

# Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği

**Yrd. Doç. Dr. Şevki ULAMA**

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi  
Turizm İşletmeciliği Bölümü  
ulama@sakarya.edu.tr

**Prof. Dr. Orhan BATMAN**

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi  
Turizm İşletmeciliği Bölümü  
obatman@sakarya.edu.tr

**Hülya ULAMA**

Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı  
Yüksek Lisans Öğrencisi  
hulyaulama@gmail.com

**Özet:** *Bu araştırmanın amacı; lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik algılamalarını tespit etmek, bu algılamaların boyutlarını belirlemek ve belirlenen boyutların demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini saptamaktır. Veriler 2014 yılında Sakarya Üniversitesi'nde lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 677 öğrenciden anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Faktör analizi yapılarak turizm endüstrisine yönelik olumlu ve olumsuz ifadelerden oluşan değişkenlerin altı boyutta toplandığı belirlenmiştir. Algılama boyutlarının katılımcıların bazı demografik özellikleri itibarıyla farklılık gösterdiği tespit edilmiş ve bu farklılıkların nedenleri yorumlanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular ışığında ulaşılan sonuçlara dayalı olarak çeşitli öneriler geliştirilmiştir.*

**Anahtar kelimeler:** *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi, Turizm Endüstrisinde Kariyer, Turizm Lisans Öğrencilerinin Kariyer Algılamaları, Sakarya Üniversitesi.*

## A Research Towards Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: The Case of Sakarya University

**Abstract:** *The purpose of this research is to determine career perceptions of undergraduate tourism students towards tourism industry, identify dimensions of*

*the career perceptions, and analyze whether there are differences between specified dimensions and demographic variables. The data were collected from 677 students studying tourism at undergraduate level in Sakarya University by using questionnaire technique in 2014. According the factor analysis, six dimensions were extracted from negative and positive statements towards tourism industry. Some differences were determined between perception dimensions and demographic variables, and reasons of differences were interpreted. According to research findings, several recommendations were developed based on the results.*

**Keywords:** *Tourism Education at Undergraduate Level, Career in Tourism Industry, Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students, Sakarya University.*

## Giriş

Turizm dünyada ve Türkiye’de sürekli gelişen ve büyüyen bir endüstridir. Dünya genelinde uluslararası turizm hareketlerine katılan turist sayısının 2030 yılında 1,8 milyar kişi dolaylarında olacağı tahmin edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü’nün verilerine göre 2014 yılında uluslararası turizm hareketlerine katılan turist sayısı bir milyar 133 milyon kişi, gerçekleşen turizm harcamaları bir trilyon 245 milyar A.B.D. dolarıdır (WTO, Tourism Highlights, 2015:4-5). Dünya genelinde yaşanan turist sayısındaki artış oranları Türkiye’ye de yansımıştır. 2014 yılında Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısı; 4,8 milyonu yurt dışında ikamet eden vatandaş, 36,8 milyonu yabancı olmak üzere toplam 41,6 milyondur. (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). 2014 yılında elde edilen turizm geliri 34,3 milyar A.B.D. doları olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2015).

Turist sayısı ve harcamalardaki artış istihdama da yansımaktadır. Turizm genellikle istihdam yaratan bir endüstri olarak değerlendirilmektedir (Riley ve Szivas, 2009:297). Turizm ve seyahat endüstrisinin dünya ölçeğinde ekonomik etkilerinin değerlendirildiği, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi 2015 yılı raporuna göre; doğrudan istihdam edilen kişi sayısı 2014 yılında 105 milyon iken, bu rakamın 2015 yılında %2 artarak 107 milyonun üzerine çıkacağı öngörülmektedir. 2024 yılına kadar her yıl ortalama %2 oranında artış ile turizm ve seyahat endüstrisinde doğrudan istihdam edilen kişi sayısının 130 milyon olacağı tahmin edilmektedir. (WTTC-Dünya Raporu, 2015:4).

Türkiye’de turizm endüstrisine ilişkin istihdam istatistikleri düzenli ve açıklayıcı değildir. Ancak bir fikir vermesi bakımından, Türkiye İstatistik Kurumu’nun yayınladığı 2014 yılına ilişkin istatistiklerde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerinde toplam bir milyon 351 bin kişinin çalışmakta olduğu belirtilmektedir (TÜİK, 2014:40). Bu rakamın turizm endüstrisine ilişkin istihdamı tam anlamıyla yansıtmadığını söylemek mümkündür. Bu nedenle, Dünya

Turizm ve Seyahat Konseyi'nin Türkiye raporundaki istihdam rakamlarını da belirtmek yararlı olabilir. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi 2015 yılı Türkiye raporuna göre; seyahat ve turizm endüstrisindeki doğrudan istihdam 2014 yılında 580 bin kişiye (toplam istihdam içindeki oranı %2,2), bu rakamın 2015 yılında %5,9 artarak 614 bin kişiye çıkacağı öngörülmektedir. 2024 yılına kadar her yıl ortalama %4,1 oranında artış ile turizm ve seyahat endüstrisinde doğrudan istihdam edilen kişi sayısının 915 bin olacağı tahmin edilmektedir. Aynı rapora göre seyahat ve turizm endüstrisinde 2014 yılında doğrudan ve dolaylı toplamı olarak gerçekleşen istihdam 2,1 milyondur (toplam istihdam içindeki oranı %8,2). Bu rakamın 2015 yılında %3,7 artarak 2,2 milyon kişiye çıkacağı öngörülmektedir. 2024 yılına kadar her yıl ortalama %2,5 oranında artış ile turizm ve seyahat endüstrisinde doğrudan ve dolaylı istihdam edilen toplam kişi sayısının 2,8 milyon (toplam istihdam içindeki oranı %9) olacağı tahmin edilmektedir. (WTTC-Türkiye Raporu, 2015:4).

