ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 101, Şubat 2020, s. 72-81

ISSN: 2148-2489 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.39501>

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
28.10.2019

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
29.02.2020

Doç. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
lsen@subu.edu.tr

Burcu AKSOY YILMAZ

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği ABD
burcu.a.yilmazz@gmail.com

SEYAHAT ACENTALARININ OTELLER İLE İŞ BİRLİKLERİNDE KARŞILAŞTIKLARI ETİK PROBLEMLER VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: KUŞADASI ÖRNEĞİ

Öz

Literatürde turizm alanında etik kavramının incelenmesi sonucunda yapılan çalışmaların turizm bölümü öğrencileri ya da çalışanlar ile turistler arasında yaşanan etik sorunlar üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı; turizm sektöründe hizmet veren ve yoğun iş birliği içinde bulunan otel ve seyahat acentası çalışanlarının birbirleri ile yaşadıkları etik sorunların, seyahat acentası çalışanları penceresinden Kuşadası örneği ile tespit edilmesi ve bu sorunların çözümüne yönelik öneriler geliştirilmesidir. Çalışma kapsamında Kuşadası'nda bulunan 17 seyahat acentasında çalışan toplam 37 kişinin görüşleri “yarı yapılandırılmış mülakat” yöntemi ile alınmıştır. Acentaların seçimi yapılırken hizmet verdikleri pazarlar açısından farklılık gösteren işletmelere ulaşılmaya özen gösterilmiştir. Kişi seçimleri yapılırken ise minimum 5 yıl sektör tecrübesi bulunan ve otel çalışanlarıyla birebir irtibat kuran personeller ile görüşülmüştür. Yapılan görüşmeler sonucunda bazı pazarlarda hizmet vermekte olan acenta çalışanlarının oteller ile etik problemler yaşamadıkları ya da nispeten diğer pazarlarda hizmet verenlere göre daha az problem yaşadıkları tespit edilmiştir. Bu du-

rum, daha fazla etik sorun yaşayan acentalar tarafından belirtilmiş olan pazar ayırıcılığı problemini destekler niteliktedir. Bununla birlikte görüşmeye katılan bazı kişilerin kavram karmaşası yaşadığı anlaşılmıştır ve bu sebeple açık uçlu sorular yerine verilerin anket yolu ile toplanarak konunun daha detaylı incelenmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Konaklama İşletmeleri, Seyahat Acentaları, Etik, İş İlişkileri

ETHICAL PROBLEMS OF TRAVEL AGENCIES CO-OPERATED WITH HOTELS AND SOLUTION SUGGESTIONS: KUŞADASI EXAMPLE

Abstract

In the literature, it is observed that the studies conducted in the field of tourism as a result of the study of ethics focuses on the ethical problems experienced between the students of tourism department or the employees and tourists. The aim of this study is; to determine the ethical problems experienced by the hotel and travel agency employees who work in the tourism sector with the cooperation of the travel agency staff with the case of Kuşadası. In the scope of the study, 37 people working in 17 travel agencies in Kuşadası were interviewed by semi-structured interview method. During the selection of agencies, care was taken to reach enterprises that differ in terms of the markets they serve. In the selection of the people, the personnel who had minimum 5 years of experience in the sector and who had contact with hotel employees were interviewed. As a result of the interviews, it has been determined that the agency employees who serve in some markets do not experience ethical problems with hotels or have less problems compared to those serving in other markets relatively. This situation supports the problem of market discrimination, which is stated by agents who are experiencing more ethical problems. However, it was found that some people who participated in the interview experienced a complexity of concept and therefore it was determined that the data should be examined in more detail by collecting the data instead of open-ended questions.

Keywords: Tourism, Accommodation Companies, Travel Agencies, Ethics, Business Relations

GİRİŞ

Seyahat acentaları, turistlerin turizm faaliyetlerini yerine getirme süreçlerinde birçok işletme türüyle iş birliği içerisinde bulunmaktadır. Bu işletme türleri arasında da en yoğun çalıştıkları birimler turistlerin seyahatleri boyunca en fazla zaman geçirdikleri konaklama işletmeleridir. Seyahat acentaları ve otellerin bu yoğun iş birliği neticesinde çıkan problemleri çözümlmek adına 23 Mart 1983 tarihinde Turizm Bakanlığı tarafından otel-agenta ilişkileri ile ilgili bir yönetmelik yayınlanmıştır (www.meb.gov.tr, 2019). ‘Turizm İşletmelerinin Bakanlıkla, Birbirleriyle ve Müşterileriyle İlişkileri Hakkında Yönetmelik’ adıyla yürürlükte olan yönetmelikte konaklama işletmelerinin, acentaların yükümlülükleri, rezervasyon süreçleri, iptal ve ödeme koşulları, sözleşme şartları gibi iş birliklerinde karşılaşacakları durumlar 72 maddede belirtilmiştir (www.kulturturizm.gov.tr, 2019).

