

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİST REHBERLİĞİ
ANABİLİM DALI
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİST REHBERLİĞİ BİLİM
DALI

TURİST REHBERLERİNİN İŞ YAŞAM KALİTESİ
ALGILARININ SORUMLU TURİZM ALGILARI
ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Şükran Nur BAYRAKTAR

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Doç. Dr. Serkan AYLAN

KONYA

2023

ÖNSÖZ

Tez çalışma sürecim boyunca, rehberliği, bilgeliği ve destekleri ile bana yol gösteren, motive eden ve çalışmanın her adımında akademik tecrübesini esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Doç. Dr. Serkan AYLAN'a,

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca yardım, bilgi ve tecrübeleri ile bana yol gösteren Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği bölümündeki tüm hocalarıma,

Tezimin veri toplama kısmında bana büyük destek veren tüm arkadaşlarıma ve anket çalışmama katılım gösteren turist rehberlerine,

Her zaman yanımda olup beni destekleyerek, çalışmalarımı odaklanmamı sağlayan, ilgileri, sevgileri ve sabırları ile bugünlere gelmemde büyük payı olan ve her zaman maddi ve manevi anlamda arkamda duran Annem Nebahat BAYRAKTAR'a ve Babam İlker BAYRAKTAR'a,

Sonsuz teşekkürlerimi sunarım...



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Şükran Nur BAYRAKTAR
	Numarası	204265001007
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği / Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Serkan AYLAN
	Tezin Adı	Turist Rehberlerinin İş Yaşam Kalitesi Algılarının Sorumlu Turizm Algıları Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma

ÖZET

Bu araştırmanın temel amacı, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisini ortaya koymak ve bu doğrultuda literatüre katkı sağlayarak, paydaşlara ilgili sorumlulukları hakkında fikir sunmaktır. Araştırmanın bir diğer amacı ise, demografik özelliklere göre iş yaşam kalitesi algısı ve sorumlu turizm algısı arasında farklılık olup olmadığını belirlemektir. Araştırma çerçevesinde daha önce geliştirilmiş olan ölçekler kullanılarak bir anket formu hazırlanmış ve araştırma, İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya ve Muğla Turist Rehberleri Odasına bağlı çalışmakta olan turist rehberlerine uygulanmıştır. Anket yoluyla elde edilen verilerin analiz edilmesi için merkezi eğilim ölçüleri (frekans ve yüzdelik dağılımları) ve istatistiksel analiz yöntemlerinden korelasyon, regresyon, t-testleri ve ANOVA testlerinden yararlanılmıştır.

Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları ile sorumlu turizm algıları arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu ve turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının sorumlu turizm algıları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca araştırmada, turist rehberlerinin cinsiyetleri, gelir düzeyi, eğitim durumu, çalışma kartı türü, mesleki tecrübeleri gibi demografik değişkenlerine göre iş yaşam kalitesi algıları ve sorumlu turizm algıları arasında anlamlı farklılıklar

olduğu saptanmıştır. Yapılan analizlerin sonucuna göre, iş yaşam kalitesi algıları ile cinsiyet, çalışma kartı türü, gelir, eğitim durumu ve mesleki tecrübe değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Sorumlu turizm algıları ile de cinsiyet, çalışma kartı türü, yaş, eğitim durumu, gelir değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: İş Yaşam Kalitesi, Sorumlu Turizm, Sürdürülebilir Turizm, Turist Rehberleri





T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Şükran Nur BAYRAKTAR
	Numarası	204265001007
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği / Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Serkan AYLAN
	Tezin İngilizce Adı	A Study on the Effect of Tourist Guides' Quality of Work Life Perceptions on Perceptions of Responsible Tourism

ABSTRACT

The main purpose of this research is to reveal the impact of tourist guides' perceptions of work-life quality on responsible tourism perceptions and thereby contribute to the literature by providing insights to stakeholders about their relevant responsibilities. Another aim of the study is to determine whether there are any differences in work-life quality perceptions and responsible tourism perceptions based on demographic characteristics. For this research, a questionnaire was prepared using previously developed scales and applied to tourist guides affiliated with the Tourist Guide Chambers in Istanbul, Ankara, Izmir, Antalya, and Mugla. Central tendency measures (frequency and percentage distributions) and statistical analysis methods such as correlation, regression, t-tests, and ANOVA tests were utilized to analyze the data obtained through the survey.

The research results revealed a positive and significant relationship between tourist guides' perceptions of work-life quality and responsible tourism perceptions, indicating that tourist guides' perceptions of work-life quality have a positive and significant effect on their responsible tourism perceptions. Additionally, the research identified significant differences in work-life quality perceptions and responsible

tourism perceptions among tourist guides based on demographic variables such as gender, income level, educational background, type of work permit, and professional experience. According to the findings of the analyses, there were significant differences between work-life quality perceptions and gender, type of work permit, income, educational background, and professional experience variables. Furthermore, responsible tourism perceptions also showed significant differences concerning gender, type of work permit, age, educational background, and income variables.

Keywords: Work-life Quality, Responsible Tourism, Sustainable Tourism, Tourist Guides



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iv
TABLolar LİSTESİ	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İŞ YAŞAM KALİTESİ KAVRAMININ KURAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. İş Yaşam Kalitesi	3
1.2. İş Yaşam Kalitesi Kavramının Ortaya Çıkışı	5
1.2.1. İş Yaşam Kalitesinin Tarihsel Gelişimi.....	6
1.3. İş Yaşam Kalitesinin Amaç ve Önemi.....	6
1.3.1. İş Yaşam Kalitesinin Çalışanlar Açısından Önemi	8
1.3.2. İş Yaşam Kalitesinin İşletmeler Açısından Önemi	9
1.4. İş Yaşam Kalitesinin Çağdaş Yönetim Anlayışı Açısından Önemi	10
1.5. İş Yaşam Kalitesi Unsurları.....	13
1.5.1. Ücretin Uygunluğu ve Adil Düzenlenmesi	13
1.5.2. Güvenli ve Sağlıklı Yaşam Koşulları	14
1.5.3. İnsan Kapasitesini Kullanma ve Geliştirme	15
1.5.4. Büyüme ve Güvenlik.....	16
1.5.5. Sosyal Bütünleşme (Entegrasyon).....	16
1.5.6. Kurallara Bağlılık	17
1.5.7. İş ve Özel Yaşam Alanları Arasındaki Denge.....	18
1.5.8. Sosyal İlişki	19
1.6. İş Yaşam Kalitesini Geliştirmeye Yönelik Programlar	20
1.6.1. İş Zenginleştirme	21
1.6.2. İş Genişletme / İş Büyütme	21
1.6.3. İş Rotasyonu	21
1.6.4. Katılmalı Yönetim	22
1.6.5. Kariyer Geliştirme	22
1.6.6. Scanlon Planı	23

1.6.7. Kendi Kendini Yöneten Takımlar	23
1.6.8. Sendika Yönetimi ile İş Birliği Çalışmaları	23
1.6.9. Değerler ve Değerlere Göre Yönetim.....	24
1.6.10. Örgütsel Değerler	24
1.7. İş Yaşam Kalitesinin Benzer Kavramlarla Olan İlişkisi	25
1.8. Turizm Hizmetlerinde İş Yaşam Kalitesinin Yeri	26
1.9. Turist Rehberliği Mesleğinin Tanımı ve Tarihsel Gelişimi.....	27
1.9.1. Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi ve Özellikleri.....	29

İKİNCİ BÖLÜM

SORUMLU TURİZM KAVRAMININ KURAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. Sorumlu Turizm.....	31
2.2. Sorumlu Turizmin Ortaya Çıkışı	36
2.3. Sorumlu Turizmin Ortaya Çıkışında Sürdürülebilir Turizmin Yeri	37
2.4. Sorumlu Turizmin Ortaya Çıkışında Eko Turizmin Yeri	39
2.5. Sorumlu Turizmin Boyutları.....	42
2.5.1 Sosyo-Kültürel Sorumluluk.....	43
2.5.2. Çevresel Sorumluluk	45
2.5.3. Ekonomik Sorumluluk.....	48
2.5.4. Politik Sorumluluk.....	51
2.6. Turizm Sektöründe Sorumluluklar	52
2.6.1. Turist.....	52
2.6.2. Tur Operatörleri.....	54
2.6.3. Yerel Halk	55
2.6.4. Destinasyon Yönetimi	57
2.6.5. Diğer Turizm İşletmelerinin Sorumlulukları.....	58
2.7. Sorumlu Turizmin Etkilendiği Turizm Çeşitleri.....	59
2.7.1 Alternatif Turizm.....	59
2.7.2 Kültür Turizmi.....	60
2.7.3. Toplum Temelli Turizm	61
2.7.4. Gönüllü Turizm	61
2.7.5. Yeşil Turizm.....	62
2.7.6. Yoksul Yanlısı Turizm	62

2.7.7. Yavaş Turizm	63
2.8. Sorumlu Turizme Yönelik Kuruluşlar	64
2.8.1. Sorumlu Turizm Merkezi (CREST)	64
2.8.2. Küresel Ekoturizm Ağı (GEN)	64
2.8.3. Destinasyon Yönetim Merkezi (DSC)	65
2.8.4. Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (TIES)	65
2.8.5. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC)	66
2.8.6. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Girişimi (ISTI)	66
2.8.7. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm ÖRGÜTÜ (UNWTO)	67
2.9. Dünyada Sorumlu Turizme Yönelik Plan ve Politikalar	67
2.9.1. Myanmar Sorumlu Turizm Uygulamaları	68
2.9.2. Tanzania Sorumlu Turizm Uygulamaları	69
2.9.3. Kerala Sorumlu Turizm Uygulamaları	70
2.9.4. Gambia Sorumlu Turizm Uygulamaları	70
2.10. Türkiye’de Sorumlu Turizme Yönelik Plan ve Politikalar	71
2.10.1. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı	71
2.10.2. Gelecek Turizmde Projesi	72
2.10.3. III. Turizm Şura Toplantısı	73
2.10.4. Kalkınma Planları	73
2.10.5. Yeşil Valiz Sorumlu Turizm Derneği	74
2.10.6. Sorumlu Turizm Sorunsuz Gelecek Projesi	75

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	76
3.2. Araştırmanın Modeli	77
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	80
3.4. Veri Toplama Aracı ve Süreci	80
3.5. Verilerin Analizi	81

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	107
KAYNAKÇA	115

EKLER	136
EK:1 İş Yaşam Kalitesi Ölçeği Formu	136
EK:2 Sorumlu Turizm Ölçeği Formu	137



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Normallik Testi Sonuçları	81
Tablo 2. İş Yaşam Kalitesi Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları	82
Tablo 3. Sorumlu Turizm Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları..	85
Tablo 4. Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun Demografik Özellikleri	88
Tablo 5. Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun İş Yaşam Kalitesi	89
Tablo 6. Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun Sorumlu Turizm Algılarına Yönelik Değişkenler	91
Tablo 7. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algıları ile Sorumlu Turizm Algıları Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları	93
Tablo 8. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Sorumlu Turizm Algıları Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları	95
Tablo 9. Katılımcıların Algıladıkları İş Yaşam Kalitesi Algılarının Sorumlu Turizm Algıları Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	95
Tablo 10. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının, Cinsiyet, Medeni Durum ve Çalışma Kartı Türü Değişkenlerine Göre Farklılaşma Durumları (Bağımsız Örneklem T- Testi Sonuçları)	96
Tablo 11. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının, Cinsiyet, Medeni Durum ve Çalışma Kartı Türü Değişkenlerine Göre Farklılaşma Durumları (Bağımsız Örneklem T- Testi Sonuçları)	97
Tablo 12. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	98
Tablo 13. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Gelir Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	98
Tablo 14. Gelir Düzeyi Bonferroni Testi Sonucu	99
Tablo 15. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	99
Tablo 16. Eğitim Düzeyi Bonferroni Testi Sonucu	100
Tablo 17. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Mesleki Tecrübe Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	101
Tablo 18. Mesleki Tecrübe Bonferroni Testi Sonucu	101

Tablo 19. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	102
Tablo 20. Yaşa Göre Farklılaşma Bonferroni Testi Sonucu.....	102
Tablo 21. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	103
Tablo 22. Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Bonferroni Testi Sonucu.....	103
Tablo 23. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Gelir Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	104
Tablo 24. Gelire Düzeyine Göre Farklılaşma Bonferroni Testi Sonucu	105
Tablo 25. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Mesleki Tecrübe Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)	105

GİRİŞ

Günümüzde yaşanan sosyal, çevresel, kültürel ve psikolojik değişim ve dönüşümler, bireylerin çeşitli gereksinim ve alışkanlıkları üzerinde birtakım etkilere sebep olmuştur. Bu değişimlerden de payını alan seyahat alışkanlıkları, küresel bir turizm hareketinin meydana gelmesine sebebiyet vermiştir. Sosyal ve teknolojik alanda yaşanan küresel değişim ve gelişimler, bireylerde seyahat etmenin yalnızca bir noktadan başka bir noktaya gerçekleştirilen yer değişiminden ibaret olmadığı düşüncesini yaratmıştır. Bununla birlikte, seyahat hareketlerinin öncesi ve sonrasında da pek çok hizmete ihtiyaç duyulabileceğini göstermiştir. Turistlerin gereksinim ve beklentilerine yönelik hizmetlerin sunulması hususunda turist rehberliği mesleği kritik bir öneme sahiptir. Çünkü turist rehberleri, turistlerle birebir iletişim ve ilişki içerisinde. Kültürel deneyimler yaşamak ve seyahatlerinin derinlemesine anlam kazanmasını talep eden ve turistler için rehberlik hizmeti, bu beklentilerin gerçekleşebilmesi için kritik öneme sahiptir. Turist rehberleri bireylerin yerel halk ile yakın temasta bulunup kültürel etkileşim içerisine girme ve gezip görülecek destinasyonların tanıtılması hususunda etkin rol oynamaktadır. Bu perspektiften bakıldığında, turistlerin seyahat ettikleri destinasyondan memnuniyet duygusuyla ayrılmasındaki en belirleyici unsurlardan birinin turist rehberlerinin deneyim, bilgi, davranış ve tutumları olduğu söylenebilmektedir.

Bu araştırmanın konu edindiği iki unsurdan biri olan iş yaşam kalitesi, iş görenlerin refah ve memnuniyet düzeylerine etki eden önemli bir unsurdur. Pozitif yönlü iş yaşam kalitesi algısına sahip olan iş görenler daha mutlu, dengeli ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmektedir. İş görenlerin, istihdam etmekte olduğu işletmelerde bir çalışma grubuna ait olma duygusuyla birlikte kendini değerli ve saygın hissetmesi, iş yaşam kalitesi algılarının yüksek olması durumunda gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra, iş yaşam kalitesi stratejilerini benimsemiş olan işletmelerin nitelikli çalışanları örgüt bünyesinde tutabilmesi, bu işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır.

Turist rehberlerinin birer lider olarak, iş esnasında farkındalıklarının yüksek olması gerektiği spesifik durumlar vardır. Bunlardan biri de sorumlu turizmdir. Sorumlu turizm, turizm gelişimlerinin sosyal, çevresel ve ekonomik etkilerinin

izlenmesi ve değerlendirilmesi, yerel halkın turizmin yönetim süreçlerine aktif biçimde dahil edilmesi, yerel kaynakların sürdürülebilir biçimde kullanımının sağlanması gibi birtakım sürdürülebilir turizm ilkelerini içermektedir. Sorumlu turizm bilinci ile hizmet veren bir turist rehberinin, kültürel değer ve varlıkların saygı görmesi, yerel halk ve turist arasındaki iletişim ve etkileşimin güçlü olması, doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi gibi konularda farkındalığının yüksek olması gerekmektedir.

Çalışma kapsamında, her iş gören gibi turist rehberlerinin de meslekleriyle alakalı birtakım farkındalıklarının yüksek olabilmesi için, öncelikli olarak iş yaşam kalitesi algılarının yüksek olmasının belirleyici bir unsur olabileceği düşünülmüştür. Bu sebeple araştırmadaki asıl hedef, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisini ölçmektir.

Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları, sorumlu turizm algıları üzerinde ne derecede etkilidir? sorusu araştırmanın sorunsalını oluştırmaktadır. Bu sorunun cevaplanmasında, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerinde etkisi olup olmamasına göre seyahat işletmeleri, iş yaşam kalitesi unsurunun önem derecesini belirleyebileceklerdir. Bununla birlikte, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algısı yüksek olduğu takdirde, turizmin sürdürülebilirliği açısından önemli bir unsur olan sorumlu turizm hareketinin, rehberler tarafından daha fazla benimsenmesi ve teşvik edilebilmesi için gerekli olan sağlıklı iş ortamının oluşmasını sağlayabilmek adına bilinlenebileceklerdir. Ayrıca çalışmanın bulgularının, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisini ortaya koyarak bu doğrultuda literatüre katkı sağlayacağı ve paydaşlara ilgili sorumlulukları hakkında fikir sunma hususunda faydalı olacağı düşünülmüştür.

BİRİNCİ BÖLÜM

İŞ YAŞAM KALİTESİ KAVRAMININ KURAMSAL ÇERÇEVESİ

İş yaşam kalitesi, bir kişinin iş ortamında yaşadığı deneyimlerin toplamını ifade eden bir kavramdır. İş yaşam kalitesi, bir kişinin işine ilişkin memnuniyet düzeyi, iş ortamının fiziksel koşulları, iş ortamındaki insan ilişkileri ve iş ortamındaki yönetim tarzı gibi faktörleri kapsar. Bu faktörler, bir kişinin iş ortamındaki deneyimlerini etkileyen önemli unsurlardır (Sirgy vd., 2001).

Çalışma hayatı, insanların yaşamının önemli bir bölümünü kapladığı için genel yaşam doyumunu da etkiler. Bu nedenle iş hayatı, kişinin yaşamında önemli bir yere sahiptir (Keser, 2005: 898). Çalışma hayatı, sadece ekonomik olarak değerlendirilemez; aynı zamanda sosyal, toplumsal ve psikolojik çıktılar da sağlar (Türkay, 2015: 239). İş ortamında çalışanlar, para kazanmak isterler, aynı zamanda başarı ve tatmin duygusu da ararlar (Sirgy vd., 2001). Hatta bu tatmin duygusu, çalışma yaşamını olumlu veya olumsuz yönde etkileyebileceği gibi özel hayatı da etkileyebilir (Wahlberg vd., 2017: 414). Bu nedenle, çalışma yaşamının olumlu olması, mutluluğu ve kişinin mental anlamda iyi oluşunu etkileyebilir (Yüksel, 2011: 48). Bu yüzden, çalışan her birey için işin insancılaştırılması ve iş yaşamı kalitesinin yükseltilmesi önemlidir.

Bu bölümde, iş yaşam kalitesini daha iyi anlamaya yönelik olarak iş yaşam kalitesi kavramının tanımı, tarihçesi, önemi, unsurları, geliştirilmesi ve iş yaşam kalitesiyle ilgili çalışmalar ele alınmıştır. Bu sayede iş yaşam kalitesinin ne olduğu ve neden önemli olduğu daha iyi anlaşılmış olacaktır.

1.1. İş Yaşam Kalitesi

Yaşam kalitesi kavramı, henüz yeni bir oluşum olsa da aslında yüzyıllardır filozoflar arasında ele alınan bir konudur. Aristoteles'in öne sürdüğü "eudaimonia" kavramı, mutluluğu ifade eder ve "iyi yaşamı" veya "yüksek hayat standardı" ile aynı anlamda kullanılır. Ancak mutluluğun tanımı kişiler arasında farklılık gösterdiğinden, bu konuda tartışmalar yaşanmaktadır (Kalaycı, 2014).

Aristoteles'in eserlerinde yer alan "eudaimonia" kelimesi, günümüzde yaşam kalitesi kavramına kaynaklık etmektedir. Harris Rackham tarafından 1926 yılında "refah" olarak tercüme edilen bu kelime, bir duygu, amaç ve faaliyeti ifade etmektedir. Bu nedenle, "yaşam kalitesi" kavramı, "mutluluk" kavramından daha uygun bir terim olarak kabul edilmektedir. Bu kelime, çağdaş edebiyatta sıklıkla kullanılmakta ve esasında yaşam kalitesi anlamına gelmektedir (Bektaş, 2015).

İş yaşam kalitesi kavramı ilk olarak Mayo tarafından 1960 yılında yapılan çalışmalarda kullanılmıştır, ancak sonrasında geçen yarım yüzyıl içerisinde kesin bir tanımı konusunda ortak bir görüşe ulaşılamamıştır (Easton & Laar, 2013: 597). Bu konuda genel olarak tek bir tanımın bulunmamasından söz edilebilir.

İş yaşam kalitesi, yaşam kalitesi kavramının daha spesifik bir alt kümesidir ve çalışma yaşamı ile ilgili olarak tanımlanır. Yaşam kalitesi, işçinin ekonomik ve finansal koşullardaki deneyimlerinin birleşiminden meydana gelir ve bu deneyimler işçinin sosyal, sağlık ve güvenlik, genel insani ve sosyal gelişmesini etkiler (Mishra vd., 2015: 53).

İş yaşam kalitesi, işletmenin verimliliğini ve etkinliğini artırmayı amaçlayan ve aynı zamanda çalışanların refahını hedefleyen, iş tatminiyle ayrı yapılarda olan bir kavramdır. Ancak psikologlar ve yönetim bilimcileri, iş yaşam kalitesinin resmi bir tanımı olmadığını belirtirken, iş yaşam kalitesinin iş tatmininden farklı bir yapıda olduğu görüşünü de ortaya koymuşlardır (Sirgy vd., 2001: 252). Ayrıca, literatürde yer alan diğer önemli kavramsallaştırmalar da incelendiğinde;

İş yaşam kalitesi, çalışanın iş ve yaşamında yüksek düzeyde memnuniyet duygusu, bir çalışma grubuna ait olma hissi ve değerli ve saygın hissetme duygusudur (Rani vd., 2011). Bayır'a (1999: 224) göre iş yaşam kalitesi, çalışanların yaptıkları işle ilgili düşüncelerini, tavırlarını ve beklentilerini şekillendiren, yaptıkları işle ilgili sorunların tespit edilerek çözümlerinin üretilme süreci olarak tanımlanır. Bu süreç, toplumsal sosyo-ekonomik gelişme sürecinde ortaya çıkmaktadır.

İş yaşam kalitesi, çalışanların güvenli ve sağlıklı bir ortamda iş yaşamlarını sürdürebilecek şekilde ihtiyaçlarının karşılanmasını ve işlerinden faydalanmayı sağlar.

Bu ortamda çalışanların yeteneklerini keşfetmeleri ve geliştirmelerine olanak sağlanır. Özkalp ve Kirel (2001) tarafından tanımlanan bu kavram, çalışanların yaptıkları iş nedeniyle faydalı oldukları duygusunun verilmesini de içerir. Bandar ve arkadaşlarına (2017) göre iş yaşam kalitesi ise, bir çalışanın örgütteki hedeflerine ulaşırken kişisel ve iş ihtiyaçlarının tatmin edilmesi ile mutlu olma düzeyidir.

Beh ve Rose'a (2007) göre iş yaşam kalitesi, çalışanların iş hayatında değerli katkılar sağlayabilecekleri ve güvenilir oldukları için örgütler için en önemli kaynak olduğunu düşünen bir ilkeler bütünüdür. Bu yaklaşım, çalışanların iş deneyimlerini ödüllendirici hale getirmeyi, işle ilgili stres yaratan faktörleri düzenlemeyi, iş huzurunu sağlamayı ve çalışanların tatmin edici yollarını keşfetmelerini teşvik etmek için kapsamlı bir yapı sunar.

Bugün, iş yaşam kalitesi, iş ortamında meydana gelen değişiklikler ve çalışanların sürekli olarak artan gereksinimleri ve beklentilerine göre, örgütler verimliliği arttırmak için çalışanlarla olumlu ve doğrudan bir ilişki kurmaya yönelik hareket etmektedirler (Duxbury & Higgins, 2003:1-130).

Özet olarak iş yaşam kalitesine dair birçok tanım bulunmaktadır. Genele bakıldığında iş yaşam kalitesi tanımları, bireyler ve çalışma ortamları arasındaki etkileşimlerden algılanan olumlu yönleri vurgular. Bazı literatür kaynaklarında, iş yaşam kalitesinin çalışma yaşam kalitesi olarak adlandırıldığı da görülmektedir.

1.2. İş Yaşam Kalitesi Kavramının Ortaya Çıkışı

Endüstri devrimi sırasında, makineleşmenin ön plana çıkışı, insan faktörünün önemini azaltmıştır. Bu, organizasyonlardan beklenen değeri alamayan işçilerde tatminsizlik, düzensizlik, işe olan bağlılığın azalması ve iş hayatıyla ilgili yoğun endişe problemlerine yol açmıştır (Jayakumar & Kalaiselvi, 2012: 142).

1930-40 yılları arasında sendika hareketlerinin artış göstermesiyle birlikte, çalışma koşullarının iyileştirilmesi amacıyla talepler dile getirilmiştir. İş yaşam kalitesi konusu, 1950'lerin başından itibaren psikologlar tarafından yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmalar, insan ilişkilerinde iyileşmenin

Üretkenliğe pozitif bir etki yarattığını göstermiştir. Bu nedenle, iş yaşam kalitesi kavramı, çalışma ortamındaki çalışanların yaşam kalitesine değinmektedir (Martel & Dupuis, 2006).

İş yaşamı kalitesi kavramı, örgütsel davranış perspektifinden ve kişilerarası insan ilişkilerinden ilham alınarak oluşturulmuştur. Bu kavram 1972 yılında New York Arden House'da düzenlenen bir konferans sırasında ilk kez kullanılmış ve daha sonra 1973'te Uluslararası İş Yaşamı Kalitesi Konseyi'nin kuruluşuyla bilgi değişimi hedefleyen bir koordinasyon haline gelmiştir. İş yaşamı kalitesi kavramı, işin insancillaştırılması ve demokratikleştirilmesine yönelik bir tepki olarak ortaya çıkmıştır ve işgücünün daha yüksek üretkenlikle çalışmasını destekleyen bir yaklaşım olarak kabul edilmiştir (Cherns 1975'ten aktaran Kaymaz, 2003: 47).

1.2.1. İş Yaşam Kalitesinin Tarihsel Gelişimi

Sanayi devrimi ile işletmelerde verimliliği artırmak amacıyla insanların çalışma koşulları ve çalıştırılma yöntemleri değişmiştir. Bu değişiklikler, birçok olumsuz sonuçları beraberinde getirmiştir. Örneğin, iş görenlerin makineleştirilmesi sonucu, insan faktörünün önemi azalmış ve bu da işyerlerinde morali düşürmeye ve devamsızlık oranlarını artırmaya yol açmıştır. Ayrıca, işyerlerinde tehlikeli çalışma koşulları ve iş kazaları gibi riskler de ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, 20. yüzyılın başlarında işyerlerinde çalışanların güvenliğini ve sağlığını koruma amacıyla mevzuat oluşturulmuştur. Bu mevzuat, iş yaşam kalitesini artırmak ve insanların işyerlerinde mutlu ve memnun olmalarını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır (Wyatt ve Wah, 2001: 59).

1.3. İş Yaşam Kalitesinin Amaç ve önemi

Çağımızdaki örgütlerin çoğunda, iş yaşam kalitesi oldukça önem arz etmektedir. Günümüzde insan merkezli bir yönetim yaklaşımı benimsendiğinden, işletmelerin etkinliğini artırmak ve kalitelerini yükseltmek için çalışanların memnuniyeti ve iş yaşam kalitesinin yüksek olması büyük bir önem taşımaktadır. Bu nedenle, iş yaşam kalitesinin yüksek olması işletmenin etkinliğini artıracak ve kalitesini yükseltecek önemli bir faktördür (Beh & Rose, 2007).

İş yaşam kalitesi çalışanların işleriyle ilgili tatmin düzeylerini ve bağlılıklarını artırmayı, motivasyonlarını yükseltmeyi, işlerinden beklentilerini karşılamayı, başarıyı teşvik etmeyi, mesleki doyumu sağlamayı, çalışma koşullarını geliştirmeyi, adil bir maddi karşılık sunmayı, örgüte olan güveni artırmayı ve olası sorunları önlemeyi amaçlar. Bu sayede çalışanlar daha mutlu, üretken ve sadık olurken, örgüt de başarıya daha kolay ulaşır (Atıcı, 2022: 7).

Çalışanların etkili ve verimli olmaları için iş tatmininin sağlanması da oldukça önemlidir. İş tatminini belirleyen faktörler arasında çalışma koşulları, kariyer olanakları ve maaş gibi birçok unsurun yeterli seviyede olması bulunur. Bu nedenle, bir organizasyondaki iş yaşam kalitesinin artırılması, çalışanların işleriyle bağlarını güçlendirmelerine ve iş tatminlerini artırmalarına yardımcı olabilir. İş yaşam kalitesinin yüksek olması, çalışanların mali durumları, sağlıkları, aileleri ve sosyal hayatları gibi birçok alanda hayatlarına olumlu etki eder (Aydın vd., 2011).

İşletmeler için iş yaşam kalitesi, sürdürülebilir insan kaynağı ve rekabet avantajı sağlaması bakımından da büyük bir önem taşımaktadır (Beh, 2011: 8). İş yaşam kalitesinin artırılması, çalışanların becerilerinin daha iyi kullanılmasını ve katılımlarının artmasını sağlar. Ayrıca, örgüt içinde daha profesyonel, yüksek motivasyonlu ve verimli bir çalışma ortamı oluşturmak için çalışanların becerilerinin geliştirilmesini teşvik eder (Dargahi & Seragi, 2007). Çalışanların işlerine karşı olumlu duygular beslemeleri, memnuniyetlerini yansıtmakta ve tatmin edici bir çalışma ortamı, verimliliği arttırmaktadır (Sheel vd., 2012: 292). Ayrıca, iş yaşam kalitesinin örgütsel adalet algısını etkileyebileceği de söylenebilir. Bu bağlamda, yüksek düzeyde iş yaşam kalitesi algısı, örgütsel adalet algısını da olumlu yönde etkileyebilir (Turunç vd., 2010: 119).

Çok sayıda araştırma, iş yaşam kalitesinin geliştirilmesinin önemine vurgu yapmaktadır. Örneğin; İngiltere’de Somerset Belediyesi’nde çalışan personelin stres seviyelerini ve devamsızlık oranlarını azaltmak için iş yaşam kalitesini arttırmaya yönelik programlar uygulanmıştır. Bu programların sonuçlarına göre, 2001-2002 yılları arasında ortalama devamsızlık süresi 10,75 günken, 2004-2005 yılları arasında 7,2 güne düşmüştür ve bu sayede yaklaşık 1.570.000 pound tasarruf edildiği

düşünülmektedir (Tasho vd., 2005:12). Başka bir araştırmada, bir Amerikan perakende şirketinde personel memnuniyetinin 5 puan artmasıyla müşteri memnuniyetinin de 1.3 puan arttığı, beraberinde de işletme gelirinde 0,5 puan artış sağlandığı görülmüştür (Sivadas & Baker-Prewitt, 2000:75). Bu araştırmalar, çalışanların memnuniyetinin artmasıyla müşteri memnuniyetinin de artacağı ve işletmenin karlılığının artacağı sonucunu ortaya koymaktadır (Abul, 2015:47).

İş yaşam kalitesi, işletmeler ve çalışanlar arasında karşılıklı yarar sağlayan bir ilişkiyi ifade etmektedir. İş yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, çalışanların yararına olduğu kadar işletme performansını da arttırarak işletmeler için fayda sağlamaktadır. Örneğin, iş yaşam kalitesinin yükseltilmesi, çalışanların örgüte olan bağlılıklarını ve performanslarını arttırırken, işletmelerin hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, işletmeler ve çalışanlar arasında kazan-kazan bir ilişki söz konusudur (Pio & Tampi, 2018: 758). Bu ifadelerin sonucunda, iş yaşam kalitesinin önemini çalışanlar ve işletmeler açısından olmak üzere iki farklı başlıkta değerlendirmek gerekmektedir.

1.3.1. İş Yaşam Kalitesinin Çalışanlar Açısından Önemi

İş hayatındaki memnuniyet ve tatmin düzeyi, çalışanın aldığı maddi gelirin yanı sıra, iş arkadaşlarıyla olumlu ilişkiler kurması, işinde üretken olması ve işinden zevk alması ile ilgilidir. Çalışma koşulları ve iş ortamı, çalışanın kendini değerli hissetmesi ve yeteneklerini geliştirebilmesi için uygun olmalıdır. Bu şekilde, iş hayatındaki başarı ve memnuniyet, çalışanın kişisel hayatına da pozitif yönde etki ederek mutluluğunu arttırabilir (Şimşek vd., 2001: 24).

İş yaşam kalitesinin önemi, çalışanların genel hayat kalitesini de etkilemesinden kaynaklanmaktadır. İnsanların hayat kalitesi, mutlu ve sağlıklı olma durumlarına bağlıdır. Ancak çalışanlar, mutsuz ve sağlıksız hissettikleri iş ortamlarında çalıştıklarında, iş tatminsizliği ve tükenmişlik sendromu gibi durumlarla karşılaşır. Bu durumlar, çalışanların iş yaşamında başarısız olmalarına neden olur ve aynı zamanda kişisel hayatlarında da mutsuzluk hissi yaratır. Tükenmişlik sendromuna kapılan bir çalışanın, günlük hayatında keyif alması pek mümkün değildir. Bu nedenle

iş yaşam kalitesinin yüksek olması hem iş verimliliği hem de çalışanların genel hayat memnuniyeti açısından son derece önemlidir (Pio & Tampi, 2018: 761).

Çalışanların iş hayatından aldığı doyum seviyesi, işlerinden beklentileri ile doğru orantılıdır. Düşük iş yaşam kalitesi, çalışanların genel hayatlarını da olumsuz etkiler. İş hayatında yaşanan problemler, kişilerin iş dışındaki hayatlarına olumsuz yansır. Bu nedenle, işletmelerin çalışma saatleri, iş güvenliği ve sağlığı, iş güvencesi, adil değerlendirme ve ücretlendirme sistemleri gibi unsurlara özen göstermeleri gerekmektedir. Ayrıca, çalışanların bireysel gizlilik haklarını korumak da önemlidir. Bu faktörler, iş hayatının kalitesini artırmak için göz önünde bulundurulması gereken hususlardır (Gilbert, 1989: 1059).

Çalışanların sadece maddi kazanç getiren varlıklar olarak görülmemesi gerekmektedir. Aksine, çalışanların sosyal ve duygusal yönleri de dikkate alınmalıdır. Bu nedenle, çalışanların sadece ekonomik beklentilerini değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal beklentilerini de karşılamak önemlidir. İşletmelerin, çalışanların mutlu ve tatmin olmuş hissetmelerini sağlamak için sosyal etkileşimleri teşvik etmeleri, çalışma ortamını olumlu bir hale getirmeleri ve duygusal ihtiyaçlarına önem veren bir kültür oluşturmaları gerekmektedir. Bu şekilde, çalışanların sadece işlerinde başarılı olmaları değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal açıdan da tatmin olmaları sağlanabilir (Üngören & Doğan, 2010).

1.3.2. İş Yaşam Kalitesinin İşletmeler Açısından Önemi

Bir işletmenin iş yaşam kalitesini sağlaması, kurumsal imajını ve itibarını da olumlu yönde etkiler. Bu tür işletmeler, nitelikli iş gücü tarafından tercih edilir ve böylece nitelikli personel işletmeye çekilir. Ayrıca, işletmede mevcut olan çalışanların da elde tutulması sağlanır. Bu durum, işletmenin uzun vadede sürdürülebilirliğini ve başarısını artırır. İşletmelerin iş yaşam kalitesine önem vermesi, kurumsal imajını geliştirerek rekabet avantajı elde etmelerini sağlar. Böylece, işletmeler daha fazla müşteri çeker ve sektörde lider konuma yükselir (Fapohunda, 2013).

İşletmelerin en önemli hedeflerinden biri, kaynakları verimli bir şekilde yönetmek ve israfı önlemek suretiyle üretim sürecindeki kısıtlı kaynakları kullanarak

mümkün olan en yüksek verimliliği elde etmektir (Şimşek vd., 2001: 138). Bu, işletmelerin temel amacıdır ve bu amaca ulaşmanın yolu, iş yaşam kalitesinin sağlanmasına dayanmaktadır. İşletmeler, çalışanların motivasyonunu ve iş tatminini artırarak, hedefledikleri sonuçlara daha kolay bir şekilde ulaşabilirler. Bu nedenle, işletmelerin kaynakları etkili bir şekilde kullanmak ve hedeflerine ulaşmak için iş yaşam kalitesine özen göstermeleri önemli bir husustur.

Kendine güvenen ve hedefleri açık bir vizyona sahip olan işletmeler, uygun kişileri işe alarak başarıya ulaşır ve bu başarı sayesinde piyasada saygınlık kazanır. Doğru kişileri doğru pozisyona yerleştirerek çalışan memnuniyeti sağlar ve örnek bir yönetim anlayışına sahip olurlar. Bu durumda, çalışanlar kendi pozisyonlarında sorumluluk alır, işlerini özveriyle yerine getirir ve kuruma bağlılık hissiyle çalışırlar. Böylelikle, çalışanların katkısı kurumun başarısına doğrudan etki eder (Baltaş, 1999).

Bugün işletmeler, rakipleriyle rekabet ederken işgücünü en etkili biçimde kullanarak daha üstün hale gelmek zorundadırlar. İş doyumunu programları, tüm çalışanların iş doyum seviyesine ulaşmalarını hedeflerken, çalışanların iş hayatındaki kalitelerinin artırılması ve beklentilerinin karşılanması yoluyla en verimli ve motive olmuş halleriyle işletmeye fayda sağlamaları amaçlanır. Çünkü iş yaşam kalitesinin artması, bireylerin verimliliğini artırır ve bu da işletmenin başarısına katkı sağlamaktadır (Kök Bayrak, 2006: 293).

1.4. İş Yaşam Kalitesinin Çağdaş Yönetim Anlayışı Açısından Önemi

Bugünün modern yönetim anlayışına göre, örgütlerin başarısını belirleyen en önemli faktörlerden biri insan faktörüdür. Bu nedenle, işletmeler artık çalışanların zihinsel sağlığına ve işle ilgili bilgi düzeylerine daha fazla önem vermektedir.

İnsanlar, zamanlarının büyük bir kısmını işyerinde geçirdikleri için, işlerinde mutlu oldukları takdirde daha verimli hale gelirler. İş, insanlar için yalnızca bir yaşam biçimi değil, aynı zamanda onları doğal tutsaklıklarından kurtararak, toplumsal hayatta bağımsız kılan bir özellik taşımaktadır. Çalışma hayatındaki kalitenin yükseltilmesi hem işletmeler hem de çalışanlar açısından daha verimli ve üretken bir ortamın meydana gelmesine katkıda bulunurken, aynı zamanda çalışanların sosyo-psikolojik

sorunlarının örgüt içinde daha az görülmesine ve daha iyi bir şekilde çözümlenmesine yardımcı olur (Fettahlioğlu, 2006: 62). Böylece çalışanlar daha mutlu ve sağlıklı bir iş ortamında bulunarak, iş verimliliğinin artmasına destek olurlar.

İş ve iş yeri algısı çalışanlar için işin kendisi kadar önemlidir. Çünkü çalışanlar için işleri sadece para kazandığı yer olmaktan daha fazlasıdır, öyle ki işleri ve çalışılan ortam kişiler üzerinde belirleyici etkiler göstermektedir. Çalışan işinden ve iş ortamından olumlu etkilendiği takdirde, işin verdiği başarı hissi, tatmin, gurur ve topluma katkı sağlama hissi gibi duygular yaşar. Ancak işinden memnun değilse stres ve hoşnutsuzluk yaşayabilmektedirler (Türkay, 2015: 239-240). İşletmelerin hedeflerine ulaşmasında en kritik unsurlardan biri, çalışanların katkısıdır. Bu sebeple, iş yaşam kalitesinin iyileştirilmesi modern yönetim anlayışında önemli bir yer tutmaktadır (Yıldız vd., 2013). Daha iyi bir iş yaşamı, insanların özgüvenlerini ve gelişimlerini arttırırken, uyumluluk, iş birliği ve organizasyonel hedeflere ulaşma konusunda motivasyon sağlamak için teşvik eder. Bu sebeple, çalışanlar iş yaşamının kalitesini algıladıklarında, iş yerinde kendilerini tatmin edilmiş, motive edilmiş ve kararlı hissederler. (Dawar vd., 2014: 312).

Modern işletmeler, kaliteli hizmet sunabilmek ve rekabette öne çıkabilmek için nitelikli iş gücüne ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle, işletmenin kalitesi, iş yaşamının kalitesine bağlıdır (Almarshad, 2015: 142). İş yaşamının kalitesi, iş yerindeki kaza, devamsızlık ve işgücü devir oranları, çalışanlar arasındaki çatışmalar, ekonomik koşullar ve çalışma koşulları gibi faktörlerle belirlenir. Ayrıca, işletmenin başarısı için önemli olan kişi başına üretim verimliliği, hata oranları, çalışanlara sunulan sosyal ve eğitim olanakları gibi unsurlar da önemlidir. İşletmelerin bu faktörleri göz önünde bulundurması ve politikalar geliştirmesi yine işletmenin pozitif yönde katkı sağlamaktadır.

