ye İlgiyi Artırdı*. [URL: <http://www.haber73.com/cozum-sureci-cizre-ye-ilgiyi-artirdi-6320135-haberi/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Haber 365 (2013). *Çözüm Süreci Güneydoğu'yu Uçurdu*. [URL: http://www.haber365.com/Haber/Cozum_Sureci_Guneydoguyu_Ucurdu/] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Hürriyet (2013). *Yatırımcı yönünü Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine çevirdi*. [URL: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/22974340.asp>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- İA Haber (2014). *Silahlar sustu turist akın etti*. [URL: <http://www.iahaber.com/haber/338/silahlar-sustu-turist-akin-etti.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- İskenderoğlu, L. (2013). AfterterrorEasternandSoutheastern Anatolia Regionsandtourism. *International Journal of SocialScience*, 6 (8), 871-888.
- Jet Haber (2013). *'Çözüm Süreci' Bölge Turizmini Canlandırarak*. [URL: <http://www.jethaber.com.tr/ekonomi/cozum-sureci-bolge-turizmini-canlandiracak-h24004.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Kahveci, H. H. "Ticaret, turizm ve terör", www.turizmgazetesi.com Erişim tarihi: 12.01.2009.
- Kanal 5 (2013). *Diyarbakır'da 'Çözüm Süreci' Bereketi*. [URL: <http://www.kanal5.com.tr/diyarbakirda-cozum-sureci-bereketi/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Kurumsal Emlak Haberleri (2013). *Çözüm Süreci Midyat'a Turist Getirdi*. [URL: <http://kurumsalemlakhaberleri.com/cozum-sureci-midyata-turist-getirdi.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). *Turizm istatistikleri*. [URL: <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/TR,50930/istatistikler.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Manşet TV (2013). *Çözüm süreci bereketi*. [URL: <http://www.mansettv.com/haber/cozum-sureci-bereketi-12832.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Mardin Life (2013). *Çermik'e 200 milyon \$'lık bir Mardin kuruluyor*. [URL: <http://www.mardinlife.com/mobil/haber.php?id=11095>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Memleket (2014). *Güneydoğu, çözüm sürecinin meyvesini topluyor*. [URL: <http://www.memleket.com.tr/guneydogu-cozum-surecinin-meyvesini-topluyor-433183h.htm>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Milat Gazetesi (2013). *Çözüm süreci turizmi patlattı*. [URL: http://www.milatgazetesi.com/cozum-sureci-turizmi-patlatti/42433/#.U-u-evl_uX0] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Milliyet (2014). *Güneydoğu'da süreç bereketi*. [URL: <http://www.milliyet.com.tr/guneydogu-da-surec-bereketi/ekonomi/detay/1894741/default.htm>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Milliyet (2013). *Biggs:Terör bittiği zaman Güneydoğu'da turizm patlar*. [URL: <http://www.milliyet.com.au/siyaset/biggs-teror-bittigi-zaman-guneydoguda-turizm-patlar-h427.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Mücadele Gazetesi (2013). *Çözüm süreci Güneydoğu'da yaşamın her alanını olumlu etkiledi*. [URL: <http://www.mucadelegazetesi.com.tr/?p=10727>] (Erişim 14 Ağustos 2014).

- Net Gazete (2013). *Doğu ve Güneydoğu, turizm ve sanayi ile şahlanıyor*. [URL: <http://www.netgazete.com/ekonomi/581288.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism: Dynamic cross-national estimation. *The Journal of Conflict Resolution*, 48 (2).
- Onedio (2013). *Denizi Yok Ama Sualtı Dalış Turizminin Gözdesi Oluyor*. [URL: <http://onedio.com/haber/denizi-yok-ama-sualti-dalis-turizminin-gozdesi-oluyor-196958>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Öz Diyarbakır Gazetesi (2013). *Çözüm Süreci Diyarbakır'a Yaradı*. [URL: <http://ozdiyarbakirgazetesi.com/index.php/home/news/2669>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Öztürk, S. ve Çelik, K. (2009). Terörizmin Türkiye ekonomisi üzerine etkileri. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 85-106.
- Paraskevas, A. ve Arendall, B. (2007). A strategic framework for terrorism prevention and mitigation in tourism destinations. *Tourism Management*, 28, 1560-1561.
- Pizam, A. ve Fleischer, A. (2001). Severity vs. frequency of acts of terrorism: Which has a larger impact on tourism demand. The Center for Agricultural Economics Research Working.
- Port Turkey (2014). *Diyarbakır'da turist sayısı 'Çözüm süreci' sonrası ikiye katlandı*. [URL: <http://www.portturkey.com/tr/turizm/39411-diyarbakirda-turist-sayisi-cozum-sureci-sonrasi-ikiye-katlandi>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Radikal (2013). *Turizmciler çözüme inandı*. [URL: http://www.radikal.com.tr/ekonomi/turizmciler_cozume_inandi-1151653] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Sabah (2014). *Güneydoğu'ya yoğun ilgi*. [URL: <http://www.sabah.com.tr/Turizm/2014/01/20/guneydoguya-yogun- ilgi>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Seçilmiş, C. ve Ünlüönen, K. (2009). İstanbul'u ziyaret eden turistlerin güvenlik algılamaları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 65-84.
- Setimes (2013). *Barış süreci güneydoğuda ekonomiyi canlandırıyor*. [URL: <http://turkey.setimes.com/tr/articles/ses/articles/features/departments/national/2013/11/12/feature-01>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Sönmez, F. S. (1998). Tourism, terrorism and political instability. *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 416-456.
- Star Gazetesi (2013). *Çözüm Süreci turisti şahlandırdı*. [URL: <http://haber.stargazete.com/dogu/cozum-sureci-turisti-sahlandirdi/haber-745976>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Taner, B. (2000). Terörizm ve turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Eylül-Aralık, 93-98.

- Taraf (2014). *Güneydoğu'da turizm patladı*. [URL: <http://www.taraf.com.tr/haber-guneydoguda-turizm-patladi-150561/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Tavares, J. (2004). Theopensocietyassessesitsenemies: Shocks, disastersandterroristattacks.*Journal of MonetaryEconomics*, 51 (5), 1039-1070.
- Tosun, C. ve Bilim, Y. (2005). Turistik pazarlama açısından destinasyon güvenlik imajı ve Türkiye'nin güvenlik imajının Avrupalı turistler tarafından algılanması. *I. Çanakkale Turizm Biyenali*, 1-12.
- TourExpi (2014). *Çözüm süreci turizmi ve ihracatı patlattı*. [URL: <http://www.tourexpi.com/tr-tr/news.html~nid=93755>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- TourismToday (2013). *Çözüm süreci GAP'a ilgiyi yüzde 100 artırdı*. [URL: <http://alfa.tourismtoday.net/cozum-sureci-gapa-ilgiyi-yuzde-100-artirdi-12231/>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Turizm Güncel (2014). *Turizmciler çözüm sürecini ve Diyarbakır turizmini değerlendirdi*. [URL: <http://www.turizmguancel.com/haber/turizmciler-cozum-surecini-ve-diyarbakir-turizmini-degerlenirdi--h18363.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Turizmde Bu Sabah (2013). *Kültür ve Turizm Bakanı Çelik turizmdeki son gelişmeleri değerlendirdi*. [URL: <http://www.turizmdebusabah.com/haberler/kultur-ve-turizm-bakani-celik-turizmdeki-son-gelismeleri-degerlendirdi-64447.html>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Unur, K. (2000). Turizm-terörizm ilişkisi ve Türkiye örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, 169-177.
- Yeni Asır (2014). *Tatilcinin gözü alternatif turlarda*. [URL: <http://www.yeniasir.com.tr/Yasam/2014/06/05/tatilcinin-gozu-alternatif-turlarda>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Yeni Şafak (2014). *"Çözüm süreci bölgenin turizm talebini artırdı"*. [URL: <http://www.yenisafak.com.tr/aktuel-haber/cozum-sureci-bolgenin-turizm-talebini-artirdi-04.02.2014-616011>] (Erişim 14 Ağustos 2014).
- Yeşiltaş, M., Öztürk, İ. ve Türkmen, F. (2009). Terör faaliyetlerinin turizm sektörüne etkilerinin çözüm önerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 175-189.
- Yılmaz, B. S. ve Yılmaz, Ö. (2005). Terörizm ve terörizmin hedefi olarak turizm endüstrisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (13), 39-58.
- 12.04.1991 tarih ve 3713 Sayılı Terörle Mücadele Kanunu.

TÜRKİYE’DE ENGELLİ TURİZM PAZARININ SWOT ANALİZİ YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

Kemal BİRDİR

*Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
kemalbirdir@mersin.edu.tr*

Sıla KARACAOĞLU

*Arş. Gör., Çukurova Üniversitesi, Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
skaracaoğlu@cu.edu.tr*

ÖZET

Hızla yaşlanan nüfus ve yaşlanmanın etkisiyle oluşan engeller, doğuştan gelen özürler, kronik hastalıklar, ulaşım ve iş kazaları gibi sebeplerle toplumdaki engelli insanların sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Yapılan araştırmalar, 2050 yılında tüm dünyadaki engelli ve yaşlı nüfusunun iki milyarı bulacağını öngörmektedir (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014). Yılda artış gösteren bu rakamlar ile birlikte dünya toplumlarında engellilere olan kayıtsızlık, yerini her alanda herkesin eşit fırsatlara sahip olacağı düşüncesine bırakmıştır. Sosyal yaşamda eşitlik ilkesiyle birlikte seyahat ve turizm endüstrisi de sayıları hiç de azımsanmayacak olan bu turist grubuna yönelik hizmet sunmaya başlamıştır. Engelli sayısının tüm dünyada kayda değer şekilde yüksek olması ve engellilerin seyahat ve turizm faaliyetlerine genellikle aile bireyleri veya refakatçileri eşliğinde katılmaları, engelli turizm pazarını önemli hale getirmiş ve bu pazar diliminin ekonomik olarak kazançlı olmasını sağlamıştır. Engelli turizm pazarı her geçen gün büyümekte ve sektörde güç kazanmaktadır. Küresel turizm pazarında, bu turizm alanı gelişen ve büyüyen bir niş pazar olarak adlandırılmaktadır (Freeman ve Selmi, 2010, s. 472). Günümüzde gelişmiş ülkeler, dünya nüfusunun %15’ini teşkil eden bu büyük azınlığın yarattığı turizm potansiyelinden pay alabilmek için rekabet içindedir. Bu çalışmanın Türkiye’deki engelli turizminin güçlü/zayıf yönlerinin gözden geçirilmesi ve bu turizm türünün ülkemiz açısından fırsat/tehditlerinin ortaya çıkarılmasına katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca çalışmanın Türkiye’deki engelli turizm pazarının genel durumunun değerlendirilmesi ve ileriye yönelik stratejilerin oluşturulması konusunda yardımcı olması hedeflenmektedir. Bu amaçla ikincil verilerden yararlanarak (internet siteleri, haberler, makaleler, raporlar ve mevzuat) SWOT analizi yapılmış ve bu alanda yapılması gereken çalışmalar tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Engelli Turizm Pazarı, Türkiye, SWOT Analizi.*

GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü verileri (2013), çeşitli özürlü gruplardan oluşan engelli bireylerin tüm dünya nüfusunun % 15’ini teşkil ettiğini ortaya koymaktadır. Bu nüfusun, %2-%4’lük kısmının ciddi hareket kısıtları olduğu düşünülmektedir (World Health Organization, 2014). Avrupa Komisyonu’nun 2020 Strateji raporlarında, Avrupa Bölgesi nüfusunun hızla yaşlandığı ve günümüzde 60 yaş ve üzeri insan sayısının 2007 yılı öncesine göre iki kat artış gösterdiği vurgulanmıştır. Yapılan araştırmalara göre gelecekte bu oran daha da artacaktır (European Commission, 2014). Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı tarafından 2002 yılında yapılan “Türkiye Özürlüler Araştırması’na” göre Türkiye’deki engellilik oranı % 12,29’dur ve ülkemizde 8,5 milyonu aşan engelli birey yaşamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre ülkemizdeki engellilerin çoğu süreğen (kronik) hastalığa (% 9,70) sahiptir. Ortopedik (fiziksel), görme, işitme, dil ve konuşma ve zihinsel özrü bulunanlar ise % 2,58'lik kısmı oluşturmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2014).

Engellilerle ilgili sınıflandırmalar, uluslararası engellilik sınıflandırması temel alınarak oluşturulmuştur. Buna göre engelli grupları; görme engelli, zihinsel engelli, işitme engelli, konuşma engelli, ortopedik (fiziksel) engelli ve diğer engelliler (süreğen hastalık) olarak sıralanmaktadır. Bunun yanı sıra, engelli kişiler bedensel, duygusal ya da zihinsel kapasitelerinin olmama veya zaman içerisinde bu kapasitelerini kaybetme derecesine göre de hafif, orta ve ağır derecede özürlü olmak üzere üç kategoriye ayrılmaktadır (World Health Organization, 2014). Kişilerin engellerinin derecesi, onların günlük normal aktivitelerini yerine getirmekte ne kadar yeterli veya bakıma ne kadar muhtaç olduklarının göstergesi olmakla birlikte engellerinin çeşidi veya derecesi onların çevreyle iletişim kuramayacakları ya da hayattan tamamiyle kendilerini soyutlanacakları anlamına şüphesiz ki gelmemektedir. Engelsiz insanların sahip olduğu sosyal, politik, ekonomik ve kültürel hak ve fırsatlara, engelli kişilerin de sahip olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Bu haklardan biri olan seyahat ve tatil özgürlüğü, her insan için sosyal ve psikolojik açıdan tedavi edici bir unsurdur. Engelli bireylerin yaşam içinde karşılaştığı çeşitli kısıtlar ve bu kısıtların yarattığı stres göz önünde bulundurulduğunda bu faaliyetlere katılmanın önemi daha da iyi anlaşılabilir.

Günümüzde, destinasyonların gelişmesindeki güncel kriterler arasında kalite, sürdürülebilirlik, imaj, inovasyon ve erişilebilirlik gelmektedir (Borda, Duarte ve Serpa, 2013, s. 4). Bu noktadan hareketle çalışmada, destinasyonların pazarlanmasında önemli ve yeni bir trend olan erişilebilirlik olgusu ülkemiz açısından incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, Türkiye'deki engelli turizminin SWOT analizi ikincil verilere dayanarak yapılmış ve bu turizm türünün ülkemizdeki mevcut durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. SWOT analizi sonucunda, engelli turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

TURİZMDE ENGELLİ OLGUSU

Araştırmacıların, engelli insanların seyahat ve turizm endüstrisinde yaşadıkları sorunları, ihtiyaç ve beklentilerini 80'lerin sonu ile 90'ların başından itibaren ele aldığı görülmektedir (Smith, 1987; Murray & Sproats, 1990; Muloin, 1992). Engelliler, turizm endüstrisi için önemli bir niş pazar konumunda olmasına karşın, söz konusu yıllara kadar üzerinde fazla durulmamış ve bu konuda çok fazla araştırma yapılmamıştır (İsraili, 2002, s. 101). Engelli insanların da diğer insanlar gibi seyahat etmeleri ve dolayısıyla turizm faaliyetlerine katılmaları en doğal, yasal ve insani hakları olmasına karşın, seyahat ve turizm endüstrisi herhangi bir engeli bulunmayan kişilere yönelik olarak düzenlenmiştir (Yau, Mckercher ve Packer, 2004, s. 948).

Toplumsal çeşitliliğin ve farklılıkların benimsendiği birçok gelişmiş batı ülkesinde engellilik türlerinin oranı, toplam nüfusun %15-%20'sini meydana getirmektedir (Darcy,

Cameron ve Pegg, 2010, s. 516). Bununla beraber, Avrupa’da nüfusun yaşlanması, meslek ve trafik kazaları, teknolojik çevre ve iyileştirilmiş hizmetlerle sosyal yaşam, ulaşım, iş, eğitim ve eğlence gibi alanlarda daha bağımsız şekilde hareket edebilecek ve toplumsal bütünleşme yaşayacak engelli bireylerinin sayısının artışıyla birlikte 2030 yılında engelli nüfusun iki katına çıkacağı tahmin edilmektedir (Guerra, 2003, s. 27). Birleşmiş Milletler engelli istatistik raporuna göre, küresel olarak yaşlanma ve engellilik arasında güçlü bir bağ mevcuttur (Buhalis ve Michopoulou, 2010, s. 2). Rapora göre nüfusun hızla yaşlanması ile bu insanların sosyal yaşamlarında hareket kısıtlılığı ve çeşitli sorunlarla karşılaşma oranı artacaktır. Ayrıca, hareket kısıtlılığı yaşayan ve erişilebilir hizmetlere ihtiyaç duyan kimselere bir kaza sonrasında geçici sakatlık yaşayan bireyler, hamileler, bebek arabası taşıyan ebeveynler, ağır valizleri olan seyahatçiler de dahil edilebilir (Borda vd., 2013, s. 33).Konuya bu açıdan bakıldığında engellilere yönelik sunulan hizmetlerden yararlanacak bireylerin sayısındaki artış ve bu pazarın büyüklüğü daha iyi anlaşılabilir.

Surrey Üniversitesi tarafından yürütülen Avrupa’da Erişilebilir Turizm (OSSATE, One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe-) adlı çalışmada Avrupa’da 46 milyona yakın fiziksel ya da zihinsel sorunu bulunan engellinin yaşadığı ifade edilmektedir. Aynı araştırmada bu nüfusun yaklaşık %70’inin seyahat ettiği de ifade edilmektedir. Bu kişilerin genellikle bir ya da birkaç kişinin refakatiyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde ve hareket zorluğu yaşayan diğer bireyler (hamile, yaşlı, geçici sakatlık vb.) de göz önünde bulundurulduğunda Avrupa’da seyahat edecek potansiyel engelli turist sayısının 130 milyon kişi olacağı tahmin edilmektedir. Bu kişilerin turizm harcamalarının 80 milyar eurodan fazla olabileceği öngörülmektedir (*Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, 2014a*). Bütün dünyadaki engellilerin sayısının dikkat çekici biçimde yüksek olması ve engellilerin genellikle tek başlarına değil, refakatçileriyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde, engellilerin seyahat ve turizm işletmeleri bakımından önemli bir pazar dilimi anlamına geldiği görülmektedir (Ünsal, Babacan ve Ateşoğlu, 2006, s. 828).

Böylesine büyük bir ekonominin söz konusu olduğu bu özellikli pazardan pay almak isteyen seyahat ve turizm işletmecilerinin engelli müşterilerin özel gereksinimlerini ve beklentilerini göz önünde bulundurarak hizmet sunmaları gerekmektedir. Bunun için öncelikle kapsamlı bir pazar araştırması ile kişinin özrünün çeşit ve derecesi tespit edilmeli, bunun yanı sıra bu kişilerin demografik, sosyo-ekonomik, psikografik ve davranışsal özellikleri de göz ardı edilmemelidir (Buhalis ve Michopoulou, 2010, s. 4).Çünkü,her bir engelli grubunun birbirinden çok farklı ihtiyaç, istek ve ilgilenimi söz konusudur (Pühretmair ve Buhalis, 2008).Engellilik durumunun bu çok yönlü durumu, kişilerin gereksinimleri ile hizmete erişimlerinin birbirinden farklı ve özel olmasından ileri gelmektedir (Darcy vd., 2010: 516).Bu anlamda değişik engeller ve kısıtlar, farklı ihtiyaçları ve çeşitli hizmetleri gerektirmektedir (Freeman ve Selmi, 2010, s. 473).

ENGELLİLERİN SEYAHAT VE TURİZM FAALİYETLERİNE KATILIMLARINI ENGELLEYEN DURUMLAR

Engelliler daha fazla seyahat etmek istemelerine rağmen, seyahatleri süresince karşılaştıkları birçok zorluktan ve güçlükten dolayı bu ihtiyaçlarını çoğunlukla ertelemektedir (Öztürk ve Yaylı, 2006a, s. 88). Alan yazın incelendiğinde engelli seyahatçilerin, genel olarak içsel ve dışsal olmak üzere iki çeşit temel sorunla karşılaştıkları görülmektedir (Smith, 1987; Murray ve Sproats, 1990; Muloin, 1992; Darcy, 1998; Öztürk ve Yaylı 2006). Örneğin, Smith (1987, s. 948) engellilerin turizm ve seyahat faaliyetlerine katılmalarını engelleyen güçlükleri üç ana başlıkta (çevresel, etkileşimli, içsel) toplamıştır. Buna göre “çevresel engeller,” davranışsal, mimari ve coğrafik unsurları içermektedir. “Etkileşimli engeller,” konuşma yeteneğinin az olmasından kaynaklanan iletişim güçlükleri ile ilgilidir. “İçsel engeller” ise bireyin fiziksel, psikolojik veya algısal durumuyla ilişkilidir. Engeli bir kişinin, engelli olmayan insanlarla iletişim kuramayacağını (etkileşimli) veya sosyal etkinlikleri yerine getirmede onlar kadar başarılı olamayacağını (içsel) düşünerek turizm faaliyetlerine katılmak istememesi bu duruma örnek olarak verilebilir. Murray ve Sproat’a (1990, s. 15) göre engelli insanlar, genel olarak seyahatleri esnasında “ekonomik” (ulaşım ve konaklama), “fiziksel” (bir aktiviteyi yerine getirememesi) ve “davranışsal” (engelli turistlerle iletişim) olmak üzere üç çeşit sorunla karşılaşmaktadır. McKercher, Packer, Yau ve Lam (2003), turizme katılan engellilerin karşılaştığı sorunları “iç engeller” (temel ve ekonomik engeller) ve “dış engeller” (çevresel ve etkileşimli engeller) olarak ikiye ayırmıştır. Yine benzer şekilde Öztürk ve Yaylı’ya (2006b, s. 6) göre de engellilerin seyahat faaliyetlerini engelleyen unsurları “içsel ve dışsal unsurlar” olarak iki başlık altında toplamak mümkündür. Aşağıdaki tabloda engellilerin seyahat ve turizm faaliyetlerine katılmaları önündeki sorunlar ve güçlükler yer almaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. Seyahat ve Turizm Faaliyetlerine Katılan Engelli Bireylerin Karşılaştığı Sorunlar ve Güçlükler

İÇ ENGELLER		DIŞ ENGELLER	
ANA ENGELLER	EKONOMİK ETKENLER	ÇEVRESEL ETKENLER	BİRBİRİNİ ETKİLEYEN ETKİLEŞİMLİ ETKENLER
Bilgi eksikliği	Ekonomik yetersizlik	Tarihi yerlere ulaşmada problemler	Yeterli beceriye sahip olmama
Sosyal beceri yetersizliği	Gelir farklılıkları	Konaklama yerlerinin ulaşılabilirliği	İletişim eksikliği, (konuşma yeteneğinin az olması)
Sağlıkla ilgili sorunlar	Engellilerin seyahatlerinde refakatçiye ihtiyaç duyması	Coğrafi problemler (dağlar, tepeler vb.)	Aktivitelere katılmada cesaret eksikliği
Fiziksel ve psikolojik nedenler		Ulaştırma ve güvenlik	Seyahat ve konaklama işletmelerindeki çalışanların olumsuz davranışları
Engelliler için seyahatin hak olarak görülüp görülmemesi		Kurallar ve yönetmelikten doğan problemler	Doğru ve güvenilir bilgi eksikliği

Kaynak: (Smith, 1987; Murray ve Sproats, 1990; Muloin, 1992; Darcy, 1998; Öztürk ve Yaylı 2006b).

