



**KADIN İŞ GÜCÜ VE GİRİŞİMCİLİĞİNİN
KÜLTÜREL TURİZMİN GELİŞİMİNDEKİ ROLÜ:
SORUMLU TURİZM ANLAYIŞI ÜZERİNDEN BİR
DEĞERLENDİRME**

**2024
YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ**

Aysel ESEN

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Yurdanur YUMUK**

**KADIN İŞ GÜCÜ VE GİRİŞİMCİLİĞİNİN KÜLTÜREL TURİZMİN
GELİŞİMİNDEKİ ROLÜ: SORUMLU TURİZM ANLAYIŞI ÜZERİNDEN
BİR DEĞERLENDİRME**

Aysel ESEN

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Yurdanur YUMUK

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Ocak 2024

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI	5
ÖNSÖZ	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	10
ARCHIVE RECORD INFORMATION	11
KISALTMALAR	12
ARAŞTIRMANIN KONUSU	13
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	14
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	15
GİRİŞ.....	18
1. TURİZMDE KADIN İŞGÜCÜ VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ	20
1.1. Kadın İşgücü	20
1.2. Kadın Girişimciliği	26
1.3. Turizmde Kadın İşgücü ve Girişimciliğin Ekonomiye Katkısı	31
1.4. Turizmde Kadın İşgücü ve Girişimciliğin Sosyo-Kültürel Etkisi	36
1.5. Kadının Turizm Endüstrisindeki Yeri ve Önemi	38
1.5.1. Yiyecek İçecek Endüstrisinde Kadının Yeri.....	38
1.5.2. Seyahat Endüstrisinde Kadının Yeri (Doğan, Yiğit, 2019)	41
1.5.3. Turist Rehberliğinde Kadının Yeri	42
1.5.4. Profesyonel Mutfaklarda Kadının Yeri	43
1.6. Turizmde Kadın İşgücünün Karşılaştığı Sorunlar / Engeller	48
1.6.1. Kadın İşgücünün Karşılaştığı Sorunlar	48

1.6.2.	Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Sorunlar	51
1.6.3.	Cam Tavan Sendromu	54
1.6.4.	Kraliçe Arı Sendromu.....	54
1.6.5.	Ay Işığı Sorunu	55
1.6.6.	Mentor Eksikliği.....	56
1.6.7.	Göstermelik Ödün Verme (Tokenizm).....	58
1.6.8.	Mobbing	58
1.6.9.	İş ve Aile Çatışması	60
1.6.10.	Ataerkil Toplum Yapısı	61
1.6.11.	Cinsiyet Ayrımcılığı	62
1.6.12.	Taciz	64
1.6.13.	Eğitim Eksiklikleri	65
2.	KÜLTÜR TURİZMİ.....	66
2.1.	Kültür Turizmi Nedir?.....	67
2.2.	Kültür Turisti.....	70
2.3.	Kültür Turizminde Kadının Yeri ve Önemi	73
2.4.	Dünya ve Türkiye’de Kültür Turizmi	80
3.	SORUMLU TURİZM (RESPONSIBLE TOURISM)	82
3.1.	Sorumlu Turizmin Sürdürülebilir Turizmle İlgisi.....	90
3.2.	Sorumlu Turist.....	94
3.3.	Sorumlu Turizmin Etkilendiği Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi.....	95
3.3.1.	Sürdürülebilir turizm	95
3.3.2.	Doğa Temelli Turizm (Ekoturizm).....	97
3.3.3.	Kültür Turizmi	98
3.3.4.	Toplum Temelli Turizm	99
3.3.5.	Gönüllü Turizm	100
3.3.6.	Yavaş Turizm	101
3.3.7.	Yoksul Yanlısı Turizm	102
3.3.8.	Yeşil Turizm	103
3.4.	Sorumlu Turizmin Boyutları.....	103
3.4.1.	Çevresel Etkileri	103
3.4.2.	Ekonomik Etkileri	107
3.4.3.	Sosyo-Kültürel Etkileri.....	110

3.5. Konu ile İlgili Literatürde Yer Alan Çalışmalar	114
3.6. Bulgular	119
SONUÇ	138
KAYNAKÇA.....	140
TABLolar LİSTESİ	172
ŞEKİLLER LİSTESİ	173
EKLER	174
Ek 1. Etik Kurulu Kararı.....	174
EK 2: Araştırma Soruları.....	176
ÖZGEÇMİŞ	177

TEZ ONAY SAYFASI

Aysel ESEN tarafından hazırlanan “KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE İŞ GÜCÜNÜN KÜLTÜREL TURİZMİN GELİŞİMİNDEKİ ROLÜ: SORUMLU TURİZM ANLAYIŞI ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME SAFRANBOLU ÖRNEĞİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Yurdanur YUMUK

.....

Tez Danışmanı, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 12/01/2024

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Doç. Dr. Yurdanur YUMUK (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ŞAHİN YILMAZ (ISUBÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Zeynep ÖZCAN

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntılarım intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Aysel ESEN

İmza :

ÖNSÖZ

Tez hazırlama sürecimde katkı ve desteğini esirgemeyen, süreçte yoluma ışık tutan değerli tez danışmanım Doç. Dr. Yurdanur YUMUK'a, Safranbolu Belediye Başkanı Sayın Elif KÖSE'ye, bilgi ve birikimlerini benimle paylaşan Safranbolu Kültür Turizm Şube Müdürü Kamil ŞEN'e, özellikle tez yazım döneminde sabır ve hoşgörüsünü hiçbir zaman esirgemeyen eşim Barış ESEN'e, bu süreçte aramıza katılan canım oğlum Rüzgar Barlas ESEN'e, biricik kardeşim Mert Geme'ye ve eğitim hayatım boyunca beni destekleyen annem Ümran Geme'ye teşekkürü bir borç bilirim.

Sevgi ve Saygılarımla...

ÖZ

Turizm sektörü son yıllarda birçok uluslararası örgüt tarafından kadın işsizlik oranının azaltılması ve kadınların ekonomik ve sosyal açıdan güçlendirilmeleri için bir fırsat alanı olarak görülmektedir. Özellikle kırsal turizm gibi geleneksel kültürle ilişkili olan alternatif turizm türlerinin popülerite kazanması kadınların turizmde yer almasına ve söz sahibi olmalarına zemin hazırlamaktadır. Kültürel değerleri tanıtmaya, aktarmaya, el sanatları imalatı, yöresel yiyeceklerin yapımı gibi pek çok konuda kadına ihtiyaç duyulmaktadır. Kadın girişimcilerin ve iş gücünün turizm endüstrisinde yer alması sorumlu turizm anlayışına önemli bir değer katmaktadır. Sorumlu turizm tüm turizm paydaşları açısından çevresel, ekonomik ve sosyal faydaların çoğaltılıp; olumsuz sonuçların ise en aza indirgenmesi gerektiğini savunan bir turizm yönetim şeklidir.

Tez çalışmasında özellikle kültürel turizmle ön plana çıkan Safranbolu’da kadın girişimciliği ve iş gücünün turizmin gelişimindeki rolünü sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde ortaya koymak amaçlanmıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı araştırmada katılımcılarla yüz yüze derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler nitel veri analiz programı MAXQDA ile yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda; Safranbolu’da sorumlu turizm anlayışına yönelik gerçekleştirilen restorasyon çalışmalarının sorumlu turizm için yetersiz kaldığı, turiste zaman zaman hoşgörüsüz davranılabildiği ve turistlerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerle ilgili aldatılabildikleri belirtilmiştir. Kadınların sorumlu turizm anlayışı kapsamında erkeklere göre daha duyarlı bir tutum sergiledikleri; çevre temizliği konusunda daha özenli davrandıkları ve turistlerle daha samimi iletişim kurabildikleri belirtilmiştir. Yöre turizmine katkı sağlamaktan memnuniyet duyduklarını belirten kadınlar, yaptıkları işte belirli bir mesai saatinin olmayışının yaşadıkları en büyük sorun olduğunu dile getirmekle beraber; farklı ürün tasarlama, ürün çeşitliliği ve talep yaratma konularında zorlandıklarını ve yerel yönetimin girişimci kadınlara yeterli desteği sağlamadığını da açıklamıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın iş gücü, kadın girişimciliği, kültürel turizm, sorumlu turizm.

ABSTRACT

In recent years, the tourism sector has been seen by many international organizations as an area of opportunity for reducing women's unemployment and empowering women economically and socially. The increasing popularity of alternative forms of tourism, especially those associated with traditional culture, such as rural tourists, provides a basis for women's participation in tourism and prominence. Women are needed for many things, such as promoting cultural values, transferring them, manufacturing handicrafts, making local food. The participation of female entrepreneurs and the workforce in the tourism industry adds significant value to the understanding of responsible tourism. Responsible tourism is a form of tourism management that advocates that environmental, economic and social benefits should be multiplied and negative consequences minimized for all tourism actors.

The aim of the study is to demonstrate the role of women's entrepreneurship and the workforce in the development of tourism in Safranbolu, which is especially focused on cultural tourism. In the study, the qualitative research method was used, in-depth face-to-face interviews were conducted with the participants and the data obtained were interpreted with the quantitative data analysis program MAXQDA.

It was found that the restoration work carried out in Safranbolu to promote responsible tourism was insufficient for responsible tourism, tourists could occasionally be treated intolerantly, and they could be deceived about the products and services tourists purchased. Within the framework of the concept of responsible tourism, women showed a more sensitive attitude than men, were more attentive to environmental cleanliness and were able to communicate more intimately with tourists. It was stated that women exhibited a more sensitive attitude than men within the scope of responsible tourism understanding; they were more attentive to environmental cleanliness and could communicate more sincerely with tourists. The women said they were pleased to contribute to local tourism, saying that the lack of a specific working time in their workplace was the biggest problem they encountered, and that they were challenged

with different product designs, product diversity and demand creation and that the local government did not provide adequate support to entrepreneurial women.

Keywords: Women workforce, women entrepreneurship, cultural tourism, responsible tourism.

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Kadın İş Gücü ve Girişimciliğinin Kültürel Turizmin Gelişimindeki Rolü: Sorumlu Turizm Anlayışı Üzerinden Bir Değerlendirme
Tezin Yazarı	Aysel ESEN
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Yurdanur YUMUK
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	12.01.2024
Tezin Alanı	Turizm İşletmeciliği
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	177
Anahtar Kelimeler	Kadın iş gücü, kadın girişimciliği, kültürel turizm, sorumlu turizm.

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	The Role of Women Workforce and Entrepreneurship in the Development of Cultural Tourism: An Evaluation Based on Responsible Tourism Approach
Author of the Thesis	Aysel ESEN
Advisor of the Thesis	Assoc. Prof. Dr. Yurdanur YUMUK
Status of the Thesis	Master
Date of the Thesis	12.01.2024
Field of the Thesis	Tourism Management
Place of the Thesis	UNIKA/IGP
Total Page Number	177
Keywords	Women workforce, women entrepreneurship, cultural tourism, responsible tourism.

KISALTMALAR

- GSTC** : Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi
- UNWTO** : Dünya Turizm Örgütü
- CREST** : Sorumlu Seyahat Merkezi
- UNWTO** : Dünya Turizm Örgütü
- DEAT** : Güney Afrika Çevre Sorunları ve Turizm Departmanı
- UNESCO** : Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı
- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- WTTC** : Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
- ILO** : Uluslararası Çalışma Örgütü
- NASA** : Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Havacılık ve Uzay Ajansı
- NPR** : Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Halk Radyosu
- WWF** : Doğal Hayatı Koruma Vakfı
- MGI** : Mouse Genomo Informatics
- GSYH** : Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
- GISS** : Institute for Space Studies

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Turizm sektörü son yıllarda Birleşmiş Milletler, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) gibi uluslararası örgütler tarafından kadın işsizlik oranının azaltılması ve kadınların ekonomik ve sosyal açıdan güçlendirilmeleri için bir fırsat alanı olarak görülmektedir (Yetiş ve Çalışkan, 2020: 106). Özellikle kırsal turizm gibi geleneksel kültürle ilişkili olan alternatif turizm türlerinin popülerite kazanmasıyla kadınların turizmde yer alması ve söz sahibi olmaları oldukça artmıştır. Kültürel değerleri tanıtmaya, aktarmaya, el sanatları imalatı, yöresel yiyeceklerin yapımı gibi pek çok konuda kadına ihtiyaç duyulmaktadır (Sürücü vd., 2017: 551).

Bu araştırmada kültürel turizmde kadın iş gücünün rolünün, sürdürülebilir turizm anlayışı ile benzerlik göstermesine rağmen, tüm turizm paydaşları açısından “fayda” ve “etik” kavramlarının daha çok ön planda tutulmasıyla ayrılan (Hacıoğlu ve Yetim, 2019) sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Sorumlu turizm politikası temelde ekonomik, sosyal ve çevresel kaynaklar yoluyla “herkesin yararına” turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, sahip olunan kaynakların korunması ve iyileştirilmesini amaçlamaktadır (Hacıoğlu, 2018). Alan araştırmasının UNESCO tarafından 1994 yılında Dünya Miras Listesi’ne dâhil edilen Safranbolu ile sınırlandırıldığı araştırmada da kadın iş gücünün turizm aracılığıyla yerel kalkınmaya ve yerel halkın yaşam kalitesine katkıları sorumlu turizm anlayışı kapsamında ortaya konulacaktır. Safranbolu şehrinin kültür turizmi destinasyonu olması burada kadınların el emeği kültürel ürünleri üretmelerini ve kadınların bu konudaki girişimciliğini arttırmıştır. Bu durum kadının kültür turizmi üzerine olan etkisi ile birlikte yöredeki sorumlu turizm anlayışına olan katkısına kadar uzanmaktadır.

Araştırmada “Kadın girişimciliği nedir? Kadın iş gücü nedir? Kadın girişimciliği ve iş gücünün kültürel turizmin gelişimindeki rolü nedir? Turizmde kadın iş gücü ve girişimciliğinin karşılaştığı sorunlar nelerdir? Safranbolu turizminde sorumlu turizm anlayışına yönelik uygulamalar ve faaliyetler hangi düzeydedir? Sorularına yanıt aranmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmada UNESCO tarafından kültürel miras kenti listesine dahil edilen Safranbolu’da kadın çalışanların sorumlu turizm anlayışı kapsamında yöredeki kültür turizminin gelişmesi üzerine etkisi incelenmiştir. YÖK tez veri tabanı ve alan yazın taraması yapıldığında; kadın iş gücü ve kadın girişimciliği ve turizm endüstrisi ilişkisini konu alan çalışmalar bulunmasına karşın (Köse, 2014; Açıkgöz, 2019; Stoffelen vd., 2020) sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde kadın iş gücü ve girişimciliğinin doğrudan incelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanamamasının araştırmaya özgün değer kattığı düşünülmektedir. Aynı zamanda, UNESCO tarafından koruma altına alınan ve geleneksel mimarisi, el sanatları ve yöresel mutfağıyla ülkemizin önemli kültür turizmi destinasyonları arasında yer almayı başaran Safranbolu’da gerçekleştirilecek araştırmanın bölgede kadın iş gücüne dikkat çekilmesine ve turizm endüstrisinde yer almak isteyen kadınların daha çok desteklenmesine katkıda bulunacağı öngörülmektedir. Araştırmanın, bölgedeki tüm turizm paydaşlarına sorumlu turizm anlayışını anlatmak ve benimsetebilmek açısından da önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın amacı, özellikle kültürel turizmle ön plana çıkan Safranbolu’da kadın girişimciliği ve iş gücünün turizmin gelişimindeki rolünü sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde ortaya koymaktır. Sorumlu turizm tüm turizm paydaşları açısından çevresel, ekonomik ve sosyal faydaların çoğaltılıp; olumsuz sonuçların ise en aza indirgenmesi gerektiğini savunan bir turizm yönetim şeklidir (Xin ve Chan, 2014, s. 26). Bu araştırma ile kadın çalışanların ve kadın girişimcilerin sorumlu turizm anlayışı dâhilinde Safranbolu turizmine katkısını bilimsel veriler ışığında değerlendirilerek söz konusu turizm pazarının kadın iş gücü aracılığıyla gelişimini desteklemek hedeflenmektedir.

Sorumlu turizm anlayışı bakımından kadın girişimciliğinin kültür turizmine etkisini detaylandırmayı hedef alan araştırmanın asıl amacı; önceden belirlenen Safranbolu ilindeki kadın çalışanların girişimcilik süreçleriyle ve turizm endüstrisinde yaşadıkları sorunların derinlemesine incelenmesini sağlamaktır. Araştırmada Safranbolu ilinin uygulama alanı olarak seçilmesinin nedeni yörede ön planda olan kültür turizminde kadın çalışan ve girişimci sayısının fazla olmasıdır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın metodolojik süreçlerinde yer alan araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırmada veri toplama yöntemi, görüşme formu, araştırma verilerinin analizi, veri kodlaması, araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği, çalışmanın sınırlılıkları, etik açıklamalar ve araştırmacının görevi gibi ana başlıklar nitel araştırma yöntemlerinin teknik detayları kapsamında değerlendirilir. Elde edilen verilerin analiz bölümünde araştırma temalarını ve kodlarını, istatistiksel analizleri ve kullanılan istatistik programı hakkında bilgi verilmektedir.

Nitel araştırma, gözlemciyi dünyada konumlandıran yerleşik bir faaliyettir. Dünyayı görünür kılan bir dizi yorumlayıcı, maddi pratikten oluşur. Bu uygulamalar arasında araştırmacının kendisine yazdığı röportajlar, söyleşiler, fotoğraflar, kayıtlar ve notlar yer almaktadır (Creswell, 2021, s.44). Nitel araştırma, sorgulayıcı, yorumlayıcı ve incelenen soruna göre sorunu doğal ortamında anlamaya çalışan bir yöntemdir (Guba ve Lincoln, 1994; Klenke, 2016). Ana yaklaşımı tümevarım olan bu çalışmada, araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Nitel araştırmalarda araştırmacı, toplanan betimleyici ve ayrıntılı verilere dayanarak, incelenen problemle ilgili ana temaları ortaya çıkarır ve toplanan verilere anlamlı bir yapı kazandırır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.47). Nitel araştırmalarda genellikle gözlem, yapılandırılmış veya yarı yapılandırılmış görüşmeler, odak grup görüşmeleri, söylev ve metin analizi gibi veri toplama yöntemleri kullanılır. Ayrıca filmler, çeşitli posterler, sanat eserleri, medya yayınları (radyo veya televizyon programları) ve sosyal ağ kaynakları (bloglar, sosyal ağ hesapları, anlık mesaj panoları vb.) de veri toplama aracı olarak kullanılabilir (Forrester ve Sullivan, 2018).

Dünya miras kenti Safranbolu'da kadın iş gücünün ve girişimcilerin kültür turizminin gelişimindeki rolünü sorumlu turizm anlayışı üzerinden ortaya koymayı amaçlayan tez çalışmasında, nitel araştırma yöntemlerinde yararlanılan tekniklerden biri olan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde sorular araştırmacı tarafından önceden hazırlanmakta, ancak görüşme sırasında sorular yeniden düzenlenebilmekte ve katılımcılara esneklik sağlanmaktadır (Karasar, 2006). Çalışmada aynı zamanda derinlemesine görüşme tekniği de kullanılarak katılımcıların soruları cevaplarken kendilerini sınırlamadan rahat bir şekilde cevap vermelerine imkân sağlanmıştır. Tümevarımsal anlayışın benimsendiği

söz konusu çalışmada, araştırma deseni olarak fenomenoloji belirlenmiştir. Fenomenoloji günlük hayatımızda sıklıkla karşılaştığımız, alışık olduğumuz, ancak tam olarak anlamlandıramadığımız olguları keşfetmeyi amaçlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 69). Nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik (betimsel fenomenoloji) araştırma deseni belirlenmiştir. Fenomenolojik desen, bir kavramın veya fikrin ifade edildiği, incelenen fenomeni vurgular. Birçok kişinin deneyimlediği bir olguya dair derinlemesine bir içgörü sağlar (Creswell, 2018). Creswell'e (2020, s.157) göre fenomenolojik araştırmalarda katılımcı seçme stratejileri oldukça dardır. Fenomenoloji için özellikle uygun bir strateji, amaçlı katılımcı seçimidir. Fenomenolojik araştırma bireysel vakalara ya da rastgele ya da kasıtlı olarak seçilmiş katılımcılara uygulanabilir. Katılımcılar, araştırmacının bir katılımcıdan çalışmayı diğer katılımcılara tavsiye etmesini isteyerek örnek genişletme tekniğini kullandığı kartopu stratejisi veya araştırmacının tüm katılımcılar için bazı ortak kriterler belirlediği kriter bazlı strateji kullanılarak seçilebilir.

Çalışmada örnekleme yöntemi olarak amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem seçilen örneklemin araştırmada neden seçildiğine dair akıldaki soruları azaltarak inandırıcılığı güçlendirmektedir (Creswell, 2013; Marshall & Rossman, 2014). Kartopu örnekleme yönteminde ise araştırmacılar, araştırdığı ve incelediği konu ile ilgili olarak evrende en çok bilgiye sahip olduğunu düşündüğü kişi ve durumlara şu soruları sormasıyla başlar: 'Bu konu hakkında en çok bilgisi olan kimdir? Görüşme yapmaya kiminle başlamalıyım?' (Flick, 2014). Araştırmacı bu şekilde konu ile ilgili başka kimlerle görüşebileceğini sorarak yeni bilgiler edinmeye çalışır. Burada en önemli nokta, araştırmacının görüştüğü kişilerin güvenini kazanmasıdır (Grix, 2010). Araştırmalarda verilerinin doyum noktasına ulaşması örneklem büyüklüğünde yol gösterici olmaktadır (Mason, 2010, s. 1).

Görüşmeler 5 aşamada gerçekleşmektedir; sorulara hazırlık, buluşma yeri ve zamanı konusunda anlaşma, görüşmenin süresi ve görüşmenin sonlandırılması, katılımcılara vakit ayırdıkları için teşekkür edilmesi, iyi bir geri bildirim sağlanacağı bilgisi ve görüşme sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesi şeklindedir.

Nitel araştırmalarda evren, araştırmacının fiilen incelediği ve araştırdığı olguyu içeren insan toplulukları, sosyal gruplar veya geniş yelpazedeki olaylar ve olgulardır. Aslında evren, araştırmacının üzerinde çalıştığı veya hakkında bilgi edinmek istediği

olay veya olguyu en iyi yansıtacağına inandığı ya da hakkında bilgi almak istediği gruplardır (Baltacı, 2018, s.234).

Araştırmanın evrenini; Safranbolu Eski Çarşı bölgesinde faaliyet gösteren kadın çalışan ve girişimciler, yerel yönetim yetkilileri, eğitim kurumu çalışanları oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında Nisan-Ekim 2022 tarihleri arasında 27 (yirmi yedi) katılımcı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama 30-60 dakika sürmüştür. Görüşmeler kapsamında katılımcılara literatürden yararlanılarak 15 açık uçlu soru ve bazı demografik sorular yöneltilmiştir. Araştırma sorularının etik kurallara uygunluğu Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 24.02.2023 tarih ve 2023/02-39 sayılı kararı ile kabul edilmiştir.

Kayıt altına alınan görüşmelerin daha sonra deşifresi yapılmıştır. Elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analiz programı ile çözümlenmiştir. Bu programda açık uçlu sorulara verilen cevaplara ilişkin kategoriler ve alt kodlar oluşturmak esastır (İlgar, ve İlgar, 2014).

Çalışmanın en önemli kısıtı, uygulama alanının önemli bir kültür turizmi destinasyonu olan Safranbolu ile sınırlandırılmış olmasıdır. Aynı zamanda görüşmelerin turizm sezonuna denk gelmiş olması katılımcıların çalışmaya yeterince zaman ayıramamasına ve hatta çalışmaya katılmayı kabul etmemesine neden olmuştur.

GİRİŞ

Kadınlar girişimcilik faaliyetleri aracılığıyla manevi ve maddi faydalar elde ederken, aynı zamanda bağımsızlık, sosyal hizmet, aile istihdamı, iş güvencesi ve mücadele gibi özellikleriyle kadın girişimciliğini teşvik etme ve cinsiyet ayrımcılığına ilişkin yargıları kadınlar lehine değiştirme fırsatına da sahip olmaktadır (Memiş. Paksoy ve Paksoy, 2007, s.141). Kadın girişimciler dünyanın birçok ülkesinde görülebilmekte ve kadınları girişimci olmaya motive eden nedenler ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu nedenlerden bazıları; haneye ek gelir sağlamak, ücretli bir işte çalışma isteği, kendi işini kurma ihtiyacı, eğitim seviyesinin düşük olması nedeniyle iş bulamama ve girişimciliğe yönelme, bağımsız, üretken ve bekar olma isteği (Aslan ve Atabey, 2007; Soysal, 2010). Kadın girişimciler ve çalışanlar birçok işkolu ile birlikte turizm endüstrisinde de yer almaktadır. Turizm endüstrisinde kadın çalışan ve işveren olarak kendine uygun çalışma ortamı ve endüstriye yön verme imkânı bulmaktadır (Tajeddini vd., 2017, s.56)

Turizm sektöründeki ana hizmet sağlayıcıların dışında; butikler, yerel ürünler sunan işletmeler ve hediyelik eşyaların sergilenip satıldığı işletmeler de bulunmaktadır. Bu işletmelerde yönetici pozisyonundaki veya orta kademedede yer alan personel genellikle kadındır. Konaklama, yeme-içme, hediyelik eşya, yerel ürünlerin sunumu ve satışı gibi çeşitli alanlarda kendi işletmelerini kuran kadınlar, girişimci olarak turizmde giderek daha fazla yer almaktadır (Mahmood, 2011; Strier ve Abdeen, 2009; Fidan ve Nam, 2012). Turizm kadınlara özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerde istihdam yaratılmasına doğrudan ve dolaylı olarak katkıda bulunmaktadır. Ancak kadın çalışan ve girişimci sayısının beklenen düzeye ulaşamamış olması potansiyel kadın girişimcilerin cesaretini kırmaktadır (Gretzel ve Bowser, 2013). Oysa ki kadının üretici ve tüketici olarak turizm endüstrisinin devamlılığına önemli katkılar sunduğu düşünülmektedir.

Sürdürülebilir turizmi içerisine alan sorumlu turizm anlayışı insana yaraşır iş; çevre bilinci ve korumasını, yaban hayatına, flora ve hayata, biyolojik çeşitliliğe, ekosisteme ve kültürel çeşitliliğe saygı gösterilmesini ve yerel ekonomilerin, sosyal yaşamın desteklenerek yerel toplulukların refahını geliştirmeyi desteklemektedir. Doğal çevrenin, destinasyonların ve işletmelerin bir bütün olarak var olabilirliğini ve rekabet edebilirliğini sağlamak; onları geliştirmeye ve sosyal adalet, insana yaraşır çalışma,

toplumsal cinsiyet eşitliği, ekonomik kalkınma ve çevre bütünlüğüne temel oluşturmak sorumlu turizmin hedefleri arasındadır (ILO, 2017, s.7).

Karabük İli Safranbolu İlçesi sınırları içerisinde yer alan ve bölgede kültür turizmine ev sahipliği yapan Tarihi Çarşıda girişimcilikle uğraşan kadın esnaflar mevcuttur. Araştırma kapsamında Safranbolu sınırları ve özellikle de söz konusu çarşı içerisinde çalışan ve girişimci olarak faaliyette bulunan kadınların yöre turizmine katkıları sorumlu turizm anlayışı kapsamında incelenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, özellikle kültürel turizmle ön plana çıkan Safranbolu'da kadın girişimciliği ve iş gücünün turizmin gelişimindeki rolünü sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde ortaya koymaktır. Sorumlu turizm tüm turizm paydaşları açısından çevresel, ekonomik ve sosyal faydaların çoğaltılıp; olumsuz sonuçların ise en aza indirgenmesi gerektiğini savunan bir turizm yönetim şeklidir (Xin ve Chan, 2014, s. 26). Bu araştırma ile kadın çalışanların ve kadın girişimcilerin sorumlu turizm anlayışı dâhilinde Safranbolu turizmine katkısı bilimsel veriler ışığında değerlendirilerek söz konusu turizm pazarı için kadın çalışan ve girişimcilere yönelik çeşitli önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır.

Tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde turizmde kadın işgücü ve girişimciliği konusuna yer verilmiş; Dünyada ve Türkiye'de kadın işgücü ve girişimciliği incelenmiştir. Devamında kadın girişimciliğinin ekonomiye ve sosyo-kültürel etkisine değinilmiş, kadının turizmdeki yeri ve önemi, karşılaştığı sorunlar bu bölümde değerlendirilmiştir.

İkinci bölümde kültür turizmi ve kültür turisti kavramları üzerinde durulmuştur. Dünyada ve Türkiye'de kültür turizmine değinilerek devamında kadının kültür turizminde yeri ve önemi anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde ise sorumlu turizme, sorumlu turizmle ilişkili diğer turizm türlerine ve devamında sorumlu turizmin boyutlarına değinilmiştir. Bulgular bölümünde nitel araştırma yöntemi ile yarı yapılandırılmış mülakat ve yerinde gözlem teknikleriyle katılımcılardan elde edilen bulgular bir nitel veri analiz programı olan Maxqda ile yorumlanmış, araştırmanın sonuç kısmında turizm endüstrisine, Safranbolu'daki kadın girişimci ve çalışanlara ve gelecekte konu ile gerçekleştirilebilecek araştırmalara önerilerde bulunulmuştur.

1. TURİZMDE KADIN İŞGÜCÜ VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.1. Kadın İşgücü

II. Dünya Savaşı sonrası kadınların çalışma hayatına dahil olmasıyla beraber, kadınların eğitim düzeyleri artmış, ev hayatı içerisinde eşlerin iş bölümü ayrımı yapmaları gibi durumlar azalmış, evde yapılması gereken işler dışarıdan hizmet alınarak ücret karşılığı bakıcı, temizlikçi veya aile büyükleri desteği ile giderilmeye başlanmıştır. Dönem içerisinde değişimler sadece kadınların eğitim seviyeleriyle kalmamış aynı zamanda mesleklerinde de meydana gelmiştir. Anayasa ve yasalarda kadın erkek eşitliğine yönelik düzenlemelerde kadının çalışma hayatına katılması, kadının çalışma şartlarında iyileştirmeler, kadının eğitimi konuları üzerinde durulmaya başlanmıştır. İlk olarak 1972’de ABD’de kadınların erkeklerle eşit muamele görmesini öngören “istihdamda fırsat eşitliği” yasası çıkarılmıştır. Kadınların işe girişlerinde, ücretlendirilmelerinde ve terfi alma olanaklarında iyileştirilmelerin yapılması amaçlanmıştır. Daha sonra ise bunlara ek olarak benzer yasalar Avrupa ülkelerinden örnek alınarak toplumların tümünde “eşitlik politikaları” uygulanmaya başlamıştır. Özellikle günümüzde gerekli olan bilgi toplumuna geçiş bağlamında bu eğitim giderek yaygınlaşmış ve işverenler esnek çalışma adı altında kadın çalışanların üzerindeki ikili rolünü (ev, aile ve iş sorumluluklarını) hafifletmek amacıyla yeni uygulamalar başlattıkları görülmektedir (Kocacık ve Gökkaya, 2005, s.205).

Sanayi Devrimi beraberinde kadının iş hayatına katılmasını sağlamıştır. Kadınların kendi varlıklarının farkına varmasıyla birlikte hizmet sektörü içinde ve diğer sektörlerde iş bulma fırsatları da artmıştır (Kocacık ve Veda, 2005). Sanayileşmenin giderek artması, eğitim-öğretim imkanlarına erişimin kolaylaşması, teknolojiye gelişmeler, kadınlara yönelik yapılan anayasal düzenlemeler, kültürel yapıdaki değişim, hizmet sektörünün önem kazanmasıyla beraber kadın işgücü de geçmiş yaşam şartlarıyla kıyaslandığında iş hayatında daha avantajlı konuma gelmiştir. Kadınların duygusal zekâları ve estetik görüşlerinin anlamlı bulunduğu iş hayatında tercih edilen kadın işçiler, çalışma biçiminde yeni bir dönemle karşı karşıya kalmaktadır. Fakat eski hayat şartlarındaki görüşlerle aksiyon alınması ve çalışma hayatında kadın sorunlarının ele alınıyor olması, günümüz gelişmelerinin takip edilememesine ve bu yeni şartlara kadınların hazırlıksız yakalanmasına yol açabilmektedir. Bu nedenle 21. Yy. kadınların

yedek iş gücü olarak görülmekten çıkarak çekirdek işgücü olmaya doğru ilerleyecekleri, kadının çalışma yaşamına dahil olmasının kolaylaşacağı, kadınlara sunulacak fırsatların da artacağı göz ardı edilmemelidir (Yorgun, 2010, s.196).

Turizm sektörü hem emek-yoğun hem de kadın-yoğun bir sektör olarak, farklı bilgi ve becerilere sahip kadınları istihdam etmesiyle öne çıkmaktadır (Akoğlan Kozak, 1996; Cave ve Kılıç, 2010). Turizm sektörünün mevsimsel istihdam sağlıyor olması yani geçici iş olanağı sağlaması, yarı zamanlı çalışma imkânı olması, farklı sektörlerle kıyaslandığında eğitime ve nitelikli işgücüne daha az ihtiyaç duyuluyor olması, daha çok misafirperverliğe önem verilmesi, hizmet sektörü olması, kadınların bilgi ve becerileri ile örtüşmesi, kadın çalışan istihdamının yoğun olmasını çok etkilemektedir (Ardıç Yetiş ve Çalışkan, 2020, s. 113).

Turizm sektöründe kadınlar çoğunlukla oda temizliği, servis, mutfak, karşılama, gibi alanlarda istihdam edilir. Sektörde kadınların daha çok ev işlerine benzer niteliklerde işlerde istihdam edildiğini görmek mümkündür. Bu nedenle kadınların, yüksek ücretlerin olduğu yöneticilik gibi pozisyonlarda ve tam zamanlı işlerde çalışmalarının sınırlı olduğu görülebilmektedir (Uğuz ve Topbaş, 2016, s.67).

WTTC (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi)'nin 2019 yılında elde ettiği verilere bakıldığında, turizm ve seyahat sektöründe, dünya genelinde üç yüz otuz milyon insana doğrudan ve dolaylı olarak çalışma imkânı sağlanmış, bu da toplam istihdamın %10'unu oluşturuyor. Bu açıdan bakıldığında dünya genelinde çalışan nüfusun on kişisinden biri turizmde istihdam edilmektedir (World Travel & Tourism Council, 2020). Turizmde çalışanların % 54'ünü kadınlar oluşturmaktadır (UNWTO, 2019, s.9) 2010 yılında hazırlanan Turizmde Kadın Küresel Raporuna göre, turizmde işgücünün büyük bir kısmını kadın çalışanların oluşturduğunu ancak düşük ücretlere ve alt seviye işlerde istihdam edildiklerini, erkek çalışanlara oranla %10 ile %15 arasında daha az ücretlere çalıştırıldıklarını, farklı sektörlerle kıyasla turizmde kadın çalışan istihdam oranlarının nerdeyse iki katı daha fazla olduğunu, kadınların ev hanımlığı gibi ücretsiz aile işçisi olarak çalıştıklarını ortaya koymaktadır (Kaya, 2017, s.6-7). Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nün "Global Report on Women in Tourism" başlıklı raporu, dünya geneline bakıldığında turizm sektöründe çalışmakta olan kadınların erkeklere oranla %14,7 daha az gelir elde ettiğini gösteriyor (International Labor Organization, 2019). Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nün verilerine bakıldığında 2019'da

dünyada konaklama işletmeleri ve yiyecek içecek hizmetleri sektöründe istihdamın toplam 139 milyon 823 bin kişininin %54,2'sini kadınlardan oluşturmaktadır (International Labor Organization, 2020).

WTTC- World Travel & Tourism Council (Aralık, 2022) raporunda turizm sektörü GSYH'ya pandemi öncesinde %10,3 oranında etki etmektedir. Bu da dünya geneline bakıldığında otomotiv ve kimya sektöründen sonra turizm sektörünü üçüncü sıralara taşımaktadır. Özellikle sektör yarattığı ve 2032 yılına kadar yaratması öngörülen, dünya genelinde 126 milyon net yeni istihdam ile bu etkiyi kat ve kat artıracaktır (Bağcı ve Karatosun, 2023).

Tablo 1: Turizm Sektöründe İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı (AB-28)

Turizm Sektöründe İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı (AB-28)					
YIL	TOPLAM (Bin)	ERKEK (Bin)	%	KADIN (Bin)	%
2014	212860	114753	53,9	98107	46,1
2015	215203	115960	53,9	99243	46,1
2016	218339	117639	53,9	100700	46,1
2017	221328	119175	53,8	102153	46,2
2018	223724	120377	53,8	103347	46,2
2019	225691	121246	53,7	104445	46,3

Kaynak: European Commission, EUROSTAT Database, 2020

Turizm sektörü içerisinde hizmeti veren de hizmeti alan da insanlardır. Turizm sektörü kadın istihdamının artması ve güçlenmesine önem veren ülkeler için bir fırsat olarak görülmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre istihdam oluşturmada dünyada en önemli sektör turizm sektörü olacaktır. Turizm sektörü geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini indirgeyen yapısı gereği, kadınlara çalışma fırsatının sunulmasında, kadın emeğinin değerlendirilmesinde ve kadın istihdam oranlarının artırılmasında büyük önem taşımaktadır. Türkiye'de çalışan kadın istihdam oranının çok düşük olmasına rağmen, turizm sektörü kadın emeğinin çok yoğun olduğu ve diğer sektörlerle kıyasla kadın girişimciliğinin çok daha fazla olduğu görülmektedir (Kaya, 2017, s.1). ABD'de yapılan araştırmaya göre kadınların işgücü katılım oranı 2019'da %68,9 olarak gerçekleşmiştir. Girişimcilik faaliyetlerinde bulunan kadın oranları olarak bakıldığında ise kendine ait bir işletmeye sahip olma

oranı %35,1'dir. Amerika Birleşik Devletleri kadın girişimcilerin en iyi şekilde desteklendiği ülkelerdendir. ABD'de yapılan bir araştırmada her üç kadından biri bağımsız karar verebilmek ve kendi işinin sahibi olmak için iş kurma planı olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca kadın girişimciler için küçük işletme hibesi, genç yaşta kızlara girişimcilik becerilerinin kazandırılması, kadınların daha fazla temsil edilmesi ayrıca kadınlar için oluşturulan destek programları da ağları içerisinde yer almaktadır (Durukan, 2021, s.24).

Türkiye'de ve gelişmekte olan ülkelerde yapılan çalışmalar kadının ve erkeğin benzer koşullar altında çalışıyor olsalar bile, hane içerisindeki iş ayrımında yine asıl sorumlunun kadın olduğunu göstermektedir (Brines, 1994; Dedeoğlu, 2009). Türkiye İstatistik Kurumunun 2019 yılı verilerine bakıldığında kadın istihdamının erkeklere oranla yarıdan daha az olduğu açıklanmıştır. Hane halkı işgücü araştırmasına göre; 2019 yılında Türkiye'de, 15 ve üzeri yaşlardaki istihdam %45,7 olup bu oranın %28,7 kadınlarda, %63,1'i ise erkeklerde gerçekleşmiştir. (Tüik Hane halkı İşgücü Araştırması, 2019). Türkiye de turizm sektörünün istihdam oranlarına bakıldığında ise, 2019 yılı verilerine göre toplam istihdamın %31,9'unun kadınlardan oluştuğu görülmektedir (European Comission, 2020, s.56).

Tablo 2: İstihdamın sektörel dağılımı

Sektöre göre istihdam edilenler, 15+ yaş, (Bin kişi), 2021, 2022									
	2022			2021			Bir önceki yıla göre fark		
	Toplam Total	Kadın Female	Erkek Male	Toplam Total	Kadın Female	Erkek Male	Toplam Total	Kadın Female	Erkek Male
İstihdam Employment	30.753	9.935	20.818	28.797	9.005	19.792	1.956	930	1.026
Tarım Agriculture	4.865	2.043	2.822	4.948	2.047	2.901	-83	-4	-79
Sanayi Industry	6.663	1.694	4.969	6.143	1.499	4.644	520	195	325
İnşaat Construction	1.846	91	1.755	1.777	84	1.693	69	7	62
Hizmetler Services	17.378	6.106	11.272	15.927	5.374	10.553	1.451	732	719

Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2022-49390>

2013 yılı itibari ile pandemiye kadar geçen sürelerde dünya genelinde yaratılan istihdamın %20'sini turizm sektörü oluşturmaktadır. 2018 yılı verilerine göre dünya çapında 319 milyon kişiye istihdam sağlayan sektörün 2029 yılına kadar 421 milyon yeni kişiyi istihdam etmesi beklenmektedir (Morales, 2020).

Türkiye'nin 2020 yılı ekim ayı işgücü istatistikleri; 15 yaşın üstündeki erkek nüfusunu 31 milyon 154 bin, kadın nüfusunu 31 milyon 781 bin olarak açıklamıştır. İş gücünü Erkek nüfusun 21 milyon 510 bini, kadın nüfusunun 9 milyon 942 bini oluşturmaktadır. İstihdam edilen kadın sayısı ise 8 milyon 401 bin iken, erkek sayısı 19 milyon 046 bin olarak gerçekleşmiştir. İş gücüne katılım oranı kadınlarda %31,3 iken bu oran erkeklerde %69 olarak gerçekleşmiştir. 15 ve üzeri yaşlarda işsizlik oranı %12,7 seviyelerinde olup, erkeklerde işsizlik oranı %11,5 iken kadınlarda bu oran %15,5 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca İstihdam edilenlerin %20,3'ü sanayi, %6,4'ü inşaat, %17,6'sı tarım, %55,7'si ise hizmet sektörü içinde yer almaktadır. (TÜİK, 2020).

Türkiye'de 2022 yılı itibariyle turizm sektöründe çalışan sayısı 1, 32 milyon kişidir (Karabulut, 2022). Turizmde sektör gelirinin Türkiye GSYİH içinde payı 2019 yılından itibaren %4,6'dır (TÜRSAB, 2020). Türkiye'de GSYİH iktisadi faaliyet kollarına göre dağılımına bakıldığında turizm sektörü "hizmetler" içerisinde %61'lik dilimde yer almaktadır (CSB, 2020).

Türkiye'de kadın istihdam oranının artırılması amacıyla eylem planları olarak öncelikle mesleki becerilerin kazandırılması ve işlere yönlendirilmesi daha sonra ise ikinci plan olarak kadınların işgücü piyasasına erişim olanaklarının artırılması öne çıkmaktadır (ILO, 2014).

Türkiye'de turizm sektörünün gelişmesi, insanlara gelir getiren yeni bir kapı açılması, turizm sektörünün çalışacak nitelikli personel ihtiyacını da doğurmuştur. Buna istinaden turizmden yüksek gelirler elde ederek özellikle ülkenin ekonomik açıklarını kapatmak isteyen ülkeler ve büyük ölçekli işletmeler turizm eğitimine önem vermeye başlamıştır. Turizm sektörü aynı zamanda kadınların erkeklere oranla daha yoğun istihdam edildiği bir sektör olarak kadınların yükselmesini ve kadına yönelik desteklerle profesyonel olarak kadınların girişimci olmalarını sağlayan çalışmalar yapılmasına öncülük etmiştir (Çiçek vd., 2017).

Turizmde çalışan kadınlar çok fazla sorunla karşılaşsalar da turizm geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine karşı çıkmada kullanılabilecek bir fırsat olabilir. Turizm

sektörü kadınları kültürel, sosyal, ekonomik ve politik anlamda güçlendirme potansiyeline de sahiptir. Turizm sektöründe kadınların istihdam edilmeleri, hem aile yapılarındaki geleneksel bakış açısının değişmesinde hem de var olan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin aşılmasında rol oynayabilir (Kaya, 2020, s.13).

Turizm sektöründe kadınların gün geçtikçe daha fazla yer alması, kadının toplumda edindiği statüsüne ilişkin algılarda çok önemli değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu değişimler, iş hayatına katılan kadınların yalnızca iyi bir anne ya da eş olmaları dışında aynı zamanda eğitim almış ve iyi iletişim becerilerine sahip birer yönetici olabileceklerini, gerekli bilgi ve beceriye sahip birer çalışan olabileceklerini, sayılarının da artabileceğini, çalıştıkları kurumlarda da yükselebileceklerini ortaya koymaktadır. Buna istinaden sektörde kadınların, daha fazla yer almasıyla bağımsız bir karaktere sahip oldukları ve kararlarını özgürce aldıkları tespit edilmiştir (Lanquar, 1991).

Tablo 3: Turizm Sektöründe İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı (TR)

Turizm Sektöründe İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı (TR)					
YIL	TOPLAM (Bin)	ERKEK (Bin)	%	KADIN (Bin)	%
2014	25257	17749	70,3	7508	29,7
2015	25885	18049	69,7	7836	30,3
2016	26472	18354	69,3	8118	30,7
2017	27393	18870	68,9	8523	31,1
2018	27882	19091	68,5	8791	31,5
2019	27230	18536	68,1	8694	31,9

Kaynak: European Commission, EUROSTAT Database, 2020

UNWTO Kadın ve Turizm Küresel Raporuna göre, kadınlar turizm de işgücünün çok önemli bir kısmını temsil etmektedir. Ayrıca turizm sektörü diğer sektörlere göre kadınlara istihdam edilmede, girişimcilik ve yöneticilik konularında daha çok fırsat sunmaktadır (UNWTO, 2019). Turizm sektörü bilgi ve beceri düzeyleri farklı birçok kadının istihdam edilmesi sebebiyle hem emek-yoğun hem de kadın-yoğun bir sektördür (Akoğlan Kozak, 1996; Cave ve Kılıç, 2010).

Bütüncül kalkınma yaklaşımı, kadınların güçsüzlüğü, eğitim, sağlık, yoksulluk ve kaynaklara yetersiz erişimin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Kadınların kalkınması aile ve toplumun gelişimi için anahtar olarak görülmektedir. Bu sayede toplumda kadınların ekonomik statüsünün yükseltilmesi amaçlanmalıdır (Baltacı, 2011, s.45).

1.2. Kadın Girişimciliği

Girişimcilik faaliyetleri, işletme kurulmasının üstlenilmesi, bir işletmenin kurulması ve yönetilmesi, yönetsel süreçlerinin işletilmesi, üretim ve pazarlama risklerinin alınması olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2017, s.12). Girişimcileri tanımlayan bazı özellikleri şöyle sıralamak mümkündür; yeni şeyler üretme yetilerinin olması, yaratıcı fikirleri olması, özgüveni yüksek olması, pratik zekaya sahip olması, analitik düşünebilmesi, hızlı olması, sorunlar ortaya çıkmadan önce gerekli tedbir ve önlemleri alabilmesi, akla ve mantığa uygun doğru kararlar verebilen akıllı kişiler olarak tanımlanabilir (Zhao, 2005; Çelik ve Akgemci, 2007).

Kadın girişimciler, toplumsal cinsiyet rolleri dağılımında kadının evi ile sınırlandırdığı alanın dışında kalan bir alanda, kendi adına bir işletme kuran ve işletme sahibi olarak, şahsi olarak ya da istihdam ettiği kişilerle işletmeye ait riskleri üstlenen, satın alımları, yatırımları, işletme planlamaları, maliyet hesapları, kurumlarla olan irtibatlarında söz sahibi olan kişi olarak tanımlanabilir (Ecevit, 1993). Kadın girişimciyi tanımlayan karakteristik özellikler olarak, özgüvenli, dinamik, rekabetçi, bağımsız ve belli bir amaç yönelimli olmaları sayılabilir. Girişimciler hırslı olmak, risk almak ve kendi işini kontrol edebilmek gibi özelliklerle tasvir edilmektedir. Kadın girişimcilerle erkek girişimciler arasında bazı benzerlikler olmasına rağmen girişimcilik faaliyetini sürdüren kadınlar farklı iş becerilerine, farklı güdülere ve mesleki geçmişe sahiptirler. (Çelebi, 1997, s.19).

Kadınların ekonomik ihtiyaçları, ücret ve maaş karşılığında çalışmayı istemesi, kendi işyerine sahip olma güdüsü ve çeşitli nedenler girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarında etkili olurken, kadınların yaptıkları diğer işlere kıyasla daha fazla bağımsızlık, özerklik ve geleceğe yönelik hedeflere ulaşabilme imkanları da sağlayacaktır (Eskicioğlu, 2015, s.8). Kadın girişimcilerin farklı beceri ve deneyimlerini kullanarak kendi işlerini kurmaları, hizmet bakışı, yönetim yapısı, ve teknoloji

kullanımı konularında farklılık yaratmakta ve kadın erkek eşitsizliğinin azalmasına yardımcı olmaktadır (Çakıcı, 2006, s. 59).

Günümüzde kadın girişimcilere baktığımızda, kadının iş hayatına daha fazla dahil olmasıyla ekonomiye katılması hem iş dünyasında önemli olduklarının anlaşılmasını sağlanmış hem bilgi ve mesleki tecrübelerini arttırmış, hem de ekonomiye katılımlarını oldukça fazlalaştırmıştır. Bu sayede kadınların kendilerine olan özgüvenleri de artmıştır. Buna istinaden, kadınların girişimcilik faaliyetlerine katılım oranlarında ciddi artışa neden olan diğer etkenleri şöyle sıralamak mümkündür (Soysal, 2013, s.168):

- İlk olarak, günümüzde sosyo-kültürel altyapıdaki değişimin bir sonucu olarak eğitim seviyelerinin yükselmesi ve çok sayıda kadının çalışma hayatına dahil olabilmesinin kolaylaşması,
- Sektördeki belirsizlikler nedeniyle kadınların çalıştıkları işyerlerinde personel azaltma politikaları izlenmesi ve işten çıkarılma endişesi duymaları, kendi işlerinin sahibi olmayı istemeleri,
- Kadın girişimcilerin sayılarında artış ve aile içinde başarılı kadın girişimci örneklerinin olması,
- Kadınların çalıştıkları işletmede buldukları iş pozisyonlarında terfi almama düşüncesi (cam tavan) olması,

Türkiye’de kadın girişimciliğinin yaygınlık kazanması bir zorunluluk olarak gelişmeye başlamıştır. Özellikle küçük işletmeler için bir çıkış yolu olarak görülen kavram, kadınların istihdama katılmasıyla ekonomik refah düzeylerinin artması ve işsizlik sorununun azalması ile doğrudan ilişkili olduğu için gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde, son derece önemlidir (Bayram, 2018, s.53).

Turizm sektörünün bazı özellikleri diğer sektörlerle nazaran kadınların istihdam edilebilmelerini kolaylaştırmaktadır. Bunlar; turizmde çalışmanın çok fazla bilgi ve beceri gerektirmemesi, kadınların bir çok kişisel özelliğiyle ve misafirperverlik yaklaşımlarıyla turizm sektörünün uyumlu olması, turizmin mevsimsel ve yarı zamanlı çalışma imkanı sağlamanın kadınlara aile sorumluluklarına zaman tanıma fırsatı vermesi, girişimciler için küçük ve orta büyüklükte gelir getirici faaliyetlerin kolay olması, kadın girişimciler için turizmin yüksek finansman gerektirmemesi, kadın girişimciliğine teşviklerin artması, yaptıkları el işleri, halı kilim dokuma vb. el emeği

ve kültürel ürünleri satarak ya da evlerini kiraya vererek turizm sektöründen kazanç elde etmeleri sayılabilir (Ardıç Yetiş ve Çalışkan, 2020, s.115).

Dünya Bankasının hazırladığı Turizm ve Kadın Raporu (World Bank, 2017) turizm sektörünün diğer sektörlere nazaran, kadının işgücüne katılmasına, kadınların yönetici veya girişimci olabilmesine daha çok imkân sağlamaktadır. Turizm sektöründe diğer sektörlere kıyasla kadının kendi işletmesini kurarak girişimci olabilmesinin iki katı daha fazla olduğu görülmektedir. Filipinler, Tayland, Malezya ve Endonezya'da, turizm işletmelerinin çoğunu kadınların işlettiği bilinmektedir. Panama ve Nikaragua'da da turizm işletmelerinin %70'ten fazlasının girişimci kadınlara ait olduğu görülmektedir. Bu nedenle diğer sektörlere göre kadınların turizm sektöründe daha kolay yönetici ya da lider pozisyonlarında yer alabildikleri vurgulanmaktadır. Marriott ve Hilton gibi bazı zincir konaklama işletmelerinde kadın lider yetiştirme projeleri uygulanarak, kadın çalışanların desteklendikleri görülmektedir (Ardıç Yetiş ve Çalışkan, 2020, s.114).

1980'li yıllardan beri Türkiye'de de gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi kadın girişimciliğinde gelişmeler kaydedilmiştir. Sosyo-kültürel yapının değişimiyle beraber kadınların yüksek eğitim görmesi ve daha fazla kadının işgücüne katılması sağlanmıştır. Bu sayede kadınlar eş veya anne kimliklerinden de sıyrılarak iş hayatına katılabilmişlerdir. Ayrıca Türkiye'de kadınların öğrenim durumları arttıkça girişimcilik oranlarında da artış gözlenmektedir (Narin vd., 2006, s.70-71). Kadının girişimcilik veya istihdam yoluyla ekonomiye katılımı, Türkiye'nin "2023 yılında dünyanın en büyük 10 ekonomisi içinde yer alma" hedefleri bakımından önem arz etmektedir (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı- Kadın İstihdamı Eylem Planı, 2015, s.5).

Dünyada farklı bölgelerde, farklı biçimlerde yürütülmekte olan kadın girişimciliğinde her geçen gün artış görülmektedir. Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de kadınları girişimciliğe iten ve çeken faktörler, geçerliliğini sürdürmektedir. Kadınları girişimciliğe iten nedenler; kadının ekonomik özgürlüğünü eline alma isteği, kadınlara uygun olmayan çalışma şartları, evine ek gelir sağlama isteği, ekonomik koşullar ve işsizlik sorunları, eğitim düzeyinin düşük olması nedeniyle kadınların ucuz işgücü olarak görülmesi, girişimci kadının işletmeyi ailesinden veya eşinin ailesinden devralınması sayılabilir. ABD'de yaşayan kadınlar daha özgür ve

bağımsız karar verebilmek için girişimci olmayı tercih ediyorken Türkiye'de yaşayan kadınlar ev ekonomisine destek sağlamak ve daha bağımsız bir çalışma isteği ile girişimciliği tercih etmektedir. Ayrıca kadınların sahip oldukları eğitim düzeyleri de önemli bir sosyal sermaye kaynağıdır. Kadınların eğitim düzeyleri yüksek girişimciler olmaları, kendini gerçekleştirmeleri, bağımsız olmak istemeleri gibi bireysel güdüleyicilere daha fazla önem vermelerine dayandırılmaktadır (Yetim, 2002, s.81-90).

Türkiye'de kadın girişimciliğinin güçlendirilmesi için faaliyet göstermekte olan birçok sivil toplum kuruluşu bulunmaktadır. Bunlar; KEDV (Kadın Emekini Destekleme Vakfı), KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği), CGV (Çağdaş Kadın ve Destek Vakfı), KADAV (Kadın Dayanışma Vakfı ve KAMER-KM (Kadın Merkezi) örnek verilebilir. Bu kuruluşlara ek olarak Uluslararası Çalışma Örgütü'ne bağlı Küçük Girişimciliği Geliştirme Programı (SEED), TOBB Kadın Girişimciler Kurulu, GAP bölgesinde kadın girişimciliği ile ilgili olarak GAP-GIDEM projesi de sayılabilir. Sayılan bu kuruluş ve projeler, kadın girişimciliği önündeki engellerin kaldırılmasını ve girişimci kadınlara destek verilerek iş kurmalarını sağlamak gibi amaçlara hizmet etmektedirler (Aslan ve Atabey, 2009, s.11). Türkiye'de Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile İŞKUR tarafından kadın istihdamına destek olmak amacıyla yürütülen ortak bir eylem planı oluşturulmuştur. Türkiye'de insana yaraşır iş için kadınların güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Kadınlara daha çok iş imkânının sağlanması ve kadınlar için daha iyi iş fırsatlarının oluşturulması bu planın amaçları içerisinde yer almaktadır (ILO, 2016).