Verimliliği artırmak için, sadece yetenek, beceri, işe bağlılık ve çaba yeterli değildir, aynı zamanda kuruluşun yönetim anlayışı da önemlidir. Geleneksel ve çağdaş işletmeler arasındaki temel fark, çağdaş yönetim anlayışının insan odaklı olmasıdır. Çağdaş yönetim anlayışı, insanların birlikte çalışarak başarılı olmalarını, güçlü yönlerini ortaya çıkarmalarına yardımcı olmayı ve zayıflıklarını önemsiz hale

getirmeyi hedefler. Bu nedenle, çağdaş yönetimin en önemli hedefi, insanları başarılı bir şekilde bir araya getirmektir ve bu da yönetimin kritik belirleyici etkenidir (Sü, 1999).

Geleneksel yönetim anlayışı, teknolojiye odaklanarak insanları sadece bir araç olarak görür ve kararlara katılım şansı vermez. Bu nedenle, iletişim kanalları oldukça zayıftır. Ancak çağdaş yönetim anlayışı, insanların bir değer olduğunu ve işletmenin vazgeçilmez bir parçası olduklarını hatırlatarak bütünleştirici bir süreç sunar. İletişim, iş birliği ve kararlara katılım çağdaş yönetim anlayışında belirgin bir şekilde vurgulanır (Uysal, 2002).

Çağdaş yönetim anlayışı, çalışanlarla iş birliği yaparak, onların kararlara katılımını sağlayarak ve kişisel istek ve beklentilerini göz önünde bulundurarak işletme hedeflerini gerçekleştirmeyi hedefler. Bu yaklaşımı benimseyen işletmeler, sadece ekonomik büyüme değil, aynı zamanda çalışanların eksiksiz çalışma koşullarına sahip olmaları için de çaba göstermektedirler. Fiziksel koşulların yanı sıra işletme kültürü de dahil olmak üzere, işyerinde mutluluk, bağlılık ve iş birliği yaratan bir ortam yaratmak için yönetim görevini üstlenirler (Serbest, 2000: 33).

Hizmet sektörünün önemli bir parçası olan turizm alanı, müşterilerle doğrudan ilişkide olan çalışanların, konaklama şartları, yiyecek ve içecek standartları kadar, yardımseverlik, kibarlık ve kişisel özellikler gibi unsurları da dikkate alarak müşteri memnuniyetini arttırmaları gerektiğini vurgulamaktadır. Turistler, yeni bir destinasyona geldiklerinde turist rehberliği hizmetine ihtiyaç duymaktadır (Arat & Bulut, 2019). Turist rehberleri, turistlerin seyahatlerinin daha kolay ve sorunsuz geçmesini sağlar ve buna bağlı olarak müşteri memnuniyetini arttırmaya yardımcı olurlar (Tetik, 2006). Bu sebeple, işverenler, çalışanlarından en yüksek verimi almak, onların işe bağlılıklarını arttırabilmek ve kar elde etmek için çalışanların iş yaşam kalitesini arttırmaya odaklanmalıdırlar (Tabassum, 2012).

Sonuç itibariyle yüksek düzeyde iş yaşam kalitesi sunan işletmeler, çalışanların tüm ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerdir. Lawler III ve Ledford'un (1982: 25) belirttiği

gibi, bu tür işletmeler, çalışanların mutluluğunu ve tatminini ön planda tutarlar. Bu bağlamda araştırmanın devamında, iş yaşam kalitesinin unsurları ele alınmaktadır.

1.5. İş Yaşam Kalitesi Unsurları

İş yaşam kalitesi, sektöre ve iş türüne bağlı olarak farklı unsurlar ve boyutlar tarafından şekillendirilir. İş yaşam kalitesinin tanımı kadar, bu kaliteyi etkileyen faktörler konusunda da herkesin üzerinde anlaştığı bir görüş birliği bulunmamaktadır. İlgili alan yazın incelendiğinde, iş yaşam kalitesi konusunda farklı boyutları ele alan birçok araştırma yapıldığı görülmektedir.

Çalışmanın bu kısmında, iş yaşam kalitesiyle ilgili en kapsamlı araştırmalardan birini yapan ve en temel kaynak olarak bilinen Richard E. Walton'ın 1975 tarihli çalışması yer almaktadır. Walton (1975), çalışmasında iş yaşam kalitesini sekiz farklı unsurda ele almıştır.

1.5.1. Ücretin Uygunluğu ve Adil Düzenlenmesi

İstihdamın en temel amacı para kazanarak geçimini sağlamaktır. Ancak, çalışanların bu amaca ne kadar başarılı bir şekilde ulaştığı, çalışma kalitelerini de doğrudan etkilemektedir. Yeterli ücretlendirme ise göreceli bir kavramdır ve değerlendirilmesi için hem öznel hem de nesnel standartlar üzerinde bir fikir birliği yoktur.

Adil ücretlendirme ise işletmeler açısından oldukça önemlidir. Bunun birçok işlevsel anlamı bulunmaktadır (Madankar & Nazem, 2013: 242). İşletmeler, ücretlendirme politikalarını belirlerken genellikle iş değerlemesi yöntemini kullanırlar. Bu yöntemin temel amacı, “eşit işe eşit ücret” ilkesini uygulayarak örgüt içinde denge ve adalet sağlamaktır. Bu uygulama, ücret yapısının oluşumuna yardımcı olan önemli bir etkidir (Şimşek & Öge, 2012: 180).

Çalışanların çoğu, ücretlendirme sisteminin homojen veya tutarlı bir kılavuza sahip olması gerektiğini ve yaptıkları işler için adil bir ücret almadıklarını düşündüklerini belirtmişlerdir (Antle, 2006). Bu nedenle, ücret tatminsizliği çalışanlar arasında yaygın bir sorun haline gelmiştir. Ücret tatminsizliği, çalışanların iş

verimlerinde düşüş, tatminsizlik, daha yüksek maaşlı iş arayışı, grev, işten soğuma ve ayrılma gibi sorunlara neden olmaktadır (Geylan, 1992).

Çalışanların en temel hedefi, işlerinin karşılığı olarak adil bir ücret almaktır. Bu nedenle, işçilerin maaşlarının adil olması, çalışma koşullarından önce öncelikli bir konudur. Ücretler, çalışanlar için büyük bir önem taşır çünkü bu, temel bir geçim kaynağıdır. Solmuş'a (2000) göre adil ve yeterli ücretlendirme, çalışanların yaptıkları işlerin karşılığı olarak aldıkları maaşların, toplumsal olarak belirlenen yeterlilik standartlarına uygun olup olmamasına bağlıdır. Bu nedenle, ücretlendirme politikalarında verilen maaşların yeterli, çalışanların yaptıkları işle orantılı ve çalışanların maaşları arasında bir tutarlılık olması önemlidir (Lokanadha & Mohan, 2011: 833-834).

1.5.2. Güvenli ve Sağlıklı Yaşam Koşulları

İnsan hayatının önemli bir parçası olan çalışma hayatı, günün en yoğun dönemlerine sahip olması sebebiyle oldukça önemlidir. Ancak çalışma ortamı, sağlığı olumsuz yönde etkileyebilecek çeşitli tehlikeler içerebilir. Bu tehlikeler, çalışanların ruhsal, bedensel ve sosyal sağlıklarını etkileyebilir (Mollaoğlu vd., 2010). Dolayısıyla, sağlıklı bir çalışma ortamının oluşturulması, çalışanların sağlıklarını korumaları ve sürdürebilmeleri hususunda son derece önemlidir.

Örgütlerin başarısında en önemli faktör olan insan kaynaklarına yeterli değer verilmesi, işyerilerindeki fiziksel kaynakların çalışanların katkısı olmadan atıl kalacağı gerçeğiyle anlaşıldıktan sonra kabul edilmiştir (Aydemir, 2006: 98-100). İş güvenliği ise, çalışanların hayatını tehlikeye sokabilecek iş şartlarının belirlenerek gerekli önleyici tedbirlerin alınmasıdır (Çıtır, 2005).

Çalışma ortamının güvenliği ve sağlığı, büyük ölçüde işyeri yöneticilerinin sorumluluğunda olup, işyerindeki tehlikelerin minimize edilmesi, iş güvenliği ve sağlık hizmetlerinin yeterli düzeyde olması için gerekli önlemlerin alınması, iş görenlerin rahat ve güvenli bir ortamda çalışmalarını sağlamak için önemlidir (Dikmetaş, 2006: 171). İş yerinde güvenliğin sağlanması, çalışanların motivasyonunu arttırabilir. Yüksek motivasyona sahip çalışanlar işlerine odaklanarak iş kazalarının

önüne geçebilirler. Bunun sonucunda, çalışanların yeteneklerini işlerinde daha iyi kullanılabilmelerine ve iş yaşam kalitelerinin artmasına olanak sağlanmış olur.

Çalışanların verimliliğini artırmak ve motivasyonunu yükseltmek için, iş ortamının rahat ve konforlu olması gerekmektedir. Çalışanların iş yerinde rahat edememesi, performanslarını olumsuz yönde etkileyebilir ve işten uzaklaşmalarına neden olabilir. Bu nedenle, çalışma ortamı, çalışanların ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmeli ve sağlıklı bir çalışma ortamı sunulmalıdır. Böylelikle çalışanlar, işlerini daha etkili bir şekilde yaparak iş performanslarını artırabilirler (Özaydın & Özdemir, 2014).

1.5.3. İnsan Kapasitesini Kullanma ve Geliştirme

İş yaşam kalitesi kavramı, işletmelerin başarısında en önemli faktör olan insan kaynaklarının mevcut ve potansiyel değerini vurgular. Huselid'in (1995) belirttiği gibi, stratejik iş planlarının uygulanması, örgütsel performansın artırılması ve rekabet avantajı elde etme konularında insan kaynakları, rakipler tarafından taklit edilemeyen bir kaynaktır. İşletmelerin bu kaynağı doğru bir şekilde kullanması ve geliştirmesi gerekmektedir. İnsan kaynakları, kurumların en değerli varlıklarıdır ve doğru yönetildikleri takdirde işletmelerin başarısı için kritik bir faktördür. İşletmelerin, insan kaynaklarını doğru bir şekilde kullanarak, stratejik hedeflerini gerçekleştirmeleri, performanslarını artırmaları ve rakiplerinden öne geçmeleri mümkündür. Bu nedenle, işletmelerin insan kaynakları yönetimine öncelik vermesi ve bu kaynağı etkin bir şekilde kullanması büyük önem taşır.

Walton'un (1986) görüşüne göre, işletmelerin insan kaynaklarını etkin bir şekilde kullanmak ve geliştirmek için otonomi ve çok yönlü becerilerin kullanılmasına olanak sağlaması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, işle ilgili süreçler hakkında çalışanlara bilgi verilmesi ve işlerinin planlanması da önemlidir. İşletmelerin büyümesi ve verimliliğinin artması için insan kaynağı, işlerini iyi öğrenmeli ve benimsemelidir. İnsan kaynağı, işletme amaçlarına en uygun şekilde sağlanmalı, verimli bir şekilde kullanılmalı ve geliştirilmelidir. Bu, örgütlerin menfaatleri açısından hayati önem taşır ve işletmelerin başarısı için kritik bir faktördür. Ayrıca,

insan kaynaklarının doğru yönetimi ve geliştirilmesi, işletmelerin hedeflerine ulaşmaları ve rekabet avantajı elde etmeleri için büyük önem taşır.

Özkalp ve Kirel'e (2010) göre, insanların becerileri ve bilgileri doğru şekilde geliştirilerek kullanıldığında, işletmeler uzun vadede büyük kar ve faydalar elde edebilirler. Ancak, insanların kapasiteleri yeterince kullanılmaz ve geliştirilmezse, iş verimliliği ve performansı düşebilir. Bu durum, iş yaşam kalitesinin uzun vadede düşmesine de sebep olabilir.

Buna bağlı olarak, işletmelerin çalışanların kapasitelerini kullanmalarına ve geliştirmelerine izin vermeleri son derece önemlidir. Çalışanların potansiyellerini tam olarak kullanmaları, işletmenin hedeflerine ulaşması ve rekabet avantajı elde etmesi için kritik bir faktördür. İşletmeler, çalışanlarının kapasitelerini geliştirmek için eğitim ve geliştirme fırsatları sunmalıdır. Bu hem işletmelerin hem de çalışanların uzun vadeli başarısı için önemlidir.

1.5.4. Büyüme ve Güvenlik

Çalışanlar için, iş ortamı sadece bir çalışma alanı değil, aynı zamanda kariyer fırsatlarının yoğun olduğu bir yerdir. Bu nedenle, sürekli gelişim imkanları ve iş güvenliği konusu, çalışanların güdülenmesi ve motive olabilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. İş yerindeki kişisel gelişim fırsatları ve eğitimler çalışanların özgüvenini artırarak, iş bağlılığını ve verimliliğini de artırmaktadır. Kariyer planlaması, iş yaşam kalitesi ile doğrudan ilişkilidir. İyi bir kariyer planlaması, çalışanların verimliliğini artırırken, aynı zamanda iş arkadaşları arasındaki ilişkileri geliştirerek, iş tatminini artıran bir etkiye sahiptir. Alan'a (2012) göre, çalışanların iş yerindeki kariyer fırsatlarına erişimleri, onların iş doyumunu ve mutluluğu açısından önemlidir. Bu nedenle, işletmelerin çalışanlarının sürekli gelişimlerini desteklemeleri ve kariyer planlamalarını teşvik etmeleri hem çalışanların hem de işletmenin uzun vadeli başarısı için son derece önemlidir.

1.5.5. Sosyal Bütünleşme (Entegrasyon)

Bir işyerindeki çalışanlar arasındaki etkileşimlerin sağlıklı olması, iyi bir örgüt kültürü için önemli bir gösterge olarak kabul edilir. Bu nedenle, çalışanlar hem resmi

hem de resmi olmayan ortamlarda birbirleriyle etkileşim kurma fırsatı bulmalıdır. Irk, din veya sosyal sınıf ayrımı gözetmeksizin tüm çalışanlara eşit davranılmalı ve eşitlikçi bir ortam sağlanmalıdır. Çalışanlar açısından faydalı sonuçlar sağlamak için, sosyal bütünleşmenin destekleme, eşitlik, hoşgörü, kimlik kavramları ve hareketlilik ile oluşması gerekir. Destekleme, bu kavramların en önemlilerinden biridir ve takım üyeleri arasındaki ilişkilerin doğası ile ilgilidir. Bu, sosyal-duygusal destek, güven, bireyselliğe saygı, açıklık ve dürüstlük ile tanımlanır (Orpen, 1981; Walton, 1986).

Kişisel ilişkilerin iş yaşamında önemi oldukça yüksektir. Çalışma ortamında çalışanlar için önyargısız bir ortam, topluluk hissi, kişiler arasında açıklık ve hiyerarşinin olmaması gibi faktörler oldukça etkilidir (Walton, 1986). Sosyal bütünleşme, çalışanların kişisel kimlik ve özsaygı kazanmalarına, sosyal ve siyasi eşitlik, destekleyici grup çalışmaları ve kişiler arası açıklık gibi özellikler yoluyla sağlanır (Solmuş, 2000: 38). Bu, çalışanların kendilerini bir arada hissetmelerine, birbirlerine destek olmalarına ve açık bir iletişim kurmalarına olanak tanır. Bu şekilde, çalışanlar arasında sağlıklı bir iş ilişkisi oluşur ve çalışma ortamı daha olumlu bir hale gelir.

1.5.6. Kurallara Bağlılık

Çalışanların hakları, onların mahremiyetinin korunması, işyerindeki değişikliklere destek verilmesi, fikirlerini özgürce ifade edebilme, adil bir ödüllendirme sistemine sahip olma ve bu haklarının işlerinde uygulanması gibi unsurları içermektedir (Yücel & Erkut, 2003). Bu bölümün amacı çalışan haklarının korunması, işverenlerin çalışanların özgürlüklerine saygı duyması, onları adil bir şekilde yönetmesi ve tüm çalışanlara eşit muamele edilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Bir işletmenin sağlaması gereken en önemli unsurlardan biri, çalışanların kişisel haklarının korunmasıdır. Bu haklar arasında, çalışanların kişisel mahremiyetine saygı gösterilmesi, farklı düşüncelerini özgürce ifade edebilme hakkı ve eşit muamele hakkı yer alır. Her işletme, bu haklara saygı gösterme konusunda farklı bir yaklaşım sergileyebilir. Ancak, örgütün çalışanlara kişisel dokunulmazlık ve ifade özgürlüğü gibi hakları tanınmasının yanı sıra işle ilgili konularda hukuksal eşitliği sağlaması son derece önemlidir (Erginer, 2003: 208).

Yöneticilerin, işletmelerde çalışan bireylerin iş yaşamları üzerindeki etkisinde adaletli davranışlarının rolü büyüktür. İşletme yöneticilerinin adil bir şekilde davranmaları, çalışanların kendilerini saygın ve değerli hissetmelerine, iş yerinde daha mutlu ve memnun olmalarına ve sonuç olarak iş performanslarının artmasına katkı sağlar (Yücel & Erkut, 2003).

1.5.7. İş ve Özel Yaşam Alanları Arasındaki Denge

Bir kişinin iş hayatındaki deneyimleri, yaşamının diğer alanlarında da etkili olabilir. Örneğin, iş hayatındaki stres ya da fazla çalışma, aile hayatıyla olan ilişkileri olumsuz etkileyebilir. Bu sebeple, bir kişinin çalışan rolü ile diğer rolleri arasında bir denge kurması önemlidir. Bu denge, çalışma saatleri, kariyer hedefleri ve ilerleme olanakları gibi faktörleri içerir. İş ve özel hayat arasında bir denge olmadığı takdirde, iş-aile dengesi sorunu ortaya çıkabilir. Bu nedenle, iş ve özel yaşam arasındaki denge iyi bir şekilde sağlanmalıdır (Akdere, 2006).

İş hayatı ve ev hayatı arasındaki ilişki hem çalışanlar hem de işverenler için önemlidir. Son yıllarda, çalışanlar kariyer, aile hayatı ve boş zaman etkinlikleri arasında bir denge istemekte ve ihtiyaç duymaktadır. Bu dengeyi sağlamak için birçok ülke ulusal politikaları bu yönde geliştirmekte ve örgütlerin çalışanlarına yardımcı olması gerektiği kabul edilmektedir. İş yaşam kalitesini artırmak için, iş ve iş dışı hayatın birbirlerine rakip değil birbirlerini tamamlayan unsurlar olduğu bilinciyle, çağdaş yöneticiler, çalışanları bütün bir insan olarak görmeli ve yönetsel kararlarında bu vizyonu benimsemelidir. Yöneticilerin çalışanların iş ve iş dışı hayatlarını dengelemelerine yardımcı olmaları, iş yaşam kalitesi için önemlidir (Borluk, 2014: 17).

Çalışanlar için iş yaşam dengesini sağlama konusu, pek çok işletme tarafından sunulan aile dostu avantajlar sayesinde kolaylaştırılmaktadır. Bu avantajlar, çalışanların iş yerinde daha fazla esneklik sağlamalarına yardımcı olacak çeşitli programlama seçenekleri sunmaktadır. Esnek mesai saatleri, iş gücü paylaşımı, yarı zamanlı ve evden çalışma, yaz kampları ve yerinde çocuk bakımı bu programlardan bazılarıdır (Robbins vd., 2013: 63). Ancak, çalışanlar uzun saatler boyunca çalıştırılmamalıdır çünkü bu hem psikolojik hem de fiziksel sorunlara neden

olabilmektedir. Bu sebeple, iş ve kişisel hayat arasında bir denge sağlanması önemlidir (Lokanadha & Mohan, 2011: 834).

1.5.8. Sosyal İlişki

İşletme faaliyetleri, topluma etkileri nedeniyle son derece önemlidir. İşletmeler ve çalışanları, sosyal rollerini yerine getirmede pasif kalmamalıdır. Aksi takdirde hem toplumda hem de işletme içinde hoşnutsuzluklar ortaya çıkabilir. Bu tür sorunlarla karşılaşan işletmelerin verimliliği olumsuz etkilenebilir ve çalışanlarının işlerine olan bağlılıkları azalabilir. Bu nedenle, işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirerek, toplum için faydalı olmaları ve çalışanların işlerine olan bağlılıklarını artırmaları önemlidir (Erginer, 2003: 208).

Sosyal sorumluluk, işletmelerin kendi çalışanları ve ailelerinin yanı sıra toplumun genel yararına katkıda bulunma sorumluluğunu ifade etmektedir. Bu faktör, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel gelişmeyi desteklemeyi içermektedir. Bu doğrultuda sorumluluk algısı, işletmenin çalışanlarına karşı olan sosyal sorumluluğunu da tanımlamaktadır. Bu da çalışanların toplumla ilişkilerinde temel bir rol oynamaktadır. Çalışanların işin toplumsal etkisine duyarlı olmaları, işin değerini artırmakta ve öz-saygılarını geliştirmekte önemlidir (Toprak, 2013).

İşletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirme derecesi, çalışanların bu konudaki farkındalığına bağlıdır. Çalışanların işlerinin topluma ne ölçüde katkı sağladığını anlamaları, işletmenin topluma karşı sorumluluklarının daha iyi anlaşılmasını sağlar. Bu da çalışanların iş hayatı kalitesi üzerinde olumlu etkiler yaratır. Dolayısıyla, yüksek sosyal sorumluluğa sahip bir işletmede çalışmak, çalışanların iş hayatlarını geliştirebilmesi için bir fırsat olabilmektedir (Eren, 1993).

Sirgy vd. (2001) göre, iş yaşam kalitesi sekiz alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar arasında güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları, bireysel kapasitenin geliştirilmesi ve kullanılması için fırsatlar sunulması, geleceğe dönük olanakların sürekli olarak sunulması, örgüt içinde sosyal bütünleşme temelinde çalışanların kendilerini ifade etmelerine izin verilmesi, iş yaşam dengesinin sağlanması, işletmenin

sorumluluklarının farkında olunması, yeterli ve adil ücretlendirme gibi unsurlar yer almaktadır.

İslam'a (2012: 22-31) göre ise, iş yaşam kalitesini etkileyen önemli faktörler şunlardır:

- Çalışanları ödüllendiren bir sistem
- Uygun maaş düzeyi
- Belirgin bir kariyer planı ve hedefleri
- Çalışma koşullarının kabul edilebilir olması
- İş güvenliğine insan ilişkileri odaklı bir yaklaşım
- Çalışanların aile hayatı ve mutluluğu
- Geliştirici ve destekleyici bir örgütsel yapı

Bir başka araştırmacı Morton'a (1977: 64-65) göre, iş yaşam kalitesini etkileyen faktörler şunlardır:

- Ücret: Çalışanın aldığı ücretin tatmin edici olması
- Çalışma saatleri: Çalışanların beklentilerine uygun çalışma saatleri (tam zamanlı, yarı zamanlı, vardiyalı vb.)
- İşin doğası: Yapılan işin çalışanlar için tatmin edici olması
- Çalışma ortamının fiziksel özellikleri: Çalışanların motivasyonu ve fiziksel sağlığına uygun çalışma koşulları
- Çalışma ortamında etkili olan iç ve dış faktörler: İşle ilgili tüm etkileyici faktörler.

1.6. İş Yaşam Kalitesini Geliştirmeye Yönelik Programlar

Örgütlerin çalışanlarının iş yaşam kalitesini artırmaya yönelik çabaları hem iş tatmini hem de yaşam tatmini açısından önemli bir role sahiptir (Türkay, 2015: 240). İşyerlerinin çalışanlarının iş yaşam kalitesini artırmaya yönelik çalışmaları genellikle sorumluluk ve esneklik, eşitlik, güvenlik, gurur, mülkiyet, iç demokrasi, özerklik gibi değerleri teşvik etmek üzerine yoğunlaşır. Bu doğrultuda, çalışanlara adil ve destekleyici davranılmasına, kendilerini etkileyen kararlara katılma fırsatının sunulmasına, her düzeyde iletişim kanallarının açık tutulmasına ve görevlerini tamamlama konusunda esneklik tanınmasına özen gösterilir. Ayrıca, iş genişletme, iş

zenginleştirme ve iş rotasyonu, katımlı yönetim, kariyer geliştirme, Sconlon Planı gibi kavramlar da iş yaşam kalitesini artırmaya yönelik stratejiler arasındadır. Bu yaklaşımdaki temel hedef, çalışma koşullarını iyileştirmek yerine işin çekiciliğini artırarak çalışanların motivasyonunu yükseltmek ve daha fazla katılım sağlamaktır (Srivastava & Kanpur, 2014: 54).

1.6.1. İş Zenginleştirme

İşini yeterli bulmayan çalışanların motivasyonunu artırmak için uygulanan bir yöntem olan iş zenginleştirme, çalışanların işlerini daha istekli bir şekilde yapmalarına olanak tanır. Bu programlar, çalışanların özgürlüklerini artırarak tüm faaliyet alanlarını gerçekleştirmelerine yardımcı olur ve kendi performanslarını gözlemleyebilme ve düzenleyebilme becerilerini artırır. İş zenginleştirme yöntemleri arasında işleri uyumlu hale getirme, doğal çalışma ortamları yaratma, müşterilerle iletişim kurma, dikey olarak iş genişletme ve geri dönüşüm ağları oluşturma gibi seçenekler bulunur. (Robbins & Judge, 2013: 246).

1.6.2. İş Genişletme / İş Büyütme

İş genişletme, çalışanların uzmanlaştığı bir iş yerine birden fazla iş alanında uzmanlaşmalarını sağlayan bir yöntemdir (Eren, 1993). Bu sayede, işlerin yatay olarak çeşitlendirilmesi amaçlanır. İş genişletme, monoton ve aşırı uzmanlaşmanın engellenmesi yoluyla daha verimli bir iş ortamı oluşturmayı hedefler. Bu yöntem sayesinde, çalışanların farklı iş alanlarında çalışma fırsatları elde etmesi, işlerinin çeşitlendirilmesi ve daha verimli çalışma alanı sağlanır.

1.6.3. İş Rotasyonu

İş rotasyonu, çalışanların bir görevden diğerine planlı bir şekilde geçirilmesi işlemidir. Bu yöntem, çalışanların farklı işleri ve görevleri öğrenerek iş çeşitliliğini arttırmalarını sağlar. Bu yöntemin temel amacı, çalışanların işlerine olan ilgisini arttırmak ve işletme hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olmaktır (Boone & Kurtz, 2011: 272). İş rotasyonu ayrıca, çalışanların becerilerini geliştirmek için etkili bir yöntemdir. Bu uygulama, işletmenin yararına olmanın yanı sıra çalışanlar için daha fazla kariyer seçeneği sunar ve işe olan ilgilerini artırır (Srivastava & Kanpur, 2014: 55). Örneğin, havayolu şirketinde bilet kesen bir çalışanın aynı zamanda bagaj

taşıma görevini de yapması iş rotasyonunun bir örneği olabilir. İş rotasyonu, rutin işlerin azaltılması, motivasyonun artırılması ve çalışanların işlerinin organizasyona olan etkisini anlamalarına yardımcı olur (Robbins & Judge, 2013: 245-246).

1.6.4. Katılmalı Yönetim

Bir organizasyonda liderlerin çalışanlara yönelik yaklaşımı, çalışanların motivasyonunu önemli ölçüde etkileyebilir. 1970'lerden sonra, klasik yönetim anlayışındaki değişimler ve davranış bilimlerindeki gelişmeler, örgütsel düzeyde amaçların gerçekleştirilmesi, kararların alınması, sorunların çözümü, organizasyonların gelişimi ve değişimin uygulanması için "katılımcı yaklaşımların" ortaya çıkmasına neden olmuştur. Katılımcı yönetim tarzı, örgüt içi bilgi akışında kalitenin artırılması, çalışanların örgütsel bağlılıklarının sağlanması ve örgüt içindeki norm ve değerlerin paylaşılması yoluyla örgütün başarısını hedeflemektedir (Sashkin, 1976: 77).

Katılmalı yönetim anlayışı, işletmenin ana faaliyetlerinin kontrolü ve koordinasyonu için çalışanların daha fazla katılımını sağlayarak karar verme mekanizmasını ve sorumluluk paylaşımını artırmayı amaçlayan bir yönetim stratejisidir. Bu katılım genellikle yetki, bilgi paylaşımı ve ödüllendirme gibi alanlarda gerçekleşir ve işletme için bir yatırım olarak düşünülür. Employee involvement olarak da adlandırılan bu yönetim anlayışı, çalışanların aidiyet duygusunu artırır, örgütsel uyumu sağlar ve işletme içindeki norm ve değerleri çalışanlarla paylaşmayı amaçlamaktadır (Kaufman, 2001: 507).

1.6.5. Kariyer Geliştirme

Bir bireyin çalışma hayatı boyunca kazandığı tecrübeler doğrultusunda yol gösterici olabilmesi kariyer olarak adlandırılırken, kariyer geliştirme ise bireylerin kariyer hedeflerine ulaşabilmeleri için yaptıkları tüm eylem ve faaliyetleri kapsamaktadır. Kariyer geliştirme süreci, kişinin uyum sağlama, yetkinlik, yeterlilik ve kişilik geliştirme gibi alanlarda kendini geliştirmesi ile gerçekleşir.

İşletmeler, çalışanlarının kişisel beceri ve bilgilerini geliştirerek, stratejik hedeflerine daha hızlı ulaşmak için kariyer geliştirme programları yürütmektedirler.

Kariyer geliştirme, uzun vadeli bir yatırım olarak yapıldığında, çalışanların etkinliğini artırmanın yanı sıra yaşam kalitesine de olumlu bir etki yapabilir. Bununla birlikte, örgütler, kariyer geliştirme yoluyla çalışanlarının kariyer yönetimine katkıda bulunarak, onların özgüvenini ve bağlılığını artırabilirler (Ünlü, 2015: 95).

1.6.6. Scanlon Planı

Scanlon Planı, işletmelerde çalışanların performanslarını arttırmak ve motivasyon sağlamak amacıyla kullanılan bir performans paylaşımı yöntemidir. Plan, işletmedeki tüm çalışanların performanslarını ölçerek, üretkenliklerinin artması durumunda karların artmasıyla birlikte ödüllendirilmelerini öngörür.

Bu yöntem, çalışanların işletmenin başarısına daha fazla katkıda bulunmaları için motivasyon sağlamayı amaçlar. Planın adı, ekonomist John T. Scanlon tarafından tasarlandığı için Scanlon Planı olarak anılır. İlk olarak 1937 yılında Scanlon ve ekibi tarafından uygulanan bu yöntem, o zamandan beri birçok işletme tarafından başarıyla kullanılmaktadır (Kaymaz, 2010).

1.6.7. Kendi Kendini Yöneten Takımlar

Kendi kendini yöneten takımlar, belirli işleri yapmak için bir araya gelen 10-15 kişilik gruplardır. Bu gruplar, iş problemlerini kendileri tanımlar, çözüm yolları üzerinde karar verir ve sonuçta sorumluluk alırlar. Üstelik, grup üyeleri kendi aralarında seçim yaparak ve kendilerini değerlendirerek daha verimli bir çalışma ortamı oluştururlar (Robbins & Judge, 2013).

Bu yaklaşım, kalite çemberi uygulamasından farklıdır çünkü üyelerin farklı uzmanlık alanlarından gelmeleri ve farklı görevler üstlenmeleri nedeniyle iş yeniden analiz edilir ve daha etkili bir şekilde çözüme ulaşılır (Hatipoğlu & Zengin, 2018). Bu sayede, üretim artar, teknolojik gelişmelere hızlı bir şekilde uyum sağlanır ve iş yaşam kalitesi yükselir. Ayrıca, devamsızlık oranları da azaldığı için iş verimliliği artar.

1.6.8. Sendika Yönetimi ile İş Birliği Çalışmaları

Sendika yönetimi ile iş birliği çalışmaları, çalışanların haklarını korumak ve işyerinde daha verimli bir çalışma ortamı oluşturmak için yapılan iş birliği

faaliyetleridir. Bu çalışmalar, işveren ve sendika arasındaki ilişkileri olumlu yönde etkiler ve çalışanların memnuniyetini artırır (Kaplan, 2015: 41).

Sendika yönetimi ile iş birliği çalışmaları, iş yaşam kalitesini arttırmak için önemli bir araçtır. Sendika yönetimi ile iş birliği çalışmaları, çalışanların haklarının korunmasını sağlar. Bu çalışmalar sayesinde çalışanlar, işyerinde daha adil bir ücret, daha iyi çalışma koşulları, sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı gibi haklara sahip olabilirler. Bu hakların sağlanması, çalışanların iş yaşam kalitesinin artmasını sağlar. Ayrıca, sendika yönetimi ile iş birliği çalışmaları, çalışanların işyerinde daha fazla söz sahibi olmalarını sağlar. Çalışanların karar alma süreçlerine dahil olmaları, işyerinde daha motive olmalarını sağlar ve iş yaşam kalitesinin artmasına yardımcı olur.

Sonuç olarak, sendika yönetimi ile iş birliği çalışmaları, iş yaşam kalitesinin artması için önemli bir araçtır. Bu çalışmalar, çalışanların haklarının korunmasını sağlar, çalışanların işyerinde daha fazla söz sahibi olmalarını sağlar ve işyerindeki verimliliği artırır. Bu nedenle, işverenlerin sendika yönetimi ile iş birliği yapmaları, çalışanların iş yaşam kalitesinin artması için önemlidir.

1.6.9. Değerler ve Değerlere Göre Yönetim

Değerlere göre yönetim yaklaşımı, insanların sadece ussal davranışlar sergileyebileceği varsayımından ziyade, değerlerin de hareketlerini yönlendirdiği düşüncesine dayanmaktadır. Bu yönetim yaklaşımı, örgütlerin performanslarını artırmak için örgütün değerlerine uygun bir şekilde yönetilmesi gerektiği fikrini savunmaktadır. Değerlere göre yönetim, özellikle bireyleri motive etmek, yeteneklerini geliştirmek, sinerjiyi teşvik etmek ve yenilikleri desteklemek gibi konulara odaklanmaktadır. Bu nedenle, değerlere göre yönetim, örgütlerin başarısı için oldukça önemli bir yönetim yaklaşımıdır (Çelik, 2000).

1.6.10. Örgütsel Değerler

Örgütlerde kabul gören değer sistemleri, çalışanların iş yerindeki davranışlarını önemli ölçüde etkiler. Bir araştırmaya göre, çalışanların iş değiştirme kararlarında örgütsel değerler, diğer değişkenlere göre daha belirleyici bir faktördür (Sheridan, 1992). İşletmelerde çalışanlar, birlikte yaşama, iş bölümü ve dayanışma gibi zorunlu

gereklilikler nedeniyle kendilerine özgü kurallar ve değerler geliştirirler (Başaran, 1998). İşletme içinde sosyalleşme yoluyla, çalışanların örgüte uygun olmayan davranışları örgüte uygun hale getirilmeye çalışılır. Dolayısıyla, uyum süreci işe alım süreciyle başlayıp, sosyalleşme sürecinde devam eder (Çelik, 2000).

Örgütsel değerler, çalışanların iş seçimlerini kolaylaştırarak, işletmenin rekabet gücüne katkı sağlamakta ve çalışanların iş ve işletmeye bağlılığını artırmaktadır. Bunun yanı sıra, kriz durumlarında da örgütün uygulamalarına yol gösterici olmaktadır (Taşdan & Erdem, 2010).

1.7. İş Yaşam Kalitesinin Benzer Kavramlarla Olan İlişkisi

İş yaşam kalitesi, iş tatmini ve iş motivasyonu gibi kavramlar, literatürde sık sık birbirinin yerine kullanılsa da aslında aynı anlama gelmemektedirler (Lee vd., 2007; Kocman & Weber, 2018: 2). İş tatmini, çalışanların işlerinden ne kadar mutlu olduklarını ifade ederken, iş motivasyonu ise çalışanların işlerine karşı duydukları istek ve hevesi ifade etmektedir. İş yaşam kalitesi ise, çalışanların iş ortamında yaşadığı deneyimlerin genel kalitesini ifade etmektedir. Bu kavramlar arasında bağlantılar olsa da farklı anlamlara sahiptirler.

İş tatmini, iş yaşam kalitesinin kaynağı veya sonucu olabileceği gibi, aynı zamanda hem kaynağı hem de sonucu da olabilmektedir. Bu da şu anlama gelir: çalışanlar, iş yaşam kalitesinin iyiliğine ne kadar fazla önem verirlerse, iş tatmini de aynı ölçüde artabilir. Aynı şekilde, iş tatmini ne kadar yüksek algılanırsa, iş yaşam kalitesi algısı da aynı ölçüde artabilmektedir (Alrawadieh vd., 2021).

İş motivasyonu, örgütün başarısını etkileyen bir faktördür ve iş yaşam kalitesinden ayrı bir kavram olarak ele alınmalıdır. İş motivasyonu, iş yaşam kalitesinin gerçekleşmesinde bir etken olarak iş tatmini gibi önemli bir rol oynar. Gökkaya ve Türker (2018: 14) çalışması, iş tatmini ile iş motivasyonu arasındaki benzerliği vurgular ve bu kavramların birbirleriyle yakından ilişkili olduğunu belirtir. Çalışmaya göre, iş tatmini için iş yaşamında yeterince motive edilmiş bir çalışanın olması gerekmektedir. Bu nedenle, iş motivasyonu ve iş tatmini, iş yaşam kalitesi algısını etkilemede önemli bir rol oynar.

Özetle iş yaşam kalitesi, çalışanların iş hayatındaki refahını kapsayan ve iş tatmini ile iş motivasyonunu da içeren geniş bir kavramdır (Alrawadieh vd., 2021). Burada özellikle vurgulanması gereken nokta, çalışanların iş yaşamını “kaliteli” olarak algılamalarının önemidir (Türkay, 2015: 241). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde belirtildiği gibi, çalışanların saygı, kendini gerçekleştirme ve bilgi edinme ihtiyaçlarının karşılanmasında iş yaşam kalitesinin büyük bir rolü vardır (Singhapakdi vd., 2015: 62).

1.8. Turizm Hizmetlerinde İş Yaşam Kalitesinin Yeri

Turizm sektörü, üretim ve tüketim faaliyetlerinin birbirleriyle uyumlu olduğu, kalitenin ve özelliklerin kişiden kişiye farklılaştığı bir alandır (Kozak, 2014: 29-32). Hem üreticiler hem de tüketiciler bu sektörde insan odaklıdır ve emek merkezlidir. Bu nedenle, turizm sektöründe çalışanlar çok önemlidir. İşletmelerin ortamları, çalışanların iş yaşam kalitesini etkileyen önemli bir faktördür (Türkay, 2015: 239). Bir işin ve işyerinin olumlu bir konumda olması, çalışanların memnuniyetini artırır ve iş yaşam kalitesini yükseltir. Ancak, beklentileri karşılamayan bir iş, çalışanlar için stres faktörü olabilir ve iş yaşam kalitesinin düşmesine sebep olabilir (Türkay, 2015: 240).

Turizm sektöründe çalışanlar, uzun ve düzensiz çalışma saatleri, stresli iş ortamı ve düşük ücretler gibi faktörler nedeniyle iş yaşam kalitesi algılarını düşük olarak değerlendirebilmektedirler. Farklı meslek gruplarına ait çalışanların kendilerine özgü özellikleri sebebiyle, turizm sektöründe iş yaşam kalitesi algısı meslekler arasında farklılık göstermektedir. Ancak turizm sektörü, temel olarak bir hizmet endüstrisi olduğundan, farklı alanlarda çalışan bireylerin verimlerini artırabilmek, motivasyonlarını yüksek tutabilmek ve bu sayede işletme açısından verimli bireyleri bünyelerinde tutabilmek adına iş yaşam kalitesi yaratmanın önemi büyüktür. Bu şekilde bireysel ve örgütsel faydalar elde edilebilir (Alrawadieh vd., 2020).

Turizm sektöründe çalışanların iş yaşamlarında iyi olmaları, önemli bir konudur ve bireysel faydalar kadar örgütsel faydalar da sağlamaktadır. Nitelikli işgücüne olan ihtiyaç her geçen gün arttığından, kaliteli çalışanların sektörde tutulması ve işgücü piyasasında rekabetçi kalınması önemlidir.

Nitelikli işgücü, işletmenin imajına ve marka algısına olumlu katkıda bulunarak hem bireysel hem de örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine ve sürdürülebilirliğine yardımcı olur. Ancak, turizm sektöründeki farklı iş kollarında çalışanların iş yaşamında iyi oluş algısının etkileri değişebilir. Bu nedenle, turist rehberleri gibi sektörde sınırlı olarak araştırılan iş kollarında, iş yaşam kalitesi algısının incelenmesi önemlidir.

1.9. Turist Rehberliği Mesleğinin Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu tarafından yapılan tanıma göre, turist rehberi, ziyaretçilere seçtikleri dillerde rehberlik eden ve genellikle uygun bir otorite tarafından verilen veya tanınan özelliklere sahip olan bir bölgenin, kültürel ve doğal mirasını yorumlayan kişidir.

Türkiye'de turist rehberliği mesleği, 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" ile resmi olarak tanınmıştır. Daha sonra yayınlanan "Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği" ise mesleğin gerektirdiği nitelikler, sertifika programları ve mesleğin icrasıyla ilgili detaylı düzenlemeleri içermektedir. Bu yönetmelik, rehberlik mesleğinin daha profesyonel bir çerçeveye kavuşmasını amaçlamaktadır. Turist rehberlerinin belirli şartları yerine getirerek sertifikalarını almaları ve mesleklerini bu çerçevede icra etmeleri gerekmektedir. Bu sayede, turist rehberleri, kaliteli hizmetler sunarak turistlerin ülkemize olan ilgisini artırmaktadır.

Tarihte uzun bir geçmişi olan rehberlik mesleği, insanları yönlendiren ve bilgilendiren bir uğraş olarak başlamıştır. Ancak zamanla, özellikle günümüzde seyahat sektörünün gelişmesiyle birlikte turist rehberi olarak tanımlanan profesyonel bir meslek haline gelmiştir. İlk çağlarda olimpiyat oyunlarında görev alan rehber ile günümüz turist rehberleri arasında farklı roller ve gereksinimler söz konusudur. Rehberlik mesleğinin tanımı da değişen koşullara uygun şekilde değişmiş yenilenmiştir (Çimrin, 1995).