Turizm gibi insan ilişkilerinin oldukça yoğun olduğu bir sektörde yönetmeliğin yanı sıra etik konusu da önemli bir rol oynamaktadır. Turizm etiği alanında yapılan araştırmaların çoğunun yönetici ve işgören davranışlarını incelediği görülmüştür (Olcay & Sürme, 2015).

Bu çalışmada turizm faaliyetinin temel taşlarını oluşturan konaklama işletmeleri ve acentaların birbirleri ile iş birliklerinde yaşadıkları etik problemler seyahat acentası çalışanları penceresinden incelenecektir.

1. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Seyahat acentaları, turizm amaçlı paket turlar oluşturarak içinde konaklamadan ulaşma, eğlence hizmetlerinden spor aktivitelerine hazırladıkları ürünleri ve bunların biletlerini doğrudan kendileri ya da diğer acentalar aracılığıyla pazarlayarak kar amaçlı satışını yapan ticari kuruluşlardır (www.kulturturizm.gov.tr, 2019). Seyahat acenteleri havayolları ve oteller gibi tedarikçiler ile müşteriler arasında aracı olarak bulunmakta olup fiziksel ürünlerle değil bilgiyle ilgilenirler (Cheung & Lam, 2009).

Turist ile turistlerin seyahatleri boyunca hizmet satın alacakları ürün ve işletmeler arasında bir köprü görevi gören seyahat acentaları, seyahat edilecek bölgeyi iyi tanımaları, geçmiş tecrübeleri ve tedarikçiler ile kurmuş oldukları iş birlikleri sayesinde güvenilirlik, fiyat avantajı, rehberlik hizmetleri gibi turistin kendi çabaları ile kolayca elde edemeyeceği avantajlar sağlamaktadır.

Otel işletmeleri, turistlerin seyahatleri boyunca başta konaklama ihtiyaçlarını gidermek üzere kurulmuş belli standartları olan işletmelerdir. Bu işletmelerin hizmet kapsamı bulundukları yere ve büyüklüklerine göre farklılık göstermektedir (Batman, 2015).

Günümüzde internetin gelişmesiyle her ne kadar bilgiye ve ürüne ulaşmak kolaylaşmış olsa da, turistler özellikle hiç bilmedikleri bölgelere yapacakları seyahatlerinde güvenilirlik, toplu hizmet satın alabilme ve yönlendirme gibi sebeplerle seyahat acentaları aracılığı ile seyahat etmeyi tercih etmektedirler (Pearce & Schott, 2005).

Turizm sektöründe iyi bir yer edinmek isteyen otel işletmeleri, seyahat acentaları ile yapacakları iş birlikleri sonucunda daha çok kişiye ulaşma fırsatı yakalayacaktır. Seyahat acentaları, pazara yeni girecek bir ürünün pazarda tanıtılmasından tutundurulmasına, düşük sezonda talep oluşturmadan çukur tarihlerin doldurulmasına kadar otel işletmelerinin pazarlanmasında doğrudan rol oynar. Bu durum da otel işletmeleri ve seyahat acentalarının iş birliklerinin gelişerek devam edeceğini kanıtlar niteliktedir (Emir, 2010).

Türk dil kurumuna göre ‘etik’; ‘*töre bilimi*’, ‘*çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü*’ ve ‘*ahlaki ve ahlakla ilgili*’ olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr, 2019). Etik, M.Ö döneme uzanan köklü bir felsefe kavramıdır (Brickley, Clifford, & Jerold, 2002). Nihayetinde yeni bir keşif değildir. Bu kavram filozofların yüz yıllar boyunca insan davranışları üzerine yaptıkları araştırmalar ile gelişmiştir (Druker, 1982).

Etik ve ahlak kavramları çoğu zaman birbiri ile karıştırılsa da bu iki kavram tam olarak aynı anlama gelmemektedir (Akıncı Vural & Coşkun, 2011). Bir insanın etik kurallarına uygun davranıyor olması onun ahlaklı olduğu sonucunu yaratmaz. Ahlak, her toplumun kendine göre belirlediği değerler olarak tanımlanırken etik, iyinin ve doğrunun ne olduğunu araştırmaktadır (Mahmutoğlu, 2017).

Etik kavramını bireysel, örgütsel, yönetsel ve mesleki olmak üzere 4 grup altında incelemek mümkündür (Atıncı, Özkan, & Göçebeler, 2018). ABD’de 1960’lı yıllarda daha çok gündeme gelmeye başlayan iş etiği kavramı ise ‘*iş dünyasındaki mal ve hizmet üretim ve tüketim*

sürecindeki doğruları ve yanlışları ifade eder’ (Doğan, 2009). Kişilerin menfaatlerinin ve bencilliklerinin artması, izlenen yolun ne olduğuna bakmaksızın kar odaklı çalışmak, kanunen yaptırımların bulunmaması, özellikle yüksek konumdaki kişiler olmak üzere etik değerlere önem veren kişilerin sayılarının azalması gibi durumlar iş dünyasında etik dışı davranışları artıran sebepler olarak gösterilmiştir (Yılmaz & Bahadır, 2011).

Türkiye Felsefe Kurumu başkanı İoanna Kuçuradi yapmış olduğu bir söyleşide ‘*İnsanın en önemli özelliklerinden birinin “iletişim kurmak” olduğunu ve etğin bu ilişkilerdeki problemleri araştırdığını*’ dile getirmiştir (Dertürk, 2017). Turizm endüstrisini oluşturan kültürel çevre, doğal çevre, turistler ve çalışanlar sürekli etkileşim halindedir. Turizm faaliyeti boyunca sürekli etkileşim halinde bulunan kişiler arasındaki ilişki ancak etik sınırlar içerisinde yürütüldüğü sürece uzun vadede sürdürülebilirlik ve kazanç sağlayacaktır. Etik dışı davranışların hüküm sürdüğü durumlarda kişilerin motivasyonları düşecek, hizmet aksayacak memnuniyet ve yeniden ziyaret etme istekleri azalacaktır. Önemli bir gelir kaynağı ve istihdam yaratan turizm sektörü, emek yoğun hizmet üreten ve insanın insana hizmet ettiği, üretim ve tüketimin eş zamanlı olduğu bir sektördür. Turizm sektörünün bu yoğun insan ilişkisini kapsayan özelliği ister istemez davranış kurallarının gerekliliğini ortaya koymaktadır (Akova & Çalık, 2008).

Tablo 1: İş Etiğinin Tarihsel Gelişim Süreci

Yıllar	İş Etiğinin Değerlendirildiği Bağlam
1960 Öncesi Yıllar	İş yaşamını düzenleyen sistemler daha çok dini eksende olduğundan işletmelerde etik sorunlar genellikle dini açıdan ele alınmıştır. Yaşamın her alanında etkili olan dini yaklaşımlar iş etiğini bu yöne çekmiştir. Dolayısıyla iş etiğinin, yönetimden çok dinin konusu olmasına yol açmıştır.
1960’lı Yıllar	İş dünyasında yaşanan önemli değişimler 1960’lı yıllarda olmuştur. Bu değişimler sanayileşmenin gelişmesi nedeniyle kirlenme, nükleer atıklar gibi birçok ekolojik sorunu ortaya çıkarmaktadır. Bu yıllarda iş etiği çevre ve yaşam kalitesi endeksli olarak ele alınmıştır.
1970’li Yıllar	Bu yıllarda iş etiği kavramı iş adamlarının belli durumlarda nasıl davranabilecekleri ile ilişkili olarak araştırılmıştır. İşletmelerde özellikle karar alma ile ilişkili olarak iş etiğinin önemsendiği, ancak karar almada etkinliği olmayan bir anlayış olduğu görülmüştür. İş etiği tam olarak özümsememiş, karar almanın öznesi olamamıştır.
1980’li Yıllar	Bu dönem devletlerin ekonomiye müdahaleden uzaklaştığı ve rekabetin öne çıktığı yıllardır. İşletmelerin uluslararası düzeyde faaliyetlerinin başlaması ve küreselleşme olgusu iş etiği anlayışına yön vermiştir. İşletmelerde etik ve sosyal sorumluluk komiteleri kurulmaya başlanmıştır. Bu nokta işletmelerin stratejik ve operasyonel uygulamalarında iş etiği ön plana çıkmıştır. Bu eğilimler iş etiğinin bilimsel çalışma alanı olmasında etkili olmuştur.
1990’lı Yıllar	Serbest ticaret ve açık rekabet yerini sınırlı ticaret ve kontrollü rekabete bırakmış, şirket ortaklıkları yaygınlaşmıştır. İşletmeler buradan hareketle çalışanlarının daha dikkatli davranmasını sağlayacak etik ortamın oluşturulması konusunda çalışmalar yapmışlardır. Böylece işletmelerde, etik programlarının iradesinden sorumlu iş etiği uzmanları görevlendirilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda iş etiği ne yapılması gerektiği sorunundan çok, sistematik bir çalışma alanı haline gelmiştir.