Turistik alt yapı ve üst yapı eksiklikleri (ulaşım, konaklama ve turistik kaynaklar) ve finansal problemler engelli bireylerin seyahate katılmak istememelerinde temel sorunları teşkil etmektedir (Guerra, 2003, s.8). Shaw ve Coles'un (2004, s. 402)24 İngiliz engelli seyahatçiyle yapmış olduğu örnek olay çalışmasında da fiziksel engeller ve finansal problemler seyahatin önündeki en belirgin kısıtlar olarak saptanmıştır. Seyahatin önündeki bir diğer engel ise ulaşım sektörünün engelli yolcuların ihtiyaçlarına uygun hizmet vermemesidir (Chang ve Chen, 2010, s. 1). Başka bir güçlük ise engellilerin psikolojik durumu olabilmektedir. Engelli bireyler, önceden yaşadıkları olumsuz seyahat ve tatil tecrübeleri ya da iç dünyalarındaki ruhsal çalkantılar nedeniyle seyahat ve turizm faaliyetlerine katılmak istemeyebilmektedir (Guerra, 2003, s. 8). Engellilerin turizm faaliyetlerine katılımını olumsuz etkileyen diğer bir faktör ise bilgi edinme eksikliğidir. Güvenilir bilginin eksikliği, engelli insanların seyahate çıkmalarını kısıtlayan en önemli nedenler arasında yer almaktadır (Eichhorn, Michopoulou, Miller ve Buhalis, 2007, s. 5). Bu noktada seyahat acentelerine çok önemli bir görev düşmekte; kişilerin engel durumuna uygun destinasyon ve konaklama işletmesi seçmeleri konusunda son derece hassas ve yardımcı olmaları gerekmektedir (McKercher vd., 2003, s. 465). Günümüzde internet aracılığıyla bilgiye kolay erişilmesi ve bilginin hızla yayılması, engelli turistlerin seyahatlerini daha iyi planlamalarına önemli katkılar sağlamakla birlikte bu bilgilerin güvenilirliği sorgulanmaktadır (Chang ve Chen, 2010, s. 1).

Engellilerin seyahatleri öncesi ve esnasında karşılaştıkları sorun ve güçlükler göz önüne alındığında; güvenilir bilgi, erişilebilir ulaşım, gelişmiş altyapı ve üst yapılar, engel durumuna uygun kaliteli hizmet ve personelin engelli psikolojisine uygun eğitim alması gibi konuların engelli turizm sektöründe ana standartlar olması gerektiği önerilmektedir (European Standardisation of Accessible Tourism Services, 2014). Bu anlamda, seyahat ve turizm endüstrisinin konuyu bir bütün olarak değerlendirmesi ve hizmetlerin erişilebilir olarak sunulması gerekmektedir (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, 2014b).

ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ, AMACI ve DEĞERLENDİRMELER

SWOT analizi firmalara, kurumlara ve sektörlerle uygulanabilen bir analiz çeşididir. SWOT ile iç ve dış çevrenin analiz edebilmesi sağlanırken duruma uygun stratejiler geliştirmek de mümkün olmaktadır (Başlıgil ve Özdemir, 2011, s. 2330). Dolayısıyla SWOT analizi hem akademisyenler hem de uygulamacılar (kamu ve özel sektör) tarafından son yıllarda oldukça sıklıkla kullanılan bir analiz çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla beraber turizm sektöründe yapılan ve SWOT analizinden yararlanan az sayıda çalışma mevcuttur (Karadeniz, Kandır ve Önal, 2007, s. 196).

Bu çalışmanın; Türkiye'deki engelli turizminin güçlü/zayıf yönlerinin gözden geçirilmesi ile bu turizm türünün ülkemiz açısından fırsat ve tehditlerinin ortaya çıkarılmasına katkı sağlaması beklenmektedir. Türk turizminin engelli turizm pazarı açısından mevcut durumunun değerlendirilmesi, ileriye yönelik stratejilerin oluşturulması ve Türkiye'de bu

turizm türünün geliştirilmesi için öneriler geliştirilmesine yardımcı olması çalışmanın amaçlarını oluşturmaktadır. SWOT analizi yapılırken ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu kapsamda; Türkiye’deki engelli turizmi konusunda bilgi edinilebilecek internet siteleri, haberler, makaleler, raporlar ile ilgili mevzuat incelenmiş ve bu veriler derlenerek yazarlar tarafından bir SWOT tablosu oluşturulmuştur (Tablo 2). Çalışmanın geliştirilmesi aşamasında açık uçlu sorular oluşturulması, engelli turizmi konusunda yetki ve bilgi sahibi olan kamu, STK ve özel sektör temsilcileri ile nitel bir çalışma yapılarak bu turizm türünün ülkemiz açısından güçlü/zayıf yanlarının tespiti ile bu sektördeki fırsat/tehditlerin neler olduğunun belirlenmesi hedeflenmektedir.

Tablo 2. Türkiye’de engelli turizm pazarının SWOT analizi yöntemiyle değerlendirilmesi

Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
- Avrupa’ya yakınlık ve bu kıtadaki ana turizm pazarlarında ülkemizin tanınmış olması (Ege, 2009). - Akdeniz Çanağı’ndaki rakiplere göre daha yeni ve nitelikli tesislere sahip olunması (Ege, 2009). - Ülkemizin sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi vb. kaynakların zengin olması (Kozak ve Bahçe, 2009). - TÜRSAB bünyesinde 15 Haziran 2006 tarihinde oluşturulan “Herkes İçin Engelsiz Turizm Komitesi” ile yurt dışı fuarlarda ülkemizin tanıtımının yapılması (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, 2014b)	- Yeterli AR-GE, yatırım, ve pazarlama çalışmasının yapılmaması (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Altyapı ve üst yapının engellilere uygun hizmet vermemesi (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Otellerde yeterli sayıda engelli odası bulunmaması (Artar ve Karabacakoğlu, 2003; Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008). - Otellerdeki engelli odalarının tefrişatının engellilerin ihtiyaçlarına uygun olmaması (Artar ve Karabacakoğlu, 2003; Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008). - Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Turizm Tesisleri Yönetmeliği’nde toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan tesislerin oda sayısının sadece %1’i oranında engelli odasına sahip olmasını zorunlu kılması (Turizm Tesisleri Yönetmeliği, 2014). - Yönetmelikte sadece fiziksel engelliler için yapılması gereken düzenlemelerin olması, diğer engel gruplarına yönelik herhangi bir düzenleme bulunmaması (Turizm Tesisleri Yönetmeliği, 2014). - Otellerdeki genel alanların engelliler için düzenlenmemesi ve işaretlemelerin yetersiz oluşu (Artar ve Karabacakoğlu, 2003; Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008; Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, 2014b) - Seyahat ve turizm sektörü temsilcilerinde engelli turizmi bilincinin henüz yeterince gelişmemiş olması (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Otel personelinin engellilerin ihtiyaçlarına yönelik hizmet verme ve engelli psikolojisi konusunda eğitimsiz olması (Artar ve Karabacakoğlu, 2003; Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008). - Engellilere yönelik tur düzenleyen seyahat acentası sayısının az oluşu (Artar ve Karabacakoğlu, 2003; Öztürk ve Yaylı, 2006b). - Konaklama işletmeleri ve seyahat acentalarının katalog ve web sitelerinde yer alan engellilere yönelik hizmetlerin doğruluğunun ve güvenilirliğinin kontrol edilmeyişi (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Yabancı tur operatörleri ve seyahat acentaları ile gerekli işbirliklerinin yapılmaması (Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008).

Fırsatlar	Tehditler
- Avrupa'daki insanların yaş ortalamalarının ve engellilik oranının giderek artıyor olması (European Commission, 2014). - Sağlık turizmi ve termal turizmin ülkemizde hızla gelişen pazarlar olması ve engelli turizminin bu pazar çeşitleriyle entegre hizmet verme potansiyeline sahip olması (Kozak ve Bahçe, 2009). - Yeni inşa edilecek olan konaklama işletmelerinin engellilerin ihtiyaçlarına göre tasarlanması (Tutal, 2006). - Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, üniversitelerin ve sivil toplum kuruluşlarının engelli turizmle ilgili çalışmalar ve araştırmalar yapıyor olması (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından uygulamaya konulması planlanan "Herkes İçin Erişilebilirlik Belgesi" projesi (Sabah Gazetesi, 2014).	- Alt ve üst yapı ve çevre düzenlemesi eksikliği (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Turizm Tesisleri Yönetmeliğinde, engelliler ile ilgili mevzuatın net olmaması ve denetlemedeki eksiklikler (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Medyada ülkemizin jeopolitik konumundan ve sosyal haklarla ilgili düzenlemelerden kaynaklanan olumsuz haberler (Ege, 2009). - Avrupa Birliği'nin birlik içindeki turizm hareketlerini destekliyor olması (Ege, 2009). - İspanya, İtalya gibi rakip Akdeniz ülkelerinde engelli turizmine yönelik hizmetlerin gelişmiş olması (Artar ve Karabacakoğlu, 2003). - Avrupa'da engellilere hizmet veren, konusunda uzmanlaşmış tur operatörü, seyahat acentası ve otellerin oluşu (Artar ve Karabacakoğlu, 2003).

Türkiye'deki engelli turizminin genel bir değerlendirmesinin yansıtılmaya çalışıldığı bu tabloda, zayıf yönlerin güçlü yönlerle kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durumun, temelde yasal kısıtlarla birlikte seyahat ve turizm sektörünün engelli turizm pazarına bakış açısından kaynaklandığı ileri sürülebilir. Söz konusu olumsuzlukların en aza indirilmesi için engellilere yönelik yasal koşulların iyileştirilmesinin ve özel sektörün bu alanda teşvik edilmesinin oldukça önemli olacağı düşünülmektedir. Bir diğer önemli sorun ise Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Turizm Tesisleri Yönetmeliği'ndeki toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan tesislerin oda sayısının sadece %1'i oranında engelli odasına sahip olmasını öngören düzenlemedir. Bu durumun, grup halinde seyahat etmek isteyen engelli turistlerin aynı tesiste yer bulamaması ve dolayısıyla seyahatten vazgeçmesi sorununa yol açabileceği açıktır. Genel bir değerlendirme yapılacak olursa, konaklama işletmelerinde rampa ve özürü tuvaletine indirgenen düzenlemeler ile (Tutal, 2006, s. 334) küresel engelli turizm pazarında yer almak olanaksız görülmektedir.

Engelli turizm pazarının gelişimindeki söz konusu mevcut olumsuz durumların yanı sıra ülkemizin bu pazarda önemli bir aktör haline gelebilmesi için oldukça önemli avantajlara sahip olduğu da açıktır. Türkiye, Akdeniz çanağındaki ülkelerle kıyaslandığında doğası, ekolojisi, tarihi, kültürel zenginlikleri ve yeni tesisleri ile ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, Avrupa'da yaşayan engelli turistlerin ülkemize olan seyahat tercihinin olumlu etkileyecek durumlardan birisinin de coğrafi yakınlık olacağı söylenebilir. Son yıllarda ülkemizin sağlık ve termal turizm alanlarında gelişim göstermesi ve bu turizm çeşitlerinin de engelli turizmi ile entegre edilebilecek alanlar olması da bir diğer önemli avantaj olarak değerlendirilebilir.

Özetle, dünyanın en çok turist çeken altıncı ülkesi olan Türkiye'nin, potansiyelini sadece belirli turizm pazarlarında, büyük bir talep ve büyüme potansiyeline sahip özellikli pazarlarda (engelli turizmi gibi) kullanmasının mevcut turizm talebini ve gelirini

arttıracığı ileri sürülebilir. Bunun için, dünya turizminde gelişen ve değişen şartların yakından izlenmesi, analiz edilmesi, yeni hizmet standartları geliştirilmesi ve yeni turizm politikalarının oluşturulmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Turizm sektörünün bu pazar diliminden daha fazla pay alabilmesi için mevzuatta, Türk Standartları Enstitüsü'nde ve Turizm Teşvik Kanunu'nda yer alan düzenlemelerden ve özel sektördeki mevcut girişimlerden daha fazlasına ihtiyacı olduğu açıktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde, küresel anlamda engellilerin sorunlarına karşı duyarlı olmak, onları sosyal yaşama kazandırabilmek ve yaşam seviyelerini yükseltebilmek yönünde gösterilen çaba ve bu alanda kaydedilen mesafe, devletlerin ve çağdaş toplumların sosyal meselelere değer vermesi bakımından önemli bir sosyal gelişmişlik ölçüsü olarak görülmektedir (Öngören, Atalay ve Tan, 2007, s. 9-10). Ülkemiz son yıllarda engelli vatandaşlarını topluma kazandırmak ve karşılaştıkları engelleri ortadan kaldırmak amacıyla ulaşım, erişilebilirlik, eğitim, sağlık, istihdam gibi konularda bir takım yasal düzenlemeler yapmakla birlikte bu düzenlemeler gelişmiş ülkelerin düzenlemeleri ile kıyaslandığında henüz yeterli olmadığı söylenebilir. Türkiye'nin, engellilerin sosyal yaşamını kolaylaştıracak yasal düzenlemeleri (mevcut yol, kaldırım, yaya geçidi, açık ve yeşil alanlar, spor alanları ve benzeri sosyal ve kültürel alt yapı alanları ile gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılmış ve umuma açık hizmet veren her türlü yapının engellilerin kullanımına hazır hale getirilmesi) 2005 yılında yürürlüğe koymasına karşın, günümüzde bu uygulamaların hala tam olarak uygulanmadığı görülmektedir.

Engellilik olgusu seyahat ve turizm endüstrisi açısından incelendiğinde benzer şekilde gelişmiş dünya ülkelerinin engelli turizmiyle ilgili uygulamalarının, ülkemizdeki uygulamalara göre çok daha eskiye dayandığı ve kapsamlı olduğu görülmektedir. Bu ülkelerin uyguladığı politika ve standartlarla Türkiye'nin mevcut kapasitesi kıyaslandığında ülkemizin henüz küresel engelli pazarın talebini karşılayacak düzeyde hizmet bileşenine sahip olunmadığı anlaşılmaktadır. Artar ve Karabacakoglu'nun (2003) yapmış olduğu ve Türkiye'deki engelli seyahatçilere yönelik olarak yürütülen ilk araştırmanın sonucu da bu görüşü destekler niteliktedir. Bu çalışmada; terminal, havaalanı, restoran, tarihi alanlar gibi yerlerle ulaşım araçları ve konaklama işletmelerinin engellilere uygun olmadığı ifade edilmektedir. Ayrıca, Türkiye'de engellilere yönelik sunulan seyahat ve konaklama hizmetlerinin tam, doğru ve güvenilir bilgiden yoksun olduğu tespit edilmiştir. Birçok seyahat acentesi ve konaklama işletmesi broşüründe uluslararası tekerlekli sandalyesembolü kullanılmamaktadır. Broşürlerin ve ilgili internet sitelerinin pek azı engellilere yönelik donanım, hizmet ve uygulamalarıyla ilgili detaylı bilgi sunmaktadır. Ayrıca, bu donanım ve uygulamalarla ilgili herhangi bir denetleme mekanizması veya standardizasyon da bulunmamaktadır. TÜRSAB'ın 2008 yılında yapmış olduğu bir araştırmaya göre ise Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgesi tesislerde 1176 adet engellilere özel oda bulunmaktadır. Öte yandan, engelli derneklerindeki uzmanlar bu envanterin tümünün engellilerin kullanımına uygun standartlarda olmadığını,

engelliler için yapılmış olduğu iddia edilen özel odaların ya da sunulan diğer olanakların kullanımında problemler çıkabildiğini ifade etmektedir (TÜRSAB, 2008). Bütün bu olumsuzluklara rağmen, sosyal yaşamda engellilere karşı artan farkındalık ile seyahat ve turizm sektöründe bu turizm türüne karşı olan bilincin gelişmeye başladığı söylenebilir.

Engellilik olgusunun, sadece engelli olan kişileri değil, bu kişilerin bakımıyla ilgilenen aile, arkadaş ya da refakatçilerini de etkileyen bir durum olduğu göz önünde bulundurulduğunda engelli turizminin küresel seyahat ve turizm endüstrisi için çok önemli bir pazar potansiyeli meydana getirdiği görülmektedir. Bu bağlamda, talebi gün geçtikçe büyüyen bu pazardan pay almak isteyen ülkelerin, engelli bireylerin özel ihtiyaç ve isteklerini her bakımdan karşılayacak nitelikte hizmet sunmaları gerekmektedir. Engelli turizm pazarında Türkiye'nin yükselen küresel bir aktör olabilmesi için sahip olduğu avantaj, fırsat ve kaynakları en akılcı şekilde değerlendirmesi ve mevcut olumsuzlukları en aza indirecek strateji, plan ve politikalar geliştirmesinin ve uygulamasının oldukça önemli olacağı düşünülmektedir. Bu durumun gerçekleşebilmesi için ise devlet, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ile toplumun birlikte ve etkin bir şekilde hareket etmesi önemlidir. Engelli turizminin gelişiminde tasarlanan plan ve politikaların işlerlik kazanması için yasal koşulların iyileştirilmesi, seyahat ve turizm sektörü ile toplumun engellilere yönelik bakış açısını değiştirmesi ve bu konuda bilinçlenmesi gerekmektedir. Söz konusu koşullar sağlandığı takdirde Türkiye'de engelli turizm pazarının gelişmesi ve ülkemizin önemli bir aktör olması öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). *Türkiye'de özürllüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki altyapı olanaklarının araştırılması (Basılmamış Uzmanlık Tezi)*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Başlıgil H. ve Özdemir Y. (2011). Arama "SWOT Analizi" Çalışması ile Durum Tespitine Senaryo Uygulaması ile Geleceğe Ait Öneriler. *Uluslararası Yükseköğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar*. (27-29 Mayıs 2011), İstanbul; 3. Cilt / Bölüm XVI / Sayfa 2329-2334.
- Borda, G. Z., Duarte, D. C. ve Serpa A. B (2013). *Tourism for all: Accessibility and social inclusion in Brazil—the case of Socorro (São Paulo State) tourism destination – Cenário*. (<http://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/viewFile/9907/7315#page=30>)
- Buhalis, D. ve Michopoulou, E. (2010). Information-enabled tourism destination marketing: addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*, (1–24).
- Chang, Y. ve Chen F. (2010). Identifying mobility service needs for disabled air passengers. *Tourism Management*, (1-4).
- Guerra, S. L. (2002/2003). *Tourism For All: Organising trips for physically disabled customers*. UK: Bournemouth University.

- Darcy, S. (1998). *Anxiety to access: tourism patterns and experiences of disabled new south wales people with a physical disability tourism*. Sydney: New South Wales.
- Darcy, S., Cameron, B. ve Pegg S. (2010). Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (4), 515–537.
- Ege Z. (2009). Türkiye’de dış turizm talebinin yapısı ve gelişimi. Çavuş Ş., Ege Z. Ve Çolakoğlu E. O. Ed. *Türk Turizm Tarihi: yapısal ve sektörel gelişimi* (35-56).
- Eichhorn, V., Michopoulou E., Miller G. ve Buhalis D. (2007). *Enabling disabled tourists? Accessibility tourism information schemes*. UK: University of Surrey.
- Freeman I. ve Selmi N. (2010). French versus Canadian tourism: Response to the disabled. *Journal of Travel Research*, 49 (4), 471-485.
- Israeli, A.A. (2002). A preliminary investigation of the importance of site accessibility factors for disabled tourists. *Journal of Travel Research*, 41(1), 101–104.
- Karadeniz, E., Kandır Y.S. ve Önal B. Y. (2007). Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 195-205.
- Kozak M. ve Bahçe S. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay yayıncılık.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. ve Lam, P. (2003). Travel agents: Facilitators or inhibitors of travel for people with disabilities, *Tourism Management*, 24 (4), 465–474.
- Muloin, S. (1992). Wilderness access for person with disability. *Ecotourism*, 20-25, Canberra: Australian Bureau of Tourism Research.
- Murray, M. ve Sproats, J. (1990). The disabled traveller: Tourism and disability in Australia. *The Journal of Tourism Studies*, 1(1), 9-14.
- Öngören, B., Atalay A. ve Tan, Ö. (2007). *Muğla özürlü programı, 2007*. Muğla: İl Sağlık Müdürlüğü Yayını.
- Öztürk, Y. ve Yaylı, A. (2006a). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 87-97.
- Öztürk, Y. ve Yaylı, A. (2006b). Bedensel engelliler seyahat pazarının yöneticiler açısından değerlendirilmesi üzerine bir alan araştırması. *Seyahat ve Otellşletmeciliği Dergisi (SOİD)*, 3 (2), 5-14.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for disabled customers’ Market? The views of hotel and travel agency manager. *Tourism Management*, 29 (2), 382-389.
- Pühretmair, F., & Buhalis, D. (2008). *Accessible tourism introduction to the special thematic session* (969-972). Springer Berlin Heidelberg.
- Ray, N. ve Ryder, M. (2003). Ebilities tourism: An exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, (57–77).

- Shaw, G. ve Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A Preliminary Survey. *Tourism Management*, 25(3), 397-403.
- Smith, R. (1987). Leisure of disabled tourists: barriers to participation. *Annals of Tourism Research*, 14, (376-389).
- Tutal, O. (2006). Turizm Yapılarına Ulaşılabilirlik ve Kullanılabilirlik. *Turizm ve Mimarlık Sempozyumu*, (28/04/2006), Antalya / Sayfa 331-338.
- Ünsal, B.S., Babacan, E. ve Ateşoğlu L. (2006). Gelişmekte olan bir turizm pazarı: Engelli turizm. *Çanakkale: III. Lisanüstü Turizm Öğrencileri Kongresi*, 813-830. (25-28 Mayıs 2006).
- Yau, M. K., Mckercher, B. ve Packer, T.L. (2004). Traveling with a disability: more than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 946-960.