Tarih boyunca insanlar farklı yerleri gezip görme ihtiyacı hissetmişlerdir. Özellikle Roma İmparatorluğu döneminde, insanlar Akdeniz bölgesindeki ünlü tapınaklar, Mısır'daki piramitler, iyileştirici özellikleri olan hamamlar ve deniz

kıyıları, tiyatrolar, festivaller, olimpiyatlar ve diğer eğlence mekanları gibi yerleri ziyaret etmişlerdir. Bu seyahatler için özel tur paketleri hazırlanmıştır. İtalya'dan başlayarak Yunanistan, Anadolu, Mısır ve Roma'yı içeren bu tur paketi, Roma İmparatoru Augustus'un adıyla anılmaktadır ve Augustus Grand Turu olarak bilinir (Lomine, 2005). Bu tarihi tur, bugünkü turizm endüstrisinin öncülerinden biridir ve günümüzde hala insanlar tarafından ilgiyle hatırlanmaktadır.

Sanayi devrimiyle birlikte gelişen teknoloji, ulaşım ve konaklama imkanları, turizm hareketlerini arttırmış ve bu alanda çalışan insanların sayısını arttırmıştır. Amerikalı turistlerin Thomas Cook'u keşfetmeleriyle birlikte paket turlara olan ilgi daha da artmıştır (Ahipaşaoğlu, 2006). Paket turların herkes için ulaşılabilir hale gelmesiyle birlikte, turistik faaliyetleri anlatacak, kültürel yorumlar yapacak ve gezilere rehberlik edecek kişilere ihtiyaç duyulmaya başlanmış ve eğitimler sağlanmıştır. Anadolu, tarihi ve coğrafi konumu nedeniyle önemli medeniyetlere ev sahipliği yapmış ve önemli ulaşım ağlarına sahip olması nedeniyle seyahatlerin önemli bir merkezi konumunda yer almıştır (Sarı Çallı, 2015). Bu nedenle Türkiye turizminin gelişmesi ve rehberliğin bir meslek dalı olarak ortaya çıkması için uygun bir zemin oluşturmıştır.

Türkiye'de turist rehberliği mesleği, Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde görülmeye başlamıştır (Yenipınar & Zorkirişci, 2013). İlk rehberler genellikle Müslüman Türklerin dil yetersizliği nedeniyle belli başlı eserleri okumayan ve kendi lehlerine anlatımlar yapan azınlık nüfusundan gelmiştir. Bu durum, turistlerin yanıltılmasına neden olmuş ve Osmanlı Devleti bir Nizamname yayınlayarak turist rehberliğini belirli şartlara dayandırmıştır (Ahipaşaoğlu, 2006).

Cumhuriyet dönemiyle birlikte, 1925 yılında Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname ile sıkı kurallar belirlenmiştir. Eğitim önemine vurgu yapılan kararname, rehberlik mesleğini icra etmek isteyenleri belli şartlara bağlamıştır. 1929 yılında rehberlik bir meslek dalı olarak kabul edilmiş, belediyelerde turizm şubeleri kurulmuş ve meslek kursları açılmaya devam edilmiştir (Değirmencioğlu, 2001).

İlk yönetmelik 1971 yılında Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği adıyla yayımlanmış ve 1974 yılında Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adını almıştır. 1986 yılında yürürlüğe giren Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği, son haliyle 2014 yılında 29217 sayılı yönetmelikle güncellenmiştir. Turist rehberliği mesleğiyle ilgili çağdaş düzenlemeleri içeren 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ise 2012 yılında kabul edilerek yürürlüğe girmiştir.

1.9.1. Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi ve Özellikleri

Turistler artık seyahat ettikleri yerlerde sadece konforlu ulaşım ve konaklama hizmetlerinden daha fazlasını aramaktadırlar. Yerel imkanlar ve deneyimlerle buluşmak isteyen turistler için turist rehberleri oldukça önemlidir. Turist rehberleri, turizm endüstrisinin vazgeçilmez bir parçasıdır. Çünkü turist rehberleri, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan, doğru bilgi sağlayan ve yerel kültürleri tanıtan profesyonellerdir. Turist rehberlerinin sunduğu kaliteli hizmetler doğrudan turizm kalitesini etkiler ve turistlerin ziyaretlerinin başarısını belirler. Bu nedenle, turizm endüstrisinin başarısı turist rehberlerine bağlıdır ve turizm sektöründe turist rehberleri önemli bir rol oynamaktadırlar.

Turizm sektöründe, turist rehberleri önemli bir role sahiptir ve turistlerin memnuniyetini sağlamak için kendi başarılarının farkında olmaları ve iş hayatlarından doyum elde etmeleri gerekmektedir. Çalışanların iş hayatındaki mutluluk seviyeleri ve işlerine olan olumlu veya olumsuz bakış açıları, turistlere sundukları hizmet sırasında kendiliğinden yansıtılmaktadır. Bu nedenle, turizm çalışanlarının iş hayatlarında duydukları memnuniyet, turistlerin beklentilerine uygun hizmet sunmalarında bile etkili olabilmektedir. Bu sebeple, turist rehberleri, iş hayatlarında mutlu olmaları ve işlerinde başarılı olmaları için çaba göstermelidirler (Dursun & Eriş, 2018: 163).

Turist rehberleri, turistlerin ziyaretlerini turistik deneyimlere dönüştürmek için yetenek ve bilgilerini kullanırlar. Turistler bir yerleri ziyaret ederken, rehberlerin anlatımlarını ve yorumlarını da dinlerler. Turist rehberleri, turistlerin ziyaret ettikleri yerler hakkında bilgi vererek, ihtiyaç ve meraklarını karşılamaya yardımcı olurlar. İyi bir iletişim kurulmadığında, farklı kültürlere mensup bireyler birbirlerini yanlış anlayıp, önyargılara kapılabileceğinden, turist rehberleri, turistler ve yerli halk için

birbirlerinin dilini ve kültürünü tanıma fırsatı sunar (Şahin & Avcıkurt, 2013). Turist rehberleri, turistlerin özel ihtiyaçlarını anlamak ve karşılamak için çaba gösterirler. Ayrıca, turist rehberleri farklı konuları turistler için ilginç bir şekilde sunabilme yeteneğine sahip kişilerdir. Bu nedenle, turist rehberlerinin iyi bir iletişim kurma yeteneği olması gerekir (Alshatnawi, 2014). İyi iletişim kurabilen turist rehberleri, turist gruplarıyla ilişkilerini güçlendirerek, birbirleriyle ve yerel halkla olan ilişkilerini geliştirirler (Geva & Goldman, 1991). Turist rehberleri ayrıca, turist gruplarının yanlış davranışlar sergilemesini engellemek için çaba gösterirler ve ortaya çıkabilecek sorunları çözmeye çalışırlar.

Turist rehberleri, turistlerin seyahat organizasyonlarını kolaylaştırmak ve tur programının sorunsuz bir şekilde işlenmesini sağlamakla sorumludur. Bu nedenle turizm sektörü için önemli bir konuma sahiptirler. Turist rehberleri, turistlerin beklenti ve isteklerine uygun bir tur programı oluşturarak, turistlerin seyahatlerini mümkün olduğunca keyifli hale getirmeye çalışırlar (Korkmaz vd., 2010). Ayrıca turistlerin memnuniyetini sağlamak ve eşsiz bir deneyim yaşatmak için öncü bir rol oynarlar. Turistler, seyahat ürünlerini değerlendirirken turist rehberinin performansını kilit faktör olarak görebilirler (Mossberg, 1995). Turistlerin memnuniyeti, turizm sektörünün gelir payını arttıran önemli bir faktördür ve turist rehberliği mesleği, ülkemizin turizm gelirinin devamı için önemlidir.

İKİNCİ BÖLÜM

SORUMLU TURİZM KAVRAMININ KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Turizm alanında sorumluluk bilinci, turizm araştırmaları ve uygulamaları için önemli bir kavram haline gelmiştir. Genel olarak, sorumlu turizm, yerel topluluklarla ilişki kurarak fayda sağlayan ve olumsuz sosyal ve çevresel etkileri en aza indiren geniş bir turist etkileşimine odaklanmaktadır. Bu yaklaşım etik turizm, ekoturizm, sürdürülebilir turizm ve diğer turizm uygulamalarıyla birlikte değerlendirilse de en kapsayıcı ve tercih edilen kavram olarak öne çıkmaktadır (Caruana vd., 2014: 115).

Bu bölümde, sorumlu turizm kavramı hakkındaki literatürden elde edilen bilgilerle, bu kavramın içeriği, anlamı, ortaya çıkışı gibi konular ele alınmıştır.

2.1. Sorumlu Turizm

Sorumlu turizm, turizm sektöründe geçmiş uzun olmasa da son birkaç yılda önemini giderek artırmıştır. Bu artış, küresel iklim değişikliği, sosyal eşitsizlik ve doğal kaynakların azalması gibi konulara ilişkin uluslararası baskıların turizm sektörüne yansısıyla ortaya çıkmıştır. Bu baskıların etkisiyle, daha sorumlu, daha sürdürülebilir, daha etik ve daha çevreci bir turizm endüstrisi oluşturmak için birçok politika ve girişim geliştirilmiştir (Frey & George, 2008: 107). Sorumlu turizm, dünya genelindeki kültürel ve doğal çeşitliliği tanıyan ve bu konuya önem veren bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletme ve yöneticilerinin, hizmet verdikleri turistlerin ilgi ve isteklerini göz önünde bulundurarak, dünya genelindeki biyolojik ve kültürel çeşitliliği korumaya çalışmalarını ve bu doğrultuda çeşitli turizm ürünleri sunmalarını sağlamaktadır. Böylece, turizm faaliyetleri kültürel çeşitliliği korumakta ve sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Goodwin, 2005).

Türk Dil Kurumu sorumluluk kelimesinin anlamını; “*Kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, sorum, mesuliyet*” olarak açıklamaktadır (TDK, 2023). Oxford Learner’s

Dictionaries (2021)'e göre *“işiniz, pozisyonunuz vb. nedenlerle bir şeyler yapmak, birine yardım etmek veya ona bakmak için ahlaki bir görev”* olarak tanımlanmaktadır.

Sorumlu turizm kavramı ilk olarak 2003 yılında Goodwin ve Francis tarafından literatüre girmiştir. Başlangıçta, turizm bölgelerindeki doğal yaşamın pazarlanması olarak tanımlanmıştır. Ancak sonraki çalışmalarda, etik davranışların geliştirilmesi için eğitimin önemli olduğu ve turizmdeki tüm paydaşların bu eğitimlere katılması gerektiği vurgulanarak, sorumlu bir turizm yönetim şekli olarak tanımlanmaktadır (State & Bulin, 2016). Sorumlu turizm, turizm sektörüyle doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili olan herkesin, eylemlerinin sorumluluğunu üstlenmesi anlamına gelmektedir (Aylan, 2019).

1996 yılında Güney Afrika Turizmi White Paper raporunda, sorumlu turizm kavramı ele alınmış ve temel bileşenleri tanımlanmıştır. Spenceley ve arkadaşları (2002) tarafından belirlenen bileşenlere göre; turizm sektörünün rekabetçi yönetim, yönetim ve pazarlama stratejileriyle geliştirilmesi, çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerinin değerlendirilmesi, toplulukların aktif katılımının sağlanması, çeşitliliğin korunması ve sürdürülebilir kaynak kullanımı hedeflenmektedir. Bu da, aşırı tüketimin ve atıkların engellenmesiyle yerel kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılmasını içermektedir.

Sorumlu turizm, bir destinasyonun sürdürülebilirliği için, destinasyonun paydaşı olan tüm tarafların birlikte nasıl çalışabileceklerini araştırdığı ve bir sürdürülebilirlik hedefine ulaşmayı amaçlayan çok paydaşlı bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, destinasyonun korunmasından ve geliştirilmesinden sorumlu olan herhangi bir paydaşa değil, destinasyonun bir kaynağı olarak tüm paydaşların katılımını içerir. (Travel Foundation, 2012: 17). Turizmin talep yönüne odaklandığımızda, sorumlu turizm turistlerin, turistik destinasyonlarda çevre dostu uygulamalara katılım sağlayarak, yerel kültür ve değerlere saygı göstererek ve yerel ürünleri satın alarak sorumlu bir şekilde davranabilecekleri düşüncesine dayanmaktadır (Lee vd., 2017: 298). İlgili literatür incelendiğinde araştırmacılar, sorumlu turizm kavramını farklı perspektiflerden ele almışlardır.

CREST'in (2013; 2015) ifadesine göre, turizm yerel topluluklara en yüksek faydayı sağlarken, olumsuz sosyal ve çevresel etkileri minimuma indirerek, yerel halkın kültürlerini ve doğal yaşam alanlarını korumaya yardımcı olan bir turizm türüdür. Sorumlu turizm, turizm gelişimi için önemli bir rehber unsurdur (Goodwin, Spenceley & Maynard, 2002: 13).

Pearce (2016), sorumlu turizmi daha iyi yerler yaratma ve daha özgün deneyimler sunma olarak tanımlamıştır. Sorumluluk kavramı genellikle coğrafi sorumluluk ve koruma sınırları içinde veya turizmde etik ve ahlaki sorumluluklarla ilgili çalışmalarla ilişkilendirilir. Bu bağlamda, sorumluluk, gelişmiş dünyanın daha az gelişmiş bölgelere karşı sorumlu olması gerektiği düşüncesini yansıtan bir kavram olarak şekillendirilir (Sin H. L., 2010). Sorumlu turizm, turizm sektörünün çevreye proaktif bir yaklaşım sergileyerek dengeli ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesini de ifade eder. Bu özellikle turizm sektörü ve turistlerin doğal çevrenin odak noktası olduğu durumlarda önemlidir (Muhanna, 2006: 22). Sorumlu turizm kavramı, turizm planlaması, tedarik zinciri ve hatta tüketim sürecine dahil olan herkesin sürdürülebilir turizm konusundaki farkındalığını, kararlılığını ve eylemlerini desteklemesini ifade etmektedir (European Commission, 2011).

Aykın'a (2018) göre sorumlu turizm, turizm destinasyonunda yer alan çeşitli paydaşların katılımıyla birlikte, destinasyonun koruma ve kullanma dengesinin sürdürülebilirlik hedefleri ve planları çerçevesinde korunmasına yardımcı olmaktadır. Bu tür turizm faaliyetleri, doğal ve kültürel kaynakların tanınmasını teşvik ederek sürdürülebilir politikaların daha planlı bir şekilde uygulanmasına katkıda bulunmaktadır. Hedeflenen, turistlerin, turizm seyahat acentelerinin, kamu ve özel sektör işletmelerinin tüm paydaşlarının kendilerine düşen sorumlulukları üstlenerek bilinçli bir yaklaşım geliştirmesidir. Bu doğrultuda, tüm paydaşların sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri ve kabul edilmeleri beklenmektedir. Ayrıca Leslie (2012) sorumlu turizmi, başkalarına ve doğal çevreye saygının temel prensiplerine dayalı bir davranış özelliği olarak tanımlamaktadır. Sorumlu turizm, kişinin kendi eylemleri ve işletme yönetimi ve işletmesinin sorumlu bir şekilde işletilmesiyle ilgilidir.

Sorumlu turizmde, sorumlulukların önemini anlamak ve bunları yerel toplumun yaşam kalitesine dönüştürebilmek temel bir faktördür (Mathew, P. V., 2021: 2). Cape Town Deklarasyonu'na (2002) göre sorumlu turizm, turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi, yerli halkın turizme erişimi kolaylaştırarak daha iyi ekonomik koşullar sağlamayı, yerel halkın karar süreçlerine katılımını sağlamayı, kültürel ve doğal mirasın sürdürülebilirliğine ve korunmasına katkıda bulunmayı, yerel halk ve turistler arasında anlamlı ilişkiler kurmayı, dezavantajlı gruplara erişimi sağlamayı ve güven, saygı ve kültürel duyarlılık oluşturmayı içermektedir. Mihalic'e (2013) göre sorumlu turizm ise, sürdürülebilirlik ilkesini daha geniş bir perspektifle ele alarak, sürdürülebilir davranışların uygulanmasını teşvik eden bir yönetim anlayışını ifade etmektedir.

Cooper ve Özdil (1992, akt. Camilleri, 2015) yerel düzeyde turizmin yönetilmesinin daha uygun ve etkili olacağını ifade etmiştir. Bu görüşe göre, turizm faaliyetleri ve politikaları, turizm destinasyonlarının yerel toplumları ve yerel kaynakları dikkate alarak planlanmalı ve uygulanmalıdır. Settachai'nin ifadesine göre, sorumlu turizm, turizm geliştirme ve yönetimi için yakın zamanda ortaya çıkan bir kavramdır. Sorumlu turizm, hala bir olgunlaşma sürecinde olan yeni bir kalkınma yaklaşımıdır. Bununla birlikte, sayısız turizm faaliyetinin zararlı etkileri ve sorumsuzluğuyla ilgili artan halk bilinci eğilimlerini yansıtmaktadır. Bu kavram, toplum planlaması, bölgesel planlama, uluslararası planlama ve iş birliği gibi çeşitli planlama alt alanlarını ve turizmin gelişmesini kapsamaktadır (Settachai, 2008:70).

Chettiparamb ve Kokkranikal'e göre, sorumlu turizm, sürdürülebilirlik odaklı bir turizm politikası olarak ev sahibi toplumun, doğal, tarihi ve kültürel çevrelere saygı gösteren tüm tarafların çıkarlarını gözetir (Chettiparamb & Kokkranikal, 2012:3). Stanford (2008:260) ise benzer bir bakış açısıyla sorumlu turizmi şu şekilde tanımlamaktadır:

- Sorumlu turizm, kültürel, sosyal, çevresel ve ekonomik yönleri dikkate alan dört temel hedefe sahiptir.
- Eko turizm ve kitle turizmi gibi tüm turizm biçimlerini kapsar.

▪ Turistler, turizm sağlayıcıları ve yerel topluluklar gibi katılımcıların yararlarını sağlamayı amaçlar.

Bu tanımlar, sorumlu turizmin sadece çevresel değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri dikkate aldığını vurgular. Ayrıca, turizm faaliyetlerinin tüm paydaşların çıkarlarını koruyarak sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmayı hedeflediğini belirtir.

Sorumlu turizm, tüm paydaşları kültürel, sosyal, çevresel ve ekonomik açılarından kapsayarak fayda sağlamayı hedeflemekte ve aynı zamanda yoksulluk, nesiller arası eşitsizlik endişeleri ve kültürel çeşitlilik kayıpları gibi sosyal sorunları ele almaktadır (Stanford, 2008:260; Carasuk, 2011:10). Bu şekilde, sorumlu turizm sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal adalet ve kültürel çeşitlilik gibi önemli konulara da odaklanarak sürdürülebilir bir turizm pratiği sunmayı hedeflemektedir. Budeanu (2005:96)'nın ifadesine göre, turizmin kültürler, toplum ve doğa üzerindeki zararlı etkileri konusunda artan bir farkındalık bulunmaktadır. Sorumlu turizm uygulamaları, bu endişeleri dikkate alarak, geçmişte yapılan hataları iyileştirmeyi ve gelecekte yapılabilecek hataları önlemeyi hedeflemektedir. Bu sebeple, turizm sektörü, sürdürülebilirliğe fayda sağlamak için mevcut turizm strateji ve politikalarını, her seviyede açık, önceden planlanmış bir yaklaşım ve sorumluluk bilinciyle oluşturmalıdır.

Yukarıda verilen farklı sorumlu turizm tanımlarının ortak noktalarını göz önünde bulundurarak, genel bir sonuç elde edecek olursak; sorumlu turizm kavramı, turistlerden üreticilere kadar tüm paydaşların çevresel, sosyal ve ekonomik sorumluluğu üstlenerek sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilmesi için topluca hareket etmelerini ifade eder. Bu yaklaşım, turizm sektöründe yer alan herkesin sorumluluk bilinciyle hareket etmesini ve çevresel etkileri azaltmaya, sosyal fayda sağlamaya ve ekonomik sürdürülebilirliği desteklemeye odaklanmayı gerektirir. Sorumlu turizm, bütüncül bir yaklaşımla çevresel, sosyal ve ekonomik faktörleri dengeleyerek sürdürülebilir bir turizm modelinin hayata geçirilmesini hedefler.

2.2. Sorumlu Turizmin Ortaya Çıkışı

Turizm anlayışı, günümüzde değişen yaşam koşulları ve ihtiyaçlar doğrultusunda sürekli bir değişim göstermiştir. Modern öncesi dönemde, turizm faaliyetleri feodal yapıda üst sınıfın ayrıcalığı olarak kabul edilirken, modern dönemde ise birçok yenilikçi hareket, sanayi devrimi gibi gelişmeler sonucunda turizm her bireyin hakkı olarak tanımlanmış ve dönüşüm geçirmiştir. Önceki dönemlerden farklı olarak, günümüzde kitle turizmi ve etkileri gözlemlenen bir döneme geçilmiştir. Turizm etkileri ise turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği yerlerde, önceki dönemlere kıyasla daha belirgin bir şekilde olumsuz yönde görülmektedir (Garcia, 2008).

1980'lerden itibaren küreselleşme, sürdürülebilirlik, alternatif turizm, yerelleşme gibi kavramların literatürde yer almasıyla birlikte, modern sonrası dönemde turizm yeniden bireysellik odaklı bir yapıya dönüşmüştür. Bu dönemde, sürdürülebilir turizm ilkelerine dayalı olarak çevreye duyarlılık ve yerel keşif amacıyla kültür turizmi, sahil turizmi, sağlık turizmi, gurme turizmi, doğa turizmi, tarım turizmi gibi çeşitli turizm türleri ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm, ülkelerde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin ekonomik ve sosyal kalkınma amaçlarıyla birlikte doğal ve kültürel kaynakların korunması ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması hedeflenerek gerçekleştirilmektedir. Günümüzde ise turizm, çoklu paydaşlar ve farklı yönle odaklanan bir olgu olarak gelişmekte ve ihtiyaçlara cevap vermektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm kavramına sorumluluk temaları da eklenmiştir (Aylan, 2019).

Ekoturizm ve sürdürülebilir turizm gibi inovatif turizm tutumları, post modern dönemde ortaya çıkmış olup, yeni talepleri karşılama konusunda yetersiz kaldıkları için sorumlu turizm anlayışı turizm literatüründe önemli bir yer edinmiştir (Aykın, 2018). Ödül kazanan Costa Rica, ekoturizm açısından örnek gösterilse de zaman içinde sürdürülebilirlik ilkesinden uzaklaşarak itibarını kaybetmiştir. Ayrıca, verilen ödülün ardından Costa Rica'nın ekoturizm özelliklerinden uzaklaşması, güvenilirliğini zedelemiştir. Sürdürülebilirlik ve ekoturizmin sorumluluk duygusuyla ilişkili olmaması, sürdürülebilirliğin elde edilmesini zorlaştırmaktadır. Sorumlu turizm kavramı, yalnızca yöneticilerin değil, aynı zamanda yerel halkın ve turistlerin de dahil

olduğu bir topluluğu kapsamaktadır. Bu anlayışa göre tüm tarafların ortak hedeflere ve iş birliğine yönelik bir bilinçle hareket etmeleri gerekmektedir (Garcia, 2008).

2.3. Sorumlu Turizmin Ortaya Çıkışında Sürdürülebilir Turizmin Yeri

CREST (2013; 2015) tarafından yapılan tanıma göre, sürdürülebilir turizm, kültürel bütünlüğü korurken aynı zamanda temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini koruyarak, tüm kaynakların ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarına cevap veren bir turizm şeklidir. Sürdürülebilir turizm, mevcut ekonomik ve diğer sosyal faydaların en iyi şekilde kullanıldığı bir yaklaşımı temsil ederken, gelecekte benzer faydaların tehlikeye atılmadan, turizm kalkınmasını, yönetimini ve diğer turizm faaliyetlerini geliştirmeyi amaçlamaktadır (DEAT, 1996).

Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir gelişme kavramının turizme yansımaları sonucu ortaya çıkmıştır ve hemen her sektörde etkisini göstermektedir. Sürdürülebilir turizm, yeni bir turizm ürünü olmaktan ziyade sürdürülebilir gelişmeyi temel ilke olarak benimsemektedir. Bu yaklaşım, turizm faaliyetlerinin olumsuz etkilerini en aza indirmek için tüm paydaşların katılımıyla yönlendirilmesini hedeflemektedir (Sonuç, 2014).

Sürdürülebilir turizm, bir destinasyonda hizmet sektörü faaliyetleriyle birlikte ziyaretçi sayısı ve türünün çevre kalitesine zarar vermeden öngörülebilir gelecekte devam edebilmesini sağlayan bir kombinasyonun elde edilmesini amaçlamaktadır. Kaynakların gelecek nesillere sorumlu bir şekilde bırakılması ve kullanılması sürdürülebilir turizm için önemlidir (Middleton & Hawkins, 1998).

Turizm endüstrisi, faaliyet gösterdiği yerlerin ve toplulukların sürdürülebilir güzellik ve konukseverliğine bağımlıdır ve olumsuz ve olumlu etkilerini yönetme sorumluluğu altındadır (Frey & George, 2010: 621). Sürdürülebilir turizm, klasik turizm anlayışından farklı olarak, yerel halkla birlikte yaşam ortamlarında bulunmak, kültürü benimsemek ve doğal kaynaklara dayalı bir konfora yönelmektedir (Haberal, 2015).

Birleşmiş Milletler Turizm Çevre Programı'na göre, sürdürülebilir turizm, mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte gelecekteki fırsatları koruyup güçlendiren bir gelişme modelidir. Bu yaklaşım, ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanabileceği şekilde kaynakların yönetimini, kültürel bütünlüğü, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini korumayı hedeflemektedir (The Educational Travel Conference, 2006).

Sürdürülebilir turizm, bağımsız bir kuram olmayıp, daha geniş ve kalıcı bir sosyo-ekonomik kalkınma sürecinin birbirine bağlı bir parçası olarak nitelendirilmektedir (Godfrey, 1998: 214). Ek olarak, sürdürülebilir turizmin amacı, gelecek nesillerin aynı kaynaklardan faydalanabilmesini sağlama hedefiyle, geleceğe yönelik bir yaklaşımla turizm kaynaklarının sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasını içermektedir. Başka bir perspektiften bakıldığında, sürdürülebilir turizm kavramı kendi çıkarlarından ödün vermekle ilişkilendirilebilen çeşitli faktörleri içerebilir. Bu faktörler arasında çevre dostu davranışlar sergileme (örneğin, araç kullanmak yerine yürüyüş yapma), zaman ve çaba harcama (örneğin, geri dönüşüm yapma), veya maddi fedakarlıkta bulunma (örneğin, yerel üreticilerden daha fazla sebze satın alma) gibi davranışlar yer alabilir. Bu tür çabalar, bireylerin veya toplumun sürdürülebilir turizme katkıda bulunma ve gelecek nesillerin doğal kaynaklardan faydalanabilme şansını sağlama amacına hizmet etmektedir (Hacıoğlu, 2018).

"Sürdürülebilir turizm" terimi turizm araştırma literatüründe sıkça tartışılan bir konudur. Ancak, terim turizmin gelişimine yönelik politika oluşturmada yetersiz kalmış ve eleştirilmiştir (Wall, 1993).

2002 senesinde, Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi öncesinde, "Destinasyonlarda Sorumlu Turizm" adlı ilk uluslararası konferans düzenlenmiştir. Bu konferans, sürdürülebilir turizm kavramıyla ilgili endişelerin ve süregelen sorunların paylaşıldığı bir yan etkinlik olarak gerçekleştirilmiştir. Bölgedeki tüm işletmelerin, tüketiciler ve toplumlar açısından ahlaki ve etik açıdan doğru olanı yapmalarının beklendiği vurgulanan konferansta; çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilere odaklanan sürdürülebilir turizm hakkında tartışmalar yapılmış ve aynı zamanda "etik" ve "insan hakları" konularına da değinilmiştir (Klein, 2011:108).

Smith (1990: 480) tarafından belirtilen bir görüşe göre, sorumlu turizm sürdürülebilirlik ilkesine odaklanan, ev sahibinin doğal, yapı ve kültürel çevresine ve ilgili tüm tarafların çıkarlarına saygı gösteren bir turizm şeklidir. Bu perspektif, sorumlu turizm ile sürdürülebilir turizm arasındaki temel benzerliklere ek olarak, sorumlu turizmin sürdürülebilir turizm hakkındaki eleştirileri de paylaşmasına yol açmaktadır.

Örneğin, Higgins-Desbiolles (2010: 117) sürdürülebilirlik tartışmalarının genellikle kavramsal netlikten yoksun olduğunu eleştirmektedir. Liu (2003: 459) ise sürdürülebilir turizmin talep yönetimi, turizm kaynaklarının doğası, iç ve nesiller arası eşitlik, sosyo-kültürel bütünlük, ölçüm ve sürdürülebilir kalkınma biçimlerine ilişkin kavramsal yanlışlara yol açtığını belirtmektedir. Wheeler (1991: 92) ise turizmde sürdürülemez büyümenin temel olarak bir makro problem olduğunu ve sürdürülebilir turizmin sadece mikro çözümler sunmaktan öteye geçemediği eleştirisini dile getirmektedir.

Ayrıca, Doğal Hayatı Koruma Vakfı tarafından 2001 yılında yayınlanan bir turizm raporu, sürdürülebilir turizmin mevcut koşullarda gerçekleşmesinin zor olduğunu ve geniş bir sürdürülebilir gelişim stratejisi içinde sorumlu turizm anlayışının benimsenmesinin daha uygun bir yaklaşım olduğunu belirtmiştir (WWF, 2001: 1). Sonuç olarak bu eleştiriler, sürdürülebilir turizmin bazı zayıflıklarını ortaya koyarken, sorumlu turizm yaklaşımının daha somut ve uygulanabilir bir çerçeve sunarak sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmayı hedeflediğini göstermektedir.

2.4. Sorumlu Turizmin Ortaya Çıkışında Eko Turizmin Yeri

Ekoturizm, doğal bölgelere seyahat ederek peyzajı, bitkileri ve hayvanları inceleme ve keşfetme amacı güden, aynı zamanda o bölgelere özgü kültürel etkinliklere katılma fırsatı sunan bir turizm türüdür (Soykan, 2003: 6). Ekoturizm, çevreyi koruyan ve yerel toplulukların refahını sürdüren sorumlu seyahat anlayışını benimser (Cruz, 2003: 2). Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (The International Ecotourism Society, TIES) ise ekoturizmi çevreyi koruyan ve yerel toplumların refahını sürdüren, sorumluluk bilinciyle doğal alanlara yönelik seyahat olarak tanımlamaktadır (Leung, Marion & Farrel, 2008).

Ekoturizm, 1980'lerin ortalarında ortaya çıkan ekolojik turizmin kısaltmasıdır. Ekoturizm, doğayı koruyan ve bozmayan özellikleriyle (Kaypak, 2012: 12) aslında sürdürülebilir turizmin karakterini taşır. Ekoturizm kavramsal olarak, ekonomik faydaların etik ve eşit şekilde dağılımını ifade ederken, bir faaliyet olarak da doğal alanlara yapılan ziyaretleri kapsar. Başka bir tanıma göre, ekoturizm doğaya odaklanan, koruma ve muhafazayı hedefleyen, fayda, etik, kültür ve eğitim ve konularını içeren bir turizm türüdür.

Ekoturizm, doğal ve kültürel kaynakların korunması, toplulukların güçlendirilmesi ve sürdürülebilir seyahat deneyimlerinin sağlanması amacıyla bir araya gelen bir yaklaşımdır. Ekoturizmi benimseyenler, katılımcılar ve pazarlayanlar belirli ekoturizm ilkelerini gözetmelidir:

- Fiziksel, sosyal, davranışsal ve psikolojik etkileri en aza indirmeye yönelik önlemler alınmalıdır.
- Çevresel ve kültürel farkındalık ile saygı oluşturulmalı, bu değerlerin korunmasına katkıda bulunulmalıdır.
- Hem ziyaretçilerin hem de ev sahibi toplulukların olumlu deneyimler yaşaması sağlanmalıdır.
- Koruma çabalarına doğrudan finansal destek sağlanarak sürdürülebilir kaynak yönetimi teşvik edilmelidir.
- Hem yerel topluluklar hem de özel sektör, ekonomik faydalar elde etmelidir.
- Ev sahibi ülkelerin politik, çevresel ve sosyal iklimlerine duyarlılık artırılmalı, ziyaretçilere unutulmaz deneyimler sunulmalıdır.
- Düşük etkili tesislerin planlanması, inşası ve işletilmesi öncelikli olmalıdır.
- Yerli toplulukların haklarına ve manevi inançlarına saygı gösterilerek iş birlikleri kurulmalı, güçlendirme sağlanmalıdır (Erdoğan, 2014).

Ekoturizm, turistik destinasyonlar için önemli bir çekicilik unsurudur. Ancak, sürdürülebilir bir şekilde pazarlanabilmesi için hem devletin hem de turizm endüstrisinin uygun çevre yönetimi programlarını uygulaması gerekmektedir. Yeterli

çevre koruması olmadan yapılan pazarlama faaliyetleri, ekoturizmin temel prensiplerine aykırı olacaktır (Muhanna, 2006).

Geleneksel turizm ile ekoturizm arasındaki farklılıkları ölçen ve doğrulayan istatistikler oldukça sınırlıdır. Ulusal ve uluslararası kaynaklardan sunulan verilerin güvenilirliği de kuşku olabilir. Ekoturizm değerlerine %100 uyumlu seyahatler belki çok azdır, ancak birçok "yeşil" seçenek bulunmaktadır. Ekolojik rotaları takip eden gezgin sayısı da oldukça yüksektir. Ancak, asıl tartışmalardan biri, turizm endüstrisinin tanımının netleştirilmesidir. Uzmanlar sürdürülebilir seyahat ve ekoturizmin kâğıt üzerinde ne anlama geldiğini bilmektedir, ancak gerçek soru, seyahat edenlerin ve yerel halkın bu kavramları sahada ne kadar benimsediği ve anladığıdır (Educational Travel Conference, 2006).

Educational Travel Conference (2006)'a göre, bazı doğa koruma grupları ve tur acenteleri, organik kahve gibi ürünleri belgelendiren şirketlerin kurulmasını desteklemektedir. Ancak ekoturizm, sadece ürünlerin belgelendirilmesiyle ölçülebilen bir şey değildir; aynı zamanda turizm endüstrisinin yoğun ve zorlu bir sosyal sürecidir. Turizm endüstrisinde sorumluluk paylaşan birçok turizm paydaşı bulunmaktadır ve güvenilir bir ekoturizm sertifikasyonunun elde edilmesi uzun bir yolculuk gerektirebilir. Bu nedenle, endüstri tarafından sunulan ödüller, daha etkili bir tanıma ve teşvik yöntemi olarak görülebilir (Şen, 2015).

Son otuz yılda, toplum temelli ekoturizm (TTE) olarak da bilinen ekoturizm, önemli bir eğilim haline gelmiştir. TTE, yerel topluluğun etkili bir şekilde kontrolünü sağladığı, turizm gelişimi ve yönetimine katılım gösterdiği ve elde edilen faydaların büyük ölçüde toplum içinde kalmasını hedefleyen bir turizm yaklaşımıdır. Aynı zamanda, kırsal toplumların turizm kaynaklarını yönetme becerilerini güçlendiren bir araç olarak da işlev görmektedir (Weaver, 2011; WWF, 2001). İdeal olarak, toplum temelli ekoturizm girişimleri belirli bir topluluk veya özel sektörle ortaklık içinde yürütülür. Bu girişimlerin amacı, toplumun adil katılımını sağlamak, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını teşvik etmek ve toplumların yaşam standartlarını geliştirmektir (Rozemeijer, 2001).

Okech'in (2012) çalışmasına göre, ekoturizm doğal alanların himaye altına alınması ve yönetimi için maddi destek sağlamak, iş yaratmak ve özel sektör kalkınma imkanları sunmak açısından önemli bir rol oynamış ve bu rolünü sürdürecektir. Ancak ilerleyen süreçte, ekoturizmin sunulan avantajlarını değerlendirmek için titiz bir incelemenin yapılması gereken bir evreye girildiği ifade edilmektedir (Okech, 2012: 64). Toplum temelli ekoturizm ve toplum temelli turizm (TTT) için de benzer endişeler mevcuttur. Buna istinaden, Goodwin ve Santilli (2009: 4) yapılan bir araştırmaya dayanarak şunları ifade etmektedirler: "Toplum temelli turizm, toplumların sosyal, çevresel ve ekonomik ihtiyaçlarının turizm ürünü aracılığıyla karşılandığı bir gelişme olarak kırk yılı aşkın süredir desteklenmektedir. Ancak, gelişmekte olan ülkelerde bu alanda birçok projeye destek verilmesine karşılık, bu çalışmaların başarısı yeterince takip edilmemekte ve genellikle topluma olan katkısı belirlenmemektedir. Ekoturizm, toplum temelli turizm veya koruma ve toplumun geçim kaynaklarına yönelik bu çalışmaları ortaya koyan yeterli sayıda çalışma bulunmamaktadır.

Bu temel gerçekler ışığında, turizme olan talebin artması ve çeşitlenmesi sonucunda ortaya çıkan kültür, doğa ve toplum temelli farklı turizm türleri, turizmin sürdürülebilir gelişimi için ihtiyaç duyulan gereksinim ve sorumlu turizm anlayışının hala geçerliliğini koruduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra, turizmin gün geçtikçe tüm dünya toplumları için daha da önemli hale gelmesine rağmen, turizmin sürdürülebilirliği için yerel ekonomiyle etkili bir şekilde entegre edilmesi, yerel toplum tarafından benimsenmesi, katılımcı bir yönetim anlayışıyla yönetilmesi ve dezavantajlı gruplar dahil olmak üzere herkesin erişebilirliğinin sağlandığı durumların gözetilmesi gerektiği kanısına varılmıştır. Bu şekilde turizmin, fayda ve koruma sağlayabileceği düşünülmektedir (Güneş, 2018).

2.5. Sorumlu Turizmin Boyutları

Turizm endüstrisi, doğal ve sosyal çevre faktörlerinin sağladığı fırsatlardan yararlanarak gelişme fırsatları bulabilmektedir. Ancak planlama yapılmadan ve etkili bir şekilde uygulanmadan yürütülecek bir çevre politikası, bu kaynakların yok olmasına ve turizm gelişiminin olumsuz etkilenmesine yol açacaktır. İyi düzenlenmemiş turizm faaliyetleri; çevresel zarar, peyzaj bozulması, su, hava, toprak

kirliliği ve halk sağlığını tehdit eden olumsuz etkileri de beraberinde getirebilmektedir. Ayrıca planlama ve programlama yapılmaksızın gerçekleştirilen turizm faaliyetleri; geleneklerin bozulması, sit alanlarının kirlenmesi, turisti taklit etme isteği, kültürel kirlilik ve aşırı yoğun turizm programları, ziyaret edilen destinasyonların tarih, insan, yaşam, gelenek ve göreneklerinin eksik olduğu bir karşı kültür oluşturulması gibi olumsuz sosyal sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Olalı & Timur, 1988: 364-365).

Sürdürülebilirlik çalışmaları genellikle ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları ele alırken, politik boyutun yeterince incelenmemiş olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Broniatowski ve Weigel (2004) tarafından yapılan bir çalışmada, politik bakış açısının sürdürülebilirlik açısından önemli olduğu vurgulanmıştır. Bu çalışmada, politik kararların mevcut ihtiyaçları karşılamak ve geleceğe yönelik ilişkileri sürdürebilmek arasındaki dengenin, sürekli olarak korunması gerektiği kabul edilmektedir. Araştırmada, politik adımların birer denge unsuru olarak kabul edildiği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla, politik sürdürülebilirlik, mevcut politik hedeflerin, bugünkü kaynak ihtiyaçlarını gözeterek gelecekteki hedeflere ve ihtiyaçlara zarar vermeden gerçekleştirilebilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Broniatowski & Weigel, 2004:1-2). İlgili çalışmalar değerlendirildiğinde, turizm sektörünün etkilediği bu sorumluluklar dört ana eksen kapsamında, sosyo-kültürel sorumluluk, çevresel sorumluluk, ekonomik ve politik sorumluluk başlıkları ile ele alınmaktadır.

2.5.1 Sosyo-Kültürel Sorumluluk

Karimi ve Darban Astane'nin (2022) çalışması, 1990'lı yıllardan bugüne kadar yapılan 35'ten fazla turizm politikasının incelendiğini ve bu politikaların çoğunlukla turizmin ekonomik getirilerine odaklandığını ve bu sebeple sosyal, çevresel etkilerine yeteri kadar önem verilmediğini ortaya koymaktadır.