Girişimcilik alanında yapılan çalışmaların yaklaşık olarak %10'unu kadın girişimciliği alanında yapılan çalışmalar oluşturmaktadır (Brush ve Cooper, 2012). Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) kadın girişimciliğini, "fikri ile sermayesini birleştirerek yeni bir işletme kuran ve kendisi ve kendisi dışında da istihdam yaratan kadınlar için kullanılan bir kavram olmanın ötesinde, işsiz ve ekonomik gücü olmayan kadınların ev gelirlerine katkı sağlayıcı mikro kredileri ve faaliyetlerini de içeren bir şemsiye kavram" olarak tanımlamıştır. Türkiye de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği 2008 yılı raporunda, 2000 yılından bu zamana kadar bazı alanlarda çok az ilerleme kaydedilmesine rağmen temel olarak ataerkil toplum yapısında önemli dönüşümlerin olmadığı, acil ve özel önlemlerin gerekliliği üzerinde durulmuştur (TÜSİAD & KAGİDER, 2008).

Kadın girişimciler bazı kişisel özellikleri dolayısıyla özgün niteliklere ve düşünce yapısına sahiptirler. Bu niteliklere örnek; yenilikçi olması, dinamik, bağımsız, rekabet etmeyi sevmesi, özgüvenli olması, işine bağlı olması, risk alması, kendi işini kendisi kontrol edebilmesi, hırslı ve azimli şekilde çalışması, çalışkan ve titiz olması, işin gereklerini doğru ve mantıklı kararlar alarak yerine getirebilmesi, gelecek hakkında öngörülerini olması, zamanını doğru yönetebilmesi sayılabilmektedir (Şahin, 2006; Soysal, 2010; Karakaş ve Gökmen, 2016).

Türkiye’de kadın istihdamının arttırılmasını, kadın girişimcilerin geliştirilmesini ve desteklenmesini sağlamak için çalışmalar yapan kuruluşlar şunlardır: Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Çok Amaçlı Toplum Merkezleri (ÇATOM), Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM), Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Kadın Merkezi (KA-MER), KOSGEB İş Geliştirme Merkezleri, Kadın Dayanışma Vakfı (KADAV), Türkiye Kalkınma Vakfı (TKV), Başbakanlık, Bankalar (Ziraat Bankası, Vakıfbank Halk Bankası), Türkiye israfı Önleme Vakfı (TİSVA) Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP), Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) Türk Grameen Mikrokredi Projesi (Toksöz, 2007, s. 75-76).

Kadınlar, ataerkil değerler, aile içerisinde sahip oldukları roller, cinsiyete dayalı iş bölümü, çocuk bakımı, yaşlı bakımı gibi görevleri üstlenmeleri sebebiyle eğitim hayatında geri kalmakta ve kariyer seçimlerine karar verememektedirler. Bu gibi bazı nedenlerden kaynaklı olarak turizm sektörü çalışma hayatında kendine iş bulamayan kadınlar için bir fırsat haline gelmiş ve daha sonra da sektörde kadınlar girişimci olarak yer almaya başlamışlardır. Örneğin turizmin gelişmekte olduğu ilk yıllarda Marmaris’te kadınlar evlerinde oya işleri, tığ işi, el emeği işler yaparak Marmaris Kalesi’ne gelen turistlere ziyaretleri sırasında satış yaparak başlamışlardır. Ayrıca kadınlar tarafından deniz kabukları, deniz süngeriyle de süs eşyaları, hediyelik eşya olarak yapılarak satılmaktadır. Kapadokya’da da kadınlar el emeği ile kilim dokuyarak ve killi çamurdan güveç yaparak satılmaktadırlar. Bu işler sayesinde de kadınlar “turistik ürünlerin” yaratılmasında yer edinmeye başlamışlardır. Bugün ise Türkiye’de Safranbolu ve Beypazarı gibi tarihi turistik yerlerde, geleneksel turizm ürünlerinin üretiminde ve sunulmasında kadınlar büyük öneme sahiptirler (Çiçek vd., 2017, ss. 231-232).

Araştırmalar, kadın girişimcilerin karşı cinslerine kıyasla daha az sermayelerle işlerini faaliyete geçirdiklerini ortaya çıkarmaktadır. Hatta ihtiyaç duyulan sermaye miktarı, hizmet işletmelerinin evlerde kurulması durumunda kat ve kat azaltılabilmektedir. Bu durum kadınların hizmet alanında faaliyet göstermeleri ve genellikle daha az sermayeye gereksinim duymaları olarak açıklanabilir. Ayrıca buna ek olarak kadınların aksine, erkeklerin çoğunlukla endüstriyel alanlarda girişimlerinin olması, iş için daha fazla sermaye ihtiyacı duymalarına neden olabilmektedir (Gürol, 2000, s.232).

İlk yıllarda kadınların amatör olarak başlayan girişimcilik hikayeleri, ilerleyen yıllarda devletin ve özel sektör projelerinin desteğiyle kadınların profesyonelleşmesini sağlamıştır. İlk zamanlar kadınların kendi çabalarıyla ortaya çıkardıkları küçük çaplı tesisler, ataerkil yapının baskın olmasından dolayı, kocalarının ve babalarının hakimiyetinden dolayı kadınların kendilerine değil kocalarına, babalarına veya ailelerinin herhangi bir erkek üyesinin adına resmi olarak kayıtlanmaktaydı. Buna sebep olarak, kadınların kredi kuruluşlarından kredi alabilmek adına herhangi bir finansal teminat gösterememeleri, kredi alamamaları gösterilebilir. Bu sebeple çoğu kadın bürokratik engellerle caydırılmış ve başkalarından yardım almak zorunda kalmışlardır. Türk toplumunun geleneklerine baktığımızda kadınların “başkası” için çalışıyor olması bir zamanlar ayıplanmaktayken zamanla bu durum değişmiş, kadınlar istihdam edilmeye başlamışlardır (Çiçek vd., 2017, ss. 231-232).

1.3. Turizmde Kadın İşgücü ve Girişimciliğin Ekonomiye Katkısı

Girişimcilik faaliyetleri ülke ekonomisinin büyümesi ve kalkınması için son derece önemlidir. İşletmeler arasında serbest piyasanın da etkisiyle rekabetin artması, girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik açıdan daha fazla önemli hale gelmesine yol açmaktadır. Serbest piyasa ekonomisinde faaliyet göstermekte olan işletmeler, bu yapının temelini oluşturmaktadır. Diğer yandan da işletmelerin kurulmasıyla yeni fikirlerin üretilmesi, iş hayatına katılması ve ekonomiye kazandırılmasını sağlanmaktadır. Bir taraftan da girişimciler tarafından işletmelerin kurulması, sayısının artması ve büyümesi gerçekleşmektedir. Bu sayede ise ekonomik gücün artışı, bu sistem içinde yer almakta olan girişimcilerin ve bu girişimciler tarafından kurulmuş olan işletme sayısına bağlanmaktadır (Türkmen, 2007). Girişimciler kendi amaçlarını

gerçekleştirmek için çaba harcarken aynı zamanda toplumun amaçlarına da hizmet etmektedirler. Bu durum ülkenin ekonomik yönden gelişmesine etki etmektedir (Bozkurt, 2006, s.95).

Günümüzde kadınların kalkınması konusu; kadınların yalnızca daha üretken olması ve kendi emeğini en etkin biçimde kullanabilmesi olarak değil, aynı zamanda; kadınların üretim süreçleri içinde yer edinmesi, işgücüne katılması, ekonomik hayata katılması, eğitim-sağlık-sosyal hizmet-kredi vb. imkanlara ulaşabilmesinin kolay olması, kendi kazancını kendisi yönetebilmesi, kadın-erkek eşit ekonomik koşullara sahip olabilmesi, özgürlüğünü eline alıp ayakları üzerinde durabilmesi açısından değerlendirilmelidir. Sosyal gelişmişlik düzeylerine bakıldığında kadınların hala erkeklerin gerisinde kaldığına ve ülkede gerçekleşen kalkınmadan haklarına düşen eşit payı alamadıklarına dikkat çekilmektedir. Buna sebep ise ülkenin sahip olduğu kültürel özellikler ve sosyo-ekonomik yapılanmadır (Gökdemir & Ergün, 2012).

Kadın istihdam oranları, sosyal olanaklardan yeterli seviyede yararlanabilmeleri ve ekonomik yaşama dahil olmaları açısından önem taşıyan göstergelerdir. Dünya geneline bakıldığında, Türkiye'nin de dahil olduğu pek çok ülkenin iş piyasalarının kadınlara yönelik negatif ayrımcı unsurları uzun yıllar boyunca barındırdığı bilinmektedir. Ancak bu yaklaşım, son yıllarda değişim göstermeye başlamış, hatta kadının ekonomiye katılımında ve sosyal imkanlardan yararlanmasında erkekler ile eşit haklara sahip olması, refahtan kendi payına düşeni alması, ekonomik ve sosyal yaşama da daha etkin bir şekilde katılması gibi unsurlar ülkelerin gelişmişlik seviyelerinin ölçülmesinde büyük öneme sahiptir (Özyol, 2015, s.19)

Kadının istihdam edilerek, girişimcilik faaliyetlerine katılması ve kredi imkanlarıyla desteklenmesi sosyo-ekonomik kalkınmanın sağlanması açısından da öneme sahiptir. Bazı anket çalışmalarına bakıldığında kadınların kazandıkları gelirlerinin büyük bir kısmını aileleri için harcadıkları görülmektedir. En önemlisi de, kadınlar işgücüne dahil olarak, kazanç elde ederek ve aile ekonomisine katkı sağlayarak, toplumda eşlerine karşı belirli bir özgüven kazanmışlardır. Dolayısıyla ailenin maddi durumunda meydana gelen artış, kadınların gelir düzeylerindeki artışa bağlanabilmektedir (Baltacı, 2011, s.62). Turizm işletmelerinin kadın istihdamının artırılmasını sağlama amacı yalnızca kadınların iş hayatına katılması, aile ekonomisine katkı, eşitlik sağlanması ve kadınların sorunlarını çözüme kavuşturma odağında

kalmamalıdır. Çünkü ülkelerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi ve kalkınma açısından ülkede kadının istihdamını arttırmak önem arz etmektedir (ILO, 2015, s.7; Dinçer vd., 2016, s.382).

MGI'nin tahminlerine göre Türkiye ekonomisinin büyümesi ve kalkınması, kadın iş gücüne katılım oranlarının artırılması ile 2025 itibarıyla OECD ortalaması olan %63'e çıkarılması durumunda, Türkiye'nin 2025 yılındaki GSYH'sinde kadın emeği oranının %35- 37 aralığına yükseliş göstereceği hesaplanmıştır. Dolayısıyla ülkenin GSYH'si %20 yani yaklaşık 200-250 milyar dolar civarında artırılabilir. Hesaplamalara göre 2015 yılında Türkiye'nin 805 milyar dolarlık GSYH'sinin yalnızca %22'si kadınlar tarafından üretilmiştir. 2025 yılında 1.230 milyar dolar olması beklenen Türkiye GSYH'sinin mevcut durumun devamı halinde %25'inin kadınlar tarafından üretilmesi beklenmektedir (İKV, 2019, s.14).

Bu durum, kadınların ekonomiye yani üretime daha fazla katılımının, elde edilen refahtan çok daha fazla pay almasının, ekonomik kalkınmada ve büyümede aktif rol almasının, sosyal statülerinin iyileştirilmesinin, ekonomik kalkınmanın gereklilikleri arasında olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla üretimin önemli bir faktörü olan kadın işgücünün atıl bırakılması ya da göz ardı edilmesi ekonomik kayıplara yol açacaktır. Bu kapsamda kadınların iş hayatına ve dolaylı olarak ekonomiye katılımının sağlanması; dengeli bir büyüme yapısının sağlanması ve kalkınmanın hızlandırılması açısından önemli bir faktör olacaktır (Işık, 2015).

Türkiye'nin ve özellikle gelişmekte olan diğer ülkelerin kalkınma hedeflerinin gerisinde kalmasının önemli nedenlerinden biri de kadınların ekonomik hayata yeteri kadar dahil olamamasıdır. Türkiye'de kırsal girişimciliğin özel bir öneme sahip olması nedeniyle ekonomik kalkınma bağlamında girişimcilik çabaları ivme kazanmaktadır (Soysal, 2013, s.168). Özellikle kayıtlı kadın istihdamının ve kadın işgücünün artırılması, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik olarak büyümesi ve kalkınması açısından önem taşımaktadır. (Ardıç Yetiş ve Çalışkan, 2020, s.115). Bu bağlamda kadınların işgücüne katılımı istihdam oranlarının artırması için atılması gereken ilk adımdır; bu onları eğitim ve istihdam olanakları açısından güçlendirecek ve erkeklerle eşit istihdam olanaklarına sahip olmalarını sağlayacaktır. Kadınlara yönelik yeni iş ve mesleklerin yaratılması, kadınların istihdama katılımını artıracak, böylece

işgücü piyasasını iyileştirecek ve ekonomik kalkınmayı teşvik edecektir (Doğan Günday, 2011, ss.126-127).

Dünyada birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de kadın girişimciliği istihdam sorunlarının çözüme kavuşmasında önemli araçlardan biridir ve kadın girişimciliğini desteklemek amacı ile çeşitli projeler ve çalışmalar hayata geçirilmektedir (Karaturhan, Ünsal, Issabek & Güler, 2017, s.85). Türkiye'nin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı sağlamak ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlayabilmek için kadının toplumdaki sosyal statüsünün hak ettiği seviyeye yükseltilmesi, ekonomik açıdan değer yaratan girişimci kadın sayısının artırılması ve mevcut girişimci kadınların güçlendirilmesi gerekmektedir (Soysal, 2013, s.171).

Turizm sektörünün gelişmesiyle döviz kazancı artacak, bu da doğrudan ve dolaylı olarak ülke istihdamının gelişmesine katkı sağlayacak ve kadın işsizliği sorununu ortadan kaldıracaktır. Böylece ülkede turizm sektörünün gelişmesi, ülke nüfusunun bu sektörde iş bulmasına olanak sağlayacağı gibi işsizlik sorununun da otomatik olarak ortadan kaldırılmasına yardımcı olacaktır (Uguz ve Topbaş, 2014, s. 497). Turizm, ülkelere ve bölgelere ihracat geliri elde etmek için hızlı kaynak sağlamakta ve özellikle kalkınma seçeneği çok fazla olmayan ülkeler için yoksulluğun azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca turizm sektörü yoksullar için geçim kaynağı olarak görülmekte, yoksul insanların yaşadığı kırsal kesimde emeğe dayalı istihdam artmaktadır (Önez Çetin, 2012, s. 99-100).

Kadın girişimciler ülkenin ekonomisine katkı sağlar, vergi öder, çocukların ve kendilerinin eğitim düzeylerini artırır, ailenin maddi gelirlerini artırır, nüfus artışına katkıda bulunur, istihdam sorunlarına çözüm üretir ve en önemlisi de girişimci olmayı isteyen diğer kadınlara da örnek tekil ederek istihdama katkı sağlamaktadır. Teknolojik, endüstriyel ve sosyal anlamdaki gelişmeler sayesinde gün geçtikçe daha çok kadın iş hayatına katılmayı ve kendi işinin sahibi olmayı istemektedir. Son yıllarda, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kadınlar, yöneticiler, girişimciler ve toplumda liderler gibi büyük rolleri üstlenerek, kadınların geleneksel rollerinin yarattığı birçok zorluğun üstesinden gelmeye başlamışlardır (Şekerler, 2006, s.90).

Kadınlara atanan toplumsal cinsiyet rolleri, onların geçici, düşük maliyetli, mevsimlik ve arka planda çalışılan işlere yönlendirilmeleri, aile ve iş kaybının çifte yüküyle yaşamak zorunda kalmaları anlamına gelmektedir. Ancak kadınların iş

hayatına katılımı ülke gelişmişliğinin bir göstergesi ve aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmanın da önemli bir unsuru olarak algılanmakta olarak kabul edilmektedir (Avcı, 2018, s.1).

2019 yılında Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) yayınladığı raporda turizm ve seyahat sektörünün küresel istihdamın %10'unu oluşturarak, 330 milyon kişinin doğrudan ve dolaylı olarak işgücüne katılmasına olanak sağlamıştır (World Travel & Tourism Council, 2020). Turizm sektörü hem kadınların aktif olarak istihdam edildiği bir işgücü piyasası hem de hizmet sektörünün bir parçası değerlendirilmektedir (Tajeddini vd., 2017).

Ülkelerin hizmet sektörünün gelişmişlik düzeyi, kadın istihdam oranı ve işgücüne katılım oranı, ülkelerin sürdürülebilir kalkınmasını ve gelişmişlik düzeyini gösteren en önemli göstergeler olarak değerlendirilmektedir (Ardıç Yetiş ve Çalışkan, 2020, s.106, Boyacıoğlu ve Elmas, 2019). Yine Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre 2019 yılında konaklama ve yeme-içme sektörlerinde istihdam edilenlerin verilerine göre %54'ünü kadın çalışanlar oluşturmaktadır (UNWTO, 2019).

TİSK'in Ocak 2022'de elde ettiği Türkiye İşgücü İstatistik Raporu'na göre işgücüne katılım oranı %52,6, istihdam oranı ise %46,5'tir. Türkiye'deki istihdamın %63,8'ini erkekler oluştururken, %29,7'sini kadınlar oluşturuyor. İşgücüne katılma oranına baktığımızda erkeklerde bu oran %71,1, kadınlarda ise %34,4 olarak verilmiştir. Günümüz yaşam koşulları, teknolojik gelişmeler, kadınlara sunulan eşitlik ve haklar dikkate alındığında bu oranların birbirine yakın olması beklense de oldukça düşük kalmaktadır (TİSK 2022).

Avrupa da nüfusun %52'si kadın olmasına rağmen; işletme sahiplerinin %34,4'ü ve yeni girişimcilerin %30'unu kadınlar oluşturmaktadır. Buna istinaden girişimci kadınların geliştirilmesi çok önemli bir konudur. COSME programı, girişimci kadınların diğer kadınları da kendi işlerini kurmaya teşvik ederek, aile refahına katkı sağladıklarını ve ülkenin ekonomisini güçlendirdiklerini vurgulamaktadır. Bu sebeple iki farklı girişimci kadın ağı oluşturulmuştur. WES Ağı, Türkiye'nin de içinde bulunduğu 31 ülkeden (AB-28, İzlanda, Norveç ve Türkiye) ulusal kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşan bir politika ağıdır ve kadın girişimcilerin ulusal ve bölgesel düzeyde desteklenmesinden ve teşvik edilmesinden sorumludur. Türkiye'nin de dahil olduğu mentor ağı, girişimci kadınlara işlerini kurmada, büyütmede ve

yönetiminin ilk aşamalarında (işletmenin ikinci ve dördüncü yılları arasında) tavsiye ve destek sağlamaktadır (Kosgep, 2022).

Turizm çoğu ülkede; döviz girdisi sağlaması, istihdam yaratması ve birçok sektöre doğrudan veya dolaylı katkı sağlaması nedeniyle ekonomik etkisi büyük bir sektördür. Ancak ekonomik çevre kadar önemli olan sosyal ve fiziksel çevredeki değişimler çoğu ülkede arka planda kalmaktadır (Akış, 1996; Civelek, 2010). Özellikle ekonominin istikrarsız olduğu Türkiye'de, tutarlı bir üretim ve pazarlama yaklaşımı ve kadınların katılımını destekleyen politikalarla, kadın girişimcilerin ekonominin geliştirilmesinde, küresel ölçekte faaliyet gösteren işletmelerin kurulmasında ve istihdamın artırılmasında önemli bir rol oynayabileceği dikkate alınmalıdır. Endüstriyel hayatta kadın girişimcilere ihtiyaç duyulduğu için girişimci kadınlara destek olan programların ön plana çıkarılması gerekmektedir. Fakat bu programın ve fikirlerin başarılı olabilmesi için kadın girişimcilerin demografik özelliklerini, yönetim tarzlarını, işlerini kurma ve büyütme stratejilerini, çalışma ortamlarını, karşılaştıkları engelleri, gelecek yönelimlerini, organizasyonel ve çevresel fırsatları değerlendirmek için potansiyellerini bilmek gerekmektedir (Soysal, 2010, s. 73).

Global Entrepreneur Monitor-GEM'in (Dünya Girişimcilik Platformu) 29 ülke arasında yaptığı araştırmada; girişimcilik faaliyetleri yüksek olan ülkelerde ortalamanın üzerinde ekonomik büyümenin sağlandığı tespit etmiştir. Aslında girişimcilik, kapitalizmin başlangıcından beri var olmasına rağmen, 1980'lerden bu yana bu kadar popüler hale gelmesinin ana nedeni, yeni işlerin yaratılmasına, yeniliğin yayılmasına, istihdam yaratılmasına, ekonomik büyüme ve artan refah düzeylerine olumlu katkı sağlanmasından kaynaklanmaktadır. Bu faktörler ile ilgili ABD, Avrupa Birliği ve ülkemiz literatüründe pek çok çalışma, inceleme ve rapor bulunmaktadır (Birch, 1979; Drucker, 1985; Morris ve Lewis, 1991; TÜSİAD, 2002; Coulter, 2003; Audretsch;2002; Gren Paper, 2003).

1.4. Turizmde Kadın İşgücü ve Girişimciliğin Sosyo-Kültürel Etkisi

Biyolojik cinsiyet, kadın ve erkeğin doğuştan gelen özellikleridir; cinsiyet ise kadını “dişil”, erkeği ise “eril” olarak tanımlayan sonradan kazanılmış özelliklerdir. Cinsiyet rolleri kadın ve erkekten beklenen davranışları içermektedir. Tarihsel sürece bakıldığında kadının toplumdaki rolü özel bir alanla sınırlıydı: kocasına ve çocuklarına

bakan anne, ev işi yapan ve yemek pişiren ev hanımı. Ancak günümüz kadını hem kamusal alanda varlığını duyurmuş hem de iş ve özel hayatta hırslı, özgür ve mücadeleci bir imaj yaratmıştır (Aktaş, 2020, s.184).

Cinsiyete özgü kalıplaşmış yargılar, bireylerin “kadın” ve “erkek” ile ilgili bilinenleri yorumlama biçimlerini etkilemektedir. Cinsiyete özgü kalıplaşmış yargılar süreklilik gösterir, köklüdür ve değişime direnç göstermektedirler. Bu kalıplar hem “tanımlayıcı” hem de “kuralcı” öğeleri içerirler, yalnızca erkek ve kadın ile ilgili kalıplaşmış inançları değil, erkek ve kadının “nasıl olmak zorunda olduklarına” ve “nasıl olmaları gerektiğine” kurallarla yön vermektedirler. Toplum, erkeklere ve kadınlara verilen farklı sosyal rollerden, kadın ve erkeğin doğuştan gelen rollerinden ve sosyal olarak onlar için uygun görülen rollerden kaynaklanan davranışsal cinsiyet farklılıklarını uzlaştırmaya çalışmaktadır. Örneğin şehvet, duyarlılık, sıcaklık, zarafet ve bakan-büyüten gibi özellikler kadın cinsiyetine atfedilir; bağımsızlık, atılganlık, rekabet, savaşçılık ve kararlılık gibi nitelikler erkek cinsiyetine aittir (Karakılıç, Alay ve Koçak, 2008, s.222).

Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra kadınlara verilen yasal haklar ile ataerkil bir toplum yapısından çıkarılan kadınlar, tüm toplumsal alanlarda söz hakkına sahip olmuştur. Türkiye’de kadının toplumdaki imajı yenilenmiştir. Kadının ev yaşamından çıkarak toplumsal yaşamın içerisinde kendine yer bulmasının önü açılmıştır. Erkeklerle eşit imkanlarda hem her meslekte çalışabilmeleri hem de gerekli eğitimlerini alabilmelerinin önündeki engeller aşılmıştır. Toplumda kadının yeri ve imajı çağdaş konuma getirilmiştir. Buna istinaden kadına toplumsal cinsiyet bağlamında hak ettiği yerin sağlanmasında, ilk kez kız ve erkek öğrencilerin bir arada yatılı şekilde öğrenimlerini sürdürdükleri Köy Enstitüleri olarak vermiştir (Tosun ve Doğan, 2021, s.83).

Tarihin ilk dönemlerinde kadınların istihdamı tarım sektörü ve kendi aile işletmeleriyle sınırlıyken, Sanayi Devrimiyle birlikte kadınlar ilk kez gelir karşılığında başkası için iş üretmeye başlamıştır. Bu nedenle Sanayi Devrimi, ücretli kadın işgücü kavramının ortaya çıkmasına yol açan en önemli tarihsel gelişme olarak değerlendirilmektedir (Haşit ve Yaşar, 2015, s.4-5). Genel olarak II. Dünya Savaşı sırasında ortaya çıkan işgücü açığı, kadınların işgücüne katılmasını gerektirmiş; hatta bu dönemde kadınların işgücü piyasasına çekilmesine yönelik teşvik edici bazı

uygulamalar hayata geçirilmiştir. Kadınların tarih boyunca giderek artan oranda işgücüne katılmasının nedenleri; eğitim, artan ücretler, teknoloji, azalan doğum oranları gibi çeşitli ekonomik ve sosyal nedenler sıralanmaktadır. Kadınların eğitim düzeyinin artması ve evlenme yaşının artmasıyla birlikte kadınlar evde pazarlık gücü kazanmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra tarihsel süreç içerisinde çalışma koşullarının iyileşmesi ve ücretlerin artması nedeniyle iş piyasası kadınlar için giderek daha çekici hale gelmiştir. Ayrıca teknolojik gelişmelerin de beraberinde kadınlar hem çalışma hayatına katılmış hem de "ödev" olarak görülen ev işlerini nispeten daha rahat ve daha kısa sürede yapabilir hale gelmişlerdir. Bunun ötesinde hem erkeklerin hem de kadınların eğitim düzeylerinin artmasıyla gelen modernleşme, yerleşik cinsiyet ayrımcılığını yavaş da olsa değiştirmeye başlamış, yine eğitimin de etkisiyle doğurganlık oranlarının azalması, kadınların işgücü piyasasındaki varlığını arttırmasını sağlamıştır (Kılıç ve Öztürk, 2014, s.110-111).

1.5. Kadının Turizm Endüstrisindeki Yeri ve Önemi

1.5.1. Yiyecek İçecek Endüstrisinde Kadının Yeri

Yiyecek içecek işletmelerinin istihdam yapısı oldukça geniş olmakla birlikte, özellikleri kapsamlı bir ölçekle değerlendirilebilmektedir. Yaş, cinsiyet, eğitim, kültür açısından farklı düzeylere sahip kişiler, yiyecek içecek işletmelerinde istihdam edilebilmektedir. Buna ek olarak yiyecek içecek endüstrisinin önemli ölçüde emek yoğun özellikte olduğu ve endüstrinin içerisinde farklı pozisyonlarda kadın iş gücünden yararlanılmakta olduğu görülmektedir. Nitekim MCKinsey (www.mckinsey.com, 2017) tarafından yayınlanmış "Yeme Endüstrisinde Kadın" başlığı altında yapılan çalışmada da yiyecek içecek endüstrisi içerisinde, endüstrinin özelliği gereği diğer endüstrilere oranla kadın çalışan sayısının daha fazla olduğuna değinilmiştir. Fakat endüstri içerisinde yer almakta olan kadın çalışanların sayısı asla tam olarak saptanamamaktadır. Yiyecek içecek endüstrisinde doğrudan istihdam kapsamında çalışan kadın sayısının yanı sıra, dolaylı olarak istihdam edilmekte olan çalışan kadınların sayısı da oldukça önemli bir yere sahiptir. Diğer taraftan turizm endüstrisinde part-time veya kayıt dışı çalıştırılan kadınların varlığı da göz önüne alındığında, elde edilmek istenen sayının net olarak belirlenebilmesi imkânsız hale gelmektedir. World Travel and Tourism Concil (2017) tarafından yayınlanmış raporda,

endüstride kayıt altına alınandan çok daha fazla oranda kadının istihdam edildiği belirtilmektedir (Albayrak, 2019, s.150).

Yiyecek-içecek sektöründe kadın ve erkeklerin çalışma düzeyleri arasında önemli farklılıklar olsa da bu farklılığın kaynağı kadınların eğitim veya beceri eksikliğinden kaynaklanmıyor. İş hayatında işle ilgili bazı özellikler genellikle tek bir cinsiyete atfedilir ve diğer cinsiyetin bu özelliklerden tamamen yoksun olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayımdan hareketle yiyecek ve içecek sektöründe çalışan kadınların işe alım aşamasından üst yönetim kademelerine ulaşmaya kadar çeşitli zorluklarla karşı karşıya kaldıkları görülmektedir. Bu sorunların çoğunun kendi tercihlerinden ve kişisel sıkıntılardan değil, kadınların işgücü piyasasında karşılaştıkları çok yönlü ayrımcı uygulamalardan, sosyal ve kültürel yapıdaki cinsiyetçi tutumlardan, eğitim ve öğretimlerinin yanı sıra iş arama sürecinde de kadınların karşılaştığı kurumsal engellerden kaynaklandığı görülmektedir (Uğuz ve Topbaş, 2016, s.62).

Günümüzde restoran endüstrisinde çalışan kadınların büyük bir kısmının ön tarafta ve daha çok hostes, servis elemanı, karşılayıcı gibi görevlerde çalıştırıldıkları görülmektedir. Arka taraf denilen mutfak gibi kısımlarda ise kadın çalışanların sayısı erkeklere oranla çok daha azdır. Konu yönetici kademesi bakımından değerlendirildiğinde mutfak bölümündekinden çok da farklı olmadığı ve yönetim kademesinde çalışan kadınların sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. Nitekim Benner (2018) tarafından yapılan bir çalışmada restoran içerisinde servis elemanı, karşılayıcı gibi işlerin yapıldığı kısımlarda kadınların erkeklerden iki kat daha fazla tercih edildiği, ayrıca mutfak kısmında da bu durumun tam tersi olduğunu göstermiştir. Her ne kadar kadınların erkeklere göre daha nazik, daha sevecen ve içten tavırlara sahip olmasından dolayı ön taraftaki işlerde ve müşterilerle olan ilk temasın sağlandığı yerlerde istihdam edilmeleri gibi masumane ifadeler kullanılmakta olsa da bu durum, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi başta olmak üzere, insan eşitliği üzerine kurulu olan her türlü yasal düzenlemeye karşıt bir tavır içermektedir (Albayrak, 2019, s.151).

Kadınlar turizm sektöründe oldukça deneyimli ve eğitilmiş olsalar bile üst düzey yöneticilik kademelerine yükselme konusunda erkeklerin gerisinde kalmaktadırlar. Bunun nedeni incelendiğinde kadınların üst düzey pozisyonlarda çalışırken, başta kadına verilen 'anne ve eş' görevi nedeniyle çocuk yetiştirme ve ev sorumluluklarından dolayı işlerini ihmal edebilecekleri düşünülmektedir. Ayrıca ataerkil toplum yapısının

devam ettiği toplumlarda kadının toplumdaki rolünün 'anne-eş' olarak kabul edilmesiyle kadınların kariyerleriyle ilgili işleri geri plana iteceği düşünölmektedir. Sonuç olarak kadınların birden fazla rol üstlenebilmesi, ev işi yapması, çocuk yetiştirilmesi ve başarılı bir çalışma hayatına sahip olması kabul edilememektedir. Dolaylı olarak da kadınlar çok fazla sorumluluk üstlendikleri için üst kademelere yükselmede olumsuz ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar (Aytaç, Sevuktekin, Işığışok, 1999, s.219).

Demir (2011) tarafından yapılan çalışma kadınların medeni durumlarının işe alım süreçlerinde etkili olduğu ve kadınların özel yaşamlarında ev işleri yapmak, çocuk bakmak gibi sorumluluklarının da işe alımda ayrımcılığa sebep olduğu ifade edilmiştir. Li ve Leung (2001) tarafından yapılan çalışma ise kadınların üst kademelerdeki pozisyonlara gelmek için bazen aile yaşantısından bile vazgeçmek zorunda kalabildiklerini ve kadınların üst kademedeki pozisyonlara gelmesini engelleyen faktörlerin, iş ya da yasal engellerden kaynaklanmayıp, kültürel ve toplumsal kurallardan dolayı olduğunu belirtilmektedir (Albayrak, 2019, s.152).

Yiyecek-içecek sektöründe kadınların ilerlemesini engelleyen faktörlerden biri de kadınların yönetim ve liderlik becerilerinin olmadığı ya da bu becerilerin yeterince geliştirilmediği inancıdır. Ancak kadınlara yüklenen ve ilerlemelerinin önündeki önemli engellerden biri olarak gösterilen anne ve eş rolleri bu düşünceyle çelişmektedir. Aslında ataerkil toplumlar kadının evine, çocuklarına, eşine bakması gerektiğini ve bunun kadın işi olduğunu iddia etse de çocuklarına ve evine bakanın kadının kendisi olduğunu unutmaktadırlar. Öte yandan kadınların iş performansında otorite sağlayamamaları ve duygusal davranışları gibi alanlarda yetersiz oldukları algısı, üst düzey yönetim sorumluluklarına hazırlıklı olmadıkları yönünde bir önyargı yaratmaktadır. Hatta Tucker (2007, s.101) tarafından yapılan bir araştırmada turizmin erkek işi olarak göröldüğü ve turizm sektöründe kadınların çalışmasının uygun görölmediği ifade edilmiştir (Albayrak, 2019, s.153).

Tablo 4: Turizm Sektöründe (Konaklama + Yiyecek İçecek Hizmetleri) İstihdam edilen Kişilerin Cinsiyete Göre Dağılımı (2019)

	TOPLAM (Bin)	ERKEK		KADIN (Bin)	
		(Bin)	%	(Bin)	%
Dünya	139823	64014	45,8	75819	54,2
Düşük	4855	1346	27,7	3509	70,3
Düşük-Orta	31621	17781	56,2	13840	43,8
Yüksek-Orta	69293	28820	41,6	40473	58,4
Yüksek	34054	16067	47,2	17987	52,8
Türkiye	1657	1239	74,8	418	25,2

Kaynak: European Commission, EUROSTAT Database, 2020

1.5.2. Seyahat Endüstrisinde Kadının Yeri (Doğan, Yiğit, 2019)

Geçmişten günümüze önemi sürekli artan turizmde seyahat hareketlerinin en önemli özelliklerinden biri diğer sektörlerden farklı olarak emek yoğun ve hizmet odaklı bir sektör olmasıdır. Bu bağlamda büyük ölçüde insan faktörüne bağlı olan bu alandaki turizm ürününün kalitesi insan emeğine bağlıdır (Çeken ve Erdem, 2003, s.2).

Seyahat ve turizm endüstrisi, küresel ekonomide en fazla istihdam yaratan sektörlerden biridir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi raporuna göre, 2017 yılında sektörde 118 milyondan fazla kişinin istihdam edilmesiyle, iş yaratma açısından dünyanın önde gelen endüstrilerinden biridir. Bu rakam toplam istihdamın %3,8'ine tekabül etmektedir. Son yedi yılda dünya çapında yaratılan yeni işlerin beşte biri seyahat ve turizm sektöründe gerçekleşmiştir. Bu sektördeki işçi sayısının 2026 yılına kadar 370 milyona ulaşması beklenmektedir. Bu sayede dokuz istihdamdan birinin bu sektörlerde gerçekleşmesi öngörülmektedir. Türkiye 2017 yılında 462 bin kişiye (toplam istihdamın %1,6'sı) doğrudan istihdam sağlarken, sektörleriyle birlikte yaklaşık 2 milyon kişiye (toplam istihdamın %7,4'ü) istihdam yaratılmıştır. Doğrudan istihdam edilen kişi sayısının yıllık ortalama %2,8 oranında artması ve 2028 yılında tahmini 633 bin kişinin (toplam istihdamın %1,9'u) istihdam edilmesi beklenmektedir (WTTC, 2018).

22 Mayıs 2012 tarihli Avrupa Parlamentosu, Türkiye'de Kadının 2020 Perspektifi Kararında, Türkiye'de kadın istihdam oranlarının düşüklüğüne vurgu

yaparak, işgücü piyasasına kadınların katılım oranını arttırmayı hedefleyen bir ulusal eylem planı hazırlanmasını istemiştir (Süral, 2013, s.279). TÜİK (2019) verilerine göre 2018 yılında Türkiye'de toplam 9 milyon 18 bin kadın (15-64 yaş arası) işgücünde yer almıştır. Öte yandan 2023 yılında kadın çalışanların oranının %9,2 artarak 36,5'e yükseleceği öngörülmektedir Bu da gelecek 10 yıl içinde Türkiye'de turizm sektöründe kadın istihdam oranının artacağına işaret etmektedir (Çelik Uğuz ve Topbaş, 2016, s.66).

Hizmet endüstrisinde kadın istihdamı küresel anlamda diğer sektörlerle göre hızla artmaktadır. 1995 yılında kadın istihdamı %4,1 iken, 2017 yılında %55,9 olmuştur. Dünya geneline bakıldığında 2013 yılı verilerine göre, turizm sektöründe çalışan kadınların oranı, gelişmiş ülkelerde %54,1 iken gelişmekte olan ülkelerde %57,7, az gelişmiş ülkelerde ise %40,7'dir. Bu rakam dünya çapında ortalama %46'dır (Ertaş, 2018, s.627).

Türkiye'de seyahat ve turizm sektöründe çalışan kadınların oranı ülke genelinde %20'dir. Bu rakam Güneydoğu ve Anadolu bölgelerinde %5'e düşmektedir. Dünya genelinde turizm sektöründe çalışan kadınların yüzdesinin yüksek olduğu göz önüne alındığında, ülkemizde kadınların hâlâ eksik istihdam edildiği veya iş bulamadığı ortaya çıkmaktadır (Tekin, 2017, s.673; Şit, 2016, s.102; Kaya, 2012, s.252).

1.5.3. Turist Rehberliğinde Kadının Yeri

Turistler bir ülkeyi ziyarete geldiklerinde o ülkeyi temsilen gördükleri ilk kişi genellikle tur rehberi olmaktadır. Özellikle ilk defa gittikleri ülkeye dair genel izlenimleri, kendilerine eşlik eden rehberin kişiliğiyle bütünleşir ve rehberin yansıttığı imaj, toplumun imajıyla özdeşleşmektedir (Korkmaz ve diğerleri, 2010, s.5).

Turist rehberleri, turistlerin bir destinasyona ilişkin deneyimlerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır (Huang ve diğerleri, 2010, s.3). Bir rehberin çalışma performansı, turistlerin memnuniyet ve sadakatini etkileyen önemli faktörlerden biridir (Bowie ve Chang, 2005, s.305). Bu nedenle turist rehberi turizm sektörünün vazgeçilmez itici güçlerinden biridir (Batman ve diğerleri, 2001, s.3). Bu meslekte kadın rehberlerin önemi yadsınamaz. Modern Türk kadınına yansıtan kadın rehberler, ülkeyi tanıtmaya ve Türkiye hakkındaki yargıların şekillenmesine yardımcı

olmaktadır. Bu nedenle kadın rehberler turizm sektöründe ve rehberlik mesleğinde önemli bir rol oynamaktadır (Şen Şahin, 2019, s.182).

Türkiye'de 2023 yılı itibariyle eylemli ve eylemsiz olmak üzere toplam 13225 turist rehberinin 4453 tanesi kadın turist rehberlerinden oluşmaktadır. Kadın turist rehberlerinin 3223 tanesi eylemli, 1230 tanesi ise eylemsizdir (<https://www.tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>).

1.5.4. Profesyonel Mutfaklarda Kadının Yeri

Profesyonel mutfakları genellikle “executive chef-aşçıbaşı” yönetmektedir. “Şef” terimi, mutfak sanatları okullarında ya da meslek okullarında uzun süreli ve kapsamlı meslek eğitim almış kişileri ifade etmektedir. Hiyerarşik olarak aşçıbaşının altında mutfakta günlük operasyonel işlerden sorumlu olan “şef aşçı” yer alır ve mutfağın farklı alanlarında (et, balık, makarna vb.) baş aşçının altında bulunur (Harris ve Giuffre, 2010, s.30). Her ne kadar bazı restoran işletmeciliği girişimlerinde bulunup çeşitli başarılarla imza atmış olsalar da hiyerarşik olarak kadınların ilişkileri halen profesyonel mutfaklarda eşitlikle desteklenmemektedir (Platzer, 2011, s.4). Bu açıdan bakıldığında mutfaklar cinsiyet ayrımcılığının varlığının kanıtlandığı yerlerden biri olarak değerlendirilmektedir (Kurnaz ve diğerleri, 2018, s.120).

Kadınların profesyonel mutfaklarda yeterince temsil edilmemesinin temel nedenlerini teorik ve yapısal açılardan incelemiş ve bu durumun üç ana durumdan kaynaklı olduğu tespit edilmiştir. Hansford'a (2011) göre bu boyutlar; “cinsiyete dayalı yemek”, “cinsiyete dayalı yemek pişirme” ve “kamusal ve özel alanlarda cinsiyet ayrımıdır”. Cinsiyetlendirilmiş gıda, yemeğin bir kişinin statüsünü belirlemede kültürel anlam taşıdığı ve geleneklerin bir aracı olduğu anlamına gelmektedir. Örneğin erkeklerin vücutlarını beslemek için "ağır gıdalar" tüketmesi gerekirken, kadınların "hafif gıdalar" tüketmesi gerektiğidir. Bu, örneğin et yemenin bir güç eylemi olduğunu da göstermektedir. Yemek pişirmenin cinsiyetlendirilmesi, farklı pişirme stilleri ve cinsiyet arasındaki ilişkiye bağlanmaktadır. Yani kadınlar "günlük bir görev olarak" ev yemeklerinin hazırlanmasından sorumluyken, erkekler hafta sonu veya tatil yemeklerinde "kendi arzularına göre" yer almaktadırlar. Son olarak, kamusal ve özel alan ayrımı kavramı, erkeklerin kamusal alanlarla, kadınların ise özel ve yerel alanlarla ilişkilendirilmesine karşılık gelmektedir. Bildiğiniz gibi “ev yemekleri” kadınların

ayrıcalığı olarak görülmekte, “profesyonel mutfak” ise erkek egemen bir alan olarak görülmektedir. Böylece kamusal alan olarak değerlendirilen restoranlarda çalışan şeflerin çoğunlukla erkek olduğu görülmektedir (Hansford 2011, aktaran Agmarpisarn, 2016).

Günümüzde ticari mutfaklarda şef olarak kadınların temsilinin düşük olmasına katkıda bulunabilecek önemli faktörlerden birinin "toplumsal cinsiyet kalıp yargıları" olduğu düşünülmektedir. Yargılar “bir grup hakkındaki inanç, bilgi ve beklentileri içeren bilişsel yargılardır” ve genellikle bu yargılar değişime karşı oldukça dirençlidir. Toplumsal yaşamdaki değişimlere direnen en güçlü kalıp yargı “cinsiyet” kalıp yargısıdır (Kaylı, 2010, s.13). Cinsiyet stereotipleri, erkeklerin ve kadınların sergilemesi gereken davranışlarla ilgili beklentileri içeren geleneksel inanışlardan oluşmaktadır. Bu bağlamda ataerkil toplumlarda "kadınlık" pasiflik, yüksek bakıcı kapasitesi, fiziksel ve duygusal zayıflıkla eş tutulurken, "erkeklik" rekabet, bağımsızlık, akılcılık ve güçle eş tutulmaktadır (Heimer ve Coster, 1999, ss.272-273).

Toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına dayalı bir hayat yaşamak aynı zamanda bu kalıp yargılardan kaynaklanan “cinsiyet ayrımcılığına” da yol açmaktadır. Latince Discriminare (ayrımak, bölmek) sözcüğünden türeyen ayrımcılık kavramı, “bir kişi veya kişilere karşı, sırf o gruba ait oldukları için bir grubun üyelerine eşit olmayan davranışlar, haksız ve olumsuz muameleyle sonuçlanan önyargı” olarak tanımlanmaktadır (Çelik ve Şahingöz, 2018, s.37). Dolayısıyla cinsiyet ayrımcılığı en basit tanımıyla toplumda insanlara cinsiyetlerinden dolayı haksız muamele edilmesidir (Demirbilek, 2007, s.14) Ayrımcılık esasen kalıp yargıların davranışsal bir ifadesi olarak görülmektedir (Dökmen, 2006, s.104).

İş hayatında yaşa, cinsiyete, ırka ve etnik kökene, inançlara dayalı çok çeşitli ayrımcılığın olduğu inkar edilemez bir gerçektir. Bu bağlamda, özellikle kadın ve erkeklere dayatılan toplumsal cinsiyet rollerinin, erkek ve kadın çalışanlar arasında oluşan ayrımcılığın temel nedenlerinden olduğu değerlendirilmektedir (Çelik ve Şahingöz, 2018, s.37). Çünkü, Acker'in (1990) açıkça ifade ettiği gibi örgütsel yapı politikaları, cinsiyet ayrımcılığı açısından etkisiz olup, özellikle hamilelik, emzirme ve menstrüasyonla (regl) ilgili olarak kadınlara uygulanan örgütsel yapı rejimlerine uygun görülmemektedir. Bu nedenle ekiplerin sırası bölgelere ayrılmaktadır. Profesyonel

mutfaklarda ekiplerin çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır (Kurnaz ve diğerleri, 2018, s.120).

İş hayatında cinsiyet ayrımcılığı “doğrudan ve dolaylı ayrımcılık” olarak iki farklı şekilde gerçekleşmektedir. Çalışanın sırf cinsiyet farklılığından dolayı olumsuz muameleye ve koşullara maruz kalması “doğrudan ayrımcılık”, ayrımcılık olduğunu düşündürecek bir neden bulunmadığında ve objektif olarak bakıldığında “dolaylı ayrımcılık” olarak adlandırılmaktadır. Bu durum özellikle cinsiyet ayrımcılığı yapan grubu etkilemektedir (Arısoy ve Demir 2007, s.712-713). İlkine (doğrudan ayrımcılık) verilecek en güzel örnekler arasında, yalnız erkek adayların iş ilanlarına başvurmasını zorunlu kılmak veya kadınları hamile oldukları için işten çıkarmak yer almaktadır. Diğer (dolaylı ayrımcılık) kavramına en iyi örnekler; yeni bir işçi alırken küçük çocuklu annelere öncelik tanınmaması, yarı zamanlı çalışan kadınların işten çıkarılmada listesinin üst sıralarında yer alması ve çok seyahat etmeyi gerektiren işlerde bekar kadınların öncelikli olması sayılabilmektedir (Dalkıranoglu ve Çetinel, 2008, s.279).

Öncelikle cinsiyet ayrımcılığı ile hiç ilgisi olmayan yarı zamanlı çalışma, çoğunlukla kadınlar tarafından tercih edilmekte ve işverenin yarı zamanlı çalışanlara dayattığı bu uygulama, başta kadınlar olmak üzere belirli bir cinsiyet grubunu, dolaylı olarak etkilemektedir (Arısoy ve Demir 2007, s.714). Cinsiyet ayrımcılığı uygulaması esas olarak “dolaylı ayrımcılık” yoluyla gerçekleşmektedir. Dolayısıyla cinsiyet ayrımcılığı ne şekilde ortaya çıkarsa çıksın toplumda bir cinsiyetin diğerinden üstün olduğu inancıyla ilişkilidir ve eşit şartlardaki iki kişiye cinsiyetleri dolayısıyla farklı muamele edilmesinden kaynaklanmaktadır (Çelik, 2014, s.8).

Kadınların mutfakta aşçı olarak yeterli rol oynayamadığı mevcut durum bağlamında olay sosyolojik ve gastronomik açıdan göz ardı edilmeyecek öneme sahiptir (Bozok ve Korkmaz, 2019, s.197). Mutfaklarda kuralların ve yazıların birçoğu erkekler tarafından konulmaktadır. Bu nedenle mutfakta kadının sesi hem fiziksel hem de sembolik olarak gizlenmektedir (Atlas, 2012, s.225).

Bu durum sadece Türkiye'de değil aynı zamanda dünya basınında da tartışılmaya devam etmektedir. “Neden bu kadar az kadın şef var?” İngiltere'de kadın şef sayısının az olmasının nedeni www.theguardian.com'da yer alan bir haberde tartışılıyor. Mutfak kültüründe yaşanan büyük değişimlere rağmen Birleşik Krallık'taki profesyonel mutfaklarda çalışan şeflerin beşte birinden daha azı kadındır. Tekrar

www.chefify.net'te de aynı konu tartışılrsa da; hâlâ evdeki sofranın ana hazırlayıcısı olarak kültürel algıların kadına odaklandığı fakat çoğu insanın aklında “şef” denince akla erkeğin geldiği ileri sürülmektedir. Şefler, kadınlarla aynı görevleri yerine getirirler bile kadınlar, pişirme sürecinin “besleyici çağrışımı” ile sınırlandırılmıştır (Haddaji ve diğerleri, 2017, s.3).

İş hayatında kadınlara ilişkin stereotiplerin varlığının sürdüğüne dair çok fazla ampirik kanıt bulunabilmektedir. Deneysel çalışmalardan elde edilen bu veriler, kadınların “güç ve başarı odaklı” olmaktan ziyade “bakım ve ilişki odaklı” olarak nitelendirildiğini göstermektedir. Bu nedenle kadınların, erkeklere atfedilen ve başarı gerektirdiği düşünülen görevleri yerine getirmekten aciz olduğu düşünülmektedir (Heilman ve Haynes, 2005, s.905). Sonuç olarak, cinsiyet çizgisinde yapılandırılmış bir işgücü piyasasında işler ve meslekler cinsiyete göre farklılık göstermektedir (Ridgeway, 2011, s.97). Yani bazı iş gruplarını kadınlar yapıyor, bazı iş grupları da erkek egemenliğinde yapılıyor. Burrell ve diğerleri (1997), İngiltere, İtalya, Fransa ve İspanya'daki konaklama işletmelerinde çalışan kadınlar üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, kadın ve erkeklerin iş süreçlerinde dikkate alınan önemli farklılıklar olmamasına rağmen, yapılan işin temel unsurlarında mevcut farklılıklar olduğunu bulmuşlardır. Buna göre erkekler ağırlıklı olarak mutfakta yemek pişiriyorsa, kadınlar temizlik, bulaşık ve çamaşır yıkama işlerinde görev almaktaydı (Davras ve Davras, 2015, s.89).

İşgücü ve mesleklerdeki cinsiyet ayrımı, öncelikle ücretler ve yetki konusunda ortaya çıkan cinsiyet eşitsizliğinin örgütsel temelini oluşturuyor. Ücret farkının büyük bir kısmı, kadınların daha yoğun olduğu işlerin, erkeklerin daha yoğun olduğu işlere göre daha az ücret ödemesinden kaynaklanmaktadır. Yani bir işte ne kadar çok kadın çalışıyorsa o işten o kadar az ücret alınmaktadır. Üstelik kadınlar, erkeklerin yaptığı işlerle aynı eğitim ve beceriyi gerektiren işlerde çalışsalar dahi daha az ücret almaktadırlar. Öte yandan kadının egemen olduğu işlerde liderlik pozisyonlarında yer alma olasılıkları daha düşüktür (Ridgeway, 2011, s.98-99). Bu bağlamda kadın yöneticilerin çoğunun genel müdür olma ihtimalinin daha düşük olduğu kat hizmetleri, yiyecek-içecek ve satış departmanlarında çalıştığı görülmektedir (Zhong ve Couch, 2007, s.359).

Dalkıranoglu ve Çetinel (2008) tarafından İstanbul'da beş yıldızlı 25 otelin yöneticileri arasında yapılan araştırmada erkeklerin daha çok tercih edildiği ilk üç bölüm; yiyecek-içecek, mutfak ve servis departmanı olmuştur. Kadınların tercih edildiği ilk üç bölümün ise temizlik, halkla ilişkiler ve pazarlama olduğu belirlenmiştir. Araştırma aynı zamanda kadınların liderlik pozisyonlarında bulunma olasılığının daha düşük olmasının nedenlerinin erkek ve kadın yöneticiler arasında farklılık gösterdiğini de ortaya çıkarmaktadır. Kadın yöneticiler bu durumun nedenini, kadınların liderlik becerilerinin yetersiz olduğu, yeterli eğitim ve deneyime sahip olmadıkları şeklinde açıklamaktadırlar. Erkek yöneticilere göre bu durum esas olarak kadınların eğitim eksikliğinden kaynaklanmaktadır (Bozok ve Korkmaz, 2019, s.198).

Yukarıdakilere ek olarak, Resmî Gazete'de 10 Haziran 2003 tarihinde yayımlanarak yürürlüğe giren 4857 sayılı İş Kanunu'nun 5. maddesi de cinsiyete dayalı ayrımcılığı yasaklamakta ve eşit muamele ve aynı veya eşit değerinde bir iş için "eşit ücret" ilkesini savunmaktadır. Ancak buna rağmen insanların işe alımlarında cinsiyete dayalı ayrımcılık devam etmektedir. Cinsiyet ayrımcılığı oldukça yaygındır (Dedeoğlu, 2009, s. 49). Çelik ve Şahingöz (2018) tarafından Ankara'da yaşamakta olan 150 kadın aşçı üzerinde yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar da bu durumu doğrulamaktadır. Kadın şefler işe alınmada ayrımcılık söz konusu olduğunu ve işe alınan kadın aşçıların cinsiyete göre düzenlenmiş iş bölümlerinde (kadınlara biçilen toplumsal cinsiyet rol ve beklentileri) cinsiyetçi bir çalışma ortamıyla karşı karşıya kaldıkları belirlenmiştir. Araştırmada ayrıca kadın şeflerin %78'inin yeteneklerinin altında pozisyonlarda çalıştığı bulunmuştur (Çelik ve Şahingöz, 2018).

Bu bağlamda iş ve mesleklerde cinsiyet ayrımcılığından bahsettiğimizde, Ridgeway'in (2011) öne sürdüğü gibi, hiçbir işyerinde kadın ve erkeğin birbirleriyle tanışmadığı bir ortam yaratmaktan bahsedilmemektedir. Sonuçta nasıl kadın hemşireler erkek cerrahlarla, sekreterler patronlarıyla çalışıyorsa, farklı işlerde çalışan kadın ve erkekler de mutfakta birlikte çalışmaktadır. Burada vurgulanması gereken gerçek, yine Ridgeway'e (2011) göre, erkeklerin ve kadınların yoğun olduğu iş türlerinin, cinsiyetler arasındaki statü farklılıkları ve her cinsiyetin özel becerileri hakkında kalıplaşmış varsayımlar da dahil olmak üzere toplumsal cinsiyetin sonucu olarak, cinsiyete göre şekillenen kültürel inançları yansıtmadır. Bu kültürel inanışlardan beslenen ve profesyonel mutfaklarda erkeklerin kontrolüne alınan kadınlar, karşılaştıkları

ayrımcılık bir yana, işyerinde varlığını sürdürebilmek için birçok zorlukla mücadele etmek zorunda kalabilmektedir (Bozok ve Korkmaz, 2019, ss.198 -199).

