

Turizm İşletmelerinde Karşılaşılan Satıcı Tacizine (Hanuççuluk) Yönelik Müşteri Tutumlarının İncelenmesi: Burhaniye Örneği (Examining of Customers' Attitudes Towards Vendor Harassment (Commissioning) Encountered in Tourism Businesses: Case of Burhaniye)

Serkan AYLAN^a İsmet KAYA^b

^a Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye. serkaylan@gmail.com

^b Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Türkiye. ismetkaya99@yahoo.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Turizm işletmeleri Hanuççuluk Turist tacizi Satıcı davranışları Burhaniye Gönderilme Tarihi 25 Eylül 2020 Revizyon Tarihi 25 Kasım 2020 Kabul Tarihi 7 Aralık 2020 Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Amaç – Bu araştırmanın amacı, turizm işletmelerinden ürün (mal veya hizmet) satın alan yerli turistlerin karşılaştıkları rahatsız edici satış odaklı davranışlara yönelik tutumlarını tespit etmek ve bu tutumların demografik değişkenler açısından farklılaşma gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Yöntem – Araştırmanın evrenini Eylül 2019 tarihinde Burhaniye'ye gelen yerli turistler, örneklemini ise söz konusu tarihte Burhaniye'ye tatile gelen 388 yerli turist oluşturmaktadır. Betimsel araştırma modeli benimsenen ve nicel araştırma yöntemiyle desenlenen çalışmada amaçsal örneklem yöntemi kullanılmış olup, araştırma verileri anket yöntemiyle toplanmıştır. İki bölümden oluşan anketin ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorular, ikinci bölümünde ise katılımcıların rahatsız edici hanuççuluk ve diğer satıcı tacizi içerikli davranışlara yönelik tutumlarını ortaya koyan ifadelerle yer verilmiştir. Elde edilen veriler normal dağılım göstermemesi sebebiyle, nonparametrik farklılık testlerinden Mann Whitney U, Kruskal Wallis H ve Posthoc Tamhane Testlerine tabi tutulmuştur. Bulgular – Yapılan analizler neticesinde, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir durumu değişkenleri açısından karşılaştıkları hanuççuluk ve diğer satıcı tacizi davranışlarına yönelik tutumlarında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Tartışma – Türkçe literatürde turist tacizi ve hanuççuluk konusuyla ilgili yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak nitel yöntemler benimsenerek yapıldığı görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde nicel araştırma deseni kullanılarak hazırlanan bu araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Turizm sektöründeki işletmeler ve dolayısıyla tüm sektör için büyük bir problem haline gelen hanuççuluk ve diğer turist tacizi türlerine yönelik turist algısının ölçülmesi yönünde bir ölçek geliştirme çalışması yapılabilir.

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Tourism businesses Commissioning Tourist harassment Vendor behaviors Burhaniye Received 25 September 2020 Revised 25 November 2020 Accepted 7 December 2020 Article Classification: Research Article	Purpose – The purpose of this study is to determine the attitudes of domestic tourists who buy products (goods or services) from tourism businesses towards disturbing sales-oriented behaviors and to reveal whether these attitudes differ in terms of demographic variables. Design/methodology/approach – The population of research consists of the domestic tourists who came to Burhaniye in September 2019, and the sample consists of 388 local tourists who came to Burhaniye on that date. The purposeful sampling method was used in the study, which adopted a descriptive research model and patterned with quantitative research method, and the research data were collected by survey method. In the first part of the questionnaire, which consists of two parts, questions about the demographic characteristics of the participants, and in the second part, statements revealing the participants' attitudes towards behaviors involving annoying commissioning and other vendor harassment were included. Since the data obtained did not show a normal distribution, they were subjected to nonparametric difference tests Mann Whitney U, Kruskal Wallis H and Posthoc Tamhane Tests. Findings – As a result of the analysis, significant differences were found in the attitudes of the participants towards commissioning and other vendor harassment behaviors in terms of gender, age, marital status, education level and income status variables. Discussion – In the Turkish literature, it is seen that the studies on tourist harassment and commissioning are mainly done by adopting qualitative methods. When evaluated from this point of view, it is thought that this study prepared using a quantitative research design will contribute to the literature. A scale development study can be conducted to measure the perception of tourists towards commissioning and other types of tourist harassment, which have become a major problem for businesses in the tourism sector and therefore for the all sector.

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Aylan, S., Kaya, İ. (2020) Turizm işletmelerinde Karşılaşılan Satıcı Tacizine (Hanuççuluk) Yönelik Müşteri Tutumlarının İncelenmesi: Burhaniye Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (4), 4065.-4084