Belirtilen rakamlardan da anlaşılacağı üzere turizm önemli bir istihdam alanıdır ve emek yoğun bir yapıya sahiptir. Turizm endüstrisinde beceri gerektirmeyen veya düşük düzeyde beceri gerektiren bazı işler olmasına rağmen, nitelikli işgücü büyük önem arz etmektedir. Turistlerle yüzyüze gerçekleşen işlerde ve yönetim kademelerinde nitelikli işgücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm hizmetlerinin niteliğinin artırılması, büyük oranda bu endüstride görev alacak kişilerin yetiştirilmesi ve yetiştirilen işgücünün istihdam edilmesi ile mümkün olacaktır. Bu durum turizm eğitiminin önemini ortaya koymaktadır. Turizm eğitimi kadar, bu eğitimi alan öğrencilerin turizm endüstrisinde istihdam edilmelerine yönelik konular da önem taşımaktadır.

Günümüzde özellikle eğitim-istihdam ilişkisi ve meslek standartları giderek önem kazanmaktadır. Piyasa şartları tarafından belirlenen istihdam şekilleri ve olanakları, verimli bir eğitimin de nasıl olması gerektiğine işaret eder. Eğitim-istihdam boyutunda; öncelikle meslek odaları ile tüm kademelerdeki eğitim kurumları arasında sıkı işbirliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Ülke refahının artırılması, insan gücünün düşük katma değerli faaliyetlerden ileri teknoloji kullanımını gerektiren yüksek katma değerli faaliyetlere kaydırılmasına ve verimliliğin hızla artırılmasına bağlı bulunmaktadır. Bu çerçevede eğitim-öğretim, bilim ve teknoloji altyapısının geliştirilmesi ve sanayileşmeye yeni bir ivme kazandırılması önem taşımaktadır. Bu amaçla; bilim ve teknolojilerdeki gelişme ve değişmelerin toplumumuzun ihtiyaçları doğrultusunda eğitim alanında kullanılması, bu gelişme ve değişmeleri mal ve hizmet üretimine yansıtabilecek insan gücünün yeterli sayıda ve nitelikte yetiştirilmesi zorunluluğu bulunmaktadır (TÜBİTAK, 2015).

## 1. Literatür İncelemesi

Turizm işletmelerinin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri ve sürdürebilmeleri birçok dışsal ve içsel faktöre bağlıdır. Bu faktörler içinde insan

kaynakları önemli bir role sahiptir (Tracey ve diğ., 2008:4). Nitelikli insan gücü ancak etkin ve kaliteli turizm eğitim ve öğretimiyle sağlanabilir (Eren ve diğ., 2013:16). Turizm endüstrisinde istihdam edilen personel, müşteriye hizmet vermeye çalışırken, işletme de mevcut personelle belli standart ve kalitedeki bir hizmetin müşteriye sunulmasını amaçlamaktadır. Mümkün olan en kaliteli hizmetin, emek gücünden ekonomik ve sosyal bakımdan optimal bir biçimde yararlanılarak verilmesi esas olduğundan, kullanılan işgücünün istenilen düzeyde ve yeterli bir eğitim almış olması gerekmektedir (Timur, 1993:47). Ülkelerin dünya turizm pazarından alacakları payların artırılması, bir diğer ifadeyle rekabet edebilir bir ülke olmalarının temeli; bilimden faydalanmaya, teknolojiyi kullanmaya, gerekli ve yeterli bilgi ve beceri ile donatılmış işgücü yetiştirebilecek eğitim-öğretim programları geliştirmeye ve uygulamaya dayanmaktadır (Aymankuy ve Aymankuy, 2002:29).

Eğitim; bireylerin davranışlarında kendi yaşantıları yolu ile kasıtlı olarak istenilen yönde (eğitimin amaçlarına uygun) değişiklikler yaratma süreci olarak tanımlanmaktadır (Doğan, 2003:27; Büyükkaragöz ve Çivi, 1996:25). Turizm eğitimi ise en genel şekliyle; toplumda turizm bilincini yerleştirmek, turizm kaynaklarını koruyarak bilinci geliştirmek, turiste karşı, onun ekonomik gücüne ırk, milliyet, din, dil, toplumdaki statüsüne, ahlak ve namus düzeyine, siyasi ideolojilerine göre ayırım yapmadan eşit ve dürüst hizmet etmek ahlakını ve terbiyesini vermek, turizmin sağladığı uzun vadeli çıkarlar üzerine dikkati çekerek, saygıya ve konukseverliğe dayalı bir davranış düzeni yerleştirmek şeklinde tanımlanır (Bayer, 1998:145). Daha yalın biçimde turizm eğitimi, turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu, araştırma ve planlama çalışmalarını gerçekleştirecek, işletmelerin verimliliğini artıracak, turizm endüstrisinde ve dünyada meydana gelen gelişme ve yenilikleri takip edebilecek, bilimsel metotların ortaya çıkarılması için yapılan mesleki eğitim olarak tanımlanabilir (Aymankuy ve Aymankuy, 2002: 30). Birçok çalışmada turizm eğitimine ilişkin olarak turizm endüstrisinde yer alan işletmelere nitelikli personel yetiştirilmesi hususu özellikle vurgulanmaktadır (Taşkın, 1997: 23; Hazar, 2002:67; Çimen, 2006:57; Kozak, 2009:1-2; Baltacı ve diğ., 2012:17). Bu bağlamda turizm eğitiminin amaçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Üzümcü ve Bayraktar, 2004: 80):