1.6. Turizmde Kadın İşgücünün Karşılaştığı Sorunlar / Engeller

Bugün dünya nüfusunun yaklaşık yarısı kadınlardan oluşuyor. Bu nedenle tarihin hemen her döneminde ekonomik ve sosyal hayatın bir tarafını kadınlar, diğer tarafını ise erkekler oluşturmuşlardır. Ancak kadınların ekonomik hayata katılımlarıyla sosyo-ekonomik kalkınmadan yararlanma düzeyleri doğru orantılı değildir. Bu durum her ne kadar ülkelerin gelişmişlik düzeyiyle ilgili olsa da tüm toplumlarda genel olarak kadınların erkeklerin gerisinde kaldığı açıkça görülmektedir. Kadınların ekonomik ve sosyal açıdan ötekileştirilmesinin çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenler toplum yapısıyla yakından ilgilidir. Bunlar, erkek egemen kültürden kaynaklanan toplumsal ayrımcılık, kadınların eğitim olanaklarından yararlanma şansının daha az olması, kadın ve erkek arasındaki fizyolojik farklılıklar, yasal düzenlemelerdeki eksiklikler ve yanlışlıklar gibi nedenlerdir (Kocacık ve Gökkaya, 2005, s.195).

1.6.1. Kadın İşgücünün Karşılaştığı Sorunlar

Kadınların işgücüne katılmaları halinde, özellikle emeklilik ve yaşlılık döneminde maddi bağımsızlıklarını ve geçimlerini sağlamada zorluklarını en aza indirebilecekleri söylenebilmektedir. Kadınların erkeklere oranla gelirlerinin daha büyük bir kısmını çocukların eğitim ve sağlığına harcadıkları görülmektedir. Dolayısıyla kadınların işgücüne katılarak gelir elde etmelerinin desteklenmemesi veya çeşitli engellerle engellenmeye çalışılması, sadece kadınların değil, çocuklarının da maddi sıkıntılar içinde büyümesine ve nesilden nesile aktarılan bir yoksulluk döngüsüne neden olacaktır (AFD, 2016, s.3).

Ücret eşitsizliğinin yanı sıra yaşın da kadınların turizm sektöründe iş bulmasını zorlaştıran değişkenlerden biri olduğu belirtilmektedir. Literatürde diğer sektörlerden farklı olarak turizm sektöründe 35 yaş altı kişileri istihdam etme eğiliminin olduğu ifade edilmektedir. Özellikle turizm sektöründeki işverenlerin, belirli yaşın üzerindeki (genellikle yaş sınırı 35 yaştır) kadın başvuruları sıklıkla reddettikleri ve kadın başvuru

sahiplerinden fotoğraf talep ettikleri kaydedilmektedir (Aynalem, Birhanu ve Tesefay, 2016).

Toplumsal cinsiyet algısından kaynaklanan hem sosyal hem de beşerî nedenler, kadınların ekonomik, sosyal ve kültürel alanda üretken faaliyetlere katılımının önünde engel olarak görülmektedir. Bu nedenle cinsiyet, kadının toplumdaki dezavantajlı konumunda önemli bir faktördür (İtıl ve Akalın, 2020). Kadın istihdamında cinsiyet ayrımcılığının etkileri devam etse de, turizmin kadınlar için önemli bir istihdam kaynağı olmaya devam ettiği istatistik raporlarından ve ülkelerin gelişmişlik düzeyinden açıkça anlaşılmaktadır (Boyacıoğlu ve Elmas, 2019).

Kadınların iş hayatında cinsiyet faktörüne bağlı karşılaşmış oldukları sorunları beş ana grupta incelemek mümkündür. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz; iş bulma ve statü yükseltmede eşitsizlik, ücretlerde eşitsizlik, sosyal haklardan yararlanmada eşitsizlik, eğitim ve öğretimde eşitsizlik, cinsel tacizdir (Kocacık ve Gökkaya, 2005).

Türkiye'nin kentsel kesiminde yaşamakta olan nüfusun %13,3'ü, kırsal kesiminde yaşayan nüfusunun ise %66,5'i ücretsiz şekilde aile işçisi olarak çalıştırılmaktadır. Türkiye'deki kadınların %16'sının sağlık sigortası da bulunmamaktadır. Bu rakam 15-19 yaş grubundaki kadınlarda %31'dir. Kadınların yüzde 69'u herhangi bir sosyal güvenceye sahip değildir (GTHB, 2012). Kadınlar hem ekonomik bağımsızlıklarını kazanamadıkları için hem de sınırlı eğitim ve çalışma koşulları altında yaşadıkları için erkeklere bağımlı hale gelmektedirler (Doğan Günday, 2011, s.10).

Sosyal kalkınma sayesinde kadınlar, erkekler kadar olmasa da yeni istihdam fırsatlarına sahip olabilmektedirler. Bu değişimler sayesinde hizmet sektöründe ve diğer sektörlerde çeşitli rollerde yer alan kadınlar eğitim almaya, konularının farkına varmaya ve sektörde çalışmaya başladılar. Üstelik kadınların varlığının bilincinde olması, hizmet sektörü başta olmak üzere diğer tüm sektörlerde de istihdam olanağı bulmayı sağlamıştır (Kocacık ve Gökkaya, 2005, s.196).

Gelişmekte olan ülkelerde yaşayan kadınların işlerini ve gelirlerini sürdürme konusunda çok az güvenceleri vardır. Kadının emeğiyle erkeğin emeği kıyaslandığında bu durum açıkça görülebilmektedir. İşgücü piyasasının bölgelere ve ülkelere göre farklılık gösterdiği, kapıların kadınlara daha yavaş açıldığı dünya çapında bilinmektedir. Ekonomik hayattaki cinsiyet eşitsizliği yalnızca kadınların değil,

çevrelerindeki insanların ve dolayısıyla tüm toplumun yoksullaşmasına etki eden faktörlerden biridir. Bu nedenle kadınların karşılaştığı eşitsizliklerin giderilmesi ve işgücüne katılımlarının artırılması önemlidir (Doğan Günday, 2011, s.32).

Kadınlar sosyal hayata katılmak, kendilerini daha bağımsız hissetmek ve belki de kendilerini daha güvende hissetmek için iş hayatına katılmak istemektedirler. Ancak mevcut durum da göz önüne alındığında, iş hayatında karşılaştıkları taciz veya ağır çalışma koşulları gibi olaylar nedeniyle kadınların büyük bir kısmı geçimlik imalat, gönüllü çalışma ve evden üretim gibi kayıt dışı işlerde çalışmaktadır. Hatta bu faaliyetleriyle ekonomik kalkınmaya da büyük katkı sağlamaktadırlar. Bu nedenle bölgesel kalkınmayı sağlamak ve kadınların kendilerini güvende hissedebilecekleri bir ortamda çalışarak sosyal statülerini geliştirerek, iç tatminlerini sağlamak için kadın girişimciliğinin desteklenmesi oldukça önemlidir (Göküş, Özdemiray ve Göksel, 2013, s. 95).

Her sektörün olduğu gibi turizm sektörünün de olumsuz çalışma koşulları bulunmaktadır. Uzun çalışma saatleri, tatillerdeki fazla mesai, vardiyalı çalışma, stresli çalışma koşulları, düşük ücretli istihdam ve mevsimsellik sorunları, turizmde kadın işgücünü olumsuz etkileyebilmektedir (Ünlüönen ve Şahin, 2011, s.11).

Günümüzde kadın-erkek eşitliğinin sağlanması sorunu hem her alanda olduğu gibi çalışma hayatında, hem de ulusal ve uluslararası düzeyde ortak bir sorun haline dönüşmüştür. Ülkelerin anayasalarında hatta kanunlarında ve uluslararası belgelerinde, cinsiyet ayrımı gözetmeksizin, kadın-erkek tüm işçilere çalışma hayatının her alanında eşit fırsatlar sunmayı amaçlayan hükümler bulunmaktadır. Bu hükümlerin yanı sıra, ILO tarafından hazırlanan “İstihdam ve Meslekte Ayrımcılığın Yasaklanması”, “Eşit İşe Eşit Ücret”, “Anneliğin Korunması”, “Aile Sorunları Olan Kadınların Çalışması” başlıklı yirmiden fazla uluslararası sözleşme ve tavsiye kararı da bulunmaktadır. Örnek olarak, kadınların kamusal yaşamdaki ve bunun parçası olan çalışma yaşamındaki sorunları ve konumlarına ilişkin ülkeler tarafından belirlenen ilkeleri içeren BM çalışmaları da gösterilebilir (Kocacık ve Gökkaya, 2005, s.206).

1.6.2. Kadın Girişimcilerin Karşılaştığı Sorunlar

Kadınların girişimci olarak işgücüne katılımının, kadınlara getirdiği zorluklar ve engeller ışığında değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü kadınlar hem kadın olmaları nedeniyle hem de sosyal ve iş hayatının erkek yapısından dolayı zor şartlarda girişimcilik faaliyetlerini sürdürme çabasındadırlar. Ancak kadının iş hayatındaki varlığını sınırlayan fikirlerin ekonomik hayatta kadını pasifleştiren bir zihniyete yol açtığı söylenebilir. Buna istinaden son dönemde kadınların iş hayatında erkeklere göre daha başarılı olduğu fark edilmektedir. Bunun temel sebebi, daha önce sadece erkeklere mahsus görülen işlerde başarılı olmaları, eğitim düzeyi ve koşullar iyileştikçe erkeklerle girişimcilik konusundaki tecrübe ve bilgi farklılıklarının azalması, olaylar karşısında duyarlı, sakin ve yoğun insani ilişkilere sahip olmaları dolayısıyla daha organize hale gelmeleridir (Erdemir, 2018, s. 46-47).

Ataerkil bir toplum olan Türkiye'de, kadınların çalışabileceği yerler ve ekonomik faaliyetlere katılım olanakları oldukça sınırlıdır. Şu anda kadın girişimcilerin temel faaliyetlerinin ev işlerine, anneliğe ve kadının sorumluluklarına engel olmayacak düzeyde olduğu açıktır (Yetim, 2002). Kadın girişimcilerin işe dair fikirlerini hayata geçirirken ve kurdukları işletmeleri yürütürken çeşitli engellerle karşılaştıkları bilinmektedir. Kadın girişimcilerin iş kurarken karşılaştıkları zorluklar; iş kadını olmaya geçiş sürecinde deneyimsizlik ve bilgi eksikliği, çevrenin olumsuz tutumu, sermaye yetersizliği ve gelir elde etmede yaşanan zorluklar, nitelikli personel temininde yaşanan zorluklar, bürokratik engellerin varlığı, iş dünyasında tanınmama, sektörün gidişatına ilişkin belirsizlik ve ailevi sorunların varlığı gibi durumlar sıralanabilir (Çelik, 2018, s. 119).

Dikiş-nakış, özel yapım el örgüsü giyim, hayvancılık, halıcılık, konserve imalatı, şekerleme üretimi ve hamur işi satışı gibi ev faaliyetleri kırsal alanda kadın girişimciliğinin amatör örnekleridir. Günümüzde Türkiye'nin kırsal bölgelerindeki kadın girişimcilerin çabaları ağırlıklı olarak kalkınma faaliyetleri içeren ve kadının bireysel gelişimini hedefleyen uygulamalar (örn. halıcılık, konservecilik, evle ilgili faaliyetler) olarak kendini göstermektedir. Bu nedenle kırsal alanda bilinçli kadın girişimcilik faaliyetinden bahsetmek mümkün değildir. Kırsal kesimde kadınların girişimci olup olmadığı tartışmalı bir konudur. Çünkü Türkiye'de bir kişi resmi bir kuruma kayıtlı değilse istatistiksel olarak girişimci olarak değerlendirmenin dışında

kalmakta ve dolayısıyla hem kentsel hem de kırsal alanda kayıt dışı kalmaktadır. Aynı zamanda kadınların gerçekleştirdiği küçük faaliyetler toplum tarafından genellikle boş zaman faaliyetleri olarak değerlendirilmekte ve girişimcilik kapsamına dahil edilmemektedir. Ancak tüm bunlara rağmen girişimcinin, kadınların baştan sona tüm üretim ve hizmetlerde aktif olarak yer aldıklarını (örneğin, evde ürün üretmek, pazara sunmak, bazen küçük miktarlarda satmak, yerel kaynakların kullanımı vb.) dikkate almak gerekmektedir. Kırsal kesimdeki kadınların da sorumluluk alma, karar verme, izleme ve kontrolde söz sahibi olmaları dikkate alınarak girişimci olarak kabul edilmesi gerektiği değerlendirilmelidir (Soysal, 2013, s.170).

Kadınların maddi güvencelerini kanıtlayacak mali kayıtları bulunmadığından çoğu zaman kredi kuruluşlarının hizmetlerine erişememektedirler. Kredi kuruluşları, iş tecrübeleri, piyasa koşulları, üretilen mal veya verilen hizmetin yapısı gibi konularda bilgileri talep etmekte; Kadınların çoğu bu tür bilgilere sahip olmadıkları için girişimci olmak istediklerinde, iş ortağı bulmak, eşlerinden destek almak ya da kendi birikimlerini kullanmak zorunda kalabilmektedir (Güney, 2006, s.39).

Kırsal kesimde yaşamakta olan kadınların eğitim düzeyinin yetersiz olması, örgün ve yaygın eğitim olanaklarının sınırlı olması girişimcilik faaliyetlerini yürütürken karşılaştıkları önemli sorunlardır. Bu sorunun çözümü için kırsal kesimdeki genç kızların eğitim alması teşvik edilmelidir. Ayrıca köylerde yaşamakta olan kadınlara, bilgi ve becerilerini artıracak gelir getirici faaliyetlere yönelik, mesleki eğitim kursları düzenlenerek kadın girişimci olma konusundaki eksiklikleri giderilmeli, kendi işlerini kuran kadınlara yönelik pazarlama ve satış faaliyetlerini de içeren kapsamlı eğitim programları geliştirilmelidir (Karaturhan, Ünsal, Issabek & Güler, 2017, s.90).

ABD'de yapılan araştırmalar, serbest meslek sahibi kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri arasında kararları kontrol etme isteği ve bağımsızlık isteği gibi çekici faktörlerin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda kadınlar genellikle girişimcilik amacıyla iş kurmakta ancak çok az sayıda kadın ücretli işte cinsiyet ayrımcılığı nedeniyle iş kurduğunu söylemektedir (Hughes, 2003, ss.435-436).

Türkiye'de erkekler, özellikle eşler, kadınların iş kurmasını kendi egemenliklerine saldırı, statü ve itibar kaybı olarak görmektedir. Ataerkil bir kültürel kod yapısına sahip olan Türk toplumunun kültürü, kadınları girişimci olmaya teşvik edecek bir yapıda değildir. Kültür, kadının genel olarak iş hayatında, özel olarak ise

girişimcilik hayatında ikincil konumda olmasında önemli bir yere sahiptir. Kùltür ve toplum; erkekleri iş kurmaya teşvik ederken, kadınlar için de caydırıcı olabilmektedir. Kadın girişimciliğinin önündeki en önemli engellerden biri, kadınların kùltürel ve sosyal çevredeki rollerinin kalıplaşmış olmasıdır. Bu durum kadın girişimciliğinin az olmasını da etkilemektedir (Ersezer ve Gümüş, 2021, s.211).

Gelişmiş ùlkeler gibi gelişmekte olan ùlkelerde de cinsiyet eşitliği yasal normlarda yer almasına rağmen sosyo-ekonomik nedenlerden dolayı kadınlar toplumda geri plana itilmektedir (Doğan Günday, 2011). Gelişmekte olan ùlkelerde; kadınların işgücüne katılımının önündeki eğitim eksikliği, toplumsal önyargılar ve cinsiyet ayrımcılığı gibi engeller ancak kadın girişimciliğinin desteklenmesiyle aşılabilmektedir (Soysal, 2013, s.163).

Ekonomik ve sosyal yaşamda daha fazla yer kazanmak isteyen kadınlar çeşitli engellerle karşılaşıyor. Ekonomik ve sosyal hayatta var olabileceğini kanıtlayan kadınlar, bu tür sorunlarla uğraşmak yerine çeşitli sorunlarla karşılaşmaya başlamışlardır. Kadın girişimcilerin iş kurarken en sık karşılaştıkları sorunlar; toplumun kadına ilişkin değer yargıları, bilgi eksikliği ve finansal düzensizliklerdir. Kadınların iş kurduktan sonra karşılaştıkları en yaygın sorunlar; rol çatışması, kendinden şüphe duyma, başarısızlık beklentisi, geleneksel toplumsal baskı ve iş deneyimi eksikliğidir. Bu sorunların yanı sıra yüksek kiraların, personel bulma ve pazarlama sorunlarının da önemli sorunlar oluşturduğu ileri sür÷lmektedir. Kadın girişimcileri etkileyen en önemli konulardan biri iş dünyasındaki adaletsiz ve rekabetçi ortamdır. Kadın girişimcilerin işlerinin önemli bir kısmının mikro işletme düzeyinde olması nedeniyle iş dünyasında dür÷st olmayan rekabetle karşı karşıya kaldıkları gör÷lmektedir. Bu durum kadınlara ait birçok işletmeyi olumsuz etkilemekte ve özellikle devamlılığının sağlanamaması nedeniyle kısa sürede kapanmalarına yol açmaktadır (Ersezer ve Gümüş, 2021, s.212). KAGİDER'e (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) göre kadınların yönetimde karşılaştığı engeller şöyle sıralanıyor; ataerkil toplumsal değerler ve geleneksel roller, cinsiyet ayrımcılığı, ekonomik özgürlüğün faydalarına inanç eksikliği, özgüven, iş korkusu, başarı ve zirve korkusu, “kraliçe arı sendromu” ya da yalnızlık arzusu, cam tavan sendromu, ay ışığı sorunu, mobbing, geniş açıdan bakabilme yeteneği, analitik bir bakış açısidir (Türkkan, 2010).

1.6.3. Cam Tavan Sendromu

“Cam tavan”, kadınların yönetim hiyerarşisinde yukarı çıkmaya çalışırken karşılaştıkları şeffaf engeli karakterize etmek için kullanılan bir metafordur (Powell ve Butterfield, 2015). Cam tavan kelimesi ilk kez 1970'li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde, kadınların yeteneklerini ve başarılarını göz ardı ederek üst düzey yöneticilik pozisyonlarına ulaşmalarını engelleyen davranışsal ve organizasyonel önyargılardan kaynaklanan kırılmaz, görünmez, yapay engelleri tanımlamak için kullanılmıştır (Wirth, 2001, s.1).

“Kadının yeri evidir, kadın öncelikle annedir, kadınlar erkeklere göre daha duygusaldır, bu nedenle iş hayatında başarılı olamazlar” gibi kalıplaşmış önyargıların günümüzde hala çok yaygın ve canlı olduğu inkâr edilemez durumdadır. Kadınların çalışma hayatına girişini etkileyen sosyal ve entelektüel faktörler, iş bulmayı başarsalar bile kadınların çalışma hayatında ayrımcılığa uğramasına kapı açmaktadır (Tekeli, 2019, s.185).

Kadın çalışanlar kendi engellerini aşip fark yaratabilirken, cam tavanı etkileyebilecek organizasyonel faktörlerin ortadan kaldırılması ancak işletme sahiplerinin ve yöneticilerinin uyması gereken strateji ve politikalarla mümkün olacaktır. Cam tavanı etkileyen örgütsel faktörler şu şekilde sıralanabilir: Örgüt kültürü, örgüt iklimi, örgüt politikaları, fırsat eşitliğinin olmaması, mentor eksikliği, iş hayatında kadın algısı, çalışanların iletişim ağlarına katılamaması, erkeklerin yarattığı engeller, kadın yöneticilerin yarattığı engellerdir (Aşık, 2014).

1.6.4. Kraliçe Arı Sendromu

Kraliçe arı sendromu yaşayan kadınlar, genç kadınların yetkinliğini ve hırslarını hafife alabilir, kadınları düşmanları olarak görebilir, diğer kadınların aynı kariyer başarısını elde etmesini engelleyebilir, fırsat eşitliği çabalarına mentorluk yapma veya destekleme konusunda isteksiz olabilir ve işyerinde benzersiz konumlarını koruma arzusu hissedebilir (Ellemers, 2014).

Johnson ve Helm (2011), bankalarda çalışan kadınların kraliçe arı deneyimlerini incelemiş ve statüsü yüksek kadın yöneticilerin diğer kadınlara yardım etme olasılıklarının daha düşük olduğunu ve daha rekabetçi tutumlar sergilediklerini tespit

etmiştir. Araştırmaya göre üst düzey kadın yöneticiler kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmekte ve bu durum diğer kadınların güçlenip onları aşması için bir tehlike olarak görülebilmektedir. Çünkü zor yoldan zirveye çıkan bir kadın yönetici, diğer kadınların da çok çalışıp tek başına mücadele etmesi gerektiğine inanır. Ayrıca araştırmacılara göre kadınlar, kendi kişisel tarzlarına bağlı kalmak yerine erkeksi özellikler ve davranışları benimseme tuzağına düşme tehlikesinin farkında olmalı ve iş yerinde cinsiyet farklılıklarının önemi vurgulanmalıdır.

Erkek egemen örgüt kültürlerine (yönetim pozisyonlarının çoğunluğunun erkeklerde olduğu örgütler) uyum sağlayan ve diğer kadınlardan uzaklaşıp bireysel başarıya ulaşan kadınlara "kraliçe arılar" adı verilmektedir. Kadınlar kraliçe arı olmanın üç yolunu seçebilirler: kendilerini erkek olarak sunmak (rol yapmak), fiziksel ve psikolojik olarak diğer kadınlardan uzaklaşmak ve mevcut cinsiyet hiyerarşisini (erkek egemenliği) onaylamak ve meşrulaştırmak (Derks, Laar, Ellemers, 2015, s.457).

1.6.5. Ay Işığı Sorunu

Ay ışığı sorunu, düzenli olarak çalışan kişinin yarı zamanlı başka bir işte veya asıl işi dışında başka bir işte çalışması sonucu ortaya çıkan sorundur. İstikrarsız çalışma koşulları, ekonomik değişimler, bireyin asıl işinin maddi ve manevi doyumunu sağlayamaması, hobileri, yatırımları, kendi işini yaratma ve deneyim kazanma arzusu gibi nedenlerle işçinin ikinci hatta üçüncü işte çalışması olarak da tanımlanabilmektedir. Kariyer sorunu, kişinin asıl işinde harcaması gereken enerjiyi başka işlere harcaması nedeniyle verimliliğin azalması, işe geç gitme, işten erken ayrılma, devamsızlık ve işe sadakatsizliğe neden olabilmekte ve sonuç olarak iş verimliliğini azaltabilmektedir (Aytaç, 2005; Sangwan, 2014; Özkan, 2015; Bozkurt, 2019).

Bir kişinin ikinci işi birincisiyle örtüşebilir veya örtüşmeyebilir; geçici veya kalıcı olması da mümkündür. Kısa süreli iş deneyimi, nakit faydalar, yeni beceriler öğrenme, kariyer fırsatları, iş güvenliği ve kendi işinizi kurma ihtiyacı, ay ışığı sorunu yaratabilir. İkinci işi olan kişiler, yüksek hırs ve enerjiye sahip, kendini adanmış kişiler olarak tanımlanabilir. Ay ışığıyla desteklenen bu yaklaşım, yoksun bırakılmaktan ziyade güçlendirmeyi, geliştirmeyi ve ilerlemeyi amaçlamaktadır (Kisumano ve Wa-Mbaleka, 2017).

İş görenler, ikinci veya üçüncü bir iş aracılığıyla, kuruluşlarına fayda sağlayabilecek yeni beceriler öğrenebileceği gibi, başka bir kuruluştaki iş becerilerini de geliştirebilirler. İşletmelerin ikinci işleri yapmasına izin vermek, çalışanları elde tutmaya yardımcı olabilir ve çalışanlar, her ikisini de dengede tutabilirlerse başka bir iş arama konusunda isteksiz olabilirler (Banarjee, 2012, s.98). Ancak çoğu durumda yöneticiler, asıl işinin yanında ikinci bir işte çalıştığını öğrendikleri çalışanlara daha fazla iş ve sorumluluk yüklemekte, bu da onların daha fazla yorulmasına, dolayısıyla çalışanların moral ve motivasyonunun düşmesine neden olmaktadır. Kuruluşların bu şekilde çalışmasının temel nedeni, çalışanların emeğinin ve çabalarının bölünmesi, bunun da düşük üretkenliğe, devamsızlığa ve işe bağlılığın azalmasına yol açabilmesidir ve bu çalışanların sıklıkla işten çıkarılma tehdidiyle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Bazı kuruluşlar doğrudan rakipleri olmadığı sürece bu duruma tolerans gösterebilmektedir (Demirel, 2019, s.108).

Ay ışığına maruz kalan çalışanlar, ikinci veya üçüncü bir işe girerek kuruluşlarına fayda sağlayacak yeni beceriler öğrenebileceği gibi, başka bir kuruluştaki mesleki becerilerini de geliştirebilirler. İşletmelerin ikinci işleri yapmasına izin vermesi, çalışanları elde tutmaya yardımcı olabilir ve çalışanlar, her ikisini de dengede tutabilirlerse başka bir iş arama konusunda isteksiz olabilirler (Banarjee, 2012, s.98). Ancak çoğu durumda yöneticiler, asıl işinin yanında ikinci bir işte çalıştığını öğrenen çalışanlara daha fazla iş ve sorumluluk vermekte, bu da onların daha fazla yorulmasına, dolayısıyla çalışanların moral ve motivasyonunun düşmesine neden olmaktadır. Kuruluşların bu şekilde çalışmasının temel nedeni, çalışanların emeğinin ve çabalarının bölünmesi, bunun da düşük üretkenliğe, devamsızlığa ve işe bağlılığın azalmasına yol açabilmesi düşüncesidir ve çalışanlar sıklıkla işten çıkarılma tehdidiyle karşı karşıyadır. Bazı kuruluşlar doğrudan rakipleri olmadığı sürece bu duruma tolerans gösterebilmektedir (Demirel, 2019, s.108).

1.6.6. Mentor Eksikliği

Günümüzün küresel dünyasındaki dalgalanmalar ve belirsizlik, işletmeleri, çalışanlarının becerilerini geliştirmeye ve arttırmaya, yetenekli çalışanları işletmede tutmaya zorlamaktadır. Bu bağlamda işletmelerin zorunlu uygulamalarla kariyer geliştirmeyi hedefleyen stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir (Arora ve Rangnekar,

2014, s.205). Eğitim, ilerleme ve işte yükselme için sınırlı fırsatlara sahip olan küçük konaklama işletmelerindeki çalışanlar, hizmet sunumunda çeşitli zorluklarla karşılaşabilmektedir. Çalışanların bu zorlukların üstesinden gelmesine, rol stresini, iş tatminsizliğini ve işten ayrılma niyetini azaltmasına, bu tür organizasyonlarda kariyer geliştirmeye teşvik etmesi yardımcı olmak için benimsenebilecek stratejilerden biri de mentorluktur (Kim, Im, Hwang, 2015).

Mentorluk, yaşlı, deneyimli bir kişinin (mentor), genç, deneyimsiz bir kişiye (mentee) kariyerini geliştirmesine yardımcı olabileceği bir ilişkidir. Mentor, mentee ile aynı organizasyonda çalışabilir veya çalışmayabilir ve mentor, mentee ile aynı hiyerarşiye veya mesleğe ait olabilir veya olmayabilir (Ragins ve Kram, 2007, s. 5).

Başka bir tanıma göre mentorluk; entelektüel, bilimsel, sosyal, mesleki ve ailevi konularda tecrübesiz olan bir kişinin kendisini geliştirmesi, öğrenme düzeyini artırması ve başarıya ulaşması amacıyla daha bilgili ve deneyimli bir kişiyle aktif iş birliği yapma durumudur (Atak, 2014). Bazen daha genç bir çalışan daha yaşlı bir kişiye rehberlik edebilir, buna ters rehberlik de denmektedir. Özellikle teknolojik konularda yaşlıları destekleyen gençlerin konumu günümüzde önemli ölçüde artmaktadır. Ayrıca benzer özelliklere sahip bireylerin birbirine destek ve paylaşımını içeren akran mentorluğu ile grup içinde farklı türde desteği ve bilgi paylaşımını kapsayan takım mentorluğu da mümkündür (Bozkurt, 2019, s.68).

Bir mentorun diğer bir menteenin gelişimini kolaylaştırmak için sahip olması gereken bazı özellikler vardır. Bunlar: Teşvik etme yeteneği, ilham verme, aktif dinleme, hedefleri ve mevcut gerçekliği belirleme, yetenekleri geliştirme, öğretme, geri bildirim verme, güven oluşturma, risk yönetimi, menteelere meslektaşları, yöneticileri veya müşterileri ile etkileşimde bulunma fırsatları sağlamak, menteelerin yetenek ve deneyimlerinin fark edilir olduğundan emin olmaktır (Jones, 2003).

Mentorluk yeterliliğine sahip kişileri aktif olarak mentorluğa ihtiyaç duyan kişilerle buluşturan mentorluk sürecinin çok fazla kariyer faydası vardır. Menteenin kişisel öğrenmesini ve yetkinliklerini arttıracak mentorluk programları, yalnızca çalışanların işlerini etkili bir şekilde yapmalarını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kariyer yollarını şekillendirmelerine de yardımcı olmaktadır (Arora ve Rangnekar, 2014).

Kökeni Yunan mitolojisine uzanan mentorluk kavramı, gençlere rehberlik eden veya tavsiyelerde bulunan, onları kanatları altına alan yönetici veya üst düzey çalışanlar gibi resmi olmayan biçimleri içermekteydi ve bu sürecin sonuçları rastgele, yapılandırılmamış ve herhangi bir sözleşmeyle korunmayıp rastlantıya dayanmaktaydı. Fakat son dönemlerde mentorluk daha net, organizasyonel odaklı ve yapılandırılmış hale geldi ve önemli bir yönetim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuruluşlar, insan kaynaklarından ve/veya eğitimden sorumlu bir kişinin, genellikle belirli proje hedeflerini göz önünde bulundurarak, öğrencilerle mentorluk yaptığı resmi mentorluk planları oluşturur. Temel amaç, çalışanların becerilerinin geliştirilmesini sağlayarak organizasyonu geliştirecek faydalar yaratmaktır (Nankivell ve Shoolbred, 1997, s.100).

Mentorluk, kaynağı insan olan otel sektöründe arzu edilen ve oldukça işlevsel bir uygulamadır. İşletmeler, çalışanları desteklemek, kariyer adımlarını göstermek, motive etmek ve tatmin etmek, gelişimlerini takip etmek aynı zamanda rehberlik etmek amacıyla mentorluk uygulamalarını işlevsel olarak hayata geçirmekten faydalanacaklardır (Türkay, 2015, s.405).

1.6.7. Göstermelik Ödün Verme (Tokenizm)

Kariyer engeli olarak görülen "tokenizm" kavramı, özellikle azınlık gruplara ve her gruptaki kadınlara karşı yükümlülüklerini son derece sınırlı bir çaba veya jestle, erkek egemen iktidarda veya erkeklerin hakim olduğu kurumsal düzenlemelerde herhangi bir değişikliğe yol açmayacak şekilde yerine getirme çabası olarak ifade edilmektedir. Tokenizm, din, dil, ırk, yaş, engellilik, farklılık ya da etnik kimliğe duyarsızlık suçlamalarından kurtulmak için bir kişinin veya çok sayıda kişinin bir kuruluş tarafından işe alınmasını tanımlamak için kullanılır (Garey, 1991, s.228).

1.6.8. Mobbing

Mobbing kavramı, bir meslektaşına veya gruba karşı kasıtlı olarak ve tekrar tekrar uygulanan sözlü saldırı, taciz, zorbalık, bilgisiz davranış ve psikolojik şiddet olarak tanımlanmaktadır (Leymann, 1990, s. 119-126).

Çalışanlara fiziksel ve ruhsal zararlar verebilen, örgütsel verimliliği azaltabilen mobbing olgusu, son yıllarda örgütlerde hızla yaygınlaşmakta olup, bu olguyla ilgili

nedenler, sonuçlar ve mücadele yöntemlerinin özellikle hizmet üreten işletmeler, örneğin otel işletmeleri perspektifinden ciddiye alınması gerekmektedir (Sandybayev, 2014, ss. 14-24).

Örgütlerde mobbing sürecine katılan kişiler; psikolojik şiddet uygulayanlar (saldırganlar, tacizciler), işyerinde zorbalığa uğrayanlar (mağdurlar) ve psikolojik şiddeti gözlemleyenlerdir (tanıklar). Mobbingin en temel amacı, mağdur üzerinde saldırganın üstünlük sağlamak istemesi ve o kişiyi kendine tabi kılarak kişiliğini öldürmeye çalışmasıdır (Koçoğlu, 2015, s.99).

Mobbinge maruz kalmak sadece mağdur olan çalışanları değil aynı zamanda tüm işletmenin işleyişini ve çalışma ekibini olumsuz yönde etkilemektedir. Psikolojik istismara sürekli olarak maruz kalan çalışanlarda stres, kaygı bozukluğu, depresyon, konsantrasyon, takıntılar, baş ağrıları, kalp ve metabolizma bozuklukları gibi sorunlar yaşanabilir, bunlar çalışanın iş performansını düşürerek işten ayrılmak istemesine neden olabilmektedir (Divincova ve Sivakova, 2014).

Psikolojik istismarın yanı sıra, organizasyonda zaman kaybı, verimliliğin azalması, işin nitelik ve niceliğinin azalması, personel değişiminin artması, yeni çalışanların eğitim ve işe adaptasyon maliyetleri, sigorta ve tazminat talepleri, sağlık masraflarının artması, hastalık nedeniyle izinlerin ve devamsızlıkların artması, ekipleri artırdı. Operasyonların aksaması, marka imajının zedelenmesi ve müşteri memnuniyetinin azalması gibi olumsuz sonuçları da ortaya çıkabilmektedir. (Altıntaş, 2014, s.309).

Ayrıca, psikolojik istismara maruz kalan çalışanlar işletmede maruz kalabilecekleri kişiler veya işlemler hakkında bilgilendirilmeli, çalışma kurallarında psikolojik istismara ilişkin hükümlere yer verilmeli, disiplin suçları ve cezaları bir mevzuat oluşturularak düzenlenmeli, caydırıcılığı güçlendirmeli, doktorları ve iş güvenliği uzmanlarını bilgilendirmeli, iş güvenliği uzmanlarını eğitmeli, iş görenlere destek sağlamalıdır (Koçoğlu, 2015, s.107).

Mobbingin önlenmesi amacıyla yöneticilere olduğu kadar çalışanlara da belirli sorumluluklar verilmektedir. Çalışanların istihdam haklarını öğrenmeleri, bu hakları dikkatle incelemeleri, gerektiğinde kendilerini koruyabilmeleri, kişisel bilgi ve becerilerini, yeteneklerini geliştirerek özgüvenlerini arttırabilmeleri, mağdur zihniyetinden kurtulup kontrollü ilerlemeleri gerekmektedir (Mizrahi, 2013, s.448).

1.6.9. İş ve Aile Çatışması

İş-aile çatışması, rol sorumluluklarının ve/veya iş ve aileden gelen baskıların uyumsuz olduğu ve çalışanın iş ve aile yaşamının kalitesini olumsuz yönde etkileyen bir tür roller arası çatışma olarak tanımlanmaktadır. (Greenhaus ve Beutell, 1985; Ballout, 2006).

İnsanların hayatta farklı rolleri vardır. Özellikle çalışan kişilerin aynı anda birden fazla rol üstlenmesi, örneğin bir örgütün üyesi, eşi, ebeveyni, kişinin bazı rollerdeki başarısı ya da başarısızlığı ilişkilerinin kalitesini etkilemekte, kişi ciddi bir rolle karşı karşıya kalmaktadır. Çatışmalar, rol karmaşası ya da belirsizliklerle boğuşarak hayattan alabilecekleri ile mücadele etmektedir (Güzel ve Özgül, 2014; Demirel, 2019).

Daha önce yapılmış araştırmalara göre, iş-aile çatışmasının iş tatminini azalttığı (Boles ve Barry, 1996) ve işten ayrılma eğiliminin artması gibi bir dizi olumsuz iş tutumu ve sonuçlarıyla ilişkili olduğunu ileri sürmektedir (Good ve diğerleri, 1988). Buna benzer olarak iş-aile çatışması ile iş tatminsizliği, stres ve işten ayrılma niyeti arasında da ilişki olduğunu belirterek, gözlemlenen ilişkilerin kadın ve erkekler arasında farklılık göstermediğini vurgulamaktadır (Anderson vd., 2002).

Bir rolün gerektirdikleri, başka bir rolü yerine getirmeyi zorlaştırabilir, dolayısıyla bir rolde başarılı olma arzusu, diğer bir rolde başarı kaygısını artırabilmektedir. Kişinin seçtiği işte ilerlemeyi ve başarılı olmayı istemesi, hayatının önemli bir kısmını buna ayırması, aile ile ilgili sorumluluklarını yerine getirmesini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. İş ile aile yaşamının taleplerini dengede tutmak için çabalayan çalışanlar arasında, özellikle de aynı anda çalışan eşler arasında daha sık iş-aile çatışması ortaya çıkabilmektedir (Ballout, 2008).

Martins ve diğerleri (2002), iş-aile çatışmasının daha çok kariyer tatmini ile negatif ilişki içerisinde olduğunu ve iş-aile çatışmasının özellikle kadınların ve yaşlı kadın-erkek yöneticilerin kariyer tatmini ile daha negatif ilişkili olabileceğini ortaya koymuşlardır.

Kıtlık yaklaşımı, bireylerin zamanının ve enerjisinin çok sınırlı olduğunu ve ikili rollerdeki çalışanların, rollerini yerine getirmeleri için gerekli kaynakların da eksikliği sebebiyle iş-aile çatışması yaşamaya mahkum olduklarını varsaymaktadır.

Önemli olan, bireylerin ya da çiftlerin talepleri veya sorumlulukları dengelerken işi ve aileyi nasıl dengeleyebilecekleridir. (Kundu vd., 2016).

Kimi araştırmacılar, çalışanların işyerindeki iş kültürü, işin doğası, esnek çalışma saatleri, özerklik, çalışma ortamı, uzaktan çalışma, akran desteği, iş arkadaşlarının desteği gibi bir dizi işyeri stratejisi aracılığıyla kendi çalışma sınırlarını belirleme özgürlüğüne sahip olabileceğini savunmaktadır. Bu şekilde iş ve yaşam dengesini sağlanabileceğini ve iş-aile çatışmalarının azaltılabileceğini vurgulamaktadırlar (Kundu ve Vora, 2004; Haddock vd., 2006; Michel vd., 2009; Abstein ve Spieth, 2014).

Turizm sektöründeki mevsimsel yapı, özel gün ve hafta sonları yoğun işlerde çalışma zorunluluğu, çalışma saatlerinin esnekliği, çalışanlarda stres, gerginlik ve dengesizlik yaratıp onları yorabilir, iş-aile çatışmasına sebebiyet vererek, kişinin özel hayatını olumsuz etkileyerek, iş hayatında zorluklara neden olabilmektedir. Mesleki verimliliği azaltan ve işten ayrılma niyetini artıran iş-aile çatışmasını önlemenin yolu işletmeye destek ve çözüm odaklılık sağlamaktır. Çalışanların kariyer gelişimine yönelik istek ve çabalarını desteklemek, çalışma programları geliştirmek, yönetim ve danışma birimleri, kreşler vb. fırsatların sağlanması, zaman ve esneklik yaratılması, emek yoğun sektörde iş görenin hata yapmaksızın üretmesini sağlayacaktır. (Güzel ve Özgül, 2014).

Özellikle kadınların ekonomik sorunlar nedeniyle ev ve aile sorumluluklarının yanı sıra çalışma hayatındaki sorumluluklarını da üstlenerek çalışması, onları ikincil işgücü konumuna düşürmekte ve kadınların ikincil işçi olarak görülmesine neden olmaktadır. İkinci sınıf işgücü sayılan kadınlar iş bulma, işten çıkarmalar, çalışma koşulları, terfiler, taciz ve erken emeklilik gibi birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır (Karakılıç, 2009).

1.6.10. Ataerkil Toplum Yapısı

Kadınların kamusal yaşamdaki rolünü anlamak için kadınların geleneksel yapılarla ilişkisini analiz etmek önemlidir. Erkek egemen bir toplumda, erkeklerin kadınları kontrol etme konusundaki sistematik, kurumsallaşmış hakkı, toplumdaki kurumsallaşmış gücün belirginleşmesiyle doğru orantılı olarak işler (Aktaş, 2013, s.53).

1972'de Cinsiyet kavramı ilk kez Ann Oakley tarafından kullanılmış ve erkeklikle kadınlık arasında eşit olmayan toplumsal ayrıma işaret etmiştir. Toplumun kültürel değerleri cinsiyet rollerini etkilenmektedir (Çalışır, 2018, s.1). Feminist teoride kadınların çalışma hayatına sınırlı katılımı ve ikincil konumları analiz edilirken ataerkillik ve cinsiyete dayalı iş bölümü vurgulanmaktadır (Özçatal, 2011, s.22). İçinde bulunduğumuz kültürde kadınlık, eğitim, yaş ve sınıf gibi değişkenlerden bağımsız olarak esasen “ev” üzerinden tanımlanmaktadır. Böylece ev işleri ve ev, kadın öznelliğinin inşasını anlamak için en önemli alanlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Ev ve ev işlerine yönelik tutumlar her kadın için son derece önemli olmakla birlikte kadının sınıfına, durumuna, kuşağına ve eğitim seviyesine göre değişmektedir (Bora, 2011).

1.6.11. Cinsiyet Ayrımcılığı

Cinsiyet kavramı, kadın-erkek arasındaki farklılıkların yalnızca biyolojik farklılıklar olmadığını vurgulayarak, bu biyolojik farklılıklardan kaynaklanan sosyokültürel değerlerin yaratmış olduğu farklılıkları ifade etmek için kullanılmaktadır. Dolayısıyla kadınlık ve erkeklik kavramlarının doğasında bulunan davranış, roller ve kişilik özellikleri gibi cinsiyet kategorileri aslında bir takım sosyal ve kültürel yapılar aracılığıyla oluşturulan kategorilerdir. Bu kategoriler, toplumsal olarak inşa edildiği ölçüde evrensel ve sabit tanımlarla sınırlı değildir; aksine toplumsal değişim süreci içinde değişip, dönüşmektedirler (Dedeoğlu, 2000, s.142).

“Türkiye’de kadın-erkek eşitliğini teşvik etmeye yönelik çalışmalar sayesinde, gerekli altyapının nispeten daha uygun hale gelmesiyle kadınlar istihdam ve eğitim alanlarında varlıklarını daha net hissettirebilmişlerdir. Özellikle sosyo-kültürel yapı değiştikçe geleneksel rol ve statülerinden sıyrılabilen kadınların kendi özelliklerine, niteliklerine ve ideallerine uygun bir meslek seçmeleri, o mesleği icra etmek için gerekli mesleki alanda eğitim almaları ve bazı kazanımlar elde etmeleri normal bir beklenti haline gelmiştir. Anayasa'nın 10. maddesine dayanılarak mevcut kanunların kadına karşı ayrımcılık yapan bazı hükümleri büyük ölçüde değiştirilerek geçersiz ilan edilmiş, hatta kadınlara karşı pozitif ayrımcılık öngören bazı yeni hükümler uygulamaya konulmuştur. Ancak kadınların erkeklerle eşit olması şeklindeki bu kanun önünde/kağıt üzerinde eşitlik koşulunun karşı cins/koca tarafından gerçekte ne ölçüde onaylanıp

kabul edileceği de üzerinde düşünülmesi tartışılması gereken bir konudur (Gürol, 2007, s.147).

Hizmet sektörü, özellikle bankacılık, konaklama, seyahat ve ulaşım, kumarhaneler vb. alt kademelerinde cinsiyet ayrımcılığının kadınlar lehine yapıldığı bilinmektedir. Bu alanda iletişim becerisi yüksek, genç, bakımlı kadınların tercih edilmesinin nedeni, müşterilere doğrudan hizmet satmaları, müşterilerin çoğunlukla erkeklerden oluşması ve kadınların karşı cinsi ikna etme becerisinin daha fazla olmasıdır (Demir, 2011, s.767). Kadınların her sektörde karşılaştığı bu toplumsal cinsiyet mücadelesinin temelini toplumsal cinsiyet algısı oluşturmaktadır. Dünyada en fazla istihdam yaratan önemli sektörlerden biri turizm sektörü olduğundan, bu alanda cinsiyet eşitsizliği çok belirgindir (Tekin, 2017).

Turizm sektöründeki işlerin çoğu "kadınsı" olarak kabul edildiğinden ve ev işlerinin bir uzantısı olduğundan (örneğin yemek pişirme, yatak yapma, temizlik, servis yapma, karşılama vb.) bu sektörde kadın işgücü tercih edilme sebebidir. Bu nedenle bu sektör sadece 'emek yoğun' değil, aynı zamanda 'kadın-yoğun' dur. Bu sektör kadıncıl (dişileştirilmiş), düşük ücretli ve güvensiz olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca kadınların çoğunun alt düzey pozisyonlarda çalıştığı da bilinmektedir. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizmde sektöründe de işgücü piyasası açısından önemli bir "dikey" ve "yatay" cinsiyet farkı bulunmaktadır: Kadın ve erkek ayrımı yapan cinsiyetçiliğin derecesi, yatay olarak iş türleri açısından, dikey olarak ise terfi etme şansı açısından açıklanmaktadır. Turizm sektöründe yatay olarak kadın ve erkekler farklı pozisyonlarda çalışmaktadır. Dikey olarak turizm sektöründe tipik "cinsiyet piramidi" hakimdir; kilit liderlik pozisyonlarına erkekler hakimken, kadınlar sınırlı kariyer fırsatlarına sahip alt düzey pozisyonlarda yoğunlaşıyor. Turizm sektöründe çalışan kadınların yüzdesi yüksektir ancak genel olarak kadınların sorumlulukları vasıfsız, düşük ücretli işlerle sınırlı kalmaktadır (Uğuz ve Topbaş, 2014, s.498).

Dalkıranoglu ve Çetinel (2008), turizm sektöründeki otel bölüm yöneticilerinin cinsiyet ayrımcılığına yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi tartışmışlardır. Araştırma İstanbul'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otelleri kapsamaktadır. Erkek ve kadın yöneticilerin çalıştıkları yerde cinsiyet ayrımcılığına tolerans göstermemelerine rağmen, kadın astlarına karşı uygulamada ayrımcı tutumlar geliştirebildikleri gözlemlenmiştir. Sonuç olarak bu çalışmada, erkek ve kadın yöneticilerin, cinsiyet

ayrımcılığına yönelik tutumlarının çoğunda benzer olduğu ancak erkek yöneticilerin kadınları iş performansı açısından daha az yetkin olarak algıladıkları ortaya çıkmıştır.

1.6.12. Taciz

Örgüt içerisinde çeşitli nedenlerle ortaya çıkan cinsel taciz, iş dünyasının en önemli sorunlarından biri haline gelmiştir. Cinsel taciz kanunlarda tanımlanmış olup beş türden oluşmaktadır: Sözlü taciz (saldırgan veya müstehcen söz), sözsüz veya jestle taciz (alaycı bakışlar, imalar), görsel, fiziksel ve psikolojik tacizdir (Gülseç, 2013, s.22 aktaran Demirkol ve Oğuz, 2019, s.134).

Cinsel taciz, bir kişiden işe girmek veya terfi almak için cinsel tavizler vermesi veya fedakarlıklar yapmasının beklendiği veya bu amaca ulaşmak için baskı ve korkunun kullanıldığı durumları ifade etmektedir. Cinsel taciz ortamında, insanlar için iş hayatı çekilmez bir ortam haline gelmekte ve buna rağmen işini bırakmayanlarda işini kaybetme korkusu yaratmaktadır (Gürol, 2000, ss.220-221). Türkiye'de yapılan araştırmalar, çalışan kadınların %14'ünün iş yerinde cinsel tacize maruz kaldığını göstermektedir. Eğitim sektöründe çalışan kadınların %15'inin, gıda sektöründe çalışanların ise %11'inin, hemşirelerin %41'inin, doktorların %23'ünün cinsel tacize maruz kaldığını, araştırmalar cinsel tacizin Türkiye'de daha yaygın olduğunu göstermektedir (Özkazanç, 2012, s.23).

Mobbing üzerine çalışmalar yapan araştırmacılar, bu olguyu tek kelimeyle ifade etmek yerine mobbing kavramının Türkçede karşılığını "işyerinde psikolojik terör", "işyerinde psikolojik taciz", "işyerinde psikolojik şiddet", "işyerinde korkutma amaçlı saldırı", "işyerinde duygusal taciz", "işyerinde manevi taciz", "işyerinde zorbalık", "zorbalık" ve "psikolojik taciz" sözcüklerini kullanarak bunu yaygınlaştırmaya çalışmışlardır (Çobanoğlu, 2005).

İşyerinde ortaya çıkan her kişisel çatışmanın ya da işverenin sert yaklaşımının psikolojik bir taciz olmadığı bilinmektedir. Herhangi bir olayın, psikolojik taciz olarak kabul edilebilmesi için sürekli olması, sistematik olması, ısrarcı ve artan nitelikte olması, mağdurun kendini savunamayacak durumda olması veya güçsüz hale getirilmesi ve mağdura zarar verme amacını taşıması, mağdurun korkutma yoluyla geri

çekilmesi, etkisiz hale gelmesi, işten ayrılması veya istifa etmesi gerekmektedir (Özkazanç, 2012, s.2).

1.6.13. Eğitim Eksiklikleri

Eğitimin, kadının yaşam standardını ve statüsünü geliştiren, onları aşağılık statüden kurtaran ve bireysel özgürlük kazanmasını sağlayan vazgeçilmez bir unsur olduğu söylenebilir (Sipahi, 1997, s.67). Her ne kadar kişilerin kendi işini kurmaları için örgün eğitim almaları gerekmesede özellikle girişimcilik veya yönetim bilimleri alanlarının birinde eğitim almış olması çok önemli bir avantajdır (Doğramacı, 1997, s.129).

Sınırlı eğitim ve çalışma koşullarında yaşayan kadınlar, ekonomik bağımsızlığını kazanamadığı için erkeklere bağımlıdır (Doğan Günday, 2011, s.10). Kadınların girişimci olmasını teşvik etmek için temel gereklilik olan eğitim ve yöntemlerin, ülkenin sosyo-kültürel ve ekonomik koşullarını dikkate alarak hazırlanması gereken programlarla tanıtılması özellikle önemlidir (Doğanay, 1993, s.85).

Gelişmiş ülkelerde kadın girişimciler çoğunlukla yüksek eğitilmiş kişilerdir. Lisansüstü eğitim almış kişi sayısı da oldukça fazladır. Amerika Birleşik Devletleri'nde kadın girişimcilerin yaklaşık %70'i üniversite eğitimi almış ve çoğu lisansüstü ileri derecelere sahip kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca gelişmiş ülkelerde girişimci kadınların eşlerinin, özellikle de babalarının iyi eğitilmiş olduğu görülmektedir (Gürol, 2000, s.230).

Girişimciliğin geliştirilmesinde eğitim çok önemlidir. Bir kişinin okul yaşamında karşılaştığı girişimcilik niteliklerini körelten baskı ve davranışlar, onu daha sonraki yaşamda kariyer seçerken yenilik ve yaratıcılıktan uzak, daha az riskli rutin işleri seçmeye zorlayabilir (Iraz, 2005, s.176).

İnsanlarda girişimcilik ruhunun tamamen doğuştan gelen bir özellik olmadığı, eğitim ve iş tecrübesine bağlı olarak zaman içerisinde değişip geliştiği genel olarak kabul edilmektedir (Ceylan ve Demircan, 2001, s.829).

2. KÜLTÜR TURİZMİ

Latince “cultura” sözcüğünden türetilen kültür kavramı 12. yüzyıldan beri kullanılmaktadır. Bir zamanlar tarımsal üretim ve mahsul ekimini ifade eden kelime, 19.Yy.dan itibaren insan topluluklarının becerilerinin, sanatının, geleneklerinin ve yaşam biçiminin bir ifadesi olarak tanımlanmaktadır. Türkçede bazen kültür kelimesi yerine “bilgi, ilim, bilgi birikimi, bilgi dağarcığı, hars” kelimeleri de kullanılmaktadır (Öter ve Özdoğan, 2005, s.127). Kültür, “bir bölge, ülke veya topluluğa ait olan ve geçmişten günümüze korunarak gelen gelenek ve görenekler, örf, adet, inançlar, düşünceler, el sanatları, yaşam tarzları, sanat eserleri, eğitim faaliyetleri, tarihi değerler ve beslenme özellikleri gibi birçok unsuru, kapsayan bir kavramdır” (Diker ve Deniz, 2017, s.1).

Günümüzde kadınların çalışma hayatında ev işçisi olarak çalışması ya da çeşitli meslek gruplarına katılmanın yanı sıra girişimci olarak da yer alması hem yeni bir değişim hem de toplumsal bir soruna çözüm olduğu söylenebilir. Kadın girişimciliği, toplumsal bir sorun olan işsizlik sorununa bir istihdam seçeneği olarak yeni bir çözümü temsil etmesi ve aynı zamanda erkek egemenliğinin olduğu bir alan olarak girişimcilik alanında da görülen bu dönüşümle birlikte sosyal bir yenilik olarak da nitelendirilebilir. (Seçgin, 2021, s.48).

Turistlerin özgünlük arayışı içinde el yapımı kültürel ürünlere yönelmesi, Türkiye gibi turizm endüstrisi büyüyen ülkelerde istihdamı artırıyor; bu durum kırdan kente göçü yavaşlatmakta ve bölgeyi çekici hale getirmektedir (Öter, 2010, ss.175-178).

Turizmin geliştiği bölgelerde yaşayan yerel halk için turizm faaliyetleri aynı zamanda çeşitli girişimcilik hareketleri ve istihdam yoluyla yaşam standartlarının ayarlanması, kadınların ekonomik olarak işgücüne katılmasına olanak sağlanması ve turizm gelişiminin bir parçası olarak iyi fırsatlardan yararlanma fırsatı sağlanması gibi bir araç olarak da imkân sağlamaktadır. Ev sahibi toplumun kültürünü yabancı misafirlere gösterme fırsatı çoğu zaman toplum için büyük bir mutluluk kaynağıdır (Avcıkurt, 2017, s.58).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre turistler genellikle yaban hayatı, yüksek peyzaj ve kültürel değerlere sahip uzak bölgelere çekilmektedir. Yoksul bölgelerin

varlıklarından biri doğal ve kültürel miraslarıdır ve turizm bu miraslardan yararlanma fırsatları sunmaktadır (UNWTO, 2010).

Kültürel değerlerin yerel halk için büyük önem taşımasının yanı sıra turistler için de bir çekim unsuru olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle kültürdeki herhangi bir değişiklik turizmi etkileyebilse de turizmin kendisi de kültürde değişikliklere neden olabilmektedir. Bu sonuçların gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerdeki insanları gelişmiş ülkelerdeki insanlardan daha fazla etkilediği görülmektedir (Lea, 2006).

İnsanları kültürel amaçlarla seyahat etmeye teşvik eden pek çok motivasyon faktörü bulunmaktadır. Lundberg'in önerdiği 18 seyahat motifinden 6'sı doğrudan kültürle ilgilidir. Bunlar şu şekilde sıralanıyor: başka ülkelerdeki insanların yaşam biçimini, çalışma stilini ve eğlence tarzını gözlemlemek, bilgi ve haber olarak öğrenilenleri daha iyi anlamak, diğer toplumlara uyum sağlamak, tarihe katılım (tapınak, ören yeri, yakın tarih vb.), dünyayı keşfetme, sosyolojik motifler, öğrenme vb. dürtüleri, belirli yerleri görme arzusu, şeklindedir (Akgül, 2003, s.57).