2000’li Yıllar	İş etiği; iş faaliyetleri etik ile ilgilenen bir çalışma haline gelmiştir. İş etiği alanı basit anlamda belirli durumlarda ne yapılması yada ne yapılmaması gereği üzerinden durmaktan çok, işletmelerde etik, sorumluluk ve karar alma gibi kavramlar arasında sistematik ilişkiler kurmaktadır. İş etiği ayrıca konular gittikçe çeşitlenmiş (yönetmelik etik, mesleki etik gibi) tüm işletmelerde iş etiği ilkelerinin hayata geçirilmesine ve temel standart olmasına çalışılmaktadır.
-------------------	--

Kaynak: Çetin ve Köseoğlu, 2008, 145-158’den uyarlayan Kılınç, ve Ağraş, 2010.

1999 yılında Dünya Turizm Örgütü (WTO) turizmin olumsuz etkilerini azaltmak için “Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi”ni kabul etmiştir. Bu bildiri toplam 10 bölümden oluşmaktadır. Bunlar (www.unwto.org, 2019);

1. Turizmin Toplumlararası Karşılıklı Anlayışa Katkısı
2. Turizmin Bireysel ve Kolektif Yönleri
3. Sürdürülebilir Gelişmenin Unsuru Olarak Turizm
4. Kültürel Mirası Kullanan ve Zenginleştiren Unsur Olarak Turizm
5. Ülke ve Toplumların Refahını Artıran Bir Faaliyet Olarak Turizm
6. Turizmin Geliştirilmesinde Tarafların Yükümlülükleri
7. Turizme Katılma Hakkı
8. Turizm Hareketinde Özgürlük
9. Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları
10. Turizmde Global Etik İlkelerin Uygulanması

Turizmde etik konusunu inceleyen çeşitli araştırmalar neticesinde turizm sektöründeki etik kuralları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Atınç, Özkan, & Göçebeler, 2018).

- Saygılı, dürüst ve tarafsız olmak,
- İyi, adaletli ve eşit olmak,
- İnsanların özel hayatına saygı duymak,
- Görevlerinin bilincinde olup, sorumluluğunu alabilmek.

Sarışık, Akova ve Çontu (2006) İstanbul’da bulunan 4 ve 5 yıldızlı oteller üzerine yaptıkları çalışmada otel yöneticilerinin etik politika ve yöntemlere yaklaşımlarını incelemişlerdir. Araştırma neticesinde yöneticiler bulundukları işletmelerin yapısının etik değerlere uyumluluğu olduğunu ve etik uygulamaların etkinliği konusunda kendilerini sorumlu hissettiklerini, etik politikaların personele hızlı bir şekilde bildirilmesi gerektiğinin altını çizmişlerdir.

Menekşe (2008) Ankara’da faaliyet gösteren a grubu seyahat acentalarında çalışmakta olan personelin tüketiciye karşı etik davranışlarını algılama düzeyleri üzerine yaptığı çalışma sonucunda, acenta çalışanlarının neredeyse tamamının etik konusunda bilgi sahibi oldukları, piyasadaki rekabet ortamını öne sürerek rakip işletmelere karşı haksız rekabet faaliyetlerinde bulunmalarının kaçınılmaz olduğunu belirttikleri, işe alınma ve yükselme konusunda torpilin önlerinde bir engel olduğu işletmelerine bağlı oldukları şirket için bilgileri dışarıda paylaşmadıkları ancak daha iyi bir teklif ile karşılaşmaları halinde işletme çıkarlarını gözetmedikleri, etik davranışların müşteri memnuniyetini artırmada önemli bir faktör olduğunu belirttikleri tespit edilmiştir.