- Eğitim yoluyla teorik ve pratik ilişki kurmak,
- Turizm endüstrisinin gelişimine katkıda bulunmak,
- Turizm endüstrisine nitelikli personel sağlamak,
- Turizmin ekonomik kalkınmadaki önemini aktarmak,
- Ülke vatandaşlarına turizm bilinci kazandırmak,
- Turizm endüstrisinde çalışanlara mesleki formasyon kazandırmak,
- Bireylerin turizme ilgisini çekmek,
- Nitelikli turizm eğitimcileri yetiştirmek ve

- Turizm alanında araştırma ve uygulama yapan kamu kurumları ile araştırma birimlerine uzman yetiştirmek.

Türkiye’de turizm eğitimi örgün ve yaygın turizm eğitimi olmak üzere iki şekilde yürütülmektedir (Avcıkurt ve Karaman, 2002). Örgün turizm eğitimi, Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren ortaöğretim kurumları ile YÖK (Yüksek Öğretim Kurulu)’e bağlı olarak faaliyet gösteren ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programlarından oluşmaktadır. Bu noktada bazı ilköğretim ve ortaöğretim kurumlarında seçmeli olarak okutulan turizm dersleri de örgün turizm eğitimi kapsamında değerlendirilmektedir (Tuna, 2002:43).

Ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi, Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı liselerde gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan ortaöğretim düzeyindeki turizm eğitiminin amacı turizm alanında ihtiyaç duyulan ara kademe çalışanları yetiştirmek olarak ifade edilebilir (Hazar, 2002:67). Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü bünyesinde faaliyet gösteren “Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri” ve “Çok Programlı Anadolu Liseleri” konaklama ve seyahat hizmetleri ile yiyecek ve içecek hizmetleri alanlarında örgün düzeyde eğitim veren ortaöğretim kurumlarıdır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2015).

Örgün turizm eğitimi üniversitelerde önlisans, lisans ve lisansüstü olmak üzere üç farklı düzeyde verilmektedir. Meslek yüksekokulları bünyesinde gerçekleştirilen önlisans düzeyindeki turizm eğitimi, öğrencilere turizm endüstrisinin ihtiyaç duyacağı nitelikleri kazandırmak ve onların yeteneklerini geliştirmek üzere bilgi ve uygulamaya dayalı olarak gerçekleştirilen eğitimidir (2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu). Lisans düzeyinde turizm eğitimi, turizm endüstrisinin ihtiyaç duyacağı başlangıç, orta ve üst düzey yönetici pozisyonları için öğrencilerin yetiştirilmesini ifade eder. Yüksek lisans düzeyinde turizm eğitiminin amacı, turizm işletmelerinde istihdam edilebilecek üst düzey yönetici, danışman veya araştırmacılar yetiştirmektir. Turizm bilim uzmanı unvanı alan yüksek lisans mezunu bireyler turizmi akademik düzeyde irdeleyebilme becerisi kazanırlar. Doktora derecesi, yüksek lisansa dayalı olarak orijinal bir araştırmanın sonuçlarını ortaya koymayı amaçlayan bir yükseköğretim türü olarak, bireye analiz edebilmeyi, akademik başarı için araştırma yapmayı ve problem çözmeyi, öğretim ve iletişim yeteneklerini geliştirmeyi sağlayacak en yüksek standartlarda bilgiyle donatmayı amaçlar (Demirkol ve Pelit, 2002:88).

2014 yılı rakamlarıyla Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi verilen 46’sı devlet ve 17’si de vakıf üniversitesi olmak üzere toplam 63 üniversite bulunmaktadır. Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları; 25’i Turizm Fakültesi, 17’si diğer fakülteler, 18’i T.İ.O.Y.O. (Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları) ve 13’ü U.B.Y.O. (Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu) olmak üzere toplam 73 tanedir. Turizm fakülteleri ve T.İ.O.Y.O.’larda yalnızca turizm eğitimi verilirken, diğer fakültelerde (İ.İ.B.F., İşletme, İktisat, ve diğ.) ve

U.B.Y.O.'larda diğer bölümlerin yanısıra turizm işletmeciliği, vb. bölümler bulunmaktadır. Sayılan yükseköğretim kurumlarında turizm ile ilgili 106 bölüm faaliyet göstermektedir. Bu bölümler; gastronomi, gastronomi ve mutfak sanatları, konaklama işletmeciliği, otel yöneticiliği, rekreasyon yönetimi, seyahat işletmeciliği, seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, turizm işletmeciliği, turizm işletmeciliği ve otelcilik, turizm rehberliği, turizm ve otel işletmeciliği, turizm ve otelcilik ve yiyecek ve içecek işletmeciliği olmak üzere 13 tanedir. Bazı bölümler aynı eğitimi vermelerine rağmen küçük ve önemsiz değişikliklerle farklı adlar almışlardır. Lisans düzeyinde turizm eğitimi verilen bölümlerin 2014 yılı kontenjanı 10.075'tir (ÖSYM, 2014).