2.1. Kültür Turizmi Nedir?

Kültür turizmi, hac ve eğitim turizmi gibi en eski turizm türlerinden biri olsa da (Timothy, 2011; McKercher ve du Cross, 2012) modern ortaya çıkışı 1970'lerin sonlarında pazarlamacıların ve araştırmacıların bazı insanların bir kültüre sahip olduğunu fark etmeye başlamasıyla insanlar destinasyonun kültürü ve mirası hakkında derin bir anlayış geliştirmek için seyahat ettiklerini fark etmeye başladıklarında ayrı bir ürün kategorisi olarak görülmeye başlanmıştır (Tighe, 1986). Kültür turizmi tanımlanması zor ve oldukça kapsamlı bir kavram gibi görünmektedir. Kültür turizmi nedir? Kültür turisti sayısı kadar kültür turizminin tanımı yapılabileceği için bu kadar basit bir soruya cevap vermenin çok zor olacağını belirterek, kültür turizmini dört ana kategoriye: "Temel turizm, motivasyona dayalı, deneyimsel ve işlevsel" olarak ayırdılar (McKersher ve du Cros, 2012, s.3).

Kültür turizmi, her zaman var olan bir turizm türü olarak ifade edilen ve değişen zevklere ve ihtiyaçlara yanıt veren yeni bir pazar (Richards, 2001) ve özel ilgi turizminin de bir parçası olarak tanımlanan; turizm temelli (arz tarafı) bir yaklaşım sergilemektedir (Weiler ve Hall, 1992; Dougals ve diğerleri, 2001; Kozak ve Bahçe,

2009). Kültür turizmini “doğal ve tarihi kültürel varlıkları, kültürel etkinlikler ve ağdaş sanat eserlerini, kültür endüstrisi çıktılarını ve bazı sosyo-ekonomik olguları turizm biçiminde gezginlere sunan bir turizm kavramı” olarak tanımlayarak, arz yönlü bir yaklaşım benimsenmiştir (Pekin, 2011, s.151).

Silberg’e göre “ev sahibi toplumun dışındaki kişilerin, bir toplumun, bölgenin, grup ya da kuruluşun tarihi, sanatsal, bilimsel ya da yaşam tarzı/mirası ile ilgili sunduklarına yönelik kısmi ya da bütünsel eğilim ve motivasyonları ile gerçekleştirdikleri ziyaretler” şeklindeki kültür turizmi tanımlamaları motivasyonel (talep yönlü) bir yaklaşım olarak ifade edilebilir (Silberberg, 1995, s.361).

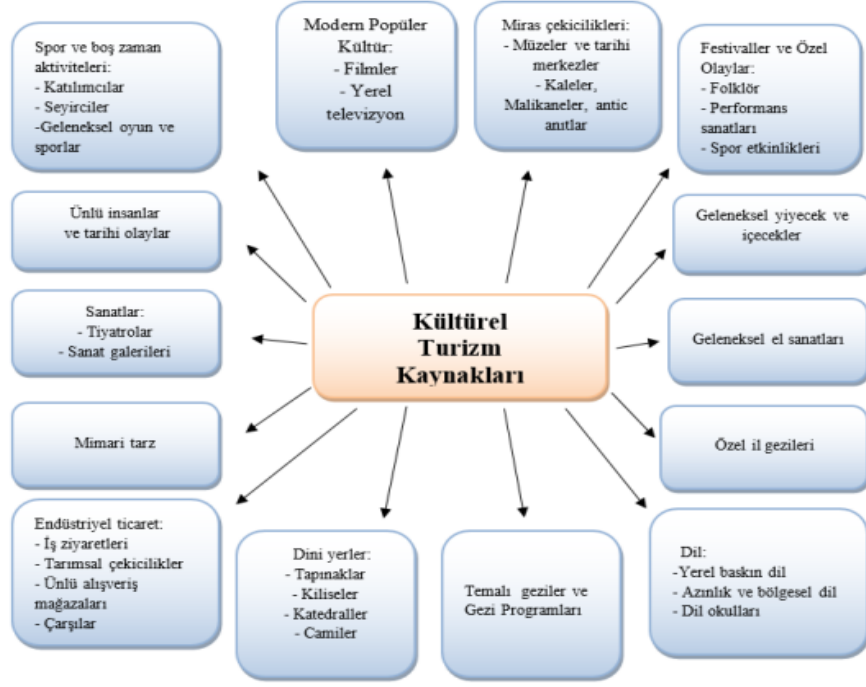
Avrupa Birliği'nin kültür turizmi araştırma projesi ATLAS'ta (Association for Tourism and Leisure Education) alışmanın kapsamına göre kültür turizmine iki ayrı tanım verilmiştir. Bu tanımlardan ilki, kültür turizmini “insanların kültürel ihtiyaçları karşılamak için yeni bilgi ve deneyimler toplamak arzusu ile genellikle yaşadıkları yerlerin dışındaki kültürel çekicilikleri ziyaret etme eğilimi” olarak ifade ederken, ikincisi ise “insanların genellikle yaşadıkları yerlerin dışındaki kültürel miras alanlarını, sanatsal ve kültürel gösterileri ve tiyatroları ziyaret etme faaliyetleri, belirli kültürel çekiciliklere yönelik herhangi bir hareket” olarak tanımlamaktadır. Tanımlardan da anlaşılacağı üzere ilk ifade kazanılacak bilgi ve deneyimin ampirik bir tanımı iken, ikinci ifade sadece katılıma dayalı olduğundan işlevsel bir tanım olduğu söylenebilir (Richards, 1996, s.24).

Kültür turizmi kavramı açıklanırken, “kültür turizmi”, “tarihi turizmi”, “miras turizmi” ya da “kültürel miras turizmi” gibi farklı kavramlar kullanılarak, aralarında bir çizgi çizmenin zor olduğu çeşitli çalışmalarda dile getirilmektedir (Üsküdar, 2012, s.12). Özellikle “kültür turizmi” ve “miras turizmi” kavramları literatürde sıklıkla iki ayrı ancak ilişkili veya  rtuşen kavram olarak kullanılmaktadır. Kültür turizminin ve miras turizminin ayrı kavramlar olarak değerlendirildiği çalışmalarda, kültür turizmi insanların şehirlerde ağırlıklı olarak yaşayan kültür, müzik, ağdaş sanat veya ağdaş kültürün diğer unsurlarına ziyaretini veya katılımını ifade etmek için kullanılıyorken, miras turizmi ağırlıklı olarak antika eserlere dayanan ve kırsal kesimde görülen bir turizm türü olarak görülmektedir (Timothy, 2011, s.4-5).

Kültür turizmi geçmiş yaşamı da günümüzün kültürel yaşamını da kapsayan geniş bir kavram olduğundan dolayı geçmişten günümüze pek çok unsur kültür

turizmine kaynak teşkil etmektedir. Kültür turizmi kaynakları iki ana bölümde incelenmiştir: ekicilikler ve etkinlikler; turistik yerler, Anıtlar, müzeler, parkurlar ve tema parkları ve bunların faaliyetleri gibi; kültürel ve tarihi olaylar ve sanatsal etkinlikler. Anıtlar; Buna dini yapılar, tarihi evler, kaleler ve saraylar, kamu binaları, arkeolojik alanlar ve endüstriyel arkeolojik yapılar, parklar ve bahçeler dahildir. Müzeler; sanat ve folklor müzeleri, rotaları; sanatsal rotaları ve kültürel-tarihi rotaları içerebilir. Bunlar kültürel ve tarihi parklar, tema parkları, mimari parklar ve arkeolojik parkları içerebilir. Kültürel ve tarihi etkinlikler arasında dini bayramlar, folklor festivalleri ve seküler festivaller yer alır. Sanat etkinlikleri ise sanat sergilerinden sanat festivallerine kadar uzanır ve etkinlikler arasında açık günler de bulunur (Munsters 1996, ss.81-84).

Turizm literatüründe kültürel ve turistik faaliyetler; arkeolojik alanlar, tarihi yapılar, kaleler, müzeler, saraylar, ünlü binalar, heykeller, kalıntılar, galeriler, sanat, el sanatları, etkinlikler, festivaller, müzik ve dans, halk sanatı, tiyatro, ilkel ve alt kültürler, etnik topluluklar, katedraller, kiliseler gibi insanları ve kültürlerini temsil eden kişi ve nesneleri kapsayan geniş bir yelpazede tanımlanmaktadır (Jemieson; 1994; Goodrich, 1997; Miller, 1997; Richards, 1996). Kültür turizmi türleri turizm açısından yedi ayrı sınıfta ele alınmaktadır. şöyle sıralamak m m d rd r; tarihi miras turizmi, , kültürel kent turizmi, kültürel-tematik rotalar, kültür turları, geleneksel etnik turizm, inanç turizmi-hac rotaları, etkinlik ve festival turizmi, yaratıcı kültür turizmidir (Csapo, 2012, ss.208-210). Kültür turizmi eşitleri olarak; yerel halkın kültür turizmi, düşük yoğunluklu kültürel ekoturizm, sosyokültürel turizm ve ekok lt rel turizm gibi türlerinin de olduğu tespit edilmiştir (Petroman vd., 2013, s.387).



Kaynak: Swarbrooke, 1999, s. 306.

Şekil 1: Kültürel Turizm Kaynakları

2.2. Kültür Turisti

Turistleri sınıflandırırken genellikle akla gelen ilk şey gezinin turistik amacıdır. Örneğin bir turisti iş turisti olarak tanımlamak, turistik gezinin asıl amacının iş yapmak ve iş ilişkileri kurmak olduğu anlamına gelir; benzer şekilde birçok kişi için turistleri kültür turisti olarak etiketlemek, turistlerin destinasyon seçiminde ve orada yaptıkları faaliyetlerde kültür turizminin önemli bir rol oynadığı anlamına gelmektedir (McKercher ve du Cros, 2012, s.137). Ancak turistleri sınıflandırmak için kullanılan bu tür motivasyonel yaklaşımlar aynı gezide müze gezmek, kumsalda güneşlenmek, alışveriş yapmak gibi aktiviteler yaparken kimin kültürel miras turisti olduğunun belirlenmesini zorlaştırmaktadır (Timothy, 2011, s.22).

Kültür turizminin fonksiyonel tanımına göre kültürel turistler, seyahatlerinin bir noktasında kültürel miras alanlarına veya müzelere ziyaret eden ya da kültürel etkinlik veya gösterilere katılan turistler şeklinde tanımlanabilir. Ancak bu tanımda dikkat çeken nokta, turistin kültür turisti olarak sınıflandırılmasının gezinin amacıyla ilgili olmamasıdır. Başka bir deyişle, gezinin asıl amacı ne olursa olsun kültürel ve/veya miras alanlarına ziyarette bulunan turistlere kültür turisti denilebilir. Literatürde pek

çok çalışma bu yaklaşım kullanılarak yürütüldüğünden kültür turisti şeklinde ifade edilen sayılara kültür ve miras alanlarına ziyarette bulunan kişiler de dahildir, ancak bu gezinin asıl amacını ya da destinasyon seçiminde kültür turizminin önemini açıklamamaktadır. Bir kişi kültürel mekanları ziyaret ediyorsa o kişinin kültür turisti olması gerekir, bu durumda yapılan aktivitenin kültür turizmi olması gerekir. Bu belirlemeye katılım; hedefler, motivasyon ve deneyimden daha önemlidir (McKercher ve du Cros, 2012).

Kültür Turisti Tipolojisine göre, her ne kadar kültürel turistler uzun süredir farklılaşmayan bir grup olarak görülsede, daha yeni araştırmalar bu grubun heterojen olduğunu ve farklı kişilik veya arzulara sahip insanlardan oluştuğunu göstermiştir (Hughes, 2002). Kültür turistinin, kim olduğu sorusu destinasyon yöneticileri ve turizm pazarlamacıları için cevaplanması gereken önemli bir soru olsa da bu soruyu cevaplamak görüldüğünden daha zordur. Hiçbir kültür turizmi ürünü aynı olmadığı gibi, hiçbir kültür turisti de aynı değildir ancak bazı kültür turistlerinin benzer davranış özellikleri sergilemesi, kültür turistlerini kategorize etmede faydalı bir faktör olarak görülebilir. (McKercher ve du Cros, 2012, s.135).

Miras kavramı kişiden kişiye farklı anlamlar taşıyabileceğinden turistlerin kültürel ve miras değerlerine ilişkin ihtiyaçları ve motivasyonları farklılık göstermektedir. Turistlerin farklı ihtiyaçlarının ve motivasyonlarının belirlenmesinde, kültür ve miras unsurlarının sunumunda ve yorumlanmasında farklılıklara yol açacaktır. Bu durum yönetim ve terfi planlarının oluşturulmasında ve geliştirilmesinde büyük öneme sahiptir (Park, 2014, s.32).

Kültürel turistlerin sosyo-ekonomik düzeyi ve harcanabilir gelirinin eğitim düzeyine göre yüksek olduğu ve çoğunlukla yönetici düzeyinde beyaz yakalı olarak çalıştıkları görülmektedir (Richards, 2001). Aynı zamanda bu turistlerin diğer turizm türlerine göre daha sık seyahat ettikleri, daha uzun süre kaldıkları, daha fazla para harcadıkları, egzotik yerleri ziyaret ettikleri görülmektedir (Silbergberg, 1995; Richards, 1996a).

Amerikan kültür turistlerinin genel olarak yaşlı ve emekli olduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur ve bu durum diğer destinasyonlarda da giderek artan bir şekilde gözlemlenmektedir (Richards, 1996a; Formica ve Uysal, 1998; Timothy, 2011; McKercher ve du Cros, 2012). Kültürel miras alanlarını ziyarette bulunan turistlerin

cinsiyetine bakıldığında, kültürel turistlerin ağırlıklı olarak kadınların olduğu görülmektedir (Silberberg, 1995; Bond, 1997; Richards, 2001; Timothy, 2011; McKercher ve du Cros, 2012).

Kültür turizmi pazarı önemli ölçüde büyümekte ve insanlar artık etnik kökenleriyle daha çok ilgilenmeye başlamaktadırlar. Ayrıca insanların eğitim düzeyiyle, kültür ve tarih turizmine duyulan ilgi arasında da doğrudan bir bağlantı bulunmaktadır. Geçmiş ve diğer yaşam biçimleri hakkında daha fazla bilgi edinme isteği, eğitim seviyesi arttıkça artma eğilimindedir. Coatup'a göre; iyi bir eğitim, kişisel bilgi ve kültürel zenginlik için seyahat etme isteğini artırıyor. Dolayısıyla eğitim düzeyi arttıkça kültür ve turizm faaliyetlerine olan talepte artıyor (McKercher ve Cros, 2002, s.137).

Kültür turistlerinin kültür turizmine katılma nedenleri şu şekilde sıralanabilir: Turistler eğitim amacıyla kültür turizmine katılmaktadırlar. Örnekler arasında dil öğrenmek için seyahat etmek, çizim yapmak ve fotoğraf çekmek sayılabilir. Turistler festivalleri, tiyatro gösterilerini ve sanatsal etkinlikleri görmek ve bunlara katılmak için seyahat edebilmektedirler. Turistler kültürel deneyimler kazanmak ve farklı kültürleri tanımak için seyahat ederler. İnsanlar iş gezileri nedeniyle kültürel etkinliklere katılmaktadırlar (Meydan Uygur ve Balkan, 2007, s.39).

Tablo 5: Kültür Turisti Çeşitleri

Kültür Turisti Çeşitleri	Amaçları
Amaçlı Kültür Turisti	Bir yerin ziyaret edilmesindeki temel amaç, o yöreye ait kültürün öğrenilmesidir. Kültürel anlamda tecrübe sahibi kişiler oluşturmaktadır.
Çevresini Görmekle Yetinen Kültür Turisti	Turistin asıl amacı yöreye ait kültürü öğrenmektir. Ancak bu kişilerin deneyimleri çok daha azdır ve genelde eğlence amaçlı seyahate çıkarlar.
Kazara Kültür Turisti	Bu kişiler kültürel seyahat yapmazlar ancak gezi sırasında turizm etkinliklerine katılarak deneyim elde etmiş olurlar.
Kültüre İlgisi Düşük Turist	Kültürel gezilere ilgileri çok düşüktür bu nedenle kültürel deneyimleri de düşüktür.
Rastlantısal Kültürel Turist	Bu kişiler bazı kültürel etkinliklere katılarak az da olsa kültürel deneyim elde etmiş olurlar.

Kaynak: Bayramoğlu ve Şahin, 2010, s. 383-384.

Tablo 5'e bakıldığında; kültür turistlerinin beş gruba ayrıldığı görülmektedir. Turistler, gerçekten bir bölgenin kültürünü öğrenmeyi amaçlayan, seyahat motivasyonları daha çok eğlenme olan, asıl motivasyonları bir kültürü öğrenmek olmayan, ancak ziyaret ettiği yerde buna yönelik etkinliklere dahil olan, kültürel edinimi fazla önemsemeyen ve/veya kültürel etkinliklere nadir katılanlar olarak sıralanmaktadır.

2.3. Kültür Turizminde Kadının Yeri ve Önemi

Kültürel mirasın yaratım ve aktarım sürecine bakıldığında kadının yeri ve önemi ön plana çıkmaktadır. Araştırmalar temel anlamda cinsiyeti merkeze almamaktaydı, fakat ürünlerin yaratılması ve aktarılması aşamalarında kadınların yoğun olarak yer aldığı ve doğal olarak buna gerekliliği vurgulanmalıdır (Koç, 2022, s.373). Kadınlar tarih boyunca içinde yaşadıkları toplumun yapısı, özellikleri, yaşam şekillerine göre şartlar el verdiği sürece ve imkanlar doğrultusunda ekonomik faaliyetlere ve üretime katılmışlardır. Özellikle 18. yüzyılın ikinci yarısında başlayan sanayi devrimi süreciyle bu faaliyetlerinin hızlandığı söylenebilir (Ayaz, 1993, s.175).

21. yüzyılda kadınların konum, güç, otorite ve girişimcilik mücadelesinin yoğunlaştığı ve iş ortamında kendilerini erkek egemenliğinden kurtardıkları görülmektedir. Kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyal yaşam için önemli fırsatlar sağladığı, ülke ekonomisinin kalkınmasına fayda sağladığı, ortaya çıkan fırsatlara yenilikçi bir üslupla yaklaştıkları söylenebilir (Ece ve Ergeneli, 2019, s.436). Turizm sektörünün emek yoğun ve hizmet sektörü olması kadının bu sektördeki yerini genişletmiştir. Türkiye'de turizmin başlangıcından bu yana kadınlar, iletişim becerilerinin erkeklere göre daha iyi olması ve toplum tarafından kadınsı kabul edilen işlerde yer almaları nedeniyle kadınlar bu alanda istihdam edilmektedir (Akoğlan 1996).

Gelişmiş ülkelerde kadın girişimcilerin iş hayatında daha aktif oldukları ve varlıklarını hissettirdikleri görülse de, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliğine yönelik araştırmaların yetersiz olduğu, gelişmemiş ülkelerde ise kadınların çalışma ve iş hayatında varlıklarının yok denecek kadar az olduğu söylenebilir. Bu durum ülkelerin ekonomik büyümesi ve kalkınmasıyla doğrudan ilgilidir. Kadın girişimcilerin yeni fikir ve ürünler geliştirmede mükemmel

oldukları, aynı zamanda pazarlama, yönetim, eğitim ve insan ilişkilerinde de çok iyi oldukları görülmüştür (Soysal, 2010; Özdemir, 2016; Ülgen vd., 2017; Ece ve Ergeneli, 2019) tarafından yapılan araştırmalar da bunu doğrulamaktadır (Toptaş, 2020, s.3383).

Binalar, anıtlar ve nesne koleksiyonları gibi kültürel mirasın somut biçimleri, “atalarımızdan miras kalan ve torunlarımıza aktarılan gelenekler veya yaşayan ifadeler” anlamına gelen somut olmayan kültürel mirasla tamamlanmaktadır (UNESCO, 2020). UNESCO (2018) tarafından tanımlandığı üzere, somut olmayan kültürel miras, sözlü gelenekleri, gösteri sanatlarını, sosyal uygulamaları, ritüelleri, şenlikli etkinlikleri, bilgi ve becerileri ve geleneksel zanaatkarlığı içerir ancak bunlarla sınırlı değildir. Gerçekte, somut ve soyut miras ayrı değildir çünkü birincisi anlamlara sahiptir ve güzellik gibi başka soyut niteliklere sahip olabilirken, ikincisi resim veya el işi ürünleri gibi somut çıktılara sahip olabilir (Smith ve Akagawa, 2009; Smith ve Waterton, 2009).

Kadınlar kültürel mirasın korunmasında aktif rol oynamaktadır. 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın (SOKÜM) Korunmasına İlişkin Sözleşme'nin “Madde 2: Tanımlar” başlığının ikinci paragrafındaki tanımda belirtilen SOKÜM unsurları beş ana başlık altında toplanmıştır: a. Somut olmayan kültürel mirasın aktarımında araç görevi gören dilin yanı sıra sözlü gelenek ve anlatımlar; B. Performans sanatları; V. Sosyal uygulamalar, ritüeller ve tatiller; D. Doğa ve Evrene ilişkin bilgi ve uygulamalar; j. El sanatı geleneği (10). Bu ana başlıklar eyaletlerin kendi içlerinde de birçok alt başlık halinde çoğaltılabilir. Ana başlıklardan da anlaşılacağı üzere kültürel mirasın oluşturulması ve aktarılması sürecinde kadın emeğinin önemi vurgulanmaktadır (Koç, 2022, s.373).

Kültür turizmi, kültür başkenti (Avrupa Kültür Başkenti, Türk Dünyası Kültür Başkenti vb.) ve marka şehirler gibi yaratıcı şehirlerin ana sektörlerinden biridir. Doğal, tarihi ve kültürel mirasa dayalı olarak kültürel ve yaratıcı alanlarda yaratılanların kültürel ve ekonomik değere dönüştürülmesi sonuçta kültür turizmi sektöründe gerçekleşmektedir. Aslında turizm, dolayısıyla kültür turizmi de bir yaratıcılık alanıdır. Günümüzde “yaratıcı turizm” türünün temelini seyahat ve eğlencenin yanı sıra yerel kültürü de tanımak olduğu, dolayısıyla bölgenin yaratıcı turizm için çekim alanı haline geldiği vurgulanmaktadır (Özdemir ve Özdemir 2020, s.16). Girişimci zihniyetin özü risk alma, yenilikçilik, rekabetçi düşünme, yaratıcılık ve yenilikçiliktir. İki arasında bir bağlantı olsa da yaratıcılık ve yenilikçilik sıklıkla birlikte kullanılan kavramlardır

ancak aynı şey değildir. Yaratıcılık yeni fikirlerin üretilmesini sağlayan bir süreçtir ve bu fikirler tamamen yenidir. Ancak yenilik, yaratıcı süreçten ortaya çıkan yeni fikirleri ortaya çıkarma yeteneğidir (Yahyagil, 2001, s.10).

Bu nedenle UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı programı ve yaşayan kültürel miras ve kültürel ifadelerin çeşitliliğine ilişkin sözleşmeler “kadın ve kadın girişimciliğine” büyük önem vermekte ve bunların geliştirilmesini amaçlamaktadır. Özellikle son çeyrek yüzyılda sanayileşme ve kentleşme sonrasında önemini yitiren geleneksel, doğal, ev ve el işi emeğinin değerinin keşfedilmesiyle yerel kadın girişimciliği kent yaşamının merkezinde yerini almaya başlamıştır. Bu nedenle şehirlerin çok kültürlü yaşam alanı ve potansiyelinin değerlendirilmesi çok daha etkili sonuçlar doğurmaktadır. Böylece yerel kültürel ürünlerin çeşitliliği artırılarak özellikle gençlerin ve kadınların istihdam sorunları giderilebilir. Yaratıcı şehirlerin etkinliği ve başarısı, öncelikle özgünlük ve çeşitlilik kaynağı olan yaşayan kültürel mirasın değerlendirilmesine veya “değerine değer katılmasına” bağlıdır. Başka bir deyişle yaratıcı bir şehir, yaşayan kültürel çeşitliliğin beslenmesiyle oluşturulabilir (Özdemir ve Özdemir, 2020, s.9-10).

Turizm de kadın öncelikli bir yere sahiptir. Çünkü kırsal alanda kadının etkinliği fazladır, dolayısıyla kırsal turizm doğası gereği kadına ihtiyaç duyar. Yerel unsurları tanımak işlevini kadınlar başarı ile yerine getirir ve bölgenin sosyal ve kültürel değerlerini aktarır. Turizm de ise kadın öncelikli bir yere sahiptir. Çünkü kırsal alanda kadının etkinliği fazladır, dolayısıyla kırsal turizm doğası gereği kadına ihtiyaç duyar. Yerel unsurları tanıtmak işlevini kadınlar başarı ile yerine getirir ve bölgenin sosyal ve kültürel değerlerini aktarır. Köylerde bu tür el sanatlarında kadınların çok büyük katkısının oluşu, kırsal kadın istihdamına önemli bir olanak yaratacak, aile bütçesine büyük yardım sağlayacaktır (Fidan ve Nam, 2012, s.53).

Kültür ekonomisi ve endüstrileri terimlerinin yerine “copyright endüstrileri ve ekonomisi” kavramlarının tercih edildiği WIPO’nun (World Intellectual Property Organization/Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü) gelenek kültürüne yaklaşımı kültürel ekonomik ve gerçekçi bir nitelik taşımaktadır. WIPO perspektifinde “geleneksel bilgi, kültürel ifadeler/folklor ve genetik kaynaklar” bütün olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda WIPO’nun öne çıkardığı geleneksel bilgi belleğinin (geleneksel bilgi, kültürel ifadeler, folklor ve genetik kaynaklar ile ilgili bilgi) önemli bir bölümünün

kadınlarca yaratıldığı, geliştirilip sürdürüldüğü gerçeğine işaret edilmelidir. Bütün bu veriler veya bağlantılar 21. asrın yaratıcı kentlerinin toplumsal cinsiyet kültürü açısından daha eşitlikçi ve engelsiz bir toplumsal yapının oluşturulabileceğini göstermektedir. Yine bu uygulama ve yaklaşımda söz konusu geleneksel bilginin yaşatıldığı folklorun, dolayısıyla kültürel ifadelerin, bir başka deyişle kültürel ekolojik dokunun/yapının/belleğin korunması ve güçlendirilmesine değer verilmektedir. WIPO'nun söz konusu belleğinin UNESCO'nun ilgili sözleşmelerinin yanında özellikle Yaratıcı Kentler Ağı için de önemli olduğu vurgulanmalıdır (Özdemir ve Özdemir 2020, s.10-11).

Kültürle ilgili turizm, bir destinasyonun tarihi ve kültürel bilgisini edinmek için yapılan seyahatleri, el sanatları, performans sanatları ve müzik gibi kültürü yansıtan ürünler de dahil olmak üzere yaratıcı mal ve hizmetlere yönelik talebi içeren ana turizm pazarı bölümlerinden biridir. (World Travel and Tourism Council, 2015). Sanat ve el sanatları, turizm endüstrisinin tüketime sunduğu başlıca kültürel ürünlerdir. Erişim engellerinin düşük olması ve el sanatlarının düşük düzeyde sermayeye ihtiyaç duyması nedeniyle, turizm ile yerel zanaatkarlar için ekonomik fırsatlar yaratan yerel el sanatları sektörleri arasında uygulanabilir bağlantılar geliştirme ihtimali vardır (Uduji ve diğerleri, 2018).

Günümüzün değişen dünya koşulları ve teknolojik gelişmeleri nedeni ile geleneksel el sanatı ürünler unutulma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum da kültür mirası bakımından oldukça önemli bir konu olan, bu değerlerin sonraki kuşaklara aktarılması sorununda beraberinde getirmektedir (Öztürk, 2005, s.73). Geçmişten günümüze gelen geleneksel el sanatları ortak kimlik ve aidiyet duygusu gibi özellikleriyle süregelen kültürel mirasın en temel unsurlarından biridir (Arıoğlu ve Aydoğdu Atasoy, 2015, s.112).

El sanatları olarak nitelenen değerler toplum içinde değişik işlevleri olan, giyim-kuşamdan çeyizlik eşyalara, mutfak araç-gereçlerinden müzik aletlerine, halı-kilim gibi dokumacılık ürünlerinden günlük farklı kullanım eşyalarına uzanan geniş bir alanda karşımıza çıkan ürünlerdir (Öztürk, 2005, s.72). Eski zamanlardan beri insanlar ürettikleri eşyalara yaşadıkları ortamların sosyal ve kültürel özellikleri temelinde estetik değer kattıkları gibi aynı zamanda el sanatı ürünlerindeki motiflere ve renklere anlam yükleyerek bir anlatım aracı olmasını sağlamışlardır Özbek ve Çevik, 2018, s.591).

Konuya ülkemiz açısından bakıldığında; el sanatı ürünlerin bir kısmı yöresel özellikte, toplumun belirli bir ihtiyacına yönelik üretilmiş, basit aletleri kapsamakta ve bunların şekillenmesinde önceden hazırlanmış bir programın veya tasarımın olmadığı bilinmektedir. Bunların yanı sıra önceden bilinen, usta-çırak ilişkisi içinde öğretilen veya aile içi eğitim ile sürdürülebilen biçimlenmiş form ve desenler bulunmaktadır. Bu ürünlere yönelik bilgiler el sanatı ile uğraşanların hafızasında bulunmakta ve dolayısı ile de sözü edilen ürünlerin nesiller boyu aktarılabilmesi, korunabilmesi ve değişmemesi istenmektedir. Ülkemizde bu konudaki el sanatı ürünler işlemeler, oylar, çoraplar, takılar, halı-kilim dokumalar gibi unsurları çağrıştırmakta ve çini, hat, tezhip, minyatür, ebru, ahşap süslemeciliği, kuyumculuk işleri, bakır işçiliği gibi alanları da kapsamaktadır (Öztürk, 2005, s72).

Özellikle hayatın geçiş dönemleri olarak adlandırılan doğum, evlenme ve ölüm törenleri sırasında gerçekleşen uygulama, adet, gelenek ve görenekler içinde el sanatı ürünleri toplumsal uygulamalara farklı bir değer katmaktadır. Oyma beşikler, şerbet takımları, nazarlıklar, el işi işlenmiş havlular, yatak örtüleri, oyuncaklar, tahta kaşık ve eşyalar, yastıklar, yorganlar, bakır eşyalar ve tabaklar, küpeler, bilezikler, sobalar, müzik çalgıları, halılar, kilimler, keçe dokumalar, cam süslemeler, kıyafetler, çiniler, hatlar, seccadeler, siniler, güğümler gibi çoğu eşya hayata anlam kattığı gibi yaşanan anı da renklendirerek adeta zamanın süsü olmaktadır (Arioğlu ve Aydoğdu Atasoy, 2015, s.113).

Nesiller boyunca aktarılan sözlü gelenekler, sahne sanatları, ritüeller, şenlikli etkinlikler ve sanat ve el sanatları da dahil olmak üzere somut olmayan kültürel miras, kültürel miras turizmi için önemli bir kaynak olarak geniş çapta kabul edilmektedir (Kim vd., 2019). Somut olmayan kültürel mirasın turizme entegrasyonu, turizm tekliflerinin özgünlüğünü güçlendirebilir ve bir destinasyonun kültürünün anlaşılmasını derinleştirebilir, aynı zamanda bu tür mirasın uygulayıcıları ve toplulukları için çeşitli faydalar sağlayabilir (Esfehani ve Albrecht, 2018; Kim ve diğerleri, 2019).

Aynı zamanda, bu tür miras turizminin ekonomik ve sosyal faydalarının artırılması, yoksulluğun azaltılmasına ve destinasyonun gelişmesine katkıda bulunacaktır. Kırsal kesimdeki kadınlar genellikle bu tür somut olmayan kültürel mirasın uygulayıcılarıdır ve birçok kentsel kadın ve erkeğe göre geçim kaynaklarına daha az erişim, daha az geçim seçeneği, eğitime daha düşük erişim ve daha düşük sosyal

statü ile kırsal toplumlardaki en savunmasız gruplar arasındadır (Garcia & Pablo, 2017; Handapangoda ve diğerleri, 2019; Maruyama ve Woosnam, 2020; Sha ve Ma, 2012; Sun ve Liao, 2016).

Kırsal kesimdeki kadınların turizme yönelik somut olmayan kültürel miras uygulamalarına ve gösterimine katılımı, sosyal ve ekonomik gelişmelerini desteklerken, statülerini yükselterek ve onları güçlendirirken yerel kültürün çeşitli yönlerini de içermektedir (Handapangoda vd., 2019; Sun ve Liao, 2016). Kırsal kültür, kırsal turizmin en önemli bileşenidir (Cabrini, 2004, s9). Kırsal turizm kadın emeğini ve değerini en hızlı ve kalıcı şekilde ortaya çıkaran sürdürülebilir bir kırsal kalkınma politikasıdır. Kadınlara istihdam olanağı sağlayarak, sosyal ve ekonomik adaletsizliklerin giderilmesine katkıda bulunmakta, kırdan kente göçleri engellemektedir (Soykan, 2003, s.2).

Kırsal turizmde ziyaretçiler mümkün olduğunca yerel halkla bütünleşmeyi tercih etmekte; geleneksel ve yerel etkinliklere katılmak, deneyimlemek, geleneksel ve yöresel yemekleri tatmak, geleneksel bir evde konaklamak ve yerel el sanatları satın almak istiyorlar. Kadınlar tüm bu ihtiyaçları karşılayabildikleri için kırsal turizmin geliştiricisi ve destekçisi konumundadırlar. Bu nedenle kırsal turizm, içeriği ve faaliyet türleri açısından kırsaldaki kadınlarla uyum içerisindedir. Kadınlarla kırsal turizm arasındaki niteliksel uyumluluk ve kurulan birliktelik, bölgenin kalkınmasını ve turizm potansiyelini geliştirici ve hızlandırıcıdır. Kuşkusuz bu süreçte kadının konumu ve sosyo-ekonomik rolünde de bir değişim söz konusudur. Kırsal turizm, kadınların geleneksel rol ve sorumluluklarının ötesinde yeni roller kazanmalarına olanak sağlamaktadır. Kadının varlık ve faaliyet alanını kapalı aile yapısından uzaklaştırarak aileyi gelişim süreçlerine yönlendirir. Kadınlar sadece aile ihtiyaçlarını karşılamak için üretmek yerine, çalıştıkları, kurdukları ve yönettikleri işletmeler aracılığıyla üretimlerini değerlendirip geliştirebilmektedirler. Böylece kırsal kesim gerektiğinde “ücretsiz aile işçisi” olmaktan “ücret ödeyen” konumuna dönüşebilmektedir (Fidan ve Nam, 2012, s.51-52).

Turizme katılmanın bir yolu olarak sahne sanatları ve el sanatları yapımına katılım, yalnızca ekonomik fayda sağlamakla kalmayıp, kırsal kesimdeki kadınların kişisel ve sosyal gelişiminde de önemli olabilir (Rogerson, 2000). Bu nedenle, kadınların kültürlerinin çeşitli yönlerinden kaynaklanan turizm deneyimlerinin

sağlanmasına katılımı, ekonomik faydaların ötesine geçerek sosyal, kültürel, fizyolojik ve politik boyutları kapsayacak şekilde uzanmaktadır (Handapangoda vd., 2019; King ve Kongpradit , 2019; Trupp ve Sirijit, 2017; Xie, 2003; Yang ve Wall, 2009).

Yerel kültürün ve toplumun son derece görünür ifadeleri, dünya çapında kültürel miras turizminde önemli bir kaynak haline gelmiştir. Tekstiller, giyim tarzları ve bunlarla bağlantılı donanımlar toplumların sembolü haline gelmiş ve gösterilerde giyilen, müzelerde sergilenen ve turizm ürünü olarak satılan “ötekinin” işaretçisi olarak turizm reklamlarında yaygın olarak kullanılmaktadır Kırsal kesimdeki kadınlar, temel beceri ve bilginin önemli taşıyıcılarıdır, ancak genellikle kırsal toplumlardaki en savunmasız paydaşlar arasındadırlar Çoğu zaman yoksul ve düşük statüde olmasına rağmen, özellikle etnik topluluklarda yaşayan pek çok kırsal kadın, çoğu turistin geldiği kent merkezlerinde giderek daha az rastlanan becerilere sahiptir Kırsal kadınları kendi gösteri ve uygulamalarına dahil etmek Turizm için somut olmayan kültürel miras, kırsaldaki kadınları güçlendirirken ve onları ve topluluklarını ekonomik olarak desteklerken yerel kültürel ifadeleri korumak ve hatta canlandırmak için kullanılabilir bir stratejidir. Ayrıca, kültürel mirasın geliştirilmesinde ve kadınların miras uygulamalarına ve turizmin geliştirilmesine katılımında kadın liderlerin önemli rolü tespit edilmiştir. Özellikle kadın liderler, turizm ve nakış yoluyla siyasi güçlenme arayışında daha yüksek bir çaba sergiliyorlar ve yerel kadınlar üzerinde yüksek etkiye sahipler. Daha fazla araştırma, geleneksel topluluklardaki kadınların liderliğinin, kültürel miraslarının paylaşılmasıyla bağlantılı turizm gelişimi yoluyla nasıl teşvik edilebileceğine odaklanabilir (Ming, Wall, Jianfu, Notarianni ve Wang, 2020, ss.18-19).

Örneğin günümüzde geleneksel kültürün bir parçası olan birçok el sanatı işlevini yitirmiş, bozulanlar ise ya yok olmuş, kullanılmaz hale gelmiş ya da işlevleri değişmiştir. El sanatları ürünlerinin üretimi, turizmin geleneksel fonksiyonlarının yanı sıra talebe bağlı olarak da gelişmektedir. Bu anlamda üretilen el sanatı ürünlerinin bir kısmı geleneksel ürünlere yeni bir görünüm kazandırılarak ya da işlevleri değiştirilerek yaratılırken bir kısmı da yeni tasarımlarla piyasaya sunulmaktadır Sonuç olarak, geçmişten günümüze taşınan ve ülkemizin kültür tarihi açısından önem taşıyan maddi kültür ürünleri, ulusal tanıtım ve ekonomik değer açısından tüketime sunulsa da bu ürünlerin kültürel boyutunun bilinmesi ve özen gösterilmesi gerekmektedir. Geleceğe taşınmasına özen gösterilmelidir. Yani günümüzde geleneksel Türk el sanatları olarak

bilinen somut kültür ürünleri piyasada bulunsa da ticari bir ürün olduğu kadar kültürel bir ürün olduğu da unutulmamalıdır (Öztürk, 2005, s.73-75).

2.4. Dünya ve Türkiye’de Kültür Turizmi

Genel olarak baktığımızda, turistler tarihi ve kültürel değerleri birçok nedenle çekici bulabilmektedir. Gerçekte nu insanın doğasıdır. Yani geçmiş, insanlığın gözünde gizemini her daim korumaya devam etmiş ve bu gizemden yola çıkarak hep merak uyandırmıştır. Makinelerin henüz turistleri etkilemediği bir dönemde, geçmiş uygarlıkların kalıntıları ve yaşayan insanların ulaştığı teknolojik düzey: Yaklaşık 4500 yıl önce inşa edilen Mısır piramitleri, Likyalılara ait antik kentin kalıntıları, Bergama Sunağı Zeus'un, Efes'teki Artemis Tapınağı'nın davul sütunları, Fatih Sultan Mehmet'in kılıcı, bir paket Atatürk sigarası veya 15-16. yüzyıllar öncesindeki İnka şehirleri gibi. Bu tek bir obje ölçeğinde olabileceği gibi bir antik kentin kalıntıları, surlar ya da nekropoller de olabilmektedir. Farklı kesimlerden ve kültürlerden gelen turistler, sanata ve mimariye duydukları hayranlık nedeniyle tarihi kalıntıları ziyaret etmektedirler. Bazı turistler tarihi bir binanın veya bölgenin görünümünden ziyade tarihi önemiyle ilgilenmektedir (Özgüç, 2003, s.76).

1972 Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması Sözleşmesi'ne göre oluşturulan ve Dünya Mirası Komitesi (DMK) tarafından belirlenmiş Dünya Mirası Listesi'nde Dünya Miras Alanı olarak ilan edilen 1199 miras yer almaktadır. Bunlardan 933'ü kültürel, 227'si doğal ve 39'u karma (doğal ve kültürel) miraslardır. Türkiye'nin bu listede 19'u kültürel, 2'si karma olmak üzere 21 miras alanı bulunmaktadır. (UNESCO, 2023): Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas) 1985, İstanbul'un Tarihi Alanları (İstanbul) 1985, Göreme Millî Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) 1985 (Karma Miras Alanı), Hattuşa: Hitit Başkenti (Çorum) 1986, Nemrut Dağı (Adıyaman) 1987, Hieropolis-Pamukkale (Denizli) 1988 (Karma Miras Alanı), Xanthos-Letoon (Antalya-Muğla) 1988, Safranbolu Şehri (Karabük) 1994, Truva Arkeolojik Alanı (Çanakkale) 1998, Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne) 2011, Çatalhöyük Neolitik Alanı (Konya) 2012, Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu (Bursa) 2014, Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı (İzmir) 2014, Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı (Diyarbakır) 2015, Efes (İzmir) 2015, Ani Arkeolojik Alanı (Kars) 2016, Aphrodisias (Aydın) 2017, Göbekli Tepe (Şanlıurfa)

2018, Arslantepe Höyüğü (Malatya) 2021, Gordion (Ankara) 2023, Anadolu'nun Orta çağ Dönemi Ahşap Hipostil Camiileri (Konya-Eşrefoğlu Camii, Kastamonu-Mahmut Bey Camii, Eskişehir-Sivrihisar Camii, Afyon-Afyon Ulu Camii, Ankara-Arslanhane Camii) 2023.

Karma (Doğal ve Kültürel) Miraslar: Harşena Dağı ve Pontus Kralları Kaya Mezarları (Amasya) 2015, Güllük Dağı-Termessos Milli Parkı (Antalya) 2000, Kekova (Antalya) 2000, Kemaliye Tarihi Kenti (Erzincan) 2021

Doğal Miras: Tuz Gölü Özel Doğa Koruma Alanı (Ankara-Konya-Aksaray) 2013, Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti (Samsun) 2016, Ballica Mağarası Tabiat Parkı (Tokat) 2019

3. SORUMLU TURİZM (RESPONSIBLE TOURISM)

Sorumlu turizm, “bir turizm destinasyonunu veya işletmesini yerel halka, doğal çevreye, iş ortamına ve kendisine fayda sağlayacak şekilde yönetmek” olarak tanımlanabilir (Frey ve George, 2010, s.622). Doğal Hayatı Koruma Vakfı, sorumlu turizmi “turistleri memnun eden, destinasyonun çevresini koruyan, iyileştiren ve yerel topluluklara fayda sağlayan bir turizm kavramı” olarak tanımlamaktadır (WWF, 2001, s.1).

Sorumlu turizm, turistlerin farklı kültürleri tanınmasını, deneyimlemesini ve yaşadıkları yerlerde bu kültürler hakkında konuşarak paylaşmasını teşvik eder. Amacı turistlere deneyimlerini anlatma, farklı insanlarla deneyimlerini paylaşma fırsatı vermek ve destinasyona tekrar dönmelerini sağlamaktır. Bir turistik destinasyonda yerel kültürü ve doğal güzellikleri deneyimleme fırsatını bulan turistler, oraya daha fazla deneyim ve bilgi kazanmak için geri dönmektedir. Bu nedenle sorumlu turizm, destinasyonların yanı sıra konaklama işletmeleri ve tur operatörleri için de ticari açıdan anlamlıdır (Goodwin, 2005).

Sorumlu turizm uygulamalarının hayata geçirilmesi, kültürel bilginin ve yerel mirasın kullanılmasını gerektirir. Farklı insanlarla ve kültürlerle etkileşime girilerek daha zengin ve daha rekabetçi bir turizm ürünü geliştirilebilir (Frey ve George, 2010, s.627). Sorumlu turizm, bir destinasyondaki yerli halka kültürlerini paylaşma, hikayelerini anlatma, dayanışma ve daha fazla hoşgörü talep etme ve turistler ile karşılıklı anlayışı artırma imkanı sunar (Isaac, 2010, s. 586)

Güney Afrika Çevre Sorunları ve Turizm Departmanı (Government of South Africa Department of Environmental Affairs and Tourism), kavramı “çevrenin sürdürülebilir kullanımının sağlanması; yerel halkın turizm endüstrisine katılımı; “ziyaretçilerin, sorumlu hükümetin, çalışanların, işverenlerin, sendikaların ve yerel toplulukların güvenliğinin sorumluluğunu üstlenen bir turizm anlayışı” olarak tanımlanmıştır (DEAT, 1996, s.4)

Başka bir tanım ise sorumlu turizmi “ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflere ulaşmak, eğitilmiş ve motive tüketiciler yaratmak için piyasaları kullanan bir turizm yaklaşımı” şeklinde tanımlamaktadır (Goodwin, 2005). Sorumlu Turizm; Bu, kuralsız ve plansız geleneksel kitle turizminin nesnellliğini ve pasifliğini ortadan kaldırmayı

amaçlayan, rasyonel bir yoldur. Buradan hareketle sorumlu turizm; “Yerel halk, hükümetler, turistler ve yatırımcılar arasındaki çıkar dağılımını optimize eden turizmi geliştirmenin yeni bir yolu” olarak da tanımlanmaktadır (Xiao-Jing, 2012, s.22). Turizmin talep yönünden bakıldığında sorumlu turizm, “turistlerin turizm destinasyonlarında çevre dostu uygulamalar yaparak, yerel gelenek ve değerlere karşı daha bilinçli ve duyarlı davranarak yerel mal ve hizmetleri daha büyük oranda satın alarak sorumlu davranabilecekleri fikri” olarak tanımlanabilir.” (Lee ve diğerleri, 2017, s.298).

1980 yıllarında seyahati tanıtan, organize eden ve satan "tatil üreticileri"ni hedef alan sorumlu turizm yaklaşımı, bu sözü geçen kuruluşlara, sosyal sorumluluklar yüklemiştir. Bilgiye erişmenin çok sınırlı olduğu bu dönemler, boş zaman üreticilerinin turistlerin üzerinde, diğer sektörlerdeki üreticilerinse tüketiciler üzerinde sahip olduklarından daha fazla etkiye sahip olduğu da görülmektedir. Fakat o dönemde bile "turist özgürleşmesinin mümkün olduğu, turistlerin giderek daha talepkâr hale geldiği ve diğer insanlarla iletişim kurmaya ve yaratıcılık, öğrenme ve keşfetme yoluyla kendilerini gerçekleştirmeye çalıştıkları" fikrine vurgu yapılmaktaydı. Turistin yönlendirilen bir turiste göre daha bilinçli, deneyimli, özgür, bağımsız bir turiste, sadece evinde değil, seyahat sırasında da eleştirel tüketiciye dönüştüğü vurgulanmaktadır (Krippendorf, 1999, s.73).

Turizm sektöründe sorumlu turizmin çok uzun bir geçmişi olmamasına rağmen, son birkaç yıl içinde önemi giderek artmıştır. Popülerliği, sosyal eşitsizlik, küresel ısınma ve doğal kaynakların tükenmesine yönelik olarak turizm sektörü üzerinde artan uluslararası baskıdan kaynaklanmaktadır. Bu baskılar sonucunda daha sorumlu ve daha sürdürülebilir, daha yeşil, daha etik, bir turizm endüstrisi yaratmak için birçok girişimlerde bulunulmuş ve politika geliştirilmiştir (Frey ve George, 2008, s.107).

Doğal Hayatı Koruma Vakfı'nın 2001 yılında yayınladığı raporda sürdürülebilir turizmin, mevcut koşullar altında gerçekleştirilemeyecek bir ideal olduğu ve daha geniş bir sürdürülebilir kalkınma stratejisinin parçası olarak turizme sorumlu bir yaklaşım benimsemenin daha iyi bir yaklaşım olacağı belirtildi (WWF, 2001, s.1). Sorumlu turizm, dünyanın doğal kaynaklarının ve kültürlerinin çeşitliliğini tanımakta ve bunların önemine değinmektedir. Bu kapsamlı anlayış çerçevesinde işletmeciler, dünyanın kültürel ve biyolojik çeşitliliğini, hizmet verdikleri turistlerin talep ve

ilgilerini karşılıklı olarak değerlendirerek zengin ürün yelpazesi yaratabilmektedirler (Goodwin, 2005).

Destinasyonların turistik ürün olarak korunup geliştirilmesinden kimin sorumlu olduğunu anlamak daha bütüne yönelik bir yaklaşımı gerektirmektedir. Bu bağlamda turizm destinasyonu paydaşları arasında işbirliği sağlanması çok önemlidir. Sorumlu turizm, herhangi bir paydaşın destinasyonu korunması ve geliştirilmesinden sorumlu olması yerine, bir kaynak olarak destinasyondaki diğer tüm paydaşlarının, sürdürülebilir kalkınmanın ortak hedeflerine ulaşmak için birlik olup ne şekilde çalışabileceklerini araştırdıkları sayıca fazla paydaşlı bir yaklaşımdır. (Travel Foundation, 2012, s.17).

Sorumlu turizm yaklaşımı, turizm endüstrisinin paydaşları tarafından turizmin sorumlu bir şekilde geliştirilmesi, pazarlanması ve yönetilmesini, böylece rekabet avantajının da yaratılması için proaktif yaklaşımı benimsemeyi gerektirir. Sorumlu turizm, sürdürülebilir ve dengeli turizmi teşvik ederek, çevreye duyarlı turizm faaliyetlerinin de geliştirilmesine odaklanarak turizm sektörünün çevreye karşı sorumluluğunu gerçekleştirir. Sorumlu turizm aynı zamanda hükümetlerin ve turizm endüstrisinin, anlamlı ekonomik bağlantılar geliştirerek turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın karar alma süreçlerine ve turizm faaliyetlerine dahil edilmesi anlamına da gelmektedir. Yerel kültüre saygı duyulmasını, yatırım yapmayı ve geliştirmeyi aynı zamanda bunların aşırı ticarileştirilmesi ve sömürülmesi olasılığından korunmasını içermektedir. Buna istinaden yerel sakinlere, turizm endüstrisine aktif katılmayı, sürdürülebilir kalkınmanın ilkelerini uygulamayı ve destinasyonu ziyaret eden turistlerin güvenliğinin sağlanması konusundaki sorumluluğu da yüklemektedir. Ayrıca sorumlu turizm, turistlerin, turistik destinasyondaki kültürel ve çevresel özellikleri gözlemlene ve bunlara saygı duyma sorumluluğunu da içermektedir (DEAT, 1996, s.13).

Sorumlu bir şekilde tatil yaptığınızda harcadığınız paranın yerel kalacağından emin olabilirsiniz; bu yerel halkla etkileşime girmeden büyük bir zincir otel yerine, aile tarafından işletilen göl kenarındaki bir otelde kalmanız gerektiği anlamını taşımaktadır. Sorumlu turizm aynı zamanda sadece yakındaki restoranları ziyaret etmek değil aynı zamanda yerel mutfağı deneme fırsatına sahip olduğunuz yerleri ziyaret etmek anlamına da gelmektedir (Mack, 2016).

İklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi ve önemli sosyo-ekonomik eşitsizliklerin oluşturduğu küresel tehdit, bireyleri ve işletmeleri doğal kaynaklar, sosyal ve ekonomik ortamlar üzerindeki etkilerini değerlendirmeye zorlamaktadır. Bu eğilim, ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan sorumlu ürünlere yönelik bulunabilirliğin ve talebin artmasına yol açmıştır. Turizm endüstrisi büyük ölçüde bölgenin turistik çekiciliklerinin ve misafirperverliğinin sürdürülebilirliğine bağlıdır. Bu yapı sayesinde turizmin olumlu veya olumsuz etkilerinin yönetilmesi turizm endüstrisi açısından büyük öneme sahiptir (Frey ve George, 2010, s.621).

İnsanların lüksten ziyade ihtiyaç olarak tanımladığı, ülkelerin ve turizm destinasyonlarının gelirlerinin büyük kısmını oluşturan turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması çok önemlidir. Ayrıca sürdürülebilirlik konusunda turizm ekosistemindeki tüm paydaşların sorumluluk almasına da dikkat edilmelidir. Sürdürülebilirliğin sağlanması ve etkilerinin artırılması ancak turizmin arz ve talebinde yer alan tarafların da sorumlu davranmasıyla mümkündür (Güzel, 2013, s.31).

Turistlerin sorumlu turizm uygulamalarından beklentileri giderek artmakta ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte artık destinasyonlar ve sorumluluklarını yerine getiren işletmeler ile bu tür uygulamaları, yalnızca pazarlamanın bir aracı niteliğinde gören işletmelerin arasında ayırım yapılabilmektedir. Bundan dolayı destinasyonlar ve işletmeler için sorumlu turizm politikalarını tanımlamak yeterli olmuyor; turistler gözle görülür örnekler istemektedirler. Uygulamada etiğe daha çok önem veren ve sorumluluklarını en iyi şekilde uygulayabilen destinasyon ve işletmeler için, giderek daha rekabetçi hale gelen turizm endüstrisinde, kendilerini farklılaştırmalarına yardımcı olabilecek önemli pazar fırsatları bulunmaktadır (Gordon, 2001, s.25).

Sorumlu turizme olan ilginin giderek genişlediği ve çeşitlendiği görülmektedir. Artık pek çok tur operatörünün, turizm işletmesinin, sivil toplum kuruluşunun yanı sıra Güney Afrika, Gambiya ve Florida destinasyonlarının sorumlu turizmle daha ilgili oldukları ve politikalarını da buna göre belirlediklerini söyleyebiliriz. Bu çeşitlilik sorumlu turizm uygulamalarının güçlü yanlarından biridir. Sorumlu turizm kavramını çevreden ve turizm sektöründen daha kapsamlı düşünölmelidir. Bu kavram yerel halka, tedarikçilere ve gezginlere daha kapsamlı ve anlamlı tecrübeler geliştirmeye yönelik çok fazla yaklaşım sağlamıştır (Goodwin, 2005).

Günümüzde sorumlu turizm yaklaşımı, çoğu turizm işletmesi ve turizm destinasyonu tarafından resmi olarak kabul edilmiştir. Bu kavram aynı zamanda akademik eğitim merkezleri ve Uluslararası Sorumlu Turizm Merkezi gibi uluslararası konferanslarca da etkin olarak destek görmektedir. Sorumlu turizm, eyalet ve şehir yönetimleri tarafından giderek özel sektörle etkileşim kurmanın bir yolu olarak görülmektedir. Kavramın uluslararası düzeyde kabul görmesi, özel sektörde turizm etkilerinin yönetilmesindeki ana rolüne ve genel anlamda kurumsal açıdan sosyal sorumluluk faaliyetlerine, daha çok ilgi göstermesine bağlanabilmektedir. Dolayısıyla sorumlu turizm, normatif bir çerçeve sağlamanın yanı sıra, turizm yönetiminde faydacı çekiciliği de beraberinde getirebilmektedir (Chettiparamb ve Kokkranikal, 2012, s.307)

Bilinçli turizm yönetimiyle, turizmde sürdürülebilirlik sağlanabilirken kültür mirasları da korunacaktır. Destinasyonlar arasında rekabetin sınırlarının zorlandığı günümüz dünyasında sürdürülebilir kalkınma ilkelerini benimsemek rekabet avantajı sağlayacak, destinasyonu bir adım daha ileri taşıyacak ve gelecek nesiller için önemli olan kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayacaktır (Özdoğan, 2014, s.59-60).

Sorumlu turizm yaklaşımına yönelik, genel olarak pozitif tutumlar sergilenmesine rağmen işletmelerin, değişen yeni yönetimsel uygulamalara para ve zaman ayırmadığı görülmektedir. Bu, kaynak kısıtlamaları, işletmelerin yapmayı istedikleriyle yapabildikleri arasındaki ilişkiyi olumsuz yönde etkileyen bir ortak pazar olgusudur. Rekabetçi bir ortam ve algılanan hükümet desteğinin eksikliği gibi faktörler, sorumlu turizm uygulamalarında algılanan maliyeti olumsuz yönde etkilemektedir (Frey ve George, 2010, s.621).

Sorumlu turizm uygulamaları, yalnızca kitle turizminin verdiği zararı azaltmakla kalmayıp, aynı zamanda fiziki çevrenin korunmasını (küresel ısınmayı önleme çabaları) ev sahibi topluluklara sosyal faydalar sağlanmasını da (sosyal eşitsizlikleri ortadan kaldırmayı) amaçlamaktadır (World Tourism Organization, 2009; Spenceley, 2008;).

Sorumlu turizm unsurları bir turizm ürünü yaratırsa, turistler onu satın almaya yöneleceklerdir. Bu turizm ürününün diğer çoğu etik ürüne kıyasla özel bir avantajı olur ve bu fark turistler tarafından sıklıkla hissedilmektedir. Adil şekilde üretilip satılan bir fincan kahvenin veya çayın, diğer çaylardan ya da kahvelerden çok önemli bir farkı olmayacaktır, tadı güzel olsa bile daha iyi olamayacaktır. Öte yandan, yerel halkla ve

kaynaklar ile kaliteli etkileşimler sağlayan sorumlu turizm, yaşam standartlarını arttıran ürünleri sunabilmektedir. (Goodwin ve Francis, 2003, s.283).

Sorumlu turizm, turistlerin deneyimlerini anlatma, farklı insanlarla deneyimlerini paylaşma fırsatı vermek ve destinasyona tekrar dönmelerini sağlamayı amaç edinmektedir. Bir turistik destinasyonun doğal güzelliklerini ve yerel kültürünü deneyimleme fırsatını bulabilen turistler, oraya daha çok bilgiyi ve deneyimi kazanmak için tekrar dönmektedir. Bu yüzden sorumlu turizm, destinasyonların yanı sıra tur operatörleri ve konaklama işletmeleri için de ticari açıdan anlamlıdır (Goodwin, 2005).

Günümüzde turistlerin büyük bir kısmı daha iyi deneyim ve daha iyi turizm ürünleri arayışındadır ve bu tür deneyimleri arayan turist sayısı her geçen gün artmaktadır. Turistler, ziyaret ettikleri yerlerin kültürünü ve yaşam tarzını daha yakından keşfetmeye, doğal güzellikleri ve kültürel mirasını deneyimlemeye çalışmaktadırlar. Turistlerin beklentilerindeki bu değişiklik, seyahat alışkanlıklarının da değişmesine neden olmuştur. Turistler artık daha sık seyahate çıkıyor, seyahatlerini daha kısa tutuyor ve yeni deneyimler arayışıyla tatil kararları veriyorlar. Turizm ürünlerini satın aldıkları işletmelerin itibarına, toplumuna ve çevresine karşı sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirdiğine önem veren turistler, suçluluk duymadan tatil yapmayı amaçlamaktadırlar. Bu yönelim, çalışmalarını sorumlu turizm yaklaşımına göre şekillendiren işletmelere ve destinasyonlara önemli rekabet avantajları sağlamaktadır (Cape Town Turizm Departmanı, 2011, s.4).

Adil şekilde ticareti yapılan ürünlere olan talebin artmasıyla birlikte uluslararası pazarda turizmde adil ticaret uygulamasına olan ilginin her geçen gün artış gösterdiği görülmektedir. Tüketiciler her geçen gün rekabetçi ürünleri satın almak yerine, yerel topluluklara adil fayda sağlayan ürünleri satın almayı tercih etmektedir (DEAT, 2002, s.2).

Tüketicilerin, satın alma davranışlarının çevrede veya gelecekteki hükümet politikalarında değişikliklere yol açacağına inanmaları durumunda daha sorumlu satın alma davranışı sergiledikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca çevresel konuların kişiselleştirilmesi ve tüketicilere sağlanan çevresel bilgilerin doğruluğu tüketicilerle etkileşim kurma yeteneğini artırmaktadır (Gilg, Barr ve Ford, 2005, s. 502).

Sorumlu turizm uygulamaları “bulaşıcı” nitelikte olmalı, çevreyi etkilemeli ve diğer işletmelere ya da destinasyonlara yol gösterici olmalıdır. Zira yerel yönetimlerin

uyguladığı dayatma ya da yasaklar sorumlu turizmi etkili bir şekilde uygulamamaktadır. Burada önemli olan pişmanlık değil olumlu deneyimdir, zorlama duygusu değil sorumluluk duygusudur. Sorumlu turizmin ana amacı, daha yüksek bir kendini gerçekleştirme deneyimi ile daha iyi bir tatil anlayışını benimsemesidir. Küreselleşmeyle birlikte üretici ve tüketici arasındaki mesafenin artmakta olduğu bir dünyada turizm, tatil deneyimi yaratan insanlar ile bağlantı kurma imkânı vermektedir. Turistler bir ürünü tüketmek amacıyla bir destinasyona seyahat etmelidir ve sorumlu turizm, turistlerle (tüketicileri) ve yerel halkı (üreticileri) bir araya getirmektedir (Goodwin, 2005).

Sosyal anlamda sorumlu turizme ilgi hızla artmakta ve tur operatörleri ile küresel insan hakları konusunda çalışmakta olan sivil toplum kuruluşlarınca da desteklenmektedir. 2006 yılı yaklaşık olarak bir milyon “sorumlu tatil“in kullanıldığı ve bu sayıdaki artışın gelecek yıllarda da artma eğilimine devam edeceği tahmin edilmektedir (Brazier, 2008).

Sosyo-kültürel yönü ile sorumlu turizm giderek daha fazla ilgi görmekte ve turistleri adaletsizlik ve direniş konusunda ahlaki ve etik değerlere sahip olmaya teşvik etmektedir. Sorumlu turizm, geleneksel turizmin küresel anlamda eşitsizliklere sebep olduğu ortamda hem daha az istilacı hem de küresel eşitsizlikleri ortadan kaldıracak araçların bulunduğunu öne sürmektedir (McLaren, 2003, s.88; Mahrouse, 2011, s.373).

Sorumlu turizmin büyük önem taşıyan kaynağı olan Cape Town Deklarasyonu'nda sorumlu turizmin, yedi ayrı özelliği şu şekilde sıralanmaktadır: Turizmin neden olduğu olumsuz ekonomi, çevre ve sosyal etkilerin en aza indirilmesi, yerel halka daha çok ekonomik faydalar ve yaşanılır alanlar yaratılması, bölge halkının yaşam alanlarını etkileyecek kararlara dahil edilmesi, daha anlamlı ilişkiler kurarak daha keyifli bir konaklama sağlanması, kültür ve doğa mirasının korunmasında olumlu katkı sağlanması, avantajlı olmayan kişilere erişilebilirliğin sağlanması, yerel halk ile turistlerin arasında kültürel açıdan duyarlılık, sürdürülebilir ve yerli bir yaklaşımın geliştirilmesidir (Tourism Department of the City of Cape Town, 2002).

Çevre ve Turizm Bakanlığı'nın (DEAT, 2012) belirttiği gibi sorumlu turizmin tanınmasının ardından, turizmin teşvik edilmesi ve geliştirilmesi amacıyla “White Paper” adı verilen turizm raporu yayınlanmış ve bu raporda sorumlu turizmin temel unsurları şöyle sıralanmıştır: Toplumların turizme katılımının ve turizmden

faydalanmasının teşvik edilmesi. Çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerin değerlendirilmesi amacıyla planlama ve karar alma süreçlerine yerel toplulukların katılımı, yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımı, ev sahibi ülkenin kültürünün dikkate alınması, ekonomik, sosyal, doğal ve kültürel çeşitliliğin korunması ve geliştirilmesi turizmin gelişmesi için de ön koşuldur (White Paper – Responsible Tourism).

1996 yılında sorumlu turizm kavramı Güney Afrika Turizm White Paper raporuna dahil edildi. Sorumlu turizm, rekabet avantajı yaratmak amacıyla turizm endüstrisi ortaklarının turizm endüstrisinin sorumlu bir şekilde geliştirilmesi, pazarlanması ve yönetimine yönelik proaktif yaklaşımını ifade eder. Bu rapor sorumlu turizmin ana bileşenlerini şu şekilde tanımlamaktadır: Turizm endüstrisinin çevreye yönelik sorumluluğu, sürdürülebilir turizmin desteklenmesine yöneliktir ve çevreye saygı duyulan turistik faaliyetlerin geliştirilmesine odaklanmaktadır. Turizmin sorumlu olması, turistik bölgelerdeki yerel toplulukların ve yakınlardaki turistik cazibe merkezlerinin önemli ekonomik gelişmelere katkı sağlamasıyla ilgili yönetim ve girişimcilik sorumluluklarını da içermektedir. Yerel kültürü geliştirme, yatırım yapma ve geliştirme, aşırı ticarileştirmeyi koruma ve istismar etmeme konusunda sorumluluk üstleniyoruz. Bu, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren topluluk yerellerinin sorumluluğunu da beraberinde getiriyor, bu da sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve ziyaretçilerin güvenliğini sağlamak anlamına geliyor. Sorumluluk, ziyaretçilere garanti, güvenlik ve turizmin sorumlu olduğu başka bir sonuçtur. Turizm sorumluluğu, çalışanların ve turizm endüstrisi çalışanlarının diğer tüm müşterilere ve çevredeki müşterilere yönelik sorumlulukları anlamına gelir. Sorumlu sendikalar ve sorumlu çalışanların pratikleri, yeni turizmin özelliklerine hizmet ediyor. Sorumlu turizm, ziyaret eden turistlerin çevre ve kültürden sorumlu oldukları ve yerel kültür normlarına ve geleneklerine saygılı oldukları anlamına gelir (DEAT, 1996)

Turizm olgusu ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel faktörlere etkisi açısından çok boyutlu bir süreç olduğu kadar, turistlerle ev sahibi ülke arasında etkileşim yaratması açısından da dinamik bir süreçtir. Bu sürecin verimli olabilmesi için fiziki çevrenin ve daha da önemlisi yerel halkın ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan turizme hazırlanması ve katılımının sağlanması çok önemlidir. Bu nedenle turizmin olumlu etkilerinin en üst düzeye çıkarılması, olumsuz etkilerinin sınırlandırılması için belki de yapılması gereken en önemli şey, yerel halkın turizm gelişim planlamalarına

katılımıdır. Yerel halkın turizmin gelişim sürecine dahil edilmesinin sağlanması, onların konuyla ilgili görüş ve önerilerinin alınması, fikir alışverişinde bulunulması ve gelecek turizm gelişimini teşvik edecek fikirlerin bir araya getirilmesi, yerel halkın turizmin bir parçası olduğunu hissetmesi açısından son derece önemlidir (Alaeddinoğlu, 2007, s.4; Avcıkurt, 2007, s.85; Mansuroğlu, 2006, s.44; Dal ve Baysan, 2007, ss.70-71).

Sorumlu turizme, sürdürülebilir turizme ve benzeri konulara ilginin artması çeşitli kavram ve tanımlamaların ortaya atılmasına neden olmuştur. Sorumlu turizm, sürdürülebilir turizm ve ekoturizm gibi kavramlar, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini minimuma indirmeyi ve turizm gelişiminin olumlu etkilerini ise maksimum düzeye çıkartmayı hedeflemektedir (Frey ve George, 2010, s. 622).

Piyasaların ve üretim sistemlerinin küreselleşmesinin yanı sıra çevre bilincinin ve ekonomik yeniden yapılanmanın yükselişi ve yaygınlaşmasının birleşiminden kaynaklanan, toplumun genel refahına yönelik artan ilgi; yalnızca sosyo-ekonomik etkilerin vurgulandığı turizm endüstrisinin sürekli küresel büyümesinin aksine, turizmin toplumlar, bölgeler ve ülkeler için gelir kaynakları açısından da önceki dönemlere göre daha önemli bir rol oynadığını savunmaktadır. Sorumlu turizm, stratejik olarak küreselleşme, çevre ve sosyal kalkınmanın kesişim noktasında bulunmaktadır (Husbands ve Harrison, 1996, s. 11).

3.1. Sorumlu Turizmin Sürdürülebilir Turizmle İlgisi

Dünyada daha sorumlu bir turizm şekli 1980'li yıllarda tartışılmaya başlamış ve bu sorumluluk, sürdürülebilir turizmin gelişimi çerçevesinde önemli bir tamamlayıcı haline gelmiştir. Sonuç olarak, 1999'da turistlerin %45'i iyi çalışma koşulları sunan ve çevreye duyarlı turizm bölgelerinde, derneklere ve hayır kurumlarına destek veren işletmeleri seçerken, 2001'de bu oran %52'ye yükselmiştir. Günümüzün turistleri daha iyi deneyimler ve daha iyi turizm ürünleri aramaktadır. Sorumlu turizm, turistlere daha iyi tatil deneyimleri ve daha iyi iş fırsatları sunmayı amaçlamaktadır (Güzel, 2013, ss.31-32).

Bütün turizm aktörlerinin sorumluluk bilincinde olması, destinasyonların doğru şekilde tanıtılabilmesi için önemlidir. Bu durumda sürdürülebilirlik kavramına ihtiyaç

duyulmaktadır (Mihalic, 2016). Turizm faaliyetlerinde farkındalığın artırılmasına yönelik yapılan araştırmalar ele alınırken, sürdürülebilir turizm olgusu incelenmiş ve bunun yanında sorumlu turizm kavramı ortaya atılmıştır (Krippendorf, 1987, aktaran; Bramwell, Lane, McCabe, Mosedale ve Scarles, 2008, s. 253).

Turizm planlaması, tasarlandığı platformlara özgü bir çalışma olarak görölüyor olsa da aslında küresel bir bütünün parçası olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. şirketler baz alındığında gerçekteşen kurumsallaşma ve küreselleşme bu bütün içerisinde küresel planlamadan ayrıştırılırsa başarılı olduklarını öne sürmek doğru değildir. Bu nedenle turizm planlamasının küresel bazda yukarıdan aşağıya tüm ilkeleriyle ve bütün olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu süreçin sürdürülebilir turizmin, sorumlu turizmi ifade etmesi ve her parçasının eşit karar alma gücüne sahip olmasının sağlanmasıyla gerçekleştirilebileceği ileri sürülmektedir. Bu bakımdan bazı araştırmacılar iki kavramı aynı olarak görse de sürdürülebilir turizm kavramını felsefi bir yaklaşım olarak benimsemeleri gerekmektedir. Sorumlu turizm kavramına baktığımızda farkındalığı arttıracak, sürdürülebilirlik kavramını bir üst düzeye taşıyacak ve davranışsal olarak ifade edilmesini sağlayacak bir kavram olduğunu söyleyebiliriz (Mihalic, 2014, ss.6-7).

Sürdürülebilir turizmle benzerlikler taşıyan sorumlu turizmde beklenen yaklaşım, turizmin tüm bileşenlerinin rollerini ve sorumluluklarını kabul etmeleridir. Bu bağlamda kamu kurum ve kuruluşlarında, seyahat şirketlerinin ve turistlerin rolü önem kazanmaktadır. Sürdürülebilir turizm ile sorumlu turizm kavramlarının genel ortak amacı turizmin sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Ayrı ayrı ele alındığında bu iki kavramın arasındaki temel farkın, kişilerin, kurumların ve işletmelerin, faaliyetlerinin sonuçlarından sorumlu olmalarıdır. Ancak her kurum sürdürülebilirlik konusunda diğer kurumların harekete geçmesini beklemektedir. Ancak sorumlu turizm kavramı kapsamındaki tüm sorumluluklar tüm turizm paydaş gruplarına aittir. Kamu çıkar gruplarının yanı sıra yerel halkın, turistlerin ve sektör birliklerinin, sivil toplum kuruluşlarının, devlet yetkililerinin, taşıma şirketlerinin ve yerel derneklerin de çıkar grupları bulunmaktadır (Cape Town Declaration on Responsible Tourism, 2002).

Sorumlu turizmin, çevresel ve kültürel mirasımızın korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için teknolojik destek şarttır. Hem kayıp nesnelere yeniden yaratılmasında hem de yaşamlarının korunmasında sınırsız güce sahip olan

teknoloji, değerlerimizin turistlere aktarılmasında büyük öneme sahiptir. Böylece sorumlu turizm uygulamaları yalnızca değerleri canlandırmakla kalmayıp, teknolojik destek sonucunda artan çekicilik yoluyla ekonomik fayda da sağlayabilir. Bu aynı zamanda turistlerle olan bağımızı da güçlendirecektir (Aktaş ve Kurgun, 2021).

Turizm, büyük ölçüde çevresel değerlere dayanan, çekiciliğinin çoğunu doğal kaynaklardan alan ve doğal ve kültürel çevreyle hem olumlu hem de olumsuz etkileşimleri olan bir endüstridir. Doğal ve kültürel kaynakları tespit ederek ekonomik değere dönüştüren turizm, aynı zamanda bu unsurların önemli zararlara uğramasına sebep olabilmektedir. Halbuki bölge turizminin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması; Doğal kaynakların korunması, çevrenin sürdürülebilir şekilde yönetilmesi, yerel halka ve kültüre tehdit oluşturmamaya ve turizmi sorumlu bir şekilde yönetmeye çalışmaktan geçmektedir (Aydın Tükeltürk ve Yılmaz, 2013, s.3).

WWF (2003) ayrıca turizm sektörünün hem doğada hem de insanlar üzerinde etkisini göstermesi ve bu konuda proaktif olması gerektiğine inanmaktadır. Turizme daha sorumlu bir yaklaşım benimsemek için şu ilkeler önemlidir: Turizm, kapsayıcı sürdürülebilir kalkınma ve korumayı desteklemenin bir parçası olmalı, doğal kaynaklar sürdürülebilir şekilde kullanılmalı, sürdürülemez tüketimden kaçınmalı, atık ve kirliliği azaltmalı israf azaltılmalı, yerel kültüre saygı göstermeli ve yerel topluluklara fayda ve olanaklar sağlamalı, eğitici ve öğretici olmalıdır (WWF, 2003).

Ekonomik, sosyal ve çevresel olarak üç başlıkta incelenen sorumlu turizm çerçevesinde, Uluslararası Sorumlu Turizm Konferansı'nda formüle edilen politika ve eylemlerin yer aldığı sorumlu turizmin ilkelerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Cape Town Sorumlu Turizm Deklarasyonu, 2002).

Tablo 6: Sorumlu Turizm İlkeleri

EKONOMİK SORUMLULUK

Turizm sektörünün geliştirilmesine yönelik çabalara girişilmeden önce, yerel halka fayda sağlayacak kalkınma biçimlerinin belirlenmesi ve geçim kaynakları üzerindeki olası olumsuz etkilerin azaltılması için tüm ekonomik etkilerin analiz edilmesi gerekmektedir.

Yerel halkın turizme dahil edilmesi ve hizmetlerden yararlanabilmesi için yerel ekonomik faydanın en üst düzeye çıkarılması gerekmektedir. Yoksullukla mücadele için planlanan stratejilerin uygulanmasında turizm sektörü kullanılabilir.

Destinasyonların ve bölgeyi farklılaştıracak ürünlerin değerleri belirlenmelidir.

Destinasyondaki turizm faaliyetleri; kültürel, sosyal ve doğal bütünü sağlayacak şekilde yansıtılmalı ve faaliyetlerin teşvik edilmesi gerekmektedir.

Politikalar, iş uygulamaları kapsamında adil olarak belirlenmelidir. Riskli durumların en aza indirilmesi için ortaklıklar kurulmalıdır. Uluslararası çalışma koşulları dikkate alınarak istihdam olanakları geliştirilmelidir.

Turizm sektöründe işin gelişmesi ve sürekliliğinin sağlanması için yeterli ve uygun desteğin sağlanması gerekmektedir.

SOSYAL SORUMLULUK

Planlama ve karar alma süreçlerine yerel halkın katılımını sağlayacak etkinlikler düzenlenmelidir.

Amaç olumlu etkilerin daha yüksek seviyelere ulaşmasını sağlamak, olumsuz etkileri azaltmak ve toplumsal etkileri değerlendirmek olmalıdır. amaçlanmalıdır.

Turizm faaliyetlerinin, tamamlayıcı sosyal uygulamalara dönüştürülmesi için toplulukların ve bireylerin ulaşımının sağlanmasına yönelik gerekli adımların atılması gerekmektedir.

Turizm, insanların ve çocukların cinsel istismarıyla savaşmalıdır.

Hem kültürel hem de sosyal çeşitliliğin korunması için geliştirilen turizm faaliyetlerinin, yerel halkın kültürüyle ve yaşam tarzıyla uyumlu olması gerekmektedir. Aynı zamanda sektörün eğitim ve sağlığın gelişmesine de katkıda bulunması gerekmektedir.

ÇEVRESEL SORUMLULUK

Destinasyonda olumsuz çevresel etkilerin belirlenmesi ve bunların minimum düzeye indirilmesi gerekmektedir.

İsrafın ve fazla tüketimin önlenmesini sağlamalıdır.

Doğal yaşamın çeşitliliğini ve devamlılığını sağlamalı, ihtiyaç halinde yenilikler yapılmalıdır.

Çevrenin kaldırabileceği turizm etkinliklerine dikkat edilmeli ve doğal çevreyi korunmaya özen gösterilmelidir.

Sürdürülebilir kalkınma için tüm paydaşlara gerekli eğitimler verilmeli ve farkındalık yaratmaya teşvik edilmelidir.

Paydaşlara sunulan fırsatlar artırılmalı ve iyileştirilmiş uygulamalardan faydalanmaları sağlanmalıdır. Tüm bunların yanı sıra doğa koruma alanında uzman kişilerle ortaklaşa çalışmalar yürütülmelidir.

Kaynak: Cape Town Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002.

3.2. Sorumlu Turist

Sorumlu turizm kavramını bilmenin yanı sıra, sorumlu turist kavramının tanımı yapılmadığından Stanford, "sorumlu turist" ve "sorumlu olmayan turist" kavramlarını ikiye ayırarak sorumlu turist kavramına tanım getirmiştir: Çevreyi, kültürü, güvenliği, yerel sorunları anlayıp bu amaç için daha fazlasını yapan, zaman ve para harcayan, çevreye, insana, toprağa ve yasalara saygı duyan ve değer veren, hoşgörülü, açık fikirli ve yargısız, farklılıklara değer verir, çevreye ve insanlara ilgi duyar, kültürüyle ilgilenir ve kültürden etkilenir, kendinden ve başkalarından yüksek standartlar bekler ve bunun bedelini vermeye hazır turistlerdir (Stanford, 2006, s.97).

Gittiği bölgenin çevresine, yerel halka ve kültürlerine saygı gösteren, en önemlisi farklı ülkelerde değil, kendi ülkesinde turizme katılmayı tutku haline getiren turistlerin ortak noktası, sorumlu bir turist tanımına uygun olmalarından kaynaklanmaktadır (State ve Bulin, 2016, s.791).

Dünya Turizm Örgütü, Turizmde Küresel Etik Kodları konu alan "Sorumlu Turist ve Gezgin" başlıklı bir broşür yayınlamıştır. Sorumlu bir turistin yeni kültür ve geleneklere açık olması, çevreyi koruması, kültürel kaynaklara saygı duyması, bölgenin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkıda bulunması ve bölgeyi gerçek anlamda tanımaya zaman ayırması gerektiğini vurgulamaktadır (UNWTO).

Doğal çevrede tahribat büyük ölçüde insanların kötü davranışları sonucunda meydana gelmektedir. Bu bağlamda çevreye karşı sorumlu davranabilmek için tüm paydaşların çevresel tahribat konusundaki sorumluluklarının bilincinde olması ve doğayı korumaya teşvik edilmesi gerekmektedir (Iwata, 2001, s.183). Farkındalık eğitiminin temel amacı insan davranışını şekillendirmektir (Hungerford ve Volk, 1990, s.257). Tüketim duygularına yönelik sosyal sorumluluk ve destinasyon algılarının çevresel açıdan sorumlu davranışı tetikleyen öncüller olduğuna inanılmaktadır (Su ve Swanson, 2017, s. 308). Seyahat ettiğinizde çevreye karşı sorumluluk almazsanız gidecek hiçbir yerinizin olmayacağı öngörülmektedir. Buna istinaden eko-seyahatin (yeşil seyahat) zorunlu hale gelmesi gerektiğine inanılmaktadır. Sorumlu eko-seyahat, "çevresel etkisi minimum düzeyde olan ve yeşil destinasyonları ziyaret ederken yenilikçi yeşil ürünlere (hibrit araba kullanımı, geri dönüştürülebilir malzemelerin tüketimi vb.) odaklanan bir seyahat şekli" olarak yorumlanabilir (Fuad-Luke, 2008, s.1).

Sorumlu turistler eko-seyahat sırasında belirli faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu faaliyetler esas olarak ekoturizm de dahil olmak üzere sorumlu turizm faaliyetlerinden oluşmaktadır. Bu aktivite; doğada yürüyüş, kuş (kelebek) gözlemciliği, yamaç paraşütü, dağcılık, karavan kampçılığı, tüplü dalış, foto safari ve bisiklete binme gibi bazı çevresel faaliyetleri içermektedir (Nayir, 2009, s.72). Sonuç olarak sorumlu turistlerin eko-seyahat sırasında sorumlu turizm faaliyetlerine katılma olasılıklarının daha yüksek olduğu varsayılabilir. Aynı zamanda; algılanan değer, tur deneyimi, memnuniyet ve sadakat göstergelerinin, çevreye karşı sorumlu davranışı teşvik ettiği gözlemlenmektedir (Chiu, Lee ve Chen, 2014, s.326).

3.3. Sorumlu Turizmin Etkilendiği Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi

Genel hatlarıyla sorumlu turizme yönelik turizm türlerini özetlemek gerekirse, yeşil turizm ve ekoturizm, ekonomik odaklı yoksul yanlı turizm, sosyal açıdan toplum temelli turizm ve sürdürülebilir turizmin öncüsü olan alternatif turizm olarak ayırt edilebilir. Sorumlu turizm hareketleri ile sürdürülebilir turizm pek çok açıdan benzer hedefleri paylaşırsa da sorumlu turizm daha uygulanabilir ve pratik bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir (Karimi & Darban Astane, 2022, s.883).

3.3.1. Sürdürülebilir turizm

Sorumlu turizm ve sürdürülebilir turizmin amacı sürdürülebilir kalkınma ile aynıdır. Dolayısıyla sorumlu turizmin temel ilkeleri sürdürülebilir turizmle aynıdır: çevresel bütünlük, sosyal adalet ve yerel ekonomik faydaların en üst düzeye çıkarılması. İkisi arasındaki fark, sorumlu turizmde bireylerin, kuruluşların ve işletmelerin eylemlerinin ve eylemlerinin sonuçlarının sorumluluğunu alması gerektiğidir. Vurgudaki bu değişikliğin nedeni, Rio Dünya Zirvesi'nden bu yana geçen 15 yılda sürdürülebilir turizmin uygulanması konusunda çok az ilerleme kaydedilmesidir. Sorumlu turizmde, sorumluluğun vurgulanması, turizme dahil olan herkese (hükümet, ürün sahipleri ve operatörler, ulaştırma operatörleri, kamu hizmetleri, STK'lar ve CBO'lar, turistler, yerel topluluklar, endüstri dernekleri) sorumluluk yükler (City of Cape Town, Tourism Department).

Sorumlu turizm, sürdürülebilir turizm ve benzeri konulara ilginin artması çeşitli kavram ve tanımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sorumlu turizm, sürdürülebilir turizm ve ekoturizm gibi kavramlar, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini en aza indirmeyi ve turizm gelişiminin olumlu etkilerini en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır ancak farklı yönleri vardır (Frey ve George, 2010, s.622).

Sürdürülebilirlik kavramı literatüre 1700'lü yıllarda girmiş olsa da kökenleri tarımın ve yerleşik yaşamın başlangıcı kadar eskidir. Biyoçeşitlilik artmaya devam ettikçe doğal kaynaklardan yararlanma eğilimi de artış göstermektedir. Ancak ekosistemin kendini yenileme hızı bu büyümenin gerisinde kaldığından, insanların ve diğer canlıların bağlı olduğu dünya ve doğa yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Sürdürülebilir kalkınma kavramı, insanların kendilerine ve yaşadıkları doğaya karşı sorumluluklarını tanımlamak ve aynı zamanda ekolojik dengeyi korumak amacıyla ortaya çıkmıştır (Ballı, 2019, s.466). 2001 yılında Doğal Hayatı Koruma Vakfı raporunda, mevcut şartlarda sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilemeyecek bir ideal olduğunu ve kapsamlı bir sürdürülebilir kalkınma stratejisinin parçası olarak sorumlu turizmin benimsenmesinin daha doğru bir yaklaşım olacağı belirtilmiştir (WWF, 2001, s.1).

1992 yılında Rio de Janeiro'da düzenlenen Dünya Zirvesi'nden bu yana, sürdürülebilir ekonomik, sosyal ve çevresel kalkınmaya (üçlü kar hanesi) dayalı olarak dünya çapında ekonomik büyüme teşvik edilmektedir. Bununla birlikte, uluslararası alana da, ekoturizmin geliştirilmesi ve desteklenmesine duyulan ilgi gibi sürdürülebilir turizm gelişiminin çevresel boyutları hakim olma eğilimindedir. Şu anda yoksulluğun azaltılması ve sürdürülebilir kalkınmanın sosyo-ekonomik yönlerine daha fazla vurgu yapılması yönünde bir düşünce değişikliği vardır. Sorumlu turizm, sürdürülebilirliğin üç düzeyine (ekonomi, toplum ve çevre) eşit ağırlık vererek özel sektörde değişiklikleri hedefler. Sorumlu turizm, kültüre ve çevreye saygı etliğini içerir ancak daha da önemlisi, sürdürülebilir kalkınmanın bu yönleriyle sınırlandırılmaz (Spenceley A. , ve diğerleri, 2002, s.9).

Yeşil Yıldız sertifikasyon sistemi Türkiye'deki sürdürülebilir turizm projelerine örnek olarak gösterilebilir. Günümüzde işletmeler ekonomik kar elde etmenin yanı sıra sosyal sorumluluk projelerine ve çevresel uygulamalara da odaklanarak hedeflerine ulaşma kararı almıştır. Project Green Star, sosyal sorumluluğa yüksek değer veren,

çevre dostu uygulamalara ve kârlılığa önem veren konaklama işletmelerine yönelik bir sertifikasyon sistemidir. Konaklama işletmelerine Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan kontrol sonucu verilen yeşil tesis belgesi sayesinde işletmeler çevrenin korunmasına ve kamuoyunun bilinçlendirilmesine yönelik faaliyetler yürütmektedir. Türkiye'de faaliyet gösteren Yeşil Yıldız otellerine örnek olarak Crowne Plaza, Ottium Hotels, Fame Hotels, Zonguldak Dedeman Hotels ve Crystal Hotels gösterilebilir (Yıldırım, 2019, s.2).

Sumka (2006) göre alternatif turizm, doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle uyumlu, ev sahibi ve misafirlere olumlu etkileşimler ve deneyimler sunan bir turizm türü olarak tanımlanabilir. Bu, turistler ve yerel topluluklar arasında karşılıklı yarar sağlayan eşit değişimi temsil 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, tüplü dalış gibi alternatif turizmin çeşitli türleri bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

Hollanda Kalkınma Örgütü, Doğa Temelli Turizm, Kültür Turizmi ve Toplum Temelli Turizm, Gönüllü Turizm ve Eğitim Turizmi, Sırtçantalı ve Gençlik Turizmi, Macera Turizmi ve Lüks Turizmi sorumlu turizmin bir parçası olarak değerlendirmektedir. Sorumlu turizm etik açıdan değerli bir kavramdır. Ülke ve uygulamalarının her türlü turizm ve tüm pazar segmentlerindeki turistler için geçerli olduğunu belirtmiştir (SNV Netherlands Development Organisation, 2009).

3.3.2. Doğa Temelli Turizm (Ekoturizm)

Ekoturizmi tanımlamak için doğa seyahati, doğa turizmi, özel ilgi turizmi gibi 35'ten fazla terim kullanılmaktadır (Türker ve Çetinkaya, 2009, s.6). Bunlar; antropolojik turizm, bilimsel turizm, bilinçli turizm, biyoturizm, çevre dostu turizm, yaban hayatı turizmi, düşük etkili turizm, etik turizm, etnik turizm, kırsal turizm, kültür turizmi, macera turizmi, safari turizmi, sorumlu turizm, uygun turizm, vahşi yaşam turizmi, yeşil turizm, yumuşak turizm olarak sıralanabilmektedir (Yılmaz, 2008; Gülüm ve Torun, 2009, s.112).

Ekoturizm, çeşitli türlerin ve habitatların korunmasına doğrudan katkıda bulunan ve dolaylı olarak yerel halkın yaban hayatını bir yaşam biçimi olarak kabul etmesini teşvik eden, böylece bu alanların korunmasına yeterli gelir ayıran düşük etkili doğa turizmidir (Goodwin, 1996, s.287). Doğada oluşabilecek zararları en aza indirmeye çalışılan ekoturizmin amacı daha nitelikli bir turizm anlayışı oluşturmaktır. Ekoturizm projelerinin bu turizm türünden yararlanacak tüm paydaşları bir araya getirmesi gerekmektedir (Korkmaz ve Yavaş, 2020).

Çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını artıran, doğal alanlarda sorumlu bir seyahat şekli olan ekoturizm, ekonomik, koruma ve kalkınma açısından ilgi gören türler arasında yer almaktadır. Ekoturizm sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin uygulanmasını sağlayan ve teşvik eden kavramlardan biridir (Das, 2011). Doğal ve kültürel kaynakların korunması ve yerel halkın refahının artırılması konusunda farkındalık yaratılmasını temel alan ekoturizm, diğer turizm türleri gibi ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel alanlarda olumlu ve olumsuz etkilere sahiptir (Yavuz, 2011, s.34). Biyoçeşitliliğin zarar görmesi, yaban hayatının bozulması, su kalitesinin bozulması, hava kirliliği ve kitle turizminin neden olduğu gürültü gibi çevre sorunlarının ele alınması ekoturizmin ortaya çıkış noktalarından biridir (Silva, 2001, s.9).

Ekoturizm kavramının kökeni konusunda farklı görüşler ortaya atılmıştır. Örneğin Hetzer'in 1965 yılında yaptığı çalışmada turistler, kültür ve çevre arasındaki etkileşimi ve ilişkileri açıklamak için "ekoturizm" ifadesini kullandığını belirtmiştir. Makale ilk olarak Links dergisinde yayınlandı ve sonradan Uluslararası Ekoloji Üniversitesi'nin bülteni Ecosphere'de yeniden basıldı. Hetzer bu makalesinde sorumlu turizm için; minimum çevresel etki, yerel kültüre minimum etki-maksimum saygı, yerel ekonomi için maksimum fayda ve turistlerin maksimum memnuniyeti" olarak adlandırdığı dört temel önerisi ekoturizm ilkeleriyle tutarlıdır (Blamey, 2001, s.5; Fennell, 2002, s.11; Boi, 2003, s.27; Fennell, 2003, s.18; Kılıç Benzer, 2006, s.49; Rubuliak, 2006, s.53; Björk, 2007, s.26; Yılmaz, 2008, s.85; Kuter ve Ünal, 2009, s.148).

3.3.3. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, özellikle toplum temelli turizm, turistlerin yerel halkla yakın etkileşime girmesine olanak sağlar. Bu etkileşimler güçlü sosyal ve çevresel

uygulamalara dayandığından yerel kültürün korunması ve turizm gelirlerinin yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunması önemlidir (SNV Hollanda Kalkınma Örgütü, 2009, s.10). Bu turizm türü aynı zamanda kültürel değerlerin korunmasına da önem vermektedir (Doggett, 1993, aktaran Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:7; Frey ve George, 2010, s.622). Bu bağlamda kültürel çekicilikler; Sergiler, sanat galerileri, etkinlikler, mimari anıtlar, tarihi yerler, sanatsal performanslar ve yerel yemek, giyim, dil ve dini deneyimler gibi ilgi çekici yerleri içerebilir (Stylianou-Lambert, 2011, s.405).

Kültür turizmi sürdürülebilirlik ve koruma ilkesiyle dengelenmektedir. Doğal, kültürel ve tarihi değerlerin korunması ve kullanılması ilkesiyle, çoğaltılamayan kültür varlıklarından en iyi şekilde yararlanmayı amaçlamaktadır (Akoğlan vd., 2009, s. 149; Seçilmiş ve Köz, 2015, s.71). Kültür, toplumda birlik yaratarak sosyal gelişmeyi teşvik eder. Kültür turizmi, insanların kültürel miras ve tarih bilincini artırmayı, yerel halkın geleneksel yaşam tarzını korumayı ve yaşam kalitesini yükseltmeyi amaçlamaktadır. Turistik alanların kültürel mirasının doğru kullanılması ülke ve bölge ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Farklı kültürleri deneyimlemek için seyahat eden ve konaklayan turistlerin yanı sıra, ziyaret ettikleri bölgelere sağladığı ekonomik katkı nedeniyle kültür turizminin önemi de giderek artmaya devam etmektedir (Yıldırım ve Toptaş, 2017, s.109).

3.3.4. Toplum Temelli Turizm

Geleneksel turizme alternatif olarak ortaya çıkan, yerel yönetim ve turizm faaliyetlerine katılıma vurgu yapan toplum temelli turizm, turizm faaliyetlerinin düzenlenmesine yönelik bir yaklaşımdır (Ruiz Ballesteros, 2022, s.1). Toplum temelli kavramı, yerel paydaşlar tarafından sunulan ve yerel topluluklara ait; bilgiyi, deneyimi, ürün ve hizmetleri kapsar anlamına gelir. Dünya Doğayı Koruma Vakfı'na (WWF) göre toplum temelli turizm (TTT); yerel halkın destinasyonlardaki turizm faaliyetlerini kontrol ettiği, turizm yönetimi ve geliştirme süreçlerine katıldığı, gelirin çoğunluğunu toplum içinde tutmayı hedeflediği bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (KCBTA, 2006).

Toplum temelli turizm, yerel toplulukların yabancıları davet ettiği ve bu gezilerde yabancıların yerel gelenekleri, yemekleri, yaşam tarzlarını ve inançları

deneyimleme fırsatı bulduğu seyahattir. Topluluklar, toplum temelli turizmin etkilerini ve faydalarını yöneterek kendi öz yönetimlerini, geleneksel yaşam stillerini ve ekonomik alternatiflerini geliştirir ve güçlendirir (Sin ve Minca, 2014, s. 96). Sorumlu ve sürdürülebilir turizmin bir aracı olarak TTT projeleri, yerel destinasyona ve topluma sağladığı çeşitli faydalar nedeniyle çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenmektedir (Karacaoğlu, vd., 2016, s.104)

Bu turizm türü, destinasyon olarak az gelişmiş ve fakir bölgelerde, o bölgenin ana ve geleneksel geçim kaynağı olan tarım, balıkçılık, hayvancılık, ormancılık, el sanatları vb. diğer faaliyetlerin yerini almayan, ekonomik açıdan tamamlayıcı bir faaliyet olarak görülmelidir (Karacaoğlu, vd., 2016, s.105).

George ve diğerlerine (2007) göre; yerel topluluk için istihdam olanakları yaratılmasına, yoksulluğun azaltılmasına, olumsuz çevresel ve kültürel etkilerin minimuma indirilmesine, toplumsal gururun artmasına, yerel kültürün korunmasına ve sürdürülmesine ve yerel halk için gelir yaratılmasına yardımcı olmaktadır. Başka bir çalışmada TTT'nin faydaları şöyle sıralanmıştır: Yerel halk üzerinde doğrudan etki yaratması, biyolojik çeşitliliği ve yerel kaynakları koruması, yerel topluluklar için önemli istihdam alanları yaratması, doğrudan ve dolaylı turizm faaliyetleriyle yerel ekonomiye değer katması, sosyal sürdürülebilirliği artırması, yerel kültürün korunmasını teşvik etmesi, çevreye olumsuz etkileri en aza indirerek çevresel sürdürülebilirliği sağlaması. Bunlar, yerel halkın eşit katılımını teşvik eden ve turistlerin yerel kültür ve doğa hakkında bilgi edinmelerine olanak tanıyan faydalar olarak sıralanabilir (Manyara ve Jones, 2007; Asker vd., 2010; Tamir, 2015).

3.3.5. Gönüllü Turizm

Gönüllü turizm, destinasyonda yaşayan insanların refahını artırmak için sosyal kültürel gelişim veya çevre koruma yoluyla insanların yerel halk ve destinasyonla anlamlı bir etkileşim kurmak için seyahat ettiği bir turizm şeklidir. Bu turizm türünde gönüllü desteği sağlanarak veya ürün sunulması katkı sağlanmaktadır. Bir başka deyişle gönüllü turizm, topluma, kültüre ve uluslararası işbirliğine bağlı olarak gelişen, sürdürülebilir kalkınmayı desteklemeyi ve genel faydaları en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan bir turizm türüdür (Educational Travel Conference, 2006, s.19).

Gönüllü turizm, gönüllülük ve turizm faaliyetlerinin birleşimidir. Gönüllü turizm motivasyonu; hayırseverlik faaliyetlerini içeren, zaman ve geliri ihtiyaç sahiplerine yardım etmek için kullanmayı amaçlayan bir turizm türüdür (Tourism Research and Marketing, 2008). Gönüllü turizm, yerel halkla doğrudan etkileşim ve kültürel alışveriş sağlayarak, geleneksel turizmin sunabileceği etkileşimden daha ödüllendirici ve anlamlı bir deneyim sunmaktadır. (Corti vd., 2010, s.222).

Gönüllü turizm aktivitelerine örnek olarak; kadın ve çocukların kişisel gelişimine katkı sağlamak amacıyla okuma ve yazma eğitimleri vermek, eğitim olanaklarının iyileştirilmesine katkı sağlamak amacıyla bina vb. tadilatları yardım etmek, nesli tükenmek üzere olan hayvanların korunmasına destek olmak, kadınların iş hayatına katılıma imkânlarını artırmak gibi destekleyici faaliyetler gösterilebilir

Gönüllü turizm faaliyetlerine örnek olarak: Kadın ve çocukların kişisel gelişimlerini teşvik etmek amacıyla okuma-yazma eğitimi vermek, eğitim olanaklarının geliştirilmesine yardımcı olmak amacıyla bina inşaatı vb. tadilat konusunda yardım, nesli tehlike altında olan hayvanların korunmasına destek, kadınların iş hayatına katılımının teşviki gibi destek faaliyetleri gösterilebilir (Aslaner ve Erol, 2017, s.426).

3.3.6. Yavaş Turizm

Turizm sektöründe yeni bir trend olan yavaş turizm hareketinde, bu oluşumla birlikte yerel halkla bağlantı kurma, yerel yemek ve yerel kültürü öne çıkarma, yavaş yemek ve yavaş şehirler gibi sosyal hareketler ve faaliyetler giderek önem kazanmaktadır (Sünnetçioğlu ve Özkaya, 2015, s.15). Geleneksel küçük yerleşim yapılarının korunması, araç trafiğinin azaltılarak kent merkezinden uzaklaştırılması, yerel ürünlerin kullanımı ve sürdürülebilir enerji kullanımının teşvik edilmesi gibi hedefler doğrultusunda alternatif turizm biçimlerine ve yeni turizm türlerine eğilimleri giderek artmaktadır (Aylan, 2019).

Turizmin geliştiği destinasyonlarda doğal, tarihi ve kültürel değerler zamanla bilinçli ya da bilinçsiz olarak zarar görmektedir. Örneğin kıyı turizminin gelişmiş olduğu kıyı bölgelerde; konaklama tesisleri, ikincil konutlar, marinalar ve faaliyet alanları da dahil edildiğinde aşırı kapasite kullanımı ortaya çıkmakta ve kıyı alanlarının mekansal değişiminde birçok sorun ortaya çıkabilmektedir. Yavaş turizm bu mevcut

sorunlara çözüm bulmayı amaçlamaktadır. Özünde, turistik çekim kaynağı olarak zengin tarihi ve kültürel değerlere sahip bölgeler; mevcut yapının sağlam kalması ve herhangi bir fiziksel değişikliğe uğramaması felsefesini de beraberinde taşımaktadır (Ünal, 2016, s.20-21).

Yavaş turizmin ayırt edici özellikleri yerel doğanın, tarihi ve kültürel mirasın korunması, yerel kaynakların dikkatli kullanılması ve ekonomik canlanma ile açıklanmaktadır. Yavaş turizmin yerel geleneklerin, doğal çevrenin ve yerel ekonominin gelişmesine olanak sağladığını ve lüks turlardan farklı olarak yerel halk ile doğa arasında zevk ve eğlencenin paylaşımını teşvik ettiğini vurgulanmaktadır. Yavaş yemek (slow food), hızlı yaşam ve abur cubur hareketlerinin artan seyahatlere, yerel yemeklerin ortadan kalkmasına, yemeğin nereden geldiğine, tadının nasıl olduğuna ve yemek seçimlerinin etkisine olan ilginin azalmasına bir tepki olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir (Ekincek, 2014, s.16).

Yavaş şehir felsefesi (Cittaslow), yavaş yaşam, yavaş yemek, kent ruhu ve sürdürülebilir kalkınma ile ilgilidir. Yavaş yemek, duyuları tatmin eden ve yerel kültürün bir parçası olan iyi, taze ve lezzetli mevsimlik yemektir. Yavaş Şehir hareketi, yavaş şehirlerin dokusunu koruma ve yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirme çabalarını içermektedir (Kuntay, 2004).

3.3.7. Yoksul Yanlısı Turizm

Yoksul yanlısı turizm; yoksullara ve ihtiyaç sahiplerine özel önem vererek, yalnızca ekonomik değil aynı zamanda sosyo-kültürel ve çevresel faydalar sağlayan turizm yönetimi ve kalkınma yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır (Ashley vd, 2001, s.2).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), tamamlayıcı ürün ve hizmetlerin satışına yönelik fırsatlar sağladığını ileri sürerek sürdürülebilir turizmin ekonomik kalkınma ve yoksulluğun azaltılması için bir araç olabileceğini belirtmektedir (Manyara ve Jones, 2007, s.628). Bu nedenle yoksul yanlısı turizm bir turizm ürünü veya sektörü değil, bir yaklaşımdır. Turizm sektörü kaynaklara erişim açısından yoksul insanlar için oldukça pahalıdır. Yoksul yanlısı turizmin amacı, yoksulların gelirini artırmak, yoksulların kaynaklara erişimini sağlamak, yoksulların turizme katılımını artırmak gibi yoksullar için fırsatlar yaratmaktır (Kafa, 2014, s.41).

Yoksul yanlısı turizm belirli bir ürün veya niş sektör değil, bir turizm yönetimi ve geliştirme perspektifidir. Bu bakış açısı turizm işletmeleri ile maddi sıkıntı yaşayan kişiler arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir. Bu sayede yoksulluğun azaltılmasında turizmin faydaları artırılmakta ve yoksul insanlar ürün geliştirmede daha aktif rol oynayabilmektedir (Şen, 2017).

3.3.8. Yeşil Turizm

"Yeşil" terimi aynı zamanda coğrafi turizm, sorumlu turizm, kalkınma yanlısı ve yoksul yanlısı turizm gibi kavramlarla da ilişkilendirilmektedir. Bu kavramlar arasında farklılıklar olsa da genel olarak hepsi çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan sürdürülebilirliği desteklemektedir (Honey ve Krantz, 2012, s.11). Sürdürülebilir turizm, gelecekte turizm faaliyetlerini ve gelirlerini artırarak doğal, ekolojik, biyolojik, sosyal ve kültürel kaynakları korumanın ve kayıpları en aza indirmenin tek yoludur. Yeşil turizm bunun en iyi şekli olarak kabul edilmektedir (Akşit, 2007, s.107). Yeşil turizm 1990'lı yıllarda kitle turizmine bir alternatif ve tepki olarak ortaya çıktı. Yeşil turizm; Ekoturizm, ekoturizm, yumuşak ve yumuşak turizm olarak da bilinmektedir. (Aylan, 2019).

Yeşil veya eko-turizm, insanları boş zamanlarını çevreye zarar vermektense ziyade fayda sağlayacak şekilde geçirmeye teşvik eden bir turizm türüdür. Bu turizm türü, hassas ekosistemleri korumayı, nesli tükenmekte olan türleri ve yaşam alanlarını desteklemeyi, yerel kültürü korumayı ve yerel ekonomileri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca kitle turizminin olumsuz sonuçlarını azaltmayı da amaçlamaktadır (Butcher, 2015, s.72).

3.4. Sorumlu Turizmin Boyutları

3.4.1. Çevresel Etkileri

Turizmle iklim değişikliği arasında iki yönlü bir ilişki vardır. İklim değişikliğinin turizm destinasyonları ve turist akışları üzerine büyük etkiye sahiptir. Öte yandan turizm, sera gazı emisyonları ve fosil yakıt kullanımı nedeniyle iklim değişikliği üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Bu yüzden bu etkilerin azaltılması konusunda yapılacaklar, turizm sektörünün de önemli sorumluluklarındandır (Becken ve Patterson,

2006, s.323). Sorumlu turizm perspektifinden bakıldığında, küresel anlamda ekonomik eşitsizliğin yarattığı krizin etkisi yeni arttıkça ve iklim değişikliğinin etkileri daha belirgin hale geldikçe sosyal ve çevresel sorumluluklar da her geçen gün artmaktadır (CREST, 2016, s.2)

1960'lı yıllardan itibaren, ekonomik faaliyetlerin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri hem akademik hem de kamuoyunda giderek daha fazla tartışılmasına rağmen, ekonomik bir faaliyet olarak turizmde olumsuz çevresel etkiler, başlarda dikkate alınmamıştır. Aksine, çevre dostu bir faaliyet olarak turizme dumansız endüstri (bacasız sanayi) veya İngiliz literatüründe adlandırıldığı gibi dumansız endüstri (smokeless industry) adı verilmiştir. Ancak doğal çevre turizm ürününün önemli bir parçası olduğu için herhangi bir bölgede turizmin gelişmesine bağlı olarak doğada değişikliklere yol açacaktır. Turizm potansiyelini yaratan başlıca kaynaklar arasında, coğrafi yapı ve yaban hayatı, iklim, su kaynakları, flora ve fauna, yer almaktadır. Tek başına doğal güzellikler turist çekmek için yeterli olmamaktadır. Herhangi bir bölgenin turizm kaynaklarının, turizm ürünlerine dönüştürülmesi için altyapısal yatırımların, turistlerin ihtiyaçlarına cevap verecek üst yapı yatırımları ile desteklenmesi gerekir. Planlanmamış inşa yapılı çevrenin, doğal çevre üzerinde özellikle olumsuz etkisi olacaktır (Roney, 2011, s.94).

Turizmin iklim değişikliği üzerindeki etkisinin azaltılması, tüketici davranışlarının değiştirilmesi, yeni teknolojilerin ve yenilenebilir enerjinin kullanılması, eski ekipmanların enerji tasarruflu hale getirilmesi veya yönetsel uygulamalarının değiştirilmesi anlamına gelmektedir. Bu uygulamalar sıfırdan şehir planı yapmak kadar karışık olabileceği gibi bir fırının tasarımını iyileştirmek kadar basitte olabilmektedir. İklim değişikliğinin etkilerini azaltabilmek amacıyla dünya çapında, turizm perspektifinden ileri teknolojiye sahip metro sistemlerinden, bisiklet ve yaya yollarına kadar araştırmalar sürmektedir (UNEP, 2017).

Gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere birçok ülkede gerçek turizm politikaları uygulanmadığından çevrenin gerektiği gibi korunması sağlanamamaktadır. Bu ülkelerde turizmden elde edilen ekonomik getirilerin daha önemli görülmesi, çevreye verilen zararların göz ardı edilebilmesine yol açmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2009, s.60).

Turizm faaliyetleri planlandığı gibi yürütülüyorsa; bu durum çevrenin, havanın ve suyun kirlenmesine, doğal kaynakların yanlış kullanımı sonucunda tahribine ve hızla tüketilmesine, doğal güzelliklerin erozyona uğramasına ve doğal ortamın yok olmasına, insan ve diğer canlıların yaşadıkları doğal alanların azalmasına, canlı türlerinin neslinin yok olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla plansız veya kötü planlanmış turizm politikalarının çevre tahribatına yol açacağı söylenebilir (Aksatan, 2014, s.35).

Olumsuz çevresel etkiler ve gelişmeler turizm endüstrisinin gelişimini iki şekilde olumsuz etkileyecektir. İlk olarak, bozulmamış doğal ortamlara seyahate çıkmayı isteyen turistler, oldukça temiz doğal ortamlara sahip destinasyonları tercih edeceklerdir. İkincisi, ziyaret edilen destinasyondaki yerli halk, turistleri çevresel bozulmanın ana suçlusu olarak görecektir ve onlara karşı olumsuz tutum ve davranışlar geliştirecektir. Sonuç olarak bu durum burayı ziyaret eden turistler arasında olumsuz bir imaj yaratacaktır. Ayrıca yerel halkın turistlere yönelik olumsuz tutum ve davranışlarının ne ölçüde değişeceği, çevresel bozulmanın yanı sıra turizmden sağlanacak ekonomik faydaya da bağlı olacaktır. (Avcıkurt, 2007, s.52).

Sorumlu turizm uygulamaları, turizm destinasyonları ve turistik işletmelere kurumsal imaj ve pazarlama konularında fayda sağlamaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa ve Kanada'da yürütülen araştırmalar, çevrenin tüketiciler için büyük bir endişe kaynağı olduğunu gösteriyor ve tüketicilerin çevre dostu işletmeleri tercih ettiğini doğruluyor. Ekoturizme (doğa temelli turizm) ilginin etkileyici şekilde artması, çevre etiğinin yükselişinin turizmi nasıl etkilediğinin bir göstergesidir. Çevre dostu, yeşil otellere talebin artması ve tüketicilerin çevre dostu tüketim faaliyetlerine büyük önem vermesi, sorumlu turizm uygulamalarını benimsemenin faydalarını ortaya çıkarmaya devam etmektedir. (D'Amore, 1993, s.66).

WTTC (World Travel & Tourism Council) yayınladığı bir raporda WTTC Başkanı David Scowsill "Gelecek 20 yıl içinde, turizm sektöründe iklim değişikliği ile ilgili konuların iş stratejilerine tam olarak entegre edilmesinin, düşük karbon ekonomisine küresel geçişi desteklemesini, iklim risklerini artıracak yerel dayanıklılığı güçlendirmesini, sorumlu turizmin değerini artıracak ve tedarik zincirlerini daha yeşil hale getireceğini" belirtmiştir. Turistler daha eğitilmiş, daha güçlü, daha bağlantılı, özgün deneyimler arayan, çevresel ve sosyal konularda daha duyarlı hale gelmişlerdir.

Turistler iklim değişikliğine olan katkılarına göre tercihlerini daha kolay eşleştirmekte, kendilerinin ve turizm endüstrisinin ayak izlerini azaltacak sorumlu seçimler yapmaktadırlar (WTTC, 2015, s.5).

NASA analizine göre, küresel ısınmayla ilgili olarak, 2017 yılında Dünya'nın küresel yüzey sıcaklığı 1880'den bu yana ikinci en yüksek seviyeye ulaştı. NASA'nın New York'ta GISS'de (Goddard Uzay Araştırmaları Enstitüsü) bilim adamlarına göre, gezegenimiz uzun vadeli bir ısınma eğilimi göstermeye devam ediyor: 2017'de ortalama küresel sıcaklıklar, 1951 ile 1980 arasındaki ortalama sıcaklıklara kıyasla 1,62 derece (0,9°C) daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmaktadır (NASA, 2018).