İnternet Kaynakçası

- European Commission (2014). *European Economic News*, 2011. [URL: http://ec.europa.eu/economy_finance/een/017/article_8896_en.htm] (Erişim 08 Temmuz 2014).
- European Standardisation of Accessible Tourism Services (2014). *Final Presentation*, 2009.[URL: http://www.accessibletourism.org/resources/soret-ambrose-valladolid-2010_final.pdf] (Erişim 22 Temmuz 2014).
- Sabah Gazetesi (2014). *Engelli Dostu Otellere Özel Belge*, 2012. [URL: <http://www.sabah.com.tr/Turizm/2012/04/05/engelli-dostu-otellere-ozel-belge>] (Erişim 13 Ağustos 2014).
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı (2014). *Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü*. [URL: http://www.ozurlu.oyhgm.gov.tr/kongre.../engineer_birdal_sunum2_0850_0910.ppt] (Erişim 03 Ağustos 2014).
- Turizm Tesisleri Yönetmeliği (2014). *Dördüncü Kısım, Tesis Türleri /Birinci Bölüm, Konaklama İşletmeleri*, 2000. [URL: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2000/07/20000706.htm#4>] (Erişim tarihi 12 Ağustos 2014).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2014). *Engelli İstatistikleri*, 2002. [URL: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1017] (Erişim 17 Temmuz 2014).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2014). *Türkiye'de ve Dünya'da Engelsiz Turizm Pazarı*, 2008. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 02 Ağustos 2014).
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2014a). *Avrupa Komisyonu Engelsiz Turizm Semineri*, 2008. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/komite-haberleri/avrupa-komisyonuengelsiz-turizm-semineri_494.html] (Erişim 07 Ağustos 2014).
- World Health Organization (2014). *Disability and Health Report*, September, 2013. [URL: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs352/en/>] (Erişim 03 Temmuz 2014).

TÜRK WELLNESS FELSEFESİNİN OLUŞTURULMASI VE ŞİFAHANE KONSEPTİNİN YENİDEN DEĞERLENDİRİLMESİ: II. BAYEZİD DARÜŞŞİFASI ÖRNEĞİ

Mehmet Han ERGÜVEN

*Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
turizm@gmx.de*

ÖZET

Anadolu’da son bin yıllık zaman diliminin en önemli sağlık kurumlarından biri olan darüşşifanın (şifahane⁹), günümüzde Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) sıkça rastlanan *Wellness Center* kavramı ile benzer özellikler taşıdığı görülmektedir. ABD, 1960’lı yıllardan sonra bilinçli olarak geliştirmiş olduğu wellness sağlık anlayışı ile yeni bir yaşam tarzı şekillendirme yoluna gitmiştir. Turizm etkisinde ise “Geleneksel Çin Tıbbı (GÇT)” ya da “*Ayurveda*” gibi farklı birçok kültürün binlerce yıldan beri geliştirdiği yerel sağlık felsefeleri yayılarak küreselleşmeye başlamıştır. Türkiye’de de bu bağlamda pek çok şifahane mevcuttur ve bunlardan biri olan Edirne’deki II. Bayezid Darüşşifası hâlihazırda restore edilmiş ve fiziki yapısı tekrar kültüre kazandırılarak bir müzeye dönüştürülmüştür. Bu çalışmada, henüz yeteri kadar bilinmeyen Darüşşifa’daki müzikle tedavi uygulamaları, Türkiye’nin sağlık sektörü ve sağlık turizmi konsepti için “Türk Wellness Felsefesi” oluşturmak bağlamında Edirne’deki II. Bayezid Darüşşifası örneği üzerinden ele alınmaya çalışılmış ve bu uygulamaların tartışmaya açılması planlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Sağlık turizmi, Darüşşifa, Wellness, Müzikle Tedavi, Edirne, Türkiye*

GİRİŞ

Türk-İslam Medeniyetinde vakıf geleneği içinde kurulan Şifahaneler, günümüzde ABD’deki “*Wellness Center*” konsepti ile benzer özellikler göstermektedir. ABD, geliştirmiş olduğu *Wellness* sağlık anlayışı ile yeni bir yaşam tarzı oluşturmuş ve her kıtada farklı algılansa da birçok kültürün binlerce yıldan beri geliştirdiği sağlıklı yaşam felsefelerinin yayılmasını mümkün kılmıştır; örneğin “Geleneksel Çin Tıbbı” ya da “*Ayurveda* (yaşam bilgisi)” gibi. Bu iki örnek birer bütüncül yaşam tarzı şeklinde algılanmaktadır. Başka kültürlerden ise tek tek unsurlar, örneğin Havai masajı, Thai masajı ya da sıcak taş masajı gibi öğeler de dünyanın başka bölgelerinde sağlıklı yaşam amaçlı uygulanmaktadır. Bu bağlamda, yerel olan birçok terapinin ya da uygulamanın zamanla küreselleştikinden bahsetmek mümkündür (Ergüven, 2014).

Bu süreçte, Türkiye’nin üzerinde bulunduğu coğrafyanın *Wellness* akımına neler katmakta olduğu ya da katabileceği üzerine düşünmek gerekmektedir. Sağlık turizmi, Sağlık Bakanlığı tarafından hâlihazırda üç ana bölüme ayrılmaktadır: (1) Medikal Turizm, (2) Termal Turizm ve (3) Geriatri ve Engelli Turizmi. Şifahaneler de sağlık turizminin termal

¹Darüşşifa, kelimenin aslı olmakla birlikte dilimizde yaygın olarak “şifahane” şeklinde bir kullanıma sahiptir. Yazar, şifahane kelimesinin daha anlaşılır olmasından, olumlu mesajlar çağrıştırmasından ve günümüze uyarlama düşüncesinden dolayı darüşşifa yerine şifahane sözcüğünün kullanılmasını önermektedir.

turizm başlığı altında yer almaktadır. Sağlık turizminin içeriğinin geliştirilmesine katkıda bulunmak ve Türk sağlık anlayışını tekrar keşfetmek ve canlandırmak açısından şifahaneler, özellikle şekillenmekte olan sağlık turizm ürünü için başarılı bir örnek teşkil edebilir. Dünya'daki diğer sağlık turizm felsefesi örneklerine bakıldığında şifahanenin bir Türk *wellness* felsefesi oluşturmak için ülkemize hazır ancak atılabilir bir kaynak sunduğu düşünülmektedir.

Pazardaki birçok turizm ürün ve destinasyonlarının giderek birbirine benzediği bir dönemde farkındalık oluşturmak yani özgünlüğe sahip olmak ve özgünlüğe vurgu yapmak, sürdürülebilirlik açısından giderek önem arz etmektedir. Bu bağlamda genelde sağlık turizmini, özelde ise SPA-Wellness turizmini bir özel ilgi turizmi olarak kabul etmek ve ona göre şekillendirerek pazara sunmak uygun olacaktır. Bu süreçte, yaşanan bir felsefenin, en az bir tesisin *hardware* denilen bina, donanım, mefruşat ve teknolojik alt yapısı kadar ya da daha fazla önemli olduğunu ve misafirlerin kararlarında önemli bir etkene dönüştüğünü dikkate almak gerekmektedir. Bu bağlamda GÇT ya da Ayurveda, yerinde yaşanan birer yaşam felsefesi ya da daha çok alternatif veya tamamlayıcı tıp şeklinde anlaşılmalıdır.

Bu çalışmada öncelikle darüşşifa kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra Edirne'deki II. Bayezid Darüşşifası tanıtılarak bu Darüşşifa'da uygulanan müzikle tedavi yöntemi ele alınmış, sonuç ve öneriler sunulmuştur.

PROBLEM

Sağlık için seyahatlerin giderek arttığı günümüzde, ulaşım imkânları kolaylaşmaktadır. Sağlık sektöründe insan kaynaklarının uluslararası beklentilere cevap verecek şekilde eğitim alması, bu gelişmeye olumlu katkılarda bulunmaktadır. Diğer taraftan birçok turizm destinasyonu sağlıklı yaşama yönelik hizmetler sunarak imaj tazelemekte ve yeni hedef kitlelerine ulaşmaya çalışmaktadır. Yetmiş milyar Amerikan doları gelir sağlayan sağlık turizmi, bu gayretleri doğrulamaktadır. Türkiye de turizmi çeşitlendirmek ve turizmden elde edilen geliri artırmak amacıyla sağlık turizmi alanında çalışmalara başlayarak payını artırmayı hedeflemektedir. 2011'de 156 bin olan sağlık turisti sayısının 2015 sonuna kadar 500 bin olması beklenmekte ve sağlık turizminden elde edilen gelirin yaklaşık 7 milyar dolara ulaşması hedeflenmektedir. Bunun için ise öncelikle daha iyi bir tanıtım ve rekabet ortamının geliştirilmesinin gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Çoşan, 2014). Bu çalışmaları destekleyici bir diğer çalışma da sağlık turizminin bir alt dalı olan termal turizmde, yatak kapasitesinin 2020 yılında bir milyona çıkarılmasının planlanmasıdır. Bu örnekler daha da çoğaltılabilmekle birlikte bu bağlamda yazar, uluslararası standartlarda bir sağlık turizmi altyapısı oluşturulurken, Anadolu coğrafyasının özellikle son bin yıllık Türk-İslam geleneğinden beslenen Darüşşifa konseptinin daha iyi bir tanıtım ve rekabet ortamının geliştirilmesi yanında markalaşma sürecinde önemli bir etken olarak yeniden değerlendirilebileceğini düşünmektedir. Çünkü sağlık turistleri bir taraftan uluslararası

standartlara sahip fiziki altyapı ararken diğer taraftan özgün ve köklü bir sağlık kültürünü de yaşamak istemektedir.

Bu çalışmada, sağlık turizminde destinasyonlar arasındaki rekabetin kızıştığı günümüzde, bin yıllık geçmişi olan darüşşifalar ve darüşşifalarda uygulanan müzikle tedavi yönteminin yeterince tanıtılmamış olması bir problem olarak ele alınmıştır.

ÇALIŞMANIN AMACI

Turizmin geleceği ya da geleceğin turizmne bakıldığında ya da turizmde yeni trendler tartışıldığında zıtlıkların, yani çok modern ve çok otantik gibi beklentilerin öne çıktığı gözlemlenmektedir. Hâlihazırda atıl durumda olan, ancak yüzyıllar önce GÇT veya Ayurveda gibi başarısını kanıtlamış ama unutulmuş sağlıklı yaşam konseptlerine bakıldığında, Türk-İslam geleneğinden beslenen Şifahane konseptinin modern dünya insanının arayış içinde olduğu sağlıklı yaşam sorularına cevap verebilecek bir olgunluğa sahip olduğu görülmektedir. Darüşşifalar, külliye konseptinin bir parçası olarak düşünülmüş birer sosyal yaşam merkezleridir. Yazar, bir on yılı aşkın süredir çalıştığı “wellness” temasına Türkiye coğrafyasının sunduğu değerleri, farklı alandaki uzmanlarla birlikte çalışarak özgün bir Türk sağlık felsefesi oluşturmayı amaçlamaktadır.

ÇALIŞMANIN KAPSAMI

Çalışmanın, bir yandan Türk sağlık turizmne katkıda bulunması düşünülürken bir yandan da yazarın çalıştığı üniversitenin Trakya’da bulunmasından dolayı Edirne’deki II. Bayezid Darüşşifası’nın araştırılması, tanıtılması ve yeniden değerlendirilmesinin sağlanması açısından kurumsal sosyal sorumluluk çalışması olacağı da söylenebilir. Bu bağlamda şifahanelere genel anlamda değinilmekle birlikte, Edirne’de bulunan II. Bayezid Darüşşifası bu çalışmanın objesini oluşturmaktadır.

ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Farklı zamanlarda ve üç kez yerinde yapılan ziyaretle II. Bayezid Darüşşifası mimari, peyzaj ve uygulama alanları açısından yakından incelenmiş; mekandaki bilgilendirme levhaları, broşürler vb. dokümanlardan başlanarak literatür taraması gerçekleştirilmiş ve özellikle Enver Şengül’ün (2008) *Kültür Tarihi İçinde Müzikle Tedavi ve Edirne Sultan II. Bayezid Darüşşifası* eserinden yararlanılmış ve RatipKazancıgil’in (1994) *Edirne’nin İlk Tıp Fakültesi: Sultan II. Bayezid Külliyesi* çalışmaları yol gösterici olarak değerlendirilmiştir. Halihazırdaki çalışma ikincil literatürden hareketle hazırlanmıştır, ampirik çalışmaların da alınacak geri bildirimler ve eleştirilerle geliştirilerek ileriki aşamalarda yapılması düşünülmektedir.

DARÜŞŞİFALAR

Türk-İslam Medeniyetinde, özellikle de Selçuklu ve Osmanlılarda, vakıf geleneği içinde kurulan, hastaların kim olduklarına bakılmaksızın ve hiçbir karşılık beklemeden tedavi edildikleri, aynı zamanda uygulamaya ve gözleme dayanan sağlık bilimleri eğitiminin verildiği kurumlara “Darüşşifa” adı verilmiştir. Arapça kökenli olan “dar” (kapı, ev, yer,

mahal) ile “şifa” (tedavi, iyileşme) kelimelerinden türemiş olup “şifa kapısı” veya “şifa evi” anlamındadır ve dilimizde “şifahane” şeklinde yaygın bir kullanıma sahiptir.

Amasya Darüşşifası örneğinde olduğu gibi bazı kaynaklarda Darüşşifa yerine „Bimarhâne“ şeklinde kullanıldığına da rastlanmaktadır. Sözcük kökeni olarak incelendiğinde, bimarhanenin “bimaristan” olarak da kullanıldığı ve *bimar*(hasta) sözcüğü ile yer adı yapmakta kullanılan *-istan* ekinin bileşiminden türetilmiş Farsça bir isim olduğu görülmektedir. Halk arasında daha çok "tımarchane" anlamında kullanılan ve bu sözcükten bozulmuş *maristan* adının kullanımı da yaygındır. Orta Asya Müslümanları bimaristanyerine *darülmurza*; Selçuklular *darülafiye vedarüşşifa*; Osmanlılar isedarüşşifa ile birlikte *darüssihha, şifahane, bimarhane* ve *tımarchanes* sözcüklerini kullanmışlardır (Kemaloğlu, 2014).

Darüşşifaların ilk örnekleri, Türk hükümdarları tarafından Suriye ve Mısır’da inşa ettirilmiştir. Darüşşifalara Anadolu coğrafyasında ise 17. yüzyıldan itibaren rastlanmaktadır.

Osmanlı döneminde darüşşifalar vakıf şeklinde düzenlemiş ve padişah ailesinin üyeleri, dönemin yöneticileri ya da ileri gelenleri tarafından inşa ettirilmiştir. Sürdürülebilir bir hizmet sunulması için de birçok mal ve başka gelir kaynaklarının vakfedildiği görülmektedir. Darüşşifalar, dönemin emin ve güven verici kalifiye kadrolarına sahip kuruluşları olarak karşımıza çıkmaktadır (Kemaloğlu, 2014).

Darüşşifaların vakıfnameleri İslam hukuku esaslarına göre düzenlenmiş, kuruluş amaçları, gelir kaynakları, kuruluştaki çalışacak hekim ve diğer görevliler, çalışma şekilleri, gelirlerin dağıtılması, denetlenmesi ve kuruluşun yönetimi gibi konular en ince ayrıntılarına kadar belirlenmişti. Bu kurumların birçoğu tedavi hizmeti sunarken, yapılan ek binalarda tıp eğitimi veren kurumlarda (medresetü’l etibba) mevcuttu. Osmanlı döneminde, bilinen dokuz Darüşşifa (Bknz. Tablo 1) bulunmaktadır.

Tablo 1: Osmanlı Darüşşifaları (Yapım Tarihlerine Göre)

Bulunduğu İl	Yaptıran ¹⁰	Yapım Tarihi
Bursa	Yıldırım Bayezid Darüşşifası	1399/1400
İstanbul	Fatih Sultan Mehmet Darüşşifası	1470
Edirne	Sultan II. Bayezid Darüşşifası	1484-1488
İstanbul	Haseki Hürrem Sultan Darüşşifası	1550
İstanbul	Süleymaniye Darüşşifası	1553-1559
Manisa	Hafsa Sultan Darüşşifası	1539
İstanbul	Atik Valide Darüşşifası	1582
İstanbul ¹¹	Nurbanu Valide Sultan Darüşşifası	1583
İstanbul	Sultan II. Ahmet Darüşşifası	1609-1617

Kaynak: Şengül, 2008, s. 125.

¹⁰Osmanlı döneminde Darüşşifalar yaptıranın adıyla anılmaktaydı.

¹¹Üsküdar

İleriki satırlarda bahsedileceği üzere, zamanına göre ileri bir tedavi konsepti sunan darüşşifalar kokuları, suyu ve müziği bir bütün halinde birer tedavi enstrümanı olarak sunmuşlardır. Bu bağlamda Türk wellness felsefesinin oluşturulmasında önemli bir unsur olarak karşımıza çıkan müzikle tedavi bu çalışma için belirleyici bir etken olduğundan, Tablo 2’de Türk-İslam Medeniyetinde müzikle tedavinin kullanıldığı darüşşifalar da sıralanmıştır.

Tablo 2: Türk-İslam Medeniyetinde Müzikle Tedavinin Kullanıldığı Darüşşifalar(Yapım Yılına Göre)

Bulunduğu İl	Adı	Yapım Tarihi
Şam	Nureddin Zengi Darüşşifası	1154
Kayseri	Gevher Nesibe Darüşşifası	1205-1206
Sivas	Divriği Darüşşifası	1228-1229
Amasya	Amasya Darüşşifası	1308-1309
İstanbul	Fatih Sultan Mehmet Darüşşifası	1470
İstanbul	Enderun Hastanesi	1478
Edirne	II. Bayezid Tıp Medresesi ve Darüşşifası	1488
İstanbul	Süleymaniye Tıp Medresesi ve Darüşşifası	1557

Kaynak: Şengül, 2008.

II. Bayezid Darüşşifası

1488 yılında Tunca nehrinin kenarında yeşil bir alana II. Bayezid tarafından mimar Hayreddin'e (Şengül, 2008) inşa ettirilen II. Bayezid Külliyesi, o dönemde bir taraftan mimarisi ile diğer taraftan sağlık, sosyal, kültür, eğitim ve dini kurumlardan biri olması ile öne çıkmakta ve şu bölümlerden oluşmaktaydı: “1. Camii, 2. Darüşşifa (Hastane), 3. Medrese, 4. Tabhane (misafirhane), 5. İmaret (mutfak, aşevi, kiler), 6. Çifte Hamam, 7. Değirmen, 8. Köprü, 9. Su Dolabı, 10. Mehterhane, 11.Sıbyan Mektebi. Bu birimlerden çifte hamam, değirmen, su dolabı, mehterhane ve sıbyan mektebi yıkılarak yok olmuştur. Bunlardan çifte hamam, değirmen ve su dolabının yerleribilinmekle birlikte, mehterhane ve sıbyan mektebinin nerede olduğu hakkında günümüze bir bilgi ve belge ulaşmamıştır” (Şengül, 2008, s. 94). Trakya Üniversitesi, Vakıflar Genel Müdürlüğü’nden 1984 yılında devraldığı bu bölümlere sahip çıkarak Darüşşifa kısmını Sağlık Müzesi’ne dönüştürmüş ve 23 Nisan 1997 tarihinde açılışını gerçekleştirmiştir.

Önceki yıllarda yapılan Osmanlı külliyelerinde ağırlığın daha çok cami yapısına verilmiş olmasına rağmen, bu külliye de ağırlık merkezini darüşşifa (hastane) ile onun bitişiğinde yer alan ve Evliya Çelebi'ye göre tıp tahsiline ayrılmış olan medresenin oluşturduğu görülmektedir.Terzioğlu'na(1998) göre hastanenin, Selçuklu ve diğer Osmanlı hastanelerinin medreseleri andıran dört eyvanlı ve çift eksenli plan şemalarından farklı şekilde ve ilk defa hastane fonksiyonlarına ve merkezi sisteme önem verilerek planlanmış olduğu görülmektedir. Bu külliye deki “hastane; ortadaki büyük, diğer on ikisi küçük olmak üzere on üç kubbe ile örtülü altı köşeli ana bina, hemen onun yanındaki küçük iç avlu etrafında gruplanmış, muhtemelen poliklinik ve idare binası olarak kullanılan kısım

büyük avlu etrafına sıralanmış saldırgan akıl hastalarına mahsus altı odadan oluşan tımarhane bölümü, mutfak ve çamaşırhaneden oluşmaktadır. Bu son bölümde ayrıca yandaki tıp medresesine geçişi sağlayan ve içinde helaların da bulunduğu bir kısım yer alır”(Terzioğlu, 1998, s. 163-178).

Edirne II. Bayezid Darüşşifası'nın medrese kısmı 1488 yılında hizmete girerek “Altmışlık Medrese” unvanıyla tıp eğitimi vermeye başlamıştır. Kurulduğu yıllarda medrese 18 öğrenciye eğitim veriyordu. Eğitim veren hocalar 60 akçe ücret alıyor, öğrencilerin tüm ihtiyaçları karşılandıktan sonra 2’şer akçe burs ödeniyordu. Şifahanede görev yapan doktorlar ise 30 akçe ücret alıyorlardı (Karamanlıoğlu, Kazancıgil, Karlıkaya, Gökçe, Şengül, Bilar, 2012,s. 8).

Darüşşifa, o dönemde orayı ziyaret eden Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde şu şekilde yer almaktadır:

“Külliyenin içinde Medresetü’lEtibba ve odalarında talebeler vardır ki, her biri sanki Eflatun, Bukrat, Sokrat,Feylosof,Restatalis, Calinus, Fisagores-i Tevhidi gibi Aristo akıllı uzman hekimleri ve usta cerrahları vardır. Hadis: “İlim ikidir. Birincisi beden ilmi, ikincisi din ilmi” uyarınca her biri tıp ilminde muteber insanların derdine çare bulmak için ilaç yaparlar ve tedavi uygularlar. Orada bir dar-ı şifa vardır ki diller ile anlatılmaz ve kalemler ile yazılmaz, ama elimizden geldiği kadar özelliklerini anlatalım”(Kahraman ve Dağlı, 2010, s. 608).

Darüşşifanın inşasında hem dış hem de iç mimariye dikkat edilmiştir. Bunları ve bu mekânlarda sunulan hizmetlerle darüşşifayı net bir şekilde sağlık merkezi yapan özellikleri Evliya Çelebi,Seyahatnamesi’nde şöyle betimlemektedir:

“[...] Bu odaların her birinde ikişer pencere vardır. Bir penceresi odanın dışında olan ağaçlıklı, gülistan ve sümbülistanlı olan baharistan bağlarına bakmaktadır. Bir penceresi büyük kubbenin ortasındaki onan on büyük havuzun fiske ve şadırvana bakmaktadır. [...] Bazı odalarda hastaların tabiatlerine uygun kış günlerinde ateşler yakıp kuştüyü döşekler, seraser yorganlar ve ipekli yastıklara hastalar dayanıp inleyip sızlarlar“ (Kahraman ve Dağlı, 2010, s.608).

