



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

TURİSTLERİN TURİZMDE TÜKETİCİ HAKLARI KONUSUNDA BİLGİ DURUMLARI

TOURISTS' KNOWLEDGE ON CONSUMER RIGHTS IN TOURISM

Abdurrahman ACAR^a

Özet

Müşteri memnuniyetinin önemli bir rekabet avantaj kaynağı olarak nitelendirildiği turizm sektöründe hizmet sunum süreçlerinde yaşanan sorunlar tüketici hakları konusunun önemini ortaya koymuştur. Bu kapsamda araştırmada, yerli ve yabancı turistlerin tüketici olarak sahip oldukları haklar konusunda bilgi durumlarını tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş olup, verilerin toplanmasında objektif ve istatistiksel analize uygun olarak toplanabilmesi, diğer yöntemlere göre daha pratik olmasından dolayı anket tekniğinden yararlanılmış, veri toplama aracı olarak da anket formu kullanılmıştır. Anket formu evren ve örneklemin özellikleri de dikkate alınarak Türkçe, Almanca, İngilizce, Fransızca ve Rusça dillerinde hazırlanmıştır. Araştırmanın örneklemini Kuşadası ve çevresine tatil yapmaya gelmiş 150 yabancı ve 150 yerli turist olmak üzere toplam 300 turist oluşturmaktadır. Genel anlamda katılımcıların tüketici haklarına yönelik verilen tutum bilgi ve davranışı içeren cevapları incelendiğinde, katılımcıların tatil süresince memnun kalmadıkları ve şikayetçi oldukları en az bir durumun olduğu saptanmış, şikayet söz konusu olduğunda hangi mercie başvuracakları hususunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları bulgular arasında yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yerli ve Yabancı Turist, Tüketici Hakları, Tüketicinin Korunması, Turizmde Tüketici Hakları

Abstract

In the tourism sector, where customer satisfaction is characterised as an important source of competitive advantage, the problems experienced in service delivery processes have revealed the importance of consumer rights. In this context, in the research, it is aimed to determine the knowledge status of domestic and foreign tourists about their rights as consumers. Quantitative research method was preferred in the research, and the survey technique was used in the collection of data because it can be collected objectively and in accordance with statistical analysis and is more practical than other methods, and a questionnaire form was used as a data collection tool. The questionnaire form was prepared in Turkish, German, English, French and Russian languages, taking into account the characteristics of the population and sample. The sample of the research consists of a total of 300 tourists, 150 foreign and 150 domestic tourists who came to Kuşadası and its surroundings for holiday. In general terms, when the answers of the participants including the attitude, knowledge and behaviour towards consumer rights are examined, it is determined that there is at least one situation in which the participants are dissatisfied and complained during the holiday, and it is among the findings that they do not have sufficient information about which authority to apply to when it comes to complaints.

Keywords: Domestic and Foreign Tourist, Consumer rights, Consumer protection, Consumer rights in Tourism

Makele Geliş Tarihi: 11.08.2024 Makale Kabul Tarihi: 25.09.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Abdurrahman ACAR (acarapuk@gmail.com)

^a Milli Eğitim Bakanlığı, Bilim Uzmanı/Öğretmen, Aydın/Türkiye (acarapuk@gmail.com), ORCID: 0009-0007-3071-0328

* Bu çalışma Prof. Dr. M. HAMIL NAZİK danışmanlığında "Yerli ve Yabancı Turistlerin Tüketici Olarak Sahip Oldukları Haklar Konusundaki Bilgi Durumları" başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

DOI:10.5281/zenodo.13853934

1. Giriş

Turizm, son yıllarda global ekonominin en büyük ve en dinamik sektörlerinden biri olarak değerlendirilmesinin yanı sıra hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önde gelen gelir kaynaklarından biri olarak nitelendirilmektedir (Costa, 2017:588). Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre dünya çapında 2022'de 960 milyon uluslararası turist seyahat gerçekleştirmiştir (www.unwto.org). Turizm sektörü, hem gelişmekte olan hem de gelişmiş pazarlarda önemli bir sosyoekonomik güç haline gelmiştir (Esen, Atay ve Gürdoğan, 2023:909). Ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı boyutlarla turizm; yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, yeni istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal fonksiyonların gerçekleştirilmesini kolaylaştıran bir nitelik kazanması, ülkelerin dikkatinin bu ekonomik olay üzerinde yoğunlaşmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin karşılaştıkları ekonomik sorunların ve darboğazların aşılmasında, turizmin yarattığı dinamik ekonomik etkiler, söz konusu ülkelerin turizme daha çok önem vermelerine neden olmuştur. Türkiye'de gelişmekte olan bir ülke olduğu için turizme verilen önem ayrı bir boyutta önem taşımaktadır (Emekli 2005:102). Türkiye 2022 yılında yaklaşık 51 milyon turist varışı ile dünya sıralamasında dördüncü sırada yer almaktadır (www.unwto.org).

Turizm endüstrisi, konaklama hizmetlerini (oteller ve kamp alanları) ve yemek hizmeti faaliyetlerini (restoranlar, barlar, tavernalar ve catering faaliyetleri) içeren büyüyen bir endüstridir (Ariza Montes vd., 2018:85). Ancak dünya genelinde turizm sektörü, sınırlı kaynaklar ve yoğunlaşan rekabet nedeniyle karlılıklarını artırma baskısı altındadır. Bu kapsamda işletmeler açısından turistlerin memnuniyet düzeyi belirleyici olmaktadır. Müşteri memnuniyeti, uzun vadede tekrarlanan iş ve müşteri sadakatine yol açtığı için bir işletmenin karlılığında hayati bir rol oynamaktadır. Bu nedenle müşteri memnuniyeti, turizm ve misafirperverlik işletmeleri için önemli bir rekabet avantajı kaynağı olmaya devam etmektedir (Shyju vd., 2023:25). Esen ve Atay (2023:2838) da sektörün doğasında yer alan yakın ve dinamik insan etkileşimleri gereği turizm işletmelerinin hizmet karşılaşmalarına önem vermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu konuda ülkemizde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere büyük iş düşmektedir. İşletmelerin dünya turizm pazarlarında rekabet güçlerini arttırmaları için tüketici tatmini konusuna önem vermeleri gerekmektedir (Tanrıverdi ve Oktay, 2002:125).

Ülkemizde tatil amaçlı bulunan yerli ve yabancı turistlerin karşılaştıkları sorunların çözümü noktasında bir tüketici olarak sahip oldukları hakları bilmeleri ve bu hakları arama yoluna gitmeleri, sahip oldukları hakların kullanılmasında büyük öneme sahiptir. Satın almış olduğu herhangi bir mal veya hizmette sorunla karşılaşan turistik tüketici, sahip olduğu haklar konusunda yeterli bilgi düzeyine sahip değilse hakkını aramada etkili olamayacak, beklediği memnuniyet gerçekleşmeyecektir. Memnuniyetsizlik beraberinde mal ve hizmete karşı talebi olumsuz yönde etkileyeceği için sektör bazında olumsuz etkiler yaratacaktır. Söz konusu durum ülkemizde tatil yapan turistlerin sahip oldukları haklar konusundaki bilgi durumları hem turistlerin bir tüketici olarak haksızlığa uğramaması bağlamında hem de ülkenin turizm sektöründe ilerleyebilmesi bağlamında büyük bir öneme sahiptir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Tüketim ve Tüketici

Tüketim; kısaca insanları ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmetleri alıp tüketmeleri olarak tanımlanabilir. Baykan (1997:4)'ın tanımına baktığımızda tüketimi; dayanıksız mallarla birlikte araba, mobilya gibi dayanıklı mallar, tamir, sigorta, kredi, tatil gibi hizmetler yanında tıbbi muayene ve tedaviler ile entelektüel hizmetleri de kapsayan bir tanımlama yapmıştır. Tüketici kavramı ise 6502 sayılı TKHK m.3/k'da "Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi" olarak tanımlanmıştır (Aktürk ,2016:104). Tüm canlılar hayatlarını sürdürebilmek için gıda ve sağlık alanında tüketim yapmakta ve yine hayatlarını idame ettirebilmek için yapılan tüketim dışında istek ve arzular için de ihtiyaç dışı tüketim faaliyeti göstermektedir (Durmaz vd., 2020:115). Tüketicinin ürün tercihinde etkili olan en belirleyici faktör, maliyeti en düşük ve faydası en yüksek olan ürün tercihi yönündedir. İşletmelerin bu olguyu bilerek buna göre şekil alması ve tüketici davranışları üzerinde çalışmalar yapması önemlidir (Keskin ve Baş, 2015:53). Günümüz toplumlarının "Tüketim Toplumu" kimliğini taşıması, tüketim toplumu olarak yeni ve kendine özgü soruların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Tüketilen malların çeşitli oluşu ve markalar arasındaki farklılık, bunun yanında standartlara bağlanması çok zor olan hizmetler, mal ve hizmet sektöründeki büyüme ve gelişme sorunları konusundaki karmaşıklığı daha fazla gözler önüne sermektedir (İlban, 2002:4). Yaşanan teknolojik gelişmeler, üretim sektörünü etkilemiş, bununla birlikte iletişim sektöründeki muazzam ilerlemenin de eklenmesiyle

kişilerin tüketim alışkanlıklarında değişim meydana gelmiştir. Tüketici zor şartlarda elde ettiği bütçeyle ihtiyaçları karşılamaya çalışırken gelişen üretim sektörü ile birlikte birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır (Kayalı, 2008:1). Piyasadaki ürün çeşitliliği, aynı ürünle farklı satış noktalarında farklı fiyatlarla karşılaşma, ürünler arasındaki kalite farkı ve yanıltıcı reklamlar tüketiciyi göreceli olarak üretici ve satıcılar karşısında zayıf duruma düşürmektedir. Tüketiciler satın aldıkları ürünlerde veya hizmetlerde herhangi bir sorun çıktığında ne yapacağını, nereye başvurabileceğini bilmemekte ve mağdur olmaktadır (Şahin, 2009:106).

2.2. Turizmde Tüketici Sorunları

Turist aynı zamanda turistik hizmetleri kullanan kişi olmasından dolayı bir tüketicidir. Bu yüzden turistin korunması, tüketicinin korunmasından ayrı düşünülemez. Turistik hizmetlerin özelliklerinden dolayı turizmde tüketici şikayetleri kaçınılmaz düzeydedir. Turizm de ürünün hazırlığı ve sunumu çalışandan çalışana değişmektedir. Turizm sektöründe hizmeti satın alan tüketicilerin memnuniyet derecesi de tüketiciden tüketiciye değişmektedir (Kozak, 2007:147-149). Piyasada üretilmekte ve tüketilmekte olan mal ve hizmet gibi turistik hizmet ve ürün satın alan tüketiciler birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Turistik ürünlerin tamamen kişinin psikolojik tatminine yönelik olması ortaya çıkabilecek olan sorunlar karşısında tüketicileri daha hassas bir konuma sürükleyebilmektedir. Bu yüzden turizmde tüketici sorunlarının hem tüketici hakların korunması hem de işletmelerin hizmet kalitesini yükseltmeleri açısından değerlendirmek gerekir (Tanrıverdi ve Oktay, 2002:126).

İçöz (1998:189-190)'e göre turizmde tüketici sorunlarının sayısız türde ve çok farklı biçimlerde ortaya çıkabilmekle birlikte bu sorunları tüketicilerden kaynaklanan ve işletmeden kaynaklanan sorunlar şeklinde gruplanabilmektedir. Turistlerin seyahatleri esnasında karşılaşmış oldukları problemlerin çözümünde ve turistlerin haklarının korunmasında devletlere büyük iş düşmektedir.

2.3. Turist Hakları

Turizm açısından müşteri memnuniyetinin sağlanması için yasal düzenlemelerin yapılması, alınan hizmetlere karşılık turiste seyahatlerinde beklediği tatmin düzeyinin oluşması, hizmet kalitesinin artırılması, toplumsal anlamda turizm konusunda bilincinin geliştirilmesi, tüketici olarak turistin doğru bilgilendirilmesi, hem tüketici konumunda ki turistleri hem de hizmeti sunanların bilinçlendirilmesi ve sonuç itibariyle müşteri

memnuniyetinin yani turistlerin memnuniyetinin sağlanabilmesi için turizm de tüketici haklarının korunması gerekmektedir (Ünsever,1998:11). Turist haklarının korunması hususunda dünya ülkelerinde yapılan çalışmalara baktığımızda Avrupa Birliği üye ülkelerinin tüketici haklarında olduğu gibi turist haklarında da öncü bir rol üstlendiğini görmek mümkündür.

2.3.1. Avrupa Birliği'nde Turist Hakları

Avrupa Birliği'nde turist hakları genel itibariyle tüketici hakları kapsamında koruma altına alınmasıyla birlikte Avrupa Birliği tarafından doğrudan turist hakları ile ilgili alınan komisyon kararları da mevcuttur (İçöz vd., 2000:16). Avrupa Birliği'nin bir tüketici olarak turist üzerinde etkiler yaratacak bir çok politikası bulunmaktadır ki bunların en önemlisi hareket etme özgürlüğüdür. Birçok turizm ürünü, tatil ve seyahat hizmeti veren turlar, hatta devre mülk hizmetleri, satın alınan yerin çok uzağında yapılmasından kaynaklı turistler satıcıya güvenmek zorundadır. Avrupa Birliği komisyonu turist tüketicileri korumak amaçlı; tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitimi, otellerde standart sembol sistemi, yangın güvenlik önlemleri, paket seyahat önlemleri, uzaktan (doğrudan) yapılan satışlar, tüketicinin yargı yoluna ulaşması, tüketim vergisi ve gümrüksüz satış konularında düzenlemeler yapmıştır (Karakuş, 2003:21-25).

Dünya Turizm Örgütü'nün 13. genel kurulunda turizmin çevreye olumsuz etkilerini azaltmak ve turizmin sürdürülebilirliğini belirli ilkelere bağlamak amacıyla 1 Kasım 1999 tarihinde "Turizm de Global Etik İlkeleri Bildirgesi" kabul edilmiştir. Bildirge genel hatlarıyla turizmde tarafların sorumlulukları, bireysel ve ülkeler nezdinde alınması gereken tedbirler ve turizme konu olan kültürel miras ve güzelliklerin korunmasıyla ilgili etik ilkeleri belirlenmiştir. Bildirgede turist hakları ve bu hakların nasıl korunması gerektiğini belirleyen ilkeleri de kapsamaktadır (WTO A.RES/406(XIII) Sayılı Kararı:1-6).

2.4. Türkiye'de Turist Hakları

Ülkemizdeki hukuk sistemine baktığımızda tüketici haklarının korunmasına yönelik yapılan yasal çalışmaların yeni olmasına karşın seyahat acenteleri açısından turist haklarını korumaya yönelik çalışmalar 1972 yılında yürürlüğe giren 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanununa dayanmaktadır. Türkiye'de turist haklarının korunmasıyla ilgili kurumlar Kültür ve Turizm Bakanlığı ile TÜRSAB'dır. Tüketicinin korunması hakkındaki kanunun ilgili maddelerine ek olarak, 04/09/1996 gün

ve 22747 sayılı resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren TÜRSAB yönetmeliğinin 5. Bölümü Seyahat Acenteleri açısından tüketici haklarına ilişkindir. Bu yönetmelikte; teminattan ödeme, tur teminatı ve tüketici talebi gibi turist haklarının korunmasıyla alakalı maddeler vardır. (Çapacı ve Temizkan, 2020:1135).

Ülkemizde mağduriyet yaşayan ve şikayetçi olan turistlerin haklarını arayabilmeleri için TÜRSAB'ın hukukçular ve seyahat acenteliği mesleğini bilen kişilerden oluşan tahkim kurulu bulunmaktadır. Bu kurul, bir acenteye tatile çıkmış insanlar, rezervasyon yapılan havayolu ya da otelle alakalı şikayetleri incelemektedir. Mevzuatta tüketici hak ve yükümlülükleri 4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Kanunu” ve 1618 sayılı “Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu” çerçevesinde değerlendirilmekte ve bu kanunlar kapsamında uygulama ve işlemler yapılmaktadır (Çapacı ve Temizkan, 2020:1135).

3.Yöntem

Bu araştırmada, yerli ve yabancı turistlerin bir turist tüketici olarak sahip oldukları haklar konusunda bilgi durumlarını belirleyerek bunların farklı değişkenlere göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Araştırma verilerinin toplanmasında, gerekli verilerin objektif ve istatistiksel analize uygun olarak toplanabilmesi ve diğer yöntemlere göre daha pratik olmasından dolayı veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır (Cemaloğlu, 2014:136-137). Anketler araştırmacı tarafından yüz yüze ve elektronik posta üzerinden uygulanmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde uygun istatistiksel analizler kullanılarak tablolar oluşturulmuş ve tablolar yorumlanarak sonuçlara dayalı öneriler sunulmuştur.

Kuşadası ve çevresine tatil yapmaya gelmiş olan 18 yaş ve üzerindeki yerli ve yabancı turistler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini belirlemede daha hızlı ve daha ekonomik olmasından ötürü kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır (Haşiloğlu vd., 2015:22). Örneklem; 150 yabancı turist ve 150 yerli turist olmak üzere toplam 300 kişiden oluşmuştur. Turistlere araştırma kapsamı ve amacı anlatılmış, anket formunu doldurmaya istekli olanlar araştırma kapsamına alınmıştır.

Veri toplamada, literatür analizinden elde edilen bilgiler ışığında geliştirilen anket formu kullanılmıştır. Anket formu evren ve örneklemin özellikleri de dikkate alınarak Türkçe, Almanca, İngilizce, Fransızca ve Rusça dillerinde hazırlanmıştır. Söz konusu dillere çeviriler uzmanlar tarafından yapılmıştır. Anket formları araştırmacı tarafından yüz yüze

ve elektronik posta kullanılarak uygulanmıştır.

Veri toplamda kullanılan anket formu anlam itibarıyla 4 bölümden oluşmaktadır.

1.Bölüm: Yerli ve yabancı turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruların bulunduğu bölüm. *2.Bölüm:* Turistlerin tatil için yer seçiminde dikkat ettikleri kriterler, tatil süresince karşılaştıkları sorunların türleri ve vermiş oldukları tepkiler, tatile çıkmadan önce tatil hakkında ve turist olarak sahip oldukları haklar konusundaki bilgilendirme eğilimleri ile turizmde tüketici olarak sahip oldukları hakları kendilerine göre ne kadar bilip bilmediklerine yönelik soruların bulunduğu bölüm *3. Bölüm:* Turistlerin turizmde tüketici haklarına ilişkin bilgi, tutum, davranışlarının belirlenmesine yönelik değerlendirmenin bulunduğu bölüm. *4. Bölüm:* Turizmde tüketici haklarına ilişkin bilgi düzeyini artırmaya yönelik yapılabilecek olan faaliyetlerin önem derecelerinin belirlenmesine ilişkin değerlendirme bölümü.

Araştırma süresince genel amaçlar doğrultusunda cevapları aranan alt amaçlara yönelik veri toplamak amacıyla kullanılan anket formundan elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 16.0 (Statistic, Packets For Social Sciences) istatistik Paket programı kullanılarak çözümlenmiştir. Paket programının sağladığı aritmetik ve mantıksal işlem yapabilme olanağı ile verilen sınıflandırılması ve boyutlandırılması gerçekleştirilmiştir. Sorulmuş olan her soruya ilişkin mutlak ve yüzde değerleri gösteren tablolar hazırlanmıştır. Gerekli görülen bulgular Ki- Kare analizi ile test edilmiş ve önemlilik düzeyi ($p<0.05$) alınmıştır.

4. Bulgular ve Yorumlar

Yerli ve yabancı turistlerin tüketici olarak sahip oldukları haklar konusundaki bilgi durumlarının belirlemek amacıyla hazırlanan çalışmada; araştırmaya katılan turistlerin demografik bilgileri, karşılaştıkları sorunlar ve sorunlar karşısında tüketici hakları konusundaki bilgi durumlarına dayanarak sergilediklerini ifade ettikleri tutum ve davranışlardan yola çıkarak bilgi durumları belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Yerli ve Yabancı Turistlerin Cinsiyet ve Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımları

	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		Toplam (n=300)	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Cinsiyet						
Kadın	70	46.7	75	50.0	145	48.3
Erkek	80	53.3	75	50.0	155	51.7
Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	7	4.7	15	10.0	22	7.3
Lise	36	24.0	63	42.0	99	33.0
Yüksek Okul	18	12.0	19	12.7	37	12.3
Üniversite	89	59.3	53	35.3	142	47.3

Tablo 1’de görüldüğü gibi yerli turistlerin %46.7’ sini kadın %53.3’ü erkek, yabancı turistlerin %50’sini kadın %50’si erkek toplamda ise araştırmaya katılan turistlerin %48.3’ünü kadın %51.7’si erkek turistler oluşturmaktadır. Turistleri eğitim durumlarına göre incelediğimizde yerli turistlerin %59,3’ünün üniversite ve üzeri, %12,0’ının yüksek okul, %24,0’ünün lise ve %4.7’si gibi az bir kısmının da ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Eğitim durumu yabancı turistler açısından değerlendirildiğinde ise katılımcıların %35,3’ü üniversite ve üzeri, %12,7’si yüksek okul, %42,0’si lise ve %10,0’u da ilköğretim mezunudur. Genel itibariyle bakıldığında ise araştırmaya alınan turistlerin %47,3’ünün üniversite ve üzeri bir okuldaki mezun olduğu, %33,0’le bunu lise mezunlarının takip ettiği, %12,3’ünün de yüksek okul mezunu olduğu ve an az kısmını da %7,3’le ilköğretim mezunlarının oluşturduğu görülmektedir. Araştırmaya alınan turistlerin %47,3’ünün üniversite ve üzeri bir okuldaki mezun olması araştırmaya almış olduğumuz grubun eğitim seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: Tatile Çıkmadan Önce Tatil Hakkında Kendilerini Aydınlayabilecek Kaynak Okuyup Okumayan Yerli ve Yabancı Turistlerin Dağılımları

		Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		Toplam (n=300)	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Tatile çıkmadan önce sizi aydınlayabilecek herhangi kaynak okudunuz mu?	Evet	40	26,7	47	31,3	87	29,0
	Hayır	110	73,3	103	68,7	213	71,0

Tablo 2’de görüldüğü gibi yerli turistlerin %26.7’si tatile çıkmadan önce sizi aydınlayabilecek herhangi kaynak okudunuz mu? Sorusuna evet cevabı verirken büyük bir çoğunluk %73.3’ü hayır cevabını vermiştir. Yabancı turistlerde de durum yerli turistlerden farklı değildir. Yabancı turistlerinde yarısından fazlası %68,7’si soruya hayır

cevabı vermiş, evet cevabını verenlerin oranı ise %31.3'te kalmıştır. Toplama baktığımızda yerli ve yabancı turistlerin %71.0'i hayır derken evet diyenlerin oranı %29.0 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3: Yerli ve Yabancı Turistlerin Tatil Süresince Memnun Kalmadıkları Şikayetçi Oldukları Durumların Dağılımı

*Birden çok seçenek işaretlenmiştir.	Yerli (n=131)		Yabancı (n=121)		Toplam (n=252)	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Seyahat Acentesi	3	2,2	11	9,0	14	5,5
Otel	35	26,7	29	23,9	64	25,3
Günlük Geziler	24	18,3	14	11,5	38	15,0
Ulaşım	31	23,6	53	43,8	84	33,3
Genel Olarak Esnaf	43	32,8	52	42,9	95	37,6
Genel Olarak Halk	11	8,3	10	8,2	21	8,3
Ülkenin/ Şehrin Fiziksel Durumu	18	13,7	34	28,1	52	20,6
Ülkenin/ Şehrin Doğal Durumu	6	4,6	3	2,4	9	3,5
Diğer (iklim, yabancı dilde iletişim zorluğu, güvenlik yetersizliği)	22	16,7	16	13,2	38	15,0

Araştırmaya alınan yerli turistlerden (n=131) kişi yabancı turistlerden (n=121) kişi toplamda ise (n=252) kişi tatil süresince memnun kalmadıkları şikayetçi oldukları en az bir durumun olduğunu belirtmişlerdir. Turistlerin memnun kalmadıkları şikayetçi oldukları durumların dağılımı incelendiğinde; yerli turistler sırasıyla %32.0 si genel olarak esnaf, %26.7 'si otel, %23.6'sı ulaşım, %18.3'ü günlük geziler,%16.7'si diğer (iklim, yabancı dilde iletişim zorluğu, güvenlik yetersizliği), %13.7'si ülkenin/şehrin fiziksel durumu, %8.3'ü genel olarak halk, %4.6'sı ülkenin/ şehrin doğal durumu ve %2.2'si de seyahat acentesinden memnun kalmadıklarını belirtmişlerdir. Yabancı turistlerde ise bu dağılım sırasıyla % 43.8'i ulaşım, %42.9'u genel olarak esnaf, %28.1'i ülkenin/şehrin fiziksel durumu, %23.9'u otel, %13.2'si diğer (iklim, yabancı dilde iletişim zorluğu, güvenlik yetersizliği), %11.5'i günlük geziler, %9.0'u seyahat acentesi ve %2.4'ü de ülkenin/ şehrin doğal durumundan memnun kalmadıklarını şikayetçi olduklarını şeklindedir. Genel olarak bakıldığında yerli ve yabancı turistlerin %37.6'sı genel olarak esnaftan memnun olmadıklarını ve şikayetçi olduklarını belirtirken, bunu sırasıyla %33.3 ulaşım, %25.3 otel %20.6 ülkenin/şehrin fiziksel durumu %15 günlük geziler ve diğer (iklim, yabancı dilde iletişim zorluğu, güvenlik yetersizliği) %8,3 genel olarak halk %5.5 seyahat acentesi ve %3.5 ile ülkenin/şehrin doğal durumu takip etmiştir.

Tablo 4: Yerli ve Yabancı Turistlerin Şikayetçi Oldukları Bir Durumda Hangi Merciyeye Başvuracaklarını Bilip Bilmeme Durumları

		Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		Toplam (n=300)	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Tatilde şikayetçi olduğunuz bir durum olduğunda hangi merciyeye başvuracağınızı biliyor musunuz?	Evet	61	40,7	31	20,7	92	30,7
	Hayır	89	59,3	119	79,3	208	69,3

Tablo 4'te görüldüğü gibi yerli turistlerin % 59.3'ü tatilde şikayetçi oldukları bir durum olduğunda hangi merciyeye başvuracaklarını bilmediklerini belirtirken %40.7'si ise şikayetçi oldukları durumda hangi merciyeye başvurabileceklerini bildiklerini söylemişlerdir. Yabancı turistlere baktığımızda yabancı turistlerin %79.3'ü şikayet için başvurabilecekleri merciyi bilmediklerini söylerken, sadece %20.7'lik bir kısmı başvurabilecekleri merciyi bildiklerini söylemişlerdir. Toplama baktığımızda ise turistlerin %69.3'ü şikayetlerini iletebilecekleri merciyi bilmezken, bildiklerini söyleyenlerin oranı %30.7 olmuştur.

Tablo 5: Yerli ve Yabancı Turistlerin Turizmde Tüketici Haklarını Bilip Bilmeme Durumlarına Göre Kendilerini Değerlendirmeleri

	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		Toplam (n=300)	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yeterli bilgim var	16	10,7	36	24,0	52	17,3
Fikrim yok	39	26,0	44	29,3	83	27,7
Az bilgim var	68	45,3	48	32,0	116	38,7
Çok az bilgim var	27	18,0	22	14,7	49	16,3

Tablo 5'te görüldüğü gibi yerli turistlerin %45.3'ü turizmde tüketici hakları konusunda az bilgisinin olduğunu belirtirken %26.0'si ise bu konuda hiçbir fikrinin olmadığını belirtmiştir. Çok az bilgim var diyenlerin oranı %18.0 olurken turizmde tüketici hakları konusunda yeterli bilgim var diyenlerin oranı %10.7 ile en sonda yer almıştır. Yabancı turistler açısından incelendiğinde yabancı turistlerin turizmde tüketici haklarına yönelik %32.0'si az bilgisinin olduğu, %29.3'ü de bu konuda hiçbir fikrinin bulunmadığını belirtmiştir. Çok az bilgim var diyenlerin oranı %14.7 iken bu konuda yeterli bilgim var diyenlerin oranı %24.0 olmuştur. Yerli ve yabancı turistlerin turizmde tüketici hakları konusundaki belirtmiş oldukları bilgi düzeylerini kıyaslayacak olursak yabancı turistlerin yerli turistlere göre bu konuda daha bilgili olduklarını belirttikleri söylenebilir. Genel

olarak toplama baktığımızda turistlerin %27.7'sinin turizmde tüketici hakları konusunda hiçbir fikrim yok demesi gerçekten düşündürücü bir konudur. Turistlerin %38.7'si az bilgisinin olduğunu söylerken %16.3'ü de çok az bilgisinin olduğunu söylemiştir. Yeterli düzeyde bilgi sahibiyim diyenlerin oranı ise %17.3'de kalmıştır.

Tablo 6: Yerli ve Yabancı Turistlerin Tüketici Haklarının Yasalar İle Korunduğunu Bilme Durumları

Tüketici haklarının yasalar ile korunduğunu biliyorum.	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Kesinlikle Katılmıyorum	6	4.0	4	2.7	10	3.3	0.003
Katılmıyorum	10	6.7	1	0.7	11	3.7	
Kararsızım	21	14.0	29	19.3	50	16.7	
Katılıyorum	57	38.0	78	52.0	135	45.0	
Kesinlikle Katılıyorum	56	37.3	38	25.3	94	31.3	

Yerli ve yabancı turistlerin sahip oldukları hakların yasalar ile korunduğunu bilip bilmeme durumları incelendiğinde, yerli ve yabancı turistlerin büyük çoğunluğun haklarının yasalar ile korunduğunu bildikleri yönünde verilen ibareye %45.0'i katılıyorum, 31.3'ü de kesinlikle katılıyorum yanıtını vermişlerdir. Yerli ve yabancı turistlerin vermiş oldukları cevapların dağılımı incelendiğinde; yerli turistlerin %37.3'ü kesinlikle katılıyorum ve %38.0'i katılıyorum diyerek tüketici haklarının yasalar ile korunduğunu bildiklerini söylerken. Yabancı turistlerin de % 52.0'si katılıyorum ve %25.3'ü de kesinlikle katılıyorum diyerek yasalarla haklarının korunduğunu bildiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 7: Yerli ve Yabancı Turistlerin Hak Arama Çabalarının Sonuç Vereceğine İnanma Durumları

Yaptığım alışverişte mağdur olsam bile, hak arama çabalarımın sonuç vereceğine inanıyorum.	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Kesinlikle Katılmıyorum	4	2.7	2	1.3	6	2.0	0.000
Katılmıyorum	24	16.0	3	2.0	27	9.0	
Kararsızım	32	21.3	31	20.7	63	21.0	
Katılıyorum	53	35.3	77	51.3	130	43.3	
Kesinlikle Katılıyorum	37	24.7	37	24.7	74	24.7	

Turistlerin hak arama çabalarının sonuç vereceğine inanma durumları ele alındığında

genel toplamda turistlerin yarısından fazlası %43.3'ü katılıyorum, %24.7'si kesinlikle katılıyorum diyerek inandıkları yönünde görüş bildirirken %21.0'i kararsızım, geri kalanlar da çabalarının sonuç vermeyeceğine inandıklarını bildirmişlerdir. Gruplar arasında verilen cevapların dağılımı incelendiğinde yerli turistlerin yarısından fazlası çabalarının sonuç vereceğine inanıyorum derken yabancı turistlerin de çoğunluğu aynı yönde cevap vermiştir. Yerli turistlerin %16.0'sı katılmıyorum ve %2.7'si de kesinlikle katılmıyorum derken yabancı turistlerin %2.3'ü katılmıyorum ve %1.3'ü kesinlikle katılmıyorum diyerek çabalarının cevap vereceğine inanmadıklarını söylemişlerdir.

Tablo 8: Yerli ve Yabancı Turistlerin Tüketici Hakları Konusunda Eğitim Verilmesini Gerekli Bulma Durumları

Tüketici hakları konusunda eğitim verilmesini gerekli buluyorum.	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0.7	4	2.7	5	1.7	0.022
Katılmıyorum	3	2.0	4	2.7	7	2.3	
Kararsızım	17	11.3	33	22.0	50	16.7	
Katılıyorum	49	32.7	53	35.3	102	34.0	
Kesinlikle Katılıyorum	80	53.3	56	37.3	136	45.3	

Tüketici hakları konusunda eğitim verilmesini yerli ve yabancıların gerekli bulup bulmama durumuna ele alındığında genel toplamda turistlerin %45.3'ü kesinlikle katılıyorum, %34.0'ü de katılıyorum diyerek tüketici haklarında eğitim verilmesini gerekli bulduklarını belirtmişlerdir. Gruplar arasında verilen cevapların dağılımına baktığımızda yerli ve yabancı turistlerin tüketici hakları konusunda eğitimin gerekliliği konusunda vermiş oldukları cevaplar aynı yönde gerçekleşmiştir.

Tablo 9: Yerli ve Yabancı Turistlerin Turizmde Tüketici Haklarına İlişkin Bilgiyi Arttırmaya Yönelik Belirtmiş Oldukları Önemlilik Durumları

Turizmde tüketici hakları ile ilgili yerli ve yabancı turistlere yönelik bilgilendirici seminer programlarının düzenlenmesi							
	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hiç önemi yok	2	1.3	1	0.7	3	1.0	0.634
Önemi yok	4	2.7	9	6.0	13	4.3	
Fikrim yok	21	14.0	23	15.3	44	14.7	
Önemli	63	42.0	58	38.7	121	40.3	
Çok önemli	60	40.0	59	39.3	119	39.7	

Turizm hizmeti sunan ve bu hizmetin sunulmasında aracılık yapanlara (otel çalışanları, seyahat acentesi vb.) yönelik turizmde tüketici haklarıyla ilgili bilgilendirici seminer programlarının düzenlenmesi.							
	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hiç önemi yok	5	3.3	14	9.3	19	6.3	0.008
Önemi yok	16	10.7	27	18.0	43	14.3	
Fikrim yok	62	41.3	66	44.0	128	42.7	
Önemli	67	44.7	42	28.0	109	36.3	
Çok önemli	-	-	1	0.7	1	0.3	
Turizm hizmeti sunan işletmeler ile devlete bağlı kurum ve kuruluşların web sayfasında turizmde tüketici haklarıyla ilgili yeterli bilginin verilmesi							
	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hiç önemi yok	-	-	3	2.0	3	1.0	0.000
Önemi yok	1	0.7	11	7.3	12	4.0	
Fikrim yok	13	8.7	35	23.3	48	16.0	
Önemli	66	44.0	52	34.7	118	39.3	
Çok önemli	70	46.7	49	32.7	119	39.7	
Turizmde tüketici haklarına ilişkin var olan mevzuat halinde görsel basın aracılığıyla hem yerli hem yabancı turistlere bilgi verilmesi							
	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hiç önemi yok	-	-	12	8.0	12	4.0	0.000
Önemi yok	4	2.7	12	8.0	16	5.3	
Önemli	63	42.0	70	46.7	113	44.3	
Çok önemli	67	44.7	36	24.0	103	34.3	
Turizmde tüketici haklarına ilişkin var olan mevzuat halinde yazılı basın aracılığıyla hem yerli hem yabancı turistlere bilgi verilmesi							
	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hiç önemi yok	2	1.3	10	6.7	12	4.0	0.001
Önemi yok	4	2.7	10	6.7	14	4.7	
Fikrim yok	14	9.3	25	16.7	39	13.0	
Önemli	62	41.3	65	43.3	127	42.3	
Çok önemli	68	45.3	40	26.7	108	36.0	
Turizmde tüketici haklarına ilişkin yerli ve yabancı turistlere yönelik kitap, dergi ve broşür basılması							
	Yerli (n=150)		Yabancı (n=150)		TOPLAM (n=300)		Önemlilik
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hiç önemi yok	2	1.3	1	0.7	3	1.0	0.430
Önemi yok	2	1.3	3	2.0	5	1.7	
Fikrim yok	7	4.7	13	8.7	20	6.7	
Önemli	52	34.7	59	39.3	111	37.0	
Çok önemli	87	58.0	74	49.3	161	53.7	

Yerli ve yabancı turistlerin turizmde tüketici haklarını arttırmaya yönelik verilmiş olan ibarelere vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde genel olarak verilen faaliyetlerin önemli olduğunu belirtmişleridir. Yerli ve yabancı turistleri kendilerine yönelik düzenlenebilecek olan seminer faaliyetlerine genel toplamda olumlu yönde %40.3'ü önemli ve %39.7'si çok önemli diyerek görüş bildirmişlerdir. Gruplar arasındaki cevap dağılımı ele alındığında iki grubunda verilebilecek olan seminer programlarının önemli olduğu yönün görüş bildirdikleri görülmektedir. Turizm hizmeti sunan ve bu hizmetin sunulmasında aracılık edenlere verilecek olan seminerler yardımıyla turizmde tüketici haklarına yönelik bilgi düzeyinin artırılabilirliği değerlendirildiğinde ise genel toplamda turistlerin %42.7'si bu konu hakkında fikirlerinin olmadığı, kararsız oldukları yönünde görüş bildirmişlerdir. Turizm hizmeti sunan işletmeler ve devletin yetkili kurum ve kuruluşlarının web sayfalarından bilgilendirme yapılmasına da turistlerin yarıdan fazlası %39.7'si çok önemli ve %39.3'ü önemli yanıtını vermişlerdir. Yerli ve yabancı turistlerin büyük çoğunluğu görsel ve yazılı basın ile var olan mevzuat hakkında turistlerin bilgilendirmesi ile turizmde tüketici haklarına ilişkin bilginin artırılması yolunu önemli bulduklarını ifade etmişlerdir. Turizmde tüketici haklarına ilişkin basılacak olan kitap, dergi ve broşürler yoluyla yapılabilecek olan bilgilendirmeyi turistlerin %53.7'si çok önemli ve %37.7'si önemli şeklinde yanıtlamışlardır.

5. Sonuç ve Öneriler

Yerli ve yabancı turistlerin tüketici olarak sahip oldukları haklar konusundaki bilgi durumlarını belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma sonucunda şu sonuçlar elde edilmiştir. Yerli ve yabancı turistlerin cinsiyet dağılımları incelendiğinde homojen bir dağılım olduğu, almış oldukları eğitim değerlendirildiğinde ise grubun eğitim seviyesinin yüksek olduğunu görülmektedir. Turistlerin tatile çıkmadan önce kendilerini aydınlatabilecek kaynak okuma durumlarına bakıldığında; turistlerin yerli ve yabancı fark etmeksizin büyük bir çoğunluğu tatile çıkmadan önce tatil hakkında kendilerini aydınlatabilecek herhangi bir kaynak yazı okumadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çapacı ve Temizkan (2020:1139)'ın çalışma sonuçları da turistlerin tatil öncesi bilgi edinme veya bilgilendirilme açısından eksik olduklarını ortaya koymuştur. Tatile çıkmadan önce turistlerin tatil hakkında ve tüketici olarak hakları konusunda bilgi edinmemeleri veya bilgilendirilmemeleri; beklentilerin tatmini noktasında ve sorunlar karşısında hak arama çabalarında yetersiz kalmalarına, memnuniyetsizliklere ve hak kayıplarına sebep

olacaktır.

Turistlerin tatil süresince en fazla esnaf ve ulaşımdan memnun olmayıp şikayetçi oldukları sonucuna ulaşılmıştır. İlban (2002:97)'in çalışmasından da elde etmiş olduğu sonuçlar otel ve ulaşım konularında şikayet oranlarının yüksek olması ile elde edilen sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Esnaftan kaynaklı memnuniyetsizlik ve şikayetleri Kuşadası ve çevresindeki işletmeciler için düşündürücü bir durumdur. Ulaşım noktasında yaşanan memnuniyetsizliklerin alt yapı eksikliğinden kaynaklandığı söylenebilir. Bu bağlamda yerel yönetimlerin ve esnaf odalarının gerekli tedbirleri almaları önem arz etmektedir.

Turistlerin karşılaştıkları sorunlar karşısında hangi merciye başvuracakları konusunda bilgi düzeyleri oldukça düşüktür. Bu durum hak kayıplarının oluşmasına zemin hazırlayan temel etkenlerin başını oluşturmaktadır. Memnuniyetsizlik durumunda şikayetçi başvurusu yapılacak mercileri bilmiyor olmak; hak arama çabasının sonuçsuz kalmasına ve hak kayıplarına sebebiyet verebilmektedir. Tüketici hakları konusunda eğitimin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Turistlerin turizmde tüketici hakları konusunda kendilerini değerlendirmeleri sorusu incelediğinde araştırma grubunun vermiş olduğu cevaplardan yola çıkarak grubun turizmde tüketici hakları konusundaki bilgi durumlarının eksik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çapacı ve Temizkan (2020:1140), da araştırmalarında turistlerin bilgi düzeyi bağlamında kendilerini değerlendirdiklerinde turizmde bilgi düzeyi noktasında yetersiz oldukları yönündeki değerlendirmeleri sonucuna ulaşmıştır. Bu yönüyle de elde ettiğimiz sonucu destekler niteliktedir.

Mevcut araştırmada, turistlerin çoğunluğu tüketici konusunda haklarının yasalar ile korunduğunu bildiklerine ilişkin veri Tok (2007:86)'un elde ettiği sonuçlarla paralellik göstermekle birlikte; turistler, hak arama çabalarının sonuç vereceğine inanmamaktadır. Hakların yasalar ile korunduğunu bilinmesine rağmen, hak arama çabasının sonuç vereceğine inanmamak hak arama çabasında olumsuz motivasyona sebep olarak hak kayıpları ve memnuniyetsizlik doğuracaktır.

Turistlerin tüketici hakları konusunda eğitim verilmesini gerekli bulma durumu incelendiğinde; eğitimin gerekliliğine inanıyor olmalarını eğitim düzeylerinin yüksek olmasıyla açıklanabilir. Turistlerin turizmde tüketici haklarına ilişkin bilgiyi arttırmaya yönelik belirtmiş oldukları önemlilik durumlarına karşı verilen cevaplar

değerlendirildiğinde; turistlerin büyük çoğunluğu turizmde tüketici haklarına ilişkin verilebilecek olan her türlü eğitim faaliyetinin hakların korunması ve memnuniyet hususunda önemlilik arz ettiğini belirtmelerinden yola çıkarak yapılabilecek olan bilgilendirme çalışmalarına katılımın yüksek olacağı sonucuna ulaşılabılır.

Tüketicilerin kanunla güvence altına alınan tüketici haklarından tam anlamıyla ve doğru bir şekilde yararlanabilmesini sağlamanın temel faktörü kanunun tüketiciye tanıdığı haklar konusunda tüketicilerin eksiksiz olarak bilgilendirilmeleri gelmektedir. Mevcut durumu yerli ve yabancı turistler için düşündüğümüzde yapılabilecek olan bilgilendirmenin turistlerin tatil süresince karşılaşılabilecekleri sorunların tanıtılması ve sorunlar karşısında izleyebilecekleri yolların neler olduğu, haklarını nerede arayabilecekleri ve temelde sahip oldukları hakların neler olduğu şeklinde olmalıdır.

Yerli ve yabancı turistlerin çoğunluğunun tatile çıkmadan önce tüketici haklarıyla ilgili olarak sahip oldukları haklar konusunda bilgilendirme yolunda; sosyal medya mecraları başta olmak üzere görsel basın ve yazılı basın organlarında hem yerli hem yabancı turistleri düşünerek dikkat çekici ve etkili bilgilendirme kampanyaları anlamlı sonuçlar verecektir.

Turistlerin eğitilmesinin yanında turistik hizmet sunanlarında eğitilmesi turistlerin tüketici olarak sahip oldukları hakların korunmasında etkili olacaktır. Turizm sektörüne elaman yetiştiren okullarda genel tüketici hakları ve turizmde tüketici haklarına ilişkin mesleki dersler konarak bu derslerin üniversitelerin ilgili bölümlerinden mezun olmuş öğretmenler tarafından verilmesi sağlanmalıdır.

Turistlerin şikayetlerinin genel olarak esnaf üzerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Esnafın tüketici haklarına ilişkin bilgilendirilmesine yönelik eğitim programları ve programların sonunda sertifikalandırma uygulamasının yapılması esnafardan gelecek olan şikayetlerin azalıp, memnuniyetin artmasını sağlayacaktır.

Turizm sektörünün özellikleri ve turistlerin sektörün sunmuş olduğu hizmet ve mallardan beklentilerine baktığımızda turistlerin karşılaştıkları bir sorunun karşısında hızlı ve doğru bir çözüm yolunun bulunması çok önemlidir. Bunun için şikayetlerin ve memnuniyetsizliklerin daha hızlı çözüme kavuşturulabilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde turistik beldelerde danışma ve sorun çözümüne yönelik birimler oluşturulması memnuniyet ve neticesinde bölgeye olan talebi arttıracaktır.

Kaynakça

- Aktürk, İ.Y. (2016). Tüzelkişi Tacirin Tüketici Sıfatı. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* (2), 103-128.
- Ariza-Montes, A., Arjona-Fuentes, J. M., Han, H., & Law, R. (2018). The price of success: A study on chefs' subjective well-being, job satisfaction, and human values. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 84-93.
- Baykan, R. (1997). *Türkiye'de Tüketicinin Korunması Tedbirleri Öneriler ve Ekonomik Etkieri*. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı. İstanbul.
- Cemaloğlu, N. (2014). Veri Toplama Teknikleri : Nicel-Nitel. Editör Adurrahman Tanrıoğen. Bilimsel Araştırma Yöntemleri. 4. Baskı. Anı Yayıncılık. Ankara. 2014. ss: 133-157.
- Cengiz, D. (2008). *Turizmde Tüketici Haklarının Değerlendirilmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Costa, J. (2017) . How are companies and destinations “surfing the wave” of global tourism? Strategic questionoverview. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 9: 588–591.
- Çapacı, R ve Temizkan R. (2020). Yerli Turistlerin Tur Kalitesi Algısı ve Tüketici Hakları Açısından Belgeli Rehber Ve Belgesiz (Sahte) Turist Rehberleri Karşılaştırması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2): 1132-1147.
- Durmaz, Y., Bahar Reyhan, O. ve Kurtlar, M. (2020). Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 114-133.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliğinde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Haşiloğlu, S.B., Batan, T. ve Aydın, O. (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örneklem ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 1(2), 19-28.
- İçöz, O., Yılmaz, B.S. vd. (2000). Türkiye'nin Avrupa Birliği Adaylığı Sürecinde Türk Turizmini Etkileyecek Olan Avrupa Birliği Politikaları ve Uygulamaları. Avrupa Birliği'nde Turizm ve Kuşadası Konferansı, Kuşadası Ticaret Odası, Belediye Meclis Salonu, 8 Mart 2000.
- İlban, M. O. (2002). *Turizmde Tüketici Haklarının Korunmasına Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Karakuş ,G (2003). Avrupa Birliği Turizm Politikası. Kültür ve Turizm Bakanlığı. 2003.
- Kayalı, F. (2008). *Tüketicin Korunması ve Tüketici Hakları Konusundaki Bilgi Düzeyinin Tüketicinin Korunmasındaki Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Keskin, S., ve Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin

- belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69.
- Kozak, M. (2007). Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikâyetlerini Bildirme Eğilimleri. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yöntem ve Ekonomi Dergisi*, 14(1), 147-149.
- Esen, O., Atay, H. ve Gürdoğan, A. (2023). Otel Çalışanlarının Kariyer Beklentilerine Yönelik Bir İnceleme: Kuşadası Örneği (A Review of the Career Expectations of Hotel Employees: Sample of Kuşadası). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 906-929.
- Esen, O., ve Atay, H. (2023). Otel İşletmelerinde Çalışanların İş Yaşam Kalitesini Etkileyen Boyutlar: Kuşadası Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(4), 2823-2845.
- PJ, S., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S., & Antony, J. (2023). Service quality and customer satisfaction in hospitality, leisure, sport and tourism: An assessment of research in web of science. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(1), 24-50.
- Şahin, A. (2009). Mersin’de Yaşayan Tüketicilerin Tüketici Hakları Konusundaki Bilinç Düzeylerini Etkileyen Faktörleri İnceleyen Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 105-126.
- Tanrıverdi, H., Oktay, K. (2002). Turizmde Tüketici Sorunları ve Tüketici Haklarının Korunması Üzerine Bir Araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yöntem ve Ekonomi Dergisi*, 9(1-2), 123-134.
- Tok, H. (2007). *Avrupa Birliği Sürecinde Türkiye’nin Tüketici Haklarının Değerlendirilmesi ve İyileştirilmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Programı.
- Ünsever, İ. (1998). *Dünya Turist Hakları ve Türkiye Uygulamaları*. 3.Bilkent Forumu, Ankara.
- WTO. A.RES/406(XIII) Turizmde Global Etik İlkeleri WTO 3. Kurul Toplantısı Santiago/Şili Karar No: A.RES/406(XIII), [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.tursab.org.tr/apps/OldFiles//dosya/14733/bmdto-turizm-icin-kuresel-etik-kurallari-unwto-global-code-of-ethics-f_14733_4881829.pdf](https://www.tursab.org.tr/apps/OldFiles//dosya/14733/bmdto-turizm-icin-kuresel-etik-kurallari-unwto-global-code-of-ethics-f_14733_4881829.pdf) [Accessed 12.7.2021]
- <https://www.unwto.org/news/tourism-on-track-for-full-recovery-as-new-data-shows-strong-start-to-2023#:~:text=Tourism%20has%20continued%20to%20show,pre-pandemic%20numbers%20were%20recovered.>[Accessed 1.8.2023]

Etik Kurul İzni

Veriler 2019 yılı öncesi dönemde toplanmış olup çalışma, “Yerli ve Yabancı Turistlerin Tüketici Olarak Sahip Oldukları Haklar Konusundaki Bilgi Durumları” başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

Katkı Oranı Beyanı

1.Yazar: %100

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.