




Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Management
18(3), 2021, 565-579.
Gönderim Tarihi: 04.03.2021
Kabul Tarihi:20.08.2021
DOI: 10.24010/soid.891314

Otel Çalışanlarının Konaklama İşletmelerine Yönelik Mesleki Toplumsal Cinsiyet Algılarının Kurgusal Senaryo Tekniği İle Belirlenmesi

Determination of Occupational Gender Perceptions of Hotel Employees for Accommodation Businesses Using Fictional Scenario Technique

Dr. Öğr. Üyesi İlker ÖZTÜRK 
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek
Yüksekokulu,Sivas, Türkiye
E-posta: ilker5885@gmail.com

Emre TANKUŞ 
Doktorant, Kastamonu Üniversitesi
Kastamonu,Türkiye
E-posta: e-tankus@hotmail.com

Caner DURMAZ 
Bilim Uzmanı
E-posta: canerdurmz@gmail.com

Öz

Bu çalışmanın amacı Sivas'ta faaliyet gösteren turizm işletme belgeli otellerde çalışanların turizm sektörü içerisindeki 12 iş pozisyonuna yönelik toplumsal mesleki cinsiyet algılarını ortaya çıkarmaktır. Sivas ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli otellerde aktif olarak çalışan 151 kişiden oluşturulan örnekleme, 12 iş pozisyonunun hangilerin feminen, maskülen veya nötr algılandıkları keşfedilmeye çalışılmıştır. Toplumsal mesleki cinsiyet algılarının cinsiyetler arasında farklılık gösterip göstermediği Ki-kare testi ile ortaya konmak istenmiştir. Katılımcıların bilinçaltında yer alan toplumsal mesleki cinsiyet algılarını ortaya çıkarmak için kurgusal senaryo tekniği kullanılarak araştırmada yer alan 12 iş pozisyonunun kullanıldığı bir senaryo üretilmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların söz konusu 12 iş pozisyonuna yönelik toplumsal mesleki cinsiyet algıları doğrudan yani açık ölçümle de ortaya çıkarılarak, iki ölçümdeki cevaplar üzerinden karşılaştırma yapılmak istenmiştir. Araştırmanın sonucuna göre Sivas'ta faaliyet gösteren otel çalışanlarının istihdam edilme oranlarının birbirine yakın olmasına rağmen kadın çalışanların genelde alt düzey iş pozisyonlarında, erkek çalışanların ise üst düzey iş pozisyonlarda algılandıkları görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Mesleki Toplumsal Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet

Abstract

The purpose of this study is to reveal the gender perceptions of the employees working in hotels with tourism management certificate operating in Sivas towards 12 job positions in the tourism sector. In a sample of 151 people working actively in hotels with tourism management certificate operating in Sivas, it was tried to discover which of the 12 job positions are perceived as feminine, masculine or neutral. It was aimed to reveal whether social occupational gender perceptions differ between the genders with the Chi-square Test. In order to reveal the social gender perceptions of the participants in the subconscious of the participants, a scenario using the fictional scenario technique was created, in which 12 job positions included in the study were used. In addition, the gender perceptions of the participants for the 12 job positions in question were revealed directly, that is, by explicit measurement, and a comparison was made on the answers in the two measurements. According to the results of the research, although the employment rates of hotel employees operating in Sivas are close to each other, it is seen that female employees are generally perceived in low-level positions and male employees in high-level positions.

Key Words: Tourism, Occupational Gender, Gender

Extended Summary

Background and Purpose

Gender stereotypes cause some job occupations to be perceived as female or male occupations in the industry. These perception factors bring along the problem of not being able to employ a person of any gender in professions that are integrated with gender. Occupations that integrate gender are also seen to be more influenced by women than men. These stereotypes are shaped by the prejudices of the individuals who make up the society and reflect negatively on both business and social life. This situation is related to occupational gender stereotypes of patriarchal societies. These stereotypes are shaped by the prejudices of the individuals who make up the society and reflect negatively on both business and social life. When women want to work in professions called men's work due to the prejudices of the society, they encounter social and psychological social pressure and coercion. Although occupational gender perceptions have evolved and changed positively in the historical process, prejudices that include the distinction between men and women in the society still continue today. When examined in private employment in the tourism sector statistics for Turkey, the proportion of female employees in 2019, while 31.9%, while the rate of men was 68.1%. Considering the employment rates of women and men in the hotels operating in Sivas, it is seen that 42.4% of them are women and 57.6% are men. These data indicate that close to the tourism labor force participation rates of men and women labor force in Turkey. In this study, it is aimed to determine the social and professional gender perception of those working in hotels with tourism management certificate operating in Sivas. In this way, it is thought that revealing the social and professional gender perceptions in the subconscious of the participants will contribute to the academic and sectoral perspective. When the studies in the literature are examined, it is seen that there are few studies on social and professional gender perceptions in the tourism sector, and studies in different sectors are only carried out with open (direct) measurement applications. The factor that distinguishes the research from other studies is the comparison of the two methods at the same time. This situation not only separates the research from similar studies, but also reveals the originality value of the research.

Methodology

The sample group of the research consists of 151 hotel employees who work in hotels with tourism operation licenses in Sivas. Qualitative research method was used in the study and open and closed scale questions based on fictional scenario technique were asked to the employees. In the open measurement method, the participants were asked what gender should be the employees in the departments operating within the hotel, while the employees in closed measurement were asked to write names in the gaps by giving a fictional scenario. Thus, the comparison of the data obtained as a result of both measurements was made and the differences between them were measured using chi-square analysis.

Findings

The research was conducted with 64 female and 87 male participants, and according to the findings, 8 of the participants' occupational gender perception preferences for 12 different job positions are masculine in closed measurement, 4 are feminine, in open measurement, 5 are masculine and 4 are or male), and 3 of them were females. In

addition, it is seen that the participants express masculine views in closed measurement in working positions such as front office manager, food and beverage manager, waiter, and they prefer the neutral (female or male) option in open measurement. While the participants express a feminine view for the receptionist position in closed measurement, it is seen that the results are in a neutral (female or male) direction in open measurement. Although it is seen that women mainly work in front-office and housekeeping departments in accommodation businesses, choosing the feminine option in both closed and open measurements for this position supports the research data. For the security and room service officer positions that are socially perceived as male work, it is seen that the participants preferred the masculine option in both measurements.

Conclusion

The results obtained from the data obtained within the scope of the research support the statistical information included in the employment report of TUIK. Women's responses to certain parts of the survey show that they are stuck within the patterns generally determined by many societies. For example, as a result of closed measurement, it is seen that even women do not see themselves at the general manager level, and in open measurement results they fall short of this expectation. However, they prefer Housekeeping and Human Resources Directorates, which are at a lower level than the General Directorate. This situation creates the perception that the career dream of the woman in the sector cannot be positioned at the required high level as a result of certain events. Accordingly, it is thought that attributing positions that require high level skills such as the general directorate, which are perceived as masculine, to the male gender within social roles is related to the fact that these positions require managerial characteristics. On the other hand, it is revealed that the perception of cookery, which has been identified with women in general since hunter-gatherer times, is predominantly directed towards men with the choices of both men and women. While this result shows that the cooking profession in the tourism sector has created a change in gender perceptions, there is no such change in gender perception in the housekeeping department where women work more.