Bahar mevsiminde çiçek kısmından sim ü zerrin, nebati, deveboynu, müşk-i rumi, yasemen, gül-i nesrin, şebboy, karanfil, reyhan, lale, menekşe, erguvan, şakayık, nergis, sümbül, buhur-ı Meryem ve zaafran gibi çiçekleri hastalara verip güzel kokulardan şifa bulurlar.

[...] Her gece ve gündüz üçer kere hem divanelere ve hem hastalara Keykavus mutfağından her hastasının derdine göre nefis yemeklerden keklik, turaç, süglün, güvercin, üğeyik, kaz, ördek ve bülbüle varıncaya kadar bütün kuşları avcılar mütevelliyeye getirip hekimler istekleri ve arzuları üzere pişirtip hastalara verirler.

Ve haftada iki gün macun işliği açık olur. Edirne şehrinde ne kadar hastalık sahibi kimse var ise darüşşifaya gelip nice bin çeşit derman macunları dağıtılır (Kahraman ve Dağlı, 2010, s.610).

Darüşşifa ve Müzikle Tedavi

İnsanlar binlerce yıldır hastalıkları tedavi etmek için çareler aramışlardır. Hem neşe verici hem de teselli edici özelliğinden dolayı müzik, tedavi edici bir araç olarak görülmüştür (Şengül, 2008). Anadolu Selçukluları döneminde müzikle tedavi yöntemi kullanılmaya devam etmiş ve Osmanlı döneminde bu yöntem daha da geliştirilmiştir. Müzikle tedavi aynı zamanda şifahanelerdeki mimariye de yansımıştır. Örneğin II. Bayezid Darüşşifası'ndaki yataklı tedavi bölümü olarak adlandırılan “şifahane” bölümünün akustığı mükemmeldir. Bu bölüm, merkezi bir şekilde planlanmıştır ve en hâkim kısmında bir musiki sahnesi bulunmaktadır.

Müziğin tedavi edici etkisi düşünülürken aynı zamanda “su sesi” de bir terapi ögesi olarak göz ardı edilmemiş ve bu bağlamda şifahanenin tam ortasına ve ana kubbenin altına fiskiyeli bir de havuz yerleştirilmiştir (Terzioğlu, 1998). Bu havuzun amacının tedaviye yönelik huzur ortamı yaratmak olduğu belirtilmektedir (Şengül, 2008, s. 141). Akustığın mükemmel olduğu şifahane bölümünde, müzik ve su sesi ve görüntüsüyle hastaların iyileşme sürecine katkıda bulunulduğu düşünülebilir.

Müzikle tedavinin detaylarını Osmanlı şair hekimlerinden Şuuri Hasan Efendi'nin (vefatı 1639) “T'adil-ülEmzice” adlı eserinde bulmak mümkündür. Şuuri Hasan Efendi, 11 farklı musiki makamının hastalıklarla olan ilgisini belirtmiş ve örneğin İsfahan makamının zihni açıcı, zekâyı artırıcı, anıları tazeleyici etkilerinin olduğunu vurgulamıştır.

Evliya Çelebi, Seyahatnamesi'nde II. Bayezid Darüşşifası'nda müzikle tedaviye değinmiş ve aşağıdaki notları düşmüştür.

“[...] Zira eski hekimlerin görüşlerine göre güzel yüz, akarsu, güzel ses, saz ve söz insanın içini açıp gam pasından arındırarak parlatır.

[...] hayrat sahibi Bayezid Han, hastalara şifa, dertlilere deva, divanelerin ruhuna gıda olması ve sevdâyı def etmesi için on adet hanende (okuyucu) ve sazendelerden (çalgıcı) Gulam Şadi gibi üç hanende, bir neyzen, bir kemani, bir musikari, bir santuri, bir çengi ve santuri ve bir udi tayin etmiş ki, haftada üç kere gelip bu on adet hanende ve sazende üstadları hastalara ve deli biraderlere fasıl çalarlar. Hala bu çalıcılar devam etmektedir

[...] Hayy ve Kadir olan Allah'ın emriyle nicesi sazlar sesinden hoş hal olurlar.

Gerçekten de musiki ilminde rast, neva, düğah, segah, çargah ve suznak makamlardır ama zengüle makamı ile buselik makamından rast karar olursa insana hayat verir. Bütün makamlarda ve sazda ruha gıda vardır. Kös-i hakani, tabl baz ve davul sesi ise heybetli sesi olup divaneler bile dinleyip rahatlarlar” (Kahraman ve Dağlı, 2010, s. 609-610).

Günümüzde Sağlık Müzesi olarak kullanılan bu Darüşşifa, dönemin hastane ortamı şeklinde canlandırılmış olup yine tedavide kullanıldığı bilinen musiki makamları, fon müziği olarak sürekli çalmaktadır. Şengül'e göre, müzeye gelen ziyaretçiler üzerinde müze görevlilerince 2007 yılı Mayıs ayı içinde yapılan bir araştırma sırasında, ziyaretçiler Darüşşifa içinde dinledikleri müziğin kendilerini ruhsal olarak rahatlattığını ifade etmişlerdir. 100 ziyaretçiye yüz yüze görüşme uygulanmış ve dinletilen bu müzikten

etkilenip etkilenmedikleri sorulmuş; 92 kişi, bu ortamda müzik dinlemenin kendilerini olağanüstü şekilde rahatlattığını ifade etmiştir. Ayrıca ziyaret amacıyla, Uzunköprü Rehabilitasyon Merkezi'nden müzeye iki kez getirilen zihinsel engelli kişilerin de Darüşşifa'da çalınan müzikten çok etkilendikleri ve mekândan kolay kolay çıkmadıkları gözlemlenmiştir (Şengül, 2008).

Kazancıgil de Evliya Çelebi'nin görüşlerini dikkate almakta ve insan ruhunun, kendi yapısına uygun düşen güzel ses, güzel koku ve güzel renk karşısında rahatladığını, haz duyduğunu, beslenip gelişerek huzura kavuştuğunu vurgulamaktadır (Kazancıgil, 1994, s. 473).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Giderek yaygınlaşan ve hızlı bir değişim yaşayan sağlık anlayışından dolayı Kuzey Amerika'da *Wellness Center*'ların sayısı giderek artmaktadır. Bu gelişmeler ışığında, Akupunktur, Ayurveda vb. eğitimleri alan Kuzey Amerikalı ya da Kuzey Avrupalı doktorlar, modern tıp ile alternatif tıbbi birleştirme yoluna gitmektedirler. Kısa bir süre öncesine kadar “alternatif tıp” olarak görülen tedavi yöntemleri artık “tamamlayıcı tıp” şeklinde adlandırılmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri de modern tıbbın bir tamircilik felsefesinden yola çıkması, tamamlayıcı tıbbın ise birey ve çevre (ekolojik ve sosyal olmak üzere) ile bütüncül bir sağlık anlayışını benimsemesidir. Bu bağlamda Şifahane'deki uygulamalar alanın uzmanları tarafından ele alınarak araştırılıp kısa bir zamanda tekrar değerlendirilebilir. Disiplinlerarası çalışmalarla şifahane konsepti, genelde turizm, özelde ise sağlık turizmi için Türkiye turizm markası ve imajı için önemli bir etkene dönüştürülebilir.

Yukarıda sayılan ve daha birçok başka ögeyi değerlendirerek, geliştirerek ve zamana uyarlayarak Türkiye'ye özgün bir *wellness* felsefesi oluşturabilir ve böylece sağlık turizminde sürdürülebilir bir şekilde pazarda kalmanın yolu açılabilir. *Wellness*'in doğduğu Kuzey Amerika belki de Anadolu coğrafyasından da bir şeyler alabilir. Bu bağlamda daha fazla çalışma yapılarak bunların uluslararası alanyazında yer alması sağlanabilir, böylece şifahane konsepti ve uygulanan tedavi yöntemleri tanıtılabilir. Bu konudabaşarılı olunması, Türk kültüründe yer alan tedavi yöntemlerinin, öz değerlerindetaıyl bir şekilde araştırılıp iyi bir şekilde ortaya çıkarılmasına, iyi bir şekilde tanıtılmasına ve pazarlanmasına bağlıdır.

Bir sağlık turizm destinasyonu olmayı hedefleyen Türkiye, bu bağlamda Şifahane'yi yeniden ele alarak günümüze uyarlayabilir. Bu, aynı zamanda Şifahane'nin yeniden doğuşu şeklinde kabul edilebilir. Şifahane(ler) hem bütüncül bir konsept olarak incelenebilir hem de şifahanenin her bir ögesi, örneğin mimari, müzik, beslenme vb. ayrı ayrı bir çalışma konusu olabilir.

Geçmişte başarısını ispat etmiş ve Anadolu coğrafyasının rengini, kokusunu, ritmini ve sesini taşıyan tedavi yöntemlerinin, alanlarının uzmanları tarafından tek tek ele alınıp derinlemesine araştırılarak tekrar yaşamamıza sokulması ile turizm destinasyonu Türkiye markasının altı doldurulurken bu coğrafyada yaşayan insanların da yaşam kalitelerini artırmaya yardımcı olacaktır.

Daha önce turizm alanyazınında yer almayan şifahanelerdeki tedavi yöntemlerinin günümüze uyarlanması ve değerlendirilmesinin, sağlık turizmine katkı sağlayacağı bir gerçektir. Şifahanelerde uygulanan bu tedavi yöntemlerinin tanıtılması ve alanyazına kazandırılması bağlamında, bu çalışma öncü sayılabilir. Gelecek çalışmalarda Anadolu'da bulunan diğer şifahaneler ve bu şifahanelerin uyguladıkları farklı tedavi yöntemlerinin araştırılması ve bunun uluslararası alanyazında paylaşılması yerinde olacaktır.

KAYNAKÇA

- Çoşan, B.(2014).Sağlık turizmi fırsatı kaçmasın. [URL: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/26975167.asp>] (Erişim 11 Ağustos 201).
- Ergüven, M. H. (2014).Wellness Center ve II. Bayezid Şifahanesi. [URL <http://www.turizm gazetesi.com/article.aspx?id=74522>, 08.08.2014] (Erişim 12 Ağustos 2014).
- Kahraman, S. A. ve Dağlı, Y. (2010): *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi: Konya, Kayseri, Antakya, Şam, Urfa, Maraş, Sivas, Gazze, Sofya, Edirne*. Hazırlayanlar: Seyit Ali Kahraman ve Yücel Dağlı, 3. Cilt, 2. Kitap, 2. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, 2353, Edebiyat 717.
- Karamanlioğlu, B.; Kazancıgil, R.; Karlıkaya, E.; Gökçe, N. Şengül, E.; Bilar, E. (2012): *Tıp Medresesi. Medresetü'l Etubba. Medical School*. Trakya Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Kazancıgil, R. (1994). Edirne'nin ilk tıp fakültesi. Sultan II. Bayezid Külliyesi. [URL: <http://www.balkanmedicaljournal.org/sayilar/53/buyuk/641.pdf>] (Erişim 11 Ağustos 2014).
- Kemaloğlu, M. (2014): XI.-XIII. Yüzyıl Türkiye Selçuklu Devletinde Dârüşşifalar, *Hikmet Yurdu, Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*,Cilt 7, Sayı 13, Ocak – Haziran 2014/1,s.289-301 .
- Şengül, E. (2008). Kültür Tarihi İçinde Müzikle tedavi ve Edirne Sultan II. Bayezid Darüşşifası.[URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MNI7NL57IAMJ:dspace.trakya.edu.tr/jspui/bitstream/1/779/1/ENVER%2520%25C5%259EENG%25C3%259CL.pdf+Enver+şengül+darüşşifa&cd=3&hl=de&ct=clnk&gl=tr>] (Erişim 11 Ağustos 2014).
- Terzioğlu, A. (1998).İslam Ansiklopedisi Bimarhane maddesi [URL <http://www.islamansiklopedisi.info/dia/pdf/c06/c060133.pdf>] (Erişim 01 Ağustos 2014).

MEDİKAL TURİZM PAZARINDA YAŞANAN ETİK PROBLEMLER VE BÖLGE PAZARINDA ORTAYA ÇIKANSORUNLAR (AKDENİZ BÖLGESİ ÖRNEĞİ)

Şevket YIRIK

*Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
sevketyirik@gmail.com*

Remziye EKİCİ

*Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
remziyeekici@akdeniz.edu.tr*

ÖZET

Sağlık turizminin insan hayatındaki önemi teknolojik gelişmelerin ışığında her geçen gün artmaktadır. İnsanların medikal turizm kapsamında yeni bir destinasyonu ziyaret etmesi ile ziyaretçiler çeşitli hukuksal, sosyolojik ve psikolojik problemler ile karşı karşıya kalmaktadır. Yaşanan olumsuzluklar medikal turizm sektöründeki hareketliliğe şüpheli bir bakış açısı, güven ortamını zedeleyici bir anlayış ve sağlık turizminin gelişiminde de engelleri beraberinde getirmektedir. Medikal turizmde yaşanan etik sorunlar pazarın, bölgenin ve kurumların imajlarını zedelemektedir. Nitel araştırma kapsamında Akdeniz Bölgesinde bulunan ve sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren üst düzey kurum temsilcileri ve Türkiye ve Dünya sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren STK temsilcileri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde elde edilen bulgulara yönelik N-VİVO analiz programı ile içerik analizi yapılmış ve araştırma modelleri incelendiğinde, hastaların tedavi uygulamaları bilgilendirilmesinde, yerel halkın sağlık turizmi imkânlarına erişimlerinde, ticari amaçlar ile gereksiz ve yanlış tedavi uygulamalarında, fiyatlandırma politikalarında, inanç konusunda hassas olan hastalara karşı mahremiyet konusunda ve devletin yasal düzenlemelerinde etik sorunlar yaşadıkları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler:*Medikal Turizm, Etik, Sağlık Turizmi, Turizm, Türkiye.*

GİRİŞ

Sağlık turizmi iki hizmet sektörü olan tıp ve turizmin arasındaki ortaklıkları kapsamakta ve niş bir pazar olarak ortaya çıkan medikal turizm, insanların kıtalararası hem sağlık hem de turizm amaçlı seyahat etmelerini sağlamaktadır (Bookman ve Bookman, 2007; Jones ve McCullough, 2007; Medhekar, 2013). Sağlık turizmi, yaşadığı yerde bulunmayan ya da yetersiz görülen sağlık hizmetlerini almak için başka bir yere gitmek ve oradaki doğal ya da doğal olmayan imkânlardan faydalanmak için belli bir süre destinasyonda bulunmak ve sonrasında geriye dönmektir" denilebilir (Bennett ve diğerleri, 2004; Cook, 2008; Sarwar ve diğerleri, 2012). Literatürde ise sağlık turizminin ülkelere ve bireylere faydalarına sıklıkla yer verilmesine rağmen, sağlık turizmi gelişiminin önündeki engeller yeterince araştırılmamıştır (Rollyson, 2010; Hopkins ve diğerleri, 2010). Öncelikle bir medikal turist, yeni bir destinasyona gitmesinden kaynaklanan psikolojik, fiziksel ya da zihinsel sıkıntılar yaşamaktadır (Lee, 2006). Bu olumsuzluklar medikal turizm sektöründeki hareketliliğe şüpheli bir bakış açısıyla yaklaşanların ortaya çıkabilecek daha karmaşık olumsuz tecrübelerle odaklanmasına sebep olmaktadır. Örneğin; başka bir ülkede organ naklinden kaynaklanabilecek etik sorunlar, hastanın güvenliği ile ilgili sorunlar hakkında

endişe duyulmaktadır (Hopkins ve diğerleri, 2010; Smith, 2012). Medikal turizmin karşılaşılabileceği sorunlar, bazı araştırmacılarca hastanın kendi ülkesi açısından ve destinasyon ülke için olarak gruplandırılırken (Freire, 2012; Hopkins ve diğerleri, 2010; Smith ve diğerleri, 2011; Boyd ve diğerleri, 2011), bazı araştırmacılarca maddeler halinde genel olarak incelenmiştir (Karuppan ve Karuppan, 2011.; Heung ve diğerleri, 2011; Chen ve diğerleri, 2012).

Bu çalışmanın ilk bölümünde medikal turizm kavramına ve medikal turizmde etik noktalarına değinilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde ise medikal turizmin sektörün gelişiminin önünde engel olarak görülen genel etik dışı uygulamalar ve etik problemlerin Akdeniz bölgesi pazarında yaratmış olduğu olumsuz sonuçlar içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde ise araştırma bulgularının sonuçlarına değinilmiş ve etik dışı uygulamalara yönelik çözüm önerileri geliştirilmiştir.

MEDİKAL TURİZM

Medikal turizm hem ulusal hem uluslararası düzeyde faaliyet gösteren ve yine hem ulusal hem de uluslararası değişimlerden etkilenen ve bu değişimleri etkileyen bir hizmet faaliyetidir (Turner, 2011b; Gray ve Polland, 2008; Crone, 2008; Hadi, 2009; Horowitz, Rosensweig ve Jones, 2007). Karuppan (2011) yaptığı araştırma sonucunu medikal turizmin potansiyel risklerini; operasyon sonrası bakım, kalma süresi ve kültürlerarası rekabet konusundaki endişeler olarak özetlemiştir. Heung ve diğerleri (2011) yürüttükleri çalışmada medikal turizmin karşılaşılabileceği başlıca sorunları devlet desteği, yanlış fiyatlar, kapasite ve etik olarak değerlendirmişlerdir. Araştırmacılar bu sorunların acilen çözülebilmesi için yeni destekleyici politikalar, sektörde yatırımı destekleyici devlet müdahaleleri ve hastane sektörü ile diğer tıbbi tesislerin arasında işbirliği girişimlerinin artırılması gibi önerilerde bulunmuşlardır. Muzaffar ve Hussain (2007) hastanın karşılaşılabileceği zorluklar, tedavi sonrası sürecin gereklilikleri gibi doktor, hasta, hastane yönetimi ve destinasyon ülkenin hukuki yapısı gibi birçok açıdan sorun yaratabilecek konulara dikkat çekmiştir. Diğer yandan, literatürde medikal turizmde karşılaşılabilecek sorunları yalnızca devlet desteği ya da hukuki açıdan (Sharma, 2013), medikal turistlerin eğitimi açısından (Reddy ve diğerleri, 2010), yerel halkın sağlık hizmetlerine erişimde eşitlik hakkı açısından (Smith ve diğerleri, 2011) değerlendirenler gibi bu sorunların her birine yer vermek yerine tek bir soruna odaklanan çalışmalarla da karşılaşmak mümkündür.

Medikal Turizmde Etik

Medikal turizm hem hasta gönderen hem de hasta tedavi eden iki ülke için etik sorumluluklar gerektiren bir hizmet faaliyetidir. Medikal turizmde etik, literatürde çoğu kez dile getirilmiş ve başlıca örneklerle incelenmiştir (Johnston ve diğerleri, 2012a). Tıp etiğinde kişiler için saygı, bilerek zarar vermeme, iyilik yapma ve adalet başlıca prensiplerdir (Jesus, 2010). Medikal turizmin diğer uygulama şekilleri için de bireysel ahlak, politik sorumluluk ve mesleki sorumluluk etik kavramının üç ayrı boyutudur.

Bireysel erdem, politik ve profesyonel sorumlulukların hepsini birlikte gözeten bir etik anlayışın medikal turizmde yer alması gerekliliği çalışmalarda vurgulanmıştır (Léon-Jordán ve diğerleri, 2010). Bunları birbirinden kesin bir çizgiyle ayırmak kolay değildir. Profesyonel sorumluluk boyutu doktorların ve işlemlerde yer alan profesyonel tıp ekibinin kontrolü altındadır. Bu sorumluluğun yerine getirilmesi de hem bireysel erdem hem de politik sorumlulukla yakından ilgilidir. Bir doktor medikal turizmde etik ilkelerini değerlendirirken ve bu çerçevede karar verirken hem kendi vicdani sorumlulukları hem de yasal çevre tarafından etkilenmektedir (Jesus, 2010; Leon-Jordan ve diğerleri, 2010). Etik problemler için çözüm ve önlem olarak ise üç yol önerilmektedir: (Einsiedel ve Adamson, 2012) tedaviyle ilgili olabildiğince fazla bilgi sağlamak, tedavinin sunulduğu ülkelerde düzenlemeleri geliştirmek ve konuya dair ulusal ve uluslararası yasal düzenlemeleri artırmaktır. Bahsedilen çözüm yollarında da görülebileceği üzere medikal turizmde etik kavramını tek bir başlık altında incelemek yetersiz olacaktır. Bu bölümde medikal turizm etiği, bilgilendirmede etik olma, hasta mahremiyeti konusunda etik olma, sağlık hizmetlerine erişimde eşitlik, etik kapsamında tedavi örnekleri, fiyatlandırmada etik olma, yasal düzenlemeler ve etik ve tedavide etik açıklanmıştır.

Bilgilendirmede Etik Olma

Tedavi ve uygulanacak tıbbi işlemlerde hastanın süreç başlamadan önce yapılacak araştırmanın ve işlemin doğası, amacı, süresi, kullanılacak yöntem, riskler, karşılaşılabilecek olası olumsuz sonuçlar ve tedavi sonrası ortaya çıkabilecek sağlık sorunları konusunda detaylı, eksiksiz ve doğru bir şekilde bilgilendirilmesi gerekmekte ve hasta kendi rızasıyla süreçte yer almayı kabul etmelidir (Doyal, 1997). Bilgilendirilme genel sağlık hizmetlerinde ve sağlıkla ilgili araştırmalarda olduğu gibi medikal turizmde de etkili iletişim kurmanın temel boyutlarından biri ve medikal turizmde etik konusunda önemli bir belirleyicidir (Penney ve diğerleri, 2011; Turner, 2011b). Hastaya doğru ve yeterli bilgilerin sunulması karar verme sürecinde ahlaki bir sorumluluk olarak medikal turizm etiğinde yerini almaktadır (Turner, 2011b).

Mahremiyet Konusunda Etik Olma

Bazen medikal turistlerin sadece mahremiyet kaygısıyla başka ülkelerde tedavi olduğu gözlemlenmektedir. Örneğin; uyuşturucu bağımlılığı, cinsiyet değiştirme, estetik operasyonu gibi tıbbi müdahaleler için başka bir ülkeye giden medikal turistler mahremiyet konusunda hassas olan gruplardır (Horowitz ve Rosensweig, 2007). Kişisel bilgilerin üçüncü parti veya kişilerle sağlık turistlerinin izni ve haberi olmadan paylaşılması etik değildir. Mahremiyet istemek sağlık turistlerinin en doğal haklarından biridir Ancak kişisel bilgilerin elektronik ortamlara kaydedilmesi bu durum için bir tehdit oluşturmaktadır (Al-Lamki, 2011).