Dünya nüfusunun ekonomik anlamda daha zayıf olan yarısı toplam küresel emisyonların yalnızca %10unu oluştururken, ekonomik açıdan daha zayıf insanlar iklim değişikliğine karşı en savunmasız bölgelerde yaşamaktadırlar. Dünyanın en zengin %1inin ortalama ayak izi, en yoksulun ayak izinin 17,5 katı olabilmektedir (Oxfam International, 2016, s.4). Ancak görünen o ki ülkeler iklim değişikliği krizinin ciddiyetini anlamaya başladılar. 2015'te Paris'te düzenlenen COP21 zirvesine katılmış 196 ülke, "sıcaklık artışını 1,5 dereceyle sınırlamak" amacıyla bir adım atılmasına karar verirken, gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkelerin fosil yakıtlardan vazgeçerek daha temiz kaynaklara yönelmesine yardımcı olmak için yıllık 100 milyar dolar değerinde bir fonun oluşturulması kararını almışlardır (NPR, 2015).

Turistik alanların genel çevresel kalitesi mümkün olduğunca korunmalı veya geliştirilmelidir. Çevrenin kalitesi yerel halk için olduğu kadar turistler için de çok önemlidir (Lorant ve Tünde, 2010, s.193-194). Turizm, temiz bir çevreyi temelden destekleyen bir faktör olarak görülmelidir. Turistler tatillerini çevre dostu ortamda geçirmek istemektedirler. Buna istinaden turizmin gelişimi, çöp, su, hava, gürültü ve diğer çevresel sorunların kontrol altına alınması, katı-sıvı-atık tesisleri oluşturulması, çevre dostu mimari tasarım oluşturulması, çevre estetiğinin sağlanması gibi çabalarla çevrenin temiz olmasını teşvik etmektedir. Turizmin gelişmesini isteyenler, çevreyi korumak ve çevre kalitesini iyileştirmek için çabalarını arttıracaklardır. Çünkü çevrenin kalitesi, turizm ürünlerinin kalitesine olumlu yönde etki ederek turizmde rekabet edebilmeyi sağlayacaktır (Kuşlvan, 1999, s.86).

Cape Town Deklarasyonu'nda belirtilen çevresel yükümlülüklerin yerine getirilmesine ilişkin ilkeler (Cape Town, 2002, s. 4):

- Planlama ve tasarım aşamaları da dahil olmak üzere turizm işletmeleri ve operasyonlarının çevresel etkilerini değerlendirerek, var olan olumsuz etkileri en aza indirmeyi, olumlu etkilerinin ise en üst düzeye çıkarılmasını sağlamak.
- Kaynakların sürdürülebilir kullanımı, israfın ve aşırı tüketimin azaltılması.
- Çevrenin destekleyebileceği turizm türünü dikkate alarak sürdürülebilir doğal çeşitliliği yönetmek ve hassas ekosistemlerin ve korunan alanların bütünlüğüne saygı göstermek.
- Tüm paydaşlar için sürdürülebilir kalkınma konularında eğitim ve farkındalığı teşvik edin.
- Çevre ve koruma uzmanlarına danışarak tüm paydaşların kapasitesini geliştirmek ve en iyi uygulamaları sağlamak.

3.4.2. Ekonomik Etkileri

Turizm, dinamik ekonomik özellikleriyle ülke ekonomilerinde görülen ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında bir başlangıç noktası sunmaktadır. Turizm hareketleri döviz arzını artırarak ödemeler dengesi açığını azaltır, ulusal para biriminin değerini artırarak, turizm gelirlerinin yeniden dağıtılması yoluyla ekonomiyi canlandırarak, artan turizm talebine paralel olarak yatırımları hızlandırarak, katma değerini ulusal ekonomiye etkisini artırarak, vergi gelirlerinin arttırılmasında ve yurt içi fiyatlar üzerindeki etkileri niteliksel ölçümle ifade edilebilecek parasal etkiler oluşturmaktadır (Olalı ve Timur, 1988, s.88).

Ekonomistler turizmi, doğrudan ve dolaylı olarak çeşitli ürün ve hizmetler gerektiren belirli tüketici taleplerine bir yanıt olarak görmektedirler. Turizm; sanayi, altyapı, iletişim, ulaşım, eğitim, sağlık, güvenlik, gümrük, barınma ve göç gibi çok fazla sektörü etkileyen, farklı ekonomik imkanları kolaylaştırmaktadır. Turizm, gelişmeye devam eden ülkeler için uygun bir sektör olarak görülüyor çünkü giriş engelleri çoğunlukla düşük ve uygun stratejik ve pazarlama koşulları altında hızlı bir şekilde gelir elde edilebiliyor. Ancak, yüksek oranda yabancı mülkiyetin olduğu ve az sayıda yerel ekonomik bağlantıdan kaynaklanan derin sızıntı etkilerinin olduğu gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik faydalar maksimum seviyelere çıkarılmayabilmektedir (Spenceley, 2008, s.6).

Çevresel sorumluluk adı altında açıklanan taşıma kapasitesinin bir boyutu olarak ekonomik taşıma kapasitesi; yerel halkın katlanmak zorunda olduğu maliyetler nedeniyle, taşıma kapasitesinin limitini zorlayabilecek pahalılıklardan dolayı olumsuz yönde değişen satın alma durumunu ifade etmektedir (Çalık, 2014, s.29). Ekonomik taşıma kapasitesi, turizmin bir destinasyondan sağladığı faydalarla katlanmak zorunda olduğu maliyetler arasındaki dengeyi ifade etmektedir. Bu kavram, ekonominin turizme aşırı bağımlı olması ve bu bağıllığın ekonominin diğer sektörlerinin ihmal edilmesine sebep olmasıyla ilgilidir (Avcı, 2007, s.492).

Turizm sektörünün emek yoğun bir üretim tarzıyla faaliyet göstermesi ve turizm mal ve hizmetlerinin üretimini otomatize edebilme yeteneğinin büyük ölçüde sekteye uğraması, turizm istihdama etkisinin önemini göstermektedir. Turizm sektöründe istihdamın katkısı sadece ekonomik fayda sağlamamakta aynı zamanda işsizlik sorunlarının çözümünde de önem taşımaktadır (Avcıkurt, 2007, s.40). Ayrıca turizmin geliştiği bölgelerde turizmle ilgili işlerde çalışan yerel halk, turizmin etkilerinin daha fazla farkındadır ve bilinçli bir tavır sergilemektedir (Caneday ve Zeiger, 1991, s.193).

Turizmin Jamaika'nın yerel nüfusu üzerindeki ekonomik etkisini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma, doğrudan turizm sektöründe çalışan yerel halkın, turizmin etkisini sektörde çalışmayanlara göre daha olumlu değerlendirdiği sonucuna varmıştır (Frater, 1998, s.30).

Turizm harcamalarındaki değişiklikler dolaylı olarak ve uyarılmış etkilerle ekonomide hemen hemen her sektörü etkileyebilmektedir. Bu etkilerin büyüklüğü, yerel işletmelerden ve hanelerin yerel tedarikçilerden satın alma eğilimleriyle ilişkilidir. Turistik bir destinasyonda büyük bir işletme kapatıldığında yerel topluluğun nasıl etkileneceğini görmek kolaydır: destekleyici endüstriler zincirleme etkilerden zarar görür, bu nedenle bölgesel hane gelirlerindeki düşüş nedeniyle de genellikle yerel ekonominin tamamı da zarar görebilmektedir. Perakende satış yapan mağazalar kapanabilir ve yerel tüketiciler dış tedarikçilere yöneldikçe sızıntının artmasına yol açabilmektedir. Böylece istihdam ve hane halkı gelirindeki önemli artışlarda da benzer fakat zıt etkiler gözlemlenebilmektedir (Stynes, 1997, s.12).

Ödemeler dengesi açığı olan ülkelerin turizmi desteklemesinin nedeni, turist sayısını ve yapılan harcama miktarlarını arttırıp ülkeye yeni döviz girişi sağlamaktır. Ödemeler dengesinde fazla veren ülkeler, fazlalıkları eritmek (enflasyonu önlemek)

için vatandaşlarını uluslararası turizme teşvik etmektedir. Dolayısıyla bu iki durumda da turizm, ödemeler dengesinin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır (Roney, 2011, s.79).

Ekonomideki bir ekonomik birimin gideri diğer ekonomik birimin gelirini oluşturmaktadır. Turizm sektöründe de turist harcamaları, o sektörde çalışan ücretlerini ve o sektör ile ilişkili diğer gelirleri oluşturmaktadır. Turizm sektörü pek çok sektörle yakından bağlantılı olduğu için turizm gelirleri pek çok mal ve hizmetin ihracatına ihracatına ve tüketimine imkan sunmaktadır. Yani bir turistin başka bir ülkeye gelerek o ülke içinde gerçekleştirdiği tüm harcamalar yalnızca turizmde çalışan kişilere değil, turistlerin harcama yaptığı bütün sektörlerle ekonomik kazanç sağlamaktadır. Böylece turizmde yapılan harcamalar çarpan etkisi sayesinde kat ve kat daha fazla gelir yaratılmasına neden olacaktır (Kar, Zorkirişçi ve Yıldırım, 2004, s.90).

Turistler dinlenmek için gidecekleri destinasyona gelmektedirler. Turizm nihai bir üründür; sağlanan tüm faydaların orada kalması için tüm son rötuşların turistik destinasyonda yapılması gerekmektedir. Havaalanından otele binmek, turistik yerleri ziyaret etmek ve yerel bir restoranda yemek yemek, yerel ekonominin artmasına yardımcı olmaktadır. Turizmde ekonomik sızıntılar azaltılarak ve çarpan etkisi iyileştirilerek, ekonomiye katkının en üst seviyelere çıkarılmasına dikkat edilmelidir. Güçlü yerel bağları olan destinasyonların çarpan etkisi en üst düzeyde olabilir. Turizm işletmeleri yerel ekonomik faydalarını en iyi seviyelere çıkarabilir ve kaynakları olabildiğince geniş ölçüde yerel kaynaklardan temin ederek, yerel ekonominin çeşitlendirilmesine yardımcı olabilmektedir. Ek olarak, yerel ekonomideki sızıntıların azaltılması ve bağlantının artırılması, destinasyon için önemli ekonomik kalkınmanın sağlanmasına ve ekonomik çeşitliliğin artmasına yardımcı olacaktır. Turizm işletmeleri yerli ve yabancı turistleri bir destinasyona çekerek, küçük ölçekli girişimciler için ekonomik bağlantılar ve fırsatlar yaratmaktadır (DEAT, 2002, s.1).

Bir turizm işletmesinin sorumlu turizm çerçevesinde gerçekleştirebileceği ekonomik sorumluluklar (Spenceley ve diğerleri, 2002, ss.17-18);

- Turizmden sağlanan faydaları arttırmak ve bu faydaların kapsamlı ve adil dağılımını sağlamak,
- Turizm sektöründeki çeşitliliğin artırılması,

- Dezavantajlı kişilere yönelik yeni girişimcilik fırsatları yaratmak, girişimciliği geliştirmek, istihdam sağlamak,
- Yerel halkın beceri ve iş gücünün istihdama dönüştürülmesi,
- Turizm sektörüyle ilgili endüstriler arasında karşılıklı fayda sağlayan ekonomik bağlar kurmak,
- Kaçakların azaltılması ve çarpan etkilerinin artırılması (örneğin yerel ekonominin mümkün olduğu kadar fazla gelir elde etmesinin sağlanması),
- Adil ticaret kurallarının istihdam ve satın alma davranışına uygulanmasını sağlamaktır.

3.4.3. Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizm sektörünün gelişimi yerel halkın sosyal yaşamını etkilemekte, kişisel gelişim ve sosyal etkileşim fırsatları sunmaktadır. Hatta turizm faaliyetleri istihdam olanaklarını artırarak yerel nüfusa ekonomik katkı da sağlamaktadır (Sarı ve Özdemir, 2014; Türker vd., 2016).

Sorumlu turizm, destinasyondaki yerel halka; kültürünü paylaşma, hikayelerini anlatma, turistlerle anlayışı geliştirme ve dayanışma ve daha fazla hoşgörü talep etme fırsatı sağlamaktadır. Sosyal anlamda sorumlu turizme ilgi hızla artmakta ve tur operatörleri ile küresel insan hakları konusunda çalışmakta olan sivil toplum kuruluşlarınca da desteklenmektedir. 2006 yılı yaklaşık olarak bir milyon “sorumlu tatil“in kullanıldığı ve bu sayıdaki artışın gelecek yıllarda da artma eğilimine devam edeceği tahmin edilmektedir (Brazier, 2008).

Sosyo-kültürel yönü ile sorumlu turizm giderek daha fazla ilgi görmekte ve turistleri adaletsizlik ve direniş konusunda ahlaki ve etik değerlere sahip olmaya teşvik etmektedir. Sorumlu turizm, geleneksel turizmin küresel anlamda eşitsizliklere sebep olduğu ortamda hem daha az istilacı hem de küresel eşitsizlikleri ortadan kaldırabilecek araçların bulunduğunu öne sürmektedir (McLaren, 2003, s. 88; Mahrouse, 2011, s. 373; Isaac, 2010, s.586)

Çoğu ülkede turistlerin gelmesiyle birlikte inanç ve değer yapısının değişime uğradığı, yaşam ve giyim tarzındaki geleneksel kalıpların terk edildiği, dilde yabancı sözcük sayısının artış gösterdiği, sanatın asıl anlamını ve özelliklerini kaybettiği fark

edilmiştir. Fakat bu değişimlerin ne ölçüde turizmin ne ölçüde sanayileşmenin, kentleşme, internet, radyo, televizyon, sosyal medya gibi kitle iletişim araçlarından birinin sonucu olduğunu değerlendirebilmek zordur. Güçlü ve dayanıklı bir kültürel yapı, turizme gerekli adaptasyonu sağlayarak devamlılığını sürdürebilmektedir. Ancak halihazırda çürümeye yüz tutmuş, uzun süredir sömürgeleştirilmiş ve toplumsal değişim karşısında geleneksel değerlerinin çoğunu kaybetmiş bir kültürün turizmden çok daha fazla etkilenmesi muhtemeldir (Doğan, 2004, s.131).

Turizm yalnızca ekonomik bir sektör olmamakla beraber çevresel, politik, sosyal ve kültürel yönleriyle toplumda ve toplumsal yapıda önemli rol oynayan uluslararası bir harekettir. Bu nedenle, turizmin etkisini değerlendirirken, yalnızca ekonomik kazanç yaratma ve döviz fırsatları gibi maddi sonuçlarını değil, aynı zamanda sosyo-kültürel yönleri gibi ekonomik olmayan konuları da incelemek gereklidir (Avcıkurt, 2007, s.56).

Turizmin yapısal özelliklerinden dolayı, destinasyona ziyaret eden turistlerle destinasyonda yaşayan, doğrudan turizm endüstrisine dahil olan ve onların isteklerini dikkate alarak, turistik ürün ortaya koyan yerel halk arasında sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik etkileşimlerin ortaya çıkması kaçınılmazdır. Çünkü turistler ziyaretleri sırasında kendi değerlerini, yaşam tarzlarını ve sosyal alışkanlıklarını beraberinde getirmektedirler (Kozak, Kozak ve Kozak, 2009, s.91).

Turistlerin ve yerel halkın ekonomik yapısının, eğitim ve kültür düzeyinin benzer olduğu durumlarda sosyal etki daha küçük olacaktır; Ülkelerin ekonomileri ve kültürlerinde büyük farklar olduğunda ise sosyal etkide büyük değişimler yaşanacağını ifade etmiştir (Demircioğlu, 1997, s.137). Turizmin gerçekleştiği bölgedeki sosyokültürel etkilerinin bilinmesi olumlu olanların sürdürülebilmesi ve korunması, olumsuzun ise en aza indirilmesi açısından önemlidir (Özel, 2014, s. 57).

Tablo 7: Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Üzerindeki Potansiyel Etkileri

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Turizm, kadınlara ve gençlere fırsatlar sunan, yeni toplumsal cinsiyet rolleri ile yerel düzenlemelere yol açmaktadır.	Turizm, toplumda gerginlik yaratan yeni yerel düzenlemeler ile toplumsal cinsiyet rollerine yol açmaktadır (örneğin, yaşlılar ve/veya erkekler için azalmış saygınlık).
Turizm, kültür geleneklerini canlı tutmakta, yerel gururun oluşmasına katkı sağlamakta ve yaratıcı sanata teşvik etmektedir.	Yerel halk turistlerin davranışlarını taklit edebilmekte ve bu da hayal kırıklıklarına ve kültürel yozlaşmaya sebep olabilmektedir.
Turizm, kültürel alışveriş ve ufukların genişletilmesi için fırsatlar sunmaktadır.	Turizm, çevre kirliliğini arttırmakta ve doğal kaynakların tükenmesine sebep olabilmektedir.
Turizm, yeni/genişletilmiş kamu hizmetleri ve imkânları yaratabilmektedir.	Turizm, suçların, dilencililiğin, alkol ve madde bağımlılığının artmasına, hastalıkların daha hızlı yayılmasına sebep olabilmektedir.
Turizm, ekonomik istikrarın sağlanmasında ve yaşam standartlarının yükselmesinde faydalı olabilmektedir.	Turizm, turistlerin gerçek veya algılanan ihtiyaçlarının karşılanması için yerel halkın kültür değerlerini (ör. sanat, zanaat, elbise, festival) değiştirmeye yöneltebilmektedir.
Turizm, doğal ve kültürel kaynakların korunmasına teşvik edebilmektedir.	Turizm mevcut toplumsal eşitsizlikleri daha çok kötüleştirilmekte ve yenilerini meydana getirebilmektedir.
Turizm, yangınlardan korunma kalitesini artırabilmektedir.	Turizm, bireylerin ve/veya sosyal grupların arasında çatışmalara sebep olabilecek yeni ahlaki kurallar, aile ilişkileri ve toplum örgütlenmeleri yaratabilmektedir.
Turizm, eğitim kalitesinin artmasını sağlayabilmektedir.	Turizm, kültürü metalaştırmaya götürebilmektedir.
Turizm, yerel dilleri destekleyebilmektedir.	Turistler, destinasyonda yerel halkı huzursuz edebilmektedir.
	Turistlerin yoğun ilgisi sebebiyle yerel dil ve kültürel eserler kaybedilebilmektedir.

Kaynak: Spenceley vd., 2002, s.35.

Yerel kültüre ve geleneklere saygı, sorumlu turizmin ayrılmaz bir parçasıdır. Sorumlu turizm, turizm ekosistemindeki katılımcılarla güven ortamı ve etkili iletişim yaratılmasını gerektirir. Güven ve iletişim; bilgi alışverişine, kültürel anlayışa ve farklılıklara karşı hoşgörünün temelidir. Sorumlu turizm kavramı, yalnızca çatışmalardan ve kültürel temasların diğer olumsuz yönlerinden kaçınmayı değil, aynı

zamanda kültürel çeşitliliğin kabul edilmesini ve saygı duyulmasını da içermektedir. Turizm faaliyetlerinin bir destinasyonda yaşayan yerel nüfus üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Sorumlu turizm, olumsuz etkileri en aza indirmeyi ve olumlu etkileri en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır (Spenceley vd., 2002, s.35).

Genel olarak bir turistik destinasyonda turizmin yerel halk üzerindeki olumsuz sosyo-kültürel etkilerini şu şekilde sıralanabilir: Kumarın başlatılması, alkol tüketimi ve diğer istenmeyen alışkanlıklar. Yerli halkın turistlerin kullandığı lüks ve ithal ürünlere hayran kalmasıyla ortaya çıkan gösteriş etkisi, turistlerle yerel halk arasındaki ilişkiler, ırksal farkların çok belirgin olduğu yerlerde ırksal gerilimler çıkması, turizm sektöründeki bazı çalışanların kendilerini köle gibi hissetmesi, çalışan rolleri tüm ülkelerde aynı şekilde (örneğin uluslararası garsonlar) standartlaştırılması, kültür turistler tarafından tuhaf bir gelenek veya eğlence olarak görüldüğünde yerel halkın kültürel gururunun yok olması, destinasyona çok fazla turisti, gelmesi nedeniyle yerel halkın yaşam tarzının değişmesi, otel ve restoran işletmesinin işgücüne dayalı istihdamın özellikleri nedeniyle düşük ücretli personel sayısında artış (Goeldner ve Ritchie, 2003, ss.303-304).

Bu olumsuz etkilerden hepsi olmasa da çoğu, sağlam planlama ve ilerici yönetim teknikleri yoluyla kontrol edilebilir ya da ortadan kaldırılabilir. Turizm bu kadar ağır sosyal maliyetlere yol açmayacak şekilde geliştirilebilmektedir. Bunu başarmak için; gerekli önlemler arasında imar ve inşaat düzenlemelerine uygun olarak arazi kullanımının sıkı kontrolü, merkezi hükümetin, yerel yönetimlerin veya benzeri resmi kurumların sağlam politikaları ve altyapı ve üst yapı gibi tedarik bileşenlerinin düzenli olarak geliştirilmesi ve uygun şekilde kullanılması gerekliliği yer almaktadır. Toplumsal eğitim çabaları ve iyi halkla ilişkiler programları bu konuda önemli ilerleme kaydedilmesine yardımcı olabilmektedir. Yerel sanat ve zanaatların pazarlanmasında uygun kalite standartlarının sağlanması, bu tür yeteneklerin geliştirilmesine ve geri kazanılmasına yardımcı olabilmektedir (Goeldner ve Ritchie, 2003, s.304).

3.5. Konu ile İlgili Literatürde Yer Alan Çalışmalar

Araştırma konusu ile ilgili literatür incelendiğinde kadın işgücü ve girişimciliğin kültür turizmine etkisini ve sorumlu turizm konusunda sınırlı sayıda çalışmaya rastlanılmıştır. Bu konuda elde edilen kaynaklar çoğunlukla kadın girişimciliğinin kırsal turizm ile ilişkilendirildiği çalışmalardır.

Baniasadi ve Naghavi (2022) yaptıkları çalışmada; İran'ın Kerman eyaletinin turizm köylerinde kırsal kadın girişimciliğinde turizm ve ekoturizm faaliyetlerinin bileşenlerini uzmanların bakış açısına göre belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın bulguları, bu köylerde kırsal turizmin ve ekoturizmin yaygınlaşması ile kırsaldaki kadınların girişimciliği arasında bilgi ve farkındalık, yönetim yetenekleri, çevresel ve ekonomik faktörler, reklam ve psikolojik faktörler boyutlarında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Cihangir, Demirhan ve Şeremet (2020) çalışmalarında; Van Otlu Peyniri ve peynirin yapımı sürecinde ve kırsal turizm potansiyelinin ortaya konmasında kırsal kadının yerini değerlendirmektedir. Araştırma bulguları kadınların günlük yaşamlarına, toplumun kültürel özelliklerinin ve geleneksel yapısının önemli bir etkisi olduğunu ve bunun da peynir üretim-pazarlama süreçlerine yansıdığını göstermektedir. Van otlu peynirinin üretiminde kadınların harcamış olduğu emek, ev işlerinin bir uzantısı olarak görülerek, sıradanlaştırıldığı ve de kadının yarattığı ekonomik değer tasarrufunda, karar alma yetkisinin olmadığı görülmüştür. Araştırmadan edinilen diğer önemli bulgularından biri de kadınların toplumda yaşadıkları eşitsizliklerin yalnızca erkek aracılığıyla değil, toplumsal söylemlerden de kaynaklandığı, kadın hem sosyal ve ekonomik hayata dahil olması hem de üretim aşamalarında yer almasına karşın, toplumsal yaşama katılımının ve görünürlüğünün yeterince olmadığı da görülmektedir.

Tamer ve Alaeddinoğlu (2022)'nin Seferihisar'daki Cittaslow hareketini girişimci kadınlar özelinde inceleyen bu çalışmanın amacı, Cittaslow hareketinin kadın girişimciler üzerindeki etkisi ve kadınların bu süreçten nasıl etkilendiklerini ortaya koymaktır. Bulgular, Cittaslow hareketinin gerçekleşmesinde ve sürdürülmesinde kadın girişimcilerin önemli roller üstlendiklerini ve aynı zamanda bu süreçten önemli ölçüde kazançlı çıktıklarını göstermektedir. Cittaslow kentlerde kadınların el emeğine dayanan ürünlerin ve yöresel yiyeceklerin satışını yaparak girişimciliğe yöneldikleri ve aynı zamanda turizme, ilçe ekonomisine, aynı zamanda turizme katkı sağladıkları

anlaşılmaktadır. Ev işleriyle uğraşmakta olan kadınların ticarete katılmaları, kendi ürettikleri el emeği ürünleri satma imkânı bulmaları, özgüvenlerini artırmış, kendilerine ve ailelerine ek gelir imkanı sağlamıştır. İş hayatına dahil olan kadınların kendilerine gelir sağlamaları, ev ekonomisinde söz sahibi konuma gelmeleri aynı zamanda çocukların gözünde de yalnızca anne konumunda olmayıp rol model olmalarını da sağladığı görülmüştür. Kadınların girişimci olmaları, ekonomik hayata dahil olmaları, toplumsal aile yapısını engelleme endişesi taşımalarına sebep olduğu sonucu da ulaşılan diğer bulgudur.

Boyacıoğlu (2014) kırsal turizm odaklı kadın girişimciliğini Edirne ili bazında incelemiştir. Araştırma sonucuna göre Edirne’de kırsal turizm odaklı kadın girişimciliği yerel/yöresel ürünlerin üretimine ve kadınların sosyo-ekonomik gelişimlerine önemli katkılar sağlamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre kırsal turizmde kadın girişimciliğinin artırılması için yapılabilecek öneriler; kadın girişimciler için tarihi Edirne evleri pansiyonculuğu geliştirilmeli, hibe alınabilecek kuruluşlar ile kadın girişimcilerin buluşturulmalı, turizm konusunda eğitimler verilerek kadınların bilinçlendirilmeli, seyahat acenteleriyle ve tur operatörleriyle iç ve dış turizm açısından işbirliği sağlanmalı, kadın girişimci projeleri ve başarı hikayeleri kamuoyuna rol model olarak duyurulmalı, turizmde kadın girişimciliğinin özendirilmesine yönelik eğitim programları yapılmalı, halihazırda kadın girişimcilere yönelik pazarlama, finans, muhasebe vb. eğitimler verilmeli gibi artırılmalıdır.

Kulkarni ve Rao (2022) turizm ile kadın girişimciler arasındaki ilişkiyi ve aynı zamanda Hindistan ekonomisinde turist ve gelir açısından turizmin büyüme oranını incelemektedir. Bulgular kadın girişimciler, seyahat acenteleri (%12), yiyecek ve içecek endüstrileri (%26), oteller ve konaklama işletmeleri (%8), turistik yerler ve eğlence (%8), el sanatları (%26), etkinlik planlayıcısı (%20) ve daha fazlası dahil olmak üzere turizmle ilgili çeşitli disiplinlerde çalışmaktadır. Kadın girişimcilerin %70 ila %80’i finansal kaynak eksikliği, aile bağları, rekabet, cinsiyet ayrımı, tavsiye eksikliği, iletişim becerileri ve uzmanlık eksikliği gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıya olduklarını göstermektedir. Girişimcilik alanında büyümeyi sürdürmek, bu zorlukları aşmak için kırsal ve kentsel büyüme kalkınma stratejileri (%58), turizm kalkınma planı (%70), altyapı geliştirme planları (%30), araştırma ve geliştirme planları (%26), insan kaynaklarını geliştirme planları (%30) ve bilgi teknolojilerine yönelik kalkınma stratejileri ve planları geliştirilmiştir. Araştırma, turizm endüstrisinin gelecekteki

girişimcilik gelişimi için çeşitli oneriler sunmaktadır. Bu oneriler; turizm ve ilgili sektörlerin iş eylem planı oluşturması, turizm endüstrisinde kadınların katılımının öneminin vurgulanması, hükümetin kadınların turizm girişimciliğinin genişletilmesine yardımcı olması, hibeler gibi özel programları içermesi, turizm ve girişimcilik alanlarında uzmanlaşmış kişilerce mesleki eğitim programlarının sağlanması, kadınların eğitimi, istihdamı ve toplumsal kalkınmasının önemi konusunda farkındalık yaratılması, işletmelerin, kurumların ve hükümetin takdiri ve dlleri içeren bir eylem planı geliştirmedir. Ayrıca araştırma sadece güçlendirme açısından değil, aynı zamanda sigorta koruması, kadınlar için işyeri güvenliği, cinsiyet adaleti ve sosyal güvenlik mekanizmaları sorunlarına da dikkat çekmektedir.

Makandwa, Klerk ve Saayman (2022) Güney Afrika'da kültürel temelli turizm girişimlerini yönetirken kırsal kadın girişimcilerin gösterdiği girişimcilik becerilerini incelediği araştirmasında, kırsal kesimdeki kadınların turizmde geliştirebildiği mevcut güçlü yönler ve kaynaklar hakkında fikir vermektedir. Araştırmacılar, Kültür Temelli Turizm Girişimlerine dahil olan kırsal kesimdeki kadınların ihtiyaç temelli girişimciler olduğu ve başarılarının büyük lde kişisel ve teknik becerilere bağlı olduğu sonucuna varmıştır. Her girişimcinin sahip olduğu girişimcilik becerisinin, mevcut fırsatlardan yararlanma, yeni fırsatlar yaratma kapasitesini etkilediği gözlemlenmiştir. Çalışma, girişimcileri yönetim becerilerine sahip hale getirmek için eğitim ve çalıştayların düzenlenmesi gerektiğini önermektedir. Araştırmanın bir diğer sonucu olarak, yaşlı nesillere eğitim sorumlulukları yükleyerek bilginin bir nesilden diğerine aktarımını kolaylaştırmak için aileler gibi geleneksel kurumların desteklenmesine de ihtiyaç olduğuna dikkat çekilmiştir.

Shirmohammadi, Ramezani, Hendekhaleh, Sarvestani (2022) kadınların psikolojik, sosyal, politik ve ekonomik olarak güçlendirilmesi yoluyla kadın girişimciliğinin ve kadın emeği anlayışının tarım turizminin gelişimine etkisini araştırmaktadır. Sonuçlar, girişimciliğin ve kadınların kadın emeği anlayışının, kadınların psikolojik, sosyal, politik ve ekonomik olarak güçlendirilmesi yoluyla Aramanat'ta kadınların turizm gelişiminin desteklenmesi ve tarım turizminin geliştirilmesi üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. Genel olarak kadınların turizme katılımı, özellikle kırsal alanlarda toplumsal kalkınma için potansiyel bir teşviktir. Araştırmacılar tarafından cinsiyet eşitliğini sağlamak, kadın ile erkek arasındaki sınıf farkını azaltmak için glendirilmenin gerekliliğine dikkat çekilmektedir. Ayrıca

kadınların iş birliği ve öncülüğünde tarım ürünleri ve el sanatları festivallerinin düzenlenmesi, kadın çalışma kültürünün artırılması, tarım turizmi ve kadın emeğinin yararlarının anlatılması önerilmektedir.

Tovmasyan (2022) yaptığı araştırma, turizm sektöründe sürdürülebilir girişimcilik ve kadın girişimcilik becerilerinin temel yeterliliklerini ve ihtiyaçlarını keşfetmeyi amaçlamaktadır. Sonuçlar, turizmde sürdürülebilir kadın girişimciliğini teşvik etmek için atılacak birçok adımın temelini oluşturabilir. Sonuçlar, kadınların iş kurma konusunda birçok sorun yaşadığını aynı zamanda iş geliştirme, inovasyon, pazarlama, turist çekme vb. konularda da sorunlar yaşadıklarını ortaya koymaktadır. Yapılan ankette beceri düzeylerini orta-nadir olarak derecelendirdiklerini de ortaya koyuyor. Kadınlar çoğunluk iş yapma, pazarlama, iletişim, analitik, karar verme vb. becerilerini geliştirmek istiyor. Analize dayanarak, Ermenistan'ın turizm alanında kadın girişimciliğini teşvik etmek için turizm alanında iş kurmak isteyen ya da halihazırda kurulu bir işi olan kadınlara yönelik turizm, işletme, pazarlama, yönetim, inovasyon, finans vb. konularda bilgi ve beceri sağlayacak kursların düzenlenmesini önermektedir. Toplumların sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı sağlayacağı için turizm işi kurmak isteyen kadınlara ayrıcalık tanınması gerekliliğini vurgulamaktadır.

Abdelwahed, Bastian ve Wood, (2022) yaptıkları çalışmada; Suudi Arabistan'da kadın girişimcilerin sürdürülebilirliği bir girişimcilik fırsatı olarak değerlendirmesini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma bulguları, hükümetin sürdürülebilir girişimcilik uygulamalarını teşvik etmek için kullandığı yaygın yukarıdan aşağıya politika yaklaşımının, yerel ve ulusal paydaşları kapsayacak daha kapsayıcı, çok aktörlü bir yaklaşımla desteklenmesi gerektiğini ima ediyor. Ayrıca, eğitim politikalarının, farkındalığı ve sosyal değişimi teşvik etmek için sürdürülebilirlik konularının daha geniş eğitim sistemi içerisine entegrasyonunu teşvik etmesi gerekmektedir. Sonuçlar bireysel girişimcilerin sürdürülebilirlik konularına ilişkin eksik ve yetersiz bilgi sahibi olduklarını, kadın girişimcilerin sürdürülebilirliği bir girişimcilik fırsatı olarak algılamadıklarını ve çoğu durumda sürdürülebilirliği kâr amaçlı herhangi bir işletmenin asli unsuru olması gereken bir şey olarak görmediklerini ortaya çıkarmıştır. Bireyler, her düzeyde sürdürülebilirlik eylemini başlatmak için hükümete büyük bir güven ve bağlılık göstermektedirler ve devlet tarafından bireyleri sürdürülebilir eylemlerde bulunmaya zorlayan açık talimatlar ve düzenlemeler

olmadığı sürece, sürdürülebilir uygulamalar gönüllü olarak dikkate alınmadığı görülmektedir.

Toptaş (2020), yaptığı çalışmada; Boğatepe Köyü kadın girişimcileri kültürel miraslarına sahip çıkarak yapmış oldukları çalışmalarını girişimci kadınlara örnek olarak göstermek ve farklı bölgelerde yaşayan kadınları kültür turizmine yatırım yapmaları için cesaretlendirmeyi amaçlamıştır. Araştırmada girişimcilik ruhunu ortaya çıkaracak eğitimle birlikte kadınlara fırsat verilip özgüvenlerini arttırıcı desteklerin sağlanması durumunda ulusal ve uluslararası düzeyde üretim yapabilecekleri görülmüştür. Bu araştırmanın analizi sonucunda kadın girişimcilere bildikleri işler ve uzmanlık konularında fırsatlar verildiğinde, kaynakları etkin ve verimli kullanabildiklerinde neler yapabilecekleri tespit edilmiştir.

Suudi Arabistan'daki kadın girişimcilerin turizme katılımları üzerinde öz yeterliliğin, kadınların çalışmasına ilişkin algıların, güçlendirici liderliğin ve psikolojik güçlenmenin etkisini araştıran Samad ve Alharthi (2022), kadın girişimcilerin turizme katılımının öz yeterlilik, kadınların çalışmasına yönelik algı, güçlendirici liderlik ve psikolojik güçlenmeden etkilendiğini ve etkilenen turizm katılımının sürdürülebilir turizm gelişimini de etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca çalışma, Suudi Arabistan hükümetinin, turizm endüstrisinde kadının girişimciliğe daha çok dahil edilmesi yönündeki arzusunu gerçekleştirmek amacıyla kadınlara turizm alanında daha fazla küçük ve ticari işletmenin (KOBİ) kurulmasını önermektedir.

Aylan, Sarı ve Şalvarcı (2019) yaptıkları çalışmada; kırsal yoksulluğun azaltılmasında turizm sektörünün ve kadın girişimcilik faaliyetlerinin rolünü ortaya koymaktadır. Çalışma neticesinde, turizm sektöründe gerçekleştirilen kadın girişimcilik faaliyetlerinin, ev pansiyonculuğu, yiyecek içecek işletmeleri, yöresel ürün, hediyelik eşya tezgâhları ve diğer turizm ürünleri olmak üzere geniş bir yelpazeye sahip olduğu görülmüştür. Çalışma sonuçları incelendiğinde, yöre turizminin gelişmesiyle birlikte temel gelir kaynağının da tarım ve hayvancılıktan turizme kaydığı, kadınların çalışma hayatında aktif rol aldığı görülmektedir.

Özen, Karadeniz ve Zaro (2022) Kapadokya Bölgesi'nde kadın girişimcilerce işletilen ve yöresel yemekler sunan restoranlarda turistlerin tercih nedenlerinin tespit edilmesini incelemiştir. Turistler, kadınlar tarafından işletilen yiyecek içecek işletmelerini ve bu hizmetlerin sunulduğu mekanları değerlendirirken, aile ortamına

benzetmekte, yemeklerine de anne yemekleri benzetmesi yapmakta, kadın girişimcilerin müşterilere karşı daha naif ve misafirperver olduklarını ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgulara göre Kapadokya bölgesindeki kadın girişimciler tarafından işletilmekte olan restoranların turistler tarafından çok beğenildiği ve daha çok tavsiye edildiği anlaşılmaktadır.

Erkol (2018) yaptığı araştırmada; turizmde girişimci olarak katkı sunan kadınların mevcut durumlarını, toplumsal cinsiyet perspektifinden analizini, bölge turizmine etkisini tespit etmeyi amaçlamıştır. Bulgular Sinop ilinde ikamet eden kadın girişimcilerin rol çatışması, zaman darlığı ya da rol ayrımcılığı gibi bazı sosyolojik problemler ile karşı karşıya kaldıklarını, ancak kadının girişimci ve turizmci olarak çalışmasının önündeki engellerin zamanla azaldığını ve toplumun pozitif algı oluşturmaya katkı sunduğunu göstermektedir.

Moswete ve Lacey (2014) çalışmalarında; Botsvana'da kadınların kültür turizmi yoluyla güçlendirilmesini amaçlamıştır. Araştırma sonuçları; yeni politikanın, erkeklere ve topluma ekonomik bağımlılıktan ve ahlaksızlıktan, boşluktan ve ailevi bağımlılıktan kurtulma açısından ifade edilen kadının güçlenmesi duygusuna önemli ölçüde katkıda bulunduğu göstermektedir. Ayrıca kadınlar, kültürle ilgili turizm girişimlerine pasif katılım sağlamaktayken aktif katılıma doğru ilerleme kaydetmektedirler. Mesleki eğitim aldılar ancak örgün eğitim fırsatlarını çocuklarına tanıdılar. Erkekler, kadınların turizme katılımında kolaylaştırıcı ve ortak olarak görülmekteydi. Ancak başlangıç sermayesi eksikliği, düşük eğitim seviyeleri, korunan turizm alanlarının merkezi kontrolü ve düşük potansiyel kazançlar gibi engeller varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

3.6. Bulgular

Yarı yapılandırılmış mülakatlar sonucu elde edilen veriler (ses kayıtları) deşifre edilerek MAXQDA programına belge halinde tanımlanmıştır. Öncelikle üst ve alt temalar kod sistemine tanımlanmış olup veriler tek tek okunarak sistem üzerinden kodlama gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda sonuçların geçerliliği ve güvenilirliği önemli ölçütlerdir. Patton (2001), geçerlik ve güvenilirliğin, nitel araştırmaların tasarım ve analiz aşamalarında ve çalışma kalitesini değerlendirmede etkili olduğunu ifade etmektedir.

Bu nedenle araştırmada üçgenleme- çeşitleme (Triangulation) yönteminden faydalanılmıştır Üçgenleme; konu ile ilgili farklı yöntem ve veri kaynağı kullanılarak gerçekteşirilmiş araştırmalarda benzer sonuçların elde edilebileceğini gösteren bir geçerlilik türü olarak adlandırılmaktadır (Creswell & Miller, 2000). Aynı zamanda katılımcılara yöneltilen açık uçlu soru formunun oluşturulmasında ve bulguların yorumlanmasında uzman görüşlerinden de yararlanılmıştır. Böylece araştırmacı ilgili konuyu daha derinlemesine anlama fırsatı yakalamış; eksikliklerini ve hatalarını gidererek katılımcılara daha anlaşılabilir sorular yöneltilmiştir (Starks ve Triniad, 2007, s. 1376).

Tablo 8: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Cinsiyet	Yaş	Medeni hal	Kaç yıldır sektörde	Eğitim Durumu
K1	Kadın	56	Evli	20 yıl	Lise
K2	Kadın	54	Evli	20 yıl	İlköğretim
K3	Kadın	18	Bekar	2 yıl	Lise
K4	Kadın	45	Evli	1,5 yıl	İlköğretim
K5	Kadın	42	Evli	8 yıl	İlköğretim
K6	Kadın	23	Bekar	6 yıl	Lise
K7	Erkek	68	Evli	35 yıl	Üniversite
K8	Erkek	40	Evli	23 yıl	Üniversite
K9	Kadın	45	Evli	4 yıl	Üniversite
K10	Erkek	47	Bekar	22 yıl	İlköğretim
K11	Kadın	63	Evli	9 yıl	Lise
K12	Kadın	45	Evli	1.5 yıl	İlköğretim
K13	Kadın	66	Evli	4 yıl	İlköğretim
K14	Kadın	47	Evli	4 ay	İlköğretim
K15	Kadın	37	Evli	2 yıl	İlköğretim
K16	Kadın	38	Bekar	3.5 yıl	İlköğretim
K17	Erkek	55	Evli	42 yıl	İlköğretim
K18	Erkek	61	Evli	22 yıl	İlköğretim
K19	Kadın	51	Evli	28 yıl	Üniversite
K20	Kadın	50	Evli	30 yıl	İlköğretim
K21	Erkek	69	Evli	15 yıl	İlköğretim
K22	Kadın	50	Evli	18 yıl	İlköğretim
K23	Erkek	55	Evli	40 yıl	Lise
K24	Erkek	35	Evli	5 yıl	Üniversite
K25	Kadın	34	Evli	5 yıl	Lise
K26	Kadın	46	Evli	4 yıl	Lise
K27	Kadın	52	Bekar	4 yıl	Üniversite

Tablo 8'e göre; katılımcıların büyük çoğunluğunu kadınların oluşturduğu (% 70), kadınların 18-66 yaş aralığında buldukları, erkeklerin ise 35-69 yaş aralığında oldukları ortaya çıkmaktadır. Araştırmaya katılanların yalnızca 5 'inin üniversite eğitimi almış olduğu; çoğunluğunun (12 kişi) turizm endüstrisinde 15 yıl ve üzeri iş deneyimine sahip olduğu görülmektedir.

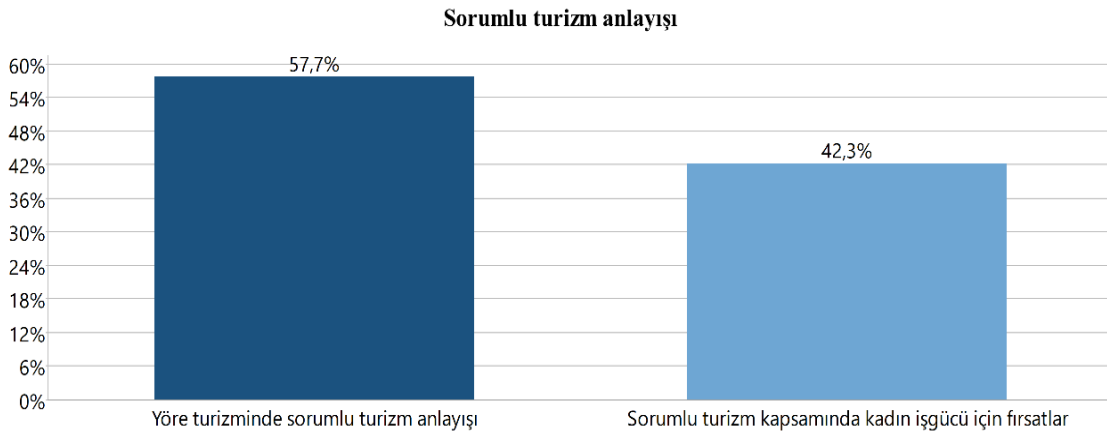
Araştırmaya 19'u kadın 8'i erkek olmak üzere toplam 27 kişi gönüllü olarak katılım göstermiştir. Literatüre dayalı olarak hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılarak söz konusu katılımcılarla görüşmeler/mülakatlar Ağustos- Aralık 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş; her bir görüşme yaklaşık 1 saat sürmüştür.

Tablo 9: Üst ve Alt Kodlara İlişkin Açıklamalar

Üst Kodlar ve Alt Kodlar	Açıklamalar
Turizmde Kadın İşgücü ve Girişimcilerin Sorumlu Turizm Kapsamında Kültür Turizmine Katkıları	Kadınların kültür turizmine katkılarının sorumlu turizm anlayışı kapsamında değerlendirilmesini ifade etmektedir.
Sorumlu Turizm Anlayışı	
Sorumlu Turizm Kapsamında Kadın İşgücü İçin Fırsatlar	Sorumlu turizm kapsamında kadın çalışanlara sunulan iş geliştirme olanaklarını ifade etmektedir.
Yöre Turizminde Sorumlu Turizm Anlayışı	Yörede turizmin çevresel, ekonomik ve sosyal pozitif etkilerini ifade etmektedir.
Turizmde Kadın Çalışanların Yöreye Katkıları	
Yöredeki Yaşam Kalitesine Katkıları	Kadınların yörede sosyal düzenin oluşumuna yönelik çevresel, ekonomik ve sosyal katkılarını ifade etmektedir.
Yöre Turizmine Yönelik Sosyal Katkıları	Kadınların Safranbolu'da turizm gelişimine sosyal katkılarını ifade etmektedir.
Yöre Turizmine Yönelik Çevresel Katkıları	Kadınların Safranbolu'da turizm gelişimine çevresel katkılarını ifade etmektedir.
Yöre Turizmine Yönelik Ekonomik Katkıları	Kadınların Safranbolu'da turizm gelişimine ekonomik katkılarını ifade etmektedir.
Yöre Turizmine Yönelik Genel Katkıları	Kadınların Safranbolu'da turizm gelişimine genel anlamdaki katkılarını ifade etmektedir.
Turizmde Kadın Girişimciliği	
Girişimcilik Sürecinde Yaşanan Sıkıntılar	Kadınların iş kurma sürecinde karşılaştıkları sorunları ifade etmektedir.

Girişimciliğe Manevi Destek	Kadınların iş kurma sürecinde ailesinden ve çevresinden aldığı manevi desteği ifade etmektedir.
Girişimciliğe Maddi Destek	Kadınların iş kurma sürecinde ailesinden ve çevresinden aldığı maddi desteği ifade etmektedir.
Girişimcilik Hikayesi	Kadınların iş kurma sürecini ifade etmektedir.
Turizmde Kadın İşgücü	
Yaşanılan Mesleki Zorluklar	Turizm endüstrisinde kadınların yaşadığı mesleki sorunları ifade etmektedir.
Gelecekte Çalışma Durumu	Kadınların gelecekte turizm endüstrisinde çalışma düşüncelerini ifade etmektedir.
Turizmle İlgili Faaliyetlere Katılım	Kadınların turizmle ilgili faaliyetlere katılım durumlarını ifade etmektedir.
Turizmde Çalışma Kararı	Kadınların turizm endüstrisinde çalışma kararını nasıl verdiklerini açıklamaktadır.

Tabloya bakıldığında; 4 ana temanın (üst kod) ve 15 alt temanın (alt kod) ortaya çıktığı görülmektedir.



