

TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞMESİNDE İNSAN UNSURUNUN ÖNEMİ

Doç. Dr. Orhan İÇÖZ(*)

ABSTRACT

THE IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES IN DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY

Supply side of manpower has great importance in development of a country's tourism industry. In this article, characteristics of human resource in tourism industry are illustrated through examples in Turkey where government make subantroll allocations to initial negative impacts of developing tourism industry an Turkish people is determined, but outhor shows though examples that those negative impacts are climnated gradually. At conclusion, auther discussed what need to be done in training resources in tourism industry.

GİRİŞ

Ekonominin hiçbir sektörü turizm sektöründe olduğu kadar insanlarla ya da bireylerle doğrudan doğruya ilgili değildir. Bir taraftan turizm talebini oluşturan en önemli unsur bireysel faaliyetler ve bireylerin doğrudan hareketleri, diğer taraftan da turizm arzına anlam kazandıran ve talebe yanıt verebilecek duruma getiren en önemli unsur, yine bireylerdir.

Böyle bir durumda bir ülkede turizm sektörünün geliştirilmesi açısından özellikle arz taraftaki insan unsuru büyük önem taşımaktadır. Eğer turizm sektöründeki en üst düzeydeki yöneticilerden en alt kademedeki işgörelere kadar gerekli niteliklere sahip olmayan bireyler söz konusu ise, arzı oluşturan alt ve üst yapı tesisleri istenildiği kadar çağdaş ve kaliteli olsun, sektörün gelişmesi ve verimli çalışması mümkün değildir. Bu durum, turizm sektörü içerisinde doğrudan ya da dolaylı olarak yer alan bütün işletmeler ve biremler için geçerlidir.

Diğer taraftan, turistik faaliyetler açısından insan faktörüne önem kazandıran diğer

iki unsur ise, doğrudan doğruya turistlerin kendisi ve bu turistleri kabul eden bölgenin halkı ya da bireyleridir. Bir bölge halkı turistleri karşılaymaya ne ölçüde hazır olursa, bölgede turizmin gelişimi o ölçüde hızlı olacaktır. Aynı şekilde ziyaretçilerin bireysel ve kültürel nitelikleri de, bölgede bıraktıkları olumlu ve olumsuz izlenimlerle gelişmeyi etkiler.

Gelişme yolundaki ülkenin en büyük iki sorunundan birincisi, ekonomik nitelik taşıyan sermaye ihtiyacıdır. Çünkü ekonomik gelişmenin sağlanması için yapılacak yatırımlar büyük ölçüde sermaye ile sağlanacaktır. Bu da ülke kaynaklarının kıt olması nedeniyle çoğunlukla dışarıya borçlanarak sağlanır. Borç ile sağlanan bu sermaye sayesinde yapılan alt ve üst yapı yatırımlarına anlam kazandıran ve bunları harekete geçirecek, kullanacak olan ise nitelikli insan gücüdür. Bu da gelişmekte olan ülkelerin ikinci önemli ihtiyacıdır. Bu nedenle insana yapılan yatırım en az fiziksel yatırımlar kadar, belki de onlardan daha fazla önem taşır. Nitekim kimi görüşlere göre insana yapılan yatırım en değerli yatırımdır.

Turizm de, insan faktöründen büyük ölçüde yararlanmakta

olan bir sektördür. Nitekim Türk turizminin arz tarafına bakıldığı zaman, özellikle son 67 yılda (özellikle otelcilik alanında) çok büyük yatırımların yapıldığı görülmektedir. (5 yılda %100'lük artış). Bu gelişme kuşkusuz, artan turizm talebi ile paralellik göstermektedir. Ancak, Türkiye insangücü açısından turizme biraz hazırlıksız yakalanmış görünmektedir. Çünkü bir taraftan artan arz kapasitesi ile uyumlu olarak gerek yönetici düzeyinde, gerekse işgören düzeyinde insan unsuru artış gösteremezken, diğer taraftan da toplumun genel eğitim düzeyinin düşük olması ve sosyokültürel açıdan Batı ülkelerinden farklı ve onlarla uyumsuz bir yapıya sahip olması, turizm sektörünün istenen ölçüde gelişmesini önleyici bir etken olarak görülmekte ve sektörde insan unsuru ile ilgili bazı sorunların çıkmasına neden olmaktadır.