Sağlık Hizmetlerine Erişimde Eşitlik

Medikal turizm sonucu oluşabilecek etik sorunlardan birisi de hem destinasyon ülkede hem de ikamet edilen ülkede kamusal tıbbi hizmette ortaya çıkabilecek olumsuz etkilerdir (Snyder ve diğerleri, 2012). Olumsuz etkilere yönelik sağlık sistemi düzenlemelerinde yerli ve yabancı hastaların ayrı ayrı ve ortak hakları gözetilen maddelere yer verilmesi gerekliliği etik bir davranıştır. Destinasyon ülkede yaşayan yerli halk ve sağlık turistlerinin sağlık hizmetlerine erişimde eşit hak ve özgürlüklere sahip olması da etik olarak gerekli görülmektedir (Al-Lamki, 2011). Sağlık hizmetlerine erişimde eşitsizliklerin yaşanması medikal turizmin bir sonucu olarak etik bir problem teşkil etmektedir (Snyder ve Crooks, 2012; Smith, 2012). Tıbbi kaynakların eşit olarak dağıtılmaması, hem sağlık hizmet kalitesinin hem de tıbbi hizmet çeşidinin ülke içinde yer alan gruplar arasında eşit olarak dağılmasını güçleştireceğinden, bir grubun istenilen hizmeti arzu ettiği kalitede almasına diğer bir grubun ise mağdur olmasına sebep olmaktadır (Whittaker ve diğerleri, 2010).

Fiyatlandırma ve Etik

Medikal turizmin bir diğer etik problemi ise fiyatlandırma ve ödeme gücüyle ilgilidir. Medikal turizmde sunulan tıbbi hizmetlerde fiyatların farklılığı (Herrick, 2007), araştırmacıları bu fiyat farklılıklarının arkasındaki faktörleri araştırmaya yönlendirmektedir. Ülkelerinde birtakım zorluklarla karşılaşmamak için ya da bu zorluklarla karşılaştıktan sonra başka bir bölgeye kısırlık tedavisi için giden insanların birincil teşviki fiyatlandırma değil, bu zorlukların itici gücüdür. Fakat bu durumda da gidilen ülkede bekleme sıralarının, uygulanan tedavi şeklinin ödenen miktara göre ya da sosyo ekonomik statüye göre ayarlanıp ayarlanmaması etik bir sorundur (Pennings, 2004).

Yasal Düzenlemeler ve Etik

Medikal turizmi ilgilendiren yasal düzenlemelerin etik olması ulusal ve uluslararası olmak üzere iki ayrı boyutta olmalarını gerektirir (Whittaker, 2010). Ulusal ya da uluslararası yasal müdahaleler için önemli ortak faktörler vardır. Bu yasal müdahaleleri Crozier ve diğerleri (2010) altı farklı açıdan değerlendirmiştir (Akt. Whittaker, 2010). Kaynakların eşit dağıtımı, sağlık hizmeti kalitesinin tanıtımı, sağlık hizmetine erişimin kontrollü ve iyi olması, hassasiyetlerin azaltılması, bireysel karar verme yetkisinin garanti edilmesi, farklı devletlerin ahlaki değerlerine tolerans gösterilmesi yasal müdahalelerde dikkat edilen faktörlerdir. Medikal turizmin etik bir çerçevede gerçekleştirilmesi yasalarla desteklenirken yerli ve yabancı hastalara eşit önem verilmesi yasal düzenlemelerde etik olmanın bir ön şartı olarak gösterilebilir.

Tedavide Etik

Lunt ve diğerleri (2011) tedavide etik olma konusunda dört önemli boyuta dikkat çekmiştir. Bu boyutlar: gerekli bilgiler verildikten sonra kişinin kendi kararlarını verme hakkına saygı duymak anlamına gelen otonomi; olası riskleri azaltırken tedaviden edinilebilecek faydayı gözeterek bilinçli olarak zarar vermeme; tedavide risk fayda

denmesini dikkate alma; aynı durumdaki hastaların aynı koşullarda tedavi edilmesi ve fayda, risk, fiyat dağılımına dikkat etme anlamına gelen eşitlikler (Lunt ve diğerleri, 2011; Lunt ve Manion, 2014).

YÖNTEM

Çalışmada medikal turizmde ortaya çıkan etik problemlerin ve yaratmış olduğu olumsuzlukların anlaşılması ve çözüm önerilerinin getirilmesi amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Değerlendirmeler ve okumalar neticesinde "Medikal turizm kapsamında karşılaşılan genel etik sorunlar" ve "Akdeniz Bölgesinde etik sorunlardan dolayı yaşanan olumsuzluklar" üst boyutları oluşturulmuştur. Bölgedeki kamu ve özel sektör sağlık kuruluşlarının ve STK temsilcileri ve yöneticilerinden elde edilen veriler NVivo 8 nitel veri analizi programı kullanılarak tümevarımsal analiz tekniği aracılığıyla yorumlanmıştır. Bu çalışmada elde edilen verilerle, bir teoriyi doğrulama ya da test etmeden ziyade uzman tecrübelerini içeren görüşmeler incelenerek medikal turizmde yaşanan etik problemlere ilişkin yeni bakış açıları geliştirilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini Akdeniz Bölgesinde bulunan sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren üst düzey kurum temsilcileri ve Türkiye ve Dünya sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren STK temsilcileri oluşturmaktadır. Yarı yapılandırılmış mülakat soruları araştırma evreninde bulunan ve kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen 25 temsilciyle Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın (BAKA) düzenlediği "Batı Akdeniz Sağlık Turizmi" çalıştay ortamında yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

Görüşme Formu

Araştırmada, sağlık turizmi sektör temsilcilerine yönelik olarak, 2 bölümden oluşan yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formunun birinci bölümünde katılımcılara ilişkin demografik bilgiler, ikinci bölümünde ise uzman görüşüyle hazırlanan yarı yapılandırılmış mülakat soruları yer almaktadır. Çalıştay programı katılımcılarının verdikleri cevaplar hem yazılı hem de ses kaydı olarak kayıt altına alınmıştır. Araştırmada yer alan sorular aşağıda belirtilmiştir.

Soru 1: Medikal Turizm Kapsamında Karşılaşılan Genel Etik Sorunlar Nelerdir?

Soru 2: Bölgede Etik Sorunlardan Dolayı Yaşanan Olumsuzluklar Nelerdir?

Görüşme formunun geçerliliği için ise şu ölçütler dikkate alınmıştır:

- 1- Katılımcıların soruların tamamına cevap vermeleri sağlanmıştır.
- 2- Araştırma sonunda elde edilen veriler üst düzey yöneticilerle yüz yüze görüşülerek ayrıca çalıştay ortamında karşılıklı fikirler alınarak elde edilmiştir.
- 3- Katılımcıların ileri sürdükleri görüşlerin ve önerilerin ana temayı (medikal turizm alanında ortaya çıkan genel etik problemler ve bölge pazarındaki olumsuz sonuçları) açıklayıcı nitelikte olması göz önünde bulundurulmuştur.

Bu ölçütler araştırmanın iç geçerliliğini kanıtlamaya yönelik ölçütler olarak kabul edilmektedir. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamaya yönelik birincil ölçüt, görüşme formunun üç akademisyen (kapsam geçerliliği açısından) ve ifadelerin bir uzman görüşü ile teyit edilmesidir. Güvenirliğe yönelik bir diğer ölçüt ise yöneticilerin (birincil kaynaktan) görüşlerinin doğrudan aktarılmış olmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s. 264; Çankaya, 2011).

Tablo 1: Görüşülen İşletme ve Yöneticilerinin Tanımlanması

Tanım	Yaş	Sektör	Sağlık Tur Organizasyon	Meslek	İş Yeri Pozisyon	Çalıştığı Kurum	Cinsiyet
Uzman 1	41-50	Özel Sağlık	Kongre	Doktor	Danışman	Özel	Erkek
Uzman 2	31-40	Özel Sağlık	Fuar	Turizm	İş Yeri Sahibi	Agne Tours	Kadın
Uzman 3	31-40	Kamu Sağlık	Kongre	Uzman	Koordinatör	Burdur İl Sağlık Müd.	Kadın
Uzman 4	41-50	Kamu	Fuar	Uzman	Üst Yönetici	BAKA	Erkek
Uzman 5	31-40	Özel Sağlık	Fuar	Turizm	Sağlık Turizm Sorumlusu	Romoy Sağlık Tur. Acentesi	Erkek
Uzman 6	31-40	Kamu Sağlık	Fuar	Uzman	Sağlık Turizm Sorumlusu	Burdur İl Sağlık Müd.	Kadın
Uzman 7	51 ve üzeri	Özel Sağlık	Kongre	Doktor	Rektör Danışmanı	Özel Sağlık	Erkek
Uzman 8	31-40	Özel Sağlık	Fuar	Turizm	Alt Kademe Yönetici	Tıp Fakültesi	Kadın
Uzman 9	41-50	Kamu Sağlık	Çalıştay	Uzman	Şube Müdürü	Isparta İl Sağlık Müd.	Erkek
Uzman 10	31-40	STK	Fuar	Uzman	Alt Kademe Yönetici	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı	Erkek
Uzman 11	41-50	Özel Sağlık	Fuar	Turizm	İş Yeri Sahibi	TWC Turizm Acente	Erkek
Uzman 12	51 ve üzeri	STK	Fuar	İş Adamı	Üst Yönetici	K. Otelciler Birliği KOTEP	Erkek
Uzman 13	31-40	Kamu Sağlık	Fuar	Uzman	Sağlık Tur Koordinatör	Tıp Fakültesi	Kadın
Uzman 14	51 ve üzeri	Kamu Sağlık	Fuar	Doktor	Sağlık SGM Müdürü	Antalya SGK İl Müd.	Erkek
Uzman 15	30 ve altı	Özel Sağlık	Fuar	Turizm	Hukuk Danışmanı	Tıp Fakültesi	Kadın
Uzman 16	41-50	Kamu Sağlık	Fuar	Doktor	Üst Yönetici	Isparta İl Halk Sağlığı Müd.	Erkek
Uzman 17	31-40	STK	Çalıştay	Uzman	Alt Kademe Yönetici	Antalya Tanıtım Aş.	Kadın
Uzman 18	31-40	Kamu Sağlık	Çalıştay	Uzman	İstatistik Uzmanı	Isparta İl Sağlık Müd.	Erkek
Uzman 19	41-50	Özel Sağlık	Fuar	İş Adamı	Üst Yönetici	Dünya Sağlık Turizm Konsey Bşk.	Erkek
Uzman 20	31-40	STK	Çalıştay	Uzman	Alt Kademe Yönetici	Antalya Ticaret Odası ATSO	Kadın

Uzman 21	51 ve üzeri	Özel Sağlık	Kongre	Doktor	Üst Yönetici	Sağlık Tur 22 Daire Başkanı	Erkek
Uzman 22	51 ve üzeri	STK	Fuar	İş Adamı	Üst Yönetici	Antalya Sağlık Tur. Derneği	Erkek
Uzman 23	31-40	Kamu	Çalıştay	Öğretim Görevlisi	Alt Kademe Yönetici	M.A. Üniversitesi	Kadın
Uzman 24	51 ve üzeri	STK	Fuar	Sigorta	Üst Yönetici	Antalya Sigortacılar Derneği	Erkek
Uzman 25	31-40	STK	Fuar	Uzman	Çalışan	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı	Erkek

Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcıların 9’u kadın, 16’sı erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların tamamı özel ve kamu alanında sağlık ve turizm sektöründe faaliyet gösteren kurum temsilcileridir. BAKA ve Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinin ev sahipliği yaptığı çalıştay programına katılanların ve görüşleri yüz yüze alınanların tamamının isimleri ve kurumları belirtilmiştir. Katılımcılar orta yaş grubundandır. Yöneticiler farklı meslek gruplarından oluşmaktadır. Katılımcıların geneli kurumlarında sağlık turizmi alanında uzman olup, çalıştay programına kurumlarının sağlık turizmi alanında temsilcisi olarak katılmışlardır. Medikal turizm hizmeti sunan işletmelerin uluslararası fuar, kongre ve çalıştaylara da katıldıkları görülmektedir.

Verilerin Analizi

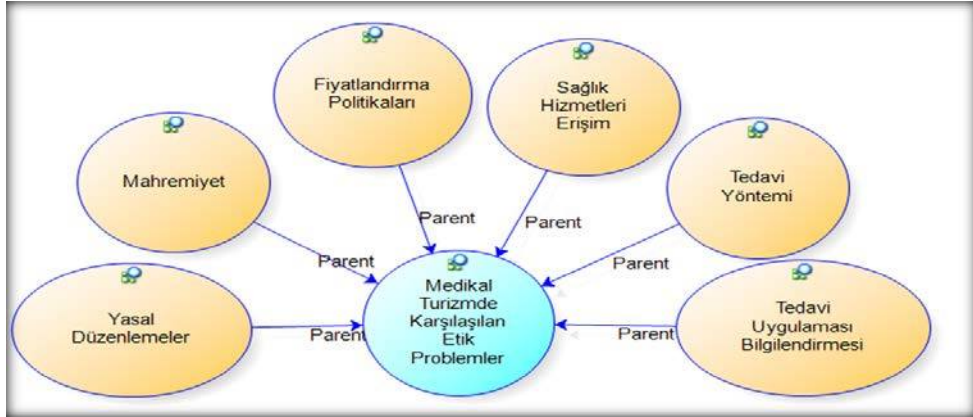
Mülakat yapılan yöneticilerden elde edilen verilerin analizinde sırası ile aşağıdaki yöntem izlenerek araştırma süreci gerçekleştirilmiştir:

- 1- Katılımcılara ilişkin demografik özellikler tespit edilmiştir.
- 2- Yöneticiler ile yapılan mülakat yazılı doküman haline getirilmiş ve programa yüklenmiştir (Internals)
- 3- Metinlerin incelenmesi sürecinde önemli görülen noktalar mülakat sorularına bağlı olarak sınıflandırılmıştır (TreeNodes)
- 4- Sınıflandırılan veriler kategori ve alt kategorilere göre görselleştirilmiştir (Models)

BULGULAR

Araştırmanın uygulamasında Akdeniz Bölgesinde bulunan ve sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren üst düzey kurum temsilcileri ve Türkiye ve Dünya sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren STK temsilcileri ile yapılan görüşmelerde elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Bu çalışmada sağlık kurumu yöneticilerinin görüşleri “Medikal Turizm Kapsamında Karşılaşılan Genel Etik Sorunlar” ve “Bölgede Etik Sorunlardan Dolayı Yaşanan Olumsuzluklar” olmak üzere kategorize edilmiş ve modellenmiştir. Belirtilmiş olan bu model, ancak alt faktörleri ile etkinliği sağlanabilir hale geleceği için modeller uzman görüşleri dikkate alınarak alt faktörlere ayrılmıştır.

Model 1. Medikal Turizm Kapsamında Karşılaşılan Genel Etik Sorunlar



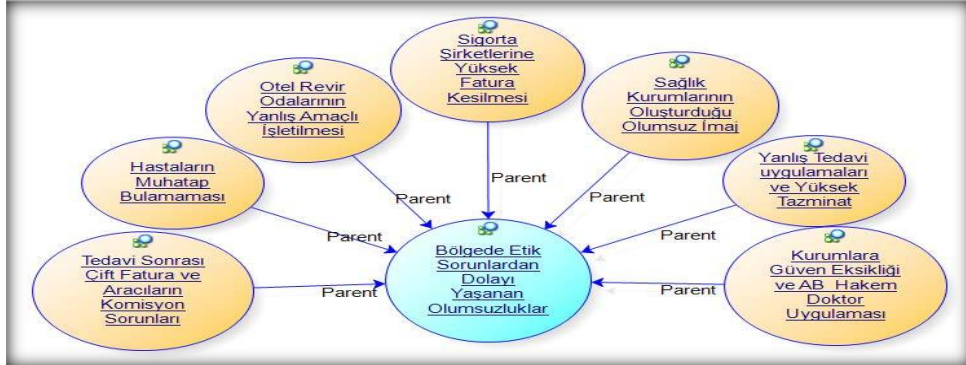
Model 1’de görüldüğü üzere medikal turizmde yaşanan etik problemler belirtilmiştir. Katılımcıların değerlendirmeleri incelendiğinde, hastaların tedavi uygulamaları bilgilendirilmesinde, gereksiz ve yanlış tedavi uygulamalarında, yerli ve yabancı hastalara karşı gelir durumlarına göre farklılık arz eden hizmetler sunulması, fiyatlandırma politikalarında, inanç konusunda hassas olan hastalara karşı mahremiyet konusunda ve devletin yasal düzenlemelerinde etik sorunlar yaşadıkları belirtilmiştir.

Bu kapsamda görüşlerine başvurulmuş katılımcıların ifadeleri metin içerisinde belirtilmiştir. Turizm Sağlığında belirli kesimlerin etik dışı fiyat ve tedavi politikaları sağlık turizmini olumsuz etkiliyor. Uygulanan yanlış bir tedavi ya da fiyat politikası “müşteri müşteriye getirir” kuralından dolayı sağlık turizmine zarar vermektedir. Etik olmayan davranışlar medyaya da taşındığı için ülke imajı olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle yabancı ülkelerdeki sigorta kurumları ve seyahat acenteleri buna dikkat etmektedir (Uzm. 1,4, 3, 8, 12). Maddi çıkarlar sebebiyle hastaların gereksiz yere yatışının yapılmaması, uluslararası kurallara uyum gibi konular etik uygulamaların başında gelmektedir (Uzm. 13, 16, 25). Hastalar kesinlikle ticari amaçlar ile gereksiz ve yanlış tedaviler sektörde uygulanmakta olup hastalara uzun süre yatış verilmektedir (Uzm. 2,13, 14, 18). Avrupa’da Etik Kurul, hastaneler tarafından kendiliğinden ve kendi aralarından oluşturulmaktadır. Fatura ödemelerinde bir hastanenin tedavisi diğer hastane tarafından teyit edildikten sonra yapılır. Özel hastane, klinik ve diğer sağlık kuruluşlarının tüm faturalarının şeffaf bir şekilde yapılması gerekir (Uzm.7, 11, 14, 20). Bununla birlikte sağlık hizmetlerinde mahremiyet, kişisel bilgi ve özelliklerin gizliliği, sağlık merkezleri tarafından dikkate alınmamaktadır (Uzm.7, 15, 17, 24). Etik denildiğinde akla mahremiyet, kişisel bilgi ve özelliklerin gizliliği, hastaya doğru güvenilir bilgi akışı, maddi çıkarlar sebebiyle hastaların gereksiz yere yatışının yapılmaması, uluslararası kurallara uyum ve ticari kaygılar olsa da yabancılar yerine tedavide yerel halka öncelik verilmesi gibi konular akla gelmektedir. Maalesef nadir de olsa yukarıda saydığım durumlar görülebilmektedir. Bu konuda ilgili kurumların denetimi oldukça önemlidir fakat otokontrolün de sağlanması gerekmektedir.

Bununla birlikte TÜRSAB benzeri bir yapılanma Sağlık turizmi konusunda uygulamaya konulabilir (Uzm. 9, 14, 19). Bu kapsamda, din, ırk, cinsiyet, yaş gibi pazarın demografik özelliklerinin pazarlamada iyi değerlendirilmeden kullanılması, satıcıların kaçınması gereken birçok ahlaki tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, öncelikle sağlık turizmi ve turistin sağlığı algısı ayrıştırılmalı ve ona göre hizmetler sunulmalıdır (Uzm. 7, 19).

Seyahat acenteleri ve asistan firmalar gibi sağlık turizmi yapan firmalar sıradan acenteler gibi olmamalı, farklı standartları olmalı, belli bir eğitim ve akreditasyondan geçmeli, mutlaka bünyelerinde hekim bulundurmalıdırlar ve hastaya tedavi sürecini doğru anlatmalıdırlar (Uzm. 14, 5, 8, 6). Avrupa sigortalarının hakem doktor uygulaması yapması bize duyduğu güven eksikliğini gösterir. Burada uygulanan tedavi kendi doktorları tarafından incelendikten sonra onay görüyor. Çünkü buraya gelen bir turist karın ağrısı ile gittiği hastanede lüzumsuz apandisit ameliyatı olabiliyorsa, basit bir kol kırılmasından dolayı gidip 5 gün yoğun bakımda yatırılıbiliyorsa ve bunların karşılığında da yüksek bir fatura çıkarılıyorsa güven probleminin oluşması normal gözükmemektedir (Uzm. 10, 22, 24). Yurtdışından gelen yabancı turist ile gurbetçi Türk sağlık uygulamasında aynı haklara sahip olmasına rağmen çifte standart uygulanmaktadır. Sağlık turizmi yapacak acentelerin özel bir akreditasyona tabi tutulması gerekir (Uzm. 21, 23).

Model 2. Bölge Pazarında Etik Sorunlardan Dolayı Yaşanan Olumsuzluklar



Çalışmada, turizmin geleceği adına katılımcılardan sağlık turizminde etik dışı uygulamalardan kaynaklanan olumsuz sonuçları değerlendirmeleri istenmiştir. Sağlık kurumlarının yanlış tedavi, yüksek faturalandırma ve hastaları gereksiz şekilde hastanede yatırmaları sonucu duyulan güvensizlik ile AB ülkelerinde sigorta şirketlerinin hakem doktor uygulamalarının ülke adına yarattığı olumsuz imaj, yüksek fatura uygulamaları için yanlış ve gereksiz tedaviler ile kurumların oluşturduğu olumsuz imaj, otel revir odalarının hastaların kontrol merkezi gibi değil adeta hastaneler arasında ihale usulü ile hasta kazanma gibi yanlış amaçlar ile çok yüksek fiyatlara kiralanması, yurtdışından tedavi amaçlı gelen hastalar sorunlar karşısında muhatap olacakları bir kurum bulamaması ve aracı kurumlara eksik komisyon ödenmesi için hasta ve aracı kurumlara çift fatura

kesilmesi gibi etik dışı uygulamaların ülke ve işletme adına olumsuz sonuçlar yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Avrupa’da Kızılhaç ve sigorta şirketleri, hakem doktor uygulaması ile fatura kontrol sistemleri kurmaları ve denetlemeleri etik dışı davranışların neticesinde ortaya çıkan sonuçlardır (Uzm. 7, 11, 22). Avrupa’da hakem doktor uygulamasına gidilmesi Türkiye’ye duyulan güven eksikliğinden kaynaklanmaktadır (Uzm. 5, 8, 23). Etik olmayan davranışlar medyaya da taşındığı için ülke imajı olumsuz etkilenmektedir. Örneğin, sağlık turizminde Avrupa ve diğer ülke vatandaş ve sigortalarının en büyük şikâyetlerinin de fiyatlandırmada etik olunmadığı ve fazladan tedavi işlemlerinin yapılması yönünde şikâyetlerin çok olması dikkat çekicidir (Uzm. 1, 3, 11, 22). Örneğin otelde rahatsızlaşan misafirlerin tedavi edilmesi için özel hastanelere sevk edilmesi ve ücret kalemlerinin çok yüksek çıkarılmasıyla birlikte gereksiz birçok tedavinin uygulanması ülke imajını zedelemektedir (Uzm. 21, 24). Sigorta ödemelerinde masrafların fazla gösterilmesi gibi etik dışı uygulamalardan dolayı, Avrupa vd. ülke sigortalarının sağlık sistemimizi sorguladığı görülmektedir (Uzm. 18, 24). Ne yazık ki Avrupa’da, Türkiye’deki ve özellikle Antalya’daki bazı hastanelere gidilemez anlayışı vardır. Bu konudaki eksikliklerin, yetersizliklerin giderilmesi gerekiyor. Bu imajdan kurtulmak için tek tip fiyatlandırmanın uygulanması gerekiyor (Uzm. 14, 17, 19).