1. Giriş

Toplumsal cinsiyet kalıpları, bazı mesleklerin kadın mesleği veya erkek mesleği olarak algılanmasına yol açmaktadır. Bu algılama cinsiyet ile bütünleşen mesleklerde kadın veya erkek cinsiyetine sahip olan bir kişinin istihdam edilememesi sorununun beraberinde getirmektedir. Fakat cinsiyet ile bütünleşen meslekler de kadınların erkeklerden daha fazla etkilendiği görülmektedir. Bu durum ataerkil toplumların mesleki toplumsal cinsiyet kalıp yargılarıyla alakalıdır. Bu kalıp yargılar toplumu oluşturan bireylerin önyargıları ile şekillenmekte olup hem iş hem de sosyal hayata olumsuz yansımaktadır. Kadınlar toplumun önyargıları yüzünden erkek işi olarak adlandırılan mesleklerde çalışmak istediklerinde sosyal ve psikolojik toplum baskısı ve zorlamalar ile karşılaşmaktadırlar. Buna örnek olarak birçok sektörde üst düzey yönetime erkekler getirilirken, alt düzey yönetim pozisyonlarına kadınların getirilmesi gösterilebilir (Tekin, 2017: 672).

Bununla birlikte mesleklere ve iş pozisyonlarına yüklenen cinsiyet algıları, toplumun bakış açısına, değerlerine, kültürüne ve yaşayış biçimlerine göre farklılık göstermektedir. Bu algılar bireyleri cinsiyetlerine bağlı olarak iş hayatı içerisinde hem fiziksel hem de zihinsel olarak etkilemektedir. Oluşan durum, iş hayatı içerisinde

cinsiyet farklılığından dolayı bireylerin ayrıştırılması ve ötekileştirilmesine sebep olmaktadır.

İstihdam edilme, terfi etme ve karar alma aşamasında bireyler, cinsiyet farklılıklarından dolayı zaman zaman eşit bir biçimde değerlendirilmemektedir. Ancak sürekli gelişim gösteren toplumlarda yaşanan bu olumsuzluklar geçmişe oranla olumlu yönde sektörel değişimlerin oluşmasına neden olmuştur. İstihdam oranları dikkate alındığında olumlu sektörel değişimlere örnek teşkil edecek çalışma sahalarından birinin turizm olduğu söylenebilir. Boyacıoğlu ve Elmas (2020)'in yapmış oldukları çalışmada bu durumu destekler niteliktedir. Araştırmaya göre turizm sektöründeki istihdam oranlarına bakıldığında kadın işgücü sayısının %41,4 olduğu, erkek işgücü sayısının ise %58,6 olduğu görülmektedir. Yine Sivas'ta faaliyet gösteren otellerdeki kadın ve erkeklerin istihdam oranlarına bakıldığında ise %42,4'ünün kadınlardan, %57,6'sının erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Bu veriler kadın ve erkek işgücünün Türkiye'deki turizm işgücü oranları ile benzer özellikler taşıdığını göstermektedir. Fakat bu yakın oranlara rağmen her meslek kolunda olduğu gibi cinsiyet algılarının olumsuz etkileri turizm sektöründe de karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu olumsuzlukların neler olduğuna dair yapılan araştırmaların azlığı dikkat çekmektedir. Gelineen noktadan hareketle toplumsal mesleki cinsiyet algılarını ortaya çıkarmanın akademik ve sektörel bakış açısına katkı sağlayacağı amaçlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Cinsiyet hem toplumsal hem de bireysel olarak insanları kategorize eden, hayattaki en temel belirleyici özelliklerden biridir. Geçmişten bugüne birçok araştırmacı, kadın ve erkek olma olarak karşımıza çıkan bu olguyu farklı şekillerde tanımlamışlardır. Fakat genel bir ifadeyle cinsiyet, kişinin kadın veya erkek olarak gösterdiği fizyolojik, genetik ve aynı zamanda biyolojik özellikleri olarak tanımlanmaktadır (Akin ve Demirel, 2003:73). Toplumsal cinsiyet (gender) kavramı ise cinsiyet kavramından farklı olarak, kadın ve erkekler arasındaki farklılıkların topluma yansımalarını ortaya çıkaran, aileye ve zamana göre değişebilen kültürel yapılara karşılık gelmektedir (Saraç, 2013:27). Toplumsal cinsiyet kavramının temel taşlarını oluşturan toplumsal rol ve statü kavramları, birbirinden ayrılması zor iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin toplum içerisindeki konumu onun statüsünü gösterirken, o konumda sergilediği davranış ve tutumlar da rolleri ortaya çıkarmaktadır (Çoştu, 2009:125-126). Aslına bakıldığında toplumlar için önemli yer tutan erkeklik ve kadınlık ayrımının tutum ve rollere bağlı olarak şekillendiği bilinmektedir (Vatandaş, 2007: 30). Bu roller ve statüler, bireyin doğumundan itibaren hazır bir şekilde karşılına çıkar ve kendilerine öğretilir. Öğrenme sürecinin sonucunda da bireyin toplumsal statü ve rolleri benimseme derecesine göre yaşadığı topluma uyumu veya uyumsuzluğu ortaya çıkar (Çoştu, 2009: 125-126).

Toplumun cinsiyet algısına uyan rol ve statülerini benimsemiş ve kabullenmiş bireyler, meslek seçimlerini toplumun yarattığı bu algılar etrafında şekillendirmekte, cinsiyetlerine uygun olarak algıladıkları mesleklere yönelmektedir. Ginevra ve Nota (2015)'in gençler üzerinde mesleki cinsiyet algılarına yönelik yaptıkları çalışmada kız ve erkek çocuklarının çoğunlukla kendi cinsiyetlerine uygun olan mesleklere yöneldiği sonucuna ulaşmışlardır. Bir diğer çalışmada ise Janssen ve Backes-Gellner (2011) 11660 erkek ve 7336 kadın katılımcıya "şu anda yapmış olduğunuz meslek karşı cins tarafından yapılabilir mi?" sorusu ile bireylerin mesleki cinsiyet algılarını ölçmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın sonucunda kadın katılımcıların %4'ü yaptıkları işlerin bir erkek tarafından yapılamayacağını belirtirken, erkeklerin %40'ı ise icra etmiş oldukları

mesleklerinin kadınlar tarafından yapılamayacağını belirtmiştir. Bu çalışmalardan elde edilen veriler mesleklerin cinsiyetlere bağlı olarak ayrıştığını göstermektedir.

Toplumsal cinsiyet kavramını ortaya çıkaran ve kavramın merkezinde yer alan erkekler ve kadınlar arasındaki farklılıklar, sosyal yapılanma sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu kavram ve sosyal yapılanma zaman içerisinde değiştiği gibi, yaşanan ve etki düzeyi yüksek olaylara bağlı olarak kültürün ve düşünce yapısının farklılaşmasıyla da değişmektedir. Toplum ve kültür, bireyleri cinsiyetlerine göre eril ve dişil olarak ayırmaktadır. Bu ayırım ile bireylere cinsiyetlerine özgü anlamlar yüklemekte, onlardan bekledikleri şekilde yaşamalarını, davranmalarını ve düşüncelerini istemekte, ayrıca insanları cinsiyetlerine göre belirli bir kalıbın içerisinde tutmaya çalışmaktadır (Durmaz, 2020: 5). Bu durum, toplum kavramının ortaya çıktığı, sosyal yapının oluşmaya başladığı ve sürekli olarak gelişmeye devam ettiği tarihsel süreç üzerinden açıklanabilmektedir. Bu süreçte insanlar birbiriyle etkileşim içerisine girmiş ve böylece bir topluluğa ait olan insanlar arasında ortak değerler oluşmuştur. Toplum içerisinde yaratılan ortak değerler, o topluma dâhil olan insanlarda ortak bir hayat anlayışı, düşünce yapısı ve dolayısıyla ortak bir kültürün oluşmasına sebep olmuştur. Tüm bu yapının oluşması toplumsallaşma süreciyle açıklanabilmektedir. Toplumsallaşma kavramı, bireyin yaşadığı toplum içerisindeki rol performansı için gerekli uyum ve kapasitesinin gelişmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Tezcan, 1993: 15). Bireyler bu süreç içerisinde toplumla bütünleşmeyi, topluma özgül kalıp ve yargılara uygun kimlik kazanmayı, benzer düşünce ve davranış yapısına sahip olmayı öğrenmektedir (Çoştı, 2009: 118). Toplumsallaşma sürecini tarihsel olarak incelediğimizde büyük değişimlerin yaşandığı görülmektedir. Örneğin, İlkçağ toplumlarında kadın ve erkek cinsiyetleri hayatta kalmak için birlikte hareket etmiş, birlikte avlanmış ve cinsiyet farkı olmadan tüm işleri olabildiğince birlikte yapmaya çalışmışlardır. Yakın tarih incelendiğinde ise kadının ve erkeğin toplum içerisindeki rolleri değişerek, fiziksel güç gerektiren işler erkeklere, ev içi roller ve annelik rolleri de kadınlara atfedilmiştir (Gökçay, 2018: 6). Sosyolojik, fizyolojik ve biyolojik olarak, kadın ve erkeklerin toplum içerisinde farklı rollere uygun görülmesi, farklı statülerde konumlandırılması ve toplumsal kalıp yargılar ile değerlendirilmesi geçmişte olduğu gibi günümüz toplumlarında da kuşaktan kuşağa aktarılarak belirli bir değişim çerçevesinde devam etmektedir. Dolayısıyla toplum içerisinde kadınların ve erkeklerin toplumsal hayata katılım oranı ve biçimi, söz konusu toplumun toplumsal cinsiyet algısıyla bağlantılıdır (Öngen ve Aytaç, 2013: 2). Bu durum beraberinde cinsiyet algısının iş hayatına yansımaları da doğurmuş ve bu yansımalar mesleki toplumsal cinsiyet kavramının da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Buradan hareketle mesleki toplumsal cinsiyet kavramı, toplumun meslekleri kadınsı ve erkeksi olarak ayrıştırması ve kimliklendirmesiyle ortaya çıkmıştır (Alda-Vidal, vd., 2017: 975). Birçok toplumda meslekler genel bir tabir ile “erkek işi” ve “kadın işi” olarak ikiye ayrılmaktadır. Örneğin Panek, Rush ve Greenwalt (1977) tarafından, katılımcıların mesleki cinsiyet algılarını “Eril, Dişil veya Her ikisi” şeklinde derecelendirmelerini ölçmeyi hedefleyen çalışmalarında katılımcılar, Polis, Kamyon şoförü, Fırıncı vb. işleri çoğunlukla erkek mesleği olarak algılayarak, Sekreter, Hemşire, Diyetisyen vb. işler ise kadın meslekleri olarak algılamışlardır. Bunun yanı sıra düşük statülü, düşük ücretli, güvencesiz ve niteliksiz işler kadın işi olarak lanse edilirken, sorumluluk düzeyi yüksek olan, yüksek ücretli, güvenceli ve sürekli işler erkek işi olarak tanımlanmaktadır (Gündüz, Tarhan, ve Kılıç, 2015: 23). Yapılan çalışmalarda turizm sektöründe kadınların erkeklere göre daha düşük ücret, uzun çalışma saatleri, güvencesiz sözleşmeler ve daha niteliksiz işlerde çalıştıkları sonucuna varılmıştır (Sanchez vd. 2015, Costa vd. 2011, Morgan ve Pritchard, 2019). Kadınlar sektördeki cinsiyet ayrımcılığı nedeniyle daha az eğitim gerektiren ve daha az ücret elde eden taraf olmaktadır (Dalkıranoğlu ve Çetinel, 2008: 280). Bu eşitsizlikler nedeniyle kadınlar çalışma yaşamına daha az girmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından hazırlanan 6 Mart 2020 tarihli bültenine göre kadınlarda istihdam durumu %29,4 iken, erkeklerde bu oran %65,7' dir. Hane halkı işgücü araştırma sonuçlarına göre kadınlarda çalışma süresi 19 yıl olurken, erkeklerde 39,3 yıl olmuştur (TÜİK, 2020). Öte yandan turizm sektöründe istihdam istatistikleri Türkiye özelinde incelendiğinde, 2019 yılında kadın çalışanların oranı %31,9 iken, erkeklerin oranı ise %68,1 olmuştur (Yetiş ve Çalışkan, 2020: 13). Bu veriyi destekler nitelikte olan Pinar vd. (2011)'nin turizm sektöründe çalışanların cinsiyet farklılıkları üzerine yapmış oldukları çalışmada, alt düzeyde çalışanların %62,8'inin erkek %37,2' sinin kadın, orta düzey yöneticilerin %68,5'inin erkek, %31,5'inin kadın ve üst düzey yöneticilerin ise % 66,7'si erkek, % 33,3'ünün kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Her ne kadar WTO (Dünya Turizm Örgütü) kadının turizm sektöründe güçlendirilmesi için çalışmalar yapsa da cinsiyet temelli bölünmüş iş gücü kadınların alt pozisyonlarda ve düşük ücretli işlerde çalıştığını göstermektedir (Çiçen, Boyacıoğlu ve Oğuzhan, 2020: 55). Bu durum kadınlar için cinsiyet temelli bir ayrımcılığı işaret etse de, turizm sektörünün, kadınlar için önemli bir istihdam alanı oluşturduğunu da işaret etmektedir (Arılı, 2013: 286). Öte yandan fırsat eşitsizliği ve zayıf çalışma koşulları gibi olumsuz durumlar kadınların turizm sektörüne katkıda bulunma kapasitelerini kullanamamalarına yol açmaktadır. Kadınların kapasitelerini kullanamamalarındaki önemli nedenler ise toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin devam etmesidir (Akgül, 2020: 63). Ortaya çıkan bu eşitsizliklerin, toplumsal cinsiyet kalıplarından meydana geldiği bilinmektedir (Tekin, 2017: 672). Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de toplumsal mesleki cinsiyet algıları bireyin meslek seçimini etkilemekte, seçtiği meslek içerisindeki konumunu ve rollerini belirli kalıp yargılar ile onlara dayatmaktadır (Bayram ve Ak, 2018:137). Her ne kadar erkeklerle oranla az gibi gözükse de bazı ekonomik, teknolojik ve kamusal gelişmeler sayesinde turizm, kadınlara tarımdan sonra en çok istihdamın sağlandığı sektörler arasında yer almaktadır (Bayram ve Ak, 2018:137). Ayrıca verilere bakıldığında Türkiye'de kadının turizm sektöründeki oranının % 41,4 olmasından hareketle, tüm sektörlerde kadının istihdamda yerinin yaklaşık %30'lar düzeyinde olması, diğer sektörlerle kıyaslandığında turizm sektöründe kadının işgücünün oranının yüksek olduğunu göstermektedir (Boyacıoğlu ve Elmas, 2020: 34). Cave ve Kılıç (2010)'ın yapmış oldukları çalışmada, turizm sektöründe çalışan kadınların oranının yüksek olmasına rağmen, vasıfsız ve düşük ücretli işlerde yer aldıkları bunun yanı sıra genel olarak kadınlara erkeklerden daha az ücret ödendiği görülmektedir. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerdeki kadınların yönetimdeki konumu, gelişmiş ülkelere göre hala daha düşük bir oranda seyretmektedir.