Şekil 2: Sorumlu Turizm Anlayışı Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği

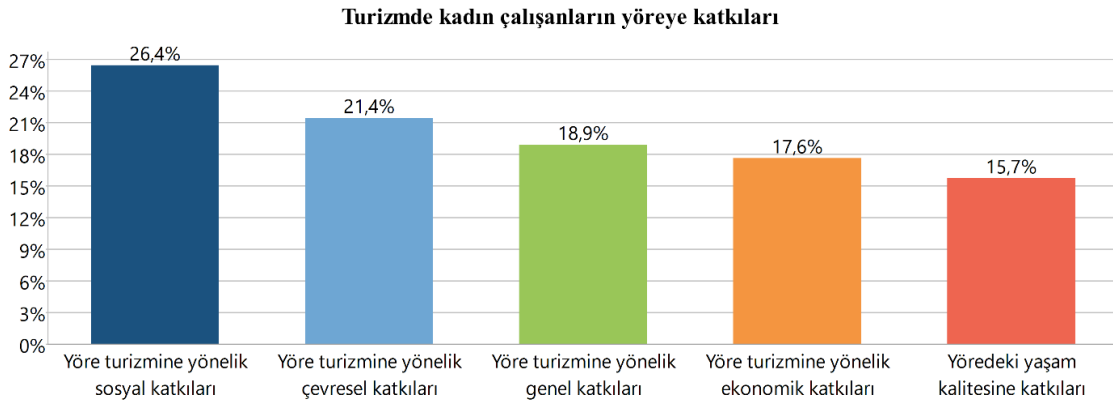
Araştırmada katılımcıların en fazla Safranbolu turizminde sorumlu turizm anlayışı hakkında konuştukları görülmektedir. Katılımcılar Safranbolu'nun UNESCO tarafından kültürel miras kenti olarak ilan edilmesinin ve belediyenin bölgede sürdürülebilir turizm anlayışının oluşması için uygulamaya başladığı “Mor Bayrak” gibi projelerin kültürel mirasın ve tarihi binaların korunmasına katkıda bulunmasına

rağmen; yalnızca söz konusu tarihi binaların restorasyonuna odaklanmanın yöre turizminin sürdürülebilirliğini sağlamak açısından yetersiz olduğunu; örneğin yerel halkın zaman zaman turiste karşı hoşgörüsüz davranabildiğini ve hatta turistlerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerle ilgili aldatılabildiklerini ifade etmektedir. Katılımcıların konu ile ilgili yorumlarından bazıları şu şekildedir;

“Bu bölge sit alanı burada bir tane çivi buradan alıp buraya çekemezsin. Bu nasıl engellendi cezai müeyyidelerle ceza verildi. On iki ay paraya çevrilen bir hapis cezası var. Yok bunu erteleyeyim işte burada bu evlerin kalması mümkün değildi. Yolun kenarındaki taşı alıp atamazsın hep bunlar tarih yani beş yüz sene önce burası nasıl yapıldıysa aynen saklanıyor.” (K7)

“Ben bu şehrin mesela bir yerel yöneticisi olsam ya da kültür denetleyicisi olsam mutlaka her günümün en az 1 saatini bu sokaklarda geçirip, sokakları gezip, sokaklardan ayrılan insanlarla konuşup memnuniyetlerini ve memnuniyetsizliklerini dinleyip yani ona göre bir şeyler üretmek bir şeyler yapmak bir şeyleri yasaklamak bir şeyleri serbest bırakma ya da yeni projeleri bunun üzerine kurmak ama maalesef yani gördüğüm tek şey bir kaç tane binanın dışını restore etmenin yeterli olduğu gibi bir kanaatim var.” (K9)

“Baktığımız zaman yaşananlara pilava safran yerine zerdeçal katılması safran kullanılmaması, tereyağlı İskender deyip buna margarin kullanılması, bu tür şeyler çok zarar veriyor turizme, gelen turistler başka yaşadıkları kötü deneyimleri anlatıyorlar bize. Turizme fiyat olarak yapılan yanlışlar çok sekte vuruyor.” (K20)



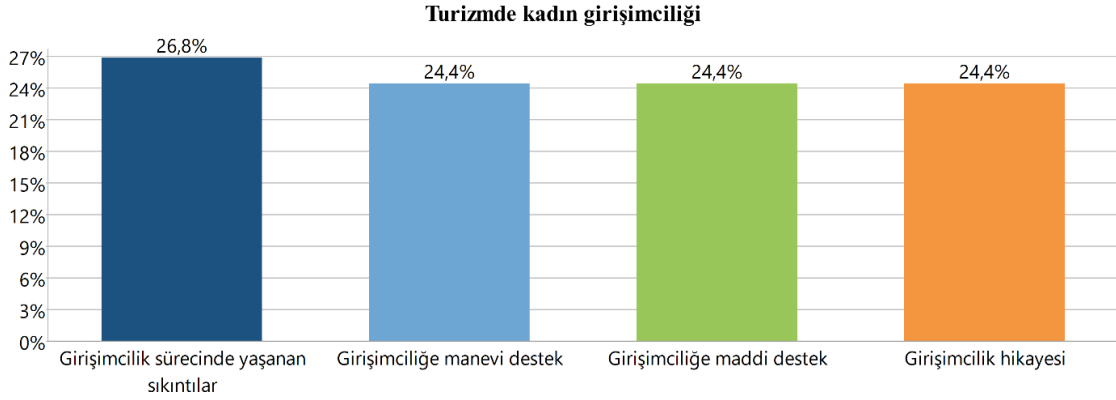
Şekil 3: Turizmde Kadın Çalışanların Yöreye Katkıları Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği

Şekil 2’ e göre; araştırmaya katılanların en fazla “yöre turizmine yönelik sosyal katkıları” alt kodu ile ilgili yorumda buldukları ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar yöre turizminde kadın işgücüne çok sık rastlandığını, kadınların bu konuda her geçen gün daha çok desteklendiğini ve turistlerin kadın çalışan görmekten memnuniyet duyduklarını ifade etmektedir. Kadınların sosyal katkıları hakkındaki yorumlar aşağıdaki gibidir;

“Turistler kadınlara karşı çok iyi çok memnunlar. Yöre halkının tutumu güzel artık o eski şeyleri aştılar. Herkes çalışabilir hiç kimse kimseyi yadırgamıyor. Eskiden Ayşe çalışıyor, geçinemiyor da mı çalışıyor gibiydi. Zaman içerisinde artık bunu aştılar ekonomik özgürlüğün ne demek olduğunu zaten hayat şartları o kadar o kadar ağır ki.” (K11)

“Özellikle yabancı turistler böyle emekçi kadınlara çok önem veriyor. Bizim yerli turistlerde nasıl oluyor diyelim değer veren de var vermeyen de var. Genelde yabancı turistler de böyle kadın çalışanın emeğine saygı duyuyor, böyle bir şey yaptığında falan bir şey yapıyorum hani yormak istemiyor, aldığı şeyi hemen yerine koyuyor, daha değer verici oluyor. Yani Emeğe saygı duyuyor.” (K19)

“Daha da samimi oluyor, daha candan orada diyelim ki dışarıdan bir bayan geldiği veya aile geldiği zaman orada bir bayanı, işletmede bir bayanı gördüğünde bakışı olumlu yönde daha farklı oluyor. Hem hijyen açısından daha özen gösteriyorlar hem de daha samimi bir ortam oluşuyor onun için de bayanların hizmet sektörünün içinde olmasının yararları çok var.” (K23)

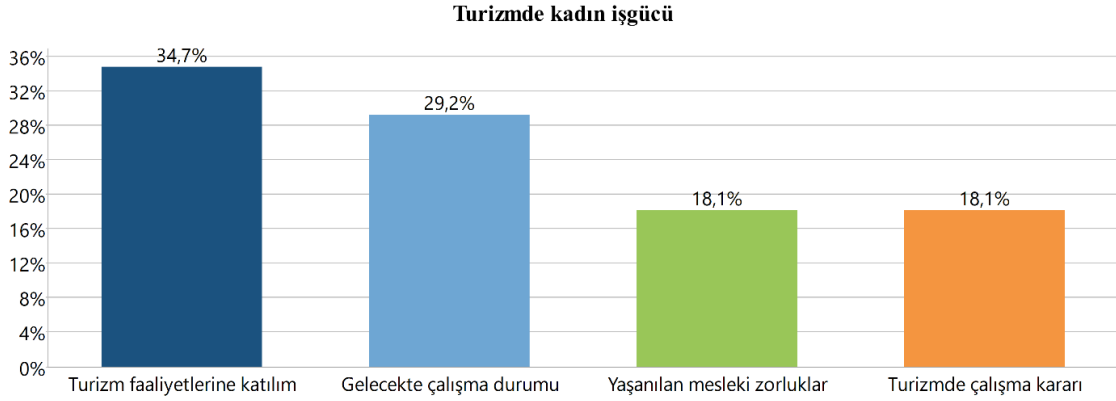


Şekil 4: Turizmde Kadın Girişimciliği Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği

Araştırmada turizmde kadın girişimciliği üst koduna bağlı olarak en fazla girişimcilik sürecinde yaşanan sıkıntılar alt kodu hakkında yorumda bulunduğu görülmektedir. Katılımcılar tarafından girişimcilik sürecinde kadınların farklı ürün tasarlama ve ürün çeşitliliği ve talep yaratma konularında zorlandığı ve yerel yönetimin girişimci kadınlara yeterli desteği sağlamadığı; örneğin ürün fiyat istikrarsızlığının pazarda karşılaşılan en önemli sorunlardan biri olduğu belirtilmektedir. Konuya ilişkin ifadeler şu şekildedir;

“Ürün sıkıntısı oldu. Nasıl bir şey yapmalısın ki burada ticaret olur. Üründe farklı bir çeşit bulmakta zorlandım. Yıllardır da bunu yapmaya çalışıyorum. Çarşıdaki bütün dükkanlardan farklıdır benim dükkanım.” (K1)

“Yani ilk önce zaten tutulana kadar veya müşteri edinene kadar sıkıntılar yaşıyorsun. Onun dışında farklı bir şey yok onun dışında yabancı dil bilmediğimiz için o da sıkıntı ama şu an hani müşterilere hitap edecek kadar bir şeyler biliyorum.” (K5)

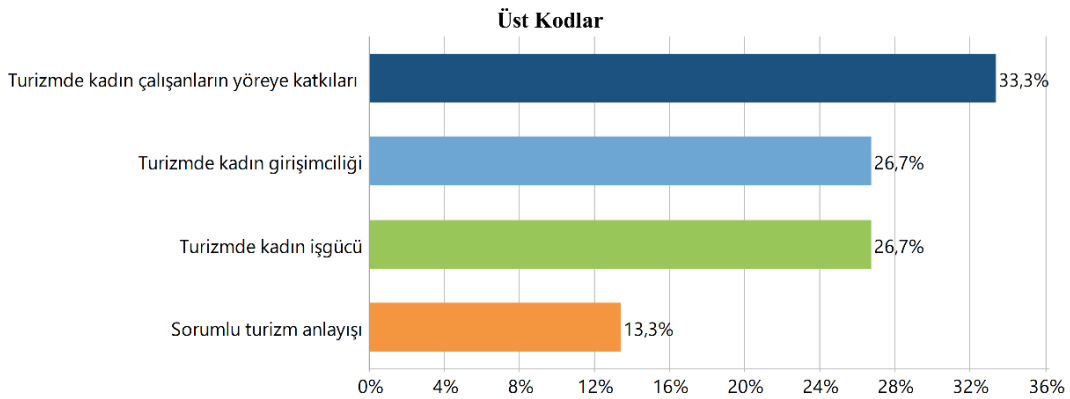


Şekil 5: Turizmde Kadın İşgücü Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği

Şekil 5'e göre katılımcıların en fazla turizm faaliyetlerine katılım durumu ile ilgili yorum yaptıkları anlaşılmaktadır. Katılımcılar çoğunlukla turizmle ilgili faaliyetlere düzenlenen faaliyetlerin yetersizliği ve yaptıkları işin yapısı gereği yeterli zaman bulamama nedeniyle katılım gösteremediklerini belirtmekle beraber turizmle ilişkili az sayıda da olsa bazı eğitimlerin, kursların verildiğini ve projelerin gerçekleştirildiğini ifade etmektedir;

“Şöyle ki zamanımız yok. Biz hayatla mücadele ediyoruz. Sabah robot gibi kurulmuşuz belirli saatte çıkacağız işimiz başka bir şey yapamayız akşam belli saatte çıkacağız. Dinlenmeye bile vaktimiz olmuyor. Böyle bir yere gitmemiz için imkân yok yani mesai saatlerinden dolayı bu etkinliklere kazanamıyoruz.” (K16)

“EMİTT fuarına katılıyoruz. Buradaki derneklerin dediğim gibi yönetim kurulundayım 3-4 tane çok kaliteli derneğimiz var. Turizm ve Kalkındırma Derneği ve bayanların kurduğu Şebnem hanımın kurduğu bir dernek var.” (K7)



Şekil 6: Üst Kodlara (Ana Tema) İlişkin Yüzde Grafiği

Grafiğe göre; katılımcıların en fazla üzerinde yorum yaptıkları üst kodun %33,3 ile “Turizmde kadın çalışanların yöreye katkıları” olduğu anlaşılmaktadır. En az bahsedilen üst kod ise %13,3 ile “sorumlu turizm anlayışı” kodudur. Katılımcılar kadının işgücünün yöre turizmine katkıları ile ilgili şu ifadelerde bulunmaktadır;

“Kadının en büyük vazifesi taşıyıcılık tabii burada. Yani evet burada esnaf olan herkesin bir kültürün taşıyıcısı olduğunu iddia edemeyiz ama birçok alanda yani el becerisi olarak, yani kadın bu kültürde yetişmiş bir kadınsa da özellikle bu kültürde öğrendiği şeyleri emeğe ve esere dönüştürüp burada sunacaktır. Doğal olarak da en güzel taşıyıcılık ve kültüre en güzel hizmeti bu şekilde olacaktır. Yani bu beldenin insanı burada bir şeyler üretiyorsa burayı satışa çıkarmıştır. Buranın değerini ve buranın kültürünü tanıtmaya çıkartmıştır. Yani bence asıl taşıyıcı, bir erkekle arasındaki fark da budur zaten erkek eliyle çok üretmeden hani belki almak satmak ticaret yapmak, evet bunlar onun için de geçerli ama kadın bizzat üretim yaptığında üretip eli ile üretip sattığında bu eşittir bir çeşit kültür alışverişine de dönüşmüş oluyor.” (K9)

“Kadın çalışanlar her zaman için bence erkeğe göre çok çok daha değerli yani kadın neyin ne olduğunu, geliri gideri, eve hâkim olan evdeki idareyi sağlayan kadın aynı şekilde iş yerinde gelir gider iyi bilen ve elinden bir şeyler gelen ne olur; Hamur işi yapar bir kadın girişimci olarak şube ne derler gözleme salonu, kafeterya... Benim gibi elinden dikişmiş, el sanatlarıymış olanlar bu şekilde yapıyor. Kadın girişimcinin özellikle turistik yerlerde muhakkak olmazsa olmazdır, bence kadın girişimcinin muhakkak olması lazım, müşteriye davranışı, hitap şekli bile bence bir erkeğe göre daha farklı”. (K19)

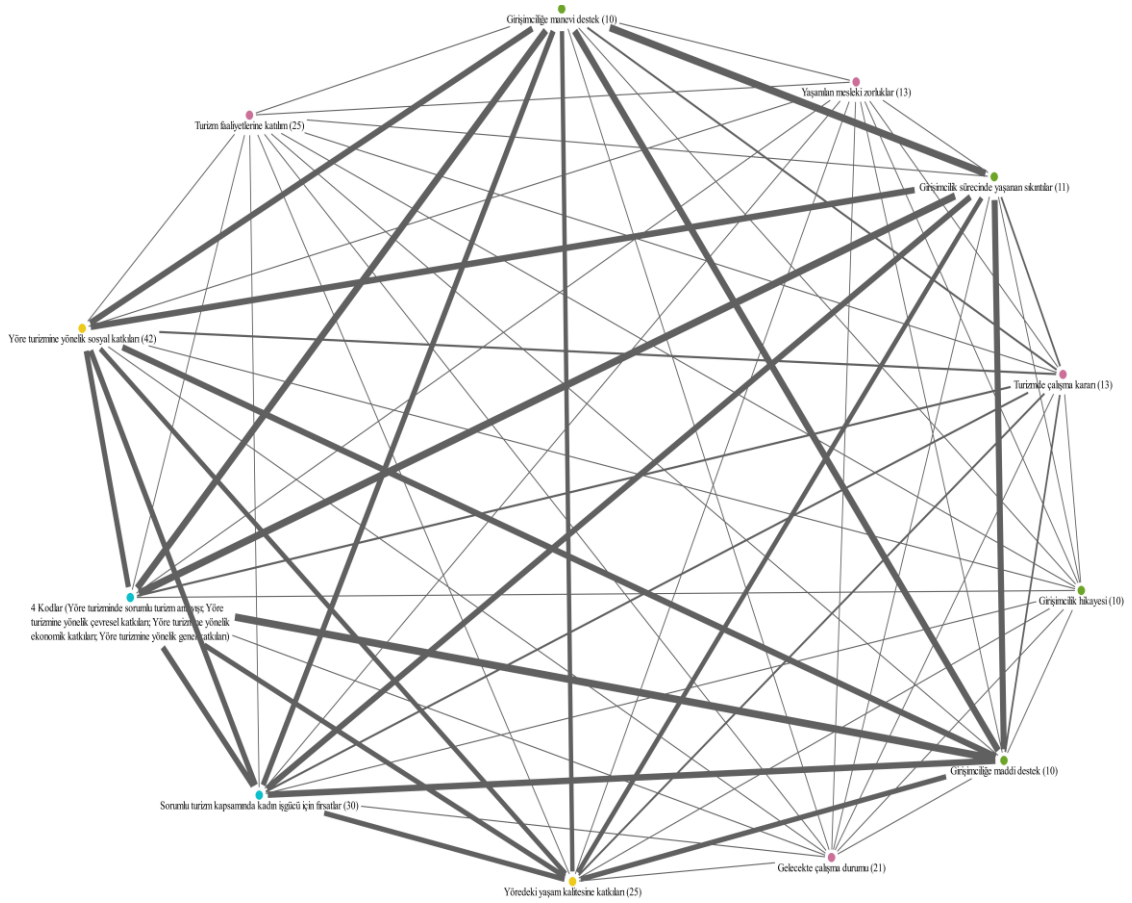


Şekil 7: Kelime Bulutu

Kelime bulutu katılımcıya yöneltilen bir ya da birden fazla açık uçlu soruya karşılık verilen cevaplardaki en sık kullanılan kelimeleri ortaya çıkarmak ve farklı görselleştirme seçenekleri kullanılarak sunmak için kullanılan bir MAXQDA aracıdır (Rädiker & Kuckartz, 2020). Araştırmada en çok tekrarlanan ilk üç kelime sırasıyla

“kadın” (425), “çok” (357) ve “daha” (351) kelimeleridir. En çok kullanılan diğer kelimeler arasında ise “turizm” (209), “Safranbolu” (189) ve “kültür” (154) kelimeleri yer almaktadır.

Araştırma kapsamında kadın girişimcilerin ve çalışanların sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde yöredeki kültür turizminin gelişimine katkıları mülakatlar aracılığıyla tespit edilmeye çalışılmıştır. Gerçekleştirilen mülakatlarda katılımcılar çoğunlukla kadınları erkeklerle kıyaslayarak çıkarımda bulunmuştur. Örneğin kadınların erkeklere göre turistlerle daha iyi bir iletişim kurabildikleri, fiziksel çevreyi korumaya yönelik daha duyarlı oldukları sıklıkla vurgulanan ifadelerdir.

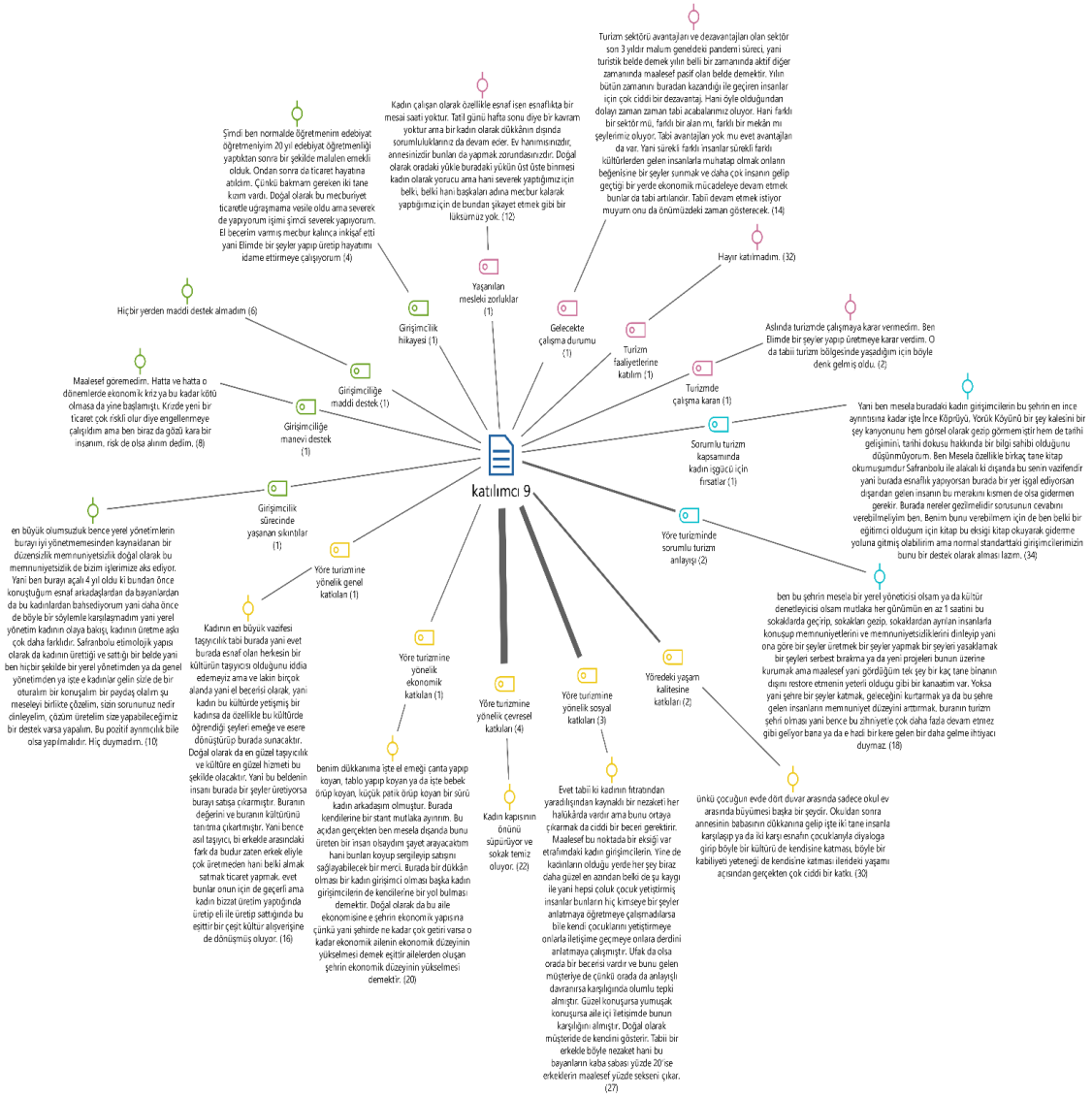


Şekil 8: Kod Haritası

Kod haritası en sık tekrarlanan kodlar ve bu kodlar arasındaki kombinasyonları ortaya koymaktadır. Araştırmadaki kodlu bölümlerden elde edilen kod haritasına göre; en fazla tekrar edilen ya da en sık kodlanan alt kodlar; “turizmde kadın çalışanların

yöreye katkıları” ana temasına (üst kod) bağlı “yöre turizmine yönelik sosyal katkıları”, “yöredeki yaşam kalitesine katkıları”, “yöre turizmine yönelik çevresel katkıları”, “yöre turizmine yönelik ekonomik katkıları”, “yöre turizmine yönelik genel katkıları”; “sorumlu turizm anlayışı” ana temasına (üst kod) bağlı “yöre turizminde sorumlu turizm anlayışı” ve “sorumlu turizm kapsamında kadın işgücü için fırsatlar” alt kodlarıdır. Bu alt kodlara göre daha az tekrar edilmesine rağmen; “turizmde kadın girişimciliği” ana temasına (üst kod) bağlı “girişimciliğe maddi destek”, “girişimciliğe manevi destek” ve “girişimcilik sürecinde yaşanan sıkıntılar” alt kodları ile söz konusu kodların yakından ilişkili olduğu görülmektedir.

Araştırmada en fazla kodlama yapılan belgeler (K9, K11) dikkate alınarak tek vaka belge modeli oluşturulmuştur.



Şekil 9: Tek Vaka Belge Modeli

Şekil 9’da katılımcının araştırma kapsamında gerçekleştirilen mülakatlar doğrultusunda oluşturulan üst kodlar ve alt kodlar arasından en fazla “yöre turizmüne yönelik çevresel katkıları” (4) ve “yöre turizmüne yönelik sosyal katkıları” (3) alt kodları hakkında yorumda bulunduğu görülmektedir. Katılımcı yorumlarında yöredeki çevre ve gürültü kirliliğine dikkat çekerek, el sanatı ürünlerini imalat aşamasında atıkları dahi değerlendirdiğini ifade etmiştir.

“Bende ortaya çıkan işlenmiş deri atığıdır. Ben de bunu en küçük parçasına kadar zaten değerlendiririm. Önce yemeni yapılır, yemeniden artanla anahtarlıklar yapılır, küçük minik anahtarlıklar onlardan artanla da takı toka yapılır yani en küçük parçasına kadar değerlendirilir.”

para kazanmak değil de kültürün devamlılığına destek olmak olduğu için herhangi bir problemle karşı karşıya kalmadıklarını ve rehberlerin alışveriş için turistleri yalnızca anlaşmalı oldukları işletmelere yönlendirmesinin ve turistik ürün olarak pazarlanan yapıların ve mekanların denetiminin yeterinde yapılmamasının yöre turizmindeki sorumlu turizm anlayışını zedelediğini ifade etmiştir.

“Sorumlu turizm anlayışını maalesef göremiyorum. Eğer öyle olsa insan yaşadığı yerin etrafını temiz tutar. Yıllarca Cam Terasa gittiniz rezillikleri gördünüz. Daha terasın oraya gelirken rezillikleri gördünüz, her tarafta çöp, ot bilmem ne insan oraları bir ağaçlandırır, çiçekler diker yol kenarlarına ama belediye ama özel idare. Orası özel idare o zaman özel idare yapacak oraları, buralara belli standart koyacak. Sen buralara bunları şunları koyamazsın. Bu şekilde bu pisliklerini gösteremezsin. Sen buraya geldiğin zaman diyorsun ya mağaram var terasım var ondan sonra kanyonum var. Sen oraları o zaman denetleyeceksin yaptırımlarla, yaptırımlar yapacaksın. Tabi yani yapmayanın ihalesini fes edeceksin. Yok herkes avanta derdinde ihale edilecektir. Adam kayırmacılık var ya işte ben şu partiden de benim bir abim var ona alo de ya böyle bir şey olmaz ya.”

Tek-Vaka Kodlu bölümler modeli oluşturulurken araştırmacı tarafından en fazla kodlamanın yapıldığı üst ve alt kodlar kapsamındaki kodlu bölümler dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda “yöre turizmine yönelik sosyal katkıları” (42), “yöre turizminde sorumlu turizm anlayışı” (41), “yöre turizmine yönelik çevresel katkıları” (34) ve “sorumlu turizm kapsamında kadın işgücü için fırsatlar” (30) alt kodlarına ait ifadelere Şekil.... Yer verilmiştir.

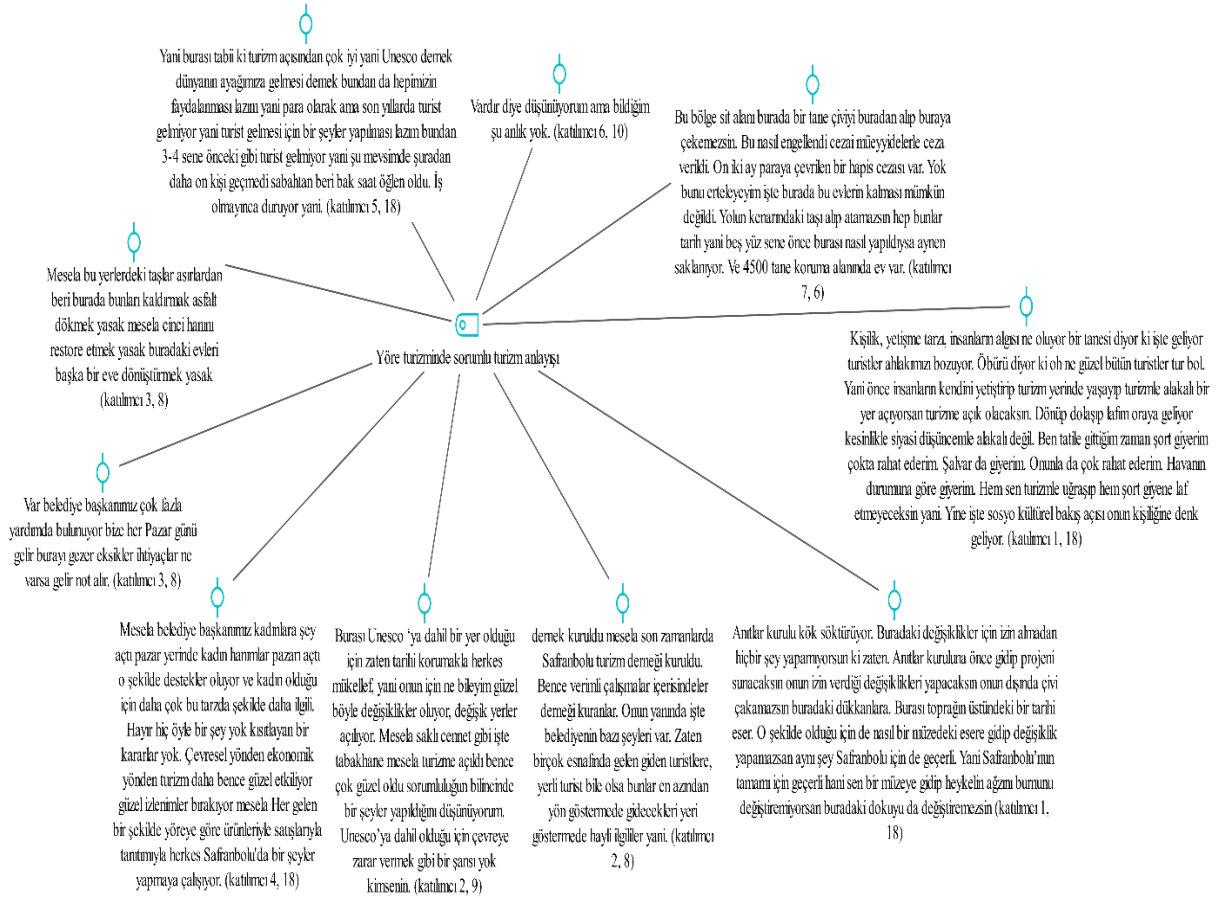
Tek-Vaka Modeli (Kodlu Bölümler)



Şekil 12: Tek Vaka Kod Modeli

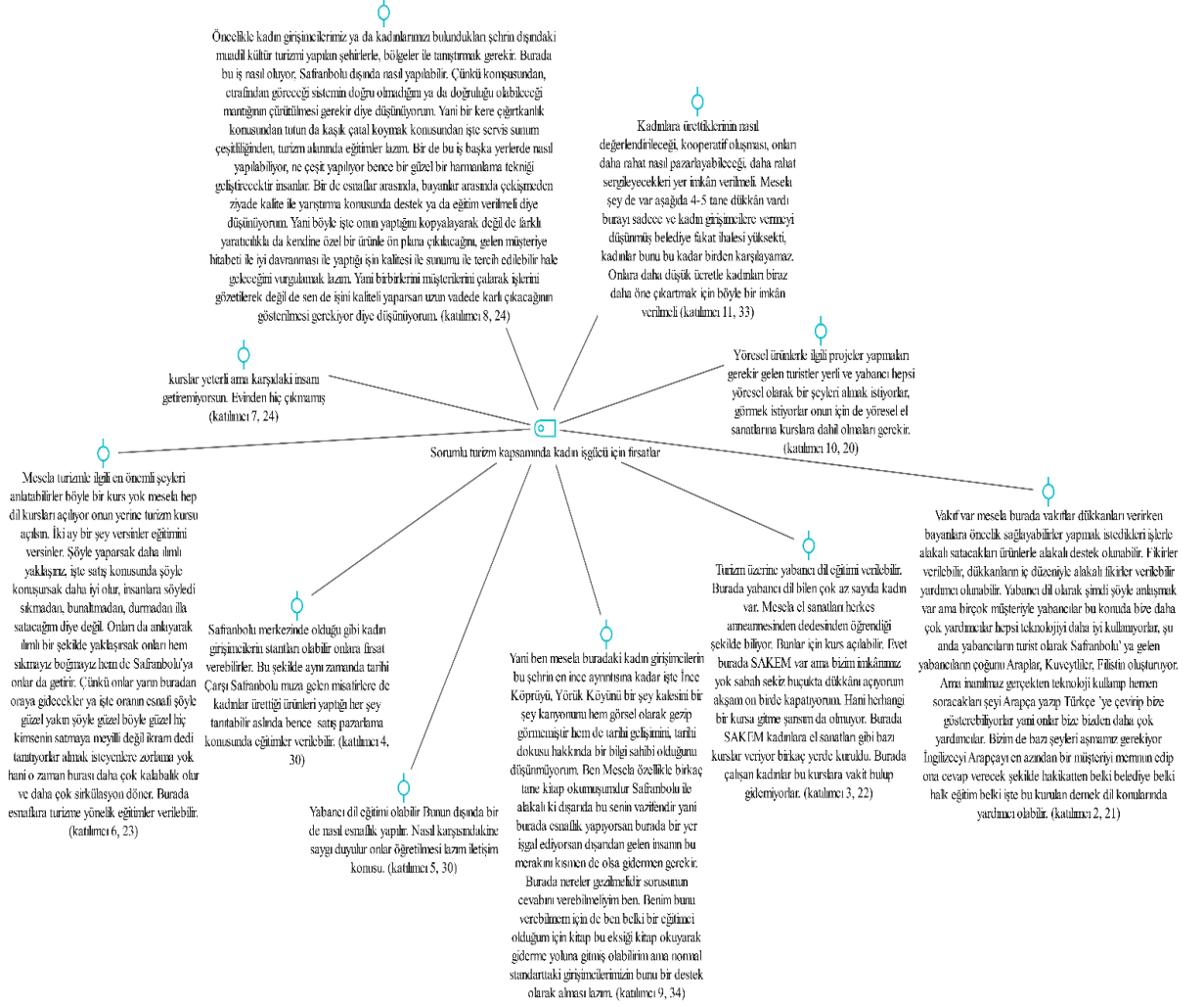
Şekil 12'de yer alan ifadelerden; kadınların çevreyi temiz tutma ve koruma konusunda erkeklere göre daha duyarlı davrandıkları ve gerektiğinde turistlere de konu ile ilgili uyarılarda buldukları ortaya çıkmaktadır.

Tek-Vaka Modeli (Kodlu Bölümler)



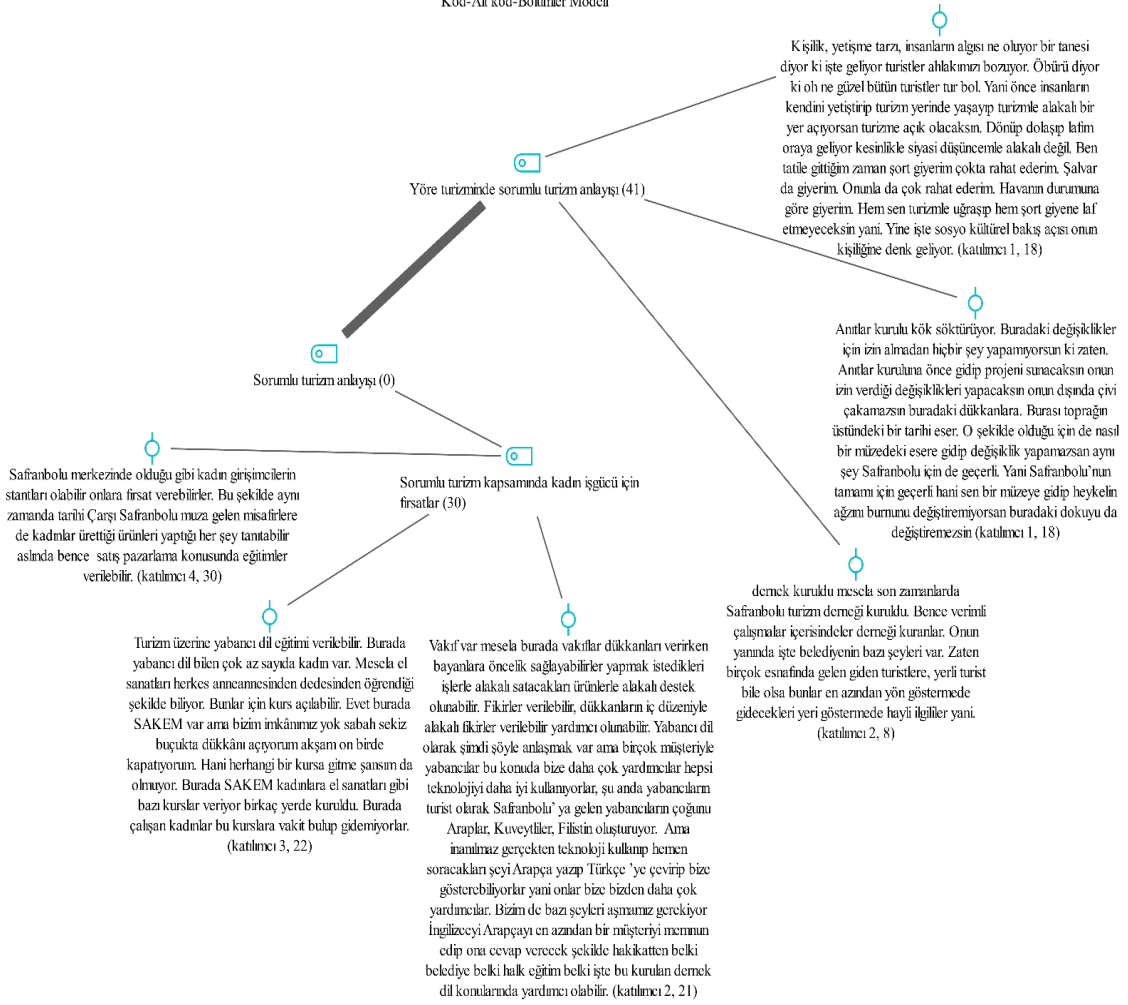
Şekil 13: Tek Vaka Kod Modeli

Şekil 13'e göre Safranbolu'nun her şeyden önce UNESCO tarafından kültürel miras kenti ilan edilmesinin tarihi anıtların ve yapıların korunmasına büyük katkı sağladığını ve yerel yönetimlerin ve bazı derneklerin sorumlu turizm anlayışı kapsamında yörede faaliyetlerde bulduklarını ifade edilmektedir.



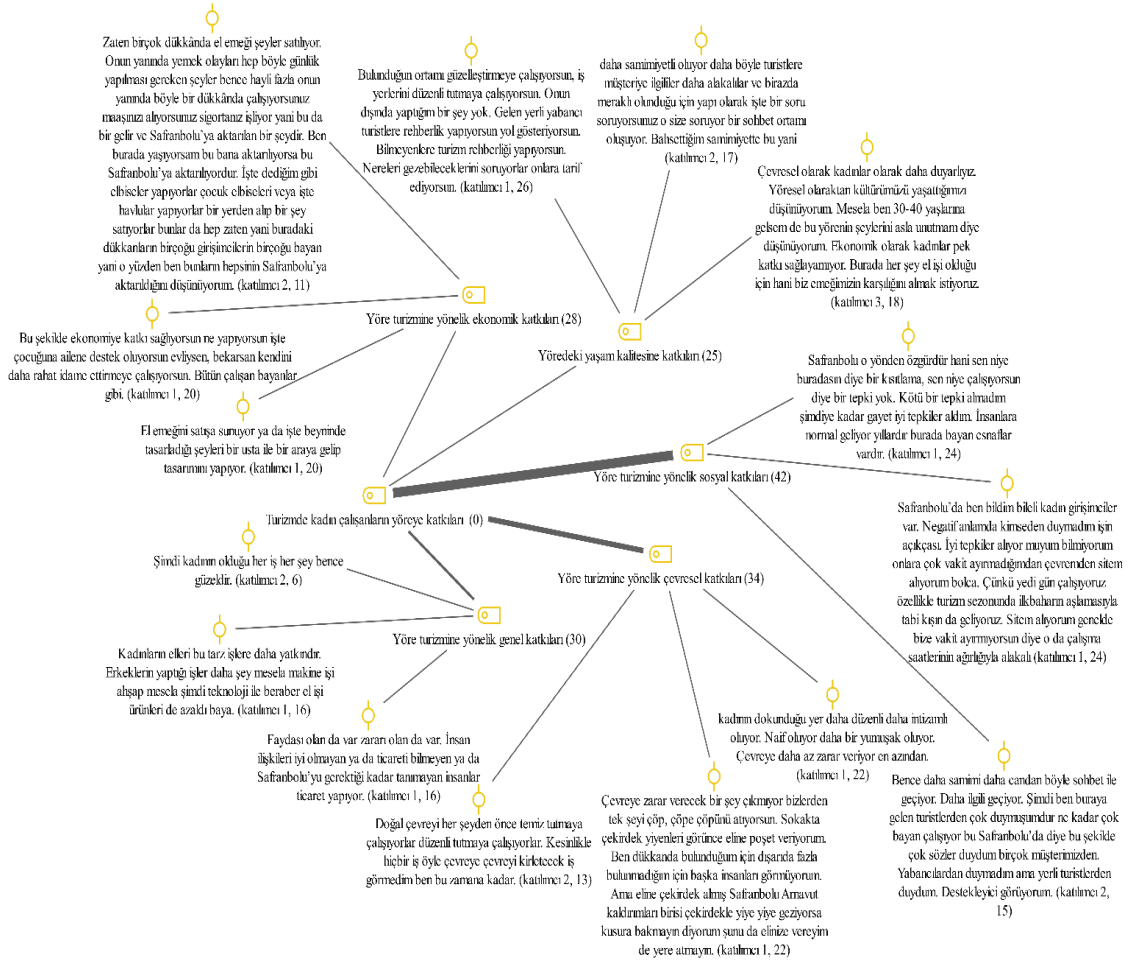
Şekil 14: Tek Vaka Kod Modeli

Şekil 14'e göre; sorumlu turizm anlayışı kapsamında kadınların öncelikle Safranbolu'yu tüm tarihi ve kültürel değerleriyle tanımalarına ve keşfetmelerine imkan sağlanması, kadınlara yabancı dil öğrenebilecekleri ve el sanatlarını geliştirebilecekleri bazı kursların açılması ve ürünlerini sergileyebilecekleri ve pazarlayabilecekleri kooperatiflerin kurulması yönünde önerilerde bulunulduğu görülmektedir.



Şekil 15: Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Şekil 15'deki kod-alt kod bölümler modeli incelendiğinde; “sorumlu turizm anlayışı” üst koduna bağlı “yöre turizmde sorumlu turizm anlayışı” alt kodunun 41 defa kodlandığı görülmektedir. “Sorumlu turizm kapsamında kadın işgücü için fırsatlar” alt kodu ise 30 defa kodlanmıştır. Katılımcılar turiste karşı hoşgörülü olmanın sorumlu turizm anlayışının gereklerinden biri olduğunu belirtmekle birlikte; yerel yönetimlerin ve derneklerin yörede turizmi iyileştirmek adına bazı faaliyetlerde bulduklarını ve Safranbolu'nun UNESCO listesinde yer almasının bölgesinin yapısal ve kültürel anlamda sürdürülebilirliğinin sağlanmasında en önemli destek olduğunu diler getirmektedirler.



Şekil 16: Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Şekil 16'ya göre "Turizmde kadın çalışanların yöreye katkıları" koduna ait en fazla kodlama yapılan alt kodların "yöre turizmüne yönelik sosyal katkıları" (42) ve "yöre turizmüne yönelik çevresel katkıları" (34) olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılar yöre turizmde kadın işgücünün desteklendiğini, turistlerin kadın çalışan görmekten hoşnut olduğunu, ancak çalışma saatleri nedeniyle ailesine zaman ayıramamasının en büyük sorunu teşkil ettiğini ifade etmektedir.

SONUÇ

Hizmet endüstrisi içerisinde yer alan turizm, yapısı itibarıyla kadınlar için oldukça elverişli bir çalışma ortamı sağlamakta; yalnızca çalışan olarak değil yönetici olarak da endüstriye yön vermektedir. Kadınlar turizm endüstrisinde aynı zamanda girişimci rolleri ile de yer bulmaktadırlar. Aynı zamanda kadınlar turizm endüstrisinde girişimci rolleri ile de yer bulmaktadır (Bayram, 2018). Özellikle kırsal turizm vb. alternatif turizm çeşitlerinde kadın emeği varlığını oldukça hissettirmekte, kadın girişimciler ve çalışanların sayısı her geçen gün artış göstermektedir (Boyacıoğlu, 2014). Kadınlar aynı zamanda somut olmayan kültürel mirasın korunmasına kendi ürettikleri el emeği hediyelik eşya ve yöresel mutfak ürünleri ile katkıda bulunmakta ve böylece kültür turizmi içerisinde de aktif rol oynamaktadırlar (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017; Coşar, 2017). Turizm destinasyonlarında kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi ve iş gücünün desteklenmesi turizmin sürdürülebilirliğine de katkıda bulunmaktadır. Ancak bu süreçte özellikle kırsal bölgelerde yaşayan ve turizm endüstrisinde kendine istihdam imkânı yaratmak isteyen kadınlara turizm, pazarlama ve inovasyon gibi konularda eğitimler verilerek gelişimlerine katkı sağlanmalıdır (Tovmasyan, 2022).

Alan yazında kadın girişimciliği ve iş gücünün bazı turizm çeşitleri kapsamında incelendiği çalışmalar bulunmasına karşın (Baniasadi ve Naghavi, 2022; Kulkarni ve Rao, 2022; Makandwa vd., 2022; Aylan vd., 2019); sorumlu turizm kapsamında kadın girişimciliğini ve iş gücünü konu alan herhangi bir çalışmaya rastlanamamış olmasının tez araştırmasını özgün kıldığı düşünülmektedir. Araştırma sonucunda; Safranbolu'da sorumlu turizm anlayışına yönelik birtakım restorasyon çalışmalarının yapıldığı, ancak bunların sorumlu turizm için yetersiz kaldığı, turiste zaman zaman hoşgörüsüz davranılabildiği ve hatta turistlerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerle ilgili aldatılabildikleri ifade edilmiştir. Kadınların sorumlu turizm anlayışı kapsamında erkeklere göre daha duyarlı bir tutum sergiledikleri; çevre temizliği konusunda daha özenli davrandıkları ve turistlerle daha samimi iletişim kurabildikleri belirtilmiştir. Yöre turizmine katkı sağlamaktan memnuniyet duyduklarını belirten kadınlar, yaptıkları işte belirli bir mesai saatinin olmayışının yaşadıkları en büyük sorun olduğunu dile getirmekle beraber; farklı ürün tasarlama, ürün çeşitliliği ve talep yaratma konularında zorlandıklarını ve yerel yönetimin girişimci kadınlara yeterli desteği sağlamadığını da açıklamıştır.

Bu doğrultuda sorumlu turizm anlayışı kapsamında yöre turizminin gelişimi için kadın girişimcilere ve kadın çalışanlara yönelik şu önerilerde verilebilir;

- Kadınlara yönelik mevcut kurs ve eğitimlerin devamlılığının sağlanmasının yanında kadınların farklı beceri ve yeteneklerini ortaya çıkarabilecekleri farklı nitelikte eğitim imkanları sunulmalıdır.
- Üniversiteler bünyesindeki meslek yüksek okullarının ve fakültelerin ilgili bölümleriyle iş birliği yapılarak kadınlara turizmin çeşitli alanlarına ve yabancı dil kullanımına yönelik çeşitli eğitimler verilmelidir.
- Yöredeki kadın girişimcilere ve çalışanlara belirli özel gün ve bayramlarda ürünlerini sergileyebilmeleri ve pazarlayabilmeleri için sabit stantlar kurulmalıdır.
- Kadınların özellikle el emeği ürünlerini pazarlayabilecekleri yerel yönetim destekli online satış platformları oluşturulmalıdır.
- Yöreyi ziyaret eden bireylerden yöre turizminin aksayan yönlerine ilişkin önerileri ve şikâyetlerini sunabilmeleri için turizm işletmelerinde ve/veya diğer rekreatif alanlarda öneri ve şikâyet kutuları yerleştirilebilir.

Araştırmanın en önemli kısıtı uygulamanın Safranbolu ilçesi ile sınırlandırılmış olmasıdır. Gelecekte aynı araştırma sorusu kapsamında farklı kültür turizmi ve yavaş turizm destinasyonlarında gerçekleştirilecek araştırmaların konuya kapsayıcı bir bakış açısı kazandırabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda araştırma sorusunun Safranbolu'yu ziyaret eden turistlere yöneltilmesi konunun talep boyutuyla değerlendirilmesine imkân sunabilir. Mevcut araştırmanın örneklemini hediyeelik eşya ve yöresel mutfak ürünleri üretiminde ve satışında bulunan kadın girişimciler ve çalışanlar, yerel yönetim yetkilileri, çeşitli kurs ve dernek temsilcileri oluşturmaktadır. Gelecekteki çalışmalarda turizm işletmelerinde çalışan ve yönetici pozisyonunda bulunan kadınların müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati, hizmet kalitesi gibi değişkenler üzerine etkileri sorumlu turizm anlayışı kapsamında incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Abdelwahed, N.A., Bastian, B.L., Wood, B. (2022). Women, Entrepreneurship, and Sustainability: The Case of Saudi Arabia, *Sustainability*, 14, 11314.
- Abstein, A. & Spieth, P. (2014). Exploring HRM meta-features that foster employees innovative work behaviour in times of increasing work-life conflict. *Creativity and Innovation Management*, 13 (2), 213-225.
- AFD. (2016). Yuvarlak masa: Türkiye'de Kadınların Saygın İşlere Katılımını Destekleme ve Sürekliliğini Sağlama. Agence Française de Développement Konferansı, İstanbul.
- Agmarpisarn, C. (2016). Becoming Professional Female Chef in Thailand. A Case Study of Chef Bo, Bo.lan Restaurant, Bangkok. *Social Science Asia*, 2 (2), s. 23-39.
- Akgül, O. (2003), "Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias-Geyre Örneği", Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Anabilim Dalı yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Akoğlan Kozak, M. & Bahçe, S. A. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, M. (1996). Konaklama Endüstrisinde Kadının Konumu. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(3-4), 16-23. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/53599/714499>
- Aksatan, M. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Doğal Miras. *Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar - Uygulamalar*. (ss. 29-44). Editör M. Kozak. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akşit S. (2007). Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (2), 441-460.
- Aktaş, E., & Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm yaklaşımı ile turistik destinasyonların gelişimi: Foça örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1671-1708.
- Aktaş, G. (2013). Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 30 (1)

- Aktaş, N. (2020) Toplumda Değişen Kadın Rollerinin Reklamlara Yansıması: Küçük Ev Aletleri Markalarına Yönelik Bir Analiz, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi, 15, 183 – 201.
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van Halkının Turisti ve Turizmi Algılama Şekli. Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Coğrafi Bilimler Dergisi, 5(1): 1-15.
- Albayrak, A. (2019). Turizmde Kadın Olmak, Değişim Yayınları. s.141-160.
- Altıntaş, V. (2014). Turizm işletmelerinde yıldırma (mobbing). Ş. A. Tükeltürk, N. S Perçin, B. Güzel (Ed.), Turizm işletmelerinde çalışan ilişkileri yönetimi (ss 303-320). Ankara: Detay Yayıncılık
- Anderson, S. E., Coffey, B. S., Byerly, B. S. (2002). Formal organizational initiatives and informal workplace practices: Links to work-family conflict and job-related outcomes. *Journal of Management*, 28 (6), 787-810
- Ardıç Yetiş, Ş. & Çalışkan, N. (2020). Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: Mevcut Duruma İlişkin Bir Değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 105-119. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.601634>
- Arioğlu, İ. E. & Aydoğdu Atasoy, Ö. (2015). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Geleneksel El Sanatları ve Kültür ve Turizm Bakanlığı. *Turkish Studies*, 10(16), 109-126.
- Arisoy, I. A. & Demir, N. (2007). Avrupa Birliği Sosyal Hukukunda Ayrımcılıkla Mücadele Kapsamında Kadın Erkek Eşitliği. *Ege Akademik Bakış*, 7 (2), s. 707-725.
- Arora, R., Rangnekar, S. (2014). Workplace mentoring and career resilience: An empirical test. *The Psychologist-Manager Journal*, 17 (3), 205-220.
- Ashley, C., Goodwin, H., Roe, D. (2001). Pro-Poor Tourism Strategies: Expanding Opportunities for the Poor. *Pro-poor Tourism Briefing*, 1.
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., Paddon, M. (2010). “Effective community based tourism: A best practice manual”, Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) tourism working group. Gold coast, Australia: Sustainable tourism cooperative research centre.
- Aslan, Ş. & Atabey, A. (2007). “Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi”, *Journal of Azerbaijani Studies*, 12(1-2), 1-17
- Aslaner, E. & Erol, G. (2017). Alternatif Turizmin Bazı Türleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (4), 422-438.

- Aşık, N. A. (2014). Konaklama işletmelerinde cam tavan sendromu kavramsal bir değerlendirme. *Uluslararası Hakemli Beşerî ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3 (9), 84-103.
- Atak, S. (2014). Mentorluk & koçluk teknikleri ve uygulamaları. A. E. Alaç (Ed.), *İnsan kaynakları yönetiminde eğitim ve geliştirme, kavramlar, modeller, kamu, özel ve güvenlik sektörü örnekleri* (ss. 141-181). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Atlas, G. (2012). Sex And The Kitchen: Thoughts On Culture And Forbidden Desire. *Psychoanalytic Perspectives*, 9 (2), s. 220-232.
- Audretsch, D.B., 2002, *Entrepreneurship: A Survey of The Literature*, Entreprise Directorate-General European Commission, Institute for Development Strategies, Indiana University&Centre for Economic Policy Research (CEPR), London.
- Avcı, N. (2007). Turizmde Taşıma Kapasitesinin Önemi. *Ege Akademik Bakış*. 7(2): 485- 501.
- Avcı, N. (2018). Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Karşılaştıkları Engeller ve Bu Engellere Yönelik Alguları [Yüksek Lisans Tezi], Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi. Erişim: 13.04.2022 https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=YlgpKEY91505wRqYzpcFg&no=sV7hiBVQNOK8w8L4_CWFQg
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi: Turist - Yerel Halk Etkileşimi*. 2. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayaz, N. (1993). Türkiye’de Çalışan Kadınların Sorunlarına Yönelik Bir İnceleme (Tekstil İşkolundan Örnekler), *D.E.Ü. İ. İ.B.F. Dergisi*, 8 (1): 175-191.
- Ayaz, N. ve Çobanoğlu, S. (2017). Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları: Bartın İli Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 413-427.
- Aydın Tükeltürk, Ş. & Yılmaz, İ.A. (2013). *Ekoturizm. Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*, Ed. Ş.Aydın Tükeltürk ve M.Boz, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aylan, F. K. (2019). Sorumlu Turizmin Destinasyon Rekabetçiliğine ve Yaşam Kalitesine Etkisi Üzerine Bir Uygulama. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Aylan, F.K., Sarı, H., Şalvarcı, S. (2019). Kırsal Yoksulluğun Giderilmesinde Kadın Girişimciliğin Rolü: Lavanta Kokulu Köy Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1271-1289.
- Aynalem, S., Birhanu, K., Tesefay S (2016) Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors. *Journal of Tourism & Hospitality* 5(6), 1-5.
- Aytaç, S. (2005). Çalışma yaşamında kariyer: Yönetimi, planlanması, gelişimi ve sorunları. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Aytaç, S., Sevuktekin, M., Işığçok, Ö. (2002). Çağdaş Sanayi Merkezlerinde Kadın İş Gücünün Konumu: Bursa Örneği. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu. No: 219.
- Bağcı, E. & Karatosun, H. (2023). “Türkiye’de 2003-2022 Yılları Arasında Oluşan GSYH, Enflasyon, İşsizlik ve Turizm Verilerine Dayalı Eşbütünleşme İçeren Nedenselliklerin Araştırılması, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 59, Denizli, ss. 97-109.
- Ballı, A. (2019) “Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Girişimcilik ve Türkiye’de Sürdürülebilir Girişimcilik”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11.29, ss. 464- 483.
- Ballout, H. I. (2008). Work-family conflict and career success: The effects of domain specific determinants. *Journal of Management Development*, 27 (5), 437-466
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274
- Baltacı, N. Ö. (2011). “Kadınları Güçlendirme Mekanizması Olarak Mikrokredi”, T. C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara. Erişim:13.03.2022<https://aile.gov.tr/media/2525/ozgunbaltaci.pdf>
- Banarjee, S. (2012). Effect of employee moonlighting: A challenging task for managers and organizations. *International Journal of Management Research and Business Strategy*, 1 (1), 96- 100.
- Baniasadi, N. & Naghavi, S. (2022). Evaluation of tourism and ecotourism development components in the development of rural women's entrepreneurship (case study: tourism villages of Kerman province). *Islamic Azad University of Science and Research of Tehran*.
- Batman, O., Yıldız, R., Demirtaş, N. (2001). Turizm Rehberliği. Adapazarı: Değişim Yayınları.

- Bayram, A. T. (2018). Turizm Sektöründe Girişimci Olarak Kadın, İçinde (Ed. Bayram, G. E., Bayram A. T. ve Sürücü, Ö.A.) Turizm ve Kadın, Ankara, Detay Yayıncılık
- Bayram, G. E. (2018). Kadın Girişimciler ve Turizm: Mevcut Durum ve Sorunlar Üzerine Sinop İlinde Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10 (2), 56-88.
- Bayramoğlu, G. & Şahin, M. (2010). Kültür Turizmi ve Hitit Medeniyetinin Başkenti Çorum'un Kültür Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi, I. Disiplinlerarası Turizm Kongresi, 380- 394.
- Becken, S. & Patterson, M. (2006). Measuring National Carbon Dioxide Emissions from Tourism as a Key Step Towards Achieving Sustainable Tourism. Journal of Sustainable Tourism. 14 (4): 323-338.
- Birch, D.L. (1979). The Job Creatin Process, US Department of Commerce: Washington DC.
- Björk, P. (2007). Definition Paradoxes: From Concept to Definition. In Higham, J. (Ed.). Critical Issues in Ecotourism: Understanding a Complex Tourism Phenomenon. (1st Edition), UK: Elsevier Ltd, pp.23- 45.
- Blamey, R. K. (2001). Principles of Ecotourism. In D. B. Weaver (Ed.). The Encyclopedia of Ecotourism. London: CABI Publishing, pp.5-22.
- Boles, J. S. & Barry, J. B. (1996). On the front lines: Stress, conflict, and the customer service provider. Journal of Business Research, 37 (1), 41-50.
- Bora, A. (2010) Kadınların Sınıfı, İstanbul: İletişim
- Bowie, D. & Chang, J. C. (2005). Tourist Satisfaction: a View from a Mixed International Guided Package Tour. Journal of Vocational Marketing, 11 (4), s. 303-322.
- Boyacıoğlu, E. (2014). Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği, 1Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 4 (2): 82-90.
- Boyacıoğlu, E. Z. & Elmas, Ç. (2020). Turizm ve Kadın” Olgusunun Bibliyometrik Yaklaşım ile İncelenmesi. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 17(1), 32-52. <https://doi.org/10.24010/soid.598292>
- Boyacıoğlu, E. Z. (2014). Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 4 (2): 82-90.
- Bozak, D. & Korkmaz, M. (2019). Turizmde Kadın Olmak. Sakarya: Değişim Yayınları. s.191-206.

- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 93-109.
- Bozkurt, Ö. (2019). Kariyer engelleri ve kariyer sorunları. E. Kaygın, Y. Zengin (Ed.), *Kariyer, temel kavramlar, yönetimi, güncel konular* (s. 63-75). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bramwell, B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., Scarles, C. (2008). Research Perspectives on Responsible Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 16: 3, 253 – 257. DOI:10.1080/09669580802208201
- Brazier, C. (2008). What is Ethical Travel? <https://newint.org/features/2008/03/01/responsible-tourism>
- Brush, C. G. & Cooper, S. Y. (2012). Female Entrepreneurship and Economic Development: an International Perspective, *Entrepreneurship & Regional Development*, 24 (1,2), 1-6.
- Burrell, J., Manfredi, S., Rollin, H., Price, L., Stead, L. (1997). Equal Opportunities For Women Employees In The Hospitality Industry: A Comparison Between France, Italy, Spain And The UK. *International Journal Of Hospitality Management*, 16 (2) s. 161-179.
- Butcher, J. (2015). Ethical Tourism And Development: The Personal And The Political. *Tourism Recreation Research*, 40(1), 71-80.
- Cabrini, L. (2004). “Introduction to the Seminars”, *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*, World Tourism Organization.
- Caneday, L. & Zeiger, J. (1991). The Social, Economic, and Environmental Costs of Tourism to a Gaming Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*. 30 (2): 45-49.
- Cape Town (2002). Cape Town Declaration: Cape Town Conference on Responsible Tourism in Destinations. <http://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declarationon-responsible-tourism/>
- Cape Town Turizm Departmanı (2011). Responsible Tourism in Cape Town. <http://www.responsiblecapetown.co.za/wp-content/uploads/downloads/2011/09/Responsible-Tourism-in-Cape-Town.pdf>
- Cave, P., & Kılıç, S. (2010). The Role of Women in Tourism Employment with Special Reference to Antalya, Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), 280-292. <https://doi.org/10.1080/19368621003591400>

- Ceylan, A. ve Demircan, N. (2001). "Girişimciliği Etkileyen Faktörler İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma", 9. Yönetim Ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 24–26 Mayıs, s.827–840.
- Chettiparamb, A. ve 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.
- Chiu, Y. T. H., Lee, W. I., Chen, T. S. (2014). Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Antecedents and Implications, *Tourism Management*, 40, 321 – 329. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman>.
- Cihangir, E., Demirhan, Ö., şeremet, M. (2020). Kırsal Turizm Potansiyelinin Ortaya Çıkarılmasında Kırsalda Kadının Durumuna Bir Bakış: Van Otlu Peyniri Üretimi Örneği, *Van Yüzüncü yıl Üniversitesi*, 42, 199- 222.
- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokul Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Corti, I. N., Marola, P. N. & Castro, M. B. (2010). Social İncclusion And Local Development Through European Voluntourism: A Case Study Of The Project Realized İn A Neighborhood Of Morocco. *American Journal Of Economics And Business Administration*, 2(3), 221-231.
- Coşar, Y. (2017). 'Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Kadın Emeğinin Rolü', *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 17(38), ss.115-138.
- Coulter, M., 2003, *Entrepreneurship in Action*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- CREST (2016). *The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2016*. http://www.responsibletravel.org/whatWeDo/The_Case_for_Responsible_Travel_2016_Final.pdf.
- Creswell, J. W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Çev.: Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir). Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, (Çev. Ed: Bütün, M. & Demir, S.B.). 5. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J.W. (2021). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşıma Göre Nitel araştırma ve Araştırma Deseni*. (Çev. Bütün, M. ve Demir, S.B.), 6. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi, 1-343.
- Csapo, J. (2012). Modern turizm endüstrisinde kültür turizminin yeri ve önemi. *Turizm endüstrisine yönelik stratejiler-mikro ve makro perspektifler*, 10, 201- 212.

