

TURİZM

ALANINDA

GÜNCEL KONULAR VE YAKLAŞIMLAR

EDİTÖRLER

Dr. Öğr. Üyesi Özgür YAYLA
Öğr. Gör. Dr. Hakan ÇETİNER

cizgi
KİTAP E Vİ

BÖLÜM YAZARLARI

Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU

Doç. Dr. Evren GÜÇER

Dr. Öğretim Üyesi Ali SOLUNOĞLU

Dr. Öğretim Üyesi Emin ARSLAN

Dr. Öğretim Üyesi Emrah KESKİN

Dr. Öğretim Üyesi Emrah ÖRGÜN

Dr. Öğretim Üyesi Günay EROL

Dr. Öğretim Üyesi Hakan KENDİR

Dr. Öğretim Üyesi İlker ÇİNBİLGEL

Dr. Öğretim Üyesi Muhammet Cenk BİRİNCİ

Dr. Öğretim Üyesi Özgür YAYLA

Dr. Öğretim Üyesi Vedat YİĞİTOĞLU

Öğr. Gör. Dr. Gizem ÖZGÜREL

Arş. Gör. Dr. Cemal Ersin SİLİK

Dr. Ebru Nalan CEYLAN

Dr. Yusuf DÜNDAR

Akademik unvan ve harf sırası gözetilerek sıralanmıştır.

Bu kitapta yer alan her bölümün tüm sorumluluğu (görseller, tablolar, çizelgeler, çizimler, grafikler, direkt alıntılar, etik/kurum izni vb.) yazarlara aittir.

Herhangi hukuki bir olumsuzlukta Çizgi Kitabevi Yayınları ve kitap editörü hiçbir konuda bir yükümlülük ve hukuki sorumluluğu kabul etmez, hukuki yükümlülük altına alınamaz. Her türlü hukuki yükümlülük ve sorumluluk ilgili bölüm yazar(lar)ına aittir.

Çok bölümlü/yazarlı olan bu kitap maddi bir değer ile alınıp satılamaz. Kitapta yer alan bilgiler alıntı yapılmak ve ilgili alıntıya atıf yapılmak koşulu ile kaynak gösterilmek üzere bilimsel ya da ilgili araştırmacılar tarafından kullanılabilir.

ÇİZGİ
K İ T A B E V İ

Çizgi Kitabevi Yayınları
E-Kitap

Genel Yayın Yönetmeni
Mahmut Arlı

©Çizgi Kitabevi
Şubat 2021

ISBN: 978-605-196-579-6
Yayıncı Sertifika No:17536

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI
- Cataloging in Publication Data (CIP) -
EDİTÖRLER
YAYLA, Özgür | ÇETİNER, Hakan
TURİZM ALANINDA
GÜNCEL KONULAR VE YAKLAŞIMLAR

Sayfa Düzeni ve Kapak Tasarımı
Ozsum Academy
Tel: +90 541 191 57 91

Baskıya Hazırlık: Çizgi Kitabevi Yayınları
Tel: 0332 353 62 65- 66

ÇİZGİ KİTABEVİ

Sahibiata Mah. Alemdar Mah.
M. Muzaffer Cad. No:41/1 Çatalçeşme Sk. No:42/2
Meram/**Konya** Cağaloğlu/**İstanbul**
(0332) 353 62 65 - 66 - (0212) 514 82 93
www.cizgikitabevi.com
f t @ / cizgikitabevi

- BÖLÜM 10 -

**MADDİ OLMAYAN SERMAYE TÜRLERİNİN TURİZM
İŞLETMELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Dr. Öğretim Üyesi Emrah ÖRGÜN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, USET MYO

E-posta: emrahorgun@gmail.com

Orcid: 0000-0001-9597-637X

1. GİRİŞ

Günümüzde işletmecilik dünyasına pek çok yeni kavramın dâhil olduğu gözlemlenmektedir. İşletmeler, her geçen gün daha fazla rekabetçi bir ortamda ve değişken çevresel koşullarda faaliyetlerini sürdürmek zorunda kalmaktadırlar. Yoğun rekabet şartlarında devamlılıklarını sağlayabilmeleri ve var oluş amaçlarını gerçekleştirebilmeleri gittikçe zorlaşan işletmeler kaynaklarını etkin ve verimli kullanmanın yollarını aramaktadır. Dolayısıyla kaynaklarını etkin kullanamayan işletmeler faaliyetlerini sürdüremezken etkin bir kaynak yönetimine sahip işletmeler ise pazar paylarını arttırmakta ve her geçen gün rakiplerine karşı daha güçlü olmaktadır.