Pelit ve Aslantürk (2011) turizm eğitimi alan öğrenciler üzerine yaptıkları araştırmada turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarının çalışma yeri tercihindeki önemini incelemişlerdir. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin işletmelerin çevreye karşı duyarlılıkları, sundukları çalışma şartları, ayrımcılık, sosyal güvenlik olanakları gibi konulara duyarlı oldukları ancak öğrencilerin sınıfları yükseldikçe ve mesleki tecrübeleri arttıkça etik uygulamaları önemseme düzeylerinin düştüğü tespit edilmiştir.

Akbaba ve Erenler'in (2011) yaptıkları çalışma sonucunda cinsiyet faktörünün etik karar verme davranışı üzerinde önemli derecede farklılık yaratmadığı tespit edilmiştir.

Olca, Özkan ve Göçebeler (2018) Konaklama ve seyahat acentalarında yaşanan etik sorunlar üzerine yaptıkları çalışmada alanyazın taraması yaparak otellerde ve seyahat acentalarında en çok karşılaşılan etik problemlerin aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte haberler, fazla rezervasyon, çalışanlarla ilgili sorunlar ve cinsel tacizler olduğunu tespit etmişlerdir.

2. METODOLOJİ

Turizm alanında etik konusu ile ilgili yapılan literatür araştırmasında araştırmacıların daha çok işletme çalışanları ve müşteriler arasında yaşanan problemlere değindikleri görülmüştür. Karşılıklı iş birliği içerisinde bulunan kuruluşlar arasında yaşanan etik problemler üzerine bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

Bu araştırmanın amacı; turistler ile oteller arasında önemli bir köprü görevi gören seyahat acentası çalışanlarının yoğun iş birliği içerisinde bulundukları otel işletmeleri ile çalışmalarında karşılaştıkları etik problemleri tespit etmek ve bu problemlerin çözümüne yönelik öneriler sunmaktır. Çalışmada, önceden hazırlanmış soruların kullanıldığı ve verilen cevaba göre yeni sorular ilave edilerek konunun detaylı bir şekilde anlaşılmasını sağlayan “yarı yapılandırılmış mülakat” yöntemi kullanılmıştır (Türnüklü, 2000).

Araştırmanın çalışma evrenini, Aydın İli'nin Kuşadası İlçesi'nde faaliyet gösteren TÜRSAB'a bağlı A Grubu 109 adet seyahat acentası oluşturmaktadır (www.tursab.org.tr, 2019). Araştırmanın örneklemini ise “kartopu örnekleme” tekniği ile oluşturulmuş çalışma evreninin %15,6'sına tekabül eden 17 adet seyahat acentasıdır. Araştırmada bu acentalarda çalışmakta olan 37 kişi ile mülakat yöntemi ile görüşülerek veriler elde edilmiştir.

3. BULGULAR

Katılımcıların temsil ettikleri işletmeler, Almanya, Hollanda, Ukrayna, Rusya, Belçika, İsviçre, Bulgaristan, Romanya, Moldova, Macaristan, Polonya, İngiltere, İrlanda, Slovakya, Sırbistan, İran ve Azerbaycan pazarlarında hizmet vermekte olan ve bölgede bilinirliği olan acentalardır. Katılımcı acentaların bir kısmı birden fazla pazarda hizmet verirken bazıları bir tek pazarda hizmet vermektedirler.

Görüşülen kişiler işletme sahibi, genel müdür, kontrat müdürü ya da rezervasyon müdürleri olup tamamının turizm sektöründeki tecrübeleri 10 yılın üzerindeyken mevcut pozisyonlarındaki tecrübeleri minimum 5 yıldır. Araştırmaya katılan acenta çalışanlarının Kuşadası bölgesinde aktif olarak çalışmakta olduklarını bildirdikleri otel sayısı 15 ile 60 arasında değişmektedir. Acenta çalışanları, otellerde iletişimde bulundukları personelin daha çok rezervasyon elemanları, rezervasyon müdürleri, resepsiyonistler, ön büro müdürleri, misafir ilişkileri çalışanları, satış müdürleri olduğunu bildirirken katılımcıların %20'si genel müdürler ve işletme sahipleri ile de görüştiklerini bildirmiştir.