Turizm eğitimi alan öğrenciler mezun olduklarında turizm endüstrisinde veya başka alanlarda kariyer yapmaya başlayacaklardır. Hem işletme hem de kişi için oldukça önem taşıyan kariyer, bir kişinin yaşamı boyunca edindiği işe ilişkin deneyim ve etkinliklerle ilgili olarak algıladığı tutum ve davranışlar olarak tanımlanabilir (Güzel, 2005:121). Başka bir tanıma göre kariyer; bireyin yaşamı boyunca geliştirdiği tutumları, bilgi düzeyi ve yeterlilikleri gibi zaman içinde iş faaliyetleri ve pozisyonlar dizisi bütünüdür. Kariyeri daha geniş bir ifadeyle; para, saygınlık, prestij, başarıma arzusu, daha iyi bir yaşama biçimi, bireyin önüne çıkan fırsatlar, ödüller, terfiler, yaşam boyu gelişim şeklinde de tanımlamak mümkündür (Gürüz ve Yaylacı, 2007). Ülkelerin nüfus yapıları, gelişmişlik düzeyleri, personel rejimleri, eğitim stratejileri, küresel eğilimler, ulusal ve uluslararası rekabet koşulları makro düzeyde; bireysel yetkinlikler, arzular, fırsatlar, organizasyonel olanaklar, bölgesel faktörler mikro düzeyde kariyer yolunun çizilmesine ve belirlenmesine yol açmaktadır (Dündar, 2009:264).

Turizme endüstrisinde kariyere yönelik imaj; bir yandan çekici bir iş olduğu, diğer yandan ise yüksek düzeyde beceri gerektirmeyen düşük statüye sahip bir iş sayıldığı biçiminde iki karşıt görüşle ifade edilmektedir (Tribe ve Lewis, 2003:69; Richardson, 2009:283). Gerek Türkiye'de gerekse diğer ülkelerde yapılan çalışmalarda, turizm endüstrisinde kariyer yapma kararı üzerinde etkili olan birçok içsel ve dışsal etkenler ortaya konulmaktadır. Bu etkenlere, turizm endüstrisine olan bağlılık, işe olan ilgi, iş bulma olanağı, kendini geliştirme olanağı, terfi, iş arkadaşları ve yöneticilerle olan ilişkiler, işin saygınlığı veya sosyal statü, işin doğası ve fiziksel çalışma koşulları, kişi-endüstri uyumu, ücret ve ek gelirler örnek gösterilebilir (Duman, Tepeci ve Unur, 2006:53).

Sayılan bu olumlu etkenlerin yanısıra, üretim ve tüketimin aynı anda ve aynı yerde olması turizm çalışanını; vardiya usulü çalışma sistemi, resmi tatillerde çalışma zorunluluğu, yüksek işgören devir oranı gibi yapısal özelliklerle yüz yüze getirmektedir. Buna bağlı olarak da, turizmde kariyer yapmanın önünde stres, vardiya usulünden kaynaklanan olumsuzluklar, iş yoğunluğu, düşük ücret, gibi birçok önemli sorun bulunmaktadır. Turizm endüstrisinin

toplum tarafından olumsuz algılanması insanların turizmi gelecek vaat eden bir iş kolu olarak görmelerini engelleyebilmektedir. Bu unsurlar turizmde kariyer hedeflemeyi ve kariyer geliştirmeyi önemli oranda etkilemekte ve endüstriden ayrılma niyetini artırmaktadır (Türkay ve Eryılmaz, 2010:183).

Ülkemizde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm endüstrisinde kariyer yapma isteğine yönelik çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu araştırmaların bir bölümünde turizm eğitimi alan öğrencilerin endüstride kariyer yapma fikrine sıcak bakmadıkları anlaşılmaktadır. Birdir (2002) tarafından gerçekleştirilen çalışmada endüstrinin yapısı, çalışma koşulları, iş güvencesi, ücretler, kariyer fırsatları, turizm mesleğinin sosyal statüsü, vb. gibi etkenlerden kaynaklanan olumsuzluklar nedeniyle öğrencilerin turizm endüstrisinde kariyer yapmayı tercih etmedikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Kuşluyan ve Kuşluyan (2000) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise araştırmaya katılan öğrencilerin % 77'si turizmin stresli ve yorucu bir iş olduğunu, % 79'u çalışma saatlerinin çok uzun olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanı sıra turizmin aile yaşamını olumsuz etkilediğini belirten öğrencilerin oranı ise (% 87) dikkat çekici düzeydedir.

Turizm endüstrisinde kariyer yapma noktasındaki isteksizliğin büyük ölçüde endüstrinin yapısal özelliklerinden kaynaklandığı fikri araştırma sonuçlarına göre daha ağırlık kazanmasına rağmen, Türkay ve Solmaz (2011) bireylerin kariyer planlamalarında kişilik özelliklerinin ve sosyal durumlarının da etkili olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda turizm endüstrisindeki kariyer isteğini etkileyen çok sayıda kişilik özelliği ve içsel değişkenin olduğunu belirtmekte yarar vardır. Turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin turizm endüstrisine bakış açıları ve turizm endüstrisinde kariyer yapma ile ilgili algılama ve tutumları; mezuniyet sonrasındaki kariyer kararlarının önemli bir göstergesi olabilmektedir. Çünkü bireylerin sahip oldukları algılama ve tutumlar, gelecekte sergilenecek olan davranışları belirleme konusunda önemli yere sahiptir.