İşletme kaynakları, klasik yönetim uygulamalarının hüküm sürdüğü yıllarda yalnızca maddi unsurlar olarak nitelendirilen emek, sermaye ve doğal kaynaklar gibi faktörleri tanımlamak için kullanılmaktaydı. Ancak günümüzde işletme kaynaklarını yalnızca üretim faktörleriyle tanımlamak mümkün değildir. İşletme alanında yapılan çalışmalar, işletmeleri başarıya ulaştırmada söz konusu kaynakların yeterli olmayacağını, bunların yanı sıra işletmelerin sahip olması gereken birtakım farklı kaynakların var olması gerektiğinden bahsetmiştir (Toraman, Abdioğlu ve İşgüden, 2009).

Klasik yönetim anlayışı ve klasik iktisat teorileri sermayeyi maddi unsurlar olarak görmektedir. Ancak bu anlayışa bazı araştırmacılar karşı çıkmıştır (Joia, 2008). Özellikle Veblen'in "maddi olmayan sermaye" olarak tanımladığı ve klasik maddi sermaye tanımının dışındaki unsurların varlığı işletme araştırmalarında sermaye kavramına yeni özellikler kazandırmıştır. Ortak kurallar, güven, işbirliği ve bilgi gibi somut olmayan ve kolay ölçümlenemeyen unsurların üretim üzerindeki etkisinin saptanması söz konusu bu ve benzer unsurların da sermaye olarak tanımlanmasına sebep olmuştur (Schultz, 1961; Bourdieu, 1986). Değişen rekabet ortamında maddi sermaye kadar maddi olmayan sermaye unsurlarının da işletmeler açısından hayati öneme sahip olduğu görülmüştür.

Ayrıca işletme alanında yapılan çalışmalar maddi olmayan sermaye unsurlarının maddi sermaye unsurlarından daha önemli olduğunu vurgulamaktadır (Görmüş, 2009).

İşletmelerin insan faktörünün önemini kavramalarıyla birlikte fiziki sermaye kavramının yanına insan sermayesi kavramı da yerleşerek ilk kez klasik sermaye anlayışının dışında bir unsur sermaye adı altında tanımlanmıştır (Doğan ve Şanlı, 2003). Daha sonraları maddi ya da manevi, bilimsel, kültürel, entelektüel, psikoloji ve sosyal tüm unsurlar sermaye olarak tanımlanmaya başlanılmıştır (Berber, 2004).

Kişilerin fayda sağlamak amacıyla sosyal ağlara yaptıkları yatırımları sosyal sermaye (Lin, 1999; Bourdieu, 1986), kişilerin sahip olduğu bilgi, beceri, yetenek ve nitelikler beşeri sermaye (Albayrak ve Abdioğlu, 2020), eğitim yoluyla elde edilen bilgi ve beceriler kültürel sermaye (Marshall, 1999), kişilerin içiresinde buldukları olumlu olma durumlarına ise psikolojik sermaye (Luthans ve Jersen, 2005) olarak tanımlanmaktadır.

Maddi olmayan sermaye türleri, tanımlarından da anlaşılacağı gibi insan ve insan yeteneklerine odaklanmaktadır. Günümüz dünyasında özellikle emeğin yoğun olarak kullanılmak zorunda kalındığı hizmet sektöründe söz konusu maddi olmayan sermaye türleri diğer sektörlerle göre çok daha önemli olmaktadır. Çünkü makineleşmenin kısıtlı olması nedeniyle hizmet sektörü emek gücüne dayanmaktadır. Dolayısı ile her bir organizasyonun söz konusu sermaye türlerine yatırım yapmaları gerekmektedir ancak hizmet sektörünün çok daha fazla bir yatırım ile bu alandaki güçlerini arttırmaları onların verimlilik ve etkinliklerine ivme kazandıracaktır.

Tüm sermaye türleri birbirlerine dönüştürülebilirler. Örneğin maddi sermaye ile verilen eğitim işletmelerin beşeri sermayesini artırmasına olanak sağlayacaktır. Dolayısı ile işletmeler güçlü yanlarını ve zayıf yanlarını sermayelerini birbirine dönüştürerek dengede tutabilme imkânına sahiptirler. Sermaye kavramını inceleyen Bourdieu (1986) insan davranışlarını anlamının ve kar sağlamanın yalnızca fiziksel sermaye ile mümkün olmayacağını, kültürel ve sosyal sermaye gibi fiziki olmayan sermaye türlerinin de irdelenmesi gerekliliği savunmaktadır. Ayrıca fiziki sermayenin diğer sermaye türlerine basitçe çevrilebileceğini vurgulamaktadır. Şekil 1'de sermaye türleri ve kapsamaları görülmektedir.