Katılımcılara, oteller ile iş birliklerinde herhangi bir etik ihlali yaşayıp yaşamadıkları sorulduğunda bir bölümü ciddi etik problemler ile karşı karşıya kaldıklarını belirtirken bir kısım

katılımcı herhangi bir etik problem yaşamadıklarını dile getirmişlerdir. İki grup arasında verilen cevapların birbirinden oldukça farklı olması ve bölgedeki otel sayısının çok yüksek olmaması sebebiyle söz konusu acentaların aynı otellerle çalışmama ihtimalinin olamayacağı göz önünde bulundurularak mülakat sorunlarında olmamasına rağmen katılımcılara yeniden ulaşarak hizmet verdikleri pazarlar hakkında bilgi alınmıştır. Elde edilen bu bilgiden sonra İngiltere ve Avrupa pazarında hizmet veren acenta çalışanlarının istisnalar hariç etik problemler yaşamadıkları ancak buna karşın Balkan ülkeleri ve Türkiye dahil Orta Doğu ülkeleri ile çalışmakta olan acentaların etik açısından birtakım sorunlar ile karşı karşıya kaldıkları tespit edilmiştir.

Katılımcıların maruz kaldıklarını belirttikleri etik dışı davranışlar en çok karşılaşılandan en az karşılaşılanına doğru aşağıdaki gibidir,

- Pazar ayrımcılığı yapılması,
- Aynı dönemde aynı oda tipinde farklı pazarlarda farklı fiyatların uygulanması,
- Aynı pazarda hizmet veren farklı acentalara el altı fiyatların verilmesi,
- Acentaya müsaitlik verilmezken, aynı misafirlere kapıdan oda verilmesi,
- Pazarlara göre gelen müşteriye hizmet kalitesinin değişmesi,
- Yeni gelen yöneticilerin işletmenin yıllardır iş birliğinde bulunduğu acentalar yerine bireysel olarak kendi ilişkilerinin iyi olduğu acentalara daha iyi avantajlar sunması,
- Otelin boş olduğu zamanlarda acentayı ve pazarı desteklerken yüksek sezonlarda oda tahsisi yapılmaması, telefonlara çıkılmaması,
- Belli bir oda tipinde yazılı konfirmesi acenta tarafından alınmış rezervasyonlara misafir girişinde acentanın bilgisi olmadan daha düşük oda kategorisinde oda verilmesi,
- Otel personeli tarafından acenta misafirlerine optional tur satışı yapılması,
- Telefonda müsaitlik verip gönderilen rezervasyonu onaylanmaması,
- Anlaşma şartlarının dışında davranılması,
- Yoğun dönemlerde agresif konuşmalar ve sorunları kişiselleştirme,
- Saygısızlık.

Görüşü alınmış olan 17 acentadan bir tanesi yukarıda belirtilmiş olan pazarların hemen hemen hepsine hizmet vermektedir. Bu acentada çalışan 3 personel pazarlar arası hizmet farkını net bir şekilde yaşadıklarını Avrupa pazarı misafirlerine sunulan hizmetlerin fiyattan verilen odalara, giriş çıkış saatlerinde esnek davranılmasından transfere gönderilen araç kalitesine kadar daha avantajlı olduğunu belirtmişlerdir.

Acentaların yaşadıkları etik problemler karşısında kısmi olarak işletme imajlarının zedelediği, misafir memnuniyetinin ve güveninin sarsıldığı ve zaman zaman yaşanan sorunların işletmenin maddi kayıp yaşayabileceği boyutlara ulaştığı katılımcıların verdiği cevaplardan tespit edilmiştir.

Mülakatta son olarak yöneltilen soru etik problemler yaşanan oteller ile iş birliklerini devam ettirip ettirmedikleriydi. Herhangi bir etik sorun yaşamadığını dile getiren katılımcılar öyle bir durumda karşı karşıya kalmış olmaları halinde asla yeniden iş birliği içinde bulunmayacaklarını belirtirken hali hazırda bir takım sorunlar yaşayan katılımcılar yaşadıkları problemler karşısında zaman zaman ambargo uyguladıklarını ancak bölgedeki otel sayısının kısıtlı olması bazı tesislerin ikamesinin olamaması, talebin fazla olması, rekabet ortamı, tesislere repeat guestlerin gelmesi gibi sebeplerle bu durumu fazla uzatamayarak yeniden iş birliği içinde bulunmak durumunda kaldıklarını ancak ellerinde olsa çalışmak istemeyeceklerini belirtmişlerdir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörünün temelini oluşturan oteller ve seyahat acentaları turizm var olduğu sürece iş birliği içinde bulunmaya devam edeceklerdir. Emek yoğun bir endüstri olan bu sektörün çalışanları aynı zamanda yoğun stres altında çalışmaktadırlar. Etik problemlerin tamamen önüne geçilmesi mümkün olmayabilir. En nihayetinde etik kavramı bir kanun değildir. Ancak bu sorunları en aza indirmek için yoğun iş yükü ve stresli çalışma şartları altında hizmet veren sektör çalışanlarının bir nebze rahatlamasını sağlayacaktır.

Kuşadası'nda bulunan ve bölgedeki oteller ile iş birliği içinde bulunan seyahat acentası çalışanları ile yapılan görüşmeler neticesinde bazı seyahat acentası çalışanlarının otel çalışanları tarafından bir takım etik dışı davranışlara maruz kaldıkları ve bunun boyutunun hizmet vermekte oldukları pazara göre değişmekte olduğu tespit edilmiştir. Avrupa pazarı ve İngiltere pazarında hizmet vermekte olan seyahat acentası çalışanları etik sorun yaşamadıklarını belirtirken Balkan pazarı ve Ortadoğu pazarı ile çalışmakta olan acenta çalışanları ciddi boyutlarda etik sorunlar ile karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte bazı katılımcıların etik konusunda kavram karmaşası yaşadığı tespit edilmiştir. Bir kısım katılımcı direk olarak sorulan 'oteller ile iş birliğinizde etik dışı davranışlara maruz kaldınız mı?' sorusuna hayır derken yapılandırılmış mülakat türünün özelliğinden faydalanarak diğer katılımcıların örnek verdikleri bazı olayları yaşayıp yaşamadıkları sorulduğunda aynı durumlar ile karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir. Ancak yapılan araştırma kapsamında acenta çalışanları ile mülakatlar nisan ayında yani tam yüksek sezonun başlangıcında ve iş yoğunluğunun arttığı dönemde yapılmıştır. Yaşanan bu durumunun kavram karmaşası yerine vakit kısıtından ötürü fazla düşünmeden cevap verme olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Seyahat acentası çalışanlarının oteller ile iş birliklerinde yaşadıkları problemlerden yola çıkılarak şu öneriler geliştirilebilir,

- Otel işletmelerinin aynı ürünü pazarlarken farklı pazar misafirlerine farklı fiyat uygulama stratejilerinin önüne geçilmesi ve gerekirse bunun için TURSAB'ın ve TUROB'un ortak bir yaptırım uygulaması sağlanabilir.
- Turizm okullarında etik değerler hakkında daha fazla eğitim verilmeli ve öğrencilere bu sektörün ikili ilişkiler ile yönetildiği kişinin yaptığı olumlu ve olumsuz her davranışın kendisini takip edeceği bilinci kazandırılmalıdır.
- İşletmelerde daha fazla eğitimli personel çalışmasına özen gösterilmelidir.
- Yaşanan problemler karışığında mesleki deformasyon oluşmasına izin verilmemelidir.
- İş yoğunluğu sebebi ile problemlerin üzeri kapatılarak daha sonra aynı şeylerin yeniden yaşanmaması adına sorunlar açıklığa ve çözüme kavuşturulmalıdır.
- Hem otelde hem de acentada departmanlar arası bilgi akışının doğru sağlanmasına özen gösterilmelidir.

Araştırmanın, acentaların iş hacimlerini de göz önünde bulundurarak, iş birliğinde bulunan otel kategorileri dikkate alınarak yapılması ve verilerin açık uçlu sorular yerine anket yöntemiyle toplanması halinde daha sağlıklı sonuçlar çıkartacağı kanısına varılmıştır.