- Çakıcı, A. (2006). Mersin'deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(4), 54-78.
- Çalık, A.Ö. (2014). Turistik Merkezlerin Sosyal Taşıma Kapasitesi: Beypazarı Örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çalışır, M. (2018). Canlandırma Filmlerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini: 2000 Sonrası Disney ve Pixar Filmleri Üzerinden Bir Analiz. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çeken, H. & Erdem, B. (2003). Turizm Sektörünün İstihdam Yaratmadaki Etkisi, İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 5 (1), <https://www.isguc.org/?p=article&id=23&cilt=5&sayi=1&yil=2003>
- Çelebi, N. (1997): Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü:Ankara.
- Çelik M. & Şahingöz A. S. (2018). İş Yaşamında Cinsiyet Ayrımcılığı: Kadın Aşçılar Örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6 (3), s. 370-383.
- Çelik Mat, G. (2018). Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri - TR71 düzey 2 bölgesi üzerine bir uygulama. Doktora Tezi, Dicle Üniversitesi, Diyarbakır.
- Çelik Uğuz, S., Topbaş, F. (2014). Toplumsal Cinsiyet Ve Kadın Emegi: Turizm Sektörüne Betimsel Bir Yaklaşım. The Journal of Academic Social Science, 2 (7), s. 487-509.
- Çelik Uğuz, S., Topbaş, F. (2016). Turizmde Kadın İstihda ve Ücret Ayrımcılığı: Karşılaştırmalı Bir Analiz Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi. 27 (1), s. 62-78.
- Çelik, A. ve Akgemci, T. (2007). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çetindamar, D., 2002, Türkiye'de Girişimcilik, TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği), İstanbul.
- Çiçek, D.,Zencir, E. Ve Kozak, N. (2017). Woman in Turkish Tourism, Journal of Hospitality and Tourism Management, 31, 228-234
- Çobanoğlu Ş., (2005) Mobbing İşyerinde Duygusal Saldırı ve Mücadele Yöntemleri. İstanbul: Timaş Yayınları.

- D'Amore, L.J. (1993). A Code of Ethics and Guidelines for Socially and Environmentally Responsible Tourism. *Journal of Travel Research*, 31 (3): 64-66.
- Dal, N. & Baysan, S. (2007). Kuşadası' nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekânsal Etkileri K onusunda Yerel Halkın Tutumları. *Ege Coğrafya Dergisi* , Cilt: 16, ss.: 69-85.
- Dalkıranoglu, T. & Çetinel, F. G. (2008). Konaklama İşletmelerinde Kadın Ve Erkek Yöneticilerin Cinsiyet Ayrımcılığına Karşı Tutumlarının Karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, s. 277-298.
- Das, S. (2011). Ecotourism, sustainable development and The Indian State. *Economic and political weekly*, 46(37), 60-67.
- Davras, G. M. & Davras, Ö. (2015). Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Cinsiyet Ayrımcılığı İle İlgili Düşünceleri. *Journal of Tourism The Oryand Research*, 1 (2), s. 86-96.
- DEAT. (1996). White Paper: The Development and Promotion of Tourism in South Africa. <https://www.tourism.gov.za/AboutNDT/Publications/Tourism%20White%20Paper.pdf>
- DEAT. (2002). National Responsible Tourism Guidelines for South Africa. <http://haroldgoodwin.info/resources/Responsible%20Tourism%20Guidelines.pdf>
- Dedeoğlu, S. (2000). "Toplumsal Cinsiyet Açısından Türkiye'de Aile ve Kadın Emeği". *Toplum ve Bilim* 86.
- Dedeoğlu, S. (2009). Eşitlik mi Ayrımcılık mı? Türkiye'de Sosyal Devlet, Cinsiyet Eşitliği Politikaları ve Kadın İstihdamı. *Çalışma ve Toplum / Ekonomi ve Hukuk Dergisi*. 2 (21), s. 41-54.
- Demir, M. (2011). İş Yaşamında Ayrımcılık: Turizm Sektörü Örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8 (1), s. 760-784.
- Demirbilek, S. (2007). Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açından İncelenmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44 (511), s. 12-26.
- Demircioğlu, A.G. (1997). Turizm ve Çevre Etkileşimi Bakımından Sürdürülebilir Turizm Planlaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12 (2): 135-147.
- Demirel, Z. H. (2019). Kariyer planlaması, yönetimi, gelişimi ve sorunları. Bursa: Ekin Basım.

- Demirkol, Ş., Oğuz, S. (2019). Turizmde Kadın Olmak. Sakarya: Değişim Yayınları. s.121-140.
- Derks, B., Laar, C. V., Ellemers, N. (2016). The queen bee phenomenon: Why women leaders distance themselves from junior women. *The Leadership Quarterly*, 27, 456-469.
- Diker, O. ve Deniz, T., (2017). Coğrafya ve Tarih Perspektifinden Somut Kültürel Miras ve Türkiye. Ankara: Pegem A. <https://depo.pegem.net/9786053187561.pdf>
- Dinçer, F. İ., Akova, O., Ertuğral, S.M., Çifçi, M.A., (2016). Türkiye’de Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: İmkanlar ve Engeller, *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences Journal*,1:379-395.
- Divincova, A., Sivakova, B. (2014). Mobbing at workplace and its impact on employee performance. *Human Resources Management & Ergonomics*, 8 (2), 20-34.
- Doğan Günday, P. (2011). Ekonomik kalkınmada kadının önemi ve katkısı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, H.Z. (2004). Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri. 2. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğanay, F., 1993, Türkiye’de Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Görüşler ve Öneriler, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi Yayın No: 74, Ankara, s.84-86.
- Doğramacı, E., 1997, Türkiye’de Kadının Dünü ve Bugünü, Türkiye İş Bankası Kültür 198 Yayınları, Genel Yayın No:300, Sosyal Felsefe Dizi: 31, Doğu Matbaacılık, Ankara.
- Dökmen, Z. Y. (2006). Toplumsal Cinsiyet: Sosyal ve Psikolojik Açıklamalar. İzmir: Sistem Yayıncılık.
- Drucker, P.F., 1984, Our Entrepreneurial Economy, *Harvard Business Review*, January, s.59-64.
- Durukan, L. (2021). Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Desteklenmesinde KOSGEB'in Rolü. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(1): 17-37 <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1244818>

- Ece, S. ve Ergeneli, A. (2019). Mikro Kredi Kullanan ve Kullanmayan Kadınların Girişimci Kişilik Özellikleri: Şırnak Örneği, *Business and Economics Research Journal*, 10(2): 435-450.
- Ecevit, Y. (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, Kadın girişimciliğine Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi, Yayın No:74.
- Ekincek, S., 2014, Sakin şehir (Cittaslow) yöneticilerinin sakin şehir hareketine ve sürdürülebilirliğe yönelik değerlendirmeleri , (Yüksek Lisans Tezi) Eskişehir, 16.
- Ellemers, N. (2014). Women at work: How organizational features impact career development. *Work and Organizations-Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 1 (1), 46-54.
- Erdemir, T. (2018). "Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimciliğini Etkileyen Engeller ve Fırsatlar Üzerine Bir Araştırma". İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Y. L. Tezi, s. 46-47. <http://acikerisim.gelisim.edu.tr/xmlui/handle/11363/1244?show=full>
- Erkol, G. (2018). Kadın Girişimciler ve Turizm: Mevcut Durum ve Sorunlar Üzerine Sinop İlinde Bir Araştırma, Sinop Üniversitesi, *Journal of Business Research Turk*, 10/2, 56-88.
- Ersezer, G., Gümüş, A. (2021). Kadın Girişimciliği ve Karşılaşılan Sorunlar. *INSAC Advances in Social and Education Sciences*, Duvar Kitabevi. https://www.insackongre.com/_files/ugd/e42d97_b9daaed888424ed1a4f7526d624098a6.pdf#page=195
- Ertaş, Ç. (2018). Otellerde Çalışan Erkeklerin Kadınların Çalışmasına Karşı Tutumu: Erilliğin Etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), s. 625-645.
- Esfehani, M. H., & Albrecht, J. N. (2018). Roles of intangible cultural heritage in tourism in natural protected areas. *Journal of Heritage Tourism*, 13(1), 15–29. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1245735>
- Eskicioğlu, A. V. (2015). Avrupa Birliği eşiğindeki Türkiye'de girişimci kadın profili: Eskişehir örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. <https://www.proquest.com/openview/d33db2df52f793b185af2c5b97465149/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- European Commission. (2020, Şubat). Commission Staff Working Document, Turkey 2020 Report.

https://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement/sites/near/files/turkey_report_2020.pdf

- Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism*. (2nd Edition). USA and Canada: Routledge.
- Fennell, David A. (2002). *Ecotourism Programme Planning*. (1st Edition). London: CABI Publishing.
- Fidan, F. ve D. Nam, “Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciler – Taraklı Örneği”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012/14 (23); ss. 51-57.
- Fidan, F. ve Nam, D. (2012), “Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciliği Taraklı Örneği”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 51-57.
- Fidan, F., Nam, D. (2012). *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 51-57.
- Forrester, M. A. and Sullivan, C. (2018). *Doing qualitative research in psychology: A practical guide*. New York: Sage.
- Frater, J.L. (1998). *The Economic Impact of Tourism: Jamaican Residents' Perceptions. Visions in Leisure and Business*. 17 (1): 23-36.
- Frey, N. ve 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). Editör A. Spenceley. Londra: Earthscan.
- Frey, N. ve George, R. (2010). *Responsible Tourism Management: The Missing Link Between Business Owners' Attitudes and Behaviour in the Cape Town Tourism Industry. Tourism Management*. 31: 621-628.
- Fuad-Luke, A. (2008). *The eco-travel handbook*. London. Thames&Hudson
- Garcia, & Pablo. (2017). *Weaving for tourists in chinchero, peru. Journal of Material Culture*, 135918351772509.
- Garey, J. G. (1991). *Woman in Hospitality Management, Hospitality Management: An Introduction to the*
- George, B.P.; Nedelea, A. ve Antony, M (2007). *The Business of Community Based Tourism: A Multi-Stakeholder Approach. Tourism Issues*, 3, 1-19.
- Gilg, A., Barr, S. ve Ford, N. (2005). *Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer. Futures*. 37: 481-504.

- Goeldner, C.R. ve Ritchie, J.R.B. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 9. Baskı. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Good, L. K., Grovalynn F. S., James W. G. (1988). Antecedents of turnover intentions among retail management personnel. *Journal of Retailing*, 64, 295-314.
- Goodwin, H. (1996). In pursuit of ecotourism. *biodiversity & conservation*, 5(3), 277-291.
- Goodwin, H. (2005). *Responsible Tourism and the Market*. Occasional Paper No. 4. <https://www.responsiblevacation.com/ImagesClient/certification.pdf>
- Goodwin, H. (2009), *Taking Responsibility for Tourism: The Inaugural Lecture of Profesör Harold Goodwin*, ICRT Occasional Paper No:12, University of Greenwich, UK. www.responsibletravel.com
- Goodwin, H. ve Francis, J. (2003). Ethical and Responsible Tourism: Consumer Trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*. 9: 271-284.
- Gordon, G. (2001). *Tourism: Putting Ethics into Practice*. Dublin: Tearfund.
- Gökdemir, L., & Ergün, S. (2012). Kırsal kalkınmada kadının rolü. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), s. 68-80.
- Göküş, M., Özdemiray, S.M., ve Göksel, Z.S. (2013) Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı:29*, s.95.
Erişim:14.04.2022.<https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRRNU1UWTNOdz09/bolgesel-kalkinmada-kadin-girisimciliginin-onemi>
- Greenhaus, J. H., Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and famil roles. *Academy of Management Review*, 10, 76-88.
- Gretzel, U. ve Bowser, G. (2013). “Real stories about real women: Communicating role models for female tourism students”, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, (13), 170-183.
- GTHB 2012. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Kırsal Alanda Kadının Güçlendirilmesi Ulusal Eylem Planı. Erişim Adresi: https://www.tarim.gov.tr/EYYDB/Belgeler/Kirsal_Alanda_Kadinin_Guclendiril
- Guba, E. G. and Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(105), 163-194.
- Gülüm, K. & Torun, F. (2009). Nemrut Dağı (Adıyaman) ve Civarının Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. 10. Ulusal Turizm Kongresi (Mersin), Ankara: Detay Yayıncılık, 111-124.

- Güney, S. (2006). Kadın girişimciliğine genel bir bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 25-43.
<http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/handle/COMU/971>
- Gürol, M.A. (2007). Türkiye’de İş Yaşamındaki Kent Kadınının Açmazı: Kariyer-Aile. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (3), S.144-150.
- Gürol, M.A., (2000). Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler, Atılım Üniversitesi Yayını No:2, Ankara.
- Güzel, B. (2013). Sorumlu Turizm. *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*, Ankara:Detay
- Güzel, B.Özgül, E. (2014). Turizm işletmelerinde iş-aile yaşamı çatışması. Ş. A. Tükeltürk, N. Ş. Perçin, B. Güzel (Ed.), *Turizm işletmelerinde çalışan ilişkileri yönetimi* (ss. 405-422). Ankara: Detay Yayıncılık
- Hacıoğlu, T. (2018). Turistlerin Sorumlu Turizm Algıları Üzerine Bir Araştırma: Fethiye Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Hacıoğlu, T. ve Yetim, A. Ç. (2019). Sorumlu Turizm Algısının Turist Davranışlarına Etkileri: Fethiye Destinasyonuna Yönelik Bir Araştırma. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8 (1). 42-69.
- Haddaji, M., Albors Garrigós, J., & García Segovia, P. (2017c). Women Progress to Chef Position: Result of An International Survey. *Journal of Culinary Science & Technology*, 16 (3), s. 1-18.
- Haddock, S. A., Zimmerman, T. S., Ziemba, S. J., Lyness, K. P. (2006). Practices of dual earner couples successfully balancing work and family. *Journal of Family and Economic Issues*, 27 (2), 207-234.
- Handapangoda, W. S., Bandara, H. M., & Kumara, U. A. (2019). Exploring tradition in heritage tourism: The experience of Sri Lanka’s traditional mask art. *International Journal of Heritage Studies*, 25(4), 415–436.
<https://doi.org/10.1080/13527258.2018.1481132>
- Harris, D. A. & Giuffre, P. (2010). "The Price You Pay": How Female Professional Chefs Negotiate Work And Family. *Gender Issues*, 27 (1-2), s. 27-52.
- Haşit, G. ve Yaşar, O. (2015). Çalışan Kadınlarda Örgütsel Stres Kaynakları; Bir Kamu Kurumu Örneği, *Sakarya İktisat Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 4.
- Heilman, M. E. & Haynes, M. C. (2005). No Credit Where Credit Is Due: Attributional Rationalization of Women's Success in Male-Female Teams. *Journal of Applied Psychology*, 90 (5), s. 905-916.

- Heimer, K. & Coster, S. D. (1999). The Gendering Of Violent Delinquency. *Criminology*, 37 (2), s. 277-318.
- Honey, M. & Krantz, D. (2012). Alternative Development Models and Good Practices for Sustainable Coastal Tourism: A Framework for Decision Makers in Mexico.
- Huang, S., Hsu, C. H. C., & Chan, A. (2010). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34 (1), s. 3-33.
- HUGHES, Karen D (2003): "Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership", *Gender, Work and Organization*, Cilt:10, Sayı:4, 433-454.
- Hungerford, H. R. ve Volt, T. L. (1990). Changing Learner Behavior Through Environmental Education, *The Journal Of Environmental Education*, 21: 3, 8 – 21.
- Husbands, W. ve Harrison, L.C. (1996). Practicing Responsible Tourism - Understanding Tourism Today to Prepare for Tomorrow. *Practicing Responsible Tourism - International Case Studies in Tourism Planning, Policy and Development* (ss. 1-15). Editörler L.C. Harrison ve W. Husbands. New York: John Wiley & Sons Inc.
- ILO. (2014). Kadın İstihdamı Eylem Planı. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_484715.pdf
- ILO. (2015). *Women in Bussines and Management: Gaining Momentum*, ILO Publications, Geneva.
- ILO. *guidelines on decent work and socially responsible tourism / International Labour Office, Sectoral Policies Department – Geneva: ILO, 2017.*
- International Labor Organization (2019). *Global Report on Women in Tourism*, (Second Edition), UNWTO, Madrid, Doi: <https://doi.org/10.18111/9789284420384>
- International Labour Organization. (2020). ILOSTAT database [Population, labor force participation and employment statistics]. <https://ilostat.ilo.org/data/>
- Iraz, R., 2005, *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında GİRİŞİMCİLİK ve KOBİ'LER*, Çizgi Kitapevi, Konya.
- Isaac, R.K. (2010). Moving from Pilgrimage to Responsible Tourism: The Case of Palestine. *Current Issues in Tourism*. 13 (6): 579-590.

- Işık, F. (2015). Kadınların ekonomideki yeri ve önemi. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 315.
- İtlı, Ö. & Akalın, E. (2020). Çalışma Hayatında Kadının Yeri ve Önemi. 4. International Management and Social Research Conference, İstanbul. (pp. 420-427). ISBN: 978-605-65197-5-8.
- Iwata, O. (2001). Attitudinal Determinants of Environmenally Responsible Tourism, *Social Behavior and Personality*, 29: 2, 183 – 190. DOI: 10.2224/sbp.2001.29.2.183
- İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV). (2019). AB katılım sürecindeki Türkiye'nin kadın istihdamı karnesi. Dünya Süper Veb Ofset AŞ, İstanbul.
- Johnson, Z., Helm, B. M. (2011). Experiences with queen bees: A south african study exploring the reluctance of women executives to promote other women in the workplace. *S.Afr.J.Bus.Manage*, 42 (4), 47-56.
- Jones, L. P. (2003). Skills for successful mentoring: Competencies of outstanding mentors and mentees. *Coalition of Counseling Centers*, 1-15.
- Kafa, N. (2014). Kırsal Kalkınma Aracı Olarak Yoksul Yanlısı Turizm Yaklaşımı Edremit Körfezi Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Balıkesir.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2009). *Turizm ve Çevre*. 3. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (8): 87- 112.
- Karabulut, E. (2022). Türkiye’de Turizm Çalışanı Sayısı. Antalya: Turizmdatabank. <https://www.turizmdatabank.com/turizm-istatistikleri/turkiyede-turizm-calisani-sayisi/> Adresinden Alındı
- Karacaoğlu, S., Yolal, M. ve Birdir, B. (2016). Toplum Temelli Turizm Projelerinde Katılım Ve Paylaşım: Misi Köyü Örneği, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (2), 103-124.
- Karakaş, A. ve Gökmen, G. (2016). Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Profiline İncelenmesi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3 (3), 18-25.
- Karakılıç, M., Alay, S., Koçak, S. (2008). “Kadın ve Yönetici: Aday Yöneticiler Yönetimsel Becerilerde Cinsiyete Özgü Kalıplara Sahip midirler?”, *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 19 (4), 220-237.

- Karakılıç, N. Y. (2009). Evaluation of glass ceiling syndrome in terms of gender discrimination perception. *Journal of Management and Economics Research*, 17 (2), 214-233.
- Karasar, N. (2006). *Bilimsel Araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel.
- Karaturhan, B., Ünsal, G., Issabek, B. & Güler, D. (2017). İzmir ilinde kırsal kadın girişimciliği ve bunu etkileyen faktörler. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23 (1), 85-91. Erişim: 27.03.2022 https://www.researchgate.net/publication/318117934_Izmir_Ilinde_Kirsal_Kadin_Girisimciligi_ve_Bunu_Etkileyen_Faktorler
- Karimi & Darban Astane, A. (2022). The Role Of Responsible Tourism On Quality Of Life In Rural Areas Of Gorgan, Iran. *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 23(4), 882-912.
- Kaya, İ. (2012). Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Temel Özelliklerinin ve Sorunlarının Ücretli Çalışanlar Açısından Coğrafi Bölgelere Göre Analiz, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (28), s. 241-257.
- Kaya, Ş. (2017). Turizmde Kadın Emegi. *Karatahta İş Yazıları Dergisi*, 9, s.1-22.
- Kaya, Ş. (2020). Turizmde Kadın Emegi, *İş Yazıları Dergisi Sayı: 9/ Aralık 2017 (s: 1-22)*
- Kaylı, D. (2010). *Kadın Bedeni ve Özgürleşme*. İzmir: İlya İzmir Yayınevi.
- Kılıç Benzer, A. Nükhet. (2006). *Bolu-Göynük ve Yakın Çevresi Doğal ve Kültürel Kaynaklarının Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kılıç, D. ve Öztürk, S. (2014). Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı Önündeki Engeller ve Çözüm Yolları: Bir Ampirik Uygulama, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 47, Sayı: 1
- Kim, S. S., Im, J., Hwang, J. (2015). The effects of mentoring on role stress, job attitude, and turnover intention in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 68–82.
- Kim, S., Whitford, M., & Arcodia, C. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: The intangible cultural heritage practitioners’ perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5–6), 422–435. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1561703>
- King, R., & Kongpradit, W. (2019). Tourism to a realm of memory: The case of a Thai royal craft. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(6), 710–724. <https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1526298>

- Kisumano, G. M., Wa-Mbaleka, S. (2017). Moonlighting as a growing phenomenon: A case study of a congolese christian university. *International Forum*, 20 (2), 237-253.
- Kocacık, F., & Gökçaya, V. B. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 6(1), 195-219. <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/1065.pdf>
- Koç, A. (2022). Bilinmeyen bir kültürel miras taşıyıcısı: Andırınlı hasibe hatun. İçinde: Bilim, eğitim, kültür, Moldova Cumhuriyeti: Komrat Devlet Üniversitesi, Cilt.3, s. 162-167. ISBN 978-9975-83-176-5; 978-9975-83-179-6.
- Koçoğlu, M. (2015). İşyerinde psikolojik yıldırma (mobbing). D. Küçükaltan, Ş. A. Tükeltürk, G. Ç. Gürkan (Ed.), *Örgütsel davranışta güncel konular* (ss. 97-112). Ankara: Detay Yayıncılık
- Korkmaz, H.,ve Yavaş, B. (2020). Çanakkale ili Eceabat ilçesinin ekoturizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal Of Global Tourism And Technology Research*, 1(1), 12-33.
- 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)
- Kosgeb (2022) <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/6057/kadin-girisimciligi-women-entrepreneurship>
- KOSGEP, Kadın Girişimciliği (Women Entrepreneurship),2022<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/6057/kadin-girisimciligi-women-entrepreneurship>
- Kozak, N., Kozak M.A. ve Kozak M. (2009). Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar. 8. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Krippendorf, J. (1999). *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. 8. Baskı. Oxford: Butterworth-Heinemann Publications.
- Krippendorf, J., (1987). *The Holiday Makers’*. Butterworth Heinemann, Oxford.
- Kulkarni, R. ve Rao, H. (2022). A Study on Challenges and Opportunities of Women Entrepreneurs in Tourism Sector, *Journal of Positive School Psychology*, Vol. 6, No. 5, 6732–6743.
- Kundu, S. C. Vora, J. A. (2004). Creating a talented workforce for delivering service quality. *Human Resource Planning*, 27 (2), 40-51.
- Kuntay, O. (2004). *Sürdürülebilir Turizm Planlaması*, Ankara: Alp Yayınevi

- Kurnaz, A., Kurtuluş, S. S., & Kılıç, B. (2018). Evaluation of Women Chefs in Professional Kitchens. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (3), s. 119-132.
- Kuşluvan, S. (1999). Turizm Gelişiminin Çevre Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri ve Olumsuz Etkilerin Yönetimi. *Kapadokya Toplantıları V*: 80-103.
- Kuter, Nazan ve Ünal, H. Emre. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri, *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9(2), 146-156.
- Küçük, O. (2017). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi. Seçkin Yayınları 9. Baskı Eylül 2017.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Alternatif Turizm Türleri. Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü:<http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/TR,9872/alternatif-turizmturleri.html>.
- Kyrgyz Community Based Tourism Association, (2006). https://studylib.net/doc/5235177/kyrgyz-community-based-tourism-association--kcbta#google_vignette
- Lanquar, R. (1991). Turizm ve Seyahat Sosyolojisi. (Çev. Kayır, G.). Cep Üniversitesi, Ankara: İletişim Yayınları.
- Lea, J. (2006). *Tourism and development in the third world*. New York: Routledge.
- Lee, H.Y., Bonn, M.A., Reid, E.L. ve Kim, W.G. (2017). Differences in Tourist Ethical Judgment and Responsible Tourism Intention: An Ethical Scenario Approach. *Tourism Management*, 60, 298-30
- Lester, S. (1999). *An introduction to phenomenological research*. Taunton UK: Stan Lester Developments.
- Leymann, H. (1990). Mobbing and psychological terror at workplaces. *Violence and Victims*, 5 (2), 119-126.
- Lorant, D. ve Tünde, A. (2010). Responsible Tourism and Tourism Ecology. *Forum Geografic*. 9 (9): 191-196.
- Mack, C. (2016). Responsible Tourism: What Does It Actually Mean? <https://www.responsibletravel.com/holidays/responsible-tourism/travel-guide>
- Mahmood, S. (2011). "Microfinance and women entrepreneurs in Pakistan", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3, 265-274.

- Mahrouse, G. (2011). Feel-Good Tourism: An Ethical Option for Socially-Conscious Westerners? *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*, 10 (3): 372- 391.
- Makandwa, G., Klerk, S. And Saayma, A. (2022). Culturally-based community tourism ventures in Southern Africa and rural women entrepreneurs' skills, *Current Issues in Tourism*, 26:8, 1268-1281.
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizm Geliřmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakóltesi Dergisi*, 19 (1): 35-46.
- Manyara, G., Jones, E. (2007). Community-based Tourism Enterprises Development in Kenya: An Exploration of Their Potential as Avenues of Poverty Reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628-644.
- Martins, L. L., Eddleston, K. A., Veiga, J. F. (2002). Moderators of the relationship between work-family conflict and career satisfaction. *Academy o Management Journal*, 45 (2), 399-409.
- Maruyama, N. U., & Woosnam, K. M. (2020). Representation of “mill girls” at a UNESCO World Heritage Site in Gunma, Japan. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1738443>
- Mason, M. (2010, August). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. In *Forum qualitative Sozialforschung/Forum: qualitative social research* (Vol. 11, No. 3).
- McKercher, B. ve Cros H. (2002). *Cultural Tourism, The Partnership Between Tourism And Cultural Heritage Management*, New York:The Hawort Pres.
- McKercher, Bob and du Cros, Hilary (2012). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. London: Routledge.
- McLaren, D. (2003). *Rethinking Tourism and Ecotravel*. 2. Baskı. Bloomfield: Kumarian Press
- Memiş, H., Paksoy, M., Paksoy, S. (2007). Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi: GAP Bölgesinde Bir Araştırma, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 141.
- Meydan Uygur, S., Baykan, E. (2007). Kùltür turizmi ve turizmin kùltürel kùltür turizmi ve turizmin kùltürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakóltesi Dergisi*, 2, 30-49.

- Michel, J. S., Kotrba, L. M., Mitchelson, J. K., Clark, M. A., Baltes, B. B. (2009). Antecedents of work-family conflict: a meta-analytic review. *Journal of Organizational Behavior*, 32 (5), 689-725.
- Mihalic, T. (2014). Sustainable responsible tourism discourse towards 'Responsustable' tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111: 461 – 470.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-Responsible Tourism Discourse E Towards 'Responsustable' Tourism, *Journal of Cleaner Production*, 111: 461 – 470. doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062
- Ming Ming Su , Geoffrey Wall , Jianfu Ma , Marcello Notarianni & Sangui Wang (2020): Empowerment of women through cultural tourism: perspectives of Hui minority embroiderers in Ningxia, China, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2020.1841217
- Mizrahi, R. (2013). Çalışma hayatında mobbing ile mücadele yöntemleri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5 (2), 443-452
- Morales, F. C. (2020, Feb 06). Tourism: An Important Sector For The World Economy. Tourism Has Become One Of The Main Sectors For The Economy. Its Weight İn The Gdp, As Well As Its Contribution To Employment, Makes It A Fundamental Pillar For The World Economy. <https://www.globaltourismforum.org/>. Jan 8, 2023 Tarihinde <https://www.globaltourismforum.org/blog/2020/02/06/tourism-an-important-sector-for-the-world-economy/> Adresinden Alındı
- Morris M.H., & Levis, P.S., 1991, Entrepreneurship As A Significant Factor in Societal Quality of Life, *Journal of Business Research*. SEXTON, D.L., 1996, The Concept of Entrepreneurial Intensity: Implications for Company Performance, *Journal of Business Research* 36, s.5-13.
- Moswete, N. & Lacey, G. (2014). "Women cannot lead": empowering women through cultural tourism in Botswana, *Journal of Sustainable Tourism*, 23:4, 600-617.
- Munsters, W. (1996). *Cultural Tourism in Belgium*. (Edited by: Greg Richards). *Cultural Tourism in Europe*. Oxon: CAB International, 80-92.
- Nankivell, C., & Shoolbred, M. (1997). Mentoring: A valuable tool for career development. *Librarian Career Development*, 5 (3), 98-104.
- Narin, M. Marşap, A. ve Gürol. M. A. (2006). "Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma". *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi* 8/1, ss. 65-78. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/287574>

- NASA (2018). Long-Term Warming Trend Continued in 2017: NASA, NOAA. <https://www.nasa.gov/press-release/long-term-warming-trend-continued-in-2017-nasanoaa>.
- Nayir, O. (2009). Isparta Yöresi Korunan Doğal Alanlarında Ekoturizm Talep ve Eğilimlerinin Belirlenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
- NPR (2015). Nearly 200 Nations Adopt Climate Agreement at COP21 Talks in Paris. <https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2015/12/12/459464621/final-draft-of-worldclimate-agreement-goes-to-a-vote-in-paris-saturday>.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). Turizm Ekonomisi. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Oxfam International (2016). An Economy for the 1%: How Privilege and Power in the Economy Drive Extreme Inequality and How This can be Stopped. https://d1tn3vj7xz9fdh.cloudfront.net/s3fs-public/file_attachments/bp210-economy-onepercent-tax-havens-180116-en_0.pdf.
- Önez Çetin, Z.(2012). Yoksulluğu Azaltmada Yeni Bir Yaklaşım: Yoksul-Yanlı Turizm. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (11), 97-108.
- Öter, Z. (2010), “Türk El Sanatlarının Kültür Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi,” Milli Folklor, Yıl: 22, Sayı: 86, 174-185.
- Öter, Z. ve Özdoğan, O. N. (2005), “Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği,” Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 16 (2), 127-138. ERİŞİM:10.04.2022<https://dergipark.org.tr/en/pub/atad/issue/16796/174475>
- Özbek, Ö. & Çevik, S. (2018). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Taşıyıcısı Olarak Geleneksel El Sanatları: Gönen İlçesinin Yaşayan Mirası. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(4), 588-603.
- Özçatal, E. Ö. (2011). Ataerkillik, toplumsal cinsiyet ve kadının çalışma yaşamına katılımı. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(1), 21-39.
- Özdemir, L. (2016). Kişilik Özelliklerinin Bir Girişimcilik Boyutu Olan Denetim Odağı Üzerindeki Etkisi, Doğu Üniversitesi Dergisi, 17(2): 131-149.
- Özdemir, N., Özdemir, E. (2020). Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür, Uluslararası Halk Bilimleri Dergisi, 3(4): 3-23.

- Özdoğan, O.N. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras. Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar - Uygulamalar. (ss. 45-60). Editör M. Kozak. Ankara: Detay Yayıncılık
- Özel, Ç.H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 42: 57- 68.
- Özen, İ.K., Karadeniz, G. ve Zaro, E. (2022). Kadın Girişimci Restoranlar ve Turist Tercihlerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 10 (3), 2314-2326.
- Özgüç, N. (2003). Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler, Çantak Kitabevi: İstanbul.
- Özkan, E. (2015). Eğitim-geliştirme, işe alıştırma ve kariyer yönetimi. Y. Aktaş, E. Ersin Cesur (Ed.), Bir bakışta insan kaynakları yönetimi (ss. 121-151). Bursa: Dora Yayınları.
- Özkazanç, A. (2012). İşyerinde Şiddet: Psikolojik ve Cinsel Taciz El Kitabı. Ankara: Uluslararası Çalışma Ofisi.
- Öztürk, İ. (2005). Türk El Sanatlarının Günümüzdeki Durumu (Tarihçe, Sorunlar, Öneriler). Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 7, 67-75.
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, Ankara
- Özyol, A. (2015). Eşitlik iş demektir. Kalkınma Anahtar Verimlilik Dergisi, 315.
- Park, H. Y. (2014) Heritage Tourism. Oxon: Routledge.
- Pekin, F. (2011). Çözüm: Kültür Turizmi. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Petroman, I., et.al. (2013). Types of Cultural Tourism, Animal Science and Biotechnologies, 46 (1), 385-388.
- Platzer, R. (2011). Women Not in The Kitchen: A Look At Gender Quality in Therestaurant Industry. California Polytechnic State University, Degree Bachelor of Arts.
- Powell, G. N., Butterfield, D. A. (2015). The glass ceiling: What have we learned 20 years on? Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance, 2 (4), 306-326.
- Rädiker, S. & Kuckartz, U. (2020). Açık uçlu anket sorularının MAXQDA ile adım adım analizi. (S. Toraman, Trans.). Berlin: MAXQDA Press.

- Ragins, B. R., Kram, K. E. (2007). *The handbook of mentoring at work, theory, research and practice*. London: Sage Publications.
- Richards, G. (1996b). The scope and significance of cultural tourism. (Edited by: Greg Richards). *Cultural Tourism in Europe*. Oxon: CAB International, 19-46.
- Richards, G. (2001). The market for cultural attractions. (Edited by: Greg Richards). *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford, UK: CAB International.
- Ridgeway, C. L. (2011). *Gendering At Work. Framed by Gender. How Gender Inequality Persist in The Modern World içinde*. s. 92-127. USA: Oxford University Press.
- Roney, S.A. (2011). *Turizm: Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rubuliak, D. (2006). *Seeing the People through the Trees: CommunityBased Ecotourism in Northern Thailand*. Unpublished Master's Thesis, Simon Fraser University Department of Sociology and Anthropology, Canada.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2022). What Community For Community-Based Tourism?, *Current Issues In Tourism*, 1-14.
- Samad, S. & Alharthi, A. (2022). Untangling Factors Influencing Women Entrepreneurs' Involvement in Tourism and Its Impact on Sustainable Tourism Development, *Administrative Sciences* 12: 52. <https://doi.org/10.3390/admsci12020052>
- Sandybayev, A. (2014). Workplace mobbing: A case of tourism in Northern Cyprus. *International Journal of Business Applications*, 1(1), 14-24
- Sangwan, S. (2014). Managing employee moonlighting: Issues and implications. *International Journal of Scientific Research And Education*, 2 (12), 2551-2556.
- Sarı, Y. & Özdemir, C. (2014). Turizm Gelişiminin Eskişehir Odunpazarı Sakinlerinin Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkisi. 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Ankara, 241-253.
- Seçgin, L. (2021). Kadın Girişimciliği ve Girişimcilik Sürecindeki Engellere Sosyal Hizmet Perspektifinden Bir Bakış. *Toplumsal Politika Dergisi*, 45-60.
- Seçilmiş, C. & Köz, E. N. (2015). Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 69-78.
- Sha, A. X., & Ma, Y. H. (2012). A study on the transformation of women's role in the development of Nongjiale tourism in Hui inhabited areas—Jingyuan County of

- Ningxia Hui Autonomous Region. Journal of Northern University for Nationalities (Philosophy and Social Sciences), (005), 107–110. (in Chinese).
- Shirmohammadi, Y., Ramezani, F., Hendekhaleh, E.N., Sarvestani, A.K. (2022) The Effect of Entrepreneurship and Understanding of Women's Work on the Development of Agricultural Tourism Brand (Case Study: of Oramanat Region), Quarterly Journal of Women and Society, 14 (53): 43-58.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business oportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5): 361-365.
- Silva, M. G. (2001). Factors Affecting Ecotourism Supplier Success. Unpublished Ph.D. Thesis, Pennsylvania University School of Forest Resources, United Sates.
- Sin, H. L. & Minca, C. (2014). Touring Responsibility: The Trouble With ‘Going Local’ in Community-Based Tourism İn Thailand. *Geoforum*, 51, 96-106.
- Sipahi E., 1997, Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Smith, L. & Akagawa, N. (Eds.). (2009). *Intangible heritage*. Routledge
- Smith, L. & Waterton, E. (2009). The envy of the world? Intangible heritage in England. *Brain Research*, 179(2), 385–389.
- SNV Netherlands Development Organisation. (2009). *The Market for Responsible Tourism Product with a special focus on Latin America and Nepal*. Asia.
- Soykan, F. (2003). “Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi”, *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, ss.1-11.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95. <https://library.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- Soysal, A. (2010a). Türkiye’de kadın girişimciler engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(1), 84-111.
- Soysal, A. (2013). Kırsal alanda kadın girişimciliği: Türkiye için durum değerlendirmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 163-189.
- Spenceley, A. (2008). Introduction: Responsible Tourism in Southern Africa. *Responsible Tourism: Critical Issues for Conservation and Development* (ss. 1-24). Editör A. Spenceley. Londra: Earthscan.

- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S. ve Seif, J. (2002). Responsible Tourism Manual for South Africa. Pretoria: Government of South Africa Department of Environmental Affairs and Tourism.
- Stanford, D. (2006) Responsible Tourism, Responsible Tourists: What Makes a Responsible Tourist in New Zealand?, Yayınlanmış Doktora Tezi, Victoria Üniversitesi:Wellington
- Starks, H., & Trinidad, S. B. (2007). Choose Your Method: A Comparison of Phenomenology, Discourse Analysis, and Grounded Theory. *Qualitative Health Research*, 17(10), 1372-1380. <https://doi.org/10.1177/1049732307307031>
- State, O. & Bulin, D. (2016). Aspects of Responsible Tourism - A Quantitative Approach, *Amfiteatru Economic Journal*, 18: 10, 781 – 797.
- Strier, R. & Abdeen, Z. (2009). “Women's experiences of micro-enterprise: contexts and meanings”, *Sex Roles*, 61, 566-579.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing From Home: Cultural Tourism And Art Museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.
- Stynes, D.J. (1997). *Economic Impacts of Tourism: A Handbook for Tourism Professionals*. Illinois: Illinois Bureau of Tourism.
- Su, L. & Swanson, S. R. (2017). The Effect Of Destination Social Responsibility On Tourist Environmentally Responsible Behavior: Compared Analysis Of Firsttime And Repeat Tourists, *Tourism Management*, 60: 308 – 321. DOI:org/10.1016/ j.tourman.
- Sun, J. X. & Liao, J. L. (2016). The influence of tourism participation on the division of labor between the genders in ethnic minority families. *The Ideological Front*, 042(001), 105–110. (in Chinese)
- Sünnetçioğlu, S. & Can, A. Durlu-Özkaya, F., 2015, 13. Ulusal Turizm Kongresi 6-9 Aralık, Antalya.
- Süral, N. (2013). Türkiye’de Kadın İstihdamı: Fırsatlar, Engeller ve Hukuki Çerçeve. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt:15, 279-309.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Cabi.
- Şahin, E. (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Şahin, Ş. (2019). Turizmde Kadın Olmak. *Sakarya: Değişim Yayınları*. s.177-190.

- Şekerler, H. (2006). Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Kütahya.Erişim:04.04.2022https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/613793/yokAcikBilim_154805.pdf?sequence=-1&isAllowed=y
- Şen, N. (2017). Sorumlu Turizm Oluşturmada Sorumlu İşletme Uygulamaları Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 7(1), 101-117. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ayd/issue/27225/286558>
- Tajeddini, K. A., & Vanessa, R. B., & Mela, D. (2017). Female Tourism Entrepreneurs in Bali, Indonesia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 52-58. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.004>
- Tajeddini, K., & Walle, A. H., & Denisa, M. (2017). Enterprising Women, Tourism, and Development: The case of Bali. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(2), 195-218. <https://doi.org/10.1080/15256480.2016.1264906>
- Tamer, M. & Alaeddinoğlu, F. (2022). Cittaslow Hareketinde Kadın Girişimciler: Seferihisar Örneği, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 20 (2), 500-527.
- Tamir, M. (2015). “Challenges and Opportunities of Community based Tourism Development in Awi Zone: A Case Study in Guagusa and Banja Woredas, Ethiopia”, *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, C: 11, ss. 50-78.
- Tekeli, H. N. (2019). Women's employment in tourism sector in turkey, issues faced, and the effect of glass ceiling syndrome on women workforce in tourism. *Turkish Studies Social Sciences*, 14 (2), 179-191.
- Tekin, Ö. A. (2017). Turizm Sektöründe Toplumsal Cinsiyet Algısı: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 4 (12), s. 669-684.
- The Educational Travel Conference (2006). *Responsible Travel Handbook 2006*. Planeta.com and SustainableTravelInternational.org, Definitions: dream of a common language. *Transitions Abroad Magazine*.
- The United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2019, Şubat). *Global Report on Women in Tourism (Second Edition)*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420384>
- The World Tourism Organization (2010), *Tourism Highlights, 2010 Edition*.

- Tighe, Antony, J. (1986). The arts/tourism partnership. *Journal of Travel Research*, 24(3):2-5.
- Timothy, Dallen, J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol: Cahnnel View Publications.
- TİSK (2022) TİSK (tisk.org.tr)
- Toksöz, G. (2007). “İşgücü Piyasasının Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Analizi ve Bölgeler Arası Dengesizlikler,” *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi Bölümü Çalışma ve Toplum Dergisi*, 2007, s. 75-76
- Toptaş, A. (2020). Kültür Turizminin Kadın Girişimcilerin Yaptıkları Yeniliklere Etkisi: Boğatepe Köyü’nün Örnek Vaka Analizi ile İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3378-3391.
- Tosun, A. & Doğan, C. (2021). Kadının Toplumsal Cinsiyet Açısından Kazanımları ve Köy Enstitüleri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 07 (01), 77-83.
- Tourism Department of the City of Cape Town. (2002). Cape Town Declaration. Paper presented at the Cape Town Conference on Responsible Tourism in Destinations, Johannesburg, South Africa.
- Tourism Research and Marketing. (2008). *Volunteer Tourism: A Global Analysis*. Barcelona: ATLAS. http://www.atlas-euro.org/sig_volunteer.aspx.
- Tovmasyan, G. (2022). Promoting Female Entrepreneurship in Tourism for Sustainable Development. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 18-36. <http://doi.org/10.21272/mmi.2022.1-02>
- Travel Foundation (2012). *Survival of the Fittest: Sustainable Tourism Means Business*. Londra: The Travel Foundation
- Trupp, A., & Sirijit, S. (2017). Gendered practices in urban ethnic tourism in Thailand. *Annals of Tourism Research*, 64, 76–86. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.02.004>
- Tucker, H. (2007). Undoing Shame: Tourism and Women’s Work in Turkey, *Journal Of Tourism and Cultural Change*, 5 (2), s.87-105.
- TUIK İşgücü İstatistikleri, Ekim 2020. http://istib.org.tr/resim/siteici/files/216_%C4%B0%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC%20%C4%B0statistikleri,%20Ekim%202020.pdf
- TURSAB. (2020). Turizm gelirleri. Ankara: Tursab. Ocak 8, 2023 Tarihinde <https://Www.Tursab.Org.Tr/İstatistiklerİcerik/Turizm-Geliri> Adresinden Alındı Wttc. (2022). Wttc Cities Economic Impact 2022. World Travel & Tourism Council. Jan 8, 2023 Tarihinde Alındı

- TÜİK (2020). İşgücü istatistikleri. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007
Tük Hanehalkı İşgücü Araştırması, 2019.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2020-37221>
- Türkey, O. (2015). Turizm işletmelerinde kariyer yönetimi. E. Pelit (Ed.), Turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetimi (ss. 391-417). Ankara: Grafiker Yayın.
- Türker, N. & Çetinkaya, A. (2009). Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Potansiyeli. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türker, N. & Selçuk, Ş. & Özyıldırım A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 1-13
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Ş. V. (2020). Çevresel Göstergeler «Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın Sektörel Dağılımı». Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik Ve İklim Değişikliği Bakanlığı. Ocak 8, 2023 Tarihinde <https://Cevreselgostergeler.Csb.Gov.Tr/Gayri-Safi-Yurtici-Hasilanin-Sektorel-Dagilimi-İ-85707#:~:Text=2020%20y%C4%B11%C4%B1nda%20vergi%20ve%20s%C3%Bcbvansiyonlar,Hizmetler%20sekt%C3%B6r%C3%Bcn%C3%Bcn%20pay%C4%B1%20%61%20olmu%C5%9ftur.>
- Türkmen, A. (2007). Girişimcilik ve girişimcilik kültürü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Türktan, G. (2010), "Yönetimde Kadın"- KAGIDER, 19. Kalite Kongresi,
- TÜSİAD ve KAGİDER, Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sorunlar, Öncelikler ve Çözüm Önerileri, TÜSİAD Yayını, İstanbul: Yayın No: TÜSİAD-T/2008- 07/468, 182.
- Uduji, Joseph I. and Okolo-Obasi, Elda N. and Okolo-Obasi, Elda N. and Asongu, Simplicite, (2020). Sustaining Cultural Tourism Through Higher Female Participation in Nigeria: The Role of Corporate Social Responsibility in Oil Host Communities, International Journal of Tourism Research, 22(1), ss.120-143
- UNEP. (2017). Mitigation. <https://www.unenvironment.org/explore-topics/climatechange/what-we-do/mitigation>
- UNESCO. (2018). Basic texts of the 2003 convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage (2018 edition). Retrieved May 6, 2023, from https://ich.unesco.org/doc/src/2003_Convention_Basic_Texts-_2018_version-EN.pdf.

- UNESCO. (2020). What is intangible cultural heritage? Retrieved May 15, 2023, from <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>
- UNWTO, “International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015” <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-touristarrivals-4-reach-record-12-billion-2015> [
- UNWTO. (2019). Gobal Report on Women and Tourism, Second Edition, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>
- Ülgen, B. & Aktaş, E. & Aslan, E. H. (2017). Kadın Girişimcilerin “Güç Mesafesi” ve “Belirsizlikten Kaçınma” Kültürel Boyutlarına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi, 1(1): 27-71.
- Ünal, Ç. (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar „Yavaş şehirler Ve Yavaş Turizm“, Doğu Coğrafya Dergisi – 36, <http://dergipark.gov.tr/ataunided>, 13-28
- Ünlüönen, K. & Şahin, S. Z. (2011). Turizmde İstihdam. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10(37), 1-25. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/70287>
- Üsküdar, Ş. (2012). Eskişehir’in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Weiler, B. & Hall, C. M. (Eds.) (1992). Special Interest Tourism. London: Belhaven.
- Wirth, L. (2001), Breaking through the glass ceiling: Women in management. Geneva: International Labor Office.
- World Tourism Organization. (2009). Sustainable Development Of Tourism – Mission Statement. Retrieved 14 October 2010, From The World Wide Web: <http://www.unwto.org/sdt/mission/en/mission.pp>.
- World Travel & Tourism Council (2020, Şubat). Economic Impact Reports. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- World Travel and Tourism Council (2015).Global Talent Trends and Issues for the Travel and Tourism Sector.London: WTTC.
- WTTC (2008). Travel and Tourism Economic Impact 2018 Türkiye.
- WTTC (2008). Travel and Tourism Economic Impact 2018 World.
- WTTC (2015). Travel & Tourism 2015: Connecting Global Climate Action. Londra: World Travel & Tourism Council.

- WWF (2001). Tourism – Position Statement. http://assets.panda.org/downloads/wwf_tourism_position.pdf.
- WWF, (2003). Policy Statement. Tourism, assets.panda.org/downloads/wwf_tourism_position.pdf.
- Xiao-Jing, H. (2012). Application of Responsible Tourism in Development of Tourism Destinations. *Asian Agricultural Research*. 4 (5): 22-25.
- Xie, P. F. (2003). The bamboo-beating dance in Hainan, China: Authenticity and commodification. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(1), 5–16. <https://doi.org/10.1080/09669580308667190>
- 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. DOI:10.1016/j.sbspro.2014.07.270
- Yahyagil, M. Y. (2001). Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçilik, *Yönetim Dergisi*, 12(38): 7-16.
- Yang, L. & Wall, G. (2009). Ethnic tourism: A framework and an application. *Tourism Management*, 30(4), 559–570. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.09.008>
- Yavuz, S. (2011). Bursa'da çevre vergi gelirlerinin gelişimi [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Uludağ Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği, *Ege Academic Rewiev*, 2,(2), 79-92. <https://dergipark.org.tr/en/pub/eab/issue/39833/472261>
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, M. & Toptaş, A. (2017). Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi, *Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Turizm Akademik Dergisi*, 02 (2017), 107-119
- Yıldırım, Ö. (2019). İstanbul'da Beş Yıldızlı Otellerde Yeşil Yıldız Uygulamasının Otellerin İşletmeciliğine Sağladığı Avantajların Analizi. Yüksek Lisans Tezi T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Yılmaz, H. (2008). Turizm Çeşitlendirmesi Kapsamında Ekoturizmin Ürünü Olarak Tatil Çiftlikleri: Türkiye'deki Tatil Çiftliklerine Yönelik SWOT Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

- Yorgun, S. (2010). Sömürü, koruma ve pozitif ayrımcılıktan çalışma hayatının egemen gücü olmaya doğru kadınlar: 21. yüzyıl ve pembeleşen çalışma hayatı. *Sosyo Ekonomi*, 1, 167-168
- Yüksel, P. & Yıldırım, S. (2015). Theoretical Frameworks, Methods, and Procedures for Conducting Phenomenological Studies in Educational Settings. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6(1), 1-20. <https://doi.org/10.17569/tojqi.59813>
- Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 25-41.
- Zhong, Y. & Couch, S. (2007). Hospitality Students' Perceptions Of Facilitators And Constraint Saffecting Women's Career Advancement in The Hospitality Industry. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 35 (4), s. 357-373.
- <https://www.mckinsey.com/featured-insight/gender-equality/women-in-the-workplace-2017>.

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Turizm Sektöründe İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı (AB-28).....	22
Tablo 2: İstihdamın sektörel dağılımı	23
Tablo 3: Turizm Sektöründe İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı (TR).....	25
Tablo 4: Turizm Sektöründe (Konaklama + Yiyecek İçecek Hizmetleri) İstihdam edilen Kişilerin Cinsiyete Göre Dağılımı (2019)	41
Tablo 5: Kültür Turisti Çeşitleri	72
Tablo 6: Sorumlu Turizm İlkeleri	93
Tablo 7: Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Üzerindeki Potansiyel Etkileri.....	112
Tablo 8: Katılımcıların Demografik Özellikleri	120
Tablo 9: Üst ve Alt Kodlara İlişkin Açıklamalar.....	121

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kültürel Turizm Kaynakları	70
Şekil 2: Sorumlu Turizm Anlayışı Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği....	122
Şekil 3: Turizmde Kadın Çalışanların Yöreeye Katkıları Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği	123
Şekil 4: Turizmde Kadın Girişimciliği Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği	124
Şekil 5: Turizmde Kadın İşgücü Üst Koduna Ait Alt Kodların Yüzde Grafiği.....	125
Şekil 6: Üst Kodlara (Ana Tema) İlişkin Yüzde Grafiği	125
Şekil 7: Kelime Bulutu.....	126
Şekil 8: Kod Haritası.....	127
Şekil 9: Tek Vaka Belge Modeli.....	129
Şekil 10: Tek Vaka Belge Modeli.....	130
Şekil 11: Tek Vaka Kod Modeli	132
Şekil 12: Tek Vaka Kod Modeli	133
Şekil 13: Tek Vaka Kod Modeli	134
Şekil 14: Tek Vaka Kod Modeli	135
Şekil 15: Kod Alt Kod Bölümler Modeli.....	136
Şekil 16: Kod Alt Kod Bölümler Modeli.....	137

EKLER

Ek 1. Etik Kurulu Kararı



T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu

Sayı : E-78977401-050.02.04-230254
Konu : Etik Kurul Kararı

15.03.2023

Sayın Dr. Öğr.Üyesi Yurdanur YUMUK

İlgi : 24.02.2023 tarihli ve 224555 sayılı dilekçe.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 24.02.2023 tarih ve 2023/02-39 sayılı kararı yazımız ekinde sunulmuştur. Bilgilerini ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Elif ÇEPNİ
Kurul Başkanı

Ek:Etik Kurul Kararı (1 Sayfa)



T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU
KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ : 24.02.2023
TOPLANTI NO : 2023/02

Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu toplanmış ve aşağıdaki kararı almıştır.

Karar 39

24/02/2023 tarihli Dr. Öğr. Üyesi Yurdanur YUMUK'un Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Yurdanur YUMUK danışmanlığında yürütülen “Kadın Girişimciliği ve İş Gücünün Kültürel Turizmin Gelişimindeki Rolü: Sorumlu Turizm Anlayışı Üzerinden Bir Değerlendirme” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Elif ÇEPNİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı

EK 2: Araştırma Soruları

Turizmde çalışmaya nasıl karar verdiniz?

Girişimcilik hikâyenizi dinlemek isteriz? Girişimcilik fikri nasıl doğdu anlatır mısınız?

Bu işi kurmada nereden maddi destek aldınız?

Bu işi kurmada yakın çevrenizden ve ailenizden destek aldınız mı?

Girişimde bulunma sürecinizde yaşadığınız sıkıntılar nelerdir?

Kadın çalışan olarak işinizi yaparken hangi zorlukları yaşıyorsunuz?

Gelecekte de turizm sektöründe çalışmayı düşünüyor musunuz? Neden?

Sizce kadın girişimciler ve çalışanlar yöredeki kültür turizmini genel olarak nasıl etkiliyor?

Safranbolu turizminde sorumlu turizm anlayışı kapsamında uygulamalar, kararlar ve yaptırımlar var mı? Yöre turizmini sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde değerlendirecek neler söyleyebilirsiniz?

Sizce kültür turizmi kapsamında yöredeki kadın girişimcilerin ve çalışanların ekonomik katkıları nelerdir?

Sizce kültür turizmi kapsamında yöredeki kadın girişimciler ve çalışanlar fiziki çevreyi/doğal çevreyi ne yönde etkiliyor?

Yöredeki turizm işgücüne dâhil olan kadın girişimci ve çalışanların sosyal boyuttaki katkıları nelerdir?

Yöre turizminde yer alan kadın çalışanların ve girişimcilerin yöredeki yaşam kalitesini nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?

Geçmişte turizmle ilgili herhangi bir eğitime, projeye, faaliyete ya da etkinliğe katıldınız mı? Bunlar neler açıklayınız?

Safranbolu'da kültür turizmi ve sorumlu turizm kapsamında kadınlara hangi fırsatlar sunulabilir, ne tür eğitimler verilebilir, kadınlara yönelik nasıl projeler üretilebilir?

ÖZGEÇMİŞ

Aysel ESEN, 2019 yılında Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Kuşadası Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümünden mezun oldu. 2019 yılı süresince Amara Sea Light Elite Oteli'nde muhasebe personeli olarak çalıştı. 2020-2021 yılları arasında Devrek METAL Lisesi'nde ücretli öğretmenlik yaptı. 2021'de Ereza Otel'de ön büro personeli olarak görev yaptı. 2021-2022 yılları arasında Zonguldak ilinde Irmak Vadi Bungalov işletmesinde işletme müdürlüğü yaptı. 2022-2023 yılları arasında Zonguldak Gökçebeş Halk Eğitim Merkezi'nde usta öğreticilik yaptı. Halen akademik çalışmalarına devam etmektedir.