Ekonomik sermaye	→	Beşeri sermaye	→	Sosyal sermaye	→	Psikolojik sermaye
Neye sahipsin?		Ne biliyorsun?		Kimleri tanıyorsun?		Kimsin?
Finans Somut varlıklar		Deneyim Eğitim Beceriler Bilgi Fikir		İlişkiler Sosyal ağlar Arkadaşlar		Öz yeterlilik Ümit İyimserlik Dayanıklılık

Şekil 1. Sermaye Kavramının Genişletilmesi

Kaynak: Luthans, Luthans ve Luthans, 2004

Günümüzde beşeri, sosyal ve psikolojik sermaye organizasyonlardaki insan değerinin daha iyi anlamak ve ondan daha fazla faydalanabilmek için üzerine düşünülmesi gereken unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Luthans, Luthans ve Luthans, 2004). Çalışma kapsamında söz konusu bu sermaye türleri üzerinde durulmaktadır. Beşeri, sosyal ve psikolojik sermaye turizm işletmeleri kapsamında değerlendirmektedir. Hizmet sektörü içinde önemli bir yere sahip olan turizm işletmeleri insana ve emeğe dayalı bir yapıya sahip olmaları nedeniyle sahip oldukları maddi olmayan sermaye türlerini en iyi şekilde yönetmek durumundadırlar.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Psikolojik sermaye

Psikolojik sermaye, pozitif örgütsel davranışın sahaya yansımından ortaya çıkmaktadır. Çalışanların geliştirilebilir ve pozitif yönlerine odaklanarak iyi olan özelliklerinin artırılması amacını taşımaktadır. Diğer bir deyişle çalışanların üstlendikleri zor görevleri yerine getirme ve karşılaştıkları engelleri aşabilme kabiliyeti psikolojik sermaye olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple psikolojik sermaye çoğunlukla pozitif psikolojik sermaye olarak da isimlendirilmektedir. Pozitif psikolojik sermaye, öz-

yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık alt boyutlarından oluşmakla birlikte kavram, onu oluşturan bu boyutların toplamından daha fazla bir anlam ifade etmektedir (Luthans, Youssef ve Avolio, 2006).

Son zamanlarda çalışanlar üzerine yapılan çalışmalar psikolojik sermayenin işletmeler açısından önemini daha fazla ortaya çıkartmaktadır. Psikolojik sermayenin çalışanlar üzerindeki etkisinin anlaşılması turizm araştırmacılarını ve işletmelerini bu kavramı incelemeye teşvik etmektedir. Güçlü yönleri gelişen çalışanların iş performansı buna bağlı olarak da işletme performansının artması psikolojik sermayeyi her geçen gün daha da önemli kılmaktadır (Çelik ve Bilginer, 2018). Bununla birlikte psikolojik sermaye işletmeler açısından sürdürülebilir büyüme ve gelişme için kilit rol oynamaktadır (Karaman, Macit ve Karatepe, 2020).

Psikolojik sermaye 4 ana bileşenden oluşmaktadır. Bu alt boyutlar; öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılık olarak ifade edilebilir. (Luthans, Luthans ve Luthans, 2004).

2.1.1. Umut

Umut, çalışanların hem kendisi hem de işletmesi için pozitif amaçlar belirlemesi ve bu amaçlara ulaşabilmek için olumsuzlukların üstesinden gelebilme inancı olarak tanımlanabilir (Çetin ve Basım, 2012). Umut düzeyi yüksek olan bir çalışan hedeflerine ulaşmada kararlı olmalıdır. Karşılaştığı engelleri aşabilmeli ya da amacına ulaştıracak alternatif yollar arayarak hedefine ulaşmaya çalışmalıdır. Bu tip çalışanlar özgür ve yaratıcı düşünceye sahip, alternatif yollar belirlemede geniş bir perspektifi bulunan, sorunlara yeni çözümler arayan kişilerdir. Bu nedenle turizm işletmeleri umut seviyesi yüksek çalışanlar ile örgütsel amaçlarına ulaşmada daha başarılı olabilirler.

2.1.2. Öz yeterlilik

Öz yeterlilik, zorlu görevlerde sonuca ulaşabilmek için gereken mücadelenin gösterilmesi ve bu doğrultuda çalışanın kendine güven duyması olarak tanımlanabilir. Öz yeterlilik seviyesi yüksek çalışanlar zorlu görevlerin üstesinden gelmede kendilerine güvenmektedirler (Stajkovic ve Luthans, 1998). Çalışanların kendilerine duydukları bu güven ile görevleri başarmak için gerekli olan motivasyona sahip olacaklardır. Öz yeterliliği yüksek, kendine güvenen ve motivasyona sahip çalışanlar, zorlu görevlerin üstesinden gelecek çabayı gösterecek ve başarıya ulaşacaklardır. Aksi halde öz yeterliliği düşük çalışanlar zorlu görevler karşısında ya en baştan pes edip vazgeçecek ya da

istemsizce göreve başlayacak ve büyük ihtimal görevi tamamlayamadan bırakmak zorunda kalacaklardır. Bu durumda öz yeterliliği düşük çalışan görevi yerine getiremedikçe kendine olan güveni ve inancı iyice azalacak ve öz yeterlilik seviyesi daha da düşecek buna karşın öz yeterliliği yüksek olan çalışanlar ise her başardıkları görevde güven tazeleyecek ve yeni görevleri başarmada daha istekli olacaklardır. Luthans, Youssef ve Avolio (2007), öz yeterliliği çalışanın kendi kendine öğrenebildiği ve zamanla geliştirebildiği bir unsur olarak görmektedir. Öz yeterlilik, çalışanın kendini tanımasıyla öz yeterliliğinin farkına varacak ve küçük müdahalelerle geliştirmesine olanak sağlanacak bir niteliktir.