Ayrıca turizm sektörü, bu sektörde çalışanlar açısından diğer sektörlerle göre birtakım farklılıklar taşımaktadır. Sektörün avantaj ve dezavantajları olarak da nitelendirebilecek bu farklılıklar ise, bazen sektörün istihdam alanı olarak yanlış ya da eksik algılanmasına neden olmaktadır. Bu avantaj ve dezavantajlar şu şekilde sıralanabilir.

(*) Doç. Dr. Orhan İÇÖZ, Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu'nda öğretim üyesidir.

a) Turizm sektöründe görev yapmanın avantajları;

- Çok sayıda ve çok değişik karakterlerde insanlarla karşılaşmak,

- Değişik ülkelerin insanlarını, kültürlerini tanıma, öğrenme fırsatını bulmak,

- Bildiği yabancı dili kullanma ortamı bulmak, dil biliniyorsa, öğrenme ihtiyacı duymak,

- Kısa sürede değişik bölümlerde çalışmak ve değişik işleri öğrenmek,

- Diğer sektörlerle göre nispeten temiz ve modern bir ortamda çalışmak,

- Daha kısa sürede yükselme olanakları,

- Sürekli olarak kendine özen göstermek alışkanlığının kazanılması,

- Sektörde gerekirse ya da istenildiğinde bağımsız çalışma olanakları (rehberlik ya da küçük işyerleri açmak suretiyle),

- Turizmin hızlı gelişme gösterdiği dönemlerde nitelikli işgücünün yüksek ücretle iş değiştirme imkânları.

b) Turizm sektöründe çalışmanın dezavantajları

- Yoğun ve yorucu, bazen de düzensiz çalışma gün ve saatleri,

- İstihdamın mevsimlik özelliği nedeniyle uzun vadeli bir meslek olarak kabul edilmeyip geçici olarak görülmesi,

- Başkalarına hizmet olmasının kolaylıkla kabul edilmesi ve küçümsenmesi. Örneğin, turizme yeni açılan Çin'de yapılan bir araştırma, Çinli gençlerin başkalarına hizmet etmeyi alçaltıcı gördükleri için turizmde çalışmayı istemediklerini göstermiştir (Wei, Crompton, Reid 1989).

- Değişik ülke insanlarını bazı önyargılar nedeni ile kolaylıkla benimseyememe ve isteksiz hizmet verme,

- Mesleği iyi bilmeyen iş-

verenlerle çalışma,

- Düzensiz çalışma saatleri nedeni ile aileden uzak kalma ya da aile oluşturamama,

- Sektörün büyük ölçüde yabancı dil bilmeyi gerektiren bir özellik taşıması ve yabancı dil bilmeyenlerin yükselme şansının az olması,

- Sektörde talebin etken faktörlere karşı aşırı esnek olması nedeniyle, ani talep düşmeleri karşısında personelin işsiz kalma tehlikesi,

- Sektör içinde çok sık iş değiştirmeler nedeniyle belirli bir işyerine tam olarak bağlanamama,

- Birçok ülkede otelcilik ve restoran hizmetlerinin saygın olmayan işler olarak kabul edilmesi nedeni ile sektördeki işlerin geçici ve daha iyisi bulunana kadar belirli bir süre yapılan işler olarak nitelendirilmesi.

Yukarıda sıralanan sektörel istihdamın özellikleri bu sektör için gerçekten de nitelikli olduğu kadar istekli, hevesli ve fedakâr insanların yer alması gereğini ortaya koymaktadır.

Turizm sektöründe insan faktörü yalnızca bu sektörde doğrudan istihdam edilenlerle ilgili değildir. Turizm sektörüyle dolaylı ya da doğrudan ilgili çeşitli faaliyet alanları ve bireyler, insan faktörü açısından önem taşımaktadır. Örneğin, Türkiye açısından aşağıda sıralanan alanlarda niteliksiz ve olumsuz insan tiplmeleri ve davranış türleri çeşitli gözlemlerle ortaya konulmuştur.

a) Ulaştırma Sektörü : Otobüs şoför ve yardımcılarının yolculara karşı sorumsuz ve saygısız davranışları, kendi zevklerini zorla kabul ettirme eğilimleri (müzik gibi) sık ve gereksiz duruşkalkışlar, uykusuz araç kullanımı; taksi şoförlerinin yolcu beğenmeme, güzergâh beğenmeme, taksimetre açmama, yağışlı havalarda çalışmama, trafik kurallarına uymama gibi alışkanlıkları (İngiltere'de tak-

si şoförü olmak için en az 6 aylık kurs gereklidir); işletmelerin bilerek ya da bilmeyerek çift bilet satmaları, otogaralarda çıkırtkanla zorla müşteri çekmeye çalışmaları; havaalanlarında yolcu aktarma sistemlerinde aksaklık ve organizasyon bozuklukları.

b) Otelcilik ve Restoran

Sektörü: Sektörde ucuz işgücü çalıştırma isteği nedeniyle bulundurulmuş personel hizmette yetersizliği, ilgisizliği, dil bilmeyen elemanların turistlerle anlaşamaması, özellikle düşük kaliteli restoranlarda kötü yemekler nedeniyle turistlerin mide rahatsızlığı, bakımsızlık ve pislik nedeni ile sinek sürülerinin devriye gezmeleri, işletme yöneticileri açısından ise, üst düzey bir yöneticinin yetişmesi için ise 1520 yıl gerekli iken (Tosun 1978:408), otel yöneticilerinin büyük bir kısmının sektör dışından gelmesi ve sorun çözmede yetersiz kalmaları.

c) Perakende Ticaret Sektörü: Mağaza önlerinde turistleri zorla içeri çekme isteği, çoğunlukla rehberlerle anlaşılarak aşırı fiyatla turistlere mal satma isteği, satıcıların ya da aracıcıların bazen dalkavukluğa varan sahte dostluk gösterileri (Demiray 1991).

d) Turizm Kamu Görevlileri: Kültürel ya da sosyoekonomik nedenlerle görevini benimsememiş baştan savma görev yapan turizm kamu görevlileri ve ciddi fonksiyonları yerine getiremeyen tanıtım büroları.

e) Yerel Toplum Bireyleri: Bazen turisti taklit etme ve onlara benzeme isteği, aşırı hayranlık ve kendini kanıtlama gibi nedenlerle turistleri rahatsız edecek düzeyde onlarla ilgilenme, bazen de tam tersine tamamen antipati duyarak turistlere karşı tutuma geçme, bazen saldırganlığa varan davranışları, bazı durumlarda toplumsal ahlâkı koruduğu sanısına

kapılarak turistleri uyarmaya varan davranışlar, bazen de cinsel dürtülerle onlara karşı taciz edici davranışlar.

f) Turizm Eğitimcileri: Eğitim verdiği konuları tam olarak araştırma ve geliştirme ihtiyacı duymayan, belki de elde olmayan nedenlerle kendilerini ve bilgilerini yenilemeyen, sektörel ve bilimsel yenilikleri, gelişmeleri izlemeyen, yıllar öncesinin bilgilerini tekrarlayan, eğittiği elemanları yönlendirme, geliştirme konusunda isteksiz, yetersiz, genelde yaşam şartları savaşımı veren kitle.

g) Turizm Eğitimi Alanlar: Tam olarak neden bu sektörü seçtiğini bilmeyenler ya da yanlışlıkla seçmiş olanlar, üzerine aldıkları her işi angarya gibi görme eğiliminde olanlar, okullarını ya da eğitimlerini bitirir bitirmez hemen yönetici olmayı düşleyenler, eğitimleri sırasında ya da sonrasında ileriye gitmek ve gelişmek için hiçbir ciddi çaba göstermeyip, her şeyin hazır sunulmasını bekleyenler, oysa ki bu sektörün ihtiyaç duyduğu yönetici adaylarında aranan nitelikler şu şekilde belirtilmiştir; meslekî formasyonu temel konularda eksiksiz, en az bir yabancı dil bilen, iletişim ve ekip çalışması yeteneği olan, uluslararası kültür değerlerini bilen, ekonomik çevreyi anlayan ve değerlendirebilen, araştırma yapmaya ve sürekli öğrenmeye açık olan global düşünebilen beşeri ilişkileri güçlü olan kişiler(Cumhuriyet 1991).

h) Turistler: Gittikleri ülkelerin ya da bölgelerin geleneklerini ve kültürel değerlerini fazla önemsemeyen ya da değer vermeyen turistlerin kendilerini bir üst kültürün bireyleri olarak görme ve karşı tarafı küçümseme eğilimleri. Örneğin; Jean Michel Cousteau Fiji'de yaptığı bir

seyahatte, turistler ile yerlilerin kaynaştıkları resmi bir yemekte, iyi niyetli konukların yere özenle serilmiş hint kumaşından yapılmış hasırların üzerinde yürüyerek Fiji'lileri dehşet içinde bıraktığına şahit olmuştur. Çünkü sözkonusu hasırların üzerinde yemek yeniyordu. Ev sahipleri eleştirme açısından nazik, konuklar ise özür dilememeyecek kadar cahildiler(Cousteau 1991:214215).

Genellikle turistlere göre bölge insanları, onlara kendi ülkelerinden daha ucuza hizmet veren kimselerdir. Turistlerin çoğunluğu yöre halkı ile diyaloga girmek istemezler ve bu nedenle, gittikleri ülkelerin dillerini öğrenmeye çalışmak gibi bir sorunları da yoktur.Tersine bölge insanları onların dillerini öğrenmek zorundadır, çünkü para kazanmayı arzu edenler onlardır. Bu da özellikle Batılı turistler açısından kendilerini ayrıcalıklı toplum bireyleri olarak görme eğilimi yaratmaktadır. Dinsel farklılıkların olması durumunda bu olumsuzluklar daha da artmaktadır.

Diğer taraftan bazı olağandışı turist tipleri, özellikle bölgede altkültüre ait gençler üzerinde birtakım olumsuz etiketlerde bulunabilmektedirler. Örneğin; yoz davranışların ya da giysilerin taklit edilmesi, uyuşturucu alışkanlıklarının yaygınlaştırılması, başıboş bir yaşam tarzının benimsenmesi gibi.

SONUÇ

Turizm sektöründeki yukarıda bazıları sıralanan insan örnekleri kuşkusuz çoğaltılabılır. Bu örnekler, sektörün "insan" unsuru açısından tamamen bu özelliklere sahip bireylerden meydana geldiği anlamını taşımaz. Kuşkusuz ki son derece olumlu, dürüst, sektörün gerektirdiği niteliklerdeki "in-

san"ların sayısı da azımsanacak düzeyde değildir. Ancak Türkiye'nin turizme diğer ülkelere göre gecikmiş olarak, biraz da aniden girmiş olması ve sektörün hızlı gelişme göstermeye başlaması nedeniyle ortaya emeksiz ya da az emekle en fazla kazanç sağlamaya çalışan, turizmin ne olduğunu bilmeyen, sektörde hiçbir deneyimi olmayan ancak her şeyin en iyisini kendisinin bildiğini zanneden, davranışları içten likten uzak ve abartmalı, kültürel düzeyleri zayıf "insan" tipleri çıkmıştır.

Her alanda olduğu gibi turizm alanında da ileri Batı'ya uyumu sağlamak yolunda büyük kayıplar vermek, algılama bozukluğu ve yanlış değerlendirmenin doğal bir sonucu olacaktır. Turizmin temeli kültürel iletişime dayanmaktadır. Tüm dünyada turizm yalnızca eğlenmek ya da dinlenmek değil, tanımak ve öğrenmek yolunda ilerlemektedir. Türkiye'nin de turizme bu açıdan bakması gereklidir ve turizm alanında yapılacak yatırımın aynı zamanda "insan" unsuruna daha fazla eğilmesi zorunludur. Bu alanda eğitime yapılacak yatırım aynı zamanda "insan"a da yapılmış bir yatırım olacak ve yatırımların en değerlisi olacaktır. Eğitim yalnızca bir bilgi ve yetenek arttırıcı ve geliştirme aracı değil, belki daha yerinde ve doğru olarak insanlara yeni bir düşünsel ve dinsel yapı yaratmaya, yeni görüş, amaç, ihtiyaç, istek, tutku gibi davranış güdüleri aşılama işlemi demektir.