## **2. Alan Araştırması**

Bu araştırmanın konusu lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, turizm endüstrisinde kariyer yapmaya yönelik algılamalarıdır. Bir meslek sahibi olmak amacıyla eğitim alan kişilerin, o mesleğe ilişkin sahip oldukları bilgiler, görüşler, değerlendirmeler, tutumlar ve algılamalar gelecekteki kariyer hedefleri bakımından önem taşımaktadır. Araştırmanın temel amacı, öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik algılama boyutlarını belirlemek ve bu boyutların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Araştırmadan elde edilen sonuçların ve sonuçlara dayalı olarak geliştirilen önerilerin turizm eğitim kurumlarına, politika belirleyicilerine ve sektör temsilcileri ile akademik alanda konuyla ilgili çalışma yapanlara yarar sağlayacağı ve bu nedenle araştırmanın önemli olduğu söylenebilir.

Araştırma Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilere uygulanmıştır. Tamsayım yapılması amaçlanmasına rağmen yaklaşık olarak öğrencilerin %20'sine çeşitli nedenlerle ulaşılamamış olması araştırmanın kısıtlarından birisidir. Araştırmanın Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin tümüne veya onları temsil edebilecek bir örneklem grubuna uygulanmamış olması ve bu nedenle sonuçların genellenememesi de bir diğer kısıttır. Ancak bu kısıta rağmen, Sakarya Üniversitesi örneği, diğer benzer araştırmalarla karşılaştırmak suretiyle genelleme yapmaya katkı sağlayabilir.

### 2.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında birincil verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Anketler öğrencilerin okulda yoğun oldukları derslerde ve zamanlarda uygulanmıştır. Her sınıfın birinci ve ikinci öğretim öğrencilerinin zorunlu derslerinde anket yapılarak mümkün olan tüm öğrencilerin araştırmaya dahil edilmesi amaçlanmıştır. Araştırma mevcut durumu belirlemeyi amaçladığı için betimleyici türde bir araştırmadır.

Evrenin belirlenmesi amacıyla Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde kayıtlı olan aktif öğrencilerin öğretim türlerine ve sınıflarına göre listeleri öğrenci işleri yetkilisinden alınmıştır. Alınan listeler incelenerek normal ve ikinci öğretimde 1., 2., 3. ve 4. sınıflarda kayıtlı aktif 887 öğrenci bulunduğu hesaplanmıştır. Öğrencilerin tümüne ulaşmanın mümkün olduğu düşünülerek tamsayım yapılması hedeflenmiştir. Evren görece az sayıda birimden oluştuğunda tamsayım gitmek daha makul bir çözümdür (Nakip, 2003:175).

Anket formunun oluşturulmasında yazın taramasından elde edilen bilgilerin yanısıra, İstanbullu Dinçer, Akova ve Kaya (2013); Erdem ve Kayran (2013); Sarıışık (2007); Duman, Tepeci ve Unur (2006) ile Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) araştırmalarından yararlanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin turizm endüstrisinde kariyer yapmayı seçmelerine yönelik 32 adet bağımlı değişken ifade edilmiştir. Bu değişkenlere ilişkin cevap seçenekleri, katılım derecelerini belirten beşli Likert ölçeğidir. Likert ölçeği ile aralık seviyesinde bir ölçüm yapılabilmektedir (Altunışık ve diğ., 2012:117). Ölçek değerleri 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum şeklindedir. İkinci bölümde ise öğrencilere uygun 11 demografik değişkene yer verilmiştir.

Anket formunun birinci bölümündeki değişkenler genellikle olumlu ifadelerdir. Bazı değişkenler ise olumsuz ifadelerdir ve ters kodlanmıştır. Ölçeklerde ters kodlama ile özellikle cevap simetrisinin azaltılması mümkün olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, ters kodlama ile cevap asimetrisine katkı



sağlanabilir ve bu şekilde tek boyutluluk ortadan kaldırılabilir (Torlak ve Altunışık, 2009:29).

Anket formu oluşturulduktan sonra turizm akademisyenlerinden görüş alınmıştır. Öneriler doğrultusunda gerekli değişiklik ve düzenlemeler yapılmıştır. Yeniden düzenlenen anket formu araştırma evreninden seçilen 25 kişilik bir öğrenci grubuna dağıtılmıştır. Öğrencilerin geribildirimleri doğrultusunda gereksiz olduğu düşünülen bazı sorular anketten çıkarılırken, öneriler doğrultusunda bazı sorular da eklenmiştir. Anlaşılmayan ifadeler daha anlaşılır hale getirilerek ankete son şekli verilmiştir.

Araştırma 3-20 Kasım 2014 tarihleri arasında yürütülmüştür. Daha önce belirtildiği gibi öğrenci işleri yetkilisinden alınan listelere göre, Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde lisans düzeyinde öğrenim gören 887 kayıtlı aktif öğrenci bulunmaktadır. Kayıtlı öğrencilerin tümüne ulaşmak mümkün olmamıştır. Anket uygulandığı sırada bazı öğrenciler okulda bulunmadığından ve bazıları da ankete katılmak istemediklerinden 700 öğrenciden, bir başka ifadeyle kayıtlı aktif öğrencilerin %79'undan veri toplanabilmiştir.

Toplanan anketlerden 23 tanesi demografik değişkenlere cevap verilmediği ve kabul edilebilir düzeyden daha fazla eksik veri içerdiği için değerlendirmeye alınmamıştır. Dolayısıyla 677 anket analize tabi tutulmuştur. Analize tabi tutulan anketlerin kayıtlı öğrencilere oranı %76'dır. Yukarıda açıklanan nedenler dolayısıyla öğrencilerin tümünden veri toplanamamasına rağmen ulaşılan oranın tatmin edici olduğu düşünülmektedir.

## **2.2. Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi**

Anketin birinci bölümünde bulunan ve cevap seçenekleri aralıklı ölçek düzeyinde olan sorulara cevap verilmeme oranı %1,2'dir. Bu oran oldukça düşüktür. Öğrencilerin anketi doldururken bazı soruları yanlışlıkla atlamış oldukları düşünülebilir. Ankette cevap verilmeyen sorular kayıp değer olarak belirtilmiştir. Kayıp değerler rassal olduğu için beklenti enbüyükleme (Expectation Maximization) tekniği kullanılarak aralık ölçek düzeyindeki değişkenlere ait kayıp değerlerin yerine SPSS programı yardımıyla hesaplanan değerler konulmuştur. Demografik sorularda çeşitli nedenlerle cevap verilmeyen değişkenler kayıp değer olarak belirtilmiştir ve frekans dağılımları, verilen cevaplar toplamı üzerinden yapılmıştır.

Veriler sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan bir istatistik paket programı olan SPSS kullanılarak analiz edilmiştir. Anket formunun birinci bölümünde yer alan kariyer algılamalarına ilişkin değişkenlerin tepe değer (mod), ortanca (medyan), aritmetik ortalama ile standart sapmaları hesaplanmış ve normal dağılıma uygun olup olmadıklarına bakılmıştır. Verilerin normal dağılıma uyduğu belirlenmiştir.

Ayrıca güvenilirlik ve açıklayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde yer alan demografik değişkenlerin frekans dağılımları hesaplanmıştır. Demografik değişkenler itibariyle öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik kariyer algılamalarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Her iki test için anlamlılık düzeyi %5 olarak belirlenmiştir. Yalnızca anlamlı farklılık gösteren değişkenler tablo halinde verilerek yorumlanmıştır.

Anlamlı farklılık gösteren değişkenler için farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla, varyans eşitliğine bağlı olarak Tukey ve Tamhane post-hoc testleri uygulanmıştır. Post-hoc testlerinde de anlamlılık düzeyi %5 olarak alınmıştır.

### 2.2.1. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların demografik değişkenlere verdiği cevapların frekans dağılımları Tablo 1'de toplu halde görülmektedir. Tabloya göre öğrencilerin yaklaşık %43'ü kadın, %57'si erkeklerden oluşmaktadır; yaklaşık olarak %1'i 17 veya daha küçük, %34'ü 18-20, %50'si 21-23, %12'si 24-26 arası ve %3'ü 27 ve daha büyük yaşlardadır. Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%81) Marmara bölgesinde ikamet etmektedir. Marmara bölgesi dışında öğrenciler sırasıyla Karadeniz, Ege, İç Anadolu, Akdeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde ikamet etmektedirler. Katılımcıların sınıflar itibariyle dağılımı eşit düzeyde sayılabilir.

Öğrenciler lise eğitimini %70 oranıyla genellikle genel liselerde almışlardır. Diğer liselerde eğitim almış olan öğrencilerin oranı %22'dir. Dikkat çekici olan husus Anadolu Otelcilik Turizm Meslek Lisesi ve Kız Meslek Liselerinin turizm bölümlerinde eğitim almış olan öğrencilerin oranlarının %8 olmasıdır. Bunun üç nedeni olduğu düşünülebilir: bu tür meslek liselerinden mezun olan öğrenciler; (i) Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm ve Seyahat İşletmeciliği, Turizm Rehberliği, vb. gibi önlisans programlarına sınavsız olarak yerleşebilmektedirler; (ii) Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarına girişte YGS/LYS sınavlarında ek puan almaktadırlar; (iii) Turizm Fakülteleri lisans programlarına M.T.O.K. (mesleki ve teknik ortaöğretim kurumları mezunları) kontenjanı kapsamında yerleşebilmektedirler. Dolayısıyla LYS sınavında Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü için herhangi bir avantaja sahip olmayan öğrencilerin bu bölümü tercih etmek yerine, kendilerine avantaj sağlayan önlisans ve lisans programlarına yöneldikleri düşünülebilir.

Tablo 1'e bakıldığında, öğrencilerin %72'sinin turizm eğitimini kendi istekleri ile seçtikleri görülmektedir. %28'lik kısmının ise herhangi bir lisans programına yerleşmek için bu bölümü tercih ettikleri düşünülebilir. Öğrencilerin yarısının turizm endüstrisinde bir yakını çalışırken, yarısının ise turizm

endüstrisinde çalışan bir yakını yoktur. Turizm endüstrisinde çalışan bir yakını olması, öğrencilere birinci ağızdan ve ayrıntılı bilgi sahibi olma fırsatı sağlayabilir. Öğrencilerin %57'si turizm endüstrisinde staj yapmış, %43'ü ise stajlarını henüz yapmamıştır. Staj yapmış olan öğrencilerin, staj yapmayanlara nazaran turizm endüstrisi hakkında daha gerçekçi değerlendirmelere sahip olacakları ileri sürülebilir.

**Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

	Frekans (n)	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	287	43
Erkek	389	57
<b>Toplam</b>	<b>676</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>		
17 ve altı	6	1
18-20	229	34
21-23	343	50
24-26	81	12
27 ve üstü	18	3
<b>Toplam</b>	<b>677</b>	<b>100</b>
<b>İkamet edilen Bölge</b>		
Marmara	538	81
Ege	32	5
Akdeniz	12	2
İç Anadolu	26	4
Karadeniz	44	6
Doğu Anadolu	7	1
G.Doğu Anadolu	5	1
<b>Toplam</b>	<b>664</b>	<b>100</b>
<b>Sınıf</b>		
1. sınıf	158	24
2. sınıf	133	20
3. sınıf	153	23
4. sınıf	200	30
4+	19	3
<b>Toplam</b>	<b>663</b>	<b>100</b>
<b>Lise eğitimi</b>		
Genel lise	467	70
A.O.T.M.L.	35	5
Kız M.L.	18	3
Diğer lise	143	22
<b>Toplam</b>	<b>663</b>	<b>100</b>
<b>Turizm eğitimini isteyerek seçme</b>		
Evet	486	72
Hayır	190	28
<b>Toplam</b>	<b>676</b>	<b>100</b>

	Frekans (n)	Yüzde (%)
<b>Turizm endüstrisinde yakını olma durumu</b>		
Evet	340	50
Hayır	334	50
<b>Toplam</b>	<b>674</b>	<b>100</b>
<b>Turizm endüstrisinde staj yapma durumu</b>		
Evet	381	57
Hayır	292	43
<b>Toplam</b>	<b>673</b>	<b>100</b>
<b>Mezuniyet sonrası çalışma tercihi</b>		
Konaklama	157	23
Yiyecek-içecek	67	10
Seyahat	79	11
Rehberlik	56	8
Havayolu işl.	67	10
Kültür ve Turizm Bakanlığı	64	10
Eğitim kurumları	51	8
Turizm endüstrisinde çalışmayacak	81	12
Diğer	51	8
<b>Toplam</b>	<b>673</b>	<b>100</b>
<b>5 yıl sonrası için kariyer hedefi</b>		
Üst kademe yönetici	142	22
Orta kademe yönetici	397	62
Alt kademe yönetici	75	12
İşgören	28	4
<b>Toplam</b>	<b>642</b>	<b>100</b>
<b>15 yıl sonrası için kariyer hedefi</b>		
Üst kademe yönetici	534	83
Orta kademe yönetici	93	14
Alt kademe yönetici	4	1
İşgören	12	2
<b>Toplam</b>	<b>643</b>	<b>100</b>

Tablo 1'e göre, öğrencilerin mezuniyet sonrasında turizm endüstrisinde çalışmak istedikleri alanlar sırasıyla; konaklama (%23), seyahat (%11), yiyecek-içecek, havayolu işletmeciliği, Kültür ve Turizm Bakanlığı (%10'luk eşit oranlarla), rehberlik ve eğitim kurumlarıdır (%8'lik eşit oranlarla). %8'i ise diğer seçeneğini işaretlemiş ancak alan belirtmemiştir. Öğrencilerin %12'si mezuniyet sonrası turizm endüstrisinde çalışmayacağını ifade etmiştir.

Öğrencilerin 5 yıl sonrası için hedefledikleri iş pozisyonu sırasıyla; %62'lik oranla orta kademe, %22'lik oranla üst kademe, %12'lik oranla alt kademe yönetici ve %4 ile işgören olmaktır. Öğrencilerin 15 yıl sonrası için hedefledikleri iş pozisyonu ise sırasıyla; %83'lük oranla üst kademe, %14'lük oranla orta kademe, %1'lik oranla alt kademe yönetici ve %2 ile işgören olmaktır. Lisans eğitimi almaları nedeniyle, genel olarak öğrencilerin kendilerini önce orta ve sonra da üst kademe yöneticilik pozisyonuna aday olarak görmeleri doğaldır.

### 2.2.2. Katılımcıların Turizm Endüstrisine Yönelik Genel Algılamaları

Anket formunun birinci bölümündeki değişkenler aracılığıyla öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik algılamaları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Turizm endüstrisinde kariyer yapmayı seçmeye ilişkin değişkenlerin katılım yüzdeleri ile aritmetik ortalamaları hesaplanmıştır. Kayıp değerlerin yerine hesaplanan değerler bulunduğu için tüm cevap toplamları 677'dir. Tabloda karmaşıklığa yol açmamak için; kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum oranlarının toplamı katılanlar, katılmıyorum ve kesinlikle katılıyorum oranlarının toplamı katılmayanlar olarak belirtilmiştir. Her bir değişken için katılanlar, ne katılanlar ne katılmayanlar ve katılmayanlar oranlarının toplamı %100'dür. Tabloyu sade tutmak için toplam yüzde sütunu verilmemiştir. Değişkenlere ilişkin aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar da Tablo 2'de gösterilmiştir.

Turizm endüstrisine yönelik çok yüksek düzeyde (%85-100 arasında) katılım gösterilen ifadeler aşağıda sıralanmaktadır:

- Turizm endüstrisinde yeni insanlarla tanışma olanağı fazladır,
- Turizm endüstrisinde yeni yerler görme olanağı fazladır,
- Turizm endüstrisi hareketli ve dinamik bir yapıya sahiptir,
- Kişisel gelişime olanak sağlamaktadır.

Turizm endüstrisine yönelik yüksek düzeyde (%67-84 arasında) katılım gösterilen ifadeler aşağıda sıralanmaktadır.

- Turizm endüstrisinde çalışmak eğlencelidir,
- Turizmde düzensiz ve uzun çalışma saatleri vardır,
- Turizm işletmelerinde iş yükü fazladır,
- Yurt dışında çalışma fırsatı sunmaktadır,
- Topluma fayda sağlayabileceğim bir endüstridir,
- Turizm endüstrisinin geleceği parlaktır,

- Turizm endüstrisinde çalışanlar arasında işbirliği vardır,
- Turizm endüstrisinde mesleki gelişim desteklenmektedir,
- Turizm işletmelerinde işten keyfi çıkarmalar olabilmektedir.

**Tablo 2. Katılımcıların Turizm Endüstrisine Yönelik Algılamaları**

Turizm endüstrisinde kariyer yapmayı tercih etmeye ilişkin değişkenler	Katılanlar (%)	Ne katılanlar ne katılmayanlar (%)	Katılmayanlar (%)	Aritmetik ortalama	Standart sapma
Turizm endüstrisinde çalışmak eğlencelidir	79	13	8	4,06	0,998
Turizm endüstrisinde yeni insanlarla tanışma olanağı fazladır	94	4	2	4,62	0,675
Turizm endüstrisinde yeni yerler görme olanağı fazladır	91	7	2	4,55	0,724
Kişisel gelişime olanak sağlamaktadır	85	12	3	4,29	0,826
Çalışma ortamı güzeldir	59	29	12	3,70	1,081
Ülkenin her yöresinde iş bulma imkânı sunmaktadır	51	30	19	3,51	1,149
Yurt dışında çalışma fırsatı sunmaktadır	76	19	5	4,06	0,905
Topluma fayda sağlayabileceğim bir endüstridir	68	25	7	3,86	0,946
Yeteneklerimi kullanabilme imkânı sağlamaktadır	65	26	9	3,80	1,010
Turizm endüstrisinde kurumsallaşmamış bir yapı vardır	52	33	15	2,52	1,058
Turizm endüstrisinin toplum nezdinde olumsuz imajı vardır	42	23	35	2,92	1,287
Turizm endüstrisi kırılğan bir yapıya sahiptir	52	32	16	2,45	1,094
Turizmde çalışanların hakları yeterli seviyede gelişmemiştir	62	26	12	2,24	1,091
Turizm endüstrisinde sosyal güvence yetersizdir	51	30	19	2,52	1,135
Turizm ile ilgili yasal zeminde boşluklar mevcuttur	57	31	12	2,36	1,031
Turizm işletmelerinde işten keyfi çıkarmalar olabilmektedir	67	22	11	2,18	1,066
Çalışma koşulları aile yaşamını olumsuz etkilemektedir	62	23	15	2,29	1,165
Turizm işletmelerinde iş yükü fazladır	77	14	9	1,98	1,016
Turizm endüstrisinde yükselmek diğer endüstrilere göre kolaydır	35	34	31	3,06	1,171
Turizm endüstrisinde ücretler yüksektir	33	34	33	3,00	1,157
Turizmde düzensiz ve uzun çalışma saatleri vardır	79	16	5	1,86	,978
Turizm endüstrisinde nitelikli işgücüne önem verilmektedir	61	26	13	3,68	1,070
Turizmde cinsiyet ayrımcılığı yoktur	57	23	20	3,58	1,235
Turizm endüstrisinde iş bulmak kolaydır	53	31	16	3,52	1,071
Turizm endüstrisinin geleceği parlaktır	68	24	8	3,89	1,002
Turizm endüstrisi hareketli ve dinamik bir yapıya sahiptir	86	11	3	4,35	2,087
Turizm endüstrisinde çalışanlar arasında işbirliği vardır	68	24	8	3,93	1,724
Turizm endüstrisinde mesleki gelişim desteklenmektedir	68	22	10	3,82	1,039
Kendi işimi kurabilme imkânı mevcuttur	62	24	14	3,68	1,138
Turizm endüstrisinde eğitime önem verilmektedir	52	24	24	3,42	1,244
Turizm endüstrisinde işletmeler arasında transfer kolaydır	50	37	13	3,51	0,989
Turizm endüstrisi kişisel özelliklerime uygundur	65	21	14	3,73	1,123

Turizm endüstrisine yönelik ortamın üstü düzeyde (%50-66 arasında) katılım gösterilen ifadeler aşağıda sıralanmaktadır.

- Yeteneklerimi kullanabilme imkânı sağlamaktadır,
- Turizm endüstrisi kişisel özelliklerime uygundur,

- Turizmde çalışanların hakları yeterli seviyede gelişmemiştir,
- Çalışma koşulları aile yaşamını olumsuz etkilemektedir,
- Kendi işimi kurabilme imkânı mevcuttur,
- Turizm endüstrisinde nitelikli işgücüne önem verilmektedir,
- Çalışma ortamı güzeldir,
- Turizm ile ilgili yasal zeminde boşluklar mevcuttur,
- Turizmde cinsiyet ayrımcılığı yoktur,
- Turizm endüstrisinde iş bulmak kolaydır,
- Turizm endüstrisinde kurumsallaşmamış bir yapı vardır,
- Turizm endüstrisi kırılğan bir yapıya sahiptir,
- Turizm endüstrisinde eğitime önem verilmektedir,
- Ