



İşletme Araştırmaları Dergisi 2/3 (2010) 25-44

İşletme
Araştırmaları
Dergisi
www.isarder.org

İşgören Etnosentrizmine Yönelik Bir Uygulama

A Research on Employee Ethnocentrism

Alptekin SÖKMEN

Başkent Üniversitesi
asokmen@baskent.edu.tr

Serdar TARAKÇIOĞLU

Gazi Üniversitesi
serdart@gazi.edu.tr

Özet

Otel işletmelerinde görev yapan sınır birim işgörenlerinin, etnosentrik davranış eğilimlerinin belirlenmesini amaçlayan çalışmada, Ankara'daki beş yıldızlı işletmelerde görev yapan 129 çalışana *İşgören Etnosentrizmine Yönelik Anket* uygulanmıştır. İşgörenlerin etnosentrizm ile ilgili ifadelerine genel katılımları ve demografik grup ortalamaları ile ifadelerine katılımları arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığını ortaya koyabilmek amacıyla, t-testi ve Anova testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulardan, sınır birim işgörenlerinin kısmen etnosentrik eğilim gösterdikleri ve ifadelerine katılımlarında, cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir. Erkek işgörenler, lise mezunları, 39 yaş ve üzeri grup, daha yüksek düzeyde etnosentrik bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Etnosentrizm, İşgören etnosentrizmi, Otel İşletmeleri.

Abstract

This study aims to identify ethnocentric behavior tendencies of 129 boundary spanning role employees, who works in 5 star hotels of Ankara, using Employee Ethnocentrism Survey. Also in this study, independent t-test and analysis of variance tests were used to investigate differences, among respondents' demographic variables. The results demonstrated that, boundary spanning role employees of 5 star hotels in Ankara have moderately ethnocentric tendency, and several significant differences in terms of respondents' age and gender. Male employees, 39 age and elders, and high school graduates show a higher ethnocentric tendency among the hotel employees.

Key Words: Ethnocentrism, Employee Ethnocentrism, Hotel Operations.

GİRİŞ

Küreselleşme olgusu, bir yandan ulusal sınırların keskinliğini azaltmış, öte yandan da gelişmiş ülkelerin çok uluslu şirketlerinin, pozitif ülke imajlarından faydalanarak güçlenmelerini sağlamıştır. Otelcilik sektöründe de, diğer sektörlerde olduğu gibi pazar payını ve kâr marjını artırabilmek için yoğun bir rekabet yaşanmakta, tüketici tatmini sağlayarak tüketicilerin aynı işletmeyi tercih etmelerine yardımcı olabilmek için oldukça fazla çaba sarf edilmektedir. Özellikle tüketicilerle birebir temas sağlayan sınır birim işgörenleri ise, yukarıda açıklanan amaçlara ulaşma kapsamında kritik roller üstlenebilmektedir. Tüketicilerle yoğun temas sağlayan bu işgörenlerin gösterecekleri performans ve sağlayacakları tüketici tatmini, çalıştıkları işletmelerin genel amaçları doğrultusunda o derecede katkı sağlayabilecektir.

İşgörenler görevlerini yerine getirirken, verdikleri kararlarda, uygulamalarda, eylem ve işlemlerde, hepsinden daha önemli olarak da konuklarla olan ilişkilerinde kimi zaman bilerek, kimi zaman da bilmeyerek etnosentrik eğilim gösterebilmekte, tutum ve davranışlarına yansıtılabilmektedir. Bu kapsamda düşünüldüğünde, işgören etnosentrik eğiliminin belirlenebilmesi, işletmelere çalışanlarının istek ve performansları hakkında yararlı birtakım ipuçları sunabilir. Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde, genel olarak etnosentrizm kavramı ve ortaya çıkışı, etnosentrizm ile ilişkili kavramlar, etnosentrizmin olumlu ve olumsuz yönleri üzerinde durulacaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise, Ankara'daki 5 Yıldızlı üç otel işletmesinde gerçekleştirilen işgören etnosentrizmine yönelik araştırma sonuçları üzerinde durulacak ve elde edilen bulgular paylaşılacaktır.

ETNOSENTRİZM VE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR

Etnosentrizm kavramını açıklamadan önce, ilişkili olduğu kültür ve milliyetçilik kavramlarını açıklamakta yarar görülmektedir. Kültür, insanın ortaya koyduğu, içinde insanın var olduğu tüm gerçeklik olarak (Uzunçarşılı ve diğ., 2000: 17) ifade edilebileceği gibi, bir grup insanı diğer bir gruptan ayıran, tarihsel bir süreç boyunca gelişmiş ve öğrenilmiş değerler, inançlar, normlar ve semboller bütünüdür (Robbins, 1996: 679; Gordon, 1996: 470; Koçel, 2001: 25) şeklinde de tanımlanmaktadır. Özetle kültür, inanç, değer, norm, davranışlar ve bir nesilden diğer bir nesile aktarılan maddi öğelerden oluşan bir bütündür.

Sözlük anlamıyla milliyetçilik, “maddi ve manevi açılardan millet ve ülkesinin çıkarlarını her şeyin üstünde tutma anlayışı, ulusçuluk” (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 2008) olarak tanımlanmaktadır. Şen (2004: 71) milliyetçiliği “dünya toplumlarının ulus öncesi oluşum/yapılardan, ulus olma aşamasına varma çabasının hem ürünü, hem de ideolojik aracı” olarak tanımlarken Smith (2001: 9), “mevcut ya da olası bir ulus oluşturmaya inanan bireylerin oluşturduğu bir toplulukta, bağımsızlık, birlik ve kimliğe sahip olmak ve bunu korumak amacı güden ideolojik hareket” olarak tanımlamaktadır. Batı tarzı milliyetçilik, ortak kurallarla ortak topraklarda birlikte yaşama temeline otururken, doğu tarzı milliyetçilik ortak kültür ve etnik köken temelinde oluşmaktadır (Smith, 2001). Toplumda bazı insanların değişik kültürlere sahip olduklarını anlatmak için kullanılan etnisite veya etniklik kavramı, daha çok aidiyet olarak ele alınabilir (Şen, 2004: 82).

Etnosentrizm kavramı, Amerikalı sosyolog William Graham Sumner tarafından geliştirilmiştir (Shimp ve Sharma, 1987; Horton ve Hunt, 1988). Etnik milliyetçilik, aidiyet duygusu vermesinin yanı sıra, grup içini yüceltici ve grup dışını aşağılayıcı

motivasyon vermesi ile ırkçılık kavramına yakın bir görünüm oluşturmaktadır (Arı, 2007: 2). Söz konusu etnik-milliyetçi tutumlar, hem işgörenlerin, hem de tüketicilerin davranışlarında kendini göstermiş ve toplumsal tepki anlamında etkin bir silah olarak kullanılmıştır (Ellis, 1977). Yakın zamanlarda gerek İtalya, gerekse de Fransa'ya yönelik olarak ülkemizde yapılan ürün boykotlarını bu yaklaşıma örnek olarak verebiliriz. Bugün uluslararası ticari ilişkilerde birçok ülke, muhatap oldukları ülkelerin gerek tüketicilerinin, gerekse de devlet adamlarının etnosentrik tutumlarını dikkate almak durumundadırlar (Watson ve Wright, 1999).

Bu kavramı ilk kez kullanan Sumner (1906: 13) etnosentrizmi, “bir kimsenin kendi grubunu her şeyin merkezi olarak görmesi ve diğer her şeyi ve herkesi ona göre değerlendirmesi ve derecelendirmesidir” şeklinde tanımlamıştır. Kimi akademisyenler tarafından budunmerkezcilik olarak da ifade edilen etnosentrizm, bir kişinin diğerlerini kendi etnik grubunu merkeze alarak değerlendirme tutumu olarak da ele alınabilir (Bilgin, 2003; Er, 2005). Kendi ırkının, kendi kültürünün diğer etnik gruplarından daha üstün olduğuna etkin bir duygu ile inanma olarak özetlenebilecek etnosentrizm, sosyal bir olgudur (Enfal, 2009; Wikipedia, 2009). Birçok ön yargı ve stereotipin kaynağını oluşturan bu değerlendirme, genel olarak diğerlerinin olumsuz bir tarzda değerlendirilmesiyle sonuçlanmaktadır. Etnosentrik kişi, başka gruptan olanları, kendi grubunun kültürel kabullerinden ve değerlerinden hareketle, dolayısıyla tarafgir bir şekilde yargılayabilir (Er, 2005: 11). Bunun altında kendi doğrularının herkes için geçerli olduğu fikri vardır ve bununla tutarlı olarak, bu doğrulara sahip olmayanların ya da uymayanların geri veya aşağı oldukları sonucuna varır (Strauss, 1997).

Etnosentrizm, kültürümüzü bir mihenk taşı olarak konumlandırır ve diğer bütün kültürleri, “iyi, kötü, alt, üst, doğru, yanlış” olarak değerlendirmemize yol açar. Bütün gruplar olmasa bile, toplum içindeki çoğu gruplar, etnosentrik davranış gösterir (Caplow, 1964: 213). Etnosentrizm, evrensel bir insan davranışı olarak kabul edilir ve bütün toplumlarda, gruplarda ve bireylerde görülebilir (Levine ve Campbell, 1972). Bütün gruplar etnosentrizm ortamı yaratmakla birlikte grubun bütün üyelerinin eşit derecede etnosentrik davranış gösterdiği söylenemez (Greeley, 1976; Hoffer, 1969). Hatta etnosentrizm karşıtı kişilik geliştiren birçok bireyden söz edilebilir (Lipset ve Ladd, 1972).

Adorno (1950), yaptığı araştırma sonucunda etnosentrik insanların daha az eğitilmiş, sosyal alanda yalnızlaşmış ve dini olarak radikal eğilim gösterdiklerini belirtmiştir. Bu araştırma, toplum veya gruptan çok kişiliğin etnosentrizm üzerinde belirleyici olduğunu açıklamaktadır (Horton ve Hunt, 1988). Öte yandan etnosentrizm, gruba aidiyet duygusunu artırdığı ve grup içindeki bireyleri birbirine yaklaştırdığı için insanlara çekici de gelmektedir (Wilson vd., 1976). Yaşlı, dışlanmış, eğitimsiz ve politik olarak tutucu insanlarda görülebileceği gibi genç, iyi eğitilmiş sık seyahat eden ve liberal yapıdaki insanlarda da gözlemlenebilmektedir (Ray, 1971; Wilson vd., 1976; Horton ve Hunt, 1988).

Etnosentrik tutum, kişilerin günlük yaşam etkinliklerinde ve davranışlarında görülebileceği gibi, diğer toplumları inceleyen bilim adamlarının ya da araştırmacıların yaklaşımlarında da söz konusu olabilir. Uluslararası bir işletme, ister hizmet ister mal üretsin, sürekli olarak etnosentrik davranışın tehlikelerine karşı önlemler almak zorundadır (Hill, 2005: 117). Etnosentrizm, neredeyse bütün ülke ve toplumlarda gözlemlenen bir davranış şeklidir. Olumsuz ve çirkin bir davranış olarak tanımlanmakla

birlikte sürekli olarak dikkat ve takip edilmesi gereken bir gerçekliktir. Etnosentrizmin hem olumlu, hem de olumsuz yönlerinden söz etmek mümkündür (McGehee, 1982; Frankel, 1974; Stine, 1977; Gee, 1994; Enfal, 2009; Wikipedia, 2009; Aofvebiz, 2009):

- Etnosentrizmin nedeni ve sonucunu olumlu karşılayanlara göre etnosentrizm, insan gruplarını bir arada tutan, kopmaktan ve dağılmaktan koruyan, grup bağlılığını artıran bir olgudur. Etnosentrik gruplar, toleranslı gruplara kıyasla daha güçlü ve dayanıklı bir yapı gösterirler. Etnosentrizm fedakârlığı artırır, milliyetçilik ve vatanseverlik duygularına olumlu katkı sağlar. Grup birliğini, sadakati ve morali yükseltir. Gerek gruplarda, gerekse de toplumlarda yükselen tansiyon ve artan çatışmalar etnosentrik propagandalarla düşürülür ve çözülür.

- Etnosentrizmin nedeni ve sonucunu olumsuz karşılayanlara göre ise, ayrımcılıklara neden olup, başkalarını küçümsemeye ve dışlamaya iten davranışlara yol açmaktadır. Başka topluluklara hayat hakkı tanımayan bir dürtüdür ve kimi zaman şiddet hareketlerinin, kısımların, zorbalıkların ve işkencelerin mazur gösterilmesine hizmet etmiştir. Etnosentrik yönelim değişimi zorlaştırır. “Eğer bizim kültürümüz zaten en iyisi ise, diğerleriyle niye uğraşalım?” düşüncesini geliştirir. Hiçbir kültür tamamen statik olamayacağı için, varlığını devam ettirecekse değişime ihtiyaç duyacaktır. Etnosentrizm, hem ihtiyaç duyulan bu değişimi engelleyecektir, hem de insanlar arası barış ve işbirliğini güçlendirecektir. Etnosentrizm, yanlış anlama ve iletişimsizliğin en önemli kaynaklarından birisidir ve patronluk taslama, üstün görme, saygısızlık, güvensizlik ve esnek olmama gibi davranışlara yol açar.

Etnosentrizm ile ilgili olarak bahsedilmesi gereken diğer önemli bir husus, etnosentrik eleman politikasıdır. Etnosentrik eleman politikası, bütün anahtar konumdaki yönetici pozisyonlarının şirketin ait olduğu ülke vatandaşlarıyla doldurulmasıdır (Dowling ve Schuler, 1990). Şirketler, etnosentrik eleman politikasını üç temel sebepten uygularlar (Dowling ve Schuler, 1990; Reitman ve Schuman, 1996): Birincisi, iş yapılan ülkede yeterli sayıda nitelikli eleman olmadığına yönelik inançlarıdır. Özellikle az gelişmiş ülkelerde şirketlerden bu tür yakınmalar duyabiliriz. İkinci sebep, etnosentrik eleman politikasının ortak şirket kültürünü sağlamak için en iyi yol olarak görülmesidir. Üçüncü ve son temel sebep ise, şirketin öz yeteneğinin (core-competence), ancak bu yeteneğin farkında olan ve bu yetenek hakkında yeterli bilgi ve tecrübeye sahip ana ülke elemanları sayesinde uluslararası stratejiye dönüştürüleceği inancıdır. Temel yetenek bilindiği üzere çabuk yazılan ve algılatılan bir özellik değildir. Bu yüzden, etnosentrik eleman politikası, şirketler için en iyi çözüm olarak görülebilir (Colman, 2002: 9).

Yukarıda belirtilen üç genel argümana karşı etnosentrik eleman politikası iki temel gerekçeyle ağır bir şekilde eleştirilmektedir (Solomon, 1994: 40; Colman, 2002: 10): Öncelikle etnosentrik eleman politikaları, ev sahibi ülke vatandaşlarının iş olanaklarını, en azından belirli pozisyonlar açısından azaltmakta, hatta imkânsızlaştırmaktadır. Bu durum ise, şikâyetlere, kızgınlığa, düşük verimliliğe ve yüksek işgören devrine sebep olmaktadır (Reitman ve Schuman, 1996). İkinci temel gerekçe ise, etnosentrik eleman politikasının kültürel miyopluğa sebep olmasıdır. Kültürel miyopluk, şirketin ev sahibi ülkenin kültürel farklılıklarını iyi anlayamaması, bu yüzden de pazarlama ve yönetim stratejilerinde farklı uygulamalar gerçekleştirememesidir (Dowling ve Schuler, 1990; Solomon, 1994: 41; Colman, 2002: 10).

Turizm işletmelerinde ve spesifik olarak da otel işletmelerinde etnosentrizm üzerine yapılan araştırma ve incelemeler ele alındığında, genel olarak tüketicilerin turistik ürün (otel ve ülke) seçimlerinde etnosentrik eğilimleri konularına yoğunlaştığı görülmektedir (Kavanaugh ve Ninemeier, 2001; Woods, 2006; Smith, 2005; McQueeney, 2006). Bununla birlikte işgörenlerin aşağılık kompleksi ve bağlı olarak geliştirdikleri etnosentrik, milliyetçi tutumları inceleyen bazı çalışmalara da rastlanılmıştır (Woods, Sciarini ve Heck, 1998; Thompson, 2000). Sistematik düşünüldüğünde, konaklama hizmetlerini sunanların etnosentrik bir tutum içine giremeyecekleri düşünülebilir. Nihayetinde başkalarına hizmet sunarak geçimini sağlayan insanların davranışlarında usallık gösterecekleri varsayılabilir. Bununla birlikte bilinçaltında etnosentrik düşünce taşıyan işgörenlerin, özellikle de sınır birim işgörenlerinin, konuklarla olan ilişkilerinde gösterecekleri performans konusunda bazı şüphelere sahip olunabilir. Bu durum da, giriş kısmında belirtilen örgüt amaçlarının gerçekleştirilmesinde bazı sıkıntılara neden olabilir.

METODOLOJİ

Bu araştırmanın amacı, yaşadıkları yoğun temas nedeniyle konukların aynı işletmeyi tekrar seçmesinde kritik roller üstlenen sınır birim işgörenlerinin etnosentrik davranış eğilimlerinin belirlenmesidir. Turizm sektöründe ve spesifik olarak da otelcilik sektöründe daha önce bu yönde bir araştırmanın yapılmaması (işgören etnosentrik eğilimi), çalışmaya öncü niteliği kazandırmaktadır. Bu amaçla aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

Otel İşletmelerinde çalışan sınır birim işgörenlerinin;

a. *Etnosentrik eğilim düzeyi nedir?*

b. *Bu değerlendirmeler, demografik faktörler açısından farklılık göstermekte midir?*

Durum tespitiye yönelik bu çalışmanın araştırma grubunu oluşturan denekler, Ankara'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin sınır birimlerinde çalışan işgörenlerden oluşmuştur. Araştırma alanı olarak Ankara'nın seçilme nedenleri; uygulamada kolaylık ve ulaşılabilirliktir. Sınır birimlerinin seçilmesinin temel nedeni, işgörenlerin konuklarla yaşadıkları yoğun temas ve bıraktıkları etkidir. İlgili işletmelerde çalışan sınır birim işgörenlerinin sayısı 316, araştırmaya katılan ve anket formunu başarıyla dolduran işgören sayısı ise 129'dur. Bu kapsamda seçilen yargısal örneklem, araştırma evreninin yaklaşık % 41'ini oluşturmaktadır. Araştırma verileri, 2009 yılı ağustos ve eylül aylarında anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmaya katılan işgörenlerle ilgili tanıtıcı bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan İşgörenlerle İlgili Tanıtıcı Bilgiler

Cinsiyet	Frekans	%	Medeni Durum	Frekans	%
Bay	69	53.5	Bekar	78	60.5
Bayan	60	46.5	Evli	51	39.5
<i>Toplam</i>	<i>129</i>	<i>100.0</i>	<i>Toplam</i>	<i>129</i>	<i>100.0</i>
<hr/>					
Yaş Grupları	Frekans	%	Eğitim Durumu	Frekans	%
19-28 yaş	57	44.2	Lise	51	39.5
29-38 yaş	48	37.2	Önlisans	24	18.6
39 yaş ve üzeri	24	18.6	Lisans	54	41.9
<i>Toplam</i>	<i>129</i>	<i>100.0</i>	<i>Toplam</i>	<i>129</i>	<i>100.0</i>

Araştırmaya katılan işgörenlerin cinsiyet bakımından dengeli bir dağılım gösterdiği söylenebilir. İşgörenlerin % 53,5'ini erkek ve % 46,5'ini de bayan işgörenler oluşturmaktadır. Medeni durum değişkeni açısından bakıldığında; işgörenlerin % 60,5'inin bekar, % 39,5'inin ise evli olduğu tespit edilmiştir. Yaş grubu incelendiğinde, işgörenlerin çoğunluğunun 38 yaş altında olması (% 81,4), turizm sektöründeki dinamizmin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Eğitim durumu değişkeni açısından bakıldığında ise; işgörenlerin % 41,9'unun lisans ve % 39,5'inin de lise mezunu oldukları görülmektedir (Tablo 1).

Araştırmada kullanılan anket formunun ana yapısı Toomey ve Chung (2005) ile Shimp ve Sharma (1987) tarafından geliştirilen ölçeklerden oluşturulmuştur. Söz konusu ölçekler, daha önce bazı araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrilerek kullanılmakla birlikte, ilk defa tarafımızdan birleştirilerek uygulanmıştır. Bu yüzden, tekrar tercüme ve ters tercüme yapılarak dil uzmanlarına inceletilmiş, birleşik bir ölçek oluşturulduğu ve farklı bir sektörde uygulandığı için de, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Tarafımızca yeniden oluşturulan anket formunda 16 maddeye yer verilmiş ve 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda ölçeğin açıkladığı toplam varyans % 82,6'dır. Ölçeğin toplam güvenilirliği ise, 0,91 olarak hesaplanmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan işgörenlerin, etnosentrizm eğilimlerini gösteren ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de verilmiştir. Yapılan değerlendirmeler; işgörenlerin yabancı konuklara yönelik olumsuz bir tutum içinde olmadıklarını gösterse de, elde edilen bulgulardan iş hayatı ve ekonomik faaliyetler açısından anlamlı etnosentrik eğilimler de gözlenmiştir. Tablo 2’den de izlenebileceği gibi işgörenlerin en yüksek katılım gösterdikleri üç ifade sırasıyla “İşletmemde yabancı işgücünün çalıştırılması bana uygun gelmemektedir”, “Benim kültürüm çok zengin tarihe ve geleneklere sahiptir” ve “Sadece üretmediğimiz ürünleri dışarıdan almalı veya tercih etmeliyizdir”.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan İşgörenlerin İşgören Etnosentrizmine Yönelik İfadeleri Değerlendirmelerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İfadeler	X	σ	S.S.
İşletmemde yabancı işgücünün çalıştırılması bana uygun gelmemektedir.	4.3721	0.37609	0.61326
Benim kültürüm çok zengin tarihe ve geleneklere sahiptir.	4.0930	0.78815	0.88778
Sadece üretmediğimiz ürünleri dışarıdan almalı veya tercih etmeliyiz.	3.6279	1.03234	1.01604
Bir ürün satın alırken önceliğim Türk ürünüdür.	3.5349	1.23510	1.11135
Kendi kültür topluluğum, en renkli dile ve kelimeye sahiptir.	3.3488	1.35392	1.16358
Başka kültürlerle kıyaslandığında benim kültürüm çok gelişmiştir.	3.2093	1.61991	1.27276
Türk müşterilere öncelik tanırım.	3.2093	1.38554	1.17709
Rutinleri ve dengeli çevreyi severim.	3.1163	1.32231	1.14992
Başka kültürlerle kıyaslandığında benim kültürüm en iyi yaşam tarzına sahiptir.	2.9535	1.21657	1.10298
Otelde Türk müşterilerin yabancıardan fazla olması beni mutlu eder.	2.9535	1.02907	1.01443
Benim kültürüm, üyelerine amaçlarına ulaşacak en iyi fırsatı sağlar.	2.9070	1.63190	1.27746
Yabancılarla hizmet etmek kimi zaman bana üzüntü verir.	2.8605	1.24600	1.11625
Tanıdık olmayan ortamlarda stresim artar.	2.8372	0.93423	0.96656
Belirsiz ve kesin olmayan şartlardan hoşlanmam.	2.7674	0.97674	0.98830
Bir yıldan uzun süre bir başka ülkede yaşama düşüncesi beni korkutur.	2.7209	1.18714	1.08956
Hiçbir nedenle yabancılarla yakınlaşmaktan hoşlanmam.	2.3488	1.02580	1.01282

Aşağıda Tablo 3’de, işgörenlerin cinsiyet değişkenine göre etnosentrizm ile ilgili ifadelerle katılım ortalamaları verilmiştir. Buna göre, 16 ifadenin 14’ünde ifadelerle katılımın cinsiyete göre anlamlı ölçüde farklılık gösterdiği görülmektedir. Bayan ve erkek işgörenler, “Tanıdık olmayan ortamlarda stresim artar” ve “Hiçbir nedenle yabancılarla yakınlaşmaktan hoşlanmam” ifadelerine benzer şekilde yanıtlar vermişlerdir. Diğer bütün ifadelerde ise anlamlı ölçüde farklı görüş bildirmişlerdir.

Tablo 3: Cinsiyetler İtibariyle Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Etnosentrizme Yönelik İfadeleri Değerlendirmelerine İlişkin T Testi

İfade	Cinsiyet	X	S.S.	t	P
Rutinleri ve dengeli çevreyi severim.	Bay	3.5652	1.06382	5.220	0.000
	Bayan	2.6000	1.02841		
Başka kültürlerle kıyaslandığında benim kültürüm en iyi yaşam tarzına sahiptir.	Bay	3.5652	0.93113	8.388	0.000
	Bayan	2.2500	0.83615		
Belirsiz ve kesin olmayan şartlardan hoşlanmam.	Bay	3.1304	0.85600	4.851	0.000
	Bayan	2.3500	0.97120		
Başka kültürlerle kıyaslandığında benim kültürüm çok gelişmiştir.	Bay	4.0435	0.86492	11.221	0.000
	Bayan	2.2500	0.95002		
Benim kültürüm, üyelerine amaçlarına ulaşacak En iyi fırsatı sağlar.	Bay	3.6522	1.01208	9.094	0.000
	Bayan	2.0500	0.98161		
Kendi kültür topluluğum, en renkli dile ve kelimeye sahiptir.	Bay	4.0000	0.84017	8.506	0.000
	Bayan	2.6000	1.02841		
Türk müşterilere öncelik tanırım.	Bay	4.0435	0.69525	13.300	0.000
	Bayan	2.2500	0.83615		
Benim kültürüm çok zengin tarihe ve geleneklere sahiptir.	Bay	4.5217	0.58432	6.858	0.000
	Bayan	3.6000	0.92425		
Hiçbir nedenle yabancılarla yakınlaşmaktan hoşlanmam.	Bay	2.4783	1.10625	1.565	0.120
	Bayan	2.2000	0.87914		
Bir yıldan uzun süre bir başka ülkede yaşama düşüncesi beni korkutur.	Bay	3.0435	0.96154	3.789	0.000
	Bayan	2.3500	1.11728		
Tanıdık olmayan ortamlarda stresim artar.	Bay	2.9130	0.98128	0.955	0.341
	Bayan	2.7500	0.95002		
Otelde Türk müşterilerin yabancıardan fazla olması beni mutlu eder.	Bay	3.3913	0.97343	5.913	0.000
	Bayan	2.4500	0.81146		
Yabancılara hizmet etmek kimi zaman bana üzüntü verir.	Bay	3.6087	0.87812	11.747	0.000
	Bayan	2.0000	0.63779		
Bir ürün satın alırken önceliğim Türk ürünüdür.	Bay	4.0870	0.83559	7.132	0.000
	Bayan	2.9000	1.05284		
İşletmemde yabancı işgücünün çalıştırılması bana uygun gelmemektedir.	Bay	4.6087	0.49162	5.146	0.000
	Bayan	4.1000	0.62977		
Sadece üretemediğimiz ürünleri dışarıdan almalı veya tercih etmeliyiz.	Bay	4.0870	0.58760	6.273	0.000
	Bayan	3.1000	1.14537		

* Varyanslar eşit kabul edilmiştir. t değeri için Serbestlik Derecesi 127 ve 0.05 anlamlılık düzeyinde manidar.

Tablo 4’de işgörenlerin medeni durumlarına göre, ifadelere verdikleri yanıtların ortalamaları ve katılımlarda anlamlı bir farklılık olup olmadığı verilmiştir. Buna göre, sadece bir ifadede, anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İşgörenlerin “Belirsiz ve kesin olmayan şartlardan hoşlanmam” ifadesine katılımlarında, medeni durumlarına göre anlamlı farklılık vardır. Bekâr işgörenlerin, belirsiz ve kesin olmayan şartlara yönelik daha tahammülsüz oldukları ifade edilebilir.

Tablo 4:Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Medeni Durumlarına Göre İşgören Etnosentrizmine Yönelik İfadeleri Değerlendirmelerine İlişkin Bazı Değerler

İfade	Medeni Hal	X	S.S.	t	P
Rutinleri ve dengeli çevreyi severim.	Bekar Evli	3.2692 2.8824	1.20252 1.03242	1.887	0.061
Başka kültürlerle kıyaslandığında benim kültürüm en iyi yaşam tarzına sahiptir.	Bekar Evli	3.0769 2.7647	1.18178 0.95054	1.581	0.116
Belirsiz ve kesin olmayan şartlardan hoşlanmam.	Bekar Evli	2.9615 2.4706	1.02491 0.85681	2.833	0.005
Başka kültürlerle kıyaslandığında benim kültürüm çok gelişmiştir.	Bekar Evli	3.1538 3.2941	1.30012 1.23764	-0.611	0.543
Benim kültürüm, üyelerine amaçlarına ulaşacak En iyi fırsatı sağlar.	Bekar Evli	2.8077 3.0588	1.30988 1.22330	-1.092	0.277
Kendi kültür topluluğum, en renkli dile ve kelimeye sahiptir.	Bekar Evli	3.3846 3.2941	1.18684 1.13656	0.431	0.688
Türk müşterilere öncelik tanırım.	Bekar Evli	3.2308 3.1765	1.28854 0.99410	0.255	0.799
Benim kültürüm çok zengin tarihe ve geleneklere sahiptir.	Bekar Evli	4.0769 4.1176	0.87933 0.90878	-0.254	0.800
Hiçbir nedenle yabancılarla yakınlaşmaktan hoşlanmam.	Bekar Evli	2.4615 2.1765	1.12460 0.79261	1.572	0.118
Bir yıldan uzun süre bir başka ülkede yaşama düşüncesi beni korkutur.	Bekar Evli	2.7308 2.7059	1.10104 1.08248	0.126	0.900
Tanıdık olmayan ortamlarda stresim artar.	Bekar Evli	2.8462 2.8235	1.03292 0.86501	0.129	0.897
Otelde Türk müşterilerin yabancıardan fazla olması beni mutlu eder.	Bekar Evli	2.9231 3.0000	0.92258 1.14891	-0.420	0.675
Yabancılara hizmet etmek kimi zaman bana üzüntü verir.	Bekar Evli	2.7692 3.0000	1.05588 1.20000	-1.149	0.253
Bir ürün satın alırken önceliğim Türk ürünüdür.	Bekar Evli	3.3846 3.7647	1.08389 1.12407	-1.919	0.057
İşletmemde yabancı işgücünün çalıştırılması bana uygun gelmemektedir.	Bekar Evli	4.3462 4.4118	0.62058 0.60585	-0.593	0.555
Sadece üretmediğimiz ürünleri dışarıdan almalı veya tercih etmeliyiz.	Bekar Evli	3.6923 3.5294	0.87249 1.20587	0.890	0.375

* Varyanslar eşit kabul edilmiştir. t değeri için Serbestlik Derecesi 127 ve 0.05 anlamlılık düzeyinde manidar

Cinsiyet ve medeni durumlara yönelik “t testi” sonuçları aşağıda Tablo 5’de sunulmuştur. Cinsiyet faktörü açısından bakıldığında erkek işgörenlerin (3.67) bayan işgörenlere (2.61) nazaran daha yoğun etnosentrik eğilim içinde oldukları gözlenmiştir. Yapılan “t testi” sonucunda da bu farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür. Medeni Durum açısından ise bekârlar (3.19) ve evliler (3.15) arasında anlamlı farklılık gözlenmemiştir. (Tablo 5).

Tablo 5: Cinsiyetler ve Medeni Durumlar İtibariyle Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Etnosentrizme Yönelik İfadeleri Değerlendirmelerine İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve T Testi Değerleri

<i>Cinsiyet</i>	<i>n</i>	\bar{X}	<i>s.s.</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<i>Bay</i>	69	3.6712	0.31627	16.298	0.000
<i>Bayan</i>	60	2.6125	0.41978		
<i>Medeni Hal</i>	<i>n</i>	\bar{X}	<i>s.s.</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<i>Bekar</i>	78	3.1947	0.63801	0.346	0.730
<i>Evli</i>	51	3.1544	0.65994		

* Varyanslar eşit kabul edilmiştir. t değeri için Serbestlik Derecesi 127 ve 0.05 anlamlılık düzeyinde manidar.

Tablo 6’da, İşgörenlerin yaşlarına göre etnosentrizme ilgili ifadeleri değerlendirmeleri verilmiştir. Buna göre toplam yedi ifadede işgören değerlendirmelerinin, yaş grupları açısından anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. “Belirsiz ve kesin olmayan şeylerden hoşlanmam”, “Başka kültürlerle kıyaslandığımda benim kültürüm çok gelişmiştir” ve “Benim kültürüm, üyelerine amaçlarına ulaşacak en iyi fırsatları sunar” ifadelerine 19-28 yaş arası işgörenler, diğer yaş gruplarındaki işgörenlere oranla daha yüksek ortalama ile katılım göstermişlerdir. “Bir yıldan uzun süre bir başka ülkede yaşama düşüncesi beni korkutur”, “Sadece üretmediğimiz ürünleri dışarıdan almalı veya tercih etmeliyiz” ve “Bir ürün satın alırken önceliğim Türk ürünüdür” ifadelerine ise 39 ve üzere yaştaki işgörenler en yüksek ortalama ile katılım gösterirken, yaş gruplarına göre diğer işgörenlerin ortalamaları ise, düşük düzeyde çıkmıştır.

Tablo 6: Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Yaşlarına Göre İşgören Etnosentrizmine Yönelik İfadeleri Değerlendirmelerine İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Anova Değerleri

İfade	Yaş Grubu	X	S.S.	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	P
1	19-28 yaş	3.3158	1.13638	Gruplararası	7.128	2	3.564	2.770	0.067
	29-38 yaş	2.8125	1.14216	Grupiçi	162.128	126	1.287		
	39 yaş ve üzeri	3.2500	1.11316	Toplam	169.256	128			
2	19-28 yaş	3.1053	1.22013	Gruplararası	8.603	2	4.301	3.684	0.028
	29-38 yaş	2.6250	1.06441	Grupiçi	147.118	126	1.168		
	39 yaş ve üzeri	3.2500	0.67566	Toplam	155.721	128			
3	19-28 yaş	3.0526	1.05933	Gruplararası	9.869	2	4.934	5.399	0.006
	29-38 yaş	2.4375	0.94320	Grupiçi	115.155	126	0.914		
	39 yaş ve üzeri	2.7500	0.67566	Toplam	125.023	128			
4	19-28 yaş	3.3158	1.42876	Gruplararası	21.408	2	10.704	7.253	0.001
	29-38 yaş	2.7500	1.04168	Grupiçi	185.941	126	1.476		
	39 yaş ve üzeri	3.8750	0.94696	Toplam	207.349	128			
5	19-28 yaş	3.1579	1.36001	Gruplararası	22.430	2	11.215	7.579	0.001
	29-38 yaş	2.3750	1.12278	Grupiçi	186.454	126	1.480		
	39 yaş ve üzeri	3.3750	1.01350	Toplam	208.884	128			
6	19-28 yaş	3.3158	1.22704	Gruplararası	2.362	2	1.181	0.870	0.421
	29-38 yaş	3.2500	1.10126	Grupiçi	170.941	126	1.357		
	39 yaş ve üzeri	3.6250	1.13492	Toplam	173.302	128			
7	19-28 yaş	3.3158	1.18258	Gruplararası	6.221	2	3.110	2.290	0.105
	29-38 yaş	2.9375	1.21000	Grupiçi	171.128	126	1.358		
	39 yaş ve üzeri	3.5000	1.02151	Toplam	177.349	128			
8	19-28 yaş	4.2105	0.70043	Gruplararası	1.410	2	0.705	0.893	0.412
	29-38 yaş	4.0000	1.01058	Grupiçi	99.474	126	0.789		
	39 yaş ve üzeri	4.0000	1.02151	Toplam	100.884	128			
9	19-28 yaş	2.4211	1.14872	Gruplararası	0.783	2	0.391	0.378	0.686
	29-38 yaş	2.2500	0.91093	Grupiçi	130.520	126	1.036		
	39 yaş ve üzeri	2.3750	0.87539	Toplam	131.302	128			
10	19-28 yaş	2.4737	1.00188	Gruplararası	10.243	2	5.121	4.554	0.012
	29-38 yaş	2.7500	1.10126	Grupiçi	141.711	126	1.125		
	39 yaş ve üzeri	3.2500	1.11316	Toplam	151.953	128			
11	19-28 yaş	2.7895	1.06464	Gruplararası	0.795	2	0.398	0.422	0.657
	29-38 yaş	2.8125	0.81623	Grupiçi	118.786	126	0.943		
	39 yaş ve üzeri	3.0000	1.02151	Toplam	119.581	128			
12	19-28 yaş	3.0526	0.89485	Gruplararası	6.066	2	3.033	3.041	0.051
	29-38 yaş	2.6875	0.92613	Grupiçi	125.655	126	0.997		
	39 yaş ve üzeri	3.2500	1.32698	Toplam	131.721	128			
13	19-28 yaş	3.0000	1.13389	Gruplararası	7.051	2	3.525	2.914	0.058
	29-38 yaş	2.5625	1.07002	Grupiçi	152.437	126	1.210		
	39 yaş ve üzeri	3.1250	1.07592	Toplam	159.488	128			
14	19-28 yaş	3.5263	1.15117	Gruplararası	25.007	2	12.504	11.838	0.000
	29-38 yaş	3.1250	1.06441	Grupiçi	133.086	126	1.056		
	39 yaş ve üzeri	4.3750	0.49454	Toplam	158.093	128			
15	19-28 yaş	4.3684	0.67166	Gruplararası	0.564	2	0.282	0.747	0.476
	29-38 yaş	4.3125	0.58913	Grupiçi	47.576	126	0.378		
	39 yaş ve üzeri	4.5000	0.51075	Toplam	48.140	128			
16	19-28 yaş	3.3684	0.99340	Gruplararası	7.876	2	3.938	3.993	0.021
	29-38 yaş	3.7500	1.10126	Grupiçi	124.263	126	0.986		
	39 yaş ve üzeri	4.0000	0.72232	Toplam	132.140	128			

Tablo 7: Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Eğitim Durumlarına Göre İşgören Etnosentrizmine Yönelik İfadeleri Değerlendirmelerine İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Anova Değerleri

İfade	Eğitim Düzeyi	X	S.S.	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	P
1	Lise	3.5294	1.20587	Gruplararası	15.217	2	7.608	6.223	0.003
	Önlisans	3.0000	0.88465	Grupiçi	154.039	126	1.223		
	Lisans	2.7778	1.09315	Toplam	169.256	128			
2	Lise	3.4118	1.04262	Gruplararası	17.743	2	8.871	8.101	0.000
	Önlisans	2.6250	0.87539	Grupiçi	137.978	126	1.095		
	Lisans	2.6667	1.11592	Toplam	155.721	128			
3	Lise	3.0000	1.09545	Gruplararası	5.190	2	2.595	2.728	0.069
	Önlisans	2.7500	0.67566	Grupiçi	119.833	126	0.951		
	Lisans	2.5556	0.96479	Toplam	125.023	128			
4	Lise	3.2941	1.33108	Gruplararası	3.302	2	1.651	1.020	0.364
	Önlisans	2.8750	1.07592	Grupiçi	204.047	126	1.619		
	Lisans	3.2778	1.29464	Toplam	207.349	128			
5	Lise	3.2353	1.36511	Gruplararası	12.582	2	6.291	4.038	0.020
	Önlisans	2.3750	1.01350	Grupiçi	196.301	126	1.558		
	Lisans	2.8333	1.22474	Toplam	208.884	128			
6	Lise	3.3529	1.42581	Gruplararası	0.322	2	0.161	0.117	0.889
	Önlisans	3.2500	0.67566	Grupiçi	172.980	126	1.373		
	Lisans	3.3889	1.07135	Toplam	173.302	128			
7	Lise	3.3529	1.33901	Gruplararası	6.368	2	3.184	2.347	0.100
	Önlisans	2.7500	0.84699	Grupiçi	170.980	126	1.357		
	Lisans	3.2778	1.10602	Toplam	177.349	128			
8	Lise	3.9412	1.17323	Gruplararası	3.227	2	1.613	2.082	0.129
	Önlisans	4.0000	0.51075	Grupiçi	97.657	126	0.775		
	Lisans	4.2778	0.65637	Toplam	100.884	128			
9	Lise	2.4118	0.92036	Gruplararası	1.491	2	0.746	0.724	0.487
	Önlisans	2.1250	0.79741	Grupiçi	129.811	126	1.030		
	Lisans	2.3889	1.17227	Toplam	131.302	128			
10	Lise	3.0000	0.97980	Gruplararası	7.495	2	3.748	3.269	0.041
	Önlisans	2.3750	1.13492	Grupiçi	144.458	126	1.146		
	Lisans	2.6111	1.12295	Toplam	151.953	128			
11	Lise	2.7059	0.96528	Gruplararası	2.493	2	1.247	1.341	0.265
	Önlisans	2.7500	0.98907	Grupiçi	117.088	126	0.929		
	Lisans	3.0000	0.95166	Toplam	119.581	128			
12	Lise	2.9412	1.12092	Gruplararası	0.272	2	0.136	0.131	0.878
	Önlisans	2.8750	0.94696	Grupiçi	131.449	126	1.043		
	Lisans	3.0000	0.95166	Toplam	131.721	128			
13	Lise	3.0588	1.31775	Gruplararası	5.165	2	2.582	2.108	0.126
	Önlisans	2.5000	0.72232	Grupiçi	154.324	126	1.225		
	Lisans	2.8333	1.023331	Toplam	159.488	128			
14	Lise	3.5294	1.30158	Gruplararası	10.054	2	5.027	4.279	0.016
	Önlisans	3.0000	0.72232	Grupiçi	148.039	126	1.175		
	Lisans	3.7778	0.98415	Toplam	158.093	128			
15	Lise	4.3529	0.48264	Gruplararası	4.659	2	2.330	6.751	0.002
	Önlisans	4.7500	0.44233	Grupiçi	43.480	126	0.345		
	Lisans	4.2222	0.71814	Toplam	48.140	128			
16	Lise	3.7647	1.01170	Gruplararası	4.463	2	2.232	2.202	0.115
	Önlisans	3.2500	0.67566	Grupiçi	127.676	126	1.013		
	Lisans	3.6667	1.11592	Toplam	132.140	128			

Yukarıda tablo 7’de, işgörenlerin ifadelerine eğitim durumlarına göre katılımları verilmiştir. Buna göre, toplam yedi ifadeye eğitim durumlarına göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Lise mezunu işgörenler, “Rutinleri ve dengeli çevreyi severim”, “Başka kültürlerle kıyaslandığında benim kültürüm en iyi yaşam tarzına sahiptir”, “Benim kültürüm, üyelerine amaçlarına ulaşacak en iyi fırsatı sağlar”, “Sadece üretmediğimiz ürünleri dışarıdan almalı veya tercih etmeliyiz” ve “Bir yıldan uzun süre bir başka ülkede yaşama düşüncesi beni korkutur” ifadelerine, diğer eğitim gruplarına oranla daha yüksek düzeyde ortalama ile katılım göstermişlerdir. “Bir ürün satın alırken önceliğim Türk ürünüdür” ifadesine lisans grubu, “İşletmemde yabancı işgücü çalıştırılması bana uygun gelmemektedir” ifadesine ise ön lisans grubu, diğer eğitim gruplarına oranla daha yüksek katılım göstermişlerdir.

İşgören etnosentrizmine yönelik eğilim ortalamalarının yaş grupları ve eğitim düzeylerine göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi tekniği uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda yaş grupları açısından işgörenlerin yapmış oldukları değerlendirmeler arasında anlamlı farklılıklar olduğu, buna karşın eğitim düzeyleri açısından anlamlı farklılık olmadığı gözlenmiştir (Tablo 8).

Tablo 8: Yaş ve Eğitim Seviyeleri İtibariyle Araştırmaya Katılan İşgörenlerin Etnosentrizme Yönelik İfadeleri Değerlendirmelerine İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Yaş Grubu	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	f	α
	Gruplararası	4.407	2	2.204		
	Grupiçi	48.763	126	0.387		
	Toplam	53.170	128			
Eğitim Seviy	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	f	α
	Gruplararası	2.056	2	1.028		
	Grupiçi	51.114	126	0.406		
	Toplam	53.170	128			

Tablo 8’den de izlenebileceği gibi, işgörenlerin etnosentrizm ifadelerine yönelik yaptıkları değerlendirmeler kapsamında, yaş grupları arasında 0.05 düzeyinde anlamlı farklılık gözlenmiştir. Yaş gruplarının ikili karşılaştırması ile ilgili “t testi” sonuçları ise Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: Yaş Gruplarının İkili Karşılaştırması ile İlgili “t testi” Sonuçları

Yaş Grupları	29-38 yaş (n= 48, X= 2.96)	39 yaş ve üzeri (n= 24, X= 3.47)
19-28 yaş (n= 57, X= 3.24)	2.171*	-1.490
29-38 yaş (n= 48, X= 2.96)		-3.510*
* 0.05 düzeyinde anlamlı		

Tablo 9’dan da görülebileceği gibi, 19-28 yaş grubu ile 39 yaş ve üzeri grup arasında etnosentrik eğilim ortalamaları bakımından anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Öte yandan 19-28 ile 29-38 yaş grupları arasında, 29-38 ile 39 yaş ve üzeri gruplar arasında ise, 0.05 düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

SONUÇ

Ankara’da faaliyet gösteren 5 yıldızlı üç konaklama işletmesinin, sınır birimlerinde çalışan işgörenlerin etnosentrizm eğilimleri ile ilgili olarak yapılan öncü niteliğindeki bu araştırma kapsamında, işgörenlerin ilk olarak etnosentrik eğilim düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmış, ayrıca değerlendirmelerinin demografik faktörler kapsamında farklılık gösterip göstermediğinin de tespit edilmesine çalışılmıştır. İlgili işletmelerde yapılan araştırma sonucunda elde edilen veriler, işgörenlerin etnosentrizm eğilim ortalamasının yüksek sayılabilecek bir düzeyde olduğunu göstermektedir. Bağımsız değişkenler açısından bakıldığında; işgören değerlendirmelerinin cinsiyet ve yaş gruplarına göre anlamlı ölçüde farklılaştığı, medeni durum ve eğitim düzeyinin işgören değerlendirmelerinde kimi ifadelerde anlamlı farklılık göstermekle birlikte, genel grup ortalaması kapsamında önemli bir etkisinin bulunmadığı gözlenmiştir.

Araştırmaya katılan işgörenlerin etnosentrizm ile ilgili ifadelerine verdikleri cevaplar incelendiğinde, en yüksek düzeyde katılımı yabancı işgücü çalıştırılmasından duydukları rahatsızlığı belirttikleri görülmüştür. Yabancı işgücü çalıştırılması, genel olarak Turizmin olumsuz ekonomik etkilerinden olmakla birlikte, özellikle işgörenler açısından düşünüldüğünde, dil becerisi ve iş olanakları açısından fırsat eşitsizliği yarattığı düşünülebilir. İşgörenlerin yüksek düzeyde katıldıkları ikinci ifade ise, kendi kültürlerinin çok zengin bir tarih ve geleneğe sahip olduğudur. İşgörenlerinin bu düşüncesi, onların Türk kültürüne yönelik önemli derecede olumlu tutum içerisinde olduklarını göstermektedir. İşgörenler, sadece üretilmeyen ürünlerin dışarıdan alınması gerektiğini ve satın almalarda önceliklerinin Türk ürünleri olduğunu da, yüksek katılım ortalamaları ile cevaplarına yansıtmışlardır. Bu iki ifadeye ilişkin bulgular bir arada düşünüldüğünde, otel sınır birim işgörenlerinin tüketici etnosentrizm eğilimine sahip oldukları düşünülebilir.

Cinsiyet değişkeni ele alındığında, bayan işgörenlerin etnosentrizm eğilim ortalamalarının erkek işgörelere kıyasla daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Erkek işgörenler, bayan işgörelere oranla daha yüksek seviyede çevre koşullarındaki değişimlerden hoşlanmamakta, kendi kültürlerinin en iyi yaşam tarzına ve gelişmişliğe sahip olduğunu düşünmekte, Türk müşterilerin bulunmasından mutluluk duyarak onlara öncelik tanımakta, başka bir ülkede uzun süre yaşamaya sıcak bakmamakta, satın alma tercihlerinde önceliklerini Türk ürünlerine vermekte, sadece üretilmeyen ürünlerin dışarıdan alınması gerektiğini düşünmekte ve yabancılara hizmet etmekten kimi zaman üzüntü duymaktadır.

Erkek işgörenlerin yüksek etnosentrik eğilimleri, önemli bir noktaya işaret etmekle birlikte Türk kültür ve değerlerine yönelik yapılan araştırmaları da destekler (Artan vd., 2005) nitelik taşımaktadır. Bir yandan bu olumsuzluğun nedenleri üzerinde araştırmalar yapılırken, bir yandan da üst düzey yöneticiler tarafından, bu durumun mesleki gelişimlerine ve kişiliklerine yapabileceği olumsuz etkiler konusunda erkek işgörenleri aydınlatmaları önemli yararlar sağlayabilir. Bu sonuç, bayan işgörenlerin etnosentrizm eğilimlerinin erkek işgörenlerle karşılaştırıldığında olumlu bir seyir içerisinde olduğu sonucunu vermektedir. Hem erkek, hem de bayan işgörenler, diğer ifadelerle karşılaştırıldığında en yüksek düzeyde katılımı işletmelerinde yabancı işgücü çalıştırılmasının kendilerine uygun olmadığını ifade etmişlerdir.

Sınır birim işgörenlerinin ifadeler konusundaki değerlendirmelerinin, genel anlamda medeni durumlarına göre önemli farklılık göstermediği, yapılan varyans analizi

sonucunda tespit edilmiştir. Sadece “Belirsiz ve kesin olmayan şartlardan hoşlanmam” ifadesinde anlamlı farklılık görülmüştür. Bu ifadeye bekâr işgörenler, evlilere oranla daha yüksek düzeyde katılım göstermişlerdir. Buna göre bekâr işgörenlerin, daha güvenilir ve belirgin koşulları tercih ettikleri ifade edilebilir.

İşgörenlerin yaş gruplarının, etnosentrizm ifadelerinin değerlendirilmesinde anlamlı farklılıklar yarattığı, elde edilen bulgulardan ortaya çıkmıştır. Yaş gruplarıyla ilgili ifadelerden elde edilen bulgular bir arada incelendiğinde, 39 yaş ve üzeri sınır birim işgörenlerinin etnosentrik eğilimlerinin diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin bu yaş grubu, kendi kültürlerinin diğer kültürlerden çok daha gelişmiş olduğunu, başka bir ülkede bir yıldan fazla süre yaşamak istemediklerini, ürün tercihlerinin öncelikle Türk ürünü olduğunu ve sadece üretilmeyen ürünlerin dışarıdan ithal edilmesi gerektiğini yüksek ortalamalarla ifade etmişlerdir. Yaş ilerledikçe, etnosentrizm anlamında daha tutucu bir yapının ortaya çıktığı ileri sürülebilir.

İşgörenlerin ifadelerine katılımları eğitim değişkeni açısından incelendiğinde, genel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamakla birlikte, spesifik olarak belirli ifadeler kapsamında anlamlı farklılıklar bulunduğu, yapılan Anova analizi sonucu ortaya çıkmıştır. Buna göre, belirgin olarak lise mezunu sınır birim işgörenlerinin etnosentrik eğilimleri, ön lisans ve lisans gruplarıyla karşılaştırıldığında kimi ifadeler kapsamında önemli derecede yüksek çıkmıştır. Elde edilen bu bulgu, milliyetçilik ve etnosentrizm konusunda yapılan farklı araştırmalardan elde edilen bulgular paralelindedir. Buna göre eğitim seviyesi ne kadar düşük olursa, etnosentrik eğilim o ölçüde belirgin olacaktır ve eğitim seviyesi yükseldikçe, etnosentrizm seviyesi düşme eğilimi gösterecektir. Nitekim gerçekleştirilen araştırma, kısmen de olsa (ön lisans mezunlarında etnosentrik eğilim en düşük çıkmıştır) bu varsayımı destekler bir sonuç vermiştir.

Kuşkusuz gerçekleştirilen bu ampirik çalışma, Türkiye konaklama sektöründe öncü niteliği taşımaktadır. Bununla birlikte gerçekleştirilen araştırma, Ankara ilindeki beş yıldızlı üç otel işletmesiyle sınırlıdır ve bu yüzden, elde edilen bulgular kapsamında kesin yargılara varmak doğru olmayacaktır. Bulguların farklı bölge ve şehirlerde, farklı konaklama işletmelerinde yapılacak benzer nitelikteki araştırmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca, etnosentrik eğilimi yüksek çıkan gruplara yönelik, daha belirgin sosyolojik ve psikolojik araştırmalar yapılarak bu eğilimin altında yatan sebepler, konunun uzmanları tarafından incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (1950), **The Authoritarian Personality**, New York: Harper & Row Publishers, Inc.
- Aktan, İ. E. ve diğerleri. (2005). **Üniversite Gençliği Değerler Araştırması**, İstanbul: Tesev Yayınları.
- Arı, E. S. (2007), Satın Alma Kararlarında Tüketici Etnosentrizmi ve Menşe Ülke Etkisinin Rolü, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Adana.
- Bilgin, N. (2003), **Psikoloji Sözlüğü Kavramlar, Yaklaşımlar**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Caplow, T. (1964), **Principles of Organization**, New York: Harcourt, Brace and World.
- Colman, R. (2002), HR Management Lags Behind at World Class Firms, **CMA Management**, July-August. 7-21.
- Dowling, P. J. ve R. S. Schuler (1990), **International Dimensions of Human Resource Management**, Boston: PSW-Kent.
- Ellis, L. (1977), The Decline and Fall of Sociology, 1975-2000, **The American Sociologist**, 12: 56-65.
- Er, S. (2005), Kültürlerarası İletişim, Budunmerkezcilik ve Öteki, **Journal of İstanbul Kültür University**, Sayı: 1: 9-18.
- Frankel, C. (1974), The Specter of Eugenics, **Commentary**, 57 (March): 25-33.
- Gee, C. Y. (1994), **International Hotel Management**, Michigan: Educational Institute of AHLA.
- Gordon, J. R. (1996), **Organizational Behavior**, 5th. Edition, New Jersey: Prentice Hall International Editions.
- Greely, A. M. (1976), The Ethnic Miracle, **The Public Interest**, 45: 20-36.
- Hill, C. W. L. (2005), **International Business Competing in the Global Marketplace**, 5th. Edition, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hoffer, E. (1969), **Working and Thinking on the Waterfront**, New York: Harper & Row Publishers, Inc.
- Horton, P. B. ve C. L. Hunt (1988), **Sociology**, 6th. Edition, Singapore: McGraw-Hill International Editions.
- <http://www.enfal.de/sosyalbilimler/e/024.htm> Erişim Tarihi: 10.10.2009
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Etnosentrizm> Erişim Tarihi: 17.10.2009
- <http://www.Aofve.biz> Erişim Tarihi: 13.10.2009
- <http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx> Erişim Tarihi: 17.10.2009
- Kavanaugh, R. R. ve J. D. Ninemeier (2001), **Supervision in the Hospitality Industry**, 3rd. Edition, Michigan: Educational Institute of AHLA.

- Koçel, T. (2001), **İşletme Yöneticiliği**, 8. Baskı, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Levine, R. ve D. C. Campbell (1972), **Ethnocentrism: Theories of Conflict, Ethnic Attitudes and Group Behavior**, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Lipset, S. M. ve E. C. Ladd (1972), The Politics of American Sociologists, **American Journal of Sociology**, 78 (July): 67-104.
- McGehee, C. L. (1982), Spiritual Values and Sociology: When We Have Debunked Everything, What Then?, **American Sociologist**, 17 (February): 40-46.
- McQueeney, E. (2006), Making Ethics Come Alive, **Business Communication Quarterly**, (69) 2, 158-171.
- Ray, J. J. (1971), Ethnocentrism: Attitudes and Behavior, **Australian Quarterly**, 43 (June): 89-97.
- Reitman, V. ve M. Schuman (1996), Men's Club: Japanese and Korean Companies Rarely Look Outside for People to Run Their Overseas Operations, **Wall Street Journal**, September 26: 17.
- Robbins, S. P. (1996), **Organizational Behavior**, 7th. Edition, New Jersey: Prentice Hall International Editions.
- Shimp, T. A. ve S. Sharma (1987), Consumer Ethnocentrism – Construction and Validation of the CETSCALE, **Journal of Marketing Research**, 24 (August): 280-289.
- Smith, A. D. (2001), **Nationalism: Theory, Ideology, History**, Cambridge: Polity Press.
- Smith, N. C. (2005), Corporate Social Responsibility: Whether or How?, **California Management Review**, 45 (4).
- Solomon, C. M. (1994), Success Abroad Depends upon More Than Job Skills, **Personnel Journal**, April: 51-58.
- Stinee, G. J. (1977), **Biosocial Genetics: Human Heredity and Social Issues**, New York: The Macmillan Company.
- Strauss, C.L. (1997), **İrk, Tarih ve Kültür**, Metis Yayınları, İstanbul.
- Sumner, W. G. (1940), **Folkways (1906)**, Boston: Ginn and Company.
- Şen, Y. F. (2004), **Globalleşme Sürecinde Milliyetçilik Trendleri ve Ulus Devlet**, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Thompson, R. W. (2000), Executive Briefing: Strategic Intelligence, **HR Magazine**, 45 (2), 12-13.
- Toomey, S. T. ve L. Chung (2005), Cross-Cultural Interpersonal Communication: Theoretical Trends and Research Directions, **Communication in Personal Relationships Across Cultures**, London: Sage Publication Inc.
- Uzunçarşılı, Ü, M. Toprak ve O. Ersun (2000), **Şirket Kültürü ve İş Prensipleri**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.

Watson, J. J. ve K. Wright (1999), Consumer Ethnocentrism and Attitudes Toward Domestic and Foreign Products, **European Journal of Marketing**, 34 (9-10): 1149-1166.

Wilson, W. vd. (1976), Authoritarianism Left and Right, **Bulletin of the Psychonomic Society**, 7 (March): 271-274.

Woods, R. H. (2006), **Managing Hospitality Human Resources**, 4th. Edition, Michigan: Educational Institute of AHLA.

Woods, R. H., M. P. Sciarini ve W. Heck (1998), **Turnover and Diversity Management in U.S. Lodging Industry**, Michigan: American Hotel & Lodging Educational Foundation.

A Research on Employee Ethnocentrism

Alptekin SÖKMEN
Başkent University
asokmen@baskent.edu.tr

Serdar TARAĐCIOĐLU
Gazi Universitiy
serdart@gazi.edu.tr

Facts like globalization and competition carry organizations to new and different searches and this situation requires employees of an organization to take over more different responsibilities and show different performance. Like any other industries, hotel industry actors implement several strategies in order to satisfy consumers' needs and wants, and in order to gain competitive advantage. These strategies play critical roles in the context of unique characteristics of services and interaction between employee and consumer, when they are examined from the service firms' perspectives.

Ethnocentrism formally defined as "that view of things in which one's own group is the center of everything and all others are scaled and rated with reference to it". Stated less formally, ethnocentrism is the habit of each group taking for granted the superiority of its culture. As seen from the definition, ethnocentrism is in close relationship with culture. Culture includes knowledge, belief, art, morals, law, custom and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society. Stated more simply, culture is everything which is socially learned and shared by the members of a society. Ethnocentrism makes our culture into a yardstick with which to measure all other cultures as good or bad, high or low, right or queer in proportion as they resemble ours. All groups stimulate the growth of ethnocentrism, but not all members of the group are equally ethnocentric.

An ethnocentric staffing policy is one in which all key management positions are filled by parent-country nationals. Firms pursue an ethnocentric staffing policy for three reasons. First, the firm may believe the host country lacks qualified individuals to fill senior management positions. This argument is heard most often when the firm has operations in less developed countries. Second, the firm may see an ethnocentric

staffing policy as the best way to maintain a unified corporate culture. Such reasoning tends to predominate when a firm places a high value on its corporate culture. Third, if the firm is trying to create value by transferring core competencies to a foreign operation, as firms pursuing an international strategy are, it may believe that the best way to do is to transfer parent-country nationals.

Hotel employees sometimes may show ethnocentric tendency in their decisions or in their work routines. This may be more critical and dangerous if they are interacting with guests. Knowing employees' ethnocentric tendency may give important clues to hotel companies about their performance and organizational behavior. This study aims to identify ethnocentric behavior tendencies of 129 boundary spanning role employees, who work in 5 star hotels of Ankara, using *Employee Ethnocentrism Survey*. The reliability and validity of the survey instrument was assessed. Also in this study, independent t-test and analysis of variance tests were used to investigate differences, among respondents' demographic variables. The results demonstrated that, boundary spanning role employees of 5 star hotels in Ankara have moderately ethnocentric tendency, and several significant differences in terms of respondents' age and gender. Male employees, 39 age and elders, and high school graduates show a higher ethnocentric tendency among the hotel employees.