2.1.3. İyimserlik

İnsanlar yaşadıkları olumlu durumları içsel, olumsuz durumları ise dışsal nedenlere bağlama eğilimindedirler. İyimserlik kişinin yaşadığı olumsuzluklara rağmen geleceğe olumlu bakabilme yetisidir. Diğer bir deyişle iyimserlik, çalışanın içinde bulunduğu şu anki durum ve geleceği için olumlu beklenti içinde bulunmasıdır. İyimserlik, çalışanların performanslarına olumlu katkı sağlayabilen bir unsurdur (Erkuş ve Fındıklı, 2013). Ancak iyimserliğin negatif durumlara yol açması da olasıdır. Özellikle iyimserlik seviyesi yüksek kişiler içinde buldukları durumu nesnel değerlendiremeyebilir hatta gelecekte oluşabilecek olumsuz durumları göremeyebilirler. Böylece önlem alınması gereken durumlar göz ardı edilebilir ve bu durum sonucunda hedeflere ulaşmada hatalar yapılma ihtimali doğabilir. Söz konusu olumsuzlukların yaşanmaması için aşırı iyimserlikten kaçınılmalı ve içinde bulunulan koşullar realist bir yaklaşımla analiz edilmelidir (Luthans, 2002). Karşılaşılan problemin üstesinden gelebilmek adına iyimser olmak işletmelere avantaj sağlarken göz ardı edilen, umursanmayan aksaklıkların da işletmeye problem olacağı unutulmamalıdır.

2.1.4. Dayanıklılık

Dayanıklılık, çalışanların karşılaştıkları önemli bir sıkıntı, engel ya da sorun ile başa çıkma kabiliyetidir. Dayanıklılık seviyesi yüksek bir çalışan karşılaştığı engellerle baş edebilir ve başarıya ulaşabilmek için görevine devam eder. Çalışanların dayanıklılık seviyeleri zamanla değişebilir. Yöneticiler uygun şartlar sağlayarak ve çevresel faktörlerin de katkısı ile çalışanlarının dayanıklılıkları arttırabilir. Dayanıklılık olumsuz durumların üstesinden gelebilme durumu olarak nitelendirilse de içinde bulunduğu durumu kabullenme ve söz konusu o duruma uyum sağlama olarak da tanımlanabilmektedir (Keleş, 2011: 348). Bununla birlikte dayanıklılık kavramı yalnızca olumsuz durumlarla

ilgili değildir. Takım arkadaşlarının işten çıkartılması ya da arkadaşları tarafından görmezden gelme gibi durumların üstesinden geldiği gibi sorumlukların artması ve yüksek beklentilerin gerçekleşmesinden kaynaklanan oluşabilecek durumlara karşı da dayanıklılık seviyesi önem teşkil etmektedir (Luthans, Youssef ve Avolio, 2007: 121).

2.2. Sosyal sermaye

Sosyal sermaye kavramını konu alan çalışmalar incelendiğinde kavramın net bir tanımının olmadığı görülmektedir. Farklı alanlarda yapılan çalışmalar sosyal sermaye terimini kendi alanlarına göre tanımlama eğiliminde oldukları görülmektedir. Konuyla ilgili ilk ciddi çalışmalara sahip olan Bourdie'nun (1986), sosyal sermayeyi insan etkileşimi için oldukça önemli bir unsur olarak görmüş ve çalışmalarıyla kavramın tanınmasında büyük rol oynamıştır. Kavramı örgütsel çalışmalar alanına uyarlayan Nahapiet ve Ghoshal (1998), sosyal sermayeyi birey ve grupların sahip oldukları ilişki ağlarından meydana gelen olası ve mevcut kaynakların tümü olarak tanımlamaktadır. Sosyal sermaye, karşılıklı faydanın elde edilebilmesi için çalışanların işbirliği ve koordinasyonunu sağlamayı kapsamaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin oluşumu zamana, çabaya ve diğer sermaye türlerinin durumuna bağlamak yanlış olmayacaktır. Coleman (1988), sosyal sermayenin oluşumunu güvene ve güven üzerine kurulan ilişkilere bağlamıştır. Ayrıca yazar, sosyal sermayeyi insanların eylemlerini kolaylaştıran sosyal yapılar olarak görmektedir. Coleman (1988) beşeri sermaye ile yeni yolların oluşturulduğunu, sosyal sermaye ile ise oluşturulan bu yolların genişletildiği görüşünü savunmaktadır. Putnam (1993), sosyal sermaye ile işletme performansı arasında doğru bir orantı olduğunu vurgulamaktadır. Nahapiet ve Ghoshal (1998), örgütsel bazda incelediği sosyal sermayeyi bir bütün olarak ele almak yerine alt boyutlara indirgemenin daha doğru olacağını savunmuştur. Bilişsel, ilişkisel ve yapısal olarak adlandırdığı alt boyutların işletme performansına olumlu katkı sunacağını belirtmiştir. Bilişsel boyut kişiler ve gruplar arasında paylaşılan anlayış ve anlamı (ortak değerler ve paylaşılan dil) ifade etmektedir. İlişkisel boyut (güven ve normlar), kişi ve gruplar arasında oluşan güven, saygı ve arkadaşlık ilişkilerini yansıtır. Yapısal boyut (sosyal ağlar, ilişkiler, bağlar) ise, hem örgüt içi hem de örgüt dışı iletişim ve etkileşimi kapsamaktadır (Nahapati ve Ghoshal, 1998).