Turizmin kadın istihdamını yaratmadaki rolüne bakıldığında AB'deki temel turizm faaliyetlerinde kadın istihdam oranının erkeklerle göre daha fazla olduğu ancak uluslararası otelcilik endüstrisindeki tüm yönetim pozisyonlarının % 40'ından daha azını, genel yönetim rollerinin % 20' sinden azını, dünya çapındaki otellerin yalnızca % 10' unu ve halka açık konaklama işletmesinin kurumsal yönetim kurulu üyelerinin% 5 ila % 8'ini kadınlardan oluştuğu gözlenmektedir. Ayrıca cinsiyet ayrımcılığının AB' nin gelişmiş ülkelerinde de halen var olduğu, kadınların turizm sektöründe erkekler kadar maaş almadıkları ve turizm anlamında erkeklerle aynı seviyede eğitim ve öğretim görmedikleri ortaya çıkmıştır (Obadic, 2016). Literatür araştırmaları ve makale sonuçlarından anlaşılacağı üzere, kadınların turizmde önemli istihdam zorluklarıyla karşılaştığı görülmektedir (Hutchings vd., 2020: 12). Bu durum sektörde aşılması gereken algıların yer aldığını bize göstermektedir. Kadının ve erkeğin biyolojik, fizyolojik ve psikolojik özelliklerine bağlı olarak ayrıştırılmasına sebep olan toplumsal mesleki cinsiyet algısı, cinsiyet ayrımcılığını ortaya çıkarmakta ve bireyleri aşmaları gereken önyargılar ile savaşılmaya zorlamaktadır. Ortaya çıkan sonuçlar bireyleri hem ekonomik hem sosyal hem de psikolojik olarak olumsuz etkilemektedir. Bu sayede kişi

bireysellikten çok toplumsal olmaya ve kendini ek bir kalıba yerleştirmeye çalışmaktadır.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada Sivas'ta faaliyet gösteren turizm işletme belgeli otellerde çalışanların toplumsal mesleki cinsiyet algısının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu algının belirlenmesi için nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve çalışanlara kurgusal senaryo tekniğine dayalı sorular sorulmuştur. Çalışmada kullanılan anketin uygulanabilmesi için gerekli olan etik kurul izni Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nin 29/06/2020 tarihli ve 60263016-050.06.04-E.464294 sayılı toplantısında alınmıştır. Kurgusal senaryo tekniği örneği Durmaz (2020)'nin yapmış olduğu çalışmadan esinlenerek oluşturulmuştur. İlgili araştırmada açık ve kapalı olmak üzere iki yöntem kullanılmıştır. Açık ölçüm yönteminde, katılımcılardan otel bünyesinde faaliyet gösteren departmanlarda çalışanların hangi cinsiyette olması gerektiği sorulurken, kapalı ölçümde çalışanlara kurgusal bir senaryo verilerek boşluklar içerisine isimler yazılması istenmiştir. Bu yöntem katılımcıların yaşadıkları çevre, çalışma ortamı gibi faktörlere bağlı olarak bilinçaltındaki mesleki cinsiyet algısını ortaya çıkarmaktadır. Bu sayede hem kapalı hem de açık ölçümle elde edilen veri sonuçlarının karşılaştırılması yapılarak aradaki farklılıklar ölçülebilmektedir. Farklılıkları ölçmek için Ki-kare analizi kullanılmıştır. Ki-kare analizi değişken veya değişkenlere ait gözlenen frekanslar ile beklenen frekanslar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı temeline dayanmaktadır (Gürbüz, 2015: 244; Coşkun, vd., 2015:210; Karagöz, 2016: 488).

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Sivas ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli otel çalışanları oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020) Ağustos ayı verilerine göre Sivas'ta faaliyet gösteren 16 işletme belgeli tesis bulunmaktadır. Bu tesislerin işletme belgeli oda sayıları 818, yatak sayıları ise 1648' dir. Araştırma evreni hesaplanırken uluslararası alanda otel işletmelerinde yatak başına ortalama 0.5 personel, diğer bir ifade ile iki yatağa 1 personel düşmesi gerekmektedir (Erdem, 2004: 48). Çalışmada örneklem hesaplanması için Özdamar (2001)'in sınırlı evrenler ve nicel araştırmalar için önerdiği formülden yararlanılmıştır (Akt: Eröz ve Ünal, 2014: 209).

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2 \alpha}{(N - 1) \cdot H^2 + Z^2 \alpha \cdot \sigma^2}$$

$$n = \frac{824 \cdot 1^2 \cdot 1,96^2}{(824 - 1) \cdot 0,15^2 + 1,96^2 \cdot 1^2} = 141$$

Tablo-1' de araştırma kapsamında yer alan otellere ve uygulanan anket sayılarına yer verilmiştir.

Tablo 1: Araştırma Kapsamında Yer Alan Oteller ve Anket Sayıları

Otel Adı	Yapılan Anket Sayısı
Büyük Otel	20
The Green Park Hotel	18
Savona Otel	18
Sivas Revag Otel	15
Nevv Otel	15

Tablo 1'in devamı

Behrampaşa Otel	15
Köşk Otel	14
Paşabey Otel	11
Grand Paşabey Otel	10
Ramada Otel	10
Sultan Otel	10
Sivas Selçuklu Alaaddin Hotel	9
Royal Sivas Otel	-
Buruciye Otel	-
Malia Otel	-
Eretna Otel	-

Tablo 1' de görüldüğü üzere bazı otellerden veri elde edilememiştir. Bunun sebebi çalışmanın pandemi dönemine denk gelmesidir. Bu süre zarfında otellerin bir kısmı faaliyetlerini durdurmuş, tadilata girmiş veya asgari personel bulundurmuşlardır.

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiş ve otel çalışanlarına 165 adet anket uygulanmıştır. Eksik ve hatalı anketlerden dolayı 14 anket araştırma dışı bırakılarak 151 anket formu analize dâhil edilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler istatistik programı ile analiz edilerek yorumlanmıştır.

4. Verilerin Değerlendirilmesi ve Bulgular

Sivas'ta turizm işletme belgeli oteller çalışan personele ilişkin demografik bulgular Tablo-2' de verilmektedir

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans		Yüzde	Departman	Frekans		Yüzde
	Kadın	Erkek			Kadın	Erkek	
Kadın	64		42,4	Ön büro	23	41	42,4
Erkek		87	57,6	Yiyecek- İçecek	12	25	24,5
Toplam	151		100	Kat hizmetleri	21	7	18,5
Yaş	Frekans		Yüzde	Diğer Destek Bölümleri	8	14	14,6
	Kadın	Erkek					
19-23 yaş	10	24	22,5	Toplam	64	87	100
24-28 yaş	17	23	26,5	Eğitim Durumu	Frekans		Yüzde
					Kadın	Erkek	
29-33 yaş	10	11	13,9	İlköğretim	7	9	10,6
34-38 yaş	5	6	7,3	Lise	28	34	41,1
39-43 yaş	8	11	12,6	Önlisans	16	19	23,2
44 yaş ve üstü	14	12	17,2	Lisans	11	20	20,5
Toplam	64	87	100	Lisansüstü	2	5	4,6
Turizm Eğitimi Alan	Frekans		Yüzde	Toplam	64	87	100
	Kadın	Erkek					
Evet	22	39	40,4				
Hayır	42	48	59,6				
Toplam	64	87	100				

Tablo-2 incelendiğinde katılımcıların %42,4'ünün kadınlardan, %57,6'sının ise erkeklerden oluştuğu, yaş yüzdelerinde ise 19-23 ve 24-28 yaş aralığında bulunan katılımcıların %49 oranında, en az katılımcı yaş aralığının ise 34-38 yaş arası olduğu görülmektedir. Otel çalışanlarının çoğunluğunun turizm eğitim almadığı, eğitim durumlarına bakıldığında ise çalışanların %41,1'inin lise, %23,2'sinin ise önlisans eğitimi aldıkları sonucu ortaya çıkmaktadır. Lisans ve lisansüstü eğitim almış olan çalışanların oranı ise %25,1 oranında gerçekleşmiştir.

Tablo 3: Kapalı Ölçüm ile Cinsiyete Göre Mesleki Toplumsal Cinsiyet Algılamaları Arasındaki Çapraz Tablo Sonuçları

Pozisyon	Cinsiyet Algısı	Cinsiyet						Ki-kare değeri	p
		Kadın		Erkek		Toplam			
		N	%	N	%	N	%		
Genel Müdür	Feminen	20	54,1	17	45,9	37	24,5	0,098	0,072
	Maskülen	44	38,6	70	61,4	114	75,5		
Ön Büro Müdürü	Feminen	30	56,6	23	43,4	53	35,1	0,009	0,010
	Maskülen	34	34,7	64	65,3	98	64,9		
Satın Alma Müdürü	Feminen	25	47,2	28	52,8	53	35,1	0,381	0,394
	Maskülen	39	39,8	59	60,2	98	64,9		
İnsan Kaynakları Müdürü	Feminen	42	51,2	40	48,8	82	54,3	0,017	0,021
	Maskülen	22	31,9	47	68,1	69	45,7		
Kat Hizmetleri Müdürü	Feminen	46	44,7	57	55,3	103	68,2	0,407	0,480
	Maskülen	18	37,5	30	62,5	48	31,8		
Yiyecek İçecek Müdürü	Feminen	25	47,2	28	52,8	53	35,1	0,381	0,394
	Maskülen	39	39,8	59	60,2	98	64,9		
Kat Hizmetleri Görevlisi	Feminen	48	44,4	60	55,6	108	71,5	0,417	0,468
	Maskülen	16	37,2	27	62,8	43	28,5		
Resepsiyonist	Feminen	37	42,5	50	57,5	87	57,6	0,967	1,000
	Maskülen	27	42,2	37	57,8	64	42,4		
Aşçı	Feminen	23	51,1	22	48,9	45	29,8	0,157	0,207
	Maskülen	41	38,7	65	61,3	106	70,2		
Garson	Feminen	15	41,7	21	58,3	36	23,8	0,920	1,000
	Maskülen	49	42,6	66	57,4	115	76,2		
Oda Servis Görevlisi	Feminen	12	32,4	25	67,6	37	24,5	0,159	0,183
	Maskülen	52	45,6	62	54,4	114	75,5		
Güvenlik	Feminen	7	70	3	30	10	6,6	0,067	0,097
	Maskülen	57	40,4	84	59,6	141	93,4		

Turizm sektörüne ilişkin 12 iş pozisyonunun otel çalışanları tarafından toplumsal cinsiyet algılarına ilişkin çapraz tablo analizine bakıldığında, çalışanların genel müdürlük iş pozisyonuna ilişkin değerlendirmelerinde erkek ve kadın katılımcıların maskülen olarak tercih ettikleri görülmektedir. Yine aynı şekilde erkek ve kadın katılımcıların ön büro müdürü, satın alma müdürü, yiyecek-içecek müdürü, aşçı, garson, oda servis görevlisi ve güvenlik iş pozisyonları ile karşılaştırma yapıldığında maskülen tercihini kullanmışlardır. Öte yandan insan kaynakları müdürü, kat hizmetleri müdürü, kat hizmetleri görevlisi, resepsiyonist iş pozisyonlarında kadın ve erkek katılımcıların feminen algıladıkları görülmektedir.

Tablo 4: Açık Ölçüm ile Cinsiyete Göre Mesleki Toplumsal Cinsiyet Algılamaları Arasındaki Çapraz Tablo Sonuçları

Pozisyon	Cinsiyet Algısı	Cinsiyet				Toplam		Ki-kare değeri*	p
		Kadın		Erkek					
		N	%	N	%	N	%		
Genel Müdür	Feminen	18	60	12	40	30	19,9	13,232	0,001
	Maskülen	18	26,5	50	73,5	68	45,0		
	Her ikisi	28	52,8	25	47,2	53	35,1		
Ön Büro Müdürü	Feminen	27	64,3	15	35,7	42	27,8	11,572	0,003
	Maskülen	16	32	34	68	50	33,1		
	Her ikisi	21	35,6	38	64,4	59	39,1		
Satın Alma Müdürü	Feminen	16	51,6	15	48,4	31	20,5	1,470	0,479
	Maskülen	34	39,1	53	60,9	87	57,6		
	Her ikisi	14	42,4	19	57,6	33	21,9		
İnsan Kaynakları Müdürü	Feminen	39	50	39	50	78	51,7	4,210	0,122
	Maskülen	7	29,2	17	70,8	24	15,9		
	Her ikisi	18	36,7	31	63,3	49	32,4		
Kat Hizmetleri Müdürü	Feminen	40	42,1	56	58,3	96	63,6	0,079	0,961
	Maskülen	9	45	11	55	20	13,2		
	Her ikisi	15	42,9	20	57,1	35	23,2		
Yiyecek İçecek Müdürü	Feminen	18	42,9	24	57,1	42	27,8	0,966	0,617
	Maskülen	19	37,3	32	62,7	51	33,8		
	Her ikisi	27	46,6	31	53,4	58	38,4		
Kat Hizmetleri Görevlisi	Feminen	40	44,4	50	55,6	90	59,6	1,451	0,484
	Maskülen	13	46,4	15	53,6	28	18,5		
	Her ikisi	11	33,3	22	66,7	33	21,9		
Resepsiyonist	Feminen	19	42,2	26	57,8	45	29,8	0,060	0,971
	Maskülen	12	44,4	15	55,6	27	17,9		
	Her ikisi	33	41,8	46	58,2	79	52,3		
Aşçı	Feminen	11	50	11	50	22	14,6	0,612	0,737
	Maskülen	30	41,1	43	58,9	73	48,3		
	Her ikisi	23	41,1	33	58,9	56	37,1		
Garson	Feminen	9	50	9	50	18	11,9	1,227	0,541
	Maskülen	26	45,6	31	54,4	57	37,7		
	Her ikisi	29	38,2	47	61,8	76	50,4		
Oda Servis Görevlisi	Feminen	5	29,4	12	70,6	17	11,3	3,683	0,159
	Maskülen	45	48,4	48	51,6	93	61,6		
	Her ikisi	14	34,1	27	65,9	41	27,1		
Güvenlik	Feminen	5	100	0	0	5	3,3	9,487	0,009
	Maskülen	44	37,3	74	62,7	118	78,1		
	Her ikisi	15	53,6	13	46,4	28	18,6		

Tablo-4'de verilen açık ölçüme ilişkin 12 iş pozisyonunun, otel çalışanları tarafından toplumsal cinsiyet algılamalarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin değerlendirmeler incelendiğinde, katılımcıların genel müdür, satın alma müdürü, aşçı, oda servisi görevlisi ve güvenlik iş pozisyonuna maskülen, insan kaynakları müdürü, kat hizmetleri müdürü ve kat hizmetleri görevlisi iş pozisyonuna feminen, ön büro müdürü, yiyecek içecek müdürü, resepsiyonist ve garson iş pozisyonuna ise her ikisini (Nötr) tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 5: Kapalı Ölçüm ve Açık Ölçüm Sonuçlarında Katılımcıların Mesleki Toplumsal Cinsiyet Algılama Eğilimlerindeki Farklılıkların Yüzdesele Değerleri

Pozisyonlar	Kapalı Ölçüm		Açık Ölçüm	
	Cinsiyet	%	Cinsiyet	%
Genel Müdür	Maskülen	75,5	Maskülen	45,0
Ön Büro Müdürü	Maskülen	64,9	Nötr	39,1
Satın Alma Müdürü	Maskülen	64,9	Maskülen	57,6
İnsan Kaynakları Müdürü	Feminen	54,3	Feminen	51,7
Kat Hizmetleri Müdürü	Feminen	68,2	Feminen	63,6
Yiyecek İçecek Müdürü	Maskülen	64,9	Nötr	38,4
Kat Hizmetleri Görevlisi	Feminen	71,5	Feminen	59,6
Resepsiyonist	Feminen	57,6	Nötr	52,3
Aşçı	Maskülen	70,2	Maskülen	48,3
Garson	Maskülen	76,2	Nötr	50,4
Oda Servis Görevlisi	Maskülen	75,5	Maskülen	61,6
Güvenlik	Maskülen	93,4	Maskülen	78,1

Katılımcıların toplumsal mesleki cinsiyet algılarına ulaşabilmek için kapalı ölçüm ve açık ölçüm olmak üzere iki yöntem kullanılmıştır. Katılımcıların kapalı ve açık ölçüme ilişkin değerlendirmeler üzerindeki farklılıkları Tablo-5' de verilmiştir. Tabloya göre 12 farklı iş pozisyonuna ilişkin verilerde katılımcıların 8'inin maskülen, geri kalan 4'ünün feminen, açık ölçümde ise 5'inin maskülen, 4'ünün nötr (kadın veya erkek), 3'ünün ise feminen olarak algıladıkları sonucu ortaya çıkmaktadır. Kapalı ölçümde genel müdür cinsiyet algılaması (Maskülen) %75,5 iken, açık ölçümde bu oran (Maskülen) %45'e düşmüştür. İki ölçüm yönteminde de katılımcılar maskülen seçeneğini tercih etmişlerdir. Ön büro müdürü iş pozisyonunda ise kapalı ölçümde %64,9 ile maskülen iken açık ölçümde bu oran %39,1 ile nötr olmuştur. Katılımcılar kapalı ölçümde ön büro müdürleri olarak genellikle çalıştıkları otellerdeki isimleri tercih ederken, açık ölçümde cinsiyet algısında her iki cinsiyetten de olabileceğini belirtmişlerdir. Satın alma müdürü pozisyonu için ise her iki ölçümde de maskülen tercih edilmiştir. Katılımcılar insan kaynakları müdürü, kat hizmetleri müdürü ve kat hizmetleri görevlisi iş pozisyonunda feminen cinsiyet algısı sergilemişlerdir. Yiyecek içecek müdürü pozisyonunda ise kapalı ölçümde maskülen iken açık ölçümde nötr cinsiyet algısı tercih edilmiştir. Sivas'ta faaliyet gösteren otellerin yiyecek içecek müdürleri erkeklerden oluşmaktadır. Dolayısıyla kapalı ölçümde maskülen algının olması doğal bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Açık ölçümde kadın ve erkek katılımcılar yiyecek içecek müdürü iş pozisyonu için her iki cinsiyetin de uygun olacağı algısında olmuştur. Yine aynı şekilde katılımcılar resepsiyonist iş pozisyona ilişkin değerlendirmelerinde kapalı ölçümde feminen, açık ölçümde ise nötr cinsiyet algısını tercihte bulunmuşlardır. Katılımcılar aşçı, oda servisi görevlisi ve güvenlik iş pozisyonunda ise her iki ölçümde de maskülen cinsiyet algısında oldukları görülmektedir. Garson iş pozisyonunda kapalı ölçümde katılımcılar %76,2 ile maskülen, açık ölçümde ise %50,4 ile nötr cinsiyet algısı içerisinde buldukları görülmektedir. Katılımcılar önbüro müdürü, yiyecek içecek müdürü ve garson pozisyonlarında kapalı ölçümde masküleni tercih etmişken, açık ölçümde nötr (kadın veya erkek) seçeneğini tercih etmişlerdir. Ayrıca resepsiyonist pozisyonu için kapalı ölçümde feminen tercih edilmişken, açık ölçümde nötr (kadın veya erkek) tercih edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

İnsanların hem sektöre hem de mesleklere yükledikleri cinsiyet algıları yaşadıkları toplum kültürlerine, düşünce yapılarına, yetiştiği ortama, gelenek ve göreneklerine göre farklılıkları içermektedir. Bu farklılıkları veya kadınların iş yaşamlarındaki zorlukları konu alan birçok araştırmada bireylerin cinsiyetçi düşünceleri çalışma yaşamına hem zihinsel hem de fiziksel olarak etkide bulunduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır (Tükeltürk & Perçin, 2008, Demir, 2011, s. 766). Bu yaklaşımdan hareketle yapılan çalışma Sivas'ta faaliyet gösteren turizm işletme belgeli otel çalışanlarının mesleki cinsiyet algılarının senaryo tekniği ile incelenmesini amaçlamaktadır. Araştırma sonucuna göre çalışanların açık ve kapalı ölçüm yöntemi ile cevapladıkları senaryoya ilişkin bulgulara bakıldığında departmanlarda çalışma algılarının çoğunlukla Maskülen (Erkek) olduğu görülmektedir. Ük vd., (2019)'nin turizm sektöründe toplumsal cinsiyet algılarının belirlenmesine yönelik üniversite öğrencileri üzerine senaryo tekniğini kullanarak yaptıkları benzer çalışmada genel müdür, aşçı ve garson mesleğinin maskülen, resepsiyonist, pazarlama müdürü, satış elemanı, oda servisi görevlisi ve animatör pozisyonları nötr değere yakın ancak maskülen, kat hizmetleri görevlisinin ise nötr değere yakın ancak feminen olarak algılandığı sonucuyla karşılaşılmaktadır.

Araştırmada yer alan katılımcılara ait demografik özellikler incelendiğinde ise kadınların çalışma yaş oranlarının erkeklere göre daha üst yaş grubunda olduğu, çalışma alanlarının ön büro ve kat hizmetleri departmanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Kat hizmetleri departmanının genelde eğitim almış gençler tarafından tercih görmediği ve bu sebeple daha eğitimsiz yaş ortalaması yüksek kadın çalışanlar tarafından tercih edildiği düşünülebilir. Bu durum Türkiye'de kadınların ev hayatındaki rollerinin sektöre yansıdığı bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Kadınlara ait eğitim durumunun lise ve önlisans seviyesinde daha düşük seyrettiği, turizm eğitim alma oranlarının sayısal azlık sebebiyle de erkeklerin gerisinde kaldığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde toplumun kadınlara yüklediği ev hanımlığı rolünün sektör içerisinde yeterli görüldüğü, bundan dolayı benzer iş ve pozisyonlarda herhangi bir eğitim alma zorunluluğu aranmadığı düşünülebilir. Elde edilen veri Sivas ilindeki otelcilik sektöründe kadın eğitim seviyesinin erkeklere oranla daha düşük seviyede olduğunu göstermektedir. Erkek katılımcıların ise kadınlara oranla daha genç yaş aralıklarında turizm sektöründe yer aldıkları ve genelde ön büro ve yiyecek içecek departmanlarında görev aldıkları görülmektedir. Kadınların anketin belirli bölümlerinde verdiği cevaplar birçok toplumun genel olarak belirlediği kalıpların içerisinde sıkışmış olduklarını destekler niteliktedir. Örneğin kapalı ölçüm sonucunda kadınların dahi kendilerini genel müdür seviyesinde bulmadıkları, açık ölçüm sonuçlarında da bu beklentinin uzağında kaldıkları görülmektedir. Ancak genel müdürlüğe oranla daha alt seviyede olan Kat Hizmetleri ve İnsan Kaynakları Müdürlüklerini tercih etmektedirler. Bu durum kadının sektördeki kariyer hayalinin yüksek olmadığını aynı zamanda toplumun kadına biçtiği rolü kendine uygun bulduğu sonucunu çıkarmaktadır. Öte yandan Eagly (1997)'nin ortaya attığı Sosyal Rol Teorisi'nde de belirttiği gibi, hem sosyal hem de iş yaşamında erkek bireyler kadın bireylere göre daha yüksek statülü rollerde konumlandırılmıştır. Bunun sebebinin yönetsel özellikler gerektiren pozisyonlarda erkeklerin daha başarılı olacağına düşüncesi yatmaktadır. Mesleki cinsiyet algısı genel bir çerçevede ele alınacak olursa; süregelen zaman içerisinde toplumun cinsiyet algısındaki kalıplaşmış bakış açıları, bireylerin cinsiyetlerine göre pozitif veya negatif yönde iş ve sosyal yaşamlarını etkilediği gibi, cinsiyetler arasında eşitsizliğin ve sınıfsal ayrımın ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

Çalışmada ortaya çıkan diğer bir sonuç ise avcı toplayıcı dönemlerden beri genel olarak kadınlara özdeşleşen aşçılığın hem erkek hem de kadın katılımcılar

tarafından maskülen olarak algılanmasıdır. Bu sonuç turizm sektöründeki açıcılık mesleğinin cinsiyet algılarında bir değişim yarattığını göstermekte iken kadınların daha fazla çalıştığı kat hizmetleri departmanında bu tür bir cinsiyet algısı değişimine rastlanmamıştır. Kadınların konaklama işletmelerinde ön-büro ve kat hizmetleri departmanlarında, ağırlıklı olarak çalıştığı görülmektedir (Arlı, 2013, s. 286). Yapılan araştırmada da kat hizmetleri pozisyonu için hem kapalı hem de açık ölçümde feminen seçeneği tercih edilmiştir. Ayrıca toplumsal anlamda erkek işi olarak algılanan güvenlik ve oda servisi görevlisi pozisyonları için katılımcılar her iki ölçümde de maskülen seçeneğinden yana tercihte bulunmuşlardır. Bu sonuç toplumun genel bakış açısıyla paralel değerlendirilebilir.

Literatür incelendiğinde turizm alanına yönelik toplumsal cinsiyet algısına dair çalışmaların az olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmanın otel çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarını, kullanılan ölçüm tekniği ile ortaya çıkarması çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Bu kapsamda gelecek çalışmalara yönelik şu öneriler geliştirilmiştir;

- Araştırmaların evreni ve örneklemini genişletilerek, sektörel bazlı çalışmalar uygulanabilir.
- Turizm içerisinde çalışmaya dâhil edilmeyen diğer departmanlar ve pozisyonlar üzerinde mesleki cinsiyet algısı araştırılabilir.
- Araştırmada örneklem olarak ele alınan turizm çalışanları haricinde toplumun genel sosyolojik cinsiyet algısını ölçmek ve değerlendirmek için sektör dışarısında yer alan bireylerden örneklem oluşturularak mesleki cinsiyet algısının hangi düzeyde olduğu araştırılabilir.
- Mesleki toplumsal cinsiyet araştırması coğrafi açıdan bölgesel olarak ele alınabilir. Bu da kültürel ve sosyolojik toplum yapısının araştırmanın merkezine dâhil edilerek değerlendirilmesine olanak sağlayabilir.
- Araştırmalar farklı sektörlere uygulanıp kamu ve özel sektörün toplumdaki cinsiyet algısının belirlenmesi sağlanabilir. Buna istinaden elden edilen sonuçlar neticesinde kamu ve özel sektör iş alımlarında veya yönetici pozisyonlarında kadın istihdamın teşvik edilmesi sağlanabilir.
- Araştırmaya farklı demografik değişkenler dâhil edilerek toplumsal mesleki cinsiyet algısı bu değişkenler üzerinden elde edilen sonuçlarla açıklanabilir.
- Sektör içerisinde müşteriler üzerinden bir örneklem oluşturularak, müşterilerin turizm sektörü içerisinde görmek istedikleri kadın/erkek dağılım oranı incelenebilir, bu da müşteri memnuniyetinin ve hizmet kalitesinin müşteri odaklı pozitif yönde planlanmasına olanak sağlayabilir.
- Yerli ve yabancı müşterilerden oluşan iki farklı örneklem oluşturularak Türklerin ve diğer milletlerin toplumsal mesleki cinsiyet algılamaları karşılaştırılabilir. Bu çalışmanın sonucunda yerli ve yabancı müşteri odaklı hizmet sağlayan turizm işletmeleri, müşteri tercihi odaklı bir yapılanma ile sektör içerisindeki tercih edilebilirliğini arttırabilir.

Gelecekte yapılacak çalışmalar, toplumsal yargıların ve algıların değişmesine, sektör içerisinde yer alan bireylerin eşit olarak değerlendirilmesine olanak sağlayacaktır.

6. Kaynakça

- Akgül, S. (2020). Turizmde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadınların Güçlendirilmesi İle Mutluluk Endeksi Arasındaki İlişki. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 9(2), 160-178.
- Akın, A., ve Demirel, S. (2003). Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Sağlığa Etkileri. *C. Ü. Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 73-82.

- Alda-Vidalá, C., Rusca, M., Zwartveen, M., Schwartz, K., & Pouw, N. (2017). Occupational Genders and Gendered Occupations: The Case of Water Provisioning in Maputo, Mozambique. *Gender, Place & Culture*, 24(7), 974-990.
- Arlı, E. (2013). Deniz Turizm Sektöründe Algılanan Cinsiyet Ayrımcılığı ve Cinsiyet Önyargısı: Karamürsel Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 38(3), 283-302.
- Baum, T. (2013). *International Perspectives on Women and Work*. Geneva: International Labour Office.
- Bayram, G., ve Ak, S. (2018). Turizm Sektöründe Cinsel Taciz ve Kadın. G. Bayram, A. Bayram, & Ö. Sürücü içinde, *Turizm ve Kadın* (s. 137-154). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Boyacıoğlu, E., ve Elmas, Ç. (2020). "Turizm ve Kadın" Olgusunun Bibliyometrik Yaklaşım ile İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1), 32-52.
- Cave, P., ve Kilic, S. (2010). The Role of Women in Tourism Employment With Special Reference to Antalya, Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), 280-292.
- Costa, C., Carvalho, I., ve Breda, Z. (2011). Gender Inequalities in Tourism Employment: The Portuguese Case. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 15, 37-52.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktarođlu, S., ve Yıldırım, E. (2015). *Soyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (8 b.). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Çiçen, C., Boyacıoğlu, E., ve Oğuzhan, A. (2020). Turizmde Kadın İşgücünün Cinsiyet Ayrımcılığı Algısı: Edirne İlinde Bir Araştırma. *To & Re*, 2(Ek 1), 54-63.
- Çoştı, Y. (2009). Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 9(2), 117-140.
- Dalkıranoğlu, T., ve Çetinel, F. (2008). Konaklama İşletmelerinde Kadın ve Erkek Yöneticilerin Cinsiyet Ayrımcılığına Karşı Tutumlarının Karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(20), 277-298.
- Demir, M. (2011). İş Yaşamında Ayrımcılık: Turizm Sektörü Örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 760-784.
- Durmaz, C. (2020). Y ve Z Kuşağının Turizm İşletmelerine Yönelik Mesleki Cinsiyet Algılarının İncelenmesi: Samsun İli Örneği. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Eagly, A. (1997). Sex Differences in Social Behavior: Comparing Social Role Theory and Evolutionary Psychology. *The American Psychologist*, 52(12), 1380-1383.
- Erdem, B. (2004). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri Ve Önemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(11), 35-54.
- Eröz, S., ve Ünal, A. (2014). Otel İşletmelerinde Örgüt İklimi ve Duygusal Emek İlişkisi: Trakya Bölgesinde Bir Araştırma. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(7), 198-223.
- Ginevra, M., ve Nota, L. (2015). Occupational Gender Stereotypes and Problemsolving in Italian Adolescents. *British Journal Of Guidance & Counselling*, 45(3), 312-327.
- Gökçay, G. (2018). Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesi. Kafkas Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans, Kars.
- Gündüz, H., Tarhan, S., ve Kılıç, Z. (2015). Toplumsal Cinsiyete Dayalı Meslek Seçimlerine Yönelik Tutum Ölçeđi Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 21-33.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2015). *Soyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (2 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Hutchings, K., Moyle, C.-I., Chai, A., Garofano, N., ve Moore, S. (2020). Segregation of women in tourism employment in the APEC region. *Tourism Management Perspectives*, 34.
- Karagöz , Y. (2016). *SPSS ve AMOS 23 Uygulamalı İstatiksel Analizler* (1 b.). Ankara: Nobel.
- Morgan, N., ve Pritchard, A. (2019). Gender Matters in Hospitality (invited paper for 'luminaries' special issue of International Journal of Hospitality Management). *International Journal of Hospitality Management*, 76, 38-44.
- Obadic, A. (2016). Gender Discrimination and Pay Gap on Tourism Labor Market. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Mechanical and Industrial Engineering*, 10(3), 823-828.
- Öngen, B., ve Aytaç, S. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları ve Yaşam Değerleri İlişkisi. *Sosyoloji Konferansları*(48), 1-18.
- Panek, P., Rush, M., ve Greenawalt, J. (1977). Current Sex Stereotypes of 25 Occupations. *Psychological Reports*, 40, 212-214.
- Pinar, M., McCuddy, M., Birkan, I., ve Kozak, M. (2011). Gender diversity in the hospitality industry: An empirical study in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 73-81.
- Sanchez, R., Perez, M., Nunez, B., Domecq, C., ve Ballesteros, P. (2015). Gender Differences in the Hospitality Industry: A Job Quality Index. *Tourism Management*, 51, 234-246.
- Saraç, S. (2013). Toplumsal Cinsiyet. L. Gültekin, G. Güneş, C. Ertung, & A. Şimşek içinde, *Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları* (s. 27-32). Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları .
- Simon, J., ve Backes-Gellner, U. (2011). *Occupational Stereotypes, Gender Segregation and Job Satisfaction*. Zurich: Zurich Open Repository and Archive.
- Tekin, Ö. (2017). Turizm Sektöründe Toplumsal Cinsiyet Algısı: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(12), 669-684.
- Tezcan, M. (1993). *Eğitim Sosyolojisinde Çağdaş Kuramlar ve Türkiye*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları .
- TÜİK. (2020). *İstatistiklerle Kadın*. Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni.
- Tükel Türk, Ş., ve Perçin, N. (2008). Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavani Kırmaya Yönelik Stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 113-128.
- Ük, Z. Ç., Gültekin, Y., ve Arslan, B. (2019). Turizm Sektöründe Mesleki Toplumsal Cinsiyet Algılamalarının Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 75-97.
- Vatandaş, C. (2007). *Sosyoloji Konferansları*(35), 29-56.
- Yetiş, Ş., ve Çalışkan, N. (2020). Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: Mevcut Duruma İlişkin Bir Değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 105-119.



SIVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Hukuk Müşavirliği

Sayı : 60263016-050.06.04-E.464294
Konu : Etik Kurul Kararı

29/06/2020

Sayın Dr.Öğr.Üyesi İlker ÖZTÜRK

İlgi : 01/06/2020 tarih ve 54847 sayılı dilekçeniz.

İlgi dilekçeniz ve ekleri, Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Kurulunca incelenmiştir. Kurulun 25/06/2020 tarih ve 9 no'lu toplantısında alınan 3 no'lu kararda; "Karar 3: Üniversitemiz Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulunda görev yapan Öğr. Gör. İlker ÖZTÜRK'ün 01.06.2020 tarih ve 54847 sayılı dilekçesi ekte sunulduğu; "Otel Çalışanlarının Konaklama İşletmelerine Yönelik Cinsiyet Algılarının Küresel Seviyeye Tekniği ile Belirlenmesi " isimli araştırmasını etik olarak uyguladığını Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı tarafından incelenmiş ve etik açıdan bir sakıncası olmadığı yönünde,Rektör olurlarına sunulmak üzere evbirligi ile Karar verildi" denilmiştir olup, 25/06/2020 tarihli Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Kurul toplantısında alınan 3 no'lu karar, Rektörlük olurlarına sunulmuş ve Rektör olurları alınmıştır.