Şüphesiz ki yaşanan etik problemler tek taraflı değildir. Aynı şekilde seyahat acentası çalışanlarının da otellere karşı sergiledikleri etik dışı davranışlar bir başka araştırma konusu olarak ele alınmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akbaba, A; Erenler, E, (2011), "Etik Karar Verme ve Cinsiyet Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 447-464.
- Akıncı V. Z; Coşkun, G, (2011), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik . Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi", 61-87.
- Akova, O; Çalık, İ, (2008), "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Etik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma", Sosyal Bilimler Dergisi, 1-13.
- Atıncı, O; Özkan, B; Göçebeler, M, (2018), "Konaklama ve Seyahat İşletmelerinde Yaşanan Etik Sorunlar Üzerine Kavramsal Bir Çalışma", Gaziantep University Journal of Social Sciences, 1-11.
- Batman, 0 (2015) "Otel İşletmelerinin Yönetimi" Sakarya: Değişim Yayınları
- Brickley, J; Clifford, W; Jerold, L, (2002), "Business Ethics and Organizational Architecture", Journal of Banking&Finance, 1821-1835.
- Cheung, R; Lam, P, (2009), "How Travel Agency Survive in E-Business World. Communications of the IBIMA", 85-92.
- Çetin, B; Köseoğlu, M.A., "İş Etiği ve İş Etiğinin Yayılım Süreci", SDÜ, İİBF Dergisi, Cilt:13, Sayı:1, (2008), 145-158.
- Dertürk, K. (2017, Haziran 11). www.gazetekadikoy.com.tr/kultur-sanat/insan-etik-ve-ahlak-h10733.html adresinden alındı
- Doğan, N, (2009), "İş Etiği ve İşletmelerde Etik Çöküş". Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 179-200.
- Druker, P, (1982). "What Is Business Ethics?", Journal of Business Ethics, 293-300.
- Emir, O, (2010), "Otel İşletmelerinin Pazarlanmasında Seyahat Acentalarının Rolü: Otel İşletmeleri Tarafından Bir Değerlendirme", Ege Academic Review, 1245-1256.
- Fleckenstein, M; Huebsch, P, (1997), "Ethics in Tourism-Reality or Hallucination", Journal of Business Ethics, 137-142.
- Mahmutoğlu, A, (2017), "Etik ve Ahlak: Benzerlikler, Farklılıklar ve İlişkiler", Türk İdare Dergisi, 226-247.
- Olca, A; Sürme, M, (2015), Turizm İşletmelerinde Yönetici ve Gören Etik Davranışlarının Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma. 1114-1131.
- Pelit, E; Aslantürk, Y, Turizm İşletmelerinin İş Etiğine Yönelik Uygulamalarının Çalışma Yeri Tercihindeki Önemi: Turizm Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, 163-184.
- Pearce, D. G; Schott, C, (2005). "Tourism Distribution Channels: The Visitors' Perspective", Journal of Travel Research, 50-63.
- Şen, L; Çetinkaya, Ç, (2017), "İnovasyonun Küçük Ölçekli Otel İşletmelerinin Performansına Etkisi: İstanbul Örneği", International Journal of Academic Value Studies, 235-243.

- Türnüklü, A (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin olarak kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme, Eğitim Yönetimi, 543-559.
- Yılmaz, A., & Bahadır, İ. (2011). Otel İşletmelerinde Önbüro Çalışanlarının Etik Algılamalarına Yönelik Bir Çalışma, Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi, 21-40.
- www.kulturturizm.gov.tr. (2019, Mart 29). www.kulturturizm.gov.tr: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-9648/seyahat-acentasi.html> adresinden alındı
- www.kulturturizm.gov.tr.(2019,Nisan13).www.kulturturizm.gov.tr: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR-14516/turizm-isletmelerinin-bakanlikla-birbirleriyle-ve-muste-.html> adresinden alındı
- www.meb.gov.tr.(2019,Mart29).www.meb.gov.tr: http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Turizm%20%C4%B0%C5%9Fletmeleri.pdf adresinden alındı
- www.meb.gov.tr.(2019,Nisan13).www.meb.gov.tr: http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Seyahat%20Acentecili%C4%9Fi.pdf adresinden alındı
- www.tdk.gov.tr.(2019,Nisan7). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ca8f53ff1e4a3.42463753 adresinden alındı
- www.tursab.org.tr. (2019, Nisan 14). www.tursab.org.tr: <https://www.tursab.org.tr/uye-acentalar> adresinden alındı
- www.unwto.org. (2019, Nisan 16). www.unwto.org: <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf> adresinden alındı
- www.yok.gov.tr.(2019,Nisan24).www.yok.gov.tr: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp#top2> adresinden alındı