Turizm işletmelerinde sosyal sermaye kavramını inceleyen çalışmalara bakıldığında sosyal sermayenin işletme verimliliğine (Brien, Ratna ve Boddington, 2012), işletme performansına (Kim ve ark., 2013; Sainaghi ve Baggio (2014), finansal performansa

(Dai ve ark., 2015) ve bilgi paylaşımına (Çöp ve Topçu, 2019), olumlu katkısının bulunduğu görülmektedir.

2.3. Kültürel sermaye

Kültür kavramı Türk Dil Kurumu tarafından “tarihsel ve toplumsal gelişme süreci içinde oluşturulan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları oluşturmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2021). Latince kökeni “cultura” olan ve bu kelimedenden türeyen kültür kavramı etimolojik olarak toprağı ekip biçmek, işlemek anlamına da gelmektedir. Bununla birlikte kültür kavramı toplulukların ve bireylerin yaşam biçimlerinden, inanç sistemlerine, iletişim becerilerinden düşünce sistemlerine kadar tabiat dışında meydana getirdiği maddi ve manevi unsurların bütünü kültür kapsamına alınabilir (Yüksel, 2013: 28; Emil, 1997: 18). Diğer bir ifadeyle kültür, entelektüel ve sanatsal etkinlikleri içermekle birlikte, toplumun sosyal yapısını biçimlendiren, yön veren bir anlamda o topluma anlam kazandıran ortak değerleri, gelenekleri, görenekleri, insanların yaşam tarzlarını, çalışma şekillerini ve ahlaki yapıyı ifade eder (Ekşioğlu, 2012: 1).

Sermaye kavramı halk dilinde, işletme ve ekonomi alanlarında farklı anlamlar taşımaktadır. Halk dilinde sermaye, kişilerin tüm varlıklarını içine alan “servet” veya “para” anlamında, ekonomistler, sermaye kavramını “doğada serbest biçimde bulunmayan fakat insan tarafından üretilmiş üretim araçları (üretim araçları, makine, araç-gereçler vb.)”, işletme alanı ise sermaye, “işletmenin amacına ve üretim faaliyetlerine uygun olarak toplanmış maddi ve gayri maddi varlıkların tümü” olarak tanımlanmaktadır (Sürmeli, 2009:240- 241). Ancak sermaye ile ilgili yapılan klasik tanımlara günümüzde “beşerî sermaye” kavramının da eklenmesiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Böylece, yetenekli ve eğitimli insanların da işletmeye sağladığı katkının sermaye olarak nitelendirilmesi, sermaye kavramının sınırları değiştirmiş ve genişletmiştir (Yavuz, 2012). Böylece insanların kültürel yolla edindiği ve yaşam tarzına, hayat anlayışına, iş yapma şekli kısacası kişinin benliğine kattığı her şey kültürel sermayesini oluşturmaktadır. Kişinin kültürel sermayesi, sadece aileden ya da çevreden edinilmemekte, bunun yanı sıra kişinin kendi gösterdiği cabaları, aldığı eğitimle kazandığı yahut kalıtımsal olarak gelen yetenekleri de içermektedir (Özsoy, 2007).