Turizm, yalnızca ekonomik bir olgu değil, aynı zamanda çevresel, siyasi, toplumsal ve kültürel boyutları olan bir uluslararası harekettir. Bu yüzden, turizmin etkileri değerlendirilirken yalnızca ekonomik ve maddi sonuçlar olan gelir sağlama ve döviz kazandırma gibi unsurlarla sınırlı kalmayıp, ekonomik olmayan konuların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Avcıkurt, 2007: 56). Turizm, yerel halkın yaşadığı destinasyonlarda yaşam tarzları, gelenekleri, sosyal hayatları, değerleri ve

inançları üzerinde etkisi olan bir sektördür. Bu bağlamda, turizm hem yerel halkla turistler arasında yeni sosyal kültürel fırsatlar yaratırken, hem de yerel halkın sosyal gerçeklik ve kültürel kimliklerini tehdit edebilmektedir (Almeida-García, 2016: 35). Nitekim turizm sektörünün büyümesiyle birlikte, toplumun sosyo-kültürel yapısı da etkilenmiştir. İlgili literatür incelendiğinde, turizmin sosyal ve kültürel açıdan bazı olumsuz etkileri olduğu görülmektedir. Bu etkiler arasında yerel kültürün ticarileşmesi, dilin ve sanat eserlerinin kaybolması, sosyal eşitsizliğin artması, suç oranlarının yükselmesi, salgın hastalıklar, fuhuş, madde ve alkol bağımlılığının artışı gibi konular bulunmaktadır (Goeldner & Ritchie, 2003: 303-304; Sheldon & Abenoja, 2001: 440; Andereck vd., 2005: 1074).

Sorumlu turizm, toplumun sosyo-kültürel sorunlarının çözümünde yerel halkın karar alma sürecine katılımını önemseyen bir yaklaşım benimsemektedir. Bu amaçla, yerel halkın katılımıyla birlikte birçok potansiyel fayda elde edilebilir. Bu faydalar arasında, sorunlara alternatif çözümler bulma, yerel halkın güçlenmesi ve sahiplenme duygusunun geliştirilmesi, güvenin artırılması, yerel bilgi ve becerilerin kullanımı, daha adil kararlar alınması ve çatışmaların azaltılması sayılabilir. Ayrıca, turizmin ilerlemesinde yerel halkın katılımı, kalkınmanın uygunluğunu ve toplumun geniş bir kesimine fayda sağlama potansiyelini artırabilir. Bu çerçevede, sosyo-kültürel sorumluluk, bugün yaşayan nesillerin yanı sıra gelecek nesiller için eşitlik, toplumsal uyum, yerel güçlenme ve sosyal sermayenin oluşturulması gibi unsurları içermesiyle toplumun refahını artırmayı amaçlamaktadır (Ford & Acott, 2015: 5). 2002 yılında Cape Town Deklarasyonu'nda, sosyo-kültürel sorumluluğun daha açık bir şekilde ifade edilmesi için bazı ilkeler belirlenmiştir. Bu ilkelere göre:

- Yerel toplumun planlama ve karar alma süreçlerine katılımı ve etkin dahil edilmesi için gereken çabalar gösterilmelidir. Ayrıca, yerel halkın aktif katılımını sağlamak önemlidir.
- Turizm projeleri, sosyal etkileri dikkate alarak planlanmalıdır. Pozitif etkileri artırıcı, olumsuz etkileri ise azaltıcı önlemler alınmalıdır.
- Turizm, toplumun her kesimine, özellikle dezavantajlı ve savunmasız gruplara eşit erişim sağlamak için bütünleştirici bir sosyal deneyim haline getirilmelidir.

- Turizm faaliyetleri, sosyo-kültürel çeşitliliği koruma ve vurgulama amacıyla yerel kültüre duyarlı olmalıdır. Yerel kültürün değerlerini saygıyla ele almalı ve yerel toplumun katılımını teşvik etmelidir.

- Turizm sektöründe, destinasyonlarda sağlık ve eğitim hizmetlerinin geliştirilmesine öncelik verilmesi turizm yöneticilerinin önemli bir görevidir. Bu şekilde, turizmin etkisiyle toplumun genel refahı artırılabilir.

- Turizm sektörü, özellikle çocukların ve diğer insanların cinsel sömürüye maruz kalmamaları için mücadelede aktif rol almalıdır. Bu konuda etkili önlemler alınmalı ve bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.

Bazı akademisyenler, turizmin yerel halkın yaşamı üzerindeki sosyo-kültürel etkilerinin daha büyük bir öneme sahip olduğunu düşünmektedir. Bu nedenle, uzun vadeli destek sağlamak için değişiklikleri ve yerel halkın bunları nasıl algıladığını izlemek son derece önemlidir. Bu takip, turizm faaliyetinin olumlu etkilerini maksimize etmek ve olumsuz etkilerini en aza indirmek için uygun kamu politikalarının belirlenmesine yardımcı olacaktır. Genel olarak, olumsuz etkilerin farkına varılması, yerel halkın turizmin gelişimine olan desteğini azaltabilir ve katılımlarını engelleyebilir. Ancak, olumlu etkiler fark edildiğinde, yerel halkın katılımı artar ve daha canlı, uyumlu bir turistik destinasyon yaratılmış olur (Martin vd., 2018: 4). Bu bağlamda, genel olarak çevresel sorumluluk, turizm sektörünün çevreye olan olumsuz etkilerini minimize etmeye ve olumlu etkilerini maksimize etmeye yönelik çabaları ifade eder (Mathew, 2021). Yerel toplumlara fayda sağlayarak ve kaynaklara zarar vermeden turizmin ekonomik kalkınmaya katkıda bulunma sorumluluğu, ekonomik sorumluluk kapsamındadır. Sosyo-kültürel sorumluluk ise yerel toplumun güçlendirilmesi ve destinasyonlarda kültür, yerel sanat ve geleneğin himaye edilmesi ve tanıtımıyla ilgilenerek farkındalık, bağlılık ve katılım yoluyla gerçekleştirilir (Ünüvar & Temizel, 2022: 110).

2.5.2. Çevresel Sorumluluk

Doğal ekosistemler belirli bir noktaya kadar kendi kendini iyileştirebilme yeteneğine sahiptir. Fakat bu noktanın üzerine çıkıldığında, çevresel sorunlar ortaya çıkar. İnsanlar genellikle doğal çevreye dışarıdan müdahalede bulunarak dengeyi

bozarlar ve bu durum sorunlara yol açar (Onaran, 2014). Turizmdeki artış, aynı zamanda birtakım sorunların da artmasına yol açmıştır. Kitle turizmi, birçok ülke tarafından istihdamı ve milli geliri artırabilen, çevreye zarar vermeyen bir endüstri olarak kabul edilirken, kanıtlar bunun ekonomik getirilerinin sınırlı olduğunu ve çevresel ve sosyal maliyetlerin ise yüksek olabileceğini ortaya koymuştur. Paranın büyük bir kısmı, turizm yapılan ülkede kalmamaktadır ve yerel topluluk genellikle düşük ücretli hizmet sektöründe, örneğin şoför, garson ve otel görevlisi olarak istihdam edilerek sınırlı bir fayda elde etmektedir. Kültürel duyarsızlık, çevre kirliliği, ekonomik olarak bozucu yabancıların istilas gibi olumsuz etkilerle birlikte, kitle turizmi aşırı ve düzensiz bir gelişmeyi beraberinde getirmiştir (Şen, 2015).

İyi bir biçimde yönetilen turizm, çevrenin korunmasına yardımcı olabilmektedir. Birçok turizm gelişim modeli, çevrenin ve doğal özelliklerin korunmasına dayanmaktadır (DEAT, 1996: 19). Doğal alanların korunması için turizm önemli bir faktördür. Turizm projelerinin birçoğunda, projenin başlaması için doğal, yapay ve kültürel çevrenin korunmasına yönelik bir motivasyon bulunmaktadır. Ayrıca, belirli girişimler, yerel toplulukların doğal kaynakları yasal olmayan ve aşırı biçimde kullanmasını önlerken, korunan doğal bölgeleri, bölgesel ve yerel kalkınma stratejilerine entegre eder. Bu sebeple turizm, çevrenin korunmasına olumlu yönde etkide bulunabilir ve bu etkiyi sürdürmelidir (Muhanna, 2006: 14).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ve birçok ülkede etkili bir turizm politikası uygulamaya konulamaması çevresel korumanın yeterince sağlanamamasına neden olmaktadır. Bu ülkelerde, turizmin ekonomik faydası öncelikli olarak düşünüldüğünde, çevreye verilen zarar göz ardı edilebilmektedir (Kahraman & Türkay, 2014: 60). Turizm, planlı bir biçimde yönetilmediğinde çevresel sorunlara, su ve hava kirliliğine, tabii kaynakların yanlış kullanılmasına ve hızla tükenmesine, kaynakların doğal güzelliklerinin bozulmasına, doğal alanlarda yaşayan canlı türlerinin azalmasına ve nesillerinin tükenmesine sebep olabilmektedir. Bu nedenle, iyi planlanmamış veya yanlış planlanmış turizm stratejilerinin çevresel tahribata yol açabileceği söylenebilir (Aksatan, 2014: 35).

Turistik destinasyonlarda belirli zamanlarda yoğunlaşan turist akışları çevresel sorunları beraberinde getirir. Bu sorunlar arasında çevre ve gürültü kirliliği, kalabalıklaşma, altyapı eksiklikleri, rant odaklı faaliyetlerin artması, çarpık yapılaşma, hizmet aksaklıkları, verimli arazilerin zarar görmesi ve kırsal alanların kentsel bir görünüm kazanması yer almaktadır. Turizmin taşıma kapasitesini zorlaması ve aşması sonucunda, yerli halk bölgeyi terk etme eğiliminde olabilmektedir. Yüksek katlı turistik yapılar, doğal manzaranın kaybolmasına neden olurken, trafik ve inşaat gürültüleri ile çöp birikintileri ve kötü kokular yerel halk ve turistler üzerinde olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Ayrıca, turizm bölgelerinde iç turizme odaklanan yazlık konutlar yoğun bir şekilde kullanıldığından, tarım gibi önemli faaliyetler için kullanılan arazilerin yayılımının önüne geçmektedir (İçöz, 1994: 21-22).

Turizm, temiz bir çevreyi destekleyen ve turistlerin temiz bir çevrede vakit geçirmek istemelerine dayanan bir sektördür. Bu nedenle, turizm gelişimi çerçevesinde gürültü, su, hava, çöp ve diğer çevresel sorunların kontrol altına alınması, atık tesislerinin kurulması, çevrenin estetik görünümünün sağlanması ve çevreyle uyumlu mimari tasarımların yapılması gibi çabalar, temiz bir çevrenin oluşturulmasını teşvik etmektedir. Böylelikle turizmi geliştirmek isteyenler de çevre koruma ve çevre kalitesinin iyileştirilmesi çabalarını artıracaktır. Çünkü çevre kalitesi, turizmin kalitesini pozitif yönde etkileyecek ve rekabetçi bir avantaj sağlayacaktır (Kuşluyan, 1999: 86). Turistik bölgelerin genel çevre kalitesi korunmalı veya mümkün olduğunca geliştirilmelidir. Ayrıca çevre kalitesi, yalnızca turistler için değil, o destinasyonda yaşayan yerli insanlar için de önemli bir etkiye sahiptir (Lorant & Tünde, 2010: 193-194).

Turizm sektörü, çevre üzerinde olumsuz etkilere yol açtığına kendi varlığını da tehlikeye sokabilmektedir. Ancak turizm, çevresel değerlere katkı sağladığında kendi sürdürülebilirliğini de sağlamak için önemli bir girişimde bulunmuş olmaktadır. Turizm sektörü, fiziksel çevrenin korunması ve geliştirilmesi için çalışabilmekte ve çevre kalitesini artırmaya yönelik katkıda bulunarak çevre kalitesini yükseltebilir. Su temini, yolların düzeltilmesi, arıtma ve atık yönetim sistemlerinde yapılan iyileştirmeler, turizmin gelirinin artmasından kaynaklanabilmektedir. Bu

iyileştirmeler çevre kirliliğini azaltabilmekte ve çevresel kaliteyi iyileştirebilmektedir. Turizm ayrıca tarihi binaları ve semtleri restore etmek, ulusal parkları oluşturmak ve korumak için gerekli gelir ve teşviki sağlayabilmektedir (Kozak, vd., 2009: 99; Gee & Fayos-Sola, 1997: 259). Ayrıca, uygun şekilde planlanmış turistik tesislerin inşa edilmesi, cansız ve ilgi çekici olmayan kentsel ya da doğal manzaranın da geliştirilmesine katkıda bulunabilmektedir (Lickorish & Jenkins, 1997: 89).

Cape Town Deklerasyonu'nun 2002'de çevresel sorumlulukların gerçekleştirilmesi sebebiyle ortaya koyduğu prensipleri şu şekilde sıralar (Cape Town, 2002: 4):

- Turizm işletmeleri ve operasyonları, tasarım ve planlama dahil olmak üzere çevrede üzerinde bıraktığı etkilerini değerlendirmeli ve olumsuz etkileri minimuma indirmeli, olumlu etkileri ise maksimum düzeye çıkarmalıdır.
- Kaynakları yenilenebilir/sürdürülebilir bir biçimde kullanılmalı, aşırı tüketim ve israfı önlemelilerdir.
- Doğal çeşitliliğin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ve çevrenin destekleyebildiği turizm çeşidini göz önünde bulundurarak korunmakta olan alanların ve hassas ekosistemlerin bütünlüğüne saygı duyulması büyük bir öneme sahiptir.
- Sürdürülebilir kalkınma için, tüm paydaşlara eğitim ve farkındalık oluşturma konusunda teşvik yapılması gerekmektedir.
- Tüm ilgililerin yeteneklerini geliştirmek ve en iyi uygulamaların gerçekleştirilmesini temin etmek amacıyla çevre ve koruma uzmanlarından danışmanlık almak gerekmektedir.

2.5.3. Ekonomik Sorumluluk

Ekonomik sorumluluk, yerel geçim kaynakları ve yerel ekonominin desteklenmesine odaklanır. Turizmle ilgili önemli bir ekonomik sorun, sızıntının aşırı olması ve bu sebeple gelirlerin büyük bir kısmının ev sahibi destinasyonun dışına çıkmasıdır. Ford ve Acott (2015), sorumlu turizm perspektifi çerçevesinde, ekonomik sızıntıyı azaltmak ve ekonomik sürdürülebilirliği desteklemeye yardımcı olabilmek için çeşitli stratejiler önermektedir. Bu stratejilere, aşağıda değinilmiştir.

Marka bilinci oluşturma, bir destinasyonun imajını geliştirme sürecinde ziyaretçilerin ilgisini çekmek için farklı ve tanınabilir bir kimlik oluşturma anlamına gelir. Bir destinasyon markası, turistlerin ve ziyaretçilerin anlamlı bir deneyim yaşamalarını sağlamak için çeşitli girişimlerde bulunur. Bu girişimler, kültürel ve doğal mirasın korunmasına, kamusal alanların geliştirilmesine ve destinasyonun ziyarete açılmasının sonucunda yaşanacak ortamın iyileştirilmesine katkıda bulunur.

Deneyim ekonomisi, deneyimlerin ticarileştirilmesini ifade eder. Sorumlu turizm deneyimleri ise, yerel sürdürülebilir gıda, yerel ekonomiyi destekleme ve kültürel değerleri olumsuz yönde etkilemeden, otantik bir biçimde turistik ürünlere dönüştürülme hedefini taşır.

Çeşitliliğin çoğaltılması ve ekonomik fırsatlara dönüştürülmesi; sorumlu turizm, balıkçılık veya çiftçilik gibi temel gelir kaynaklarının yanı sıra yeni iş imkanlarının oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Bunun bir örneği, mevsimsel/dönemsel işlerde çalışan kişiler için farklı istihdam alanlarının oluşturulmasıdır.

Sürdürülebilirlik aracılığıyla değer yaratma süreci, sorumlu, etik ve kaliteli ürünlerin üretimiyle birlikte fiyatların artması ve katma değeri yüksek ürünlerin oluşturulmasıyla gerçekleşir. Bu süreç, sürdürülebilir küçük ölçekli balıkçılık veya organik tarım gibi uygulamaları içerir. Tedarik zincirinin kısaltılması, yerel düzeyde tanıtım faaliyetleri ve pazarlama, sürdürülebilirlik politikasıyla değer yaratma sürecinin önemli bileşenleridir (Aylan, 2019).

Cape Town Deklarasyonu'nda, ekonomik sorumlulukların yerine getirilmesi sebebiyle belirlenen ilkeler aşağıda sıralanmıştır (Cape Town, 2002: 3-4):

- Turizmin gelişimi öncesinde, ekonomik etkilerin değerlendirilmesi ve yerel topluluklara yarar sağlayan, aynı zamanda yerel geçim kaynaklarının olumsuz etkilerini minimize eden kalkınma modelleri tercih edilmelidir.
- Yerel toplulukların turizm sektöründe aktif rol almalarını ve turizmden faydalanmalarını sağlayarak bağlantıları güçlendirilmeli ve yerel ekonomik kazanımlar en üst seviyeye çıkarılmalıdır. Bunun yanı sıra turizmi bir araç

olarak kullanarak yoksullukla mücadele stratejileri benimsenmeli ve yoksulluğun azaltılmasına destek olunmalıdır.

- Hedefleri yansıtan, tamamlayıcı ve geliştirici nitelikte kaliteli ürünler geliştirilmelidir.

- Turizm, destinasyonun sosyal, kültürel ve doğal yapısını yansıtan ve uygun turizm şekillerini teşvik ederek tanıtılmalıdır.

- Eşitlikçi iş uygulamaları benimsenmeli, adaletli ücretlendirme sağlanmalı, risklerin en düşük seviyelere indirildiği ve paylaşıldığı iş birlikleri kurmalı, uluslararası çalışma prosedürlerine uygun çalışanlar istihdam ettirilmelidir.

- Turizm sektöründeki işletmelerin büyümesini ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla küçük, orta ve mikro işletmelere uygun ve destek sağlanmalıdır.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, sürdürülebilirliklerini sağlayabilmek, işletme maliyetlerini karşılayabilmek ve yatırımlarını geri kazanabilmek için belirli bir gelir seviyesine ulaşmalıdır. Ancak, sorumlu turizm uygulamalarını benimseyen turistik bir işletme, sadece gelir elde etmekle kalmayıp daha fazlası için çabalamalıdır. Bir turistik işletme, sorumlu turizm çerçevesinde gerçekleştirebileceği ekonomik yükümlülükleri aşağıdaki şekillerde yerine getirebilir:

- Turizmin etkilerini artırarak ve bu etkilerin daha geniş kitlelerce adil bir biçimde paylaşılmasını sağlamak,

- Turizm endüstrisinde çeşitlilik sağlamak,

- Dezavantajlı kişilere iş ve girişimcilik olanakları sunmak ve iyileştirmek için çaba harcamak,

- Yerel toplumun yeteneklerini işgücüne dönüştürerek istihdam sağlamak,

- Turizm sektörüyle ilişkili sektörler arasında karşılıklı ekonomik bağlantılar kurarak ortak fayda sağlamak,

- Sızıntıları minimum seviyeye ve çarpan etkisini maksimum seviyeye getirmek (örneğin, yerel ekonominin mümkün olan en yüksek geliri kazanmasını sağlamak),

▪ Adil ticaret kurallarının istihdam ve satın alma davranışlarında uygulanmasını sağlamak.

2.5.4. Politik Sorumluluk

Bugüne kadar yapılan çalışmaların analizi, genellikle sürdürülebilirlik kavramının üç boyutunun incelendiğini göstermektedir. Fakat bu üç boyut dışında politik boyutun da ele alınması oldukça önemlidir (Aylan, 2019). Politik boyut, çevresel, sosyal ve ekonomik faktörleri dengelemekte ve bu faktörlerin hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunmaktadır. Karaman ve Aylan (2016)'a göre, politik boyuttaki istikrarsızlığın diğer üç boyutun sürdürülebilirliğini tehlikeye atarak mevcut dengeyi bozma eğilimindedir.

Turizm sektörü, gönüllü girişimler ve turizm işletmelerinin kendi düzenlemeleri ötesinde yasal düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır. Ancak bu durumda bir çelişki bulunmaktadır. Bu çelişki, zaman zaman özel sektörün ve zaman zaman hükümetin düzenlemeleri istememesinden kaynaklanmaktadır (Aall, 2014: 2569-2576). Bu durum ise, ortak kararların alınmasını ve turizm sektörünün gelişimine katkı sağlayacak sinerjiyi yakalamayı zorlaştıran karşılıklı anlaşmazlıklar ortaya çıkmaktadır (Aylan, 2019).

Siyasi istikrarsızlık ve çatışma durumu, turistik bölgelerde politik sorumlulukla ilgili bir başka önemli konudur. Bu tür bölgelerde, sorunların üstesinden gelmek için sorumlu turizm uygulamalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Sorumlu turizm, barış sağlamaya yönelik umudu güçlendirmeye katkıda bulunur. Aynı zamanda, toplulukların kültürlerini paylaşabilmelerini, hikayelerini anlatabilmelerini, dayanışma talebinde bulunabilmelerini ve iki toplum arasında anlayış ve hoşgörünün gelişebilmesini teşvik eder (Isaac, 2014: 95).

Terör eylemleri, politik istikrarsızlıkta örnek olarak gösterilebilmektedir. Terör saldırıları, yalnızca sosyal ve ekonomik yapıya değil, kültürel ve doğal mirasa da zarar verme potansiyeline sahiptir. Terör olayları, tarihsel olarak önemli yapıların yok olmasına neden olmaktadır. 2015 yılı şubat ayının sonlarında, IŞİD militanları binlerce eseri balyoz ve kazmalarla parçalayarak Musul Müzesi'ni neredeyse yok etmiş ve

UNESCO Dünya Mirası listesinde bulunan Hatra kentini ağır bir biçimde tahrip etmiştir (Arkeofili, 2015). Diyarbakır'da bulunan Fatih Paşa Camii, aynı zamanda Kurşunlu Cami olarak da bilinen, bölgedeki ilk Osmanlı eseridir. Diyarbakır'daki diğer camilere kıyasla en büyük ve özenle inşa edilmiş olan bu cami, 2015 yılında meydana gelen terör saldırılarında zarar görmüştür. Bu olayda caminin iç kısmı, orijinal giriş kapısı ve kepenkleri yanmıştır, mihrap ve minberi ise ciddi şekilde hasar görmüştür (Baltaş, 2016). Bu temel üzerinde, politik aktörlerin sorumluluk alması ve karar verme organlarının sorumlu turizm uygulamalarını teşvik etmeleri gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bu yaklaşım, kültürel, tarihi ve doğal mirasımızın gelecek nesillere aktarılmasını mümkün kılacaktır (Aylan, 2019).

2.6. Turizm Sektöründe Sorumluluklar

Sorumlu turizm politikalarının uygulanması ve sorumlu turizm ürünlerinin oluşturulabilmesi için bir dizi önemli süreç bulunmaktadır. Bu süreçler arasında belirleyici bir aşama, sorumlu turizm girişimlerinin gerçekleştirilmesine ve desteklenmesine yardımcı olan paydaşların etkin katılımının sağlanmasıdır. Paydaş katılımı, sürekli bir süreçtir ve farklı paydaşların yaklaşım, katılım ve hedef düzeylerine göre değişim göstermektedir. Paydaşların etkin katılımının zor olması nedeniyle, paydaş temsilinin, katılım yöntemlerinin uygunluğu, lojistik sürecin kolaylaştırılmasına ve yönetimine özen gösterilmelidir. Turizm sektöründeki paydaşlar, etik ve ahlaki sorumluluklarıyla birlikte, kendi çıkarlarından bağımsız olarak diğer ilgili grupları da göz önünde bulundurarak hareket etmelidir. Bu sorumluluğun yerine getirilmesi, turizm sektörünün sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine katkı sağlayabilmektedir (Bramwell vd., 2008: 253). Turizmin sürdürülebilir gelişimini desteklemek için, birbiriyle ilişkili ancak farklı sorumlulukları bulunan bütün paydaşların iş birliği içinde hareket etmeleri gerekmektedir (Aylan, 2019). Aşağıda, paydaşların sorumlulukları başlıklar halinde incelenmektedir.

2.6.1. Turist

Turistler, sorumlu davranış sergilediklerinde, sorumlu turist olduklarını göstermiş olurlar. "Alternatif" turist kavramı, içerisinde birçok terim barındırmaktadır.

Bu terimler arasında ekoturist, çevreci (yeşil) turist, ahlaklı, etik ve ek olarak sorumlu turist bulunur. Bu turist türleri temellerinde sorumlu davranışı ifade eder, fakat bu bölümde sadece sorumlu turist kavramı kullanılacaktır çünkü diğer terimlerin kullanımı sınırlayıcı ve yanıltıcı olarak kabul edilmektedir (Stanford, 2008: 260).

Sorumlu turistler, seyahat planlamalarına katılırken diğer kültürleri ve çevreleri merak eden ve diğer insanlarla bağlantı kurmayı, arkadaş edinmeyi ve tatil sırasında bireysel ilişkiler geliştirmeyi amaçlayan kişilerdir. Onlar, farklı kültürlerle saygı gösterir ve seyahat ettikleri süre boyunca uygun giyim ve davranışları benimsemeye isteklidirler. Aynı zamanda dini inançlar, siyaset, yerel geleneklerle birlikte yaban hayatı, doğal tarih ve çevre hakkında bilgi sahibi olmak için çabalarlar (SNV Netherlands Development Organization, 2009: 34).

Mihalic (2016), turizm sektöründeki olumsuz etkilerin azaltılabilmesi için yerel ve ulusal düzeyde keşif çağrısının yapılması gerektiğine inanmaktadır. Bu amaçla, sorumlu turizm kavramının desteklenmesi gerektiğini vurgulamış ve tur operatörleriyle beraber turistlerin de çevre dostu ve topluma yarar katabilecek turlara destek vermeleri gerektiğini belirtmiştir (Ram & Arun, 2018: 2623). Sorumlu turizm tartışmalarında, turistin sorumlu turizm konusunun merkezinde konumlandırılmasının önemi vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, turistlerin sorumlu turizme ilişkin anlayışlarının ve bireysel faaliyetlerini nasıl "sorumlu" olarak değerlendirdiklerinin araştırılması gerekmektedir. Bu araştırmanın sonuçları, tüketicinin sorumluluğun ne anlama geldiği konusunda daha somut bilgilere ulaşmasına ve turistik eylemlerin nasıl sorumlu veya sorumsuz şekilde uyumlandırabileceğine yönelik faydalı bilgiler sağlayabilmektedir (Caruana vd., 2014: 116).

Stanford (2006: 97) tarafından, "sorumlu turist" kavramının tanımlanmaması üzerine "sorumlu turist" ve "sorumlu olmayan turist" kavramlarını ayıran bir tanım sunulmuştur:

- Çevreyi, kültürü, güvenliği, yerel sorunları bilen ve anlayan,
- Bu bilince sahip olmak için daha fazla para ve zaman harcayan,
- Yasalara, insanlara, çevreye ve toprağa saygı gösteren ve takdir eden,
- Toleranslı, önyargısız ve çeşitliliği kutlamaya açık,

- Çevre, kültür ve insanlarla ilgilenen ve etkileşim kuran,
- Hem kendi hem de diğerlerinin yüksek kaliteye sahip olmasını bekleyen,
- Tatmin edici deneyim sağlayan turistlerdir.

Tabiatıyla uyumlu olan turistler, ziyaret ettikleri bölgelerin yerel halkına ve kültürüne saygı göstermekte ve özellikle kendi ülkelerinde turizme katılımı bir tutku haline getirmektedirler. Bu turistlerin ortak özelliği, sorumlu turist tanımına uymalarıdır (State & Bulin, 2016: 791). Seyahatler sırasında çevresel sorumlulukların ihmal edilmesi durumunda, gidilecek hiçbir destinasyonun kalmayacağı öngörülmektedir. Bu sebeple, yeşil seyahatin (eko seyahat) zorunlu hale getirilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Eko seyahat, çevreye düşük etki yaparak, yeşil özelliklere sahip destinasyonları ziyaret ederken inovatif ekolojik ürünlere odaklanan bir seyahat şekli olarak tanımlanabilir (Fuad-Luke, 2008: 1). Bu bağlamda, sorumlu turistlerin seyahatlerinde eko seyahati seçmeleri olasıdır.

Sorumlu turistler, eko seyahat sırasında çeşitli faaliyetlere katılmaktadır. Bu faaliyetler genellikle ekoturizm kapsamında yer alan sorumlu turizm aktivitelerini içermektedir. Doğa yürüyüşü, kuş gözlemciliği, yamaç paraşütü, su altı dalışı, dağcılık, kamp-karavan, foto safari ve bisiklet sürme gibi birtakım ekolojik faaliyetler bu aktivitelere örnek olarak gösterilebilmektedir (Nayir, 2009: 72). Genel olarak, sorumluluk sahibi turistlerin eko seyahatleri sırasında sorumlu turizm etkinliklerine daha meyilli oldukları düşünülebilir.

2.6.2. Tur Operatörleri

Sorumlu turizm politikalarının etkili bir şekilde uygulanmasında tur operatörlerinin konumu ve sorumlulukları büyük bir önem taşımaktadır. Tur operatörleri, turizm sektörü ve turistler arasında aracılık görevi üstlenerek faaliyet göstermektedirler. Turizmde, turistlerin tercih ettiği tatil paketlerindeki en önemli unsur destinasyondur. Tur operatörleri, turizm destinasyonunda üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmezse, bu durum destinasyonun hizmet ve ürün kalitesinin düşmesine sebep olabilir ve sonucunda iş kaybı yaşayabilirler (Xin & Chan, 2014: 26).

Turistlerin çevresel ve sosyal açıdan sorumlu ürün ve hizmetlere olan talepleri arttıkça, deniz tabanlı tur operatörleri çevre üzerinde olumsuz etki bırakmamak adına kendi uygulamalarını değiştirmekte ve daha olumlu uygulamalara odaklanmaktadır. Olumlu uygulamaların benimsenmesi aynı zamanda turistlerin sosyal ve çevresel açıdan başarılı performans sergileyen ürün ve tedarikçilere olan tercihlerinin arttığı rekabetçi pazarlarda avantaj sağlamaktadır (Aylan, 2019).

Budeanu'nun (2005) araştırmasında, tur operatörlerinin, müşteriler ve tedarikçiler üzerindeki etki gücünü artırarak, her sene daha fazla bireyi toplum ve doğaya karşı daha sorumlu bir tavır benimsemeye teşvik ederek daha fazla şey yapabileceklerini vurgulamaktadır. Örnek olarak, turizmde sorumluluk prensiplerinin yaygınlaştırılmasını ve uygulanmasını teşvik etme konusunda liderlik rollerini etkili bir biçimde kullanabileceklerini ifade etmektedir. Sonuç olarak, tur operatörlerinin, çevre koruma kuruluşlarını destekleyerek ve çevresel araştırmalara katkıda bulunarak, operasyonları esnasında oluşan olumsuz yöndeki çevresel etkileri minimum düzeye indirmek için çabalamalarının yanı sıra çevresel sorumluluklarını da gerçekleştirebilmek için çabaladıkları söylenebilir (Aylan, 2019).

2.6.3. Yerel Halk

İşletmeleri toplumsal nitelikli organizasyonlar olarak ele aldığımızda, işletmelerin toplum içindeki rolü, faaliyet, karar ve işlevinin yalnızca işletme yöneticileri ve sahipleri tarafından değil, daha geniş bir paydaş grubuyla birlikte gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir (Kolçak, 2012: 202). İşletmelerin çevresinde yer alan ve doğrudan veya dolaylı olarak işletme ile ilişkisi bulunan bireylerin demografik ve kültürel nitelikleri, toplumsal çevreyi belirlemektedir. Bir toplumu oluşturan insanların çoğunluğu tarafından benimsenmiş kültürel değerler o toplumun yaşam tarzına etki eder. Beslenme, eğlence, çalışma, iş ahlakı, sağlık, çevre koruması ve barınma gibi konulara ilişkin düşünceler ve davranışlar, toplumsal kültürü şekillendirir. İşletmeler, toplumun yaşam tarzına, alışkanlıklarına ve değerlerine uygun bir üretim ve faaliyet ortamı oluşturma sorumluluğunu taşır (Kolçak, 2012: 203).

Muhanna (2006) araştırmasında, farklı sektörler ve projelerde turizm kalkınmasıyla yerel topluluklar arasındaki ilişkiye dair bilgiler sunmaktadır. Bu

çalışma, turizmin kalkınması ve yerel topluluklar için elde edilen deneyimleri analiz etmekte ve olumsuz etkilerini belirlemeye çalışmaktadır. Bu süreçte, ev sahibi toplumlar ve turizm için sürdürülebilir çerçevede turizm kalkınmasını geliştirmeye ve başarılı bir şekilde gerçekleştirmeye yardımcı olabilecek öneriler sunulmuştur.

Sorumlu Turizm perspektifine göre, yerel halk, turist deneyiminden sorumlu ev sahipleri ve turizm destinasyonu ile çevresinde yaşayan kişileri içerir (Spenceley vd., 2002: 8). Winchenbach (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırma, kırsal Gambiya'da dört topluluk üzerinde, yerel bir perspektifle sorumlu turizmde toplulukların/halkın sorumluluk üstlenmesi üzerine kapsamlı bir çalışma olarak yapılmıştır. Akademik kaynaklar, kırsal kalkınma ve Sorumlu Turizmin temel yapı taşı olan insan kapasitesini vurgulamaktadır. Yapılan çalışmalar, eğitim düzeyi yüksek kişilerin kişisel motivasyon, tutum ve bilgi paylaşma yetilerinin kendi toplumlarında hesap verilebilirliğe etki edebileceğini ve ev sahibi toplumların turizmi daha da sorumlu bir biçimde kullanmaya yönelik etkin bir ortam oluşturabileceklerini göstermektedir. Bunun yanı sıra, toplum seviyesinde gerçekleştirilen iş birliği ve olumlu eylemler, yerel halkın sorumlu turizmin gelişmesine yönelik birtakım dış engelleri aşarak turizmin olumlu etkilerinin artmasına yol açtığı tespit edilmiştir (Şen, 2017).

Yerel halka yarar sağlamanın birçok yöntemi mevcuttur. Endüstriye insan kaynağı sağlamak için iş gücünü eğitmek öncelikli bir adımdır. Bu, endüstrinin kalifiye iş gören ihtiyacını karşılayacaktır. Yerel halka değer vermenin bilinen diğer bir yolu ise toplum temelli turizmdir. Topluluklara zarar vermeyen sınırlı sayıda insanların katıldığı turlar, taşıma kapasitesinin üzerine çıkılmaması, çevresel etkilerin en az seviyeye indirilmesi, yerel çalışanların istihdam edilmesi ve elde edilen ekonominin adil bir şekilde yerelde paylaşılması gibi durumlar, sorumlu turizmin önemsedığı örnekler arasında yer alır. Sorumlu turizmin esasında yerel halk bulunmaktadır. Bu nedenle, yoksul ya da ekonomik açıdan dezavantajlı toplumların turizme dahil edilmesi önemlidir. Aynı zamanda, yerel el sanatlarının değerlendirilmesi, ekonomiye katkı sağlaması ve turizm işletmelerinin iş görenlerini yerel halkın içinden seçmesi gibi uygulamalar da örnek olarak gösterilebilir (Şen, 2017).

2.6.4. Destinasyon Yönetimi

Turizm, dünya genelinde büyük bir etkiye sahip olan ve birçok insanı ve birçok yeri etkileyen bir fenomendir. Uluslararası turizm ya da iç turizm alanında hızla büyüyen turizm endüstrisi, dolaylı veya doğrudan olarak birçok sektöre etki eder ve giderek daha fazla önem kazanır. Artan turizm faaliyetleri, sosyo-kültürel yapılar, toplumlar, hizmetler, altyapı ve çevre üzerinde sürekli bir baskı oluşturacak ve bu durum, bununla başa çıkma gerekliliği doğuracaktır (Jamieson, 2006: 1). Bununla birlikte, turizmin istenilen bir ekonomik faaliyet modeli olması destinasyonlarda istihdam oluşturur, döviz kazancını artırır, yoksulluğu ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini azaltır, yaşam kalitesini geliştirir (Wilkinson, 2007: 549). Bu durum, destinasyonların turizm faaliyetlerinin öncelikli olarak ele alınması ve gerektiği şekilde yönetilmesi gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Turistik ürün olarak kritik bir öneme sahip destinasyonlarda, destinasyon yönetimiyle birlikte turizmin olumsuz etkilerini azaltmak ve olumlu sonuçları en üst seviyeye çıkarmak için çaba sarf edilmektedir (Aktaş, 2019).

Sorumlu turizm, turizmin organizasyonel yapısını göstererek olumlu değişim yaratmasına katkıda bulunan üç temel araca odaklanmaktadır, bunlar yönetim, hedef yönetimi ve planlamadır. Bu üç gruptan her biri birbirini desteklemek için birlikte hareket etmelidir. Yerel, bölgesel ve ulusal düzeylerdeki yönetim yapıları, sorumlu turizm için filtre görevi görmek ve farklı düzeylerde sorumlu yönetim uygulamalarının oluşturulmasına yardımcı olmaktadır (Aylan, 2019). Yerel toplumun katılımı, etkili yönetim yapılarının temel bir gerekliliğidir. Turizm yönetimi sürecinde, planlama önemli bir araç olarak kullanılır ve devlet yönetiminin her düzeyinde etkilidir. Bununla birlikte, hesap verilebilirliğe, şeffaflığa ve katılım ilkelerine dayanan düzenleyici yapılar sorumlu turizmi öncelikli hale getirerek makul bir biçimde planlama ve hedef yönetim girişiminde bulunmalıdır (Xin & Chan, 2014:26). Turizm işletmelerinin geleceği, faaliyet gösterdikleri toplumun ve bölgenin yönetim biçimine ve turizm ile ilgili planlamaların yapılmasına bağlı olarak belirlenir.

Sonuç olarak, yerel yönetimler turizm sektöründe önemli bir role sahiptir. Turizm sektörünün sürdürülebilirliği için destinasyon yönetimi, yerel yönetimlerin

aktif rol alması ve sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir. Yerel yönetimlerin faaliyette bulunmaması durumunda turizm faaliyetlerinin sürdürülebilmesi mümkün olmamaktadır. Turizmi düzenleyici bir çerçeve oluşturarak politika geliştirme ve karar alma süreçlerine yerel yönetimlerin aktif olarak katılması önemlidir. Bu şekilde, kaynakların korunması ve sorumlu turizm bilincinin geliştirilmesi sağlanabilir. Aynı zamanda, turizm sektörünün fırsatlarını değerlendirme ve potansiyel tehditleri önleme imkanları da artar (Aylan, 2019).

2.6.5. Diğer Turizm İşletmelerinin Sorumlulukları

Son zamanlarda, turistik kaynakların oluşturulması, geliştirilmesi ve yönetilmesi ile çevresel faktörlerin dikkate alınması giderek daha büyük önem kazanmaktadır. Aynı zamanda, yerel toplulukların sosyal ve kültürel değerlerinin gözetilmesi ve turizm perspektifinden pazarlanabilir ürünlere dönüştürülmesi de öncelikli hale gelmektedir. Bunun nedeni, turistlerin tatillerini ses kirliliği, park sorunları ve aşırı trafik gibi kentsel hayatın getirdiği sıkıntılardan uzak olarak geçirmek istemeleridir. Bu sebeple çevrenin zarar görmesi, turizm endüstrisinin rekabet gücü ve kaynaklarının azalmasına neden olabilmektedir (Tuna, 2007: 18). Turizm işletmeleri için sorumlu turizm, yerel toplulukların yaşam kalitesini artırmaya ve doğal çevreyi korumaya odaklanırken, ziyaretçilere daha tatmin edici tatil deneyimleri sunmayı hedefler (DEAT, 2003). Örnek olarak, tur operatörlerinin görev ve sorumlulukları, sorumlu turizmin, destinasyonlarda uygulanmasında büyük bir öneme sahiptir. Bu önem, tur operatörlerinin turistlere sundukları tur paketlerinin ana yapıtaşının turizm destinasyonu olmasından kaynaklanır. Tur operatörlerinin turizm bölgelerinde sorumluluk almadıkları durumlarda, ilgili destinasyon düşük kaliteyle ilişkilendirilebilir ve bu durum iş kaybına neden olabilir. Tur operatörleri, turizm tedarikçileri ile turizm sektörü arasında aracılık yaparlar. Bu sebeple, bir turistik bölgenin sürdürülebilirlik düzeyini değerlendirmek için sorumlu göstergelerin bir listesini geliştirmek önemlidir (Xin & Chan, 2014: 26).

Turizm işletmeleri, turizm endüstrisinin gelecekteki gelişim ve planlamasında sorumlu endüstri uygulamaları ve turizm sertifikasyonu ile alakalı olarak önemli bir rol oynamaktadır (Fennel, 2008:5). Turistlerin konakladığı yerlerdeki topluluk

ilişkileri, iş görenlerin tutumu, ürünlerin pazarlanması ve işletme yöneticilerinin çevreye yönelik tutum ve eylemleri konularında, işletmelerin etik değerlere dayanarak kararlar almaya başladıkları ifade edilmektedir (Weeden, 2001).

Sorumlu turizm çerçevesinde, turizm işletmeleri, seyahat acenteleri, hediyelik eşya satan yerler, yiyecek içecek işletmeleri ve diğer turizm işletmeleri, çevrenin himaye edilmesi, ekonomik ve sosyal açıdan adil bir ortamın sağlanması ve bölgesel kalkınmanın desteklenmesinde kritik bir role sahiptir. Turizm işletmelerinin sürdürülebilirlik açısından önemli sorumlulukları arasında, yerel kaynakları kullanmaları, misafirlere kaliteli hizmet sunmaları ve yerel halkı istihdam etmelerinin yanı sıra toplumun gelişimine katkıda bulunacak faaliyetleri desteklemeleri yer almaktadır. Aylan (2019) çalışmasında, unutulmaya yüz tutmuş değerlerin ortaya çıkarılması gibi sorumlulukların yerine getirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Turizm işletmeleri bu sorumluluk gerektiren girişimleriyle, değişen ve gelişen dünyada rekabet avantajı elde etmiş olmanın yanı sıra sürdürülebilir turizme de katkıda bulunmuş olacaktırlar.