Müşteride ve hastada rol ayrımı kesin olarak yapılmalıdır. Müşteriye karşı acente, otel, sigorta, hastane ve doktor mu sorumlu olacak, net olarak belirlenmelidir. Tarafların sorumlulukları net olarak belirlenmelidir (Uzm. 14, 15, 20, 24). Sigorta ödemelerinde masrafların fazla gösterilmesi gibi etik dışı uygulamalardan dolayı, Avrupa vd. ülke sigortalarının sağlık sistemimizi sorguladığı görülmektedir (Uzm. 1, 13, 19, 22). Ayrıca doktorların AB standartlarında yüksek tazminatlar için hekim sorumluluk sigortalarında eksiklikler mevcuttur (Uzm. 24). Otellerin revir odalarının kiralanarak tedavilerin yüksek fiyatlara çekilmesi gibi etik dışı uygulamalar ülkenin ve bölgenin marka değerini olumsuz yönde etkilemektedir (Uzm. 1, 13, 14, 19, 22). Otel hekimliğinde de etik problemler yaşanmaktadır. Otellerdeki revir odaları, otelde kalan milletlere göre ihale ediliyor ve kiralanıyor. Tatil yapan turist herhangi bir şekilde hastalandığında basit bir tedavi için bile fahiş faturalar çıkıyor. En büyük problem gelen turistten hem özel hastane, hem otel hem de acentenin en büyük payı almak istemesidir. Sağlık Bakanlığı ve Kamu Hastaneleri de artık bu pastadan pay almak istiyor (Uzm. 10, 12, 24, 25).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm Sağlığında belirli kesimlerin etik dışı uygulamaları sağlık turizmi gelişiminde engel olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda Türkiye’de medikal turizmde yaşanan genel etik dışı uygulamalar ve bu yanlış uygulamaların Akdeniz bölgesinde yaratmış olduğu olumsuz sonuçlar değerlendirilmiştir. Araştırma modelleri incelendiğinde, hastaların tedavi uygulamaları bilgilendirilmesinde, yerel halkın sağlık turizmi imkânlarına erişimlerinde, ticari amaçlar ile gereksiz ve yanlış tedavi uygulamalarında, fiyatlandırma

politikalarında, inanç konusunda hassas olan hastalara karşı mahremiyet konusunda ve devletin yasal düzenlemelerinde etik sorunlar yaşadıkları gözlenmiştir. Medikal turizm amaçlı destinasyonları ziyarete gelen hastaların tedavi öncesi ve sonrası işlemlerinin ve ücret politikalarının açık ve net şekilde hastalara belirtilmemesi, fiyatlarda çifte standartlar uygulanması, hastalara gereksiz tedavi masraflarının çıkarılması, hastaların bilgilerinin gizli tutulmaması, gelirleri yüksek olan yabancı turistlerin sağlık turizmi imkânlarına erişiminin kolaylaştırılarak yerel halkın geri planda yer alması gibi problemler sağlık turizminin gelişiminde engeller olarak değerlendirilmiştir. Turizmin geleceği adına, sağlık turizminde etik dışı uygulamalardan kaynaklanan olumsuz sonuçlar değerlendirildiğinde ise sağlık kurumlarının yanlış tedavi uyguladığı, yüksek faturalandırma gibi sebeplerden dolayı pazar adına güven problemi oluşturduğu, yurt dışından tedavi amaçlı gelen hastaların sorunlar karşısında muhatap olacakları bir kurum bulamadığı ve bunun gibi etik dışı uygulamaların ülke ve işletme adına olumsuz imaj yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın bulguları doğrultusunda, sağlık turizminin gelişimi adına engel olarak görülen etik dışı uygulamalara yönelik olarak öneriler geliştirilmiştir. Antalya’da faaliyet gösteren sağlık kurumlarının farklı fiyat uygulamaları, hastaları olumsuz yönde etkileyen bir olgudur. Yurtdışından gelen yabancı turist ile gurbetçi Türk sağlık uygulamasında aynı haklara sahip olmasına rağmen çifte standart uygulanmaktadır. Özellikle otellerden sağlık kuruluşlarına kaza ve rahatsızlık sonrası tedavi için gelen hastalara karşı tedavi sürecinde, fiyatlandırmada ve sigortalara faturalandırmada etik davranış sergilenmediği görülmektedir. Avrupa sigortalarının hakem doktor uygulaması yapması ise bize duyduğu güven eksikliğini göstermektedir. Yüksek faturalandırma problemlerine ilişkin özel hastane, klinik ve diğer sağlık kuruluşlarının tüm faturalarının şeffaf bir şekilde yapılması ve acentelerin hasta tedavilerinden alacakları komisyonların net olarak belirlenmesi gerekmektedir. Katılımcıların çoğunluğu Antalya’da etik kurulun yetersizliği nedeniyle hastaların maddi olarak mağdur edildiğini düşünmektedir. Özellikle özel hastanelerin yeterince denetlenememesi ve belli bir fiyat kontrolünün olmaması, hastaların ücretler konusunda mağdur olmasına neden olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte sağlık hizmetlerinde mahremiyet, kişisel bilgi ve özelliklerin gizliliği, sağlık merkezleri tarafından önemle dikkate alınmalıdır. Mahremiyet, kişisel bilgi ve özelliklerin gizliliği, hastaya doğru güvenilir bilgi akışı, dürüst ve doğru tedavi uygulamalarının yapılması, yasal düzenlemelere uyum, yerel halk ve turistlerin sağlık hizmetlerine erişim kolaylığı eşit oranda sağlanmalıdır. Seyahat acenteleri ve asistan firmalar gibi sağlık turizmi yapan firmalar sıradan acenteler gibi olmamalı, farklı standartları olmalı, belli bir eğitim ve özel bir akreditasyondan geçmeli, mutlaka bünyelerinde hekim bulundurmalıdırlar ve hastaya tedavi sürecini doğru anlatmalıdırlar.

KAYNAKÇA

- Al-Lamki, L. (2011). Medical tourism: beneficence or maleficence?. *Sultan Qaboos University Medical Journal*, 11(4), 444-447.
- Bennett, M., King, B. ve Milner, L. (2004). The health resort sector in Australia: a positioning study. *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 122-137.
- Bookman, M. Z. ve Bookman, K. R. (2007). *Medical tourism in developing countries*. New York, Palgrave Macmillan.
- Boyd, J. B., McGrath, M. H. ve Maa, J. (2011). Emerging trends in the outsourcing of medical and surgical care. *Archives of Surgery*, 146(1), 107-112.
- Chen, P. T., Kung, R. H. Huang, M. Y. Chen F. D. ve Pei, L. (2012). Exploring the medical tourism development barriers and participation willingness in Taiwan: an example of mainland tourist. In Proceedings of World Academy of Science, Engineering and Technology, *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 68.
- Crone, R. K. (2008). Flat medicine? Exploring trends in the globalization of healthcare. *Academic Medicine*, 83, 117-121.
- Cook, P. S. (2008). What is health and medical tourism?. Humanities Research Program, *Queensland University of Technology*, 1-13.
- Crozier, G. K. D. ve Baylisü. F. (2010). The ethical physician encounters international medical travel. *Journal of Medical Ethics*, 36, 297-301.
- Çankaya, İ. (2011). Sınıf öğretmenlerinin karşılaştıkları istenmeyen öğrenci davranışları ve bu davranışlarla başa çıkma yolları. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Türkic*. 6(2), 307-316.
- Doyal, L. (1997). Informed consent in medical research. Journals should not publish research to which patients have not given fully informed consent--with three exceptions. *BMJ. British Medical Journal*, 1107-1111.
- Einsiedel, E. F. ve Adamson, H. Stem (2012). Cell Tourism and Future Stem Cell Tourists: Policy and Ethical Implications. *Developing World Bioethics*, 12(1) 35-44.
- Freiré, N. A. (2012). The emergent medical tourism: advantages and disadvantages of the medical treatments abroad. *International Business Research*, 5(2), 41-50.
- Gökçe, O. (2006). İçerik Analizi-Kuramsal ve Pratik Bilgiler, Ankara. Siyasal Kitabevi.
- Gray, H. H. ve Poland, S. C. (2008). Medical tourism: crossing borders to access health care. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 18(2), 193-201.
- Hadi, A. (2009). Globalization, medical tourism and health equity. In *Symposium On Implications Of Medical Tourism For Canadian Health And Health Policy* On November, 1-29.
- Herrick, D. (2007). Medical tourism: global competition in health care. *National Center for Policy Analysis*. NCPA Policy Report No. 304.

- Herrick, D. M. ve Goodman, J. C. (2007). The market for medical care: why you don't know the price; why you don't know about quality; and what can be done about it. *National Center for Policy Analysis*, Policy Report No.296.
- Heung, V., Kucukusta, D. ve Song, H. (2011). Medical tourism development in Hong Kong: an assessment of the barriers. *Tourism Management*, 32(5), 995-1005.
- Hopkins, L., Labonté, R. Runnels, V. ve Packer, C. (2010). Medical tourism today: what is the state of existing knowledge & quest. *Journal of Public Health Policy*, 31(2), 185-198.
- Horowitz, M. D. ve Rosensweig, J. A. (2007). Medical tourism-health care in the global economy. *Physician Executive*, 33(6), 24-30.
- Horowitz, M. D., Rosensweig, J. A. ve Jones, C. A. (2007). Medical tourism: globalization of the healthcare marketplace. *Medscape General Medicine*, 9(4), 33.
- Jesus, J. E. (2010). Ethical challenges and considerations of short-term international medical initiatives: Anto Ghana as a case study. *Annals of Emergency Medicine*, 55(1), 17-22.
- Jones, J.W ve McCullough, L.B. (2007). What to do when patient's international medical care goes south. *Journal of Vascular Surgery*, 46(5), 1075-1080.
- Johnston, R., Crooks, V. A. ve Snyder, J. (2012a). Perceptions of the ethics of medical tourism: comparing patient and academic perspectives. *Public Health Ethics*, 5 (1), 38-46.
- Johnston, R., Crooks, V. A. ve Snyder, J. (2012b). I didn't even know what i was looking for: a qualitative study of the decision-making processes of Canadian medical tourists. *Global Health*, 8(1), 23.
- Karuppan, C. M. ve Karuppan, M. (2011). Who are the medical travelers and what do they want?: a qualitative study. *Health Marketing Quarterly*, 28(2), 116-132.
- Lee, C. (2006). Medical tourism, an innovative opportunity for entrepreneurs. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(1), 110-123.
- Leon-Jordan, J. K. A. ve Jacob, R. (2010). Healthcare in foreign hands: trends, issues and directions. *Review of Business Research*, 10(5), 54-68.
- Lunt, N. ve Manion, R. (2014). Patient mobility in the global marketplace: a multidisciplinary perspective. *International Journal of Health Policy and Management*, 2(4), 155-157.
- Lunt, N., Smith, R. Exworthy, M. Green, S. T. Horsfall, D. ve Mannion, R. (2011). Medical tourism: treatments, markets and health system implications: a scoping review. *OECD*, 1-55.
- Medhekar, A. (2013). Indian government policy to support trade in medical tourism services. *Seventh International Conference on Health Systems and Global Business Issues*, Jaipur, India.
- Muzaffar, F. ve Hussain, I. (2007). Medical tourism: are we ready to take the challenge? *Journal of Pakistan Association of Dermatologists*, 17, 215-218.
- Pennings, G. (2004). Legal harmonization and reproductive tourism in Europe. *Human Reproduction*, 19(12), 2689-2694.

- Penney, K., Snyder, J. Crooks, V. & Johnston, R. (2011). Risk communication and informed consent in the medical tourism industry: a thematic content analysis of Canadian broker websites. *BMC Medical Ethics*, 12(17), 1-9.
- Reddy, S. G., York, V. K. ve Brannon, L. A. (2010). Travel for treatment: students' perspective on medical tourism. *International Journal of Tourism Research*, 12 (5), 510-522.
- Rollyson, S. (2010). The Globalization of Health Care: A Study of Medical Tourism. First Edition. {URL: [http:// globalizationhealthcare.net/wpcontent/uploads/2010/08/GlobHC_1st_ed.pdf](http://globalizationhealthcare.net/wpcontent/uploads/2010/08/GlobHC_1st_ed.pdf)} (Erişim 15 Haziran 2014).
- Sarwar, A., Manaf, N. & Omar, A. (2012). Medical tourist's perception in selecting their destination: a global perspective. *Iranian Journal of Public Health*, 41(8), 1-7.
- Sharma, A. (2013). Medical tourism: emerging challenges and future prospects. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(1), 21-29.
- Smith, A. (2012). Medical tourism and organ trafficking. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2(1), 1-9.
- Smith, R. D., Martinez-Alvarez, M. ve Chanda, R. (2011). Medical tourism: a review of the literature and analysis of a role for bi-lateral trade. *Health Policy*, 103, 276-282.
- Snyder, J. ve Crooks, V. A. (2012). New ethical perspectives on medical tourism in the developing world. *Developing World Bioethics*, 12(1), 3-6.
- Turner, L. G. (2011b). Quality in health care and globalization of health services: accreditation and regulatory oversight of medical tourism companies. *International Journal for Quality in Health Care*, 23(1), 1-7.
- Whittaker, A. (2010). Challenges of medical travel to global regulation: a case study of reproductive travel in Asia. *Global Social Policy*, 10(3), 396-415.
- Whittaker, A., Manderson, L. ve Cartwright, E. (2010). Patients without borders: understanding medical travel. *Medical Anthropology*, 29(4), 336-343.
- Yıldırım, A ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

SAĞLIK TURİZMİ PERSPEKTİFİNDE ULUSLARARASI HASTALARIN TÜRKİYE'Yİ TERCİH ETME ÖLÇÜTLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Asım SALDAMLI

*Doç. Dr., Nişantaşı Üniversitesi
asimsaldamli@gmail.com*

Dilek Dönmez POLAT

*Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga Uygulamalı, Bilimler Yüksekokulu
ddonmez@comu.edu.tr*

İlknur ÇEVİK

*Ag Medical Travel
ilknur@agmedicaltravel.com*

ÖZET

Sağlık hizmeti üretiminin önemli bir bölümünü gerçekleştiren ve sağlıklı bir toplum oluşturulmasında önemli görevler üstlenen hastanelerde hasta memnuniyetinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi, hastaların daha sonraki gelişlerini sağlayabilmek ve hastanenin iyileştirmeye açık alanlarını belirleyebilmek için önemlidir. Sağlık turizminde öne çıkan ülkeler iddialarını sürdürebilmek ve hatta dünya genelinde lider ülke konumuna ulaşabilmeleri için sürekli bilgilerini güncellemek ve yetkin sağlık turizmi politikalarını oluşturmak zorundadırlar. Araştırma yapılması gereken boyutlardan birisi de uluslararası hastaların beklentileri ve memnuniyetidir. Yabancı hastaların kendi ülkeleri dışına başka bir ülkede tedavi hizmeti almak istemelerinin nedenleri, hastaların Türkiye'yi seçme nedenleri ve hastane seçimlerini etkileyen unsurların belirlenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu araştırma İstanbul'daki 4 özel hastanenin uluslararası hastaları ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışma, yüz yüze görüşme yoluyla anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere göre araştırmaya katılan hastaların büyük çoğunluğu “aynı anda tedavi ve turizm gereksinimlerinden yararlanmak” amacıyla kendi ülkeleri dışına tedavi olmak istedikleri; Türkiye’de “özel hastanelerde tedavi olmanın kendi ülkelerine göre daha ucuz olduğu” ve hastane seçiminde “hastanenin doktorlarının ve sağlık ekiplerinin uluslararası platformdaki bilinirliği ve başarıları” önemli etken olduğu bu çalışmanın bulgularından bazılarıdır.

Anahtar Kelimeler:*Sağlık turizmi, Uluslararası hasta, Türkiye, Özel hastaneler.*

GİRİŞ

Hasta ve hastane arasındaki ilişkide hasta, sağlık hizmetleri pazarında seçim yapan bir sağlık hizmet tüketicisi olarak görülmektedir. Günümüzde tüketici olarak hastaların hastane seçim davranışları pasif durumdan daha aktif bir duruma dönüşmüştür. Bu nedenle, geçmişte hastaneler açısından pazarlama çok popüler değilken, günümüzde hastane yöneticilerinin uyguladıkları pazarlama faaliyetlerinin yararları görülmeye başlanmış ve hastane yöneticilerinin bakış açısı da üretim odaklı, ürün odaklı ve satış odaklı olmaktan, pazarlama odaklı olmaya doğru yönelmiştir. Bu noktada tüketicilerin hastane seçiminde hangi faktörleri dikkate aldıklarının anlaşılması hastane hizmetlerinin

pazarlamasında çok önemli olmaktadır. Dolayısıyla hastane (pazarlama) yöneticileri, tüketicilerin ihtiyaçlarını öğrenmeli, ayırt edici sağlık hizmetleri geliştirmeli ve sundukları hizmetler karşılığında oluşturdukları tüketici (hasta) tatminini attırmalıdır (Lee, Shih ve Chung, 2008).

Günümüzde çeşitli yasal düzenlemeler sonrasında, tüketici olarak hastaların istedikleri hastanelere gidebilme imkânlarının artması, hastaların sağlık bilinci konusunda duyarlı olmaları ve internet gibi teknolojik olanakların tüketicilerin sağlık sorunlarıyla ilgili bilgilere daha kolay erişmesini sağlaması hastaların hastane seçim davranışlarında önemli rol oynamaktadır. Son yıllarda Türkiye’de özel hastanelerin sayısının giderek artması sonucunda da sektörde rekabet yoğun bir şekilde yaşanmaktadır. Bu rekabet ortamında kamu hastaneleri, kalite belgeleri alarak kaliteli sağlık hizmetleri verdiklerini ispat etmeye çalışırken, özel hastanelerin de bu konuya yoğunlaştıkları dikkati çekmektedir (Varinli ve Çakır, 2004, s.34).

Türkiye’deki özel hastaneler hizmet alanlarını genişleterek her geçen gün daha çok uluslararası hastanın – turistler ve sağlık turistleri – bakımı ile ilgileniyorlar. Daha çok uluslararası hasta çekerek gelirlerini arttırmak isteyen hastaneler, yüksek maliyetli altyapısal yenileme ve yenileştirme projelerine yatırım yapıyorlar ve uluslararası pazarlama bütçelerini arttırıyorlar. Bu gelişmelerin direk bir sonucu olarak, Türkiye’deki özel hastanelerde verilen uluslararası hasta bakım hizmetinin kalitesi ve fiyatı yükseliyor. Peki, hastaneler Türkiye’de tedavi gören uluslararası hastalara “Dünya Standartlarında” hizmet verme konusunda ne kadar başarılılar? Diğer bir deyişle, yapılan bu altyapısal yatırımlar ve harcanan pazarlama bütçeleri günün sonunda gerçekten uluslararası hastalara verilen daha “gelişmiş” sağlık hizmetlerine dönüşüyor mu? Daha doğru bir ifadeyle sağlık problemleri nedeniyle Türkiye’ye gelen hasta veya hasta yakınları aldıkları hizmetlerden ne kadar tatmin oluyor ve memnun kalıyorlar? İşte bu soruların cevaplarının araştırılması sağlık turizmi ile ilgili değerlendirmelere de katkı verecektir.

Tıbbi bakım almak amacıyla yapılan seyahatlerden oluşan bir süreci ifade eden sağlık turizmi son 30 yıldır önemli bir şekilde büyümeye devam etmekte ve sağlık turizmi dünya üzerinde bilinen bir kavram haline gelmektedir (Smith, Martinez Alvarez ve Chanda, 2011). Yayımlanan farklı raporlara göre, Türkiye yıllık olarak 40.000-100.000 arası değişen sayıda Kuzeybatı Avrupa ve Amerika’dan düşük sağlık harcaması ve tatil fırsatları nedeniyle gelen uluslararası hastaya hizmet vermektedir (Aydın, Aypek, Aktepe, Şahbaz ve Arslan, 2011). Bundan başka Türkiye 2015 yılında 15 milyon uluslararası turiste hizmet vermeyi hedeflemektedir (Woodman, 2009, s.65-66). Ayrıca, Türkiye’de Sağlık Bakanlığı tarafından hayata geçirilen sağlık alanındaki dönüşüm programları uluslararası hastaları da içermektedir. Türkiye’nin sağlık konusundaki 2023 vizyonunda Türkiye’nin medical seyahatlerde Avrupa ve Orta Doğu’nun merkezinde olacağı ifade edilmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2011).

Son olarak uluslararası hastaların profiline bakarak, ülkedeki bölgesel sağlık hizmeti sunucuları, düzenleyiciler ve politikacıların bazı uygulamalar gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bunun için de bazı konular gözden geçirilmeli ve bazı sorular sorulmalıdır: Birincisi, uluslararası hasta Türkiye’yi nasıl tercih etmektedir? İkincisi uluslararası yoksul hastaların tedavi yükü nedir? Üçüncüsü uluslararası hastaların takibi ve tedavilerinin uygunluğunun sağlanması (Milstein ve Smith, 2006). Bu çalışmada uluslararası hastaların Türkiye’yi tercih etme sebepleri ve aldıkları hizmetlerden memnuniyet dereceleri nitel bir araştırma ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

ULUSLARARASI HASTA

Sağlık turizmi kendi yaşadığı yerden başka bir yere sağlık amacı ile seyahat eden insanların oluşturduğu bir turizm türüdür (Cohen, 2006). Cohen’e göre farklı ziyaretçi yapılarını göz önünde bulundurarak sektöre yönelik gelen talebin sınıflaması açısından farklı bir sınıflama geliştirmiştir. Bu sınıflandırmaya göre; sağlık turizmi pazarı açısından turistler ya da ziyaretçiler 5 temel kategoride gruplandırılabilir. Bunlar;

Yalnızca turist: Ziyaret ettikleri ülkede herhangi bir tıp hizmetinden yararlanamayan turistler ya da ziyaretçilerdir.

Tatilde tedavi edilen turist: Seyahati sırasındaki rahatsızlanma ya da kaza nedeni ile tıp hizmeti ve tedavi alan turistlerdir.

Tatil ve tedavi amaçlı turistler: Bu turistler ziyaret ettikleri ülke ya da bölgeye tam anlamı ile tıbbi nedenlerle gitmezler. Ancak ziyaret ettikleri bölgede bazı rahatsızlıkları için tedavi olanakları olması tercih nedenidir. Diğer bir deyimle tatilde tedavi amaçlı turistlerdir.

Tatil yapan hastalar: Bu ziyaretçiler esasen bir bölgeye tedavi amaçlı giderler, ancak iyileştikten sonra, ya da tedavi sonrası gittikleri bölgede tatil de yapan ziyaretçilerdir. Esas motivasyon tatildir.

Yalnızca hastalar: Bu gruptaki medikal turistlerin bir bölgeye gidiş amaçları yalnızca o bölgede tedavi olmak ya da operasyon geçirmektir. Tatil gibi bir amaçları yoktur.

Cohen’in (2006) yukarıda belirtilen sınıflandırmasında; medikal turist pazarı müşteri gruplarından birinci gruptakiler klasik ziyaretçi kategorisinde yer almaktadır ve medikal turizm hizmet sunucularının doğrudan ilgilendirmediğine dikkat çekmiştir. Diğer kategori ziyaretçiler içerisinde ise en önemli müşteri kategorisinin en sonrakiler olduğunu belirterek, geriye doğru sağlık turizmi talep özelliği azalan kişilerden oluştuğunu vurgulamıştır. Bu nedenle Cohen (2006) çalışmasında her grup için sunulacak hizmet türü ve buna bağlı olarak pazar stratejilerinin farklı olacağını saptamıştır.

Hasta memnuniyeti ölçülmesi gereken değerli bir insani sonuçtur ve sağlık-bakım hizmet sürdürülebilirliği için önemli bir iştir (Panvelkar, Saini ve Armour, 2009). Hasta memnuniyeti sübjektif bir konudur ve beklentilerle belirlenir. Diğer taraftan hastanın

deneyimlerinin ölçülmesinde verilerin kolaylıkla yorumlanması önemlidir. Araştırmaya katılanlardan/ görüşmecilerden tedavi ya da bakım süreci boyunca neler yaşandığı ve bu yaşadıklarından memnun olup olmadığını rapor etmesi istenir (Angela, Coulter ve Cleary, 2013).

Yıldırım (2006) çalışmasında, Türkiye'nin sağlık turizmi potansiyeli ve güçlükleri üzerine değinmiştir. Özellikle küreselleşmenin beraberinde getirdiği ülke sağlık sistemlerindeki problemlere değinerek; gelişmekte olan ülkelerdeki sıkıntıların çok daha yoğun olmasından ötürü, hastaların daha kaliteli tedavi amacıyla gelişmiş ülkelere gittiklerini çalışmasında belirtmiştir. Üzerinde durduğu önemli bir diğer durum ise, Türkiye'nin sağlık turizmi konusunda rekabetçi üstünlük unsurlarıdır. Yazara göre bu unsurlar; hastanelerin alt yapılarının ve donanımlarının yüksek kalitesi, başta hekimler olmak üzere eğitim seviyesinin AB standartlarında olmasına karşın fiyatlarının diğer ülkelere göre avantajlı olması, özellikle son yıllarda Hollanda, Almanya ve İsviçre'den sağlık kuruluşlarının ve doktorların Türkiye'deki özel hastanelerle işbirliği yapması olarak sıralanmaktadır.

Aydın (2012) çalışmasında, dünyadaki sağlık ve termal turizmdeki gelişmelere paralel olarak çok sayıda tesisin açıldığını, mevcut tesislerde köklü değişikliklere gidildiğini ve bu düzenlemelerin sadece hızla artan yaşlı nüfus için değil, aynı zamanda tedavi olmak ya da tıp teknolojisinin getirdiği yeniliklerden faydalanmak isteyen genel nüfusa da hitap ettiğini ve sağlık alanında başlayan tıp turizmi olarak tanımlanan seyahat şeklinin gerçekleştiğini belirtmiştir.

Uluslararası hasta başka ülkelere gelen ve tıbbi bakım-tedavi hizmeti alan ve en az bir gece bulunduğu ülkede konaklayan kişi olarak tanımlanabilir (Chunlaka, 2010). Bu akış özellikle gelişmiş ülkelere daha az gelişmiş ülkelere yönünde gerçekleşmektedir. Gelişmiş ülkelere bulunan insanları daha az gelişmiş ülkelere sevk eden en önemli unsurların başında kendi ülkelerinde bu sağlık hizmet ve imkânlarının bulunmayışı değil; bunların pahalı olması, erişim ve bekleme sürelerinin bulunması, mahremiyet gibi konular gelmektedir. Diğer yandan internet, e-posta, telefon ve benzeri modern teknolojiler potansiyel turistlerin oturdukları yerden dünyanın her yerine erişimini, sunulan hizmetlerin incelenmesini, fiyat karşılaştırmalarını ve tedavi ve hizmetlerin derhal ve doğrudan kullanılabilirliğini olası hale getirmektedir. Gelişmiş ülkelere daha az gelişmiş ülkelere hasta akışının en önemli bir başka itici unsuru düşük maliyetlerin yanı sıra alıcı (hasta kabul eden) ülkede ilave turistik paketlerin sunulmasıdır (Ministry of Health Turkey, 2011).

Ayrıca, sigorta sektörü medikal turizmin önemli bir paydaşı haline gelmiş bulunmaktadır. Van Dusen (2007) Amerika'da 500 büyük şirketin, çalışanlarının sağlık giderlerini azaltmak amacıyla ülke dışı sağlık hizmet alımının verimliliği ile ilgili araştırma yaptırdığını belirtmekte, bazı sigorta şirketleri sundukları hizmet kapsamını yurtdışında bazı hekimleri de içerecek şekilde genişletmektedir. Bu şekilde yurtdışında sağlık hizmeti

almak isteyen üyelerini yurtdışına yönlendirmekte ve hatta bir aile üyesinin refakat ücretini de üstlenmektedir.

Görüldüğü gibi hastaların yurtdışında sağlık hizmeti alabilmeleri giderek kolaylaşmakta ve bu konuda hastalara destek olunmaktadır. Hastaların yurtdışında sağlık hizmeti alma yönündeki eğilimi ve harekete geçmeleri uluslararası hasta kabul edecek ülkeleri uluslararası hastaları çekmek ve bu hastalara kaliteli hizmet vermek açısından rekabetçi bir tavırla motive etmelidir.

ULUSLARARASI HASTANIN HASTANE SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Hastaların hastane hizmetleri ve hizmet ekibinden beklentileri ile gereksinimlerinde önceliklerin belirlenmesi; hastaların hizmet sunumuna ilişkin görüş ve geri bildirimleri, sağlık hizmetlerinde kalitenin tesisi ve iyileştirilmesi için son derece önem taşımaktadır (Ersoy, Edirne ve Yıldırım, 2005). Hastanelerdeki hizmet kalitesini iki boyutta incelemek mümkündür. Bunlar, teknik boyut ve konaklama boyutudur (Devebakan ve Aksaraylı, 2003, s.40). Teknik boyut, hemşire ve doktor hizmetini kapsamaktadır. Konaklama boyutu ise yönetsel boyutu olup; yemek servisi, gürültü, oda sıcaklığı, temizlik ve hastanenin park alanı gibi fiziksel faktörleri kapsamaktadır (Carman, 2000, s.347).

Hasta memnuniyeti çeşitli unsurlardan etkilenen karmaşık bir kavramdır ve kaliteli hasta bakımının da en önemli göstergelerindendir. Hasta memnuniyeti genel anlamda, verilen hizmetin hastanın beklentilerini karşılaması ya da hastaların verilen hizmeti algılamalarına dayanmaktadır. Hizmetin kalitesini temelde hastanın memnuniyet düzeyi belirlemekte ve bu süreçte hastanın başvurusundan, teşhis, tedavi ve bakım sonuçlarının alınmasına kadar geçen tüm faaliyetler önemli rol oynamaktadır. Hizmet kalitesini belirleyen unsurlar; hizmetin sunulduğu ortam, görünüm, hizmetin zamanlaması, hizmeti sunanların konularında uzman olması, hizmetin süreklilik arz etmesi, güvenilir, doğru ve esnek olması gibi unsurlardır. Bununla birlikte sağlık hizmeti kalitesinin belirlenmesinde ve algılanmasında; hastaların bekleme süreleri, çalışanların nezaketi ve tutarlılığı, hizmete ulaşılabilirlik, sunulan hizmetin bir kerede ve doğru olarak yapılması, beklenmedik bir durumda çalışanların gerekli çözümleri bulması ve yanıt vermesi ile hizmetin zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirilmesi gibi unsurlar önemli rol oynamaktadır (Tarım, 2000, s.1027). Ayrıca, sağlık kurumunun uygunluğu, güvenilirliği, güvenliği, fiziki donanımı (aydınlatma, ısı, temizlik, güvenli su kaynakları, havalandırma, gürültü, otopark, yeterli yatak alanı, bekleme odaları vb.), ulaşılabilirliği, çalışanların ilgisi, sayısı, davranışı ve hastalarla iletişimi de hasta memnuniyetini etkilemektedir (York ve McCarthy, 2011, s.180).

Türkiye özellikle son yıllarda pek çok nedenlerden dolayı dünya genelinde sağlık turizmi ve sağlık turizmi kapsamında sunulan tedavi hizmetlerinde önde gelen ülkeler arasında yer almaya başlamış bulunmaktadır. Uluslararası hastaların Türkiye'yi tedavi için seçmelerinin gerekçeleri arasında şunların öne çıktığı görülmekte; sunulan hizmetlerin hem yüksek kaliteli olması hem de makul fiyatlarla elde edilebilmesi ve Türkiye'nin

coğrafi konumunu tarihi, kültürel ve turistik cazibesiyle birleştirebilmesi. Bu bağlamda Türkiye, gelecek dönemde önüne koyduğu hedeflerle sağlık turizminde dünyanın önde gelen ülkesi olmayı planlamaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012).

Literatürde hastanın beklentilerini ölçmeye yönelik olarak çok sayıda araştırma olduğu görülmektedir (Mostafa, 2005; Al-Eisa, Al-Mutar, Radwan, Al-Terkit, 2005; Badri, Attia ve Ustadı, 2009; Angela, Coulter ve Cleary, 2013). Mostafa (2005) Mısır'daki 8 kamu ve özel hastanedeki 332 hastanın beklenti ve memnuniyetini ölçmeye çalışmıştır. Araştırmacı, değişkenler arasındaki ilişkileri kurmada nicel yöntemlerin değerinden ve nicel ve nitel araştırmaları birlikte kullanmanın öneminden bahsetmiştir. Al-Eisa ve diğerleri (2005) ise hasta memnuniyetini Kuveyt'te ölçmeye çalışmış ve hazırladığı ankette sağlık hizmetine yönelik binalar, karşılama, doktor, hemşire, eczane, laboratuvarveröntgenhizmetleri gibi birçok yönü ölçmeye çalışmıştır. 1250 hastanın dahil edildiği araştırmada eczane hizmetlerinden yüksek memnuniyet düzeyi tespit edilmiştir. Benzer şekilde Badri ve diğerleri(2009) yapısal eşitlik modelini kullanarak sağlık bakım hizmetlerinin kalitesi ve hasta memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ortaya ele almıştır. 244 hastanın katıldığı araştırma Birleşik Arap Emirlikleri devlet hastanelerinde gerçekleştirilmiştir. Önerilen model de hizmet kalitesi, hastanın durumu ve hasta memnuniyeti konuları ana başlık olarak ele alınmıştır.

Angela, Coulter ve Cleary (2013)'in yatan hastaların konaklamaları süreci ile ilgili araştırması ise 1998-2000 yılları arasında Almanya, İsveç, İsviçre, İngiltere ve Amerika'da gerçekleştirilmiştir. Bu beş ülke ile ilgili işaret edilen problemler, bilgi ve eğitim, koordinasyon bakım, hastaların tercihlerine saygı, duygusal destek, fiziksel konfor olarak öne çıkmaktadır. Hasta deneyimlerinin bu boyutları bu beş ülkede oldukça belirgin bir şekilde tespit edilmiştir.

Yapılan bir başka araştırmada ise uluslararası hastaların tercih ettiği ülkelerin sahip olduğu ortak özellikler şu şekilde belirtilmektedir (Ministry of Health Turkey, 2011):

- Sağlık bakım ve wellness hizmetlerinin kalite standartlarının yüksek olması,
- Destinasyona ulaşım kolaylığı,
- Teknoloji, altyapı ve uzmanlık göstergelerinin iyi olması.

Yukarıda ele alınan araştırmalar uluslararası hastaların tedavi olacakları ülkeleri seçerken çeşitli tercih ölçütlerine sahip olduğunu göstermektedir. Uluslararası hastalar bu ölçütlere dayanarak sağlık hizmeti alabileceği ülkeyi ve sağlık kuruluşunu araştırıp bulma eğilimi göstermektedir. Bu durumda uluslararası hastaya hizmet verecek ülkelerin ve bu ülkelerdeki sağlık kuruluşlarının uluslar arası hastalara hizmet sunumundaki tüm süreçleri iyi bilip yönetmesi ve hasta memnuniyetini sağlaması gerekmektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI ve YÖNTEMİ

Bu araştırmanın amacı uluslararası hastaların ülke ve hastane seçimini ve hastane memnuniyetini ortaya koymaktır. Bu amaçla İstanbul'da faaliyet gösteren özel hastanelerde bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Yöntem

Araştırmaya katılacak uluslararası hastaların seçiminde hastanın hastanede kalış süresi temel ölçüt olarak belirlenmiş ve hastaların en az 3 gün hastanede konaklıyor olmasına dikkat edilmiştir. Bu ölçütler dikkate alınarak İstanbul'daki 4 özel hastanenin uluslararası hastaları ile gönüllülük esasına göre görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri, bir anket aracılığı ile toplanmıştır. Diğer bir ifadeyle, Türkiye'de sağlık hizmeti alan kişilerin algıları; hazırlanan anket formu ile gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konulmasına yönelik bir süreç izlenmiştir.

Yapılan anket çalışması uluslararası hastaların uygun oldukları saatlerde hastanelerde yapılan yüz yüze görüşme ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmede görüşmecilerin düşüncelerini açıklamalarında serbest olmaları, görüşmenin belirli bir süreyle sınırlı olmaması anlaşılmayan soruların tekrar açıklanması sonucunda derinlemesine bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Düzenlenen anket formu ile Türkiye'de sağlık hizmeti alan kişilerin; neden Türkiye'de sağlık hizmeti aldıkları, Türkiye'den sağlık hizmeti almalarının nedenleri, Türkiye'de sağlık hizmeti alının hastanenin seçilme nedeni, Türkiye'den sağlık hizmeti almaya karar verirken etkili olan faktörler, sağlık hizmeti alının hastane ile ilgili bilgilere ulaşma yolları ve Türkiye'deki sağlık hizmetleri ile sağlık hizmeti alının alınan hastaneden duyulan memnuniyetleri araştırılmıştır. Bu çerçevede hazırlanan anket formu ön teste tabi tutulduktan sonra uygulanmıştır.

Anketin güvenilirliği için kullanılan temel analiz Cronbach Alpha (α) değerinin bulunmasıdır. Her bir soru için tek bir α değeri olabileceği gibi, tüm soruların ortalama bir α değeri de olabilir. Tüm sorular için elde edilen α değeri o anketin toplam güvenilirliğini gösterir. Ankette yer alan 27 soru için toplam güvenilirliğin 0.7'den büyük olması nedeniyle (0,771) anketin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir.

Anketin istatistiksel olarak geçerliliği ilgilenilen alanda daha önceden geliştirilmiş olan ve ilgilenilen alanın geçerli ölçüsü olarak kabul edilmiş standart bir ölçeği (anket) olmadığından; çalışma için geliştirilmiş olan anket ile böyle bir alanın geçerli ölçüsü kabul edilen bir anket aynı anda bireylere uygulanamamış ve bireylerin her iki ölçeğe verdikleri yanıtlar arasında ilişki katsayısı hesaplanamamıştır. Dolayısıyla anketin geçerliliği sınanamamıştır.

Yapılan çalışmanın Türkiye'ye sağlık hizmeti almak için gelen kişilerin tercihlerini yansız bir şekilde yansıtabilmesi için bu türden sosyal araştırmaların taşınması gereken; doğal ortama duyarlılık, araştırmacının katılımcı rolü, bütüncül yaklaşım, algıların ortaya konması, tümevarımcı analiz ve elde edilen verilerin ayrıntılı ve derinlemesine olması

özelliklerini taşımasına dikkat edilmeye çalışılmıştır. 01-30 Haziran 2014 tarihleri arasında anket ile toplanan 115 “denek”e ilişkin veriler SPSS istatistik paket programı kullanılarak analiz edilip, elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Çalışmanın analiz ve bulgular kısmında tüm sorulara ilişkin verilerin frekansları, oransal frekansları ve hesaplanarak yorumlanacaktır. Bunun yanı sıra Likert tipi ölçeğe sahip durumlarda endeks değerleri oluşturulup değerlendirmeler yapılacaktır. Diğer taraftan verilerin uygunluğuna göre çapraz tablolar oluşturulup Türkiye’de sağlık hizmeti alan yabancı uyruklu kişilerin tutum ve algılarına ilişkin çıkarsamalarda bulunulmuştur.

Uygulama Yapılan Hastaneler ve Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırmanın anket çalışmasına izin veren İstanbul’da 4 özel hastane olmuştur. Hastanelerin hizmet türleri ve turist hastaları ile ilgili bilgiler gönüllülük esasına göre hastane yöneticilerinin verdikleri bilgiler ile sınırlıdır.

Hastanelerden birisi dış hastaneleri grubundan olup, 2013 yılında gelen hasta turist sayısı gurbetçiler dahil 4.560 (aylık ortalama 380) olmuştur. Gelen hastaların %70’i aile olarak gelmiş ve ailece dış tedavisi olurken %30’u tek kişi olarak tedavi olmuştur. En fazla hastanın geldiği ülkeler başta Hollanda, Almanya, Fransa ve diğer Avrupa ülkelerini oluşturuyor. Ortadoğu ülkeleri ve Azerbaycan’dan da 2014 senesinde hasta gelmeye başlamıştır. Bu hastanede 45 anket çalışması yapılmıştır

Araştırmaya katılan ikinci hastane ise bir göz hastanesidir. Bu hastaneye 2013 senesinde gelen turist hasta sayısı 960 kişi (aylık ortalama 80) olmuştur. Gelen hastaların %50’si ailesiyle %50’si yalnız gelmiş. En fazla geline ülkeler Azerbaycan, Almanya, Irak ve Hollanda. Bu hastanede 30 anket çalışması yapılmıştır.

Üçüncü hastane ise kulak burun boğaz (KBB) ve estetik hizmetleri vermektedir. 2013 senesinde bu hastaneye gelen turist hasta sayısı 1.344 (aylık ortalama 112) olmuştur. Gelen hastaların %60’si ailesiyle %40’si yalnız geliyor. En fazla geline ülkeler Sudi Arabistan, Dubai, Kuveyt, Irak. Bu hastanede 25 anket çalışması yapılmıştır

Araştırma kapsamına dahil olan dördüncü hastane ise genel sağlık hizmeti veren bir hastanedir. 2013 yılında gelen turist hasta sayısı 600 (aylık ortalama 50) olmuş ve bunların %80 ailesi, %20’si ise yalnız ziyaretçidir. En fazla geline ülkeler Irak, Libya. Bu hastanede 15 anket çalışması yapılmıştır.

Bu tür uygulamaya dayalı araştırmalarda, kapsamlı ve istatistiksel analizlerin nitelikli yapılmış olması için gerekli bilgi ve verilerin yeterliliği ne kadar önemliyse, bu verilere ulaşmak için takip edilmesi gereken sürecin de bir o kadar zor ve uzun zaman aldığı bir gerçektir. Özellikle hasta ve hasta yakınlarının rahatsız edilmemesi, kendileri ile ilgili özel durumlarının, tedavi türü ve sürecinin gizliliği (mahremiyeti) nedeniyle hem hastane yöneticisi ve çalışanları, hem de hasta ve hasta yakınları anket çalışmasına çok tereddütle ve titizlikle yaklaşmışlardır. Ankette yer alan birçok soruyu özellikle demografik bilgilerle

ilgili olanları cevaplanmaktan çekinmişlerdir. Ayrıca görüşmeciler ile yaşanan iletişim (dil) problemi de bir diğer kısıt olmuştur. Dolayısıyla planlanan zaman süresi içerisinde (bir ay) öngörülen sayının çok altında anket çalışması (115) tamamlanabilmiştir. Ancak anket çalışmaları devam etmektedir ve daha kapsamlı olarak sürdürülmesi plan dahilindedir. Aşağıdaki analiz ve bulgular bu çalışmanın bir ön/ara değerlendirmesidir.

ANALİZ, BULGULAR ve DEĞERLENDİRMELER

Araştırmada kullanılan anket aracılığı ile dört ayrı grupta veri toplanmıştır. Birinci grup veriler görüşmecilerden neden kendi ülkeleri dışında (yurt dışında) tedavi görmek istekleri ile ilgilidir. İkinci grup veriler katılımcıların tedavi görmek istedikleri ülkeyi (Türkiye); üçüncü grup veriler de görüşmecilerin tedavi gördükleri hastaneyi hangi ölçütlere göre seçtiklerini belirlemeye yöneliktir. Son olarak dördüncü grup verilerle görüşmecinin genel olarak Türkiye ve hizmet aldıkları hastane hizmetleri ile ilgili değerlendirmelerini kapsamaktadır.

Uygulama sonunda her soru/ifade ile ilgili veriler incelenerek her bir ifadenin belirtilme sıklığı ortaya çıkarılmış ve elde edilen verilere ilişkin bulgular değerlendirilmiştir.

Yurt Dışında Tedavi Alama İsteği

Hastaların neden kendi ülkeleri dışında tedavi almayı uygun buldukları ile ilgili ifadelere katılma sıklıklarına (5'li Likert tipi) ilişkin değerlendirmeler ve her ifade ile ilgili ortalama değerler aşağıda Tablo-1'de yer verilmiştir.

Tablo 1'de görüleceği gibi yabancı hastaların kendi ülkeleri dışında başka bir ülkede tedavi hizmeti almak istemelerinin başında 4,400 puanla “aynı anda tedavi ve turizm gereksinimlerinden yararlanmak” olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle sağlık turizmi amacıyla yurt dışına gitmeyi önemsemektedirler. İkinci sırada 3,939 puanla “başka bir ülkede sosyal statü sebebiyle tedavi olmak”; üçüncü sırada da 3,843 puanla “kendi ülkesinde özel hastanelerde tedavi imkânlarının yüksek fiyatlarda olması” olarak tespit edilmiştir.

Tablo 1. Yabancı Hastaların Yurt Dışını Tercih Nedenleri

NEDEN YURT DIŞI?	(5)* %	(4)* %	(3)* %	(2)* %	(1)* %	N (%100)	Ortalama
Kendi ülkemde sağlık sistemindeki eksikliklerinden ötürü	31,3	33,9	6,1	20,0	8,7	115	3,591
Kendi ülkedeki hastanelerde uzun bekleme sıraları olmasından ötürü	27,0	31,3	4,3	29,6	7,8	115	3,400
Kendi ülkedeki hastanelerde yeterli teknolojik donanım bulunmadığı için	34,8	22,6	8,7	24,3	9,6	115	3,487
Almak istediğim tedavi kendi ülkedeki sigorta kapsamında bulunmadığı için	42,6	14,8	4,3	27,0	11,3	115	3,504
Kendi ülkem doktorlarının bilgi ve becerisinin uluslararası standartlarının altında olduğunu düşündüğüm için	30,4	30,4	7,0	20,9	11,3	115	3,478
Kendi ülkemde özel hastanelerde tedavi imkânları yüksek fiyatlarda olmasından ötürü	44,5	29,6	1,7	1,78	9,6	115	3,843
Aynı anda tedavi ve turizm gereksinimleri/ Sağlık Turizmi amacıyla	55,7	35,7	2,6	5,2	0,9	115	4,400
Ülkem dışında başka bir ülkede sosyal statü sebebiyle tedavi olmak popüler olduğu için	41,7	33,0	6,1	15,7	3,5	115	3,939

* (5) Kesinlikle katılıyorum, (4) Katılıyorum, (3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum (kararsızım), (2) Katılmıyorum, (1) Kesinlikle katılmıyorum

Türkiye’de Tedavi Hizmeti Alama İsteği

Hastaların neden Türkiye’de tedavi almayı uygun buldukları ile ilgili ifadelerle ilişkin görüş ve değerlendirmelere (katılma dereceleri) aşağıda Tablo-2’de yer verilmiştir.

Tablo-2’de görüldüğü gibi yabancı hastaların Türkiye’yi seçme nedenlerine ilişkin ifadelerle verdikleri puan ortalamaları oldukça yüksek olmuştur. Özellikle “Türkiye’de özel hastanelerde tedavi olmanın kendi ülkelerine göre daha ucuz olduğu (4,591)”, “Sağlıkları ile ilgili kaygılarının Türkiye’de tedavi olarak; iyi sonuçlar ile ülkelerine döneceklerini öngördükleri (4,504) ve “Türkiye’de hastanelerin verdikleri tedavi hizmetlerinin uluslararası standartlarda olduğu (4,478)” için Türkiye’yi seçtikleri gözlemlenmiştir. Bir ülkenin sağlık turizminde sürdürülebilirlik göstergeleri olarak bu algıları dikkate alması ülke turizmi açısından göz ardı edilmeyecek unsurlardandır.

Tablo 2. Yabancı Hastaların Türkiye’yi Tercih Nedenleri

NEDEN TÜRKİYE?	(5)* %	(4)* %	(3)* %	(2)* %	(1)* %	N (%100)	Ortalama
Türkiye’de özel hastanelerde tedavi olmak kendi ülkeme göre daha ucuz olduğu için	66,1	30,4	0,9	1,7	0,9	115	4,591
Türkiye’de hastanelerin verdikleri tedavi hizmetleri uluslararası standartlarda olduğu için	53,9	40,00	6,1	-	-	115	4,478

Türkiye’de tatil yapmayı planladığım için almak istediğim tedaviyi de bir arada gerçekleştirmek için	47,8	45,2	2,6	4,3	-	115	4,365
Sağlığım ile ilgili kaygıların Türkiye’de tedavi olarak; iyi sonuçlar ile ülkeme döneceğimi öngördüğüm için	55,7	40,00	3,5	0,9	-	115	4,504
Türkiye’nin sağlık turizmi ile ilgili popülerliğinden ötürü	45,2	46,1	6,1	2,6	-	115	4,339
Türkiye’nin turistik bir ülke olmasından ötürü	48,7	44,3	3,5	3,5	-	115	4,383

* (5) Kesinlikle katılıyorum, (4) Katılıyorum, (3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum (kararsızım), (2) Katılmıyorum, (1) Kesinlikle katılmıyorum

Hastanenin Tercih Edilme Göstergesi

Sağlık hizmetleri veren hastana işletmelerinin tercih edilme göstergeleri üzerinde hasta ve hasta yakınlarının algıları ve değerlendirmeleri hastane işletmeleri açısından önem arz etmektedir. Bu araştırma kapsamında görüşülen yabancı hastaların tedavi hizmeti aldıkları hastaneleri seçme nedenleri ile ilgili yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular Tablo 3’de özet olarak verilmiştir.

Tablo 3. Yabancı Hastaların Hastane Seçimini Etkileyen Unsurlar

NEDEN BU HASTANE?	(5)* %	(4)* %	(3)* %	(2)* %	(1)* %	N (%100)	Ortalama
Bu hastanenin kendi ülkemdeki bilinirliği yüksek olduğu için Türkiye’ye gelip bu hastanede tedavi olmaya karar verdim.	40,9	49,6	7,0	2,6	-	115	4,287
Bu hastane ile ilgili yakın çevremden aldığım tavsiyeler sebebiyle	55,7	37,4	2,6	3,5	0,9	115	4,435
Bu hastane A plus hastalar için lüks standartlara sahip olmasından ötürü	57,4	33,0	7,0	1,7	0,9	115	4,443
Bu hastanenin doktorlarının ve sağlık ekiplerinin uluslararası platformdaki bilinirliği ve başarılarından ötürü	54,8	36,5	7,8	0,9	-	115	4,452
Bu hastanede tedavi olarak kendi ülkeme gittiğimde sosyal statümü olumlu yönde etkileyeceğini düşündüğüm için	47,8	34,8	5,2	6,1	6,1	115	4,122
Bu hastane de tedavi olmak kendi ülkemde tedavi olmaktan daha ucuza geleceği için	47,0	42,6	7,0	1,7	1,7	115	4,313
Kendi ülkemde görsel ve yazılı basında hastanenin reklamını oldukça fazla gördüğüm için	51,3	36,5	7,0	3,5	1,7	115	4,322
Kendi ülkemde yurt dışında tedavi olmak için başvurduğum aracı kurumun bu hastaneye yönlendirmesi nedeniyle	43,5	36,5	2,6	10,4	7,0	115	3,991

* (5) Kesinlikle katılıyorum, (4) Katılıyorum, (3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum (kararsızım), (2) Katılmıyorum, (1) Kesinlikle katılmıyorum

Tablo-3’de görüldüğü gibi hastane seçimini belirleyen unsurlar arasında birinci sırada (4,452 ortalama ile) “hastanenin doktorlarının ve sağlık ekiplerinin uluslararası platformdaki bilinirliği ve başarıları” yer almaktadır. İkinci sırada (4,443) “seçtikleri

hastanenin A plus hastalar için lüks standartlara sahip olduğu”nu düşünmeleri ve üçüncü sırada (4,435) “hastane ile ilgili yakın çevremden aldığı tavsiyeler” olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla hastane seçimini etkileyen önemli faktörler arasında doktor ve hastane hizmetlerinin/donanımının kalitesi gibi teknik etkenler kadar hastanenin verdiği hizmetler açısından popüler olması ve başkaları tarafından da tavsiye edilmiş olması gibi psikolojik faktörlerin de önemli olduğu söylenebilir.

Yabancı Hastaların Sonuç Değerlendirmeleri

Görüşme yapılan yabancı hastaların Türkiye’de sağlık hizmeti almaya nasıl karar verdiklerine ilişkin bilgiler aşağıda Tablo-4’de verilmiştir. Tablo 4’de görüleceği gibi hasta ve yakınlarının çoğunluğunun (% 53,9) “tatil ve tedavi hizmetlerini bir arada gerçekleştirmek” için Türkiye’yi tercih ettiklerini bildirmişlerdir.

Tablo 4. Yabancı Hastaların Türkiye’yi Tercih Etme Nedeni

	Kişi Sayısı	%
Fiyatlarının uygun olması	28	24,3
Bekleme sıralarının olmaması	18	15,7
Kaliteli sağlık hizmeti	7	6,1
Türkiye’de tatil ve tedavi hizmetlerini bir arada gerçekleştirmek	62	53,9
Toplam	115	100,0

Görüşme yapılan yabancı hastaların seçtikleri hastane ile ilgili bilgiye nasıl ulaştıklarına dair veriler (Tablo 5) incelendiğinde; bu bilgilere daha çok internette arama (%33,9), reklamlar (% 30,4) ve aracı kurumlar (% 22,6) yardımıyla ulaştıkları görülmektedir.

Tablo 5. Yabancı Hastaların Hastane ile İlgili Bilgiye Ulaşma Araçları

	Kişi Sayısı	%
Reklamlar	35	30,4
Aracı Kurum	26	22,6
Tavsiye Üzerine	15	13,0
İnternet Araştırma Sonucu	39	33,9
Toplam	115	100,0

Araştırmaya katılan yabancı hastaların Türkiye deneyimleri ve tedavi oldukları hastaneden aldıkları hizmetler ile ilgili yaptıkları değerlendirmelere ilişkin bilgiler (sonuç bildirgesi) Tablo-6’da yer almaktadır.

Tablo 6. Yabancı Hastaların Sonuç Bildirgesi

	Kesinlikle Evet %	Evet %	Belki %	Hayır %	Kesinlikle Hayır %
Sizce Türkiye sağlık turizmüne uygun bir ülke mi?	49,6	38,3	12,2	0,0	0,0
Bir sonraki tedavi ihtiyacınızda tekrar Türkiye’yi tercih eder misiniz?	51,3	35,7	13,0	0,0	0,0
Bir sonraki tedavi ihtiyacınızda tedavi olduğunuz hastaneyi tekrar tercih eder misiniz?	56,5	29,6	13,9	0,0	0,0

Yukarıdaki yer alan veriler ile ilgili yapılan çapraz tablo analizleri ve bulgulardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Tablo 7. Hasta Turistlerin Türkiye’de Sağlık Hizmeti Alma Kararı ile Bir Sonraki Tedavi İhtiyacında Tekrar Türkiye’yi Tercih Etme Kararına İlişkin Çapraz Tablo

Çapraz Tablo			Türkiye’de sağlık hizmeti almaya nasıl karar verdiniz?				Toplam
			Fiyatlarının uygun olması	Bekleme sıralarının olmaması	Kaliteli Sağlık Hizmeti	Türkiye’de Tatil ve Tedavi hizmetlerini bir arada gerçekleştirmek	
Bir sonraki Tedavi ihtiyacınızda tekrar Türkiye’yi tercih eder misiniz?	Belki	Kişi Sayısı	4	0	2	9	15
		%	26,7%	0,0%	13,3%	60,0%	100,0%
	Evet	Kişi Sayısı	9	9	4	19	41
		%	22,0%	22,0%	9,8%	46,3%	100,0%
	Kesinlikle Evet	Kişi Sayısı	15	9	1	34	59
		%	25,4%	15,3%	1,7%	57,6%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	28	18	7	62	115
		%	24,3%	15,7%	6,1%	53,9%	100,0%

Bir sonraki tedavi ihtiyacında “kesinlikle” tekrar Türkiye’yi tercih edeceklerini beyan edenlerin %25,4’ü (15 kişi) Türkiye’de sağlık hizmeti fiyatlarının uygun olması nedeniyle, %15,3’ü bekleme sıralarının olmaması nedeniyle ve %57,6’sı (34 kişi) Türkiye’de tatil ve tedavi hizmetlerini bir arada gerçekleştirmek için Türkiye’yi tercih etmişler.

Tablodan ayrıca görülmektedir ki, bir sonraki tedavi ihtiyacında “belki” tekrar Türkiye’yi tercih edeceklerin %26,7’si (4 kişi) Türkiye’de sağlık hizmeti fiyatların uygun olması nedeniyle, %13,3’ü (2 kişi) kaliteli sağlık hizmeti nedeniyle ve %60’ı (9 kişi) Türkiye’de tatil ve tedavi hizmetlerini bir arada gerçekleştirmek için tercih etmişler. Tablodaki diğer veriler de benzer şekilde ilişkilendirilerek yorumlanabilir. Ancak burada, şunu belirtmek gerekir ki, bir sonraki tedavi ihtiyacında tekrar Türkiye’yi tercih etmekle ilgili tereddütlü olanlarla (belki diyenler) kesinlikle tekrar gelebileceğini ifade eden yabancı hastaların Türkiye’yi sadece tedavi amaçla değil aynı zamanda turistik bir destinasyon olarak algıladıkları açık bir şekilde görülmektedir.

Aşağıda Tablo 8’de görülebileceği gibi, “Türkiye sağlık turizmine uygun bir ülke mi?” sorusuna “belki” diyenlerin %71,4’ü (10 kişi) bir sonraki tedavi ihtiyacında “belki” tekrar Türkiye’yi tercih edeceğini beyan ederken; %7,1’i (1 kişi) kesinlikle Türkiye’yi tekrar tercih edeceğini düşünmektedir.

Tablo 8. Hasta Turistlerin Türkiye’nin Sağlık Turizmine Uyguluğu ve Bir Sonraki Tedavi İhtiyacında Tekrar Türkiye’ye Gelme Düşüncelerine İlişkin Çapraz Tablo

Çapraz Tablo			Bir sonraki tedavi ihtiyacınızda tekrar Türkiye'yi tercih eder misiniz?			Toplam
			Belki	Evet	Kesinlikle Evet	
Sizce Türkiye Sağlık Turizmine uygun bir ülke mi?	Belki	Kişi Sayısı	10	3	1	14
		%	71,4%	21,4%	7,1%	100,0%
	Evet	Kişi Sayısı	4	31	9	44
		%	9,1%	70,5%	20,5%	100,0%
	Kesinlikle evet	Kişi Sayısı	1	7	49	57
		%	1,8%	12,3%	86,0%	100,0%
Toplam		Kişi Sayısı	15	41	59	115
		%	13,0%	35,7%	51,3%	100,0%

Yine Tablo 8’de görülebileceği gibi, Türkiye’yi kesinlikle turizme uygun bir ülke olarak görenlerin %86’sının bir sonraki tedavi ihtiyacında “kesinlikle” tekrar Türkiye’yi tercih edeceğini belirtirken, sadece %1,8’i bir sonraki tedavi ihtiyacında “belki” tekrar Türkiye’yi tercih edeceklerini bildirmişlerdir. Tablodaki diğer veriler de benzer şekilde ilişkilendirilerek yorumlanabilir.

İstanbul’da 4 özel hastanede 115 yabancı hastanın katılımı ile sağlanan verilere dayalı yapılan analizlerle elde edilen bulgu ve değerlendirmeleri araştırma evreninin tümüne genellemek istatistiksel olarak yeterli olmayacaktır. Ancak kısıtlı da olsa elde edilen yukarıdaki bulgular, yabancı hastaların kendi ülkeleri dışında tedavi hizmeti almak istemeleri, bu hastaların neden Türkiye’yi seçtikleri ve hastane seçimleri ile ilgili ölçütler hakkında fikir verici ön bilgiler olarak önem arz etmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma kapsamında incelenen araştırmalar ve bu araştırma, uluslararası hastaların tedavi olacakları ülkeleri seçerken çeşitli tercih ölçütlerine sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, uluslararası hastaların bu ölçütlere dayanarak sağlık hizmeti alabileceği ülkeyi ve sağlık kuruluşunu araştırıp bulma eğilimi gösterdikleri söylenebilir.

Uluslararası hastaların kendi ülkelerinin dışında başka bir ülkede tedavi hizmeti almak istemelerinin başında “tedavi ve turizm gereksinimlerini aynı anda gidermek” (sağlık turizmi), özel hastanelerde “tedavi imkânlarının kendi ülkelerinde yüksek fiyatlarda olması” ve “sosyal statü sebebiyle başka bir ülkede tedavi olmanın popüler olduğu” görüşü önemli bir bulgu olarak değerlendirilebilir. İnsan ömrünün uzadığı ve sağlık hizmetine olan ihtiyacın artarak devam ettiği günümüzde görülüyor ki sağlık turizmi bugün olduğu gibi ileride de önemini artırarak sürdürecektir.

Bu durumda sağlık amacıyla yurtdışına seyahat eden uluslararası hastaya (hasta turist) hizmet verecek ülkelerin ve bu ülkelerdeki sağlık kuruluşlarının hasta turistlere hizmet sunumundaki tüm süreçleri iyi bilip yönetmesi ve hasta memnuniyetini sağlaması gerekmektedir.

Türkiye özellikle son yıllarda pek çok (coğrafi, kültürel, sosyal ve ekonomik çekicilik) nedenlerden dolayı, dünya genelinde sağlık turizmi ve sağlık turizmi kapsamında sunulan tedavi hizmetlerinde önde gelen ülkeler arasında yer almaya başlamış bulunmaktadır. Daha önce yapılmış araştırmalardan (metin içinde belirtilen) ve bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre uluslararası hastaların Türkiye'yi tedavi için seçmelerinin gerekçeleri arasında şunların öne çıktığı görülmekte; sunulan hizmetlerin hem yüksek kaliteli olması hem de makul fiyatlarla elde edilebilmesi ve Türkiye'nin turistik cazibesiyle birleştirebilmesi. Burada üzerinde durulması gereken önemli konu, Türkiye'nin sağlık turizmi konusunda rekabetçi üstünlük unsurlarıdır. Bu unsurlar; hastanelerin alt yapılarının ve donanımlarının yüksek kalitesi, başta hekimler olmak üzere eğitim seviyesinin uluslararası standartlarda olmasına karşın fiyatlarının diğer ülkelere göre daha avantajlı olması, tedavi ihtiyaçları ile aynı zamanda turistik ihtiyaçlarını da birlikte giderebilecek zengin bir turistik ürün çeşitliliği ilk akla gelenler arasında sayılabilir.

Bu bağlamda uygulayıcılara, yöneticilere ve diğer kesimlere ayrı ayrı öneriler sunulması açısından; sağlık turizmi kendi içinde hastaların demografik özellikleri, hastalık türü, tedavi şekli ve süreci dikkate alınarak farklı gruplara ayrılabilir. Her grup için sunulacak hizmet türü ve buna bağlı olarak pazar stratejilerinin farklı olacağı da düşünüldüğünde bu konuda daha ayrıntılı çalışmalar yapılmasına gerek duyulmaktadır. Yapılacak yeni çalışmalarla hem ülke imajı hem de hizmet türü, niteliği ve zenginliği açısından yapılması gerekenler hakkında önemli bilgilere ulaşmak mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Al-Eisa, I., Al-Mutar, M., Radwan, M. and Al-Terkit, A. (2005). Patients' Satisfaction with Primary Healthcare Services at Capital Health Region, Kuwait. *Middle East Journal of Family Medicine*, Vol. 3 No. 3, pp. 10-16.
- Angela, Coulter and Paul D. Cleary, (2013). Patients' Experiences With Hospital Care In Five Countries. *Health Affairs*, Volume 20, Number 3.
- Aydın, D., Aypek N., Aktepe D., Şahbaz R.P., Arslan S. (2011). *The Future of Medical Tourism*, HealthTourism Unit, General Directorate of Primary Health Service, Ministry of Health, Turkey. [URL: <http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/dosya/1-71912/h/turkiyede-medikal-turizm-gelecegi.pdf>.](Last accessed Feb 28 2012).
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de Alternatif bir Turizm: Sağlık Turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23), ss. 91-96.
- Badri, M.A., Attia, S. and Ustadi, A.M. (2009). Healthcare quality and moderators of patient satisfaction: testing for causality, *International Journal of Healthcare Quality Assurance*, Vol. 22 No. 4, pp. 382-410.
- Carman, James M. (2000). Patient Perceptions of Service Quality: Combining the Dimensions. *Journal of Management of Medicine*, V:14, No:5/6.

- Chunlaka, P., (2010). *International Patients' Satisfaction Towards Nurses Service Quality At Samitivej Srinakarin Hospital.*). Master's Project.
- Cohen, E., (2006). Medical Tourism in Thailand. *Turk –Kazakh International Tourism Conference: New Perspectives and Values in World Tourism and Tourism Management in the Future*, 20-26 November, Alanya ,Turkey, Conference Proceedings pp 87-117.
- Devebakan, N. ve Aksaraylı M. (2003). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 5, Sayı:1.
- Ersoy, F., Edirne T., Yıldırım C. (2005). Birinci Basamakta Hasta Memnuniyeti, www.sabem.saglik.gov.tr/Akademik_Metinler.
- Lee, Wan-I, Shih, Bih-Yaw, Chung, Yi-Shun. (2008). The Exploration of Consumers' Behavior in Choosing Hospital by the Application of Neural Network. *Expert Systems with Applications*, 34, pp. 806-816.
- Milstein, A., Smith M. (2006). America's New Refugees – Seeking Affordable Surgery Offshore. *N. Engl J Med*. 355 (16):1637-40.
- Ministry of Health Turkey. (2011). *Turkey Health Transformation Program*. [URL: <http://www.saglik.gov.tr/EN/dosya/2-1261/h/turkey-health-transformation-program-2003-2010.pdf>.] (Last accessed Feb 28 2012).
- Mostafa, M. (2005). An empirical study of patients' expectations and satisfactions in Egyptian hospitals. *International Journal of Healthcare Quality Assurance, Incorporating Leadership in Health Services*, Vol. 18, pp. 516-532.
- Panvelkar, P., Saini, B. and Armour, C. (2009). Measurement of patient satisfaction with community pharmacy services: a review. *Pharmacy World and Science*, Vol. 31, pp. 525-537.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2012). *Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu*. Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, ISBN: 978-590-441-2.
- Smith, R., Martínez Álvarez M., Chanda R., (2011). Medical Tourism: A Review of the Literature and Analysis of a Role for Bilateral Trade. *Health Policy* 103(2-3):276-82.
- Tarım, M.. (2000). Hizmet Organizasyonlarında (Hastanelerde) Kalite. Prof. Dr. Nusret Ekin'e Armağan, *Türk Ağır Sanayii ve Hizmet Sektörü Kamu İşverenleri Sendikası Yayını* No:38, Ankara.
- Van Dusen, A. Outsourcing your health. Forbes Web Site. 22 Mayıs 2007.
- Varinli, İ. ve Çakır, A. (2004). Hizmet Kalitesi, Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki -Kayseri'de Poliklinik Hastalarına Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), ss. 33-52.
- Woodman J., (2009). *Patients Beyond Borders: Turkey Edition*. Chapel Hill: Healthy Travel Media.
- Yıldırım, H.H. (2006). *Türkiye'de Sağlık Turizmi Potansiyeli ve Güçlükler*. AB Sağlık Araştırmaları Merkezi Derneği 24 Mayıs, Ankara, www.absaglik.com
- York, A.S., McCarthy, K.A., (2011). Patient, staff and physician satisfaction: a new model, instrument and their implications, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 24 (2), ss.178-191.



15. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

13-16 Kasım 2014, Ankara

Düzenleyen
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ

turizm.gazi.edu.tr



www.gazi.edu.tr