Lamont ve Lareau (1998) kültürel sermaye kavramını, “geniş anlamda paylaşılan eğilimler, tercihler, biçimsel bilgiler, kültürel işaretler ve davranışlar” olarak ifade etmektedir. Kültürel sermaye, bireylerin kültürel farkındalıkları, estetik tercihleri ve eğitimsel kimlikleri bağlamında kaynak işlevi gören bilgi ve yetenekleri işaret etmektedir. Bourdieu (1974) kültürel sermaye kavramını; “baskın kültürel kodlara gösterilen aşinalık” şeklinde ifade etmiştir. Crossley (2001:87) kültürel sermaye kavramını; “eğitim yoluyla önce aileler ve aileler aracılığıyla da bireylere aşıl原因 sosyal bir yapı” olduğunu ifade etmiştir. Yani aileler kendi deneyimledikleri eğitim süreçlerini çocuklarına aktarmaktadır. Bu sayede kültürel faktörler ve edinilen bilgiler bireylere aktarılmaktadır. Bu bağlamda kültürel sermaye, toplumu ve bireyleri bir arda tutan manevi unsurları, aile tarafından ve eğitimle edinilmiş nitelikleri içeren sermaye türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Baran, 2008: 89; Karadal ve Merdan, 2018:205).

Bourdieu’ya göre kültürel sermaye üç farklı şekilde oluşmaktadır (Baran, 2008 ve Özdemir, 2007) Bunlar;

İçselleşmiş (embodied) Kültürel Sermaye: Meşru kültürel tavırları, tercihleri ve davranışları içerir ve sosyalizasyon sürecinde içselleştirilir.

Kişiselleşmiş (objectified) Kültürel Sermaye: Kitap, resim, bilgisayar gibi devredilebilir, aktarılabilir ürünleri içerir ama bunların kıymetinin bilinmesi için kültürel sermayenin içselleşmiş formuna ihtiyaç vardır.

Kurumsallaşmış (institutionalised) Kültürel Sermaye: İçselleşmiş kültürel sermayeyi belgeleyecek nitelikte okulla edinilen diploma ve sertifikaları içerir.

2.4. Beşeri sermaye

Beşerî sermaye en genel ifadeyle, bireylerin sahip oldukları bilgi, yetenek, beceri, tecrübe, işine karşı bağlılığı, davranışları ve değerler düzeyi ile bedensel ve zihinsel anlamda sağlamlığı ifade eden bir kavramdır. Husz (1998: 9) beşerî sermaye kavramını, “bir hane halkının ya da bir neslin üretim sürecinde kullanabileceği zamanını, tecrübesini, bilgisini ve becerisi” olarak ifade etmektedir. Beşerî sermaye kavramı, bireylerin sahip oldukları bilgi, tecrübe, yetenek, beceri ve niteliklerin; sosyal, bireysel ve ekonomik refahın yaratılmasını kolaylaştırması şeklinde ifade edilir (OECD, 2001: 18). Bu noktada beşerî sermaye teorisi, bireylerin tecrübelerini, bilgilerini ve nitelik düzeylerini artırmak için yaptıkları yatırımlar ile kazançları arasındaki ilişkiye açıklık getirmek için geliştirilmiştir. O halde beşerî sermaye yatırımları başta beslenme, sağlık ve eğitim

olmakla birlikte işgücü verimliliğinde rol oynayan faaliyetlere yapılan harcamalardan oluşmaktadır (Çalışkan ve Meçik, 2011: 14).

Beşerî sermaye, eğitilmiş işgücünün sahip olduğu deneyim, bilgi ve becerileri ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu da beşerî sermayeyi ekonomik büyümenin temel unsurlarından biri haline getirmektedir. Diğer bir deyişle beşerî sermaye, emeğin verimliliğini, niteliğini ve etkinliğini arttıran unsurların bir bütün olarak harmanlanmasıdır. Sağlık, eğitim gibi temel bileşenler beşerî sermayeyi belirlemekle birlikte sosyal sermaye de beşerî sermayenin verimli ve etkin olmasında rol oynamaktadır. Özellikle sosyal sermayenin kurumsal nitelikleri temel alması toplumsal uzlaşma ve güven konularında beşerî sermayenin verimliliğinde etkili olmaktadır (Karagül ve Masca, 2005).

Becker (1993: 16)'de eğitime, sağlığa yapılan harcamaların fiziki veya finansal sermayeyi değil de beşerî sermayeyi geliştirdiğine dikkat çekmektedir. Bunun nedeni olarak da fiziki ve finansal sermayenin kişiden ayrılamayacağı; ancak kişinin bilgisini, değerlerini, becerisini ve sağlığını kendisinden ayrılabilmesiyle açıklamaktadır.

Beşerî sermaye turizm sektörünün de odak noktasında yer almakta ve turizm sektörünün gelişimine etki edecek önemli bir unsur olarak kendini göstermektedir. Özellikle turizm hedeflerine ulaşmada belirlenecek politikaların, alınacak kararların, yatırımların belirlenmesinde önem arz etmektedir. Neticede turizm odaklı kamu politikaları bir anlamda beşerî sermayenin verimliliğini ve gelişimini artırma çabalarına hizmet ederken doğrudan beşerî sermaye için yapılan yatırımlarda verimlilik artışının hızlanmasını sağlayarak kişi başı düşen gelirin yükselmesini sağlamış olacaktır. Bu nedenle turizm sektörünü geliştirmeye yönelik faaliyetler hem beşerî sermaye gelişimine yönelik çabalara katkı sağlayacak hem de beşerî sermaye gelişiminde turizm hizmetinin kalitesini yükselterek turizm sektörünün gelişmesine ve ilerlemesine yardımcı olabilecektir (Tandoğan, 2017: 536-527).

3. SONUÇ

Günümüzde sermaye denildiğinde akla ilk gelen fiziki ya da maddi sermaye kavramı maddi olmayan sermaye kavramlarının önemini yitirmesi anlamına gelmemektedir. Bu konuyu ele alan birçok araştırma turizm işletmeleri açısından maddi olmayan sermaye türlerinin de en az maddi sermaye kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Ekonomik sermaye, işletmelerin neye sahip olduklarının parasal karşılı ile ilgili bir kavramdır. Beşeri sermaye işletme çalışanlarının deneyimi, eğitimi, bilgi ve becerileri ile oluşan bir değerdir. Sosyal sermaye ise işletme çalışanlarının güvene dayalı kurdukları ilişkiler ve sosyal ağlardır. Psikolojik sermaye, çalışanların olumlu yönleridir ve bu yönlerini arttırmalarıyla psikolojik sermaye seviyeleri de artmaktadır.

Maddi ya da maddi olmayan bu sermaye türlerinin tamamı birbirlerine çevrilebilme özelliğine sahiptirler. Turizm işletmeleri sermayelerin bu özelliğini kullanarak zayıf oldukları alana yatırım yapabilirler. Böylelikle çalışanlarının daha dayanıklı daha bilgili ya da daha yüksek seviyeli iletişim kurma becerisine sahip olmalarını sağlayabilirler.

Maddi olmayan sermaye türleri işletmelerin çalışanlarının bilgilerine, yeteneklerine ve psikolojik durumlarına odaklandığı için emeğin yoğun olduğu turizm işletmeleri açısından diğer sektörlerle göre daha fazla bir önem taşımaktadır. Çok büyük miktarlarda yatırım gerektiren turizm işletmeleri çalışanlarının hatalarından doğacak sorunlar yüzünden telafi edilmesi güç zarara uğrayabilir. Bu sebeple personeline yapacakları yatırım ile kendilerini oluşabilecek personel kaynaklı hatalardan koruyabilirler.

KAYNAKÇA

- Akgün, A.İ. & F. Şamiloğlu (2016). Entelektüel sermayenin oran analizi ve işletme performansına etkisi: Bist Örneği. 1st International Black Sea Business Administration Symposium Conference Proceedings, May 16-18, Giresun.
- Albayrak, N., & Abdioğlu, Z. (2020). Beşeri Sermaye Tahmini: Gizli Değişken Yaklaşımı. Yönetim Bilimleri Dergisi, 18 (36) , 225-254.
- Baran, A. G. (2008). Yaşlılıkta Sosyalizasyon Ve Yaşam Kalitesi. Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, (2), 86-97.
- Becker, G. S. (1993). Human Capital, A Theoretical And Empirical Analysis With Special Reference To Education. National Bureau Of Economic Research (Nber), Chicago: The University Of Chicago Pres.
- Berber, M. (2004). İktisadi Büyüme Ve Kalkınma., Trabzon: Derya Kitabevi.
- Bontis, N. (2004). National Intellectual Capital Index: A United Nations Initiative For The Arab Region. Journal Of Intellectual Capital, 5(1), 13-39.
- Bourdieu, P. (1974). The School As Aconservative Force. In Eggleston, J. (Ed.), Contemporay Research İn The Sociology Of Education. London: Methuen.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms Of Capital, J. Richardson (Ed.), Handbook Of Theory And Research For Sociology Of Education. New York: Greenwood Press.
- Brien, A., Ratna. N., & Boddington, L. (2012). Is Organizational Social Capital Crucial for Productivity Growth? An Exploration of “Trust” Within Luxury Hotels in New Zealand, Journal of Human Resources In Hospitality & Tourism, 11(2): 123-145.
- Chowdhury, L.A.M., Rana T. & Azim, M. I. (2019). Intellectual Capital Efficiency And Organisational Performance: In The Context of the Pharmaceutical İndustry in Bangladesh, Journal of Intellectual Capital, 20(6), 784-806.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in The Creation of Human Capital, The American Journal of Sociology, 94, 95-120.
- Crossley, N. (2001). The Phenomenological Habirus and Its Construction, Theory and Society, 6 (2). 81-120.
- Çalışkan, Ş., & Meçik, O. (2011). Sosyal Ve Beşeri Sermayenin Bireysel Ekonomik Getirisi Üzerine Uygulamalı Bir Analiz: Eskişehir İli Örneği. Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 7(2), 7-26.
- Çelik, M., & Bilginer, F. (2018). Psikolojik Sermayenin İş Tatmini Üzerine Etkisinde Lidere Duyulan Güvenin Aracılık Rolü: Turizm Sektöründe Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (31), 138-160.
- Çöp, S., & Topcu, M. (2019). Sosyal Sermayenin Hizmet İnovasyonu Üzerine Etkisinde Bilgi Paylaşımının Aracılık Rolü: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, Turizm Akademik Dergisi, 6(1), 31-48.
- Dai. W., Mao. Z., Zhao. X., & Mattila., A. S. (2015). How Does Social Capital Influence The Hospitality Firm's Financial Performance? The Moderating Role Of Entrepreneurial Activities, International Journal Of Hospitality Management, 51, 42-55.
- Doğan. S., & Şanlı, B. (2003). İktisadi Kalkınmada Beşeri Sermaye. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8, 173-196.
- Ekşioğlu, Ş. Z. (2012). Kültürel Sermaye ve Ekonomik Kalkınma Arasındaki İlişkinin Girdi Çıktı Analizi ve Fayda Maliyet Analizi Yöntemleri İle Türkiye İçin Değerlendirilmesi. (Doktora Tezi). Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Emil, B. (1997). Türk Kültür ve Edebiyatından Meseleler 1. Ankara: Akçağ Basım Yayın Pazarlama A.Ş.
- Erkuş, A. & Fındıklı, M. A. (2013). Psikolojik Sermayenin İş Tatmini, İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma. Journal of The School of Business Administration, 42 (2), 302-318.
- Görmüş, A. (2009). Entelektüel Sermaye ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Önemi. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(1), 57-75.
- Husz, M. (1998). Human Capital, Endogenous Growth, and Government Policy. New York: Peter Lang Pub.

- Joa, L. A. (2008). The Impact of Government-To-Government Endeavors on The Intellectual Capital of Public Organizations. *Government Information Quarterly*, 25, 257.
- Karadal, H., & Merdan, E. (2018). Hizmet İnovasyon Davranışının Geliştirilmesinde Kültürel ve Sosyal Sermayenin Rolü. *International Journal of Academic Value Studies*, 4(18), 203-212.
- Karagül, M., & Masca, M. (2005). A Literature Review on Social Capital. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 37-52.
- Karaman, M., Macit, M., & Kuşcu Karatepe, H. (2020). Psikolojik Sermayenin İş Performansına Etkisi: Sağlık Çalışanlarında Bir Uygulama. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 127-146.
- Kim, T., Lee, G., Paek, S., & Lee, S. (2013). Social Capital, Knowledge Sharing and Organizational Performance: What Structural Relationship Do They Have in Hotels? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25 (5), 683-704.
- Lamont, M. & Lareau, A. (1988). Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Developments. *Sociological Theory*, 6(2), 153-168.
- Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, 22 (1), 28-51.
- Luthans, F., & Jensen, S. M. (2005). The Linkage Between Psychological Capital and Commitment to Organizational Mission: A Study of Nurses. *Jona*, 35(6), 304-310.
- Luthans, F. (2002). Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths. *Academy of Management Executive*, 16(1), 57-72.
- Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive Psychological Capital: Beyond Human and Social Capital. *Business Horizons*, 47(1), 45.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological Capital: Developing The Human Competitive Edge*. Oxford: Oxford University Press.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, Çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and The Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- OECD (2001). *The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital*. Paris: Centre For Educational Research and Innovation.
- Özdemir, A. A. (2007). Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özsoy, C. (2007). Pierre Bourdieu'nün Temel Kavramlarına Giriş. *Sosyoloji Notları*, (1), 15-21.
- Pena, I. (2002). Intellectual Capital And Business Start-Up Success. *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), 180-198.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Sainaghi, R., & Baggio, R. (2014). Structural Social Capital and Hotel Performance: Is There A Link? *International Journal of Hospitality Management*, 37, 99-110.
- Schultz, T. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17. Retrieved January 31, 2021, From <http://www.jstor.org/stable/1818907>
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Social Cognitive Theory and Self Efficacy: Going Beyond Traditional Motivational and Behavioral Approaches. *Organizational Dynamics*, 26, 62-74.
- Tandoğan, D. (2017). Türkiye'de Turizm ve Beşeri Sermaye Gelişimi İlişkisi: 1970-2013 Nedensellik Yaklaşımı. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 525-534.
- Türk Dil Kurumu, <https://sozluk.gov.tr/>, (ET. 2021.01.15).
- Toraman, C., Abdioğlu, H., & İşgüden, B. (2009). İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 91-120.
- Yavuz, S. (2012). İşletmelerde Sosyal Sermayenin Ölçülmesi ve Raporlanmasına Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi) Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).