2.7. Sorumlu Turizmin Etkilendiği Turizm Çeşitleri

Sorumlu turizm, CREST tarafından birbirleriyle ilişkili ve etik temelli terimlerden biri olarak tanımlanmıştır (CREST, 2013; CREST, 2015). Alternatif turizm, kültür turizmi, toplum temelli turizm, gönüllü turizm, yeşil turizm, yoksul yanlısı turizm ve yavaş turizm gibi kavramlar, sorumlu turizmle ilişkili olan turizm çeşitleri arasında yer alır. Bu çeşitlerin sayısı artırılabilir. Bununla birlikte, bu araştırmada, literatürde sıkça karşılaşılan bu kavramlarla sorumlu turizm arasındaki ilişkiler açıklanmıştır.

2.7.1 Alternatif Turizm

Alternatif turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre, ekolojik ve sosyal uyumun sağlanması, uluslararası ve yerel girişimcilerin iş birliği yapması ve yerli malzemelerin kullanımına öncelik verilmesi amacıyla geliştirilen bir turizm türüdür. Uçar, Çeken ve Ökten (2010) tarafından sunulan iki farklı perspektife göre, alternatif turizm arz yönlü ile talep odaklı başlıkları altında tanımlanmıştır. Arz yönlü bakış

açısından, turizm açısından önemli olan kaynakların korunarak kullanılması ve daha yüksek getirisi olma ihtimali olan turizm çeşitlerinin oluşturulması amaçlanırken; talep odaklı bakış açısında, kişinin kendi ihtiyaç ve isteklerine daha çok uyum sağlayan, çevreye saygılı ve özelleştirilmiş bir turizm hizmeti sunulmaktadır. Alternatif turizm, zaman ve mekan yoğunluğuna çözüm getiren bir seçenektir (Albayrak, 2013).

Alternatif turizm çeşitleri genelde küçük ölçekli olarak yapılandırılmıştır. Bu turizm çeşidinde yerli halka öncelik gösterilmektedir. Paydaşların tümünün katılımının, alternatif turizmin alternatif turizmin gelişiminde önemi büyüktür. Bu süreç, tüketicilerin ve yerel halkın yaşam kalitesini artırabilecek niteliklere sahip olmalıdır. Fiziksel ve sosyal taşıma kapasitesini aşmadan, ekonomik açıdan da mantıklı bir şekilde sunulmalıdır. Turistler ve yerel halk arasında olumlu etkileşimi teşvik eden, sosyal, toplumsal ve doğal değerlerle uyumlu, çevre bilincini öne çıkaran bir turizm türüdür (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002).

Sumka (2006) tarafından ifade edildiği üzere, alternatif turizm doğal, sosyal ve topluluk değerleriyle uyumlu, ev sahiplerine ve misafirlere olumlu etkileşimler ve deneyimler sunan bir turizm şekli olarak tanımlanabilir. Bu, turistler ve yerel topluluklar arasında karşılıklı fayda sağlayan bir eşit değişimi ifade etmektedir (Şen, 2017). Kış sporları turizmi, sağlık turizmi, termal turizm, yayla turizmi, akarsu turizmi, golf turizmi, yat turizmi, av turizmi, hava sporları, dağcılık, inanç turizmi, ipek yolu turizmi, kongre turizmi, mağara turizmi, kuş gözlemciliği, su altı dalışı, gibi çeşitli alternatif turizm türleri bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

2.7.2 Kültür Turizmi

Kültür turizmi, bir topluluk, bölge veya kurumu tarihsel, bilimsel, sanatsal veya yaşam tarzı açısından ilgilenen, ziyaretçilerin motivasyonu ile gerçekleşen bir tür turizm olarak açıklanır (Silberberg, 1995: 361). Bu tanıma uygun olarak kültürel çekicilikler; sergiler, sanat galerileri, etkinlikler, mimari yapılar, tarihi bölgeler, sanatsal gösteriler ve yerel yemekler, giyim, dil ve dini deneyimler gibi cazibe merkezlerini içerebilir (Stylianou-Lambert, 2011: 405). Bunun yanı sıra kültür turizmi, yerel mirasa ve yerel doğal çevreye saygı göstermeyi vurgulayan bir turizm türüdür.

Aynı zamanda kültürel değerlerin korunmasına da bu turizm şeklinde önem verilir (Doggett, 1993'ten akt. Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002: 7; Frey & George, 2010: 622).

Kültür turizmi, özellikle de topluluk merkezli turizm, turistleri yerel insanlarla yakın etkileşime sokar. Bu etkileşim, güçlü sosyal ve çevresel uygulamalara dayandığından, yerel kültürün korunması ve turizm gelirinin yoksulluğun azaltılmasına katkı sağlaması önemlidir (SNV Netherlands Development Organisation, 2009: 10).

2.7.3. Toplum Temelli Turizm

Geleneksel turizme alternatif olarak ortaya çıkan, yerel yönetim ve turistik etkinliklere katılımı vurgulayan toplum temelli turizm, turizm faaliyetlerinin düzenlenmesine yönelik bir yaklaşımdır (Ruiz-Ballesteros, 2022: 1). Aylan'a (2019) göre toplum temelli turizm, yerel toplulukların turizmin gelişmesi sürecine aktif katılımıyla birlikte, yerel halkın turizm sektöründen daha fazla fayda sağlamasını mümkün kılan turistik faaliyetleri içermektedir.

Toplum temelli turizm, yerel toplulukların, yabancıları davet ettiği seyahatlerdir ve bu seyahatlerde yabancılar, yerel gelenek-görenekleri, yiyecekleri, yaşam stillerini ve inançlarını deneyimleme fırsatına sahiptir. Topluluklar, toplum temelli turizmin etki ve sağladığı faydaları yöneterek, öz yönetimlerini, geleneksel yaşam tarzlarını ve ekonomik alternatiflerini geliştirmekte ve güçlendirmektedir (Sin & Minca, 2014: 96).

2.7.4. Gönüllü Turizm

Gönüllü turizm, bir destinasyonda yaşayan insanların refahını artırmak için, sosyal kültürel kalkınma ya da çevrenin korunması yoluyla, yerel halk ve destinasyon ile doğru yoldan etkileşime geçmek adına seyahat edilen bir turizm şeklidir. Bu turizm türünde gönüllü destek sağlanarak ya da ürünler sunularak katkıda bulunmaktadır. Bir başka tanıma göre gönüllü turizm, toplumlar, kültürler ve uluslararası iş birliğine bağlı gelişen bir turizm şeklidir, sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi ve ortak faydanın en üst seviyeye çıkarılması amacını taşır (Educational Travel Conference, 2006: 19).

Gönüllü turistler genellikle kendi bilgilerini, becerilerini, zamanlarını ya da mali kaynaklarını diğer insanlara veya çeşitli amaçlara fayda sağlamak için sunmaktadırlar (Corti vd., 2010: 221). Bu bağlamda, gönüllü turizm, seyahat ve gönüllü hizmetlerin birleştiği, fedakarlık gerektiren bir turizm biçimidir (Inversini vd., 2019: 4). Gönüllü turizm, yerel halk ile doğrudan etkileşim ve kültürel değişim sağlayarak, geleneksel turizmin sunabileceği etkileşimlerden daha faydalı ve anlamlı bir deneyim sunmaktadır (Corti vd., 2010: 222).

2.7.5. Yeşil Turizm

Yeşil turizm, 1990'lı senelerde kitle turizmine bir alternatif ve tepki olarak ortaya çıkmıştır. Yeşil turizm; ekolojik turizm, ekoturizm, soft ve yumuşak turizm gibi isimlerle de anılmaktadır (Aylan, 2019). Yeşil veya ekolojik turizm, insanları çevreye zarar vermek yerine fayda sağlayacak şekilde boş zaman etkinliklerini sürdürmeye teşvik eden bir turizm türüdür. Bu turizm türü, kırılgan ekosistemlerin koruma altına alınmasına, nesli tükenme tehlikesinde olan türlere ve habitatlara destek verilmesine, yerel kültürlerin korunması ve yerel ekonomilerin gelişimine yardımcı olmayı amaçlar. Aynı zamanda kitle turizminin olumsuz yöndeki etkilerini azaltmayı hedefler (Butcher, 2015: 72).

Yeşil terimi, coğrafi turizm, sorumlu turizm, kalkınma odaklı ve yoksul yanlısı turizm gibi kavramlarla da ilişkilendirilmektedir. Bu kavramların aralarında farklılıklar olsa da temel olarak hepsi çevresel, sosyal kültürel ve ekonomik açıdan sürdürülebilirliği desteklemektedir (Honey & Krantz, 2012: 11).

2.7.6. Yoksul Yanlısı Turizm

Ashley ve Roe (2002) tarafından ifade edilen yoksul yanlısı turizm, bir destinasyonda yaşayan ve maddi imkansızlıklarla mücadele eden insanlar için olumlu ve net etkiler sağlayan bir turizm şeklidir. Yoksul Yanlısı Turizm, spesifik bir ürün ya da niş sektör olmayıp, turizm yönetimine ve kalkınmasına yönelik bir bakış açısıdır. Bu bakış açısı, turizm işletmeleri ile maddi imkansızlıklarla mücadele eden insanlar arasındaki ilişkileri güçlendirir. Böylelikle turizmin, yoksulluğun azaltılmasına olan faydası artar ve yoksul insanlar, ürün geliştirme konusunda daha etkin bir şekilde rol

alabilirler (Şen, 2017). Yoksulluk, sadece gelir eksikliğiyle sınırlı olmayan çok boyutlu bir sorundur. Yoksullar, yalnızca kaynak ve gelirlerden değil, aynı zamanda fırsatlardan da mahrum olmaktadır. Bu bağlamda, yoksul yanlısı turizmin asıl amacı, turizmi öncelikli olarak fırsatları açmak için kullanmak ve sonunda yoksul insanlara yarar sağlamak amacıyla etkin bir şekilde yoksullukla ilişkilendirmektir. Bu sayede, yoksullar güçlendirilerek kendi kaderlerini yaratma imkanına sahip olurlar. (Bowden, 2005: 387).

2.7.7. Yavaş Turizm

Küçük yerleşim birimlerinin gelenek yapılarını korumak, araç trafiğinin azaltılarak şehir merkezinden uzaklaştırılması, yerel ürünlerin kullanılmasını teşvik etmek ve sürdürülebilir enerji kullanımı gibi hedefler doğrultusunda, alternatif turizm çeşitlerine olan ilgi artmış ve yeni turizm trendleri ortaya çıkmıştır (Aylan, 2019). Cittaslow olarak bilinen Yavaş (Sakin) Şehir hareketi, günümüzdeki gelişmelerle paralel olarak ortaya çıkmıştır. Bu hareketin felsefesi, yavaş yaşam, yavaş yemek, şehir ruhu ve sürdürülebilir kalkınma temellerine dayanır. Cittaslow (Yavaş (Sakin) Şehir) hareketi, yavaş şehirlerdeki dokunun korunması ve yerli halkın yaşam kalitesinin artırılması çabasını içermektedir (Kuntay, 2004). Akademik çalışmalar incelendiğinde, yavaş turizmin odaklandığı dört temel özelliğin belirlendiği görülmektedir. Bu özellikler: zamanın değeri ve yavaşlık kavramı, varış noktasındaki yerel kültür ve aktiviteler, çevre bilinci, ulaşım biçimi ve seyahat deneyimi olarak sıralanmaktadır (Lackova & Rogovska, 2015: 4-5).

Genel anlamda, sorumluluk temelli turizm odaklı turizm çeşitlerini özetlemek gerekirse, çevresel açıdan yeşil turizm ve ekoturizm, ekonomik açıdan yoksul yanlısı turizm, sosyal açıdan toplum odaklı turizm ve sürdürülebilir turizmin öncüsü olan alternatif turizm bulunmaktadır. Sorumluluk temelli turizm hareketleri ve sürdürülebilir turizm birçok yönüyle benzer hedefleri paylaşıırken, sorumluluk temelli turizm daha uygulanabilir ve pratik bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir (Karimi & Darban Astane, 2022: 883).

2.8. Sorumlu Turizme Yönelik Kuruluşlar

Sorumlu turizmin giderek artan önemiyle birlikte, dünya genelinde pek çok ülkede, sorumlu turizme yönelik kurum ve kuruluşlar oluşturulmuştur. Aşağıda bu kuruluşların kısaca tarihçesi, görev ve mevcut projeleriyle beraber bu kuruluşlar tanıtılmaya çalışılmıştır.

2.8.1. Sorumlu Turizm Merkezi (CREST)

Dr. Martha Honey tarafından 2013 senesinde kurulan CREST, yerli halkın kendi kültürel kaynak ve biyoçeşitliliğini sürdürülebilir turizm politikaları ve uygulamalarıyla destekleyerek küresel düzeyde teşvik etmektir. Washington, DC merkezli kar amacı güzetmeyen bir kurum olan CREST, turizm sektöründe sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek ve sorumlu turizmin sosyal ve çevresel anlamda sunduğu vaatleri geliştirmek ve değerlendirmek için politika ve yönelimli-odaklı çalışmalardan faydalanmaktadır.

CREST (Sorumlu Turizm Merkezi), sorumlu turizmin pozitif yöndeki küresel etkilerini artırmak için çalışan, politika odaklı özgün bir araştırma kuruluşudur. CREST, devletlere, politika ve karar mercilerine, kar amacı güzetmeyen kuruluşlara, seyahat işletmelerine ve uluslararası ajanslara, turizm sektöründeki kritik meselelere çözüm bulmada yardımcı olma amacı güder.

CREST, turizm endüstrisinin potansiyelini bilerek, biyoçeşitliliğin himaye edilmesi ve yoksulluğun azalması için bir aracı olarak hizmet vermektedir. Bu amaç doğrultusunda, yeni çözümler üretmek ve disiplinler arası analiz yapmak için araştırmalar, danışmanlıklar, saha projeleri, yayınlar, konferanslar, ders ve belgesel-filmler gibi yöntemler kullanmaktadır (Love, 2015).

2.8.2. Küresel Ekoturizm Ağı (GEN)

Global Ecotourism Network (2017), Küresel Ekoturizm Ağı (GEN)'nin, Uluslararası Ekoturizm Topluluğu'nun (TIES) eski Danışma Komitesi üyeleri tarafından kurulan bir organizasyon olduğunu aktarmaktadır. GEN, ekoturizm otantik

ekoturizmin yayılmasına ve bu alandaki uygulamaların değerlendirilmesine katkıda bulunmak amacıyla önemli bir kaynak olarak faaliyet göstermektedir.

Küresel Ekoturizm Ağı'nın amacı, sektörü geliştirmek, düşünce liderliği ve savunuculuk sağlamak ve ekoturizmde orijinallik ve inovasyonu teşvik etmek için dünya çapındaki bölgesel ve ulusal ekoturizm ağları, yerel halk, destinasyon, küresel operatör ve profesyonelleri/akademisyenleri buluşturmaktır (Global Ecotourism Network, 2023).

2.8.3. Destinasyon Yönetim Merkezi (DSC)

Destinasyon Yönetim Merkezi (DSC- Destination Stewardship Center), turizm ve alan yönetimi arasında bulunan ve hızlı gelişim gösteren bir topluluktur. DSC özellikle, Dünya Mirası listesinde yer alan destinasyonlar gibi belirleyici özellikteki yerler için uygun niteliklere sahip potansiyel ortaklar, ek katılımcılar, destinasyon gözlemcileri ve sponsorlar aramaktadır. DSC, National Geographic Sürdürülebilir Destinasyonlar Merkezi'nin bir bölümüdür ve kurucusu Jonathan Tourtellot, National Geographic editörüdür. Jeoturizm terimini, bir yerin coğrafi özelliklerini, kültür, çevre, estetik, miras ve yerleşimcilerinin refahını koruyan ve zenginleştiren turizm manasında ilk defa kullanan kişi de Tourtellot'tur (Love, 2015). Turizm ve destinasyon yönetiminin birleştiği bir noktada yer alan ve hızla büyüyen bir topluluk olan kar amacı güzetmeyen Destinasyon Yönetim Merkezi, varlığını sürdürmektedir (Şen,2017).

2.8.4. Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (TIES)

TIES (Uluslararası Ekoturizm Topluluğu), toplumların birleştirilmesi, korunması ve sürdürülebilir seyahat ihtiyaçlarının ele alınmasıyla ilgili olarak toplumsal katılımın, çevresel, sosyal ve ekonomik düzeyde sürdürülebilirliğini kolaylaştırmadaki önemine dikkat çekmektedir. Topluluk, 1990 yılında Megan Epler Wood tarafından kurulmuştur. Sürdürülebilir seyahat ve ekoturizm hareketlerinde öncelikli olarak odaklanan ve kar amacı güzetmeyen kuruluş, sivil toplum örgütleri ve çeşitli paydaşlardan oluşan dernekler için ücrete tabii olmaksızın organizasyon üyeliği sağlamaktadır (TIES, 2017).

2.8.5. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC)

Daha önce "Partnership of Global Sustainable Tourism Criteria" olarak bilinen bu organizasyon, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Birleşmiş Milletler Vakfı, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Rainforest Alliance tarafından kurulan bir iş birliği olarak 2007 yılında faaliyetlerine başlamıştır (Şen, 2017). Temel hedefi, sürdürülebilir turizm hareketi için daha iyi bir perspektif geliştirmek ve evrensel olarak sürdürülebilir turizm ilkelerinin benimsenmesini sağlamaktır. Bahsedilen ortaklık, sürdürülebilir turizmin temel unsurları etrafında bir dizi kriter belirlemek için çalışmaktadır. Bu kriterler; sürdürülebilir planlamanın yapılması, yerel toplum için ekonomik ve sosyal yararın en üst seviyeye çıkarılması, kültürel mirasa yönelik negatif yöndeki etkilerin minimum düzeye indirilmesi ve turizmin çevre üzerinde bıraktığı olumsuz etkilerin azaltılmasıdır (Love, 2015). Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC- Global Sustainable Tourism Council), dünya genelinde sürdürülebilir turizm bilgisini ve uygulamalarını artırmayı hedefleyen bir platformdur. Hem kamusal hem de özel sektör paydaşlarını bir araya getirerek küresel sürdürülebilir standartlar oluşturmayı ve yönetmeyi amaçlamaktadır (Global Sustainable Tourism Council, 2022).

2.8.6. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Girişimi (ISTI)

Uluslararası Sürdürülebilir Turizm İnisiyatifi (ISTI-International Sustainable Tourism Initiative), mevcut liderleri ve gelecekteki liderleri eğiterek, çevrenin insan sağlığına olan etkilerini dikkatlice değerlendirmeyi ve iyileştirmeyi amaçlayan bir girişimdir. Bu program, yerel otoriteler ve dünya genelindeki turistik bölgelerdeki kurumsal liderler ile yakın temas içinde çalışarak, karar mercilerini, sağlığa etki eden çevreleri korumak ve geliştirmeye yönelik, kanıta dayalı ve etkileşimli yönetim yaklaşımlarıyla donatmayı hedeflemektedir. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Girişimi katkılarıyla, bilimsel verilere dayalı görüş birliği oluşturularak, etkilerin yönetimi için çerçeveler oluşturulmakta ve yerel ve küresel düzeyde veri toplama süreçlerinde devrim niteliğinde açık kaynaklı araçlar geliştirilmektedir. Bu çalışmalar, ileriki dönemlerdeki turizmin gelişimi için yerel liderlere rehberlik edecek bir temel oluşturmaktadır. (Şen, 2017).

2.8.7. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm ÖRGÜTÜ (UNWTO)

Madrid merkezli olan UNWTO, Birleşmiş Milletler'in bir ajansıdır ve sorumlu, evrensel ve sürdürülebilir bakış açısıyla, erişilebilir turizmi, ekonomik gelişmenin bir kaynağı olarak teşvik etmekle görevlidir. Kökenleri, 1925 yılında Hollanda'da International Congress of Official Tourist Traffic Associations (ICOTT) tarafından kurulan bir organizasyona dayanmaktadır (Love, 2015). Turizm sektörünün önde gelen uluslararası organizasyonlarından olan UNWTO, turizmi ekonomik gelişme kalkınma ve çevresel sürdürülebilirlik için bir itici güç olarak teşvik etmektedir. Aynı zamanda dünya çapında turizm politikalarının geliştirilmesinde liderlik ve destek sağlama rolü üstlenmektedir (UNWTO, 2017). UNWTO, turizmdeki olası negatif etkileri minimum düzeye indirmek ve turizmin sosyal ve ekonomik katkısını maksimize etmek amacıyla Turizmde Küresel Etik Kurallarının uygulanmasını teşvik etmektedir. Aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmanın dünya genelinde teşvik edilmesi ve yoksulluğun azaltılmasına yönelik olarak, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne ulaşabilmek için turizmi bir araç olarak teşvik etme taahhüdünde bulunmaktadır.

UNWTO, dünyadaki en büyük ve en köklü sorumlu turizm örgütü olarak önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle henüz gelişim gösteren ülkelerde yeni turizm altyapılarının ortaya çıkmasıyla birlikte, sürdürülebilir turizmin ekonomik kalkınma, refah, barış, uluslararası anlayış ve küresel insan haklarına saygı konularında giderek daha önemli bir rol almaktadır (Love, 2015). Ayrıca, 2017 senesi Sürdürülebilir Turizm Senesi ilan edilmiş ve dünya genelinde büyük yankı uyandırmıştır. Farkındalık oluşturma amacıyla birçok destinasyonda organizasyonlar düzenlenmiş ve önemli adımlar atılmıştır (Şen, 2017).

2.9. Dünyada Sorumlu Turizme Yönelik Plan ve Politikalar

Güney Afrika'da 1994 senesinde düzenlenen Afrika Ulusal Kongresi'nde, turizm konusu iktidar tarafından ayrıntılı bir şekilde planlamaya eklenmemiştir. Fakat, 1996'da Güney Afrika Turizmi-White Paper Raporu'nda, turizmle birlikte sorumlu turizm de ele alınmış ve sorumlu turizmin temel unsurları belirlenmiştir. Bu girişim, kırsal ve kentsel yoksullar için geçim kaynağı yaratma ve istihdam sağlama konusunda fırsatlardan biri olarak kabul görmektedir. Kırsal alanlarda tarım haricinde, iç ve

uluslararası düzeyde turizm sektörü dışında ekonomi için farklı fırsatlar bulunmamaktadır (Aylan, 2019). Projenin amaçları başarıyla gerçekleştirilmiş ve bu durum ulusal düzeyde, daha adil ve dengeli bir turizmin geliştirilmesine teşvikte bulunmuştur (Goodwin, vd., 2004).

Artan farkındalık ve sorumlu turizmin giderek artan önemi dolayısıyla birçok ülke dünya genelinde sorumlu turizm uygulamalarını benimsemektedir. Aşağıda, dünyada gerçekleştirilen bazı politika ve plan örneklerine yer verilmiştir.

2.9.1. Myanmar Sorumlu Turizm Uygulamaları

Güneydoğu Asya'da gelişme gösteren turizm merkezi Myanmar'da, turizmin hızlı bir şekilde gelişmesi ile toplum, kültür ve çevre üzerinde olumsuz etkilere neden olmuştur. Turizmin pozitif etkilerini artırmayı hedefleyen Myanmar Sorumlu Turizm Enstitüsü, araştırma, eğitim ve bilgi paylaşımı gibi faaliyetlerle Myanmar'da sorumlu turizmin gelişimine destek vermek amacıyla, kar amacı güzetmeyen bir kuruluş olarak kurulmuştur (Hausler, vd., 2012). Nay Pyi Taw'da ilk kez 21-31 Şubat 2012 tarihlerinde düzenlenen Sorumlu Turizm Haftası, turizmin negatif yönlü etkileriyle başa çıkmayı ve sürdürülebilir faydalar sağlamayı amaçlamıştır. 22 bakanlık, kamu ve özel sektör temsilcileri ile uluslararası sorumlu turizm profesyonelleri, çalıştay ve konferanslara katılım göstermiştir. Etkinliklerin ardından, Myanmar Sorumlu Turizm Politikası 22 Mayıs ve 5 Haziran 2012 tarihleri aralığında oluşturulmuştur. Nay Pyi Taw, 5 Haziran 2012 'de Myanmar Sorumlu Turizm Politikası planlamasını, özel sektör ve kamuya sunmuş, eylem noktalarının sorumluluklarını belirlemiştir (Aylan, 2019).

Myanmar Birliği, Myanmar Sorumlu Turizm Politikası'yla sürdürülebilir bakış açısı, rekabet piyasası ve kalite üzerine odaklanan bir turizm sektörünün geliştirilmesini, planlanmasını, yönetilmesini ve teşvik edilmesini desteklemektedir. Bununla birlikte, kültürel sorumluluk ve sosyal adalet, çevresel sürdürülebilirlik ve ekonomik refahın artırılması hedeflenmektedir (www.burmalibrary.org, 2023).

Myanmar'da, turizm sektöründeki sorunların çözülmesi ve adil yaşam koşullarının sağlanması amacıyla sorumlu turizm geliştirme çalışmaları

yürütülmektedir. Bu politika, Myanmar'ın sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınma stratejisinin ana yapı taşı olarak büyük önem taşımaktadır. Turizm hareketi, Myanmar'da yoksulluğun azaltılması ve istihdam fırsatlarının yaratılması gibi hedefleri desteklemekte, aynı zamanda ekonomik ve sosyal dengeyi sağlamak ve politik yeniliklerin hayata geçirilmesine katkıda bulunmak için bir araç olarak kullanılmaktadır (Aylan, 2019).

2.9.2. Tanzania Sorumlu Turizm Uygulamaları

Sorumlu Turizm Tanzania (RTTZ), kar amacı güzetmeksizin, sürdürülebilir turizmi teşvik etmek amacıyla, 2011'de Tanzania'da kurulmuş bir kuruluştur. Kuruluş, turizm sektörünün sürdürülebilir yönetimini ve desteklenmesini sağlamak amacıyla birtakım hizmetler sunmaktadır. Bu hizmetlerin yürütülmesi, uluslararası alanda kabul edilen kılavuz ve standartlar temel alınarak gerçekleştirilmektedir. Turizm girişimlerinin gelişimine destek olan değerlendirme ve denetim süreciyle beraber, işletmelerin başarı ve çabalarını tanıyan bir sertifikasyon programı da bulunmaktadır. Bu kuruluş aynı zamanda, uygun ve düzenleyici bir ortamı, savunuculuk yoluyla geliştirilmesine katkı sağlayan bir ortaktır. Turizm işletmelerinin, sorumlu bir yönetim anlayışına göre hareket etmelerini ve uygulamaya geçmelerini desteklemek amacıyla, üyelere rehberlik, eğitim ve destek hizmetleri sunan bir kuruluştur (www.rttz.org, 2023). Tanzania Devleti, özel yatırımlar ve ekonomik performansı artırmak için uygun ortamlar oluşturmak amacıyla gereken kurumsal tedbirleri almayı sürdürecektir. Bunun yanı sıra, kültürel ve doğal kaynakların korunmasını hedefleyen turizmin, sürdürülebilir bir biçimde gelişebilmesi ve tanıtılması için çaba sarf edecektir. Bu amaç doğrultusunda, tüm paydaşların iş birliği içinde çalışması çağrısında bulunularak sürdürülebilir turizm hedefleri belirlenecektir (www.tanzaniagateway.org, 2023).

Tanzania'da vahşi yaşamın ve yerli kabilelerin varlığını sürdürmesi son derece önemlidir. Burada yasadışı avlanma sorunlarına örnek olarak, Afrika'da avlanmakta olan her üç filin birinin Tanzania'dan alındığı gösterilebilir. Tanzania'da 2013'te yaklaşık olarak 10.000 filin öldürüldüğü düşünülmektedir (www.responsibletravel.com, 2023). Bu durumla mücadele edebilmek ve bunun yanı

sıra turizmin gelişimi ve sürdürülebilirliği için paydaşlara kritik öneme sahip yükümlülükler düşmektedir. Aylan (2019)'ın ifade ettiği gibi, paydaşların birlikte hareket etmesiyle sorumlu turizm faaliyetleri sosyal ve kültürel açıdan kabul edilebilir, çevre dostu ve sürdürülebilir turizmin gelişimini teşvik etmek suretiyle, öncelikli olarak yoksulluğun azaltılmasına katkı sağlayarak halk ekonomisine destek olmuş olacaktır.

2.9.3. Kerala Sorumlu Turizm Uygulamaları

Güney Hindistan'da bulunan Kerala, tarih, iklim ve kültürel mirası ile ünlüdür. Ayrıca "ayurveda" (geleneksel sağlık sistemi) ve görkemli plajlarıyla da bilinir. Burada turizm endüstrisi, eğitilmiş ve turist canlısı insanların yanı sıra kültürel ve doğal zenginliklere dayanmaktadır. Turizm potansiyelinin desteklenmesi için kalkınma paradigmasının ve sürdürülebilirlik uygulamalarının önemi, 2007 yılında fark edilmiştir. Bu sebeple, sorumlu turizm uygulamalarını teşvik etmek amacıyla, bir eylem programı geliştirilmiştir. Bu program, tüm turizm paydaşlarını dahil edecek bir şekilde oluşturulmuştur. Bütün paydaşların destek ve iş birliğiyle sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlara eşit önem verilerek, sorumlu turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. 2008 senesinde, sorumlu turizm projeleri Kumarakom, Kovalam, Wayanad ve Thekkady olmak üzere dört farklı coğrafi bölgeyi kapsayan destinasyonlar üzerinde pilot uygulama yapılmıştır. Katılımcı bir yaklaşımla ve Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi Kriterleri temel alınarak sorumlu turizm faaliyetleri için bir eylem planı oluşturulmuş ve danışma süreciyle hayata geçirilmiştir. Burada, turizm sektöründe katılımcı yaklaşım benimsenerek, yerel toplum ve turistler için daha iyi mekanlar oluşturabilmiştir (asiapacific.unwto.org, 2023).

2.9.4. Gambia Sorumlu Turizm Uygulamaları

Gambiya, sorumlu turizm politikaları konusunda girişimlerde bulunmuş önde gelen ülkelerden biridir. Küresel ödüllerle tanınan çeşitli kişi ve kuruluşlar tarafından kazanılan başarılar, Gambiya'nın sorumlu turizmde lider konumunu ortaya koymaktadır. Gambiya'da, yerlilerin katılımı, etkileşimli karar alma, mikro işletmelerin turizme dahil edilmesi ve güçlendirilmesi faaliyetler gerçekleştirilmektedir (www.visitthegambia.gm, 2023). Gambiya, Sorumlu Turizm

Cape Town Bildirgesi'nden ilham alarak sorumlu turizm faaliyetlerini yürütmektedir. Bu faaliyetler, turizm sektöründe yer alan ilgili tüm paydaşları temsil eden bir eylem grubu olan, Sorumlu Turizm Ortaklığı sayesinde gerçekleştirilmektedir. Uygulama, 5 yıllık çalışma planı ve hedefleri içeren bir çalışma takvimi bulunmaktadır (Aylan, 2019).

Bu politika, turizmdeki eşitsizlikler ve sektörün getirdiği olumsuz etkilerle mücadele etmeyi amaçlamaktadır. Bunun yanı sıra insan ticareti, seks turizmi ve çevresel tahribat gibi unsurların da üzerinde durmaktadır. Bu politika, turizm sektörü, hükümet ve Gambiya Turizm Otoritesi'nin tümüne yönelik bir stratejidir. Politikanın hedefi, sorumlu pazarlama yapmak ve sosyal, çevresel ve ekonomik sorumluluk konularını geliştirmek için belirli hedefler koymaktır. Bu şekilde, Gambiya'yı deneyimleyerek yeniden ziyareti teşvik eden keyifli ve güvenilir bir ortamda, yerel halk ve turistler arasında olumlu bir etkileşim gerçekleşmektedir (www.accessgambia.com, 2023).

2.10. Türkiye’de Sorumlu Turizme Yönelik Plan ve Politikalar

Doğal kaynakların tükenmesi, iklim değişikliği tehdidi ve sosyal, ekonomik eşitsizlikler, turizm sektörünü ve bireyleri sosyal, ekonomik ve çevresel unsurları değerlendirmeye yönlendirmiştir. Sorumlu turizm, turistlerin yerel halka fayda sağlamasını ve olumsuz çevresel ve sosyal etkileri minimum düzeye indirmeyi hedefler. Bu doğrultuda, Türkiye'de yapılan turizm politika ve planları aşağıda sorumlu turizm perspektifiyle değerlendirilmiştir.

2.10.1. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından geliştirilen bu stratejinin asıl hedefi, sürdürülebilir turizm bakış açısını benimseyerek istihdam olanaklarının artırılması ve bölgesel kalkınmanın turizm sektörüyle güçlendirilmesidir. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin 2023 yılına kadar turizm geliri ve uluslararası turist sayısı açısından önde gelen beş ülke içerisinde yer alarak uluslararası marka konumuna gelmesi amaçlanmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı, sorumlu turizm prensipleriyle değerlendirildiğinde, turizmin gelişim gösterebilmesi için

destinasyonun kalkınmasına ve paydaşların katılımının sağlanmasına yönelik örnek uygulamalardan bazıları şunlardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, ktb.gov.tr, 2023):

- Mevcut destinasyonların revize edilerek, planlanması ve çevreye uyumlu yaşanabilir alanların oluşturulması,
- Turizm planlamasında merkezi ve yerel yönetimlerin koordinasyonu ve finansal kaynakların ortaklaşa yönetilmesi,
- Hükümetlerin sosyal ve ekonomik hedeflerini desteklemek amacıyla turizm sektörünün gelişimi,
- Turizm sektöründe nitelikli işgücü ve sertifikasyon sisteminin etkin şekilde kullanılması için eğitimle desteklenmesi,
- Turizm endüstrisinde sivil, yerel ve merkezi katılımcıların ortak yönlendirilmesi ve koordine edilmesi,
- Turizmde ürün yelpazesinin genişletilerek, mevsimler arasında dengeli bir dağılımın sağlanması,
- Turizm sektörünün gelişim politikalarının ulusal kalkınma politikalarıyla uyumlu olmasıdır.

2023 stratejisinin temel ilkeleri göz önüne alındığında, destinasyonların yaşam standartlarının iyileştirilmesi, yerel toplumun sosyal ve ekonomik perspektiften beslenmesi, yerel yönetimlerin turizm alanında koordine bir biçimde hareket sergilemesi, turizmde hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve sektörün çeşitlendirilmesi gibi destinasyonun gelişimine katkıda bulunacak hedefleri olduğu anlaşılmaktadır (Aylan, 2019).

2.10.2. Gelecek Turizmde Projesi

Gelecek Turizmde Projesi 2007 senesinde Çoruh Vadisi'nde Kültür ve Turizm Bakanlığı, Anadolu Efes ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)'nin bir araya gelmesiyle, turizme dayalı bir yerel kalkınma modelinin oluşturulması için (DATUR) “Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi” ismiyle faaliyete başlamıştır.

Proje sonucunda bölgede, sayısı 20'nin üzerinde konaklama tesisi (pansiyon, konukevi vb.) açılmıştır. Bununla beraber, turizme destek veren pek çok sivil toplum

örgütü faaliyete geçerek, yürüyüş ve bisiklet parkurları oluşturulmuş, yerel festivaller arasında kuş gözlemi ve rafting gibi etkinliklere de yer verilmiştir. Tüm bu yatırımların etkisiyle yerli veya yabancı turistlerin bölgeye olan ilgisi önemli ölçüde artmıştır. 2018 yılında yayımlanan Gelecek Turizmde Projesi Raporu'na göre, yıllık olarak, üç projeye fon sağlanmasının yanında eğitim, teknik olarak destek, planlama, danışmanlık ve iletişim gibi uygulama desteği sunulmaktadır. Bu desteklerle projelerin uygulanabilirlikleri ve sürdürülebilirlikleri sağlanmaktadır.

2.10.3. III. Turizm Şura Toplantısı

Küresel düzeyde gereksinim ve taleplerin çeşitlenmesiyle birlikte siyasi, kültürel, sosyal, teknolojik ve ekonomik alanlarındaki dinamik gelişmeler, turizm endüstrisinin sürekli olarak yenilenmesini gerektirmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm endüstrisinin mevcut durumunu değerlendirmek ve geleceğe dayalı ulusal bir turizm stratejisi oluşturmak amacıyla 3. Turizm Şurası'nı organize etmiştir. Bu önemli etkinlik, sektörün dönüşümünü yakalamak için gerçekleştirilen bir girişimdir. 3. Turizm Şurası, çevre bilincine sahip, küresel gerçeklere uyumlu ve turizm endüstrisinin taleplerine cevap verebilecek sürdürülebilir turizm stratejilerinin tartışılması, sektördeki eğilimlerin takibi ve geleceğe dayalı stratejilerin değerlendirilmesini hedefleyerek düzenlenmiştir. Bu kapsamda, 13 farklı komisyon oluşturulmuştur. Oluşturulan komisyonlar tarafından alınan kararlar, sorumlu turizm uygulamalarının bir örneği olarak gösterilebilir. Bu kararlar, turizmin sürdürülebilir oluşuna katkı sağlamak sebebiyle üstlenilen sorumluluklardan bahsetmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, ktb.gov.tr, 2023):

2.10.4. Kalkınma Planları

Türkiye'de, turizmden daha fazla kar sahibi olma hedefiyle 1979-1983 tarihleri arasında gerçekleştirilen çalışmalar, kitle turizmini ve ekonomik etkilerini artırmaya yöneliktir ve bu zaman diliminde kitle turizminin olumsuz negatif yönlü etkilerine gereken önem verilmemiştir. Türkiye'de, Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı ve sonraki kalkınma planları, kitle turizmiyle beraber turizmin çeşitlendirilmesi ve doğal kaynakların himaye edilmesi de önemli bir konu olarak ele alınmıştır. Ancak sürdürülebilirlik politikası, turizm planlamalarına ilk olarak 1996-2000 senelerinde

hazırlanan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, *"doğal ve kültürel değerlerin sürekli kullanımı"* ifadesiyle resmi olarak dahil edilmiştir. Kitle turizmi, 2000'li tarihlerde ortaya çıkan olumsuz etkiler nedeniyle tarihi, kültürel ve doğal değerlerin sürdürülebilirliğini tehlikeye atacak bir dizi engel sunmaktadır. Bunun yanı sıra, kitle turizmi doğal, kültürel ve tarihi değerlerin sürdürülebilirliği açısından bazı engellere yol açmaktadır. Bunlar arasında aşırı ve plansız oteller yapılması sonucu verimli toprakların himaye edilememesi, çevrede kirlilik, yaban hayatı ve habitatta bozulma ve yerli halkın sosyal kültürel yapısında olumsuz etkiler göze çarpmaktadır (Gülbahar, 2009).

Bu bağlamda, günümüzde turizm sektörü, çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri dikkate alarak negatif yönlü etkilerin minimum seviyeye indirilmesi ve pozitif etkilerin maksimum seviyeye çıkarılması hedefiyle yönlendirilmektedir. Ayrıca, turistlerin değişken gereksinim ve beklentileri zamanla kitle turizminden farklı bir turizm yaklaşımına, hatta özel ilgi turizm çeşitleri yönüne evrilme sergilemektedir. Sürdürülebilir turizm politikası, değişen taleplere yanıt verebilme ve sektörün pozitif etkilerini artırma doğrultusunda gündeme gelmiştir. Ancak bu politikada, sorumluluğun kimde olduğu konusu belirsizlikler içermektedir, bu sebeple 2002'den sonra sorumlu turizm modeli oluşturulması ve tüm paydaş sorumlulukları hususunda tartışmalar yapılmaktadır (Aylan, 2019).

2.10.5. Yeşil Valiz Sorumlu Turizm Derneği

Yeşil Valiz Sorumlu Turizm Derneği, kültüre, doğaya ve tarihe değer veren bir grup gönüllü tarafından kurulmuştur. Bu gönüllülerin sayısı günden güne artmaktadır ve amaçları, yerel kültürün korunmasına ve yerel toplumların ekonomik kalkınmasına destek vererek turizmin merkezine koymaktır. Yeşil Valiz Sorumlu Turizm Derneği, 2002 Cape Town Deklarasyonu'nda benimsenen sorumlu turizm hususundaki prensiplerin, Türkiye'de yaygınlaşmasını hedeflemektedir. Dernek, kırsal bölgelerde toplum odaklı turizm stratejileriyle kadın istihdamını artırmayı, doğaya duyarlı alternatif turizm faaliyetlerini teşviki ve kültürel mirasın uluslararası ve ulusal barışa katkı sağlayacak biçimde yorumlanmasını sağlayabilmek için etkinlikler düzenlemektedir. Yeşil Valiz, sayısı 200'ün üzerinde gönüllü çalışanıyla ve 36

üyesiyle faaliyet göstermektedir. Dernek, Uluslararası Sorumlu Turizm Merkezi (ICRT) ve Eşitlik Turizmi (Equality in Tourism) gibi sivil toplum kuruluşlarının Türkiye distribütörü olarak küresel ağın önemli bir bileşenidir (www.yesilvaliz.org, 2023).

2.10.6. Sorumlu Turizm Sorunsuz Gelecek Projesi

Bu projenin amacı, Alanya'daki konaklama işletmelerinin ve sektörle ilişki içerisinde olan bütün paydaşların, Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi'yle bütünleştirilmesini sağlamak ve böylece Alanya'da bulunan işletmelerin Avrupa'da bulunan rakipleriyle rekabet edebilecek konuma gelmesini hedeflemektedir. Bu proje kapsamında, Alanya ilçesindeki 30 konaklama işletmesi, Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi konusunda bilinçlendirilmiştir. 6 aylık süreçte, bu işletmelerden 17'sine iç değerlendirme süreci uygulanmış ve belgelendirme işlemleri tamamlanmıştır. Bu adımlar, konaklama işletmelerinin sürdürülebilirlik alanında ilerlemelerini desteklemeyi hedeflemektedir. Projenin hedefleri arasında, Alanya bulunan konaklama işletmelerinin Travelife kriterlerini benimsemesi ve uygulanması yer alır. Bu sayede, rekabet gücünün artması, yatak başına düşen gelirin yükseltilmesi ve verilecek eğitimlerle kaynak tüketiminin azaltılıp verimliliğin artırılması hedeflenmektedir. Bu çabaların sonucunda, ilçedeki turizmin ekonomik etkilerinin artırılmasına katkıda bulunulması öngörülmüştür (<http://www.altso.org.tr>, 2023).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, çalışmanın amacı, önemi, modeli, evren ve örnekleme, veri toplama aracı, süresi ve analiz edilmesi adımlarıyla ilgili süreçlere yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İş yaşam kalitesi, iş görenin işinden ve yaşamından duyduğu memnuniyetin yüksek olması ve çalışmakta olduğu gruba aidiyet duygusu ile kendini değerli ve saygın hissetmesidir. Örgütün iyi çalışma şartları ile insan kaynağını koruması önemlidir ve bu sebeple iş yaşam kalitesi kavramı bu hususta oldukça önem arz etmektedir (Aydın, 2021). Turist rehberlerinin birer lider olarak, iş esnasında farkındalıklarının yüksek olması gerektiği spesifik durumlar vardır. Bunlardan biri de sorumlu turizmdir.

Sorumlu turizm, turizm destinasyonlarındaki doğal yaşamın pazarlanması şeklinde (Goodwin & Francis, 2003: 271) literatüre girmiş ve son araştırmalarda, etik davranışlar geliştirmek amacıyla eğitime önem verildiği ve turizmdeki paydaşların bu eğitimlere tabi olması gerektiğini savunan bir turizm yönetim biçimi olarak tanımlanmaktadır (State & Bulin, 2016: 701). Bu çalışmada turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır.

Bu doğrultuda iş yaşam kalitesi ve sorumlu turizm konuları hakkında ayrı ayrı yapılmış olan çalışmalar incelenmiş ve turist rehberleri açısından iş yaşam kalitesi ve sorumlu turizm algıları arasındaki ilişkiyi ve etkiyi ölçen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın özgünlük taşıdığı gerekçesiyle, gelecekte bu konu ile alakalı çalışma yapacak olan araştırmacılara yardımcı bir kaynak olacağına inanılmakta ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, çalışma kapsamında iş yaşam kalitesinin öneminin daha iyi anlaşılmasının ve sorumlu turizm politikalarının hayata geçirilmesinde paydaşların üzerine düşen sorumluluklarının

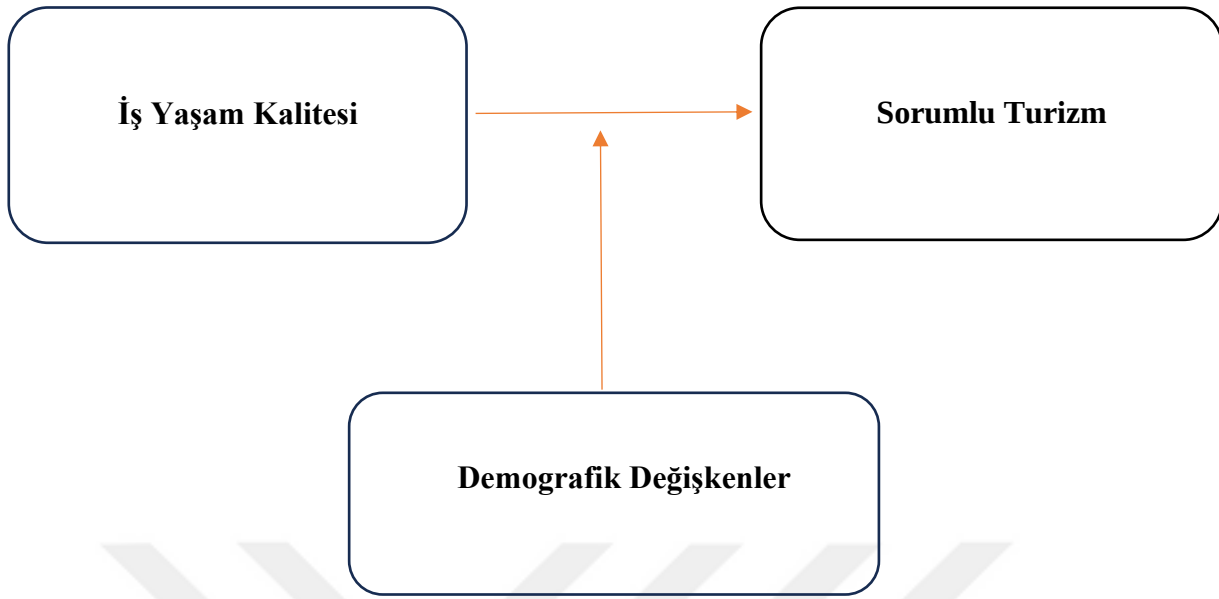
bilincinde olunmasının, turizm sektörünün geliştirilmesi açısından faydalı olacağı düşünülmüştür.

3.2. Araştırmanın Modeli

Bir araştırma modeli, toplanan verilerden en geçerli ve güvenilir sonuçları elde etmek amacıyla kullanılır. Model, araştırmanın önemli bir bileşeni olarak kabul edilir, çünkü araştırmanın her aşamasını etkilemektedir (McMillan & Schumacher, 2006). Bu nedenle, araştırma modeli, araştırmada bulunan her amaca yanıt verebilmeli veya her hipotezi test etmek için izlenecek adımları göstermelidir (Gall, Borg & Gall, 2006; Gibbs, 2002).

Bir araştırmada, değişkenlerin türü veya miktarıyla ilgili netleştirme yapıldığında "tekil tarama modeli" kullanılırken, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi (korelasyon) belirlemek için "ilişkisel tarama modeli" kullanılır. Bir diğer yöntem olan "deneme" modeli ise neden-sonuç ilişkilerini belirleyebilmek için bağımsız değişkenin bağımlı değişkene etkisinin gözlemlendiği kontrollü bir araştırma modelidir (İslamoğlu & Alınışık, 2016: 99-100). Bu çalışmada, tarama modellerinden olan "ilişkisel tarama modeli" kullanılmıştır.

Aşağıdaki araştırma modeline bakıldığında, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisi, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları ile sorumlu turizm algıları arasında ilişki, turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında demografik değişkenler açısından farklılaşma olup olmadığı ve turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında demografik değişkenler açısından farklılaşma olup olmadığının incelendiği görülmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Hipotezler, henüz kanıtlanmamış iddia, yargı ve geleceğe dair öngörüler olarak tanımlanmaktadır. Hipotez oluşturma, problemlerin ya da ilişkilerin açıklanması için tüm unsurların dikkate alınması, kontrol edilmesi, değişkenlerin belirlenerek, değişkenler arasında tahminler yapılabilmesini içerir (Dökme, 2019). Bireyler, mevcut bilgilerinden faydalanarak bir hipotez geliştirirken, sistemin nasıl işlediği ya da araştırma sürecinde bilgilerin nasıl değiştiği konusuna odaklanarak hipotezlerini oluşturabilirler (Zimmerman, 2007). Bu tanımlara bağlı olarak geliştirilen araştırmanın hipotezleri şu şekildedir:

H₁: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları ile sorumlu turizm algıları arasında ilişki vardır.

H₂: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerinde etkisi vardır.

H₃: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, demografik değişkenler açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H_{3.a}: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H_{3.b}: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, medeni durum değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H3.c: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, çalışma kartı türü değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H3.d: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, yaş değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H3.e: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, gelir değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H3.f: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, eğitim durumu değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H3.g: Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarında, mesleki tecrübe değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, demografik değişkenler açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4.a: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4.b: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, medeni durum değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4.c: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, çalışma kartı türü değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4.d: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, yaş değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4.e: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4.f: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, gelir değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

H4.g: Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarında, mesleki tecrübe değişkeni açısından anlamlı farklılaşma vardır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini oluşturan turist rehberlerinin sayısı, 2021 yılı TUREB verilerine göre Türkiye’de 11.281’dir (TUREB, 2021). Fakat hepsine ulaşamayacağı ve yapılacak olan anketlerin de Türkiye geneline uygulanması hem zaman hem maddi yönden sıkıntı yaratacağı düşünüldüğü için kolayda örneklem yöntemiyle örneklem seçimi yapılmıştır. Bu sebeple araştırmada kurulan hipotezlerin analiz edilebilmesi için Türkiye’de en fazla turist rehberi üyesi bulunan, İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya ve Muğla olmak üzere beş farklı turist rehberi odasına bağlı çalışmakta olan eylemli turist rehberlerine, Mayıs – Temmuz 2022 tarihleri arasında anket uygulanmıştır. Sonuç olarak bu beş farklı turist rehberi odasına bağlı rehberlerden, araştırmada kullanılmak üzere 405 eksiksiz anket verisi elde edilmiştir.

3.4. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırma sürecinde, konuyla ilgili mevcut kitaplar, tezler ve bilimsel makaleler faydalanılarak kavramsal çerçeve bölümü oluşturulmuştur. İş yaşam kalitesi ve sorumlu turizm konularında yapılan çalışmalar incelenmiş ve bu konuların önem, tanım, neden-sonuç ilişkileri gibi temel noktalarına odaklanılarak, ilgili literatür bilgileri sunulmuştur. Ankete başlamadan önce, bir sunuş yazısı bulunmaktadır. Bu sunuş yazısında formun oluşturulma nedeni ve hedefleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Ankette, katılımcılardan sekiz farklı demografik değişkeni içeren bilgiler talep edilmiştir. Bu değişkenler cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir, çalışma kartı türü, genel mesleki deneyim ve günlük çalışma süresi gibi konuları kapsamaktadır. Bu araştırmada kullanılmış olan anket 3 bölümden oluşmaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik soruların ardından, 2. Bölümde Sirgy ve arkadaşları (2001: 241-245) tarafından geliştirilen ve Hakan Bektaş (2015) tarafından uyarlanan beşli Likert türünde hazırlanmış ve katılımcıların iş yaşam kalitesi algılarını ölçen “İş yaşam kalitesi algı ölçeğine (Quality Of Work Life Scale - QWLS)” ait ifadeler, üçüncü bölümde ise Mathew ve Sreejesh (2017)’den alınan ve Aylan (2019) tarafından geliştirilen, yine beşli Likert türünde hazırlanmış, "sorumlu

turizm algı ölçeğine" yönelik ifadeler yer almaktadır. Oluşturulan anket formuna ait bir örnek, tezin ekler bölümünde sunulmuştur.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan verilerin analizi için istatistik paket programı kullanılmış ve veriler, bu programa kodlanarak girilmiştir. Ardından, girilen verilerin frekansları alınarak kontrol edilmiştir.

Araştırmaya katılmış olan örneklem grubunun, iş yaşam kalitesi ve sorumlu turizm ölçeklerine verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları hesaplanmıştır. Bu ortalama değerler, mevcut değişkenlere eklenerek yeni değişkenler oluşturulmuştur. Böylece veriler, yapılacak olan analizler için hazır duruma getirilmiştir.

Veri toplama amacıyla geliştirilen ölçme aracındaki ifadelerin ve soruların kendi aralarında tutarlı olup olmadığı, güvenilirlik analizi ile test edilir. Ölçme aracını oluşturan ifadeler arasındaki tutarlılık ve ilişki, korelasyon ölçümüyle belirlenir. Güvenilirlik katsayısı, 0 ile 1 arasında değer alır ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artar. Güvenirlik analizi için Alpha, Split-half, Guttman, Parallel ve Strict Parallel gibi farklı yöntemler geliştirilmiştir. Güvenirlik analizi yapılırken, ölçek içindeki soru sayısının ($k > 20$) ve katılımcı sayısının ($n > 50$) yeterli düzeyde olmasına dikkat edilmesi gerekmektedir (Ural & Kılıç, 2013).

Tablo 1. Normallik Testi Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Skewness	Kurtosis
	n	Z	p	n	Z	p		
Sorumlu Turizm Toplam	405	0,06	0,001	405	0,983	0,000	0,202	-0,111
İş Yaşam Kalitesi Toplam	405	0,065	0,000	405	0,988	0,002	0,003	-0,255

Tablo 1'e bakıldığında, çalışmada elde edilen verilerin normal bir dağılıma uygunluğunu belirlemek için Normallik Testi sonuçları incelenmiştir. Elde edilen veriler normal dağılım göstermediğinden dolayı, Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiştir. Literatürde yapılan çalışmalara göre, Skewness ve Kurtosis değerlerinin $\pm 1,5$ aralığında olması normal dağılımın göstergesi olarak kabul edilmektedir (Tabachnick & Fidell, 2013; Shapiro & Wilk, 1965: 591-611). Cameron (2004: 544) ise bu değerlerin ± 2 aralığında olması durumunda verilerin normal dağılımı gösterdiğini ifade etmektedir. Huck (2012) ise bu değerlerin ± 1 aralığında olması durumunda normal dağılımın sağlandığını belirtmişken, Kalaycı (2016) değerlerin ± 3 aralığında olması halinde verilerin normal dağılım gösterdiğini belirtmektedir. Araştırmada yapılan Skewness ve Kurtosis analizleri sonucunda değerlerin ± 2 aralığında olduğundan dolayı verilerin normallik şartlarını sağladığı görülmüştür.

Verilerin normal dağılması, istatistiksel analizlerin ve sonuçların güvenilirliği için önemli bir faktördür. Normal dağılım, verilerin belirli bir deseni veya eğilimi takip etmeksizin, genellikle bir çan eğrisi şeklinde dağıldığı istatistiksel bir dağılım türüdür. Verilerin normal dağılım göstermesi, istatistiksel analizlerin sonuçlarının daha güvenilir ve geçerli olmasına yardımcı olmaktadır (Tabachnick & Fidell, 2013).

Tablo 2. İş Yaşam Kalitesi Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha
Genel İyilik Hali (Faktör -1)			
Hayatımdan memnunum.	0,726		
Genellikle işler benim için yolunda gidiyor.	0,709		
Her şey göz önüne alındığında, son zamanlarda kendimi epey mutlu hissediyorum.	0,695	35,474	0,807
Birçok yönden hayatım ideale yakın.	0,672		
Kendimi şu an iyi hissediyorum.	0,580		

İşyerinde Kontrol (Faktör-2)		9,747	0,740
Çalışma alanımda düşüncelerimi dile getirebiliyor ve değişimlere etki edebilecek durumda hissediyorum.	0,536		
Çalışma alanımda beni etkileyen kararlarda sürece dahil oluyorum.	0,492		
Çalışma alanımdaki çalışanları etkileyen kararlarda sürece dahil oluyorum.	0,474		
İş Memnuniyeti (Faktör-3)		8,591	0,790
Kurumum, işimi etkin bir şekilde yapabilmem için ihtiyacım olan şeyleri temin eder.	0,661		
İşimde yeni beceriler geliştirmem için teşvik ediliyorum.	0,594		
Bir işi başarıyla tamamladığım zaman yöneticim tarafından takdir ediliyorum.	0,587		
İş-Yaşam Dengesi (Faktör-4)		6,855	0,717
Şu anki mesai saatlerim / çalışma düzenim kişisel şartlarıma uyuyor.	0,608		
Yöneticim, esnek çalışma saatlerini / düzenini etkin bir şekilde destekliyor	90,696		
Kurumum, aile yaşamımla uyum içinde çalışabilmemi sağlayacak yeterli imkan ve esnekliği sağlar.	0,804		
İşyerinde Stres (Faktör-5)		6,339	0,751
İşteyken sıklıkla kendimi aşırı derecede stresli hissediyorum.	0,820		
İşteyken kendimi sık sık baskı altında hissediyorum.	0,822		
Açıklanan Toplam Varyans		67,007	
Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi			
Kaiser-Meyer Olkin Örneklem Yeterliliği (KMO)= 0,755 ve Bartlett Küresellik Testi (p)=0,000 ; Chi-square= 2694,787, df=120. α= 0,871			

Açımlayıcı faktör analizi (AFA), sosyal bilimler ve eğitim bilimleri gibi alanlarda, özellikle ölçüm aracı geliştirme aşamalarında, yapı geçerliğini değerlendirmek, birden çok değişkeni daha az sayıda değişkenle temsil etmek ve ölçme araçlarının boyutlarını anlamak amacıyla sıkça kullanılmaktadır. Temelde bu amaçların hepsi, çok değişkenli bir istatistik olan Açımlayıcı Faktör Analizi'nin merkezinde bulunan bir konuya dayanır. Basit bir ifadeyle, AFA, p sayıda değişkenin daha az sayıda bağımsız yeni değişkenlerle temsil edilmesini hedeflemektedir (Büyüköztürk, 2018).

Tablo 2’de iş yaşam kalitesi ölçeğine yönelik açımlayıcı faktör analizi uygulamasından önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda KMO değerinin 0,755 olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “iyi derecede yeterli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. KMO değeri olarak 0.5-1.0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilirken, 0.5’in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığının göstergesidir. Ancak genel olarak araştırmacılar tarafından tatminkar olarak düşünülen minimum KMO değeri 0.7’dir (Altunışık vd., 2010:266). Bunun yanı sıra Bartlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin kabul edilebilir olduğu görülmüştür ($\chi^2(210)=2694,787$; $p<0.01$).

Tablo 2’de verilen faktör analizi sonuçları incelendiğinde, iş yaşam kalitesi ölçeği 5 faktörden oluşmaktadır. Ölçekte Toplam varyans % 67.07 olarak bulunmuştur. %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları ideal olarak kabul edildiği (Scherer, 1988) göz önünde bulundurulduğunda, bu araştırmada elde edilen toplam varyans miktarının yeterli düzeyde olduğu söylenebilmektedir. 24 maddelik ölçeğin güvenilirliğini belirlemek için hesaplanan Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları, Genel İyilik Hali için 0.807, İşyerinde Kontrol faktörü için 0,740, İş Memnuniyeti faktörü için 0,790, İş-Yaşam Dengesi faktörü için 0,717, İşyerinde Stres faktörü için 0,751 ve tamamı için 0,871 yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Güvenilirlik katsayısı 0,717-0,871 arasında değişkenlik göstermektedir. Açımlayıcı faktör analizi yapılarak faktör yükleri 0,30’ın altında olan ve birbirleri arasında binişiklik çıkan İYK1, İYK3, İYK9, İYK16, İYK18, İYK20, İYK22 ve İYK24 maddeleri analize tabi tutulmamıştır.

Tablo 3. Sorumlu Turizm Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach' s Alpha
Çevresel Sorumluluk (Faktör-1)		29,445	0,773
Turizm biyolojik çeşitliliğe, yaşam alanlarına ve yaban hayatın korunmasına özen gösterilmektedir.	0,781		
Mevcut turizm faaliyetleri çeşitli farkındalık çalışmalarına odaklanmıştır (çevre koruma vb).	0,772		
Turizm, atıkları en aza indirmeye ve gerekli durumlarda atık kullanımını önlemeye teşvik etmektedir.	0,769		
Turizmin gelişimi, yerel çevre kalitesi koruma koşullarına uygundur.	0,756		
Destinasyon (turizm bölgesi) yönetimi, çevresel farkındalık ve koruma üzerine odaklanmaktadır.	0,611		
Turizm yerel kültürünün, geleneklerinin devam ettirilmesine ve korunmasına katkı sağlamaktadır.	0,547		
Ekonomik Sorumluluk (Faktör-2)		14,557	0,831
Turizm, yerel halka gelir sağlayan kaynaklardan biri haline gelmiştir.	0,783		
Turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	0,738		
Turizm yerel ürünlere olan talebi artırmaktadır.	0,694		
Turizm, yerel halk için daha fazla istihdam olanağı yaratmaktadır.	0,684		
Bana göre turizm sektörü yerel halkın sahip olduğu işletmelere katkıda bulunmaktadır.	0,649		
Destinasyonun gelişmesi, ekonomik seviyesi düşük olan insanlar için fırsatlar sağlamaktadır.	0,551		
Politik Sorumluluk (Faktör-3)		8,292	0,796
Turistik kaynakların geleceğe aktarılmasında yerel yönetim (belediye ve muhtarlık) sorumludur.	0,804		
Turizmin gelişmesinde politik istikrar önemlidir.	0,689		
Ülkenin uluslararası politikası (mülteci, diğer ülkelerle iş birliği vb.) turizmin gelişimi etkilemektedir.	0,676		

Turistik kaynakların geleceğe aktarılmasında merkezi yönetim (kaymakamlık ve vali) sorumludur.	0,666		
Sosyokültürel Sorumluluk (Faktör-4)			
Turizm, yerel halkın tarihi mirasına, özgün kültürüne, geleneklerine ve farkındalığına katkı sağlamaktadır.	0,665	6,449	0,799
Turizmin gelişimi, toplum üyeleri arasında kendi kültürlerine saygı ve gururu artırmaktadır.	0,622		
Turizm kültürel alverişe katkı sağlamaktadır.	0,571		
Açıklanan Toplam Varyans		58,743	
Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi			
Kaiser-Meyer Olkin Örneklem Yeterliliği (KMO)= 0,755 ve Bartlett Küresellik Testi (p) =0,000; Chi-square=4332,076, df=210. α=0.872			

Tablo 3'te sorumlu turizm ölçeğine yönelik açımlayıcı faktör analizi uygulamasından önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda KMO değerinin 0,755 olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu doğrultusunda, bir önceki tabloda da belirtildiği gibi (Altunışık vd., 2010:266), örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “iyi derecede yeterli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra Bartlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin kabul edilebilir olduğu görülmüştür ($\chi^2(210) = 4332,076$; $p < 0.01$).

Tablo 3'te verilen faktör analizi sonuçları incelendiğinde, sorumlu turizm ölçeği 4 faktörden oluşmaktadır. Ölçekte Toplam varyans %58,743 olarak bulunmuştur. %40 ile %60 arasında değişen varyans oranları ideal olarak kabul edildiği (Scherer, 1988) göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmada elde edilen toplam varyans miktarının yeterli düzeyde olduğu söylenebilmektedir. 39 maddelik ölçeğin güvenilirliğini belirlemek için hesaplanan Cronbach Alpha güvenirlik katsayılarının, Çevresel Sorumluluk faktörü için 0,773, Ekonomik sorumluluk faktörü için 0,831, Politik sorumluluk faktörü için 0,796, Sosyo-kültürel sorumluluk faktörü için 0,799 ve tamamı için 0.872 yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Güvenirlik katsayısı 0,773-0,872 arasında değişkenlik göstermektedir. Açımlayıcı

faktör analizi yapılarak faktör yükleri 0,30'ın altında olan ve birbirleri arasında binişiklik çıkan ST3, ST7, ST8, ST10, ST11, ST12, ST19, ST23, ST24, ST25, ST26, ST28, ST32, ST33, ST34, ST35, ST36, ST37, ST38 ve ST9 maddeleri analize tabi tutulmamıştır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun Demografik Özellikleri

Demografik Değişkenler	Kategori	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	196	48,4
	Erkek	209	51,6
	Toplam	405	100,0
Yaş	20-30	198	48,9
	31-40	109	26,9
	41-50	57	14,1
	50 ve üzeri	41	10,1
	Toplam	405	100
Medeni Durum	Evli	125	30,9
	Bekar	280	69,1
	Toplam	405	100,0
Eğitim Durumu	Lise	14	3,5
	Ön Lisans	49	12,1
	Lisans	290	71,6
	Lisansüstü	52	12,8
	Toplam	405	100,0
Gelir Düzeyi	7.000-20.000 ₺	181	44,7
	20.001-30.000 ₺	120	29,6
	30.001-40.000 ₺	71	17,5
	40.001₺ ve üzeri	33	8,1
	Toplam	405	100
Günlük Çalışma Süresi	4-7 saat	64	15,8
	8-11 saat	276	68,1
	12-16 saat	65	16,0
	Toplam	405	100,0
Mesleki Tecrübe	1-10 yıl	284	70,1
	11-20 yıl	71	17,5
	21 yıl ve üzeri	50	12,3
	Toplam	405	100,0
Çalışma Kartı Türü	Bölgesel	211	52,1
	Ülkesel	194	47,9
	Toplam	405	100,0

Tablo 4, araştırmaya katılmış olan örneklem grubunun, ankette bulunan demografik sorulara verdikleri cevapların yüzde ve frekans dağılımlarını

göstermektedir. Araştırmaya katılan 405 turist rehberinden 209'u (%51,6) erkek, 196 kişi (%48,4) ise kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %48,9'u (198 kişi) 20-30 yaş kategorisine dahildir. Bu durum, araştırmaya katılan rehberlerin çoğunlukla gençlerden oluştuğu sonucunu vermektedir. Medeni durumlarına bakıldığında, araştırmaya katılım gösteren örneklem grubunun %69,1'i (280 kişi) evli bireylerden oluşmaktadır. Eğitim durumu açısından ise %71,6'sının (290 kişi) lisans mezunu olduğu dikkat çekmektedir. Yine örneklem grubunun, gelir düzeyine bakıldığında, %44,7'sinin (181 kişi) aylık gelirinin 7.000-20.000 ₺ aralığında olduğu tespit edilmektedir. Katılımcıların günlük çalışma süresi değerlendirildiğinde, yarıdan fazlasının %68,1 (276 kişi) oranla günde 8-11 saat aralığında çalıştıkları görülmektedir. Mesleki tecrübeleri açısından incelendiğinde ise %70,1'i (284 kişi), yani katılımcıların yarıdan fazlasının 1-10 yıl arası mesleki tecrübeye sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Son olarak çalışma kartı türü açısından incelediğimizde ise, katılımcı turist rehberlerinin yarıdan fazlasının %52,1 (211 kişi) oranla bölgesel çalışma kartına sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun İş Yaşam Kalitesi Algılarına Yönelik Değişkenler

İfadeler	Dağılım	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
1.Hayatımdan memnunum.	f	11	32	49	175	138	3,9802	1,01211
	%	2,7	7,9	12,1	43,2	34,1		
2. Genellikle işler benim için yolunda gidiyor.	f	-	50	72	167	116	3,8617	0,97017
	%	-	12,3	17,8	41,2	28,6		
3. Her şey göz önüne alındığında, son zamanlarda kendimi epey mutlu hissediyorum.	f	6	25	65	180	129	3,9901	0,92806
	%	1,5	6,2	16,0	44,4	31,9		
4. Birçok yönden hayatım ideale yakın.	f	21	54	104	146	80	3,5185	1,10703
	%	5,2	13,3	25,7	36,0	19,8		
5. Kendimi şu an iyi hissediyorum.	f	3	68	126	142	66	3,4938	0,97903
	%	0,7	16,8	31,1	35,1	16,3		
6. Çalışma alanımda düşüncelerimi dile getirebiliyor	f	22	76	77	169	61	3,4222	1,11781
	%	5,4	18,8	19,0	41,7	15,1		

ve değişimlere etki edebilecek durumda hissediyorum.								
7. Çalışma alanımda beni etkileyen kararlarda sürece dahil oluyorum.	f	3	49	102	204	47	3,6000	0,87201
	%	0,7	12,1	25,2	50,4	11,6		
8. Çalışma alanımdaki çalışanları etkileyen kararlarda sürece dahil oluyorum.	f	16	68	98	146	77	3,4938	1,09819
	%	4,0	16,8	24,2	36,0	19,0		
9. Kurumum, işimi etkin bir şekilde yapabilmem için ihtiyacım olan şeyleri temin eder.	f	4	24	94	189	94	3,8519	0,87754
	%	1,0	5,9	23,2	46,7	23,2		
10. İşimde yeni beceriler geliştirmem için teşvik ediliyorum.	f	12	49	114	182	48	3,5062	0,95341
	%	3,0	12,1	28,1	44,9	11,9		
11. Bir işi başarıyla tamamladığım zaman yöneticim tarafından takdir ediliyorum.	f	14	30	99	207	55	3,6395	0,92727
	%	3,5	7,4	24,4	51,1	13,6		
12. Şu anki mesai saatlerim / çalışma düzenim kişisel şartlarıma uyuyor.	f	6	33	102	205	59	3,6864	0,87197
	%	1,5	8,1	25,2	50,6	14,6		
13. Yöneticim, esnek çalışma saatlerini / düzenini etkin bir şekilde destekliyor.	f	12	52	147	104	90	3,5136	1,06378
	%	3,0	12,8	36,3	25,7	22,2		
14. Kurumum, aile yaşamımla uyum içinde çalışabilmemi sağlayacak yeterli imkan ve esnekliği sağlar.	f	8	52	101	198	46	3,5481	0,92318
	%	2,0	12,8	24,9	48,9	11,4		
15. İşteyken sıklıkla kendimi aşırı derecede stresli hissediyorum.	f	7	32	89	187	90	3,7926	0,93419
	%	1,7	7,9	22,0	46,2	22,2		
16. İşteyken kendimi sık sık baskı altında hissediyorum.	f	5	41	126	185	48	3,5679	0,87227
	%	1,2	10,1	31,1	45,7	88,1		

Tablo 5'te "Her şey göz önüne alındığında, son zamanlarda kendimi epey mutlu hissediyorum." ifadesi 3,9901 oran ile en yüksek ortalamaya sahiptir. Bu ifadeyi 3,9802 oranla "Hayatımdan memnunum" ve 3,8617 oranla "Genellikle işler benim için yolunda gidiyor." ifadeleri takip etmektedir. En düşük ortalamaya ise 3,4222 oranla "Çalışma alanımda düşüncelerimi dile getirebiliyor ve değişimlere etki edebilecek

durumda hissediyorum" ifadesi sahiptir. Bu ifadeyi aynı ortalamalara sahip olan (3,4938) "Kendimi şu an iyi hissediyorum" ve "Çalışma alanımdaki çalışanları etkileyen kararlarda sürece dahil oluyorum" ifadeleri takip etmektedir.

Tablo 6. Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun Sorumlu Turizm Algılarına Yönelik Değişkenler

İfadeler	Dağılım	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
1.Turizm, yerel halk için daha fazla istihdam olanağı yaratmaktadır.	f	12	33	112	151	97	3,7111	1,01377
	%	3,0	8,1	27,7	37,3	24,0		
2.Turizm yerel ürünlere olan talebi artırmaktadır.	f	12	20	64	185	124	3,9605	0,96391
	%	3,0	4,9	15,8	45,7	30,6		
3.Bana göre turizm sektörü yerel halkın sahip olduğu işletmelere katkıda bulunmaktadır.	f	11	26	70	185	113	3,8963	0,97194
	%	2,7	6,4	17,3	45,7	27,9		
4.Turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	f	13	24	87	186	95	3,8049	0,96932
	%	3,2	5,9	21,5	45,9	23,5		
5.Turizm, yerel halka gelir sağlayan kaynaklardan biri haline gelmiştir.	f	22	9	38	198	138	4,0395	1,00662
	%	5,4	2,2	9,4	48,9	34,1		
6.Destinasyonun gelişmesi, ekonomik seviyesi düşük olan insanlar için fırsatlar sağlamaktadır.	f	9	18	70	227	81	3,8716	0,85787
	%	2,2	4,4	17,3	56,0	20,0		
7.Mevcut turizm faaliyetleri çeşitli farkındalık çabalarına odaklanmıştır (çevre koruma vb).	f	41	43	103	170	48	3,3481	1,13442
	%	10,1	10,6	25,4	42,0	11,9		
8.Turizm yerel kültürünün, geleneklerinin devam ettirilmesine ve korunmasına katkı sağlamaktadır.	f	20	9	115	186	75	3,7086	0,95909
	%	4,9	2,2	28,4	45,9	18,5		
9.Turizm kültürel alverişe katkı sağlamaktadır.	f	3	10	56	168	168	4,2049	0,91636
	%	0,7	2,5	13,8	41,5	41,5		
10.Turizmin gelişimi, toplum üyeleri arasında kendi kültürlerine saygı ve gururu artırmaktadır.	f	9	25	79	202	90	3,8370	0,91636
	%	2,2	6,2	19,5	49,9	22,2		
11.Turizmin gelişimi, yerel çevre kalitesi koruma koşullarına uygundur.	f	20	35	122	188	40	3,4765	0,95832
	%	4,9	8,6	30,1	46,4	9,9		
12.Turizm, yerel halkın tarihi mirasına, özgün kültürüne, geleneklerine ve farkındalığına katkı sağlamaktadır.	f	9	20	76	186	114	3,9284	0,92934
	%	2,2	4,9	18,8	45,9	28,1		
13.Destinasyon (turizm bölgesi) yönetimi, çevresel farkındalık ve koruma üzerine odaklanmaktadır.	f	4	50	122	152	77	3,6123	0,96233
	%	1,0	12,3	30,1	37,5	19,0		

14.Turizm biyolojik çeşitliliğe, yaşam alanlarına ve yaban hayatın korunmasına özen gösterilmektedir.	f	25	60	142	124	54	3,3012	1,07082
	%	6,2	14,8	35,1	30,6	13,3		
15.Turizm, atıkları en aza indirmeye ve gerekli durumlarda atık kullanımını önlemeye teşvik etmektedir.	f	30	63	108	135	69	3,3704	1,15446
	%	7,4	15,6	26,7	33,3	17,0		
16.Turistik kaynakların geleceğe aktarılmasında yerel yönetim (belediye ve muhtarlık) sorumludur.	f	17	45	90	130	123	3,7333	1,13146
	%	4,2	11,1	22,2	32,1	30,4		
17.Turistik kaynakların geleceğe aktarılmasında merkezi yönetim (kaymakamlık ve vali) sorumludur.	f	8	13	110	140	134	3,9358	0,95224
	%	2,0	3,2	27,2	34,6	33,1		
18.Turizmin gelişmesinde politik istikrar önemlidir.	f	-	19	59	155	172	4,1852	0,85178
	%	-	4,7	14,6	38,3	42,5		
19.Ülkenin uluslararası politikası (mülteci, diğer ülkelerle iş birliği vb.) turizmin gelişimi etkilemektedir.	f	5	7	54	137	202	4,2938	0,85312
	%	1,2	1,7	13,3	33,8	49,9		

Tablo 6’da “Ülkenin uluslararası politikası (mülteci, diğer ülkelerle iş birliği vb.) turizmin gelişimi etkilemektedir” ifadesi 4,2938 oran ile en yüksek ortalamaya sahiptir. Bu ifadeyi 4,2049 oranla “Turizm kültürel alıverişe katkı sağlamaktadır” ve 4,1852 oranla “Turizmin gelişmesinde politik istikrar önemlidir” ifadeleri takip etmektedir. En düşük ortalamaya ise 3,3012 oranla “Turizm biyolojik çeşitliliğe, yaşam alanlarına ve yaban hayatın korunmasına özen gösterilmektedir.” ifadesi sahiptir. Bu ifadeyi 3,3481 ortalamasına sahip olan “Mevcut turizm faaliyetleri çeşitli farkındalık çabınmalarına odaklanmıştır (çevre koruma vb.)” ve 3,3704 ortalamayla “Turizm, atıkları en aza indirmeye ve gerekli durumlarda atık kullanımını önlemeye teşvik etmektedir” ifadelerinin takip ettiği görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algıları ile Sorumlu Turizm Algıları Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları

		Genel İyilik Hali	İşyerinde Kontrol	İş Memnuniyeti	İş Yaşam Dengesi	İşyerinde Stres	Çevresel Sorumluluk	Ekonomik Sorumluluk	Politik Sorumluluk	Sosyokültüre l sorumluluk	İş Yaşam Kalitesi Toplam	Sorumlu Turizm Toplam
Genel İyilik Hali	r	1	0,436	0,613	0,586	0,479	0,292	0,204	0,138	0,278	,830**	,310**
	p		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,000
	N		405	405	405	405	405	405	405	405	405	405
İşyerinde Kontrol	r		1	0,522	0,481	0,244	0,384	0,275	-0,013	0,225	,706**	,298**
	p			0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,800	0,000	0,000	0,000
	N			405	405	405	405	405	405	405	405	405
İş Memnuniyeti	r			1	0,521	0,311	0,402	0,258	0,137	0,414	,775**	,412**
	p				0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,000	0,000	0,000
	N				405	405	405	405	405	405	405	405
İş Yaşam Dengesi	r				1	0,221	0,302	0,000	-0,016	0,205	,757**	,168**
	p					0,000	0,000	0,998	0,743	0,000	0,000	0,001
	N					405	405	405	405	405	405	405
İşyerinde Stres	r					1	0,325	0,360	0,301	0,306	,645**	,437**
	p						0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N						405	405	405	405	405	405
Çevresel Sorumluluk	r						1	0,361	0,232	0,344	,460**	,661**
	p							0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N							405	405	405	405	405
Ekonomik Sorumluluk	r							1	0,459	0,422	,298**	,759**
	p								0,000	0,000	0,000	0,000

	N								405	405	405	405
Politik Sorumluluk	r								1	0,561	,156**	,755**
	p									0,000	0,002	0,000
	N									405	405	405
Sosyokültürel sorumluluk	r									1	,384**	,785**
	p										0,000	0,000
	N										405	405
İş Yaşam Kalitesi Toplam	r										1	,441**
	p											0,000
	N											405

Değişkenler arasındaki ilişki, korelasyon faktörü kullanılarak analiz edilmektedir. Hangi korelasyon faktörünün tercih edileceği, değişkenlerin ölçüm düzeyine, sürekli ya da kesikli olup olmadığına ve verilerin doğrusal özellik taşıyıp taşımadığına bağlıdır (Heiman, 1996).

Araştırmaya katılım gösteren örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile sorumlu turizm algıları arasındaki ilişki Tablo 7’de gösterilmiştir. Buna bağlı olarak, iş yaşam kalitesi algıları ile sorumlu turizm algıları arasında orta düzeyde pozitif ($r=,441$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Tablo incelendiğinde iki ölçeğin de alt boyutlarından ilişkisel olarak en yüksek çıkan, iş yaşam kalitesi algısının alt boyutu ‘‘Genel İyilik Hali’’ ile iş yaşam kalitesi algıları arasında $r=,830$ şiddetinde ilişkinin ortaya çıktığı görülmektedir. Sorumlu turizm algısının alt boyutu olan ‘‘Çevresel Sorumluluk’’ ile iş yaşam kalitesi algıları arasında ise $r=,460$ şiddetinde ilişki saptanmıştır. Ayrıca bu iki alt boyutun birbirleriyle olan ilişkisi incelendiğinde ise $r=,292$ şiddetinde ve ($p<0,05$) anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Buna göre, H1 hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Sorumlu Turizm Algıları Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	P
1	,441 ^a	,195	,193	,46778	97,537	,000
a. Predictors: (Constant), İYKTOPLAMSON						

Regresyon analizi, bir veya daha fazla bağımsız değişken ile bir bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi matematiksel olarak açıklama sürecini ifade etmektedir. Bu analiz türü, bir değişkenin diğer değişkenler üzerindeki etkisini anlamamızı sağlamaktadır (Büyüköztürk, 2018).

Çalışmaya katılım gösteren örneklem grubunun, iş yaşam kalitesi algılarının sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisini açıklamak üzere regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 8’de F değerine karşılık gelen anlamlılık seviyesine bakıldığında, kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F=97,537$; $p<0.05$). Diğer yandan iş yaşam kalitesi algısı, sorumlu turizm algısı bağımlı değişkeninin % 19,5’ini açıklamaktadır ($r^2= 0,195$). Bu sonuca bağlı olarak, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisi % 19,5’lik bir dilime karşılık gelmektedir. Bu sonuca bağlı olarak, H₂ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Algıladıkları İş Yaşam Kalitesi Algılarının Sorumlu Turizm Algıları Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Coefficients ^a						
Model		B	Std. Hata	β	t	p
1	(Constant)	2,348	,144		16,344	,000
	1. Boyut: Genel İyilik Hali	-,035	,047	-,046	-,732	,465
	2. Boyut: İş Yerinde Kontrol	,082	,038	,113	2,180	,030
	3. Boyut: İş Memnuniyeti	,254	,045	,327	5,649	,000

	4. Boyut: İşyerinde Kontrol	-,067	,035	-,108	-1,936	,054
	5. Boyut: İşyerinde Stres	,199	,027	,354	7,319	,000
a. Dependent Variable: SORTURTOPLAM						

Çoklu regresyon analizi, bir bağımlı değişken ile ilişkilendirilmiş en az iki bağımsız değişkenin kullanıldığı bir analiz türüdür. Bu yöntem, bağımlı değişkenin tahmini için yordayıcı değişkenlerin etkilerini değerlendirmek amacıyla kullanılır (Büyüköztürk, 2018).

Tablo 9’da katılımcıların iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkileri gösterilmektedir. Buna bağlı olarak, iş yaşam kalitesinin 2. Boyutu olan ‘İş Yerinde Kontrol’, 3. Boyutu olan ‘İş Memnuniyeti’ ve 5. Boyut olan ‘İşyerinde Stres’ boyutunun, araştırmaya katılan turist rehberlerinin sorumlu turizm algıları üzerinde etkisi olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Etkiye sahip boyutlar, beta değerleri açısından kıyaslandığında en yüksek etkiye sahip boyut $\beta = ,354$ değerine sahip olan 5. boyut ‘İşyerinde Stres’ boyutu olduğu sonucuna varılmaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının, Cinsiyet, Medeni Durum ve Çalışma Kartı Türü Değişkenlerine Göre Farklılaşma Durumları (Bağımsız Örneklem T- Testi Sonuçları)

	Cinsiyet	n	$\overline{X}$	S.s.	t	p
İş Yaşam Kalitesi	Erkek	196	3,6670	,51531	4,005	0,000
	Kadın	209	3,4455	,59190		
	Medeni Durum					
	Evli	125	3,5969	,57665	1,049	0,295
	Bekar	280	3,5330	,56171		
	Çalışma Kartı Türü					
	Ülkesel	211	3,6099	,60308	2,127	,034
	Bölgesel	194	3,4905	,51805		

Tablo 10 incelendiğinde, örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile cinsiyet türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür [$t = 4,005$; $p < .05$], ortaya çıkan bu farklılık ise erkeklerin lehinedir. Bu bulgu iş yaşam kalitesi algılarının, kadın adaylara göre erkek adayların daha yüksek

olduğu şeklinde yorumlanabilir. Tabloya bakıldığında, örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile çalışma kartı türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür [$t = 2,127$; $p < .05$], ortaya çıkan bu farklılığın ise bölgesel rehberlerin lehinedir. Bu bulgu iş yaşam kalitesi algısının ülkesel çalışma kartına sahip olan adaylara göre bölgesel çalışma kartına sahip olan adayların daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ancak yine tablo 10 incelendiğinde, örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olmadığı görülmektedir. Bu sonuca bağlı olarak H_3 hipotezinin desteklenmiş olmasıyla birlikte, $H_{3,a}$ ve $H_{3,c}$ alt hipotezleri de desteklenmiş, $H_{3,b}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmemiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının, Cinsiyet, Medeni Durum ve Çalışma Kartı Türü Değişkenlerine Göre Farklılaşma Durumları (Bağımsız Örneklem T- Testi Sonuçları)

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S.s.	t	p
Sorumlu Turizm	Erkek	196	3,9131	,54221	2,017	,044
	Kadın	209	3,8090	,49567		
	Medeni Durum					
	Evli	125	3,8678	,57189	,219	,827
	Bekar	280	3,8556	,49716		
	Çalışma Kartı Türü					
	Ülkesel	211	3,9213	,49412	2,513	,012
	Bölgesel	194	3,7920	,54137		

Tablo 11 incelendiğinde, örneklem grubunun sorumlu turizm algıları ile cinsiyet türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür [$t = 2,017$; $p < .05$], ortaya çıkan bu farklılık ise erkeklerin lehinedir. Bu bulgu sorumlu turizm algıları, kadın turist rehberlerine göre erkek turist rehberlerinin daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Yine Tablo 11 incelendiğinde, örneklem grubunun sorumlu turizm algıları ile çalışma kartı türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür [$t = 2,513$; $p < .05$], ortaya çıkan bu farklılık ise bölgesel rehberlerin lehinedir. Bu bulgu sorumlu turizm algılarının ülkesel çalışma kartına sahip olan turist rehberlerine göre bölgesel çalışma kartına sahip olan turist rehberlerinin daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ancak örneklem grubunun

sorumlu turizm algıları ile medeni durum değişkenleri arasındaki ilişki incelendiğinde, istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olmadığı görülmektedir. Tablodaki analiz sonuçlarına göre H_4 hipotezinin büyük oranda desteklenmiş olmasıyla birlikte $H_{4,a}$ ve $H_{4,c}$ alt hipotezleri de yeterli kanıtla desteklenmiş, $H_{4,b}$ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 12. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Yaş	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
20-30	198	3,5800	,52933	,713	,544
31-40	109	3,5201	,56672		
41-50	57	3,4804	,73233		
50 ve üstü	41	3,6081	,47458		
Toplam	405	3,5527	0,56642		

Tablo 12 incelendiğinde örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile yaş değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı fark saptanmamıştır. ($F=713$; $p<.05$). Buna göre katılımcıların iş yaşam kalitesi algı ortalamaları ile yaş türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ve bununla beraber $H_{3,d}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmemiştir.

Tablo 13. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Gelir Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Gelir Düzeyi	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
7000-20000 TL	181	3,4381	0,52441	9,496	0,000
20001-30000 TL	120	3,5705	0,62583		
30001-40000 TL	71	3,6189	0,56834		
40001 TL ve üstü	33	3,9739	0,26892		
Toplam	405	3,5527	0,56642		

Tablo 13 incelendiğinde katılımcıların iş yaşam kalitesi algıları ile gelir düzeyi değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunduğu görülmektedir ($F=9,496$; $p<.05$). Saptanan

farkın hangi gruplar arasında olduğunu ortaya koymak amacıyla bir sonraki Bonferroni testi uygulanmıştır.

Tablo 14. Gelir Düzeyi Bonferroni Testi Sonucu

Gelir Düzeyi (I)	Gelir Düzeyi (j)	Ort. Fark (I-J)	Sh	p
7000-20000 TL	20001-30000 TL	-,13238	,06467	,248
	30001-40000 TL	-,18075	,07693	,116
	40001 TL ve üstü	-,53582*	,10399	,000
20001-30000 TL	7000-20000 TL	,13238	,06467	,248
	30001-40000 TL	-,04837	,08226	1,000
	40001 TL ve üstü	-,40344*	,10799	,001
30001-40000 TL	7000-20000 TL	,18075	,07693	,116
	20001-30000 TL	,04837	,08226	1,000
	40001 TL ve üstü	-,35507*	,11575	,014
40001 TL ve üstü	7000-20000 TL	,53582*	,10399	,000
	20001-30000 TL	,40344*	,10799	,001
	30001-40000 TL	,35507*	,11575	,014

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 14'e bakıldığında, araştırmaya katılan turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları ile gelir düzeyi değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu farklılık incelendiğinde 40001 TL ve üstü aylık gelire sahip olan turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, diğer gelir düzeylerine sahip turist rehberlerinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre $H_{3,e}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 15. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
Lise	14	3,3333	,49465	4,476	,004
Önlisans	49	3,5833	,61747		
Lisans	290	3,5146	,51955		
Lisansüstü	52	3,7953	,71293		
Toplam	405	3,5527	,56642		

Tablo 15 incelendiğinde, örneklem grubunu oluşturan turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları ile eğitim durumu değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunduğu görülmektedir ($F=4,476$; $p<.05$). Görülen farkın hangi gruplar arasında olduğunu ortaya koymak amacıyla bir sonraki Bonferroni testi uygulanmıştır.

Tablo 16. Eğitim Düzeyi Bonferroni Testi Sonucu

Eğitim Durumu (I)	Eğitim Durumu (j)	Ort. Fark (I-J)	Sh.	p
Lise	Önlisans	-,24993	,16948	,846
	Lisans	-,18129	,15303	1,000
	Lisansüstü	-,46192*	,16839	,038
Önlisans	Lise	,24993	,16948	,846
	Lisans	,06864	,08638	1,000
	Lisansüstü	-,21199	,11134	,346
Lisans	Lise	,18129	,15303	1,000
	Önlisans	-,06864	,08638	1,000
	Lisansüstü	-,28064*	,08422	,006
Lisansüstü	Lise	,46192*	,16839	,038
	Önlisans	,21199	,11134	,346
	Lisans	,28064*	,08422	,006

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 16'ya bakıldığında katılımcıların iş yaşam kalitesi algıları ile eğitim durumu değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu farklılık incelendiğinde lisansüstü eğitimden mezun olan katılımcıların, lise ve lisans düzeyinde mezun katılımcılara göre iş yaşam kalitesi algılarının daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Buna bağlı olarak $H_{3,f}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 17. Katılımcıların İş Yaşam Kalitesi Algılarının Mesleki Tecrübe Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Mesleki Tecrübe	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
1-10 yıl	284	3,4955	,48911	5,312	,005
11-20 yıl	71	3,6500	,80847		
21 yıl ve üstü	50	3,7391	,51150		
Toplam	405	3,5527	,56642		

Tablo 17 incelendiğinde, araştırmaya katılan turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları ile mesleki tecrübe durumu değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunduğu görülmektedir ($F=5,312$; $p<.05$). Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu ortaya koymak için Bonferroni testi uygulanmıştır.

Tablo 18. Mesleki Tecrübe Bonferroni Testi Sonucu

Mesleki Tecrübe (I)	Mesleki Tecrübe (J)	Ort. Fark (I-J)	Sh.	p
1-10 yıl	11-20 yıl	-,15451	,07437	,115
	21 yıl ve üstü	-,24353*	,08596	,015
11-20 yıl	1-10 yıl	,15451	,07437	,115
	21 yıl ve üstü	-,08902	,10347	1,000
21 yıl ve üstü	1-10 yıl	,24353*	,08596	,015
	11-20 yıl	,08902	,10347	1,000

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 18'e bakıldığında örneklem grubunu oluşturan turist rehberlerinin, iş yaşam kalitesi algıları ile mesleki tecrübe değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu farklılık incelendiğinde 21 yıl ve üzerinde mesleki tecrübeye sahip olan katılımcıların, 1-10 yıl arasında tecrübeye sahip katılımcılara

göre iş yaşam kalitesi algılarının daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir ve bununla birlikte $H_{3,g}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 19. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Yaş	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
20-30	198	3,8472	,49703	2,750	,043
31-40	109	3,9364	,52584		
41-50	57	3,7091	,62435		
50 ve üstü	41	3,7739	,35963		
Toplam	405	3,8443	,51632		

Tablo 19 incelendiğinde örneklem grubunun, sorumlu turizm algıları ile yaş değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunduğu görülmektedir ($F=2,750$; $p<.05$). Buna bağlı olarak, hangi gruplar arasında farklılaşma olduğunu ortaya koymak amacıyla bir sonraki Bonferroni testi uygulanmıştır.

Tablo 20. Yaşa Göre Farklılaşma Bonferroni Testi Sonucu

(I) Yaş	(J) Yaş	Ort. Fark (I-J)	Sh.	p
20-30	31-40	-,08913	,06118	,876
	41-50	,13816	,07711	,444
	50 ve üstü	,07334	,08802	1,000
31-40	20-30	,08913	,06118	,876
	41-50	,22729*	,08385	,042
	50 ve üstü	,16247	,09399	,508
41-50	20-30	-,13816	,07711	,444
	31-40	-,22729*	,08385	,042
	50 ve üstü	-,06482	,10505	1,000
50 ve üstü	20-30	-,07334	,08802	1,000
	31-40	-,16247	,09399	,508
	41-50	,06482	,10505	1,000

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 20'ye bakıldığında araştırmaya katılan turist rehberlerinin, sorumlu turizm algıları ile yaş değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu farklılık incelendiğinde 31-40 yaş aralığındaki turist rehberlerinin sorumlu turizm algı düzeylerinin, 41-50 yaş arasındaki rehberlerin sorumlu algı düzeylerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre $H_{4,d}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 21. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
Lise	14	3,5610	,62912	15,322	,000
Önlisans	49	3,9018	,43044		
Lisans	290	3,7761	,49902		
Lisansüstü	52	4,2472	,45632		
Toplam	405	3,8443	,51632		

Tablo 21 incelendiğinde katılımcıların sorumlu turizm algıları ile eğitim durumu değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunduğu görülmektedir ($F=15,32$; $p<.05$). Bu farklılaşmanın ortaya konması amacıyla, bir sonraki Bonferroni testi uygulanmıştır.

Tablo 22. Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Bonferroni Testi Sonucu

Eğitim Durumu (I)	Eğitim Durumu (j)	Ort. Fark (I-J)	Sh.	P
Lise	Önlisans	-,34077	,14876	,135
	Lisans	-,21507	,13432	,661
	Lisansüstü	-,68618*	,14780	,000
Önlisans	Lise	,34077	,14876	,135
	Lisans	,12571	,07582	,589
	Lisansüstü	-,34541*	,09773	,003
Lisans	Lise	,21507	,13432	,661
	Önlisans	-,12571	,07582	,589
	Lisansüstü	-,47112*	,07392	,000

Lisansüstü	Lise	,68618*	,14780	,000
	Önlisans	,34541*	,09773	,003
	Lisans	,47112*	,07392	,000
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.				

Tablo 22'ye bakıldığında katılımcıların sorumlu turizm algıları ile eğitim düzeyi değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu farklılık incelendiğinde lisansüstü eğitim düzeyine sahip turist rehberlerinin, diğer tüm turist rehberlerine göre sorumlu turizm algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bununla birlikte, H_{4e} hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 23. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Gelir Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Gelir Düzeyi	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
7000-20000 TL	181	3,7925	,49848	5,242	,001
20001-30000 TL	120	3,7757	,55760		
30001-40000 TL	71	4,0244	,45182		
40001 TL ve Üstü	33	3,9912	,48806		
Toplam	405	3,8443	,51632		

Tablo 23 incelendiğinde, araştırmaya katılımda bulunan turist rehberlerinin, sorumlu turizm algıları ile gelir düzeyi değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunduğu görülmektedir ($F=5,242$; $p<.05$). Saptanan farkın ortaya konması için bir sonraki Bonferroni testi uygulanmıştır.

Tablo 24. Gelire Düzeyine Göre Farklılaşma Bonferroni Testi Sonucu

Gelir Düzeyi (I)	Gelir Düzeyi (j)	Ort. Fark (I-J)	Sh	p
7000-20000 TL	20001-30000 TL	,01678	,05985	1,000
	30001-40000 TL	-,23188	,07119	,007
	40001 TL ve üstü	-,19869	,09623	,238
20001-30000 TL	7000-20000 TL	-,01678	,05985	1,000
	30001-40000 TL	-,24866	,07612	,007
	40001 TL ve üstü	-,21547	,09993	,190
30001-40000 TL	7000-20000 TL	,23188*	,07119	,007
	20001-30000 TL	,24866*	,07612	,007
	40001 TL ve üstü	,03319	,10711	1,000
40001 TL ve üstü	7000-20000 TL	,19869	,09623	,238
	20001-30000 TL	,21547	,09993	,190
	30001-40000 TL	-,03319	,10711	1,000

*, The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 24'e bakıldığında katılımcıların sorumlu turizm algıları ile gelir düzeyi değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu farklılık incelendiğinde 30001-40000 TL aralığında aylık gelire sahip olan turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarının, 7000-20000 TL ve 20001-30000 TL aralığında gelire sahip olan turist rehberlerinin sorumlu turizm algı düzeylerinden yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte $H_{4,f}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 25. Katılımcıların Sorumlu Turizm Algılarının Mesleki Tecrübe Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu (One- Way Anova Testi Sonuçları)

Mesleki Tecrübe	N	$\bar{X}$	S.s.	F	p
1-10 yıl	284	3,8234	,50973	1,833	,161
11-20 yıl	71	3,9504	,56447		
21 yıl ve üstü	50	3,8129	,47151		
Toplam	405	3,8443	,51632		

Tablo 25 incelendiğinde örneklem grubunun sorumlu turizm algıları ile mesleki tecrübe değişkenine ilişkin yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olmadığı görülmektedir ($F=1,83$; $p<.05$). Buna göre örneklem grubunu oluşturan turist rehberlerinin, sorumlu turizm algı ortalamaları ile mesleki tecrübe türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ve bu sonuca göre $H_{4,g}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmemiştir.



SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

İlgili alan yazından yola çıkılarak bu çalışmada öncelikle iş yaşam kalitesi ve sorumlu turizm kavramları ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Devamında, iş yaşam kalitesi ve sorumlu turizm algılarını kapsayan teorik bir model önerilmiş, hipotezler geliştirilmiş ve profesyonel turist rehberlerine yönelik bir uygulama yapılarak test edilmiştir. Çalışma sonuçları, alan yazına teorik açıdan önemli katkıda bulunabileceği gibi, uygulamaya yönelik çeşitli öneriler de sunmaktadır. Literatür taraması yapıldığında, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisine yönelik daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çerçevede çalışmada elde edilen bulguların alan yazındaki boşluğu dolduracağı, bununla birlikte ilgili araştırmacılar, turizm şirketleri ile turizm eğitimi sağlayan kurumlar için stratejik kararlar almak ve politikalar geliştirmeye yönelik bir temel oluşturabileceği düşünülmektedir.

Bir bireyin, kaliteli bir hizmet sunabilmesi için, iş yaşam kalitesi algısının yüksek olması gerekmektedir. İş yaşam kalitesi işini layıkıyla yapan, işinden memnuniyet duyan, iş ve iş arkadaşlarını önemseyen, işletme amaç ve hedeflerini benimseyen ve yönetimden destek gören çalışanların olmasını sağlamaktadır. İşlerinden memnuniyet ve mutluluk duyan çalışanlar, kaliteli hizmet ve memnun müşteri sonuçlarını sağlamaktadır. İş yaşam kalitesi algıları yüksek olan turist rehberlerinin, iş verimleri de doğru orantılı olarak artacak, hizmet verdikleri turistlerin satın aldıkları hizmetten tatmin ve memnun olma ihtimali de artacaktır. Beraberinde, aldığı hizmetten tatmin olmuş olan turist, tekrar satın alma eğiliminde olabilir, daha fazla döviz girdisine sebep olabilir, kalış süresini uzatabilir ya da ülkesine döndüğünde pozitif yönlü deneyimlerini paylaşarak tavsiyelerde bulunabilir. Bu durumun ise ülkeye seyahat edecek olan potansiyel turistleri pozitif yönde etkileyebileceği düşünülmektedir.

Bireyin iş yaşam kalitesinin yükseltilmediği durumlarda performans düşüşü, devamsızlık, işten ayrılma gibi sonuçların artış göstermesi beklenmektedir. Dolayısıyla, turistler ile birebir iletişim halinde olan turist rehberlerinin, işlerinden memnuniyet duymaması, pek çok açıdan turizm sektörünü etkileyebilecektir.

İşverenlerin rolü bu bağlamda büyük önem taşımaktadır. İşverenler, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesini artırmak için çeşitli önlemler alabilirler. Örneğin, çalışma koşullarını iyileştirerek, rehberlere daha iyi bir çalışma ortamı sunabilirler. Aynı zamanda, eğitim ve gelişim fırsatları sağlayarak rehberlerin mesleki becerilerini geliştirmelerine destek olabilirler.

Bu çalışma, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğunu ortaya koymuştur. Turist rehberlerinin iş yaşam kalitelerinin yüksek olması, iş hayatlarında mutlu ve verimli olmaları, sorumlu turizmin gelişimine katkı sağlama potansiyeline sahiptir.

Sorumlu turizm açısından bakıldığında, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesinin yüksek olması büyük bir öneme sahiptir. Sorumlu turizm, çevresel ve sosyal etkileri göz önünde bulunduran bir yaklaşımı temsil etmektedir. Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesinin yüksek olması, daha sürdürülebilir bir turizm sektörünün oluşmasına katkı sağlamaktadır. Rehberler, turistleri doğal ve kültürel kaynakların korunması konusunda bilinçlendirebilir, farkındalık yaratabilir ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik edebilirler. Turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etki düzeylerini belirlemeye yönelik yapılan bu araştırmanın, nicel analiz sonuçlarına yönelik elde edilen bulguları gözlemlendiğinde;

- Katılımcıların iş yaşam kalitesi ve sorumlu turizm algıları arasında güçlü bir ilişki ile anlamlı bir şekilde artmaktadır. Araştırmaya katılan örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisi, istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğunu ortaya koymuştur. Bu durumda **H₁** hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

- Çalışmaya katılım gösteren örneklem grubunun, iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisi, kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Bu duruma bağlı olarak **H₂** hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

- Katılımcıların iş yaşam kalitesi algılarının, kadın adaylara göre erkek adayların daha yüksek olduğu saptanmıştır. Çetin ve Kızılırmak (2012)'a göre

turist rehberliği mesleğinin iş koşullarının nispeten zor olması ve rehberlerin iş gereği ikamet ettikleri yer dışında konaklaması gerektiği için kadın rehberlerin, erkek rehberlere göre daha az sayıda olduğu savunulmaktadır ve bu durum çalışmanın bulgularıyla paralellik göstermektedir. Örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile çalışma kartı türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür. Ortaya çıkan bu farklılığın ise bölgesel rehberlerin lehine olduğu saptanmıştır. Bu bulgu iş yaşam kalitesi algısının ülkesel çalışma kartına sahip olan adaylara göre bölgesel çalışma kartına sahip olan adayların daha yüksek olduğu sonucunu vermektedir. Örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olmadığı görülmüştür. Buna bağlı olarak H_3 hipotezinin desteklenmiş olmasıyla birlikte $H_{3.a}$ ve $H_{3.c}$ alt hipotezleri de desteklenmiş, $H_{3.b}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmemiştir.

▪ Araştırmaya katılım gösteren örneklem grubunun iş yaşam kalitesi algıları ile yaş değişkenine ilişkin yapılan analiz (One- Way Anova) sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı fark saptanmamıştır. Buna bağlı olarak, katılımcıların iş yaşam kalitesi algı ortalamaları ile yaş türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Bu bulguya göre $H_{3.d}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmemiştir.

▪ Araştırmaya katılan turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algıları ile gelir düzeyi değişkenine ilişkin yapılan analiz (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık incelenmiş ve 40001 TL üstü aylık gelire sahip olan turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, diğer gelir düzeylerine sahip turist rehberlerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuçla paralel olarak Solmuş (2000), iş yaşam kalitesinin sağlanması açısından gelir düzeyinin yüksek olmasının önemli bir faktör olduğunu yapmış olduğu çalışma ile ortaya koymuştur. Genel olarak gelir düzeyi yüksek olan iş görenler özel hayatlarında tatmin olmaya daha yatkındır ve dolayısıyla buradan gelir düzeyi yüksek olan iş görenlerin iş

yaşam kalitesi algılarının da yükseldiği sonucuna varılmaktadır. Buna bağlı olarak $H_{3,e}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

▪ Katılımcıların iş yaşam kalitesi algıları ile eğitim durumu değişkenine ilişkin yapılan analiz (One- Way Anova) sonucuna göre, istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ve bu farklılık incelendiğinde lisansüstü eğitimden mezun olan katılımcıların, lise ve lisans düzeyinde mezun katılımcılara göre iş yaşam kalitesi algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu bulgu, Gürge (2018)'in yapmış olduğu çalışmanın verileri ile benzerlik göstermektedir. Bu durumun ise, turist rehberliği mesleğini icra etmek amacıyla, bir rehberin alanıyla ilgili gerekli bilgiye sahip olmasının gerekliliği ve bu sebeple ihtiyaç duyulan eğitimleri almalarından kaynaklandığı sonucuna varılmaktadır. Bu sayede $H_{3,f}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

▪ Örneklem grubunu oluşturan turist rehberlerinin, iş yaşam kalitesi algıları ile mesleki tecrübe değişkenine ilişkin analiz (One- Way Anova) sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık incelendiğinde 21 yıl ve üzerinde mesleki tecrübeye sahip olan katılımcıların, 1-10 yıl arasında tecrübeye sahip katılımcılara göre iş yaşam kalitesi algılarının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuca bağlı olarak, turist rehberlerinin mesleki tecrübe süreleri uzadıkça daha fazla deneyim kazanmaları ve diğer turist rehberleri ile kurdukları iletişim ve etkileşimin daha fazla olması sebebiyle iş yaşam kalitelerinin yüksek olduğu söylenebilir. Buna bağlı olarak $H_{3,g}$ hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

▪ Katılımcıların sorumlu turizm algıları ile cinsiyet türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür. Ortaya çıkan bu farklılık ise erkeklerin lehinedir. Bu bulgu, sorumlu turizm algıları, kadın turist rehberlerine göre erkek turist rehberlerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Araştırmaya katılan örneklem grubunun sorumlu turizm algıları ile çalışma kartı türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür ve bu farklılık ise bölgesel rehberlerin lehinedir.

Bu bulgu ülkesel çalışma kartına sahip olan turist rehberlerine göre, bölgesel çalışma kartına sahip olan turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarının daha yüksek olduğu sonucunu vermektedir. Örneklem grubunun sorumlu turizm algıları ile medeni durum değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiş ve istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olmadığı saptanmıştır. Bu sonuç medeni hal, eğitim durumu ve gelir açısından Aylan (2019)'ın yapmış olduğu çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Buna bağlı olarak **H₄** hipotezinin büyük oranda desteklenmiş olmasıyla birlikte **H_{4.a}** ve **H_{4.c}** alt hipotezleri de yeterli kanıtla desteklenmiş, **H_{4.b}** hipotezi desteklenmemiştir.

- Araştırmaya katılan turist rehberlerinin, sorumlu turizm algıları ile yaş değişkenine ilişkin yapılan analiz (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiş ve bu farklılık incelendiğinde 31-40 yaş aralığındaki turist rehberlerinin sorumlu turizm algı düzeylerinin, 41-50 yaş arasındaki rehberlerin sorumlu algı düzeylerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durumda **H_{4.d}** hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

- Katılımcıların sorumlu turizm algıları ile eğitim durumu değişkenine ilişkin yapılan analiz (One- Way Anova) sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık incelendiğinde lisansüstü eğitim düzeyine sahip turist rehberlerinin, diğer tüm turist rehberlerine göre sorumlu turizm algılarının daha yüksek olduğu saptanmıştır ve buna bağlı olarak **H_{4.e}** hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

- Katılımcıların sorumlu turizm algıları ile gelir düzeyi değişkenine ilişkin yapılan analiz (One- Way Anova) sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ve bu farklılık incelendiğinde 30001-40000 TL aralığında aylık gelire sahip olan turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarının, 7000-20000 TL ve 20001-30000 TL aralığında gelire sahip olan turist rehberlerinin sorumlu turizm algı düzeylerinden yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sonucunda **H_{4.f}** hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

- Örneklem grubunu oluşturan turist rehberlerinin, sorumlu turizm algı ortalamaları ile mesleki tecrübe türü değişkeni arasında istatistiksel açıdan

anlamli bir farklılık bulunmadığı görülmüştür. Bu sebeple **H_{4,g}** hipotezi yeterli kanıtla desteklenmemiştir.

İlgili literatür incelendiğinde Aydın (2021) tarafından yapılan bir çalışmada, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi ve işe yabancılaşma eğilimleri belirlenmeye çalışılmıştır. One-way ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir ve meslekteki yıllarına göre iş yaşam kalite düzeylerinde anlamlı farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, turist rehberlerinin çalışma süreleri ile iş yaşam kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Çalışmaya göre, 8 saat ve daha az çalışan turist rehberlerinin diğer rehberlere kıyasla daha yüksek iş yaşam kalitesine sahip oldukları söylenebilir. Çalışmanın, T-testi sonuçlarına göre ise, p anlamlılık düzeyleri incelendiğinde erkek rehberlerin ortalama iş yaşam kalitesi ile kadın rehberlerin ortalama iş yaşam kalitesi arasında benzerlik olduğu görülmüştür. İstatistiksel olarak, bu fark anlamlı değildir. Başka bir deyişle, Aydın'ın (2021) çalışmasında turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi düzeyi cinsiyete bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Yine aynı çalışmada ülkesel çalışma kartına sahip olan rehberlerin ortalama iş yaşam kalitesi ile bölgesel çalışma kartına sahip olan rehberlerin ortalama iş yaşam kalitesi aralarındaki fark istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu nedenle, Aydın (2021) çalışmasında turist rehberlerinin iş yaşam kalite düzeyleri çalışma kartı türüne bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşmıştır.

Aylan'ın 2019'da turizm paydaşları arasında yaptığı anket çalışmasında ise, katılımcıların cinsiyet değişkenlerine göre sorumlu turizm ve dört alt boyut ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmadığı tespit edilmiştir. Çalışmada, katılımcıların yaş değişkenine göre sorumlu turizmin çevresel sorumluluk alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır. Analiz sonucuna göre, 42- 49 yaş aralığında olan örneklem grubunun 34-41 yaş aralığında olanlara göre çevreye karşı daha duyarlı olduğu yani sorumlu turizm algısının da daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durum değişkenine göre sorumlu turizm ve dört alt boyut ortalamaları açısından, istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Eğitim düzeyine göre sorumlu

turizm ölçek puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuş ve bu farklılıkla birlikte eğitim seviyesi yükseldikçe sorumlu turizm algısının da yükselmekte olduğu sonucuna varılmıştır. Örneklem grubunun gelir durumuna göre ise çevresel sorumluluk alt boyutu puan ortalamaları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiş ve gelir düzeyi yükseldikçe, çevresel sorumluluk boyutunun azaldığı saptanmıştır.

Araştırmanın iş yaşam kalitesi kapsamında sunduğu veriler doğrultusunda, katılımcıların çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Turist rehberliği mesleğini kadınların daha az tercih etmesinin sebebi, mesleğin özel ve aile yaşantısına negatif yönde etkileyebileceği ve çalışma saatlerinin düzensiz ve uzun olması olarak gösterilebilir. İlgili yasa koyucu ve yöneticiler, turist rehberliği mesleğinin çalışma saatleri ve iş yükü gibi konularda yapacakları olumlu düzenlemeler ve iyileştirmeler ile cinsiyet dağılımını dengeleyebilirler. Bu tür düzenlemeler aynı zamanda iş yaşam kalitesinin artmasına da katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, araştırma verilerine göre gelir düzeyi yüksek olan turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algı düzeylerinin daha yüksek bulunması sebebiyle, turist rehberlerine acentelerce ödenen ücretlerin ilgili yönetim tarafından taban ücretin altında ödeme yapılmaması için denetlenmesi, rehberlerin gelirlerinin, dolayısıyla iş yaşam kalitesi algılarının olumlu yönde artmasına sebebiyet verecektir.

Araştırmanın sorumlu turizm kapsamında sunduğu veriler doğrultusunda ise, turist rehberlerinin sorumlu turizm algı düzeylerinin demografik değişkenlere göre (cinsiyet, çalışma kartı türü, yaş, eğitim durumu ve gelir düzeyi) farklılık göstermesi, turist rehberlerinin sorumlu turizm kapsamında bilinçlendirilmesinin ve teşvik edilmesinin eksikliğini ortaya koymaktadır. Turist rehberlerinin sorumlu turizm algılarının yüksek olması doğrudan turist memnuniyetini ayrıca turistlerin sorumlu turizme olan yaklaşım ve algı düzeylerini olumlu yönde etkileyeceğinden, turizm sektöründe sorumlu turizm uygulamalarının artırılmasına yönelik olarak sektördeki paydaşların iş birliği içerisinde çalışmalar yürütmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra akademik çalışmalarda sorumlu turizm konusuna tüm paydaşlar açısından daha fazla yer verilmesi ve yapılacak araştırmaların bu çerçevede çeşitlendirilmesi, turist

rehberlerinin bilinçlenerek algı düzeylerine olumlu etki edebileceği gibi, seyahat acenteleri, tur operatörleri, turistler ve yerel halka yönelik olumlu etkiler yaratabilecektir.

Geçmişten günümüze, turizm hareketinin giderek artması seyahat sebebi fark etmeksizin seyahat acentelerine olan talebi artmıştır. Bu talep artışı ise turist rehberlerine duyulan ihtiyaçtaki artışı da beraberinde getirmiştir. Bir turist rehberi, turistlere çeşitli çekicilikleri olan destinasyonları en iyi şekilde tanıtarak, turistler ile yerel halk arasındaki iletişimde önemli bir aracı konumundadır. Turist rehberleri sayesinde turistler, bilmedikleri bir ülkede daha güvende hissedebilmekte ve aldıkları hizmetten memnun bir şekilde ülkeden ayrılmaktadırlar.

Turistlerin memnuniyeti ve turizmin ülkeye olan katkıları göz önüne alındığında, bir turist rehberinin kaliteli hizmet sunması ve turistlerin istek ve beklentilerini karşılaması önemlidir. Bu durum, araştırma bulgularına göre turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının yüksek olmasıyla doğrudan bağlantılıdır. Bunun yanı sıra turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının yükseltilmesinin, sorumlu turizm konusunda farkındalık yaratılması ve sorumlu turizm ilkelerinin daha iyi anlaşılabilmesi açısından büyük bir adım olarak görülmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aall, C. (2014). Sustainable Tourism In Practice: Promoting Or Perverting The Quest For A Sustainable Development? *Sustainability*, 6, 2562-2583.
- Abul, A., (2015); *Sosyal Zeka Düzeyi ve Algılanan İş Yaşam Kalitesi Etkileşimine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ahipaşaoğlu, S. (1997). Ülkesel Profesyonel Turist Rehberi Gereksiniminin Tahmini için Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (2), 10-14.
- Ahipaşaoğlu, S. (2006), *Turizmde Rehberlik*. Gazi Kitabevi.
- Akdere, M. (2006). Improving Quality of Work-Life: Implications for Human Resources, *The Business Review*, Vol. 6(1), 173-177.
- Aksatan, M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm ve Doğal Miras*. M. Kozak. (Edited by.), İçinde, *Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar- Uygulamalar* (ss. 29-44), Detay Yayıncılık.
- Aktaş, E. (2019). *Sorumlu Turizm Yaklaşımı ile Turistik Destinasyonların Gelişimi: Foça Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Alan, H. (2012). *Hemşirelerde İş Yaşam Kalitesi Ölçeği geliştirme: Bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Albayrak, A. (2013) *Alternatif Turizm*. Detay Yayıncılık
- Almarshad, S. O. (2015). Quality of Work Life and Organizational Commitment in Saudi Arabia: The Role of Job Involvement and Sense of Efficacy. *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(2), 141-158.
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vazquez, A. & CortésMacias, R. (2016). Residents' Perceptions Of Tourism Development İn Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Alrawadieh, Z., Çetin, G., Dinçer, M. Z. & Istanbulu Dinçer, F. (2020) The Impact Of Emotional Dissonance On Quality Of Work Life And Life Satisfaction Of Tour Guides. *The Service Industries Journal*, 40(1-2), 50-64.
- Alrawadieh, Z., Demirdelen Alrawadieh, D., Olya, H., Erkol Bayram, G. & Kahraman, O. C., (2021). Sexual Harassment, Psychological Well-being, and Job Satisfaction

- of Female Tour Guides: The Effects of Social and Organizational Support'' *Journal of Sustainable Tourism*, 1-19. 10.1080/09669582.2021.1879819
- Alshatnawi, A. R. (2014). Assessing Communication Skills among Jordanian Tour Guides: German Tourists Perceptions, *Journal of Management Research*, 6(1), 1-11.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. & Vogt, C. A. (2005). Residents' Perceptions Of Community Tourism İmpacts. *Annals Of Tourism Research*, 32(4), 1056– 1076.
- Antle, B. J. (2006). Quality of Work Life Survey Report (Rapor No: 1101). *Toronto: Ontario Association of Social Workers*.
- Arat T. & Bulut H.Ç. (2019). Turist Memnuniyetinde Turist Rehberlerinin Rolü: Konya'da Bir Araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2 (1), 31-43.
- Ashley, C. & Roe, D. (2002). Making Tourism Work For The Poor: Strategies And Challenges İn Southern Africa. *Development Southern Africa*, 19(1), 61-82.
- Atıcı, E. (2022). *Elazığ Ruh Sağlığı Hastalıkları Hastanesinde Görev Yapan Hemşirelerde İş Yaşam Kalitesinin İrdelenmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi: Turist- Yerel Halk Etkileşimi*. 2. Baskı. Detay Yayıncılık.
- Aydemir, F.A. (2006). *Toplam Kalite Yönetiminin İş Yaşamına Etkisi ve Sağlık Sektöründe Uygulanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aydın, G. (2021). *Turist Rehberlerinin İş Yaşam Kalitesi ve İşe Yabancılaşma Eğilimlerinin Belirlenmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Aydın, İ., Çelik, Y., & Uğurluoğlu, Ö. (2011). Sağlık Personeli Çalışma Yaşam Kalitesi Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 22 (2), 79-100.
- Aykın, S. M. (2018). Avrupa Birliği'nde Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Uygulamaları ve Türkiye. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 153-170.

- Aylan, F. K. (2019). *Sorumlu Turizmin Destinasyon Rekabetçiliğine ve Yaşam Kalitesine Etkisi Üzerine Bir Uygulama. Doktora Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aytaç, S. S., (2005), *Çalışma Yaşamında Kariyer Yönetimi, Planlaması, Geliştirilmesi Sorunları*, Bursa: Ezgi Kitabevi
- Baltaş, Z., (2006), “*Duygusal Zeka*”, *İnsanın Dünyasını Aydınlatan ve İşine Yansıyan Işık*, Remzi Kitabevi.
- İstanbul.Bandar NFA, Ling NP, Halim FA & Muda AL (2017) Proactive behavior as a mediator in the relationship between quality of work life and career success. *International Journal of Business and Society*, 18(4): 701-709.
- Başaran, İ. E. (1998). *Yönetim*. Gül Yayınevi: Ankara.
- Bayır-Toplu, D. B. (1999). Çalışma Yaşamının Kalitesinin Geliştirilmesi: Türkiye’deki Kamu Kurum Arşivleri Örneği. *Türk Kütüphaneciliği*, 13(3), 223-251.
- Beh, L. (2011). Challenges of Quality of Work Life: Evidences and Implications in Developed and Developing Countries. *29th International Labour Process Conference*, Leeds.
- Beh, L., & Rose, R.C. (2007). Linking QWL and job performance: Implications for organizations. *Performance Improvement*, 46 (6), 30-35.
- Bektaş, H. (2015). *İkili değişkenler İçin Faktör Analizi: Çalışma Yaşamı Kalitesi Üzerine Bir Uygulama*. Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Boone, L.E. & Kurtz, D.L. (2011). *Contemporary Business*. (14th Edition). USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Borluk, S. (2014). İş Yaşamı Kalitesi Verimlilik İlişkisi-I. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik*, 26 (312), 16-21.
- Bowden, J. (2005). Pro-Poor Tourism And The Chinese Experience. *Asia Pacific Journal Of Tourism Research*, 10(4), 379-398.
- Bramwell, B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., & Scarles, C. (2008). Research perspectives on responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16, 253- 257.
- Broniatowski, D., A. & Weigel, A., L. (2004). Political Sustainability in Space Exploration Architectures, American Institute of Aeronautics and Astronautics, http://web.mit.edu/adamross/www/Broniatowski_aiaa06.pdf, (Erişim Tarihi: 15.03.2023)

- Budeanu, A. (2005). Impacts And Responsibilities For Sustainable Tourism: A Tour Operator's Perspective, *Journal Of Cleaner Production* 13, 89–97.
- Butcher, J. (2015). Ethical Tourism And Development: The Personal And The Political. *Tourism Recreation Research*, 40(1), 71-80.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Tasarımı, SPSS Uygulamaları ve Yorum* (24.baskı). Ankara: Pegem Yayınları.
- Camilleri, M.A. (2015). Responsible Tourism That Creates Shared Value Among Stakeholders, *Tourism Planning and Developments*, 13: 2, 1 – 17.
- Cape Town (2002). Cape Town Declaration: Cape Town Conference on Responsible Tourism in Destinations. <http://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declarationon-responsible-tourism/> (Erişim Tarihi: 02.04.2023).
- Carasuk, R. (2011). *Responsible Tourism Qualmark Accreditation: A comparative evaluation of tourism businesses and tourists perceptions*, Land Environment and People Research Report No. 19, Lincoln University, Canterbury, New Zealand.
- Caruana, R. Glozer S., Crane, A., & McCabe S. (2014). Tourists Accounts of Responsible Tourism, *Annals of Tourism Research*, 46, 115-129.
- Chettiparamb, A. & Kokkranikal, J. (2012) Responsible tourism and sustainability: the case of Kumarakom in Kerala, *India Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4 (3), 302-326.
- Corti, I. N., Marola, P. N. & Castro, M. B. (2010). Social Inclusion And Local Development Through European Voluntourism: A Case Study Of The Project Realized In A Neighborhood Of Morocco. *American Journal Of Economics And Business Administration*, 2(3), 221-231.
- CREST (2013). *The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics*. Washington, DC : Center for Responsible Travel.
- CREST (2015). *The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics*. Washington, D.C. : Center for Responsible Travel.
- Cruz, R. G. (2003). *Towards Sustainable Tourism Development in the Philippines and Other Asean Countries: An Examination of Programs and Practices of National Tourism Organizations*. University of the Philippines Diliman Asian Institute of Tourism. Philippine APEC Study Center Network (PASCN).

- Çelik, V. (2000). *Okul Kültürü ve Yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Çetin, G. & Kızılırmak, İ. (2012). Türk Turizminde Kokartlı Turist Rehberlerinin Mevcut Durumunun Analizi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14 (2), 307-318.
- Çıtır, Ö. I. (2005). *Türkiye’de İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Açısından BTC (BaküTiflis-Ceyhan) Ham Petrol Boru Hattı Projesi Ceyhan Terminali Kara ve Deniz İnşaat İşlerinde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC’si*. Akdeniz Kitabevi.
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding; Image Management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Dargahi, H. & Seragi, J. N. (2007). An Approach Model for Employees' Improving Quality of Work Life (IQWL). *Iranian J Publ Health*, 36 (4), 81-86.
- Dawar, S., Singh, H. & Dawar, P. (2014). Dynamics of Quality of Work Life: A Study of Life Insurance Sector. *Asian Journal of Management*, 5(3), 312-217.
- DEAT (1996). The development and promotion of tourism in South Africa, White Paper. Government of South Africa, Department of Environmental Affairs and Tourism.
- DEAT (2003). *Responsible Tourism Handbook*. (D. o. Tourism, Dü.) South Africa.
- Değirmencioglu, A. Ö. (2001). Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitimi Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 189-196.
- Dikmetaş, E. (2006) Hastane Personelinin Çalışma / İş Yaşam Kalitesine Yönelik Bir Araştırma, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 15, Sayı 2, 2006, s.169- 182.
- Dursun, M., & Eriş, E. (2018). Konaklama İşletmelerinde Kuşaklar Bağlamında İşveren Marka Algısı ile Çalışma Yaşam Kalitesi İlişkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 8 (1), 160-179.
- Duxbury L., & Higgins C (2003) Where to work in Canada? an examination of regional differences in work life practices. *Canadian Policy Research Networks*.
- Easton, S. & Van Laar, D. (2013). QoWL (Quality Of Working Life): What, how, and why? *Psychology Research*, 3(10), 596-605.

- Erdoğan, N. (2014). “Sosyal Çevre Bilimleri”, Reyhan Hakan, Mutlu Ahmet, Doğan Hüseyin, Reyhan Ayşen (Edited by.), İçinde, *Ekoturizm, Turizm, Çevre ve Sürdürülebilirlik* (s.143-185), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Eren, E. (1993). *Yönetim psikolojisi*. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Erginer, A. (2003), *İş Yaşamının Niteliği, Yönetimde Çağdaş Yaklaşımlar*, (Editör: Cevat Elma; Kamile Demir), Anı Yayıncılık.
- Eser, S. (2018). *Meslek Olarak Turist Rehberliği*, Eser, S., Şahin, S., & Çakıcı, C. (Editör). Turist Rehberliği içinde (ss. 25-46). Detay Yayıncılık.
- European Commission, Consultation Document: *European Charter for Sustainable and Responsible Tourism*. ENTR. F1 D (2011) of 10.02.2012, Brussels.
- Fapohunda, T. M., (2013) Towards effective team building in the workplace. *Int J Educ Res* 1(4):1–12.
- Fennell, David A. (2008). Responsible Tourism: A Kierkegaardian Interpretation, *Tourism Recreation Research*, 33 (1), 3-12.
- Fettahlioğlu, T. (2006). *Örgütlerde Yabancılaşmanın Yönetimi: Kahramanmaraş Özel İşletme ve Kamu Kuruluşlarında Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Ford, A. & Acott, T. (2015). Responsible Tourism: A Guide For Tourism And Sustainability In SmallScale Fisheries And Agri-Food.
- Frey, N. & George, R. (2008). *Responsible Tourism and the Tourism Industry: A Demand and Supply Perspective*. *Responsible Tourism: Critical Issues for Conservation and Development* (ss. 107-128). A. Spenceley (Editör). Londra: Earthscan.
- Frey, N., & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management/ Elsevier*(31), 621-628.
- Fuad-Luke, A. (2008). *The eco-travel handbook*. London. Thames&Hudson.
- Gall, M. D., Borg, W. R., & Gall, J. P. (2006). *Educational research: An introduction*. New York: Allyn & Bacon.

- Garcia, M. V. (2008). 'Eco': Sustainable or Responsible, How Shall We Look at The New Paradigm of Tourism?, *Ecumenical Coalition on Tourism (ECOT)*, 24: 11, 134 – 138.
- Gee, C.Y. & Fayos-Sola, E. (1997). *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid: World Tourism Organization.
- Geva, A. & Goldman A. (1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours. *Annals of Tourism Research*. 18 (2), 177-185.
- Geylan, R. (1992). *Personel Yönetimi*. MET Basım-Yayım.
- Gilbert, B. (1989). The Impact of Union Involvement on the Desing and Introduction of Working Life, *Human Relations*, 42, (12), 1057-1078.
- Global Sustainable Tourism Council. Global Sustainable Tourism Council: <https://www.gstcouncil.org/en/> (Erişim Tarihi: 10.03.2023).
- Godfrey, K. B. (1998). Attitudes Towards 'Sustainable Tourism' in The U.K.: A View From Local Government, *Tourism Management*, 3, 213 – 224
- Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R.B. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 9.
- Goodwin, H. & Francis, J. (2003). Ethical and Responsible Tourism: Consumer Trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*. 9: 271-284.
- Goodwin, H. (2005). *Responsible Tourism and the Market*. Occasional Paper No. 4. <https://www.responsiblevacation.com/ImagesClient/certification.pdf> (13.01.2023).
- Goodwin, H. ve Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: A Success. ICRT Occasional Paper 11, Responsible Tourism. <https://andamandiscoveries.com/press/press-harold-goodwin.pdf> (17.01.2023).
- Goodwin, H., Spenceley, A., & Maynard, B. (2002). *Development of Responsible Tourism Guidelines for South Africa*. UK: Natural Research Institute.
- Goodwin, H., Spenceley, A., & Maynard, B. (2004). Development of Responsible Tourism Guidelines for South Africa, [https://gala.gre.ac.uk/id/eprint/12135/1/12135_Goodwin_Development%20of%20responsible%20tourism%20\(project%20report\)%202002.pdf](https://gala.gre.ac.uk/id/eprint/12135/1/12135_Goodwin_Development%20of%20responsible%20tourism%20(project%20report)%202002.pdf) (11.01.2023).
- Government Of The Republic Of The Union Of Myanmar Ministry Of Hotels & Tourism Responsible Tourism Policy, Authors: Mrs. Nicole Hausler, Mr. Achim

- Munz, Daw Kyi Kyi Aye, u Phyo Wai Yar Zar, Ms. Dorte Kasuske & Prof. Harold Goodwin. Organisers: Ministry Of Hotels & Tourism Of Myanmar, Myanmar Tourism Federation & Hanns-Seidelfoundation (Germany), Published 27th September 2012: The Myanmar Responsible Tourism Institute, <http://www.myanmarresponsibletourism.org/>
- Gökkaya, S. & Türker, N. (2018) İş Motivasyonu ile İş Tatmini Üzerine Otel İşletmelerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 12-28.
- Gülbahar, O. (2009). 1990’lardan Günümüze Türkiye’de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 151-177.
- Güneş, S. Gül. (2018). *Responsible Tourism in the Context of Sustainable Use of Natural and Cultural Resources/Doğal ve Kültürel Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımı Bağlamında Sorumlu Turizm*. Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu, 28-30 Haziran 2018, Cilt 2, 218-225, Eskişehir.
- Gürge, M. (2018). *Turist Rehberlerinin Yaşam Kalitesinin Türkiye’de Rehberlik Mesleğinin Çalışma Ortamı Açısından Değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Haberal, H. (2015) *Turizmde Alternatif Ekolojik Turizm – Doğa Turizmi – Kırsal Turizm – Yayla Turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, T., & Yetim, A. Ç (2019). Sorumlu Turizm Algısının Turist Davranışlarına Etkileri: Fethiye Destinasyonuna Yönelik Bir Araştırma. *Turizm ve Arastırma Dergisi* 8(1) 42-69.
- Hans, A., Mubeen, S. A., Mishra, N., & Al-Badi, A. H. H. (2015). A Study on Occupational Stress and Quality of Work Life (QWL) in Private Colleges of Oman (Muscat). *Global Business & Management Research*, 7(3), 55-68.
- Hatipoğlu, Z. & Zengin, A. A. (2018). Algılanan Liderlik Stilinin İş Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2): 400-421.

- Heiman, G.W. (1996). *Basic Statistics for Behavioral Sciences*. Boston: Houghton Mifflin Comp.
- Higgins-Desbiolles, F. (2010). The Elusiveness of Sustainability in Tourism: The CultureIdeology of Consumerism and Its Implications. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (2): 116-129.
- Honey, M. & Krantz, D. (2012). *Alternative Development Models and Good Practices for Sustainable Coastal Tourism: A Framework for Decision Makers in Mexico*. Center for Responsible Travel (CREST), Stanford University, Washington, DC.
<https://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/diyarbakir/surda-hasar-goren-kursunlu-camiinde-restorasy-40218450/> (Erişim Tarihi, 12.03.2023).
- Huck, W. Schuyler (2012). *Reading Statistics and Research*, 6. Edition, Boston: Pearson.
- Huselid, M., A. (1995). The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Prductivity and Corporate Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 38:635-672.
- Inversini, A., Rega, I. & van Zyl, I. (2019). Internet representations of voluntourism fail to effectively integrate tourism and volunteering. *Tourismgeographies*.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1600007>
- Isaac, R., K. (2014). Responsible Tourism and Development in the Context of Peace Building, <https://www.researchgate.net/publication/295812173>, 85-98.
- İşİD'in Yok Ettiği 10 Kültürel Miras Yapısı, <http://arkeofili.com/isidin-zararverdigi-10-kulturel-miras-alani/>, (Erişim Tarihi: 12.04.2023).
- İçöz, O. (1994). Çevre Sorunları Turizmi Tehdit Ediyor Mu? *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 5 (1): 18-22.
- İlhan, Y. & Soybalı, H. H. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları zerine Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 1 (1): 13 – 23.
- İslam, M. (2012). Factors Affecting Quality Of Work Life: An Analysis On Employees Of Private Limited Companies In Bangladesh, *Global Journal Of Management And Business Research*, 12(18), 23–31.
- İslamoğlu, A. Hamdi ve Alnıaçık mit (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yntemleri*, 5. Baskı, Beta Yayıncılık.

- Jamieson, W. (2006). *Community Destination Management in Developing Economies*. New York: Haworth Hospitality Press.
- Jayakumar, A., & Kalaiselvi, K. (2012). Quality of work life-an overview. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 1(10), 140- 151.
- Kahraman N. & Türkay O. (2014) *Turizm ve Çevre*. Detay Yayıncılık.
- Kalaycı, N. (2014). *Daimon'dan eudaimonia'ya: Aristoteles'te mutluluk*. Cogito.
- Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 7. Baskı, Asil Yayıncılık.
- Kaplan, V. (2015). *Öğretmenlerin ve Okul Yöneticilerinin İş Yaşamı Kalitesi ile Örgütsel Değer Algıları Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.
- Karaman, A. & Aylan, F., K. (2016). *Sürdürülebilirliğin Denge Boyutu Olarak Politik Sürdürülebilirliğin Turizme Etkilerinin İncelenmesi*, 1st International Sustainable Tourism Congress, November 23-25, 2017 Kastamonu, 319-326.
- Karimi & Darban Astane, A. (2022). The Role Of Responsible Tourism On Quality Of Life İn Rural Areas Of Gorgan, Iran. *Journal Of Quality Assurance İn Hospitality & Tourism*, 23(4), 882-912.
- Kaufman, B. E. (2001). The theory and practice of strategic HRM and participative management. *Human Resource Management Review*, 11(4), 505–533.
- Kaymaz, K. (2003). Çalışma Yaşamında Kalite. *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*. 5(1): 0-0.
- Kaymaz, K. (2010). The effects of job rotation practices on motivation: A research on managers in the automotive organizations. *Business and Economics Research Journal*, 1(3), 69- 85.
- Kaypak, Ş., (2012). Ekolojik Turizm ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi (1)*: 11-29.
- Kerala'da Sorumlu Turizm Girişimi, <http://asiapacific.unwto.org/content/responsibletourism-initiative-keral> (Erişim Tarihi: 30.04.2023).
- Keser, A. (2005). Çalışma Yaşamı ile Yaşam Doyumu İlişisine Teorik Bakış. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 55(1), 897-913.

- Kılıçhan, B. (2019). *Profesyonel Turist Rehberliği Mesleği: Mevcut Durum, Meslek Sorunlarının Tespiti ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Klein, R.A. (2011). Responsible Cruise Tourism: Issues of Cruise Tourism and Sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18, 107–116.
- Kocman, A. & Weber, G. (2018). Job Satisfaction, Quality Of Work Life And Work Motivation in Employees With Intellectual Disability: A Systematic Review, *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 31(1), 1-22.
- Kolçak, M. (2012). *Bologna Süreci'ne ve İKMEP'e Uygun Meslek Etiği*. Murathan Yayınevi.
- Korkmaz, S., Temizkan, S.P. & Temizkan, R. (2010). Profesyonel Turist Rehberliğine Yönelik Zorunlu Hizmet İçi Eğitim Seminerlerinin Pazarlama Açısından İçerik Analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 133-149.
- Kozak, N. (2014). *Turizm Pazarlaması*. Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak M.A. & Kozak M. (2009). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. 8. Baskı, Detay Yayıncılık.
- Kök, S. Bayrak. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21, (1) 293.
- Kuntay, O. (2004). *Sürdürülebilir Turizm Planlaması*, Alp Yayınevi.
- Kuşluvan, S. (1999). Turizm Gelişiminin Çevre Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri ve Olumsuz Etkilerin Yönetimi. *Kapadokya Toplantıları*: 80-103.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Alternatif Turizm Türleri. Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü: <http://www.ktbayatirimisletmeler.gov.tr/TR,9872/alternatif-turizm-turleri.html>. (Erişim Tarihi: 20.03.2023).
- Lackova, A. & Rogovska, V. (2015). From Slow Food To Slow Tourism. Accessed July, 27, 2016.
- Lawler III, E. E., & Ledford, G. E. (1982). Productivity and the Quality of Work Life. *National Productivity Review*, 1(1), 23-36.
- Lee, D. J., Singhapakdi, A. & Sirgy, M. J. (2007). Further Validation Of A Need-Based Quality-Of-WorkLife (QWL) Measure: Evidence From Marketing Practitioners. *Applied Research In Quality Of Life*, 2(4), 273-287.

- Lee, H.Y., Bonn, M.A., Reid, E.L. & Kim, W.G. (2017). Differences in Tourist Ethical Judgment and Responsible Tourism Intention: An Ethical Scenario Approach. *Tourism Management*, 60, 298-307.
- Leslie, D. (2012). *Responsible Tourism Concepts, Theory and Practice*. London, UK: CAB International.
- Leung, Y.F., Marion, J. L., & Farrel, T. A. (2008). *The Role of Recreation Ecology in Sustainable Tourism and Ecotourism*. S. F. McCool, & R. N. Moisey içinde, *Tourism, Recreation, and Sustainability: Linking Culture and the Environment* (s. 1-307). CAB International.
- Lickorish, L.J. & Jenkins, C.L. (1997). *An Introduction to Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*. 11 (6): 459-475.
- Lokanadha, R. M. & Mohan, R. P. (2011). Quality of Work Life of Employees: Emerging Dimensions. *Asian Journal of Management Research*, 1 (2), 827-839.
- Lomine, L. (2005), *Tourism in Augustan Society*, WALTON, John K. (Editör). *Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*, Channel View Publications, s.71-88, UK.
- Lorant, D. & Tünde, A. (2010). Responsible Tourism and Tourism Ecology. *Forum Geografic*. 9 (9): 191-196.
- Love, B. (2015). The World's Best Responsible Travel Organizations, 11- 4.
- Madankar, A. & Nazem, F. (2013). A Structural Model for Social Capital in Banks based on Quality of Work Life. *Proceedings of the 5th European Conference on Intellectual Capital*. April 11-12. Bilbao: Academic Conferences and Publishing International, 241-247.
- Martel, J.P. & Dupuis, G. (2006). Quality of Work Life: Theoretical and Methodological Problems, and Presentation of a New Model and Measuring Instrument. *Social Indicators Research*. 77: 333-368.
- Martin Martin, J. M., Guaita Martinez, J. M. & Salinas Fernández, J. A. (2018). An Analysis Of The Factors Behind The Citizen's Attitude Of Rejection Towards Tourism In A Context Of Overtourism And Economic Dependence On This Activity. *Sustainability*, 10(8), 2851.

- Mathew, P. V. & Sreejesh, S. (2017). Impact of Responsible Tourism on Destination Sustainability and Quality of Life of Community in Tourism Destinations, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31: 83–89.
- Mathew, P. V. (2021). Sustainable Tourism Development, s. Discerning The Impact Of Responsible Tourism On Community Well-Being. *Journal Of Hospitality And Tourism Insights*.
- McMillan, J. H., Schumacher, S. (2006). Research in Education: Evidence-Based Inquiry, London: Pearson.
- Middleton, V. T., & Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism A Marketing Perspective*. Oxford; Woburn, MA: Butterworth-Heinemann.
- Mihalic, T. (2013). *A Green Tourism Barometer in The Time of Economic Crisis – The Concept and Case of Slovenia*, Tourism in Southern and Eastern Europe, 1 – 17.
- Mihalic, T., (2016). Sustainable-Responsible Tourism Discourse – Towards „Responsustable Tourism, *Journal of Cleaner Production* 111 (B), 461-470.
- Mollaoğlu, M, Fertelli T. K., & Tuncay FÖ (2010), Hastanede Çalışan Hemşirelerin Çalışma Ortamlarına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi, Cilt:5, Sayı:15*, 17-30.
- Morton, H. C. (1977). A Look at Factors Affecting the Quality of Working Life. *Monthly Labor Review*, 100 (10):64–65.
- Mossberg, L. L. (1995). Tour Leaders And Their Importance In Charter Tours. *Tourism Management*, 16 (6), 437-445.
- Muhanna, A. (2006). *Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries*. Problems and Perspectives in Management (4), 14-30.
- National Department of Tourism. (2010). South African National Standard- SANS 1162:201x Responsible Tourism- *Requirements*. South Africa: SABS Standart Division.
- Nayir, O. (2009). Isparta Yöresi Korunan Doğal Alanlarında Ekoturizm Talep ve Eğilimlerinin Belirlenmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Okech, R.N. (2012). *Ecotourism. Tourism: The Key Concepts*, Routledge Key Guides, Oxon:Routledge.

- Olalı, H. & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Onaran, B. (2014) *Sürdürülebilir Pazarlama*. Detay Yayıncılık.
- Orpen, C. (1981). The conceptualization of quality of working life. *Perspectives in Industrial Psychology*, 7, 36-69.
- Oxford Learner'sv Dictionaries (2023). Responsibility. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/responsibility?q=responsibility> Erişim Tarihi; 10.01.2023.
- Özaydın, M., & Özdemir, Ö. (2014). Çalışanların Bireysel Özelliklerinin İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Bir Kamu Bankası Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 251-281.
- Özkalp, E. & Kirel, Ç. (2001) Örgütsel Davranış. *Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayın No: 149*, Eskişehir.
- Özkalp, E., & Kirel, Ç. (2010). *Örgütsel Davranış*. Ekin Basım Yayım Dağıtım.
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, Ankara.
- Parsa B., Idris K., Samah B., Wahat B. & Parisa P. (2014). Relationship Between Quality of Work Life and Career Advancement Among Iranian Acedemics. *Procedia Socailand Behaviorial Sciences*, 152 (7), 208-111.
- Pearce, T. (2016). Marketing Responsible Tourism Products. Trinidad and Tobago: responsibletravel.com.
- Pio, R. J. & Tampi, J. R. E., (2018). The Influence Of Spiritual Leadership On Quality Of Work Life, Job Satisfaction And Organizational Citizenship Behavior. *International Journal of Law and Management*, 60(2), 757-767.
- Polat, T. (2001). *Seyahat İşletmelerinde, Profesyonel Turist Rehberliği, Rehberlik Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ram, D., & Arun, K. (2018). Responsibility of Responsible Tourism in Achieving Sustainability: A Kerala Model, *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119 (12), 2617-2631.

- Rani, S. V., Dr., K. & Mariappan, S., (2011), Work/Life Balance Reflections on Employee Satisfaction, *Serbian Journal of Management*, 6(1): 85-96.
- Responsible Tourism Awards,
https://myanmartourismawards.wordpress.com/mrtawinners-2017/http://www.burmalibrary.org/docs14/myanmar_responsibletourism_policy-en-red-ocr-tu.pdf (Erişim Tarihi: 29.04.2023).
- Responsible Tourism In Tanzania,
<https://www.responsibletravel.com/holidays/tanzania/travel-guide/tanzaniareponsible-tourism-issue> (Erişim Tarihi: 30.04.2023).
- Responsible Tourism Policy For Gambia,
<http://www.accessgambia.com/information/responsible-travel-policy.html>,
 (Erişim tarihi: 03.05.2023).
- Responsible Tourism Tanzania, <https://www.rttz.org/who-we-are/myanmar> (Erişim Tarihi: 29.04.2023).
- Responsible Tourism, <http://www.visitthegambia.gm/responsible-tourism> (Erişim Tarihi: 02.05.2023).
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2013). *Örgütsel Davranış*. İ. Erdem (Çev.), Nobel Yayıncılık.
- Robbins, S. P., Decenzo, D. A. & Coulter, M. (2013). *Yönetimin Esasları*, Nobel Yayıncılık.
- Rozemeijer, N. (2001). Community-based Tourism in Botswana.
<http://www.bibalex.org/Search4Dev/files/284060/116197.pdf>.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2022). What Community For Community-Based Tourism?, *Current Issues In Tourism*, 1-14.
- Sarı Çallı D. (2015). Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 4 (1), 4-28.
- Sashkin, M. (1976). Changing toward participative management approaches: a model and methods. *The Academy of Management Review*, 1(3), 75-86.
- Serbest, F. (2000). İş Yaşamı Niteliği (QWL). *Verimlilik Dergisi*, (2), 27,40.
- Settachai, N. (2008). *Global Tourism And Community Life: Toward A Responsible Tourism Framework*, A Dissertation Submitted To The Graduate Division Of The

- University Of Hawaii In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy In Urban And Regional Planning.
- Sheel, S., Sindhwani, B. K., Goel, S., & Pathak, S. (2012). Quality of Work Life, Employee Performance and Career Growth Opportunities: A Literature Review. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(2), 291-300.
- Sheldon, P. J., & Abenoja, T. (2001). Resident Attitudes In A Mature Destination: The Case Of Waikiki. *Tourism Management*, 22(5), 435-443.
- Sheridan, JE (1992) Örgüt Kültürü ve Çalışan Tutma. *Yönetim Akademisi Dergisi*, 35, 1036- 1056.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism And Business Opportunities For Museums And Heritage Sites. *Tourism Management*, 16(5), 361-365.
- Sin, H. L. & Minca, C. (2014). Touring Responsibility: The Trouble With ‘Going Local’ in Community-Based Tourism In Thailand. *Geoforum*, 51, 96-106.
- Sin, H. L. (2010). *Who are we Responsible to? Locals' tales of volunteer tourism*. *Geoforum*(41), 983-992.
- Singhapakdi, A., Lee, D. J., Sirgy, M. J. & Senasu, K. (2015) The Impact Of Incongruity Between An Organization's CSR Orientation And Its Employees' CSR Orientation On Employees' Quality Of Work Life. *Journal of Business Research*, 68(1), 60-66.
- Sirgy, M. J., Efraty, D., Phillip, S. & Lee, D. J., (2001), A New Measure of Quality of Work Life (QWL) *Based on Need Satisfaction and Spillover Theories*, *Social Indicators Research*, 55(3): 241-302.
- Sivadas, E. & Baker-Prewitt, J. L. (2000). An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Store Loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28 (2), 73-82.
- Smith, V. L. (1990). Alternative/Responsible Tourism Seminar. *Annals of Tourism Research*, 17(3): 479-480.
- SNV Netherlands Development Organisation. (2009). The Market for Responsible Tourism Product with a special focus on Latin America and Nepal. Asia.
- Solmuş, T. (2000). İş Yaşamında Kalite ve Kaliteyi Arttırmaya Yönelik Programlar. *Türk Psikoloji Bülteni*, (18), 37-42.

- Sonuç, N. (2014). Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği. M. Kozak içinde, *Sürdürülebilir Turizmde Kavramlar- Uygulamalar* (s. 1-400). Detay Yayıncılık.
- Sorumlu Turizm Sorunsuz Gelecek, (2013). <http://www.altso.org.tr/tr/genel/sorumludurizm-sorunsuz-gelecek/> (Erişim Tarihi; 03.05.2023).
- Soykan, F. (2003). KırsalL Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi* (12), 1-11.
- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., & Mataboge, A. (2002). Responsible tourism manual for South Africa. *Department of Environmental Affairs and Tourism*.
- Srivastava, S. & Kanpur, R. (2014). A Study On Quality Of Work Life: Key Elements & It's Implications. *IOSR Journal of Business and Management*, 16 (3), 54-59.
- Stanford, D. (2006) Responsible Tourism, Responsible Tourists: What Makes a Responsible Tourist in New Zealand?, Yayınlanmış Doktora Tezi, Victoria Üniversitesi:Wellington.
- Stanford, D. (2008). Exceptional Visitors: Dimensions Of Tourist Responsibility In The Context Of New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (3), 258- 275.
- State, O. & Bulin, D. (2016). Aspects of Responsible Tourism- A Quantitative Approach, *Amfiteatru Ecconomic Journal*, 18: 10, 781 – 797.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing From Home: Cultural Tourism And Art Museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.
- Sumka, S. (2006). *Responsible Travel Handbook*. The Impact of Study Abroad. Transitions Abroad Magazine.
- Sü, S. (1999). *Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personelin Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, S., & Avcıkurt, C. (2013). Turist Rehberlerinin İletişim Yeterlilikleri: Turistlerin Görüşlerinin Chaid Analizi ile Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29): 303-327.
- Şen Demir, Ş. (2015). Sürdürülebilir Turizm ve Tüketiciler. M. Kozak (Edited by.) İçinde, *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar- Uygulamalar* (s. 97- 114). Detay Yayıncılık.

- Şen, N. (2017). *Sorumlu Turizm Oluşturmada Sorumlu İşletme Uygulamaları Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Şimşek, M. Ş. & Öge, S. (2012). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Eğitim Yayınevi.
- Şimşek, M. Ş., & Akgemci, T., Çelik, A. (2001) *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, 2. Basım. Nobel yayınları.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Tabassum A. (2012). Interrelations Between Quality of Work Life Dimensions and Faculty Member Job Satisfaction in The Private Universities of Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 4 (2), 78-89.
- Tasho, W., Jordan, J., & Robertson, I. (2005). *Case study: Establishing The Business Case for Investing in Stress Prevention Activities and Evaluating Their Impact on Sickness Absence Levels* (No: 295). Norwich: Health and Safety Executive.
- Taşdan, M. & Erdem, M. (2010). İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin İş Yaşamı Kalitesi ile Örgütsel Değer Algıları Arasındaki İlişki Düzeyi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 92-113.
- Tetik N. (2006). *Türkiye’de Profesyonel Turizm Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi: Kuş Adası Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- The Educational Travel Conference (2006). Responsible Travel Handbook 2006. Planeta.com and SustainableTravelInternational.org, Definitions: dream of a common language. Transitions Abroad Magazine.
- The Global Ecotourism Network: <https://www.globalecotourismnetwork.org> (Erişim Tarihi: 28.04.2023).
- TIES. (2017). About TIES. The International Ecotourism Society: <http://www.ecotourism.org/our-members-and-partners> (Erişim Tarihi: 11.03.2023)
- Toprak, Ç. (2013). *Hemşirelerin Çalışma Yaşam Kalitesinin Hasta Tatmini Üzerindeki Etkisinin İrdelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Toprak, İ. (2023). *İstanbul’a gelen Turistlerin Sorumlu Turizm Algılamaları*. Yüksek Lisans Tezi. Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Batman.

- Tourism Policy And Strategies In Tanzania, <http://www.tanzaniagateway.org/docs/tourismpolicyandstrategies.pdf> (Erişim Tarihi: 30.04.2023).
- Travel Foundation (2012). *Survival of the Fittest: Sustainable Tourism Means Business*. Londra: The Travel Foundation.
- Tuna, M. (2007) *Turizm, Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği)*. Detay Yayıncılık.
- Turunç, Ö., Tabak, A., Şeşen, H. & Türkyılmaz, A. (2010). Çalışma Yaşamı Kalitesinin Prosedür Adaleti, İş Tatmini, İş Stresi ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 12(2), 115-134.
- Türk Dil Kurumu, Sorumluluk. <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi; 10.01.2023.
- Türkay, O. (2015). Çalışma Yaşamı Kalitesinin İş Memnuniyeti ve Bağlılık Üzerine Etkileri: Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 22(1), 239-256.
- Uçar, M., Çeken H. & Ökten Ş. (2010) *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*. Detay Yayıncılık.
- Ulusoy H. (1988). Sanayi Örgütü İşçileri ve İşe Yabancılaşma. *Ankara Üniversitesi: Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 32 (1), 77-84.
- UNWTO (2017). Sustained growth in international tourism despite challenges. UNWTO: <http://www2.unwto.org/press-release/2017-01-17/sustained-growth-international-tourism-despite-challenges>, (Erişim Tarihi: 27.04.2023).
- UNWTO (2017). Who we are. World Tourism Organization: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>, (Erişim Tarihi: 27.04.2023).
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık.
- Uysal F. G. (2002). Çalışma Yaşamı Kalitesi ve Çağdaş Yönetim. *İş, Güç: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 4 (1). <http://www.isguc.org/?p=article&id=278&cilt=4&sayi=1&yil=2002>
- Üngören, E., & Doğan, H. (2010). Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanların İş Tatmin Düzeylerinin CHAID Analiz Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 39-52.

- Ünlü, Z. (2015). *Yenilik Yönetiminin İş Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Ankara'daki Devlet Üniversiteleri Bünyesinde Bulunana Teknokentlerde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yazar, A (Yayın Yılı). Bölüm adı. (Editör: Ad Soyad). Kitap Adı, Yayınevi, sayfa numaraları.
- Kurnaz, A. (2022). Aşırı Turizme Çözüm Önerileri Kapsamında Sorumlu Turizm. Ünüvar, Ş. & Temizel, G. (Edited by.). Aşırı Turizm. Eğitim Yayınevi.
- Wahlberg, T. A., Ramalho, N. & Brochado, A. (2017). Quality Of Working Life And Engagement in Hostels. *Tourism Review*, 72(4), 411-428.
- Wall, G. (1993). International Collaboration in the Search for Sustainable Tourism in Bali, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 1, 38-47.
- Walton R. (1986). Quality of working life: what is it? *Sloan Management Review*. ProQuest Central. 15(1):11–21.
- Walton. R. (1975) *Criteria for quality of work life*. In L. E. Davis & A. B. Chernes (Eds.). *The quality of working life* (Vol. 1) New York: FreePress.
- Weaver, D. (2011). Celestial ecotourism: New horizons in nature-based tourism. *Journal of Ecotourism*, 10 (1), 38– 45.
- Weeden, C. (2001). Ethical Tourism: An Opportunity For Competitive Advantage? *Journal Of Vacation Marketing*, 8 (2), 141-154.
- Wheeler, B. (1991). Tourism's Troubled Times: Responsible Tourism is not the Answer. *Tourism Management*, 12(2): 91-96.
- Wilkinson, P.F. (2007). Community Destination Management in Developing Economies. *Annals of Tourism Research*. 34 (2): 549-550.
- Winchenbach, A. (2013). *Taking Responsibility for Responsible Tourism in Communities – A Local Perspective*. Environment and Development at King's College London. London: Kings' College.
- WWF (2001). Guidelines for Community-Based Ecotourism Development. Prepared by R. Denman, Switzerland, WWF International, 25 pp.
- WWF (2001). Tourism – Position Statement. <http://d2ouvy59p0dg6k.cloudfront.net/downloads/guidelinesen.pdf> (10.03.2023).

- Wyatt, T. A., & Wah, C. Y. (2001). Perceptions of QWL: A study of singaporean employees development. *Research and Practice in Human Resource Management*, 9(2), 59-76.
- Xin, T. K. & Chan, J. K.L. (2014). Tour Operator Perspectives on Responsible Tourism Indicators of Kinabalu National Park, Sabah, *Elsevier (Procedia – Social and Behavioral Sciences)*, 144: 25 – 34.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
- Yavaş, Şehir, <http://seferihisar.bel.tr> (Erişim Tarihi: 22.04.2023)
- Yenipınar, U. & Zorkirişci, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 111-136.
- Yeşil Valiz, Derneği, <http://yesilvaliz.org/>, (Erişim Tarihi: 03.05.2023).
- Yıldız, K., Akgün, N. & Yıldız, S. (2013). İşe Yabancılaşma ile Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki. *International Journal of Social Science*, 6(6), 1253-1284.
- Yücel, D., & Erkut, H. (2003). Bilişim Teknolojilerinin Çalışma Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi. *İtü Dergisi*, 2(2), 49-59.
- Yüksel, İ. (2011). Çalışma Yaşamı Kalitesinin Tipik ve Atipik İstihdam Açısından İncelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5(1), 47-58.
- Zimmerman, C. (2007). The development of scientific thinking skills in elementary and middle school. *Developmental Review*, 27(2), 172-223.

EKLER

EK:1 İş Yaşam Kalitesi Ölçeği Formu

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla düzenlenmiştir. Vereceğiniz doğru ve içten cevaplar çalışmanın değerini artıracak ve akademik çalışma amacı dışında hiçbir şekilde kullanılmayacaktır. Bu nedenle lütfen anket formuna kişisel bilgilerinizi yazmayınız. İlginize teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Serkan AYLAN

Selçuk Üniversitesi

Şükran Nur Bayraktar

Selçuk Üniversitesi

A) Kendiniz ve işiniz ile ilgili aşağıdaki soruları cevaplayınız

1. **Cinsiyetiniz:** ☐ Erkek ☐ Kadın
2. **Yaşınız?** () 18-23 () 24-29 () 30-35 () 36-41 () 42 ve üzeri
3. **Medeni Durumunuz:** ☐ Evli ☐ Bekar
4. **Eğitim Durumunuz:** ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Lisans Üstü
5. **Aylık Geliriniz:** () 2324 TL ve altı () 2324-3000 TL arası () 3001-5000 TL arası () 5001- 10000 TL arası () 10001 TL ve üzeri
6. **Çalışma kartınızın türü nedir?** () Ülkesel () Bölgesel
7. **Kaç yıldır bu mesleği yapıyorsunuz?** () 2 yıldan az () 2-5 yıl () 6-9 yıl () 10-13 yıl () 14-17 yıl () 8 yıl ve üzeri
8. **Günlük çalışma süreniz?** () 8 saat ve altı () 9-11 saat arası () 12 saat ve üzeri

B) Aşağıdaki ifadelerde size en uygun seçeneği işaretleyiniz.					
1. Kesinlikle Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum	4. Katılıyorum	5. Kesinlikle Katılıyorum	
1. İşimi yapabilmemi sağlayacak belli amaç ve hedeflere sahibim.					
2. Çalışma alanımda düşüncelerimi dile getirebiliyor ve değişimlere etki edebilecek durumda hissediyorum.					
3. İşte yeteneklerimi kullanma fırsatına sahibim.					
4. Kendimi şu an iyi hissediyorum.					
5. Kurumum, aile yaşamımla uyum içinde çalışabilmemi sağlayacak yeterli imkân ve esnekliği sağlar.					
6. Şu anki mesai saatlerim / çalışma düzenim kişisel şartlarıma uyuyor.					
7. İşteyken kendimi sık sık baskı altında hissediyorum.					
8. Bir işi başarıyla tamamladığım zaman yöneticim tarafından takdir ediliyorum.					
9. Son zamanlarda kendimi mutsuz ve depresif hissediyorum					
10. Hayatımdan memnunum.					
11. İşimde yeni beceriler geliştirmem için teşvik ediliyorum.					
12. Çalışma alanımda beni etkileyen kararlarda sürece dâhil oluyorum.					
13. Kurumum, işimi etkin bir şekilde yapabilmem için ihtiyacım olan şeyleri temin eder.					
14. Yöneticim, esnek çalışma saatlerini / düzenini etkin bir şekilde destekliyor.					
15. Birçok yönden hayatım ideale yakın.					
16. Güvenli bir ortamda çalışıyorum.					
17. Genellikle işler benim için yolunda gidiyor.					
18. İşyerinde bana sunulan kariyer olanaklarından memnunum.					
19. İşteyken sıklıkla kendimi aşırı derecede stresli hissediyorum.					
20. Şu anki işimi yapmam için aldığım eğitimlerden memnunum.					
21. Her şey göz önüne alındığında, son zamanlarda kendimi epey mutlu hissediyorum.					
22. Çalışma koşullarım memnunluk verici.					
23. Çalışma alanımdaki çalışanları etkileyen kararlarda sürece dâhil oluyorum.					
24. Çalışma yaşamımın genel kalitesinden memnunum.					

EK:2 Sorumlu Turizm Ölçeği Formu

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu, turist rehberlerinin iş yaşam kalitesi algılarının, sorumlu turizm algıları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla düzenlenmiştir. Vereceğiniz doğru ve içten cevaplar çalışmanın değerini artıracak ve akademik çalışma amacı dışında hiçbir şekilde kullanılmayacaktır. Bu nedenle lütfen anket formuna kişisel bilgilerinizi yazmayınız. İlginize teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Serkan AYLAN

Selçuk Üniversitesi

Şükran Nur Bayraktar

Selçuk Üniversitesi

A) Kendiniz ve işiniz ile ilgili aşağıdaki soruları cevaplayınız

1. **Cinsiyetiniz:** ☐ Erkek ☐ Kadın
2. **Yaşınız?** () 18-23 () 24-29 () 30-35 () 36-41 () 42 ve üzeri
3. **Medeni Durumunuz:** ☐ Evli ☐ Bekar
4. **Eğitim Durumunuz:** ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Lisans Üstü
5. **Aylık Geliriniz:** () 2324 TL ve altı () 2324-3000 TL arası () 3001-5000 TL arası () 5001-10000 TL arası () 10001 TL ve üzeri
6. **Çalışma kartınızın türü nedir?** () Ülkesel () Bölgesel
7. **Kaç yıldır bu mesleği yapıyorsunuz?** () 2 yıldan az () 2-5 yıl () 6-9 yıl () 10-13 yıl () 14-17 yıl () 8 yıl ve üzeri
8. **Günlük çalışma süreniz?** () 8 saat ve altı () 9-11 saat arası () 12 saat ve üzeri

C) Aşağıdaki ifadelerde size en uygun seçeneği işaretleyiniz.	1	2	3	4	5
1. Kesinlikle Katılmıyorum 2. Katılmıyorum 3. Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum					
1. Turizm, yerel halk için daha fazla istihdam olanağı yaratmaktadır.					
2. Turizm yerel ürünlere olan talebi artırmaktadır.					
3. Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılması için mesleki eğitim (danışmanlık) fırsatları mevcuttur.					
4. Bana göre turizm sektörü yerel halkın sahip olduğu işletmelere katkıda bulunmaktadır.					
5. Turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.					
6. Turizm, yerel halka gelir sağlayan kaynaklardan biri haline gelmiştir.					
7. Turizmin gelişimi bölge halkının, bölge turizminin yönetiminde karar alma sürecine katılmasını, teşvik etmektedir					
8. Destinasyonun (turistik bölgenin) gelişmesi, sosyal açıdan geri kalmış insanlar için fırsatlar sağlamaktadır (eğitim, kültür, sağlık vb.).					
9. Destinasyonun gelişmesi, ekonomik seviyesi düşük olan insanlar için fırsatlar sağlamaktadır.					
10. Destinasyonun geliştirilmesi, yerel halk için sosyal etkinliklerin hazırlanmasına katkı sağlamaktadır.					
11. Bence turizm; yollar, yerel hizmetler ve alt yapıyla ilgili diğer yatırımların gelişimine yardımcı olmaktadır.					
12. Yerel halk, turizmin gelişimine katılması için yeterli desteği almaktadır.					
13. Mevcut turizm faaliyetleri çeşitli farkındalık çalışmalarına odaklanmıştır (çevre koruma vb.).					
14. Turizm yerel kültürünün, geleneklerinin devam ettirilmesine ve korunmasına katkı sağlamaktadır.					
15. Turizm kültürel alverişe katkı sağlamaktadır.					

16.Turizmin gelişimi, toplum üyeleri arasında kendi kültürlerine saygı ve gururu artırmaktadır.					
17.Turizmin gelişimi, yerel çevre kalitesi koruma koşullarına uygundur.					
18.Turizm, yerel halkın tarihi mirasına, özgün kültürüne, geleneklerine ve farkındalığına katkı sağlamaktadır.					
19.Turizm yerel sanatların (el sanatlarının) ve hediyelik eşyaların tanıtılmasına katkı sağlar.					
20.Destinasyon (turizm bölgesi) yönetimi, çevresel farkındalık ve koruma üzerine odaklanmaktadır.					
21.Turizm biyolojik çeşitliliğe, yaşam alanlarına ve yaban hayatın korunmasına özen gösterilmektedir.					
22.Turizm, atıkları en aza indirmeye ve gerekli durumlarda atık kullanımını önlemeye teşvik etmektedir.					
23.Turizmin gelişmesi yerel halkın gönüllük esasına dayanmaktadır.					
24.Turizmin gelişmesi turizm işletmelerinin gönüllük esasına dayanmaktadır.					
25.Turistik kaynakların (doğal, tarihi ve kültürel değerlerin) geleceğe aktarılmasında yerel halk sorumludur.					
26.Turizmin gelişim sürecine yerel halkın dâhil edilmesinden yerel yönetim sorumludur.					
27.Turistik kaynakların geleceğe aktarılmasında yerel yönetim (belediye ve muhtarlık) sorumludur.					
28.Turistik kaynakların geleceğe aktarılmasında turistler sorumludur.					
29.Turistik kaynakların geleceğe aktarılmasında merkezi yönetim (kaymakamlık ve vali) sorumludur.					
30.Turizmin gelişmesinde politik istikrar önemlidir.					
31.Ülkenin uluslararası politikası (mülteci, diğer ülkelerle iş birliği vb.) turizmin gelişimi etkilemektedir.					
32.Ülkenin iç politikası (çevre, eğitim, sağlık, kadın istihdamı vb.) turizmin gelişmesini etkilemektedir					
33.Turizmden sağlanan ekonomik fayda toplumda adil dağılmalıdır.					
34.Toplumdaki sosyal ve kültürel bütünlüğün korunmasında paydaşların (turist, yerel halk, kamu kurumları ve işletmelerin) koordinasyonu önemlidir.					
35.Turizm insanların toplumsal yerleri arasında ortaya çıkan ayrılıkların giderilmesine katkı sağlamaktadır.					
36.Turizmin geliştirilmesinde yerel halk sorumlu davranmalıdır (misafirperverlik, dürüst alış-veriş vb.)					
37.Turizmin geliştirilmesinde turist sorumlu davranmalıdır (yerel kültüre, dini inançlara saygı, vb.)					
38.Turizmin geliştirilmesinde yerel yönetim sorumlu davranmalıdır (istihdamın artırılması)					
39.Turizmin geliştirilmesinde turizm işletmeleri sorumlu davranmalıdır (turizmden faydanın artırılması)					