Yalnızca turizm alanında değil, hemen her alanda gelişmenin en önemli şartı, "insan"ı iyi eğitmek ona belirli bir mesleki ve kültürel formasyonu vermek ve değerlendirmektir. Bu da çok küçük yaşlarda onlarla daha fazla ilgilenerek mümkün olacaktır. Türkiye'nin en büyük çelişkisi ise belki buradadır. Ülkenin bugünkü kaynaklarına ve ekonomik imkânlarına göre aşırı

kabul edilen nüfusu, bir taraftan hızla kentlere göç ve işsizlik gibi sorunları yürütürken, diğer taraftan bu nüfusun sağlıklı bir şekilde eğitilmesini imkânsız hale getirmekte ya da belirli gruplar için mümkün kılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde 14-15 kişilik sınıflarda verilen ilk öğrenim eğitiminden geçen çocuklarla Türkiye'de en az 40-45 kişilik sınıflardaki eğitimden geçen çocuklar arasında elbette farklılık olacaktır. Bu nedenle Türkiye'nin ilk plânda nüfus artışını en kısa zamanda azaltması ve daha sonra da her alanda ciddi bir eğitim politikası izlemesi zorunludur.

Bu arada belirtmek gerekir ki turistik yörelerde turizm sayesinde bölge insanların yaşam felsefelerinin olumlu yönde değiştiği ve genel kültürel düzeyin yükseldiği çeşitli araştırmalarla ispatlanmıştır.

Turizm alanında yapılan "insan faktörü" ile ilgili araştırmalarda ihmal edilmiş bir

diğer konu da yapılan işten doyum konusudur. Sektördeki işlerin çoğunluğu genelde hizmete yönelik olduğu için, çalışanların gerekli becerileri kazanmalarını istenen hizmet tavrını benimsemelerini güdüleyebilmek, ancak işlerinde tatmin ve mutlu olmaları ile sağlanır.

Oysa sektördeki birçok işte, yapılan işten duyulan mutluluk ile işin gerektirdiği koşullar birbirine zıt durumdadır. Turistlerle doğrudan ilişkide bulunan personelde meslek bilgisi ile becerisinin yanı sıra yakınlık, nezaket, görünüş, dinamiklik, yabancı dil bilgisi, kişilik vb. de aranır. Bu işin gerektirdiği özelliklere uzun çalışma saatleri, gece ve haftasonu çalışma, işin yoğunlaştığı zamanların getirdiği baskı vb. gibi hoş gitmeyen çalışma koşulları da eklenir.

Böylece birçok ülkede mesleki eğitim veren kurumların mezunları çoğunlukla, ya staj süresi sonunda ya da işe başladıkları ilk yıllarda işten ayrılır. Bu ne-

denle, gençler bu sektörlerdeki işlere göre yönlendirilmedikçe, işin verdiği mutluluk düzeyi yükseltilmedikçe "insan" faktörünün bu yanı devamlı eksik kalacaktır.

KAYNAKÇA

WEI, L., J.L. Crompton, L. Reid, "Cultural Conclifts, Experiences of US Visitors to China" , **Tourism Management**, Vol:10, No:4 December 1989.

TOSUN, Kemal, **İşletme Yönetimi**, Fatih Yayınevi, İstanbul, 1978 s.408.

DEMİRAY, Uğur, "Kültürel İletişim Bağlamında Turizm Madalyonunun Öteki Yüzü", **Anatolia**, sayı 13-14, 1991.

Cumhuriyet Gazetesi, 9 Kasım 1991.

COUSTEAU, Jean Michel, "Turist ve Doğal Çevre", **Cumhuriyet Bilim ve Teknik Dergisi**, 1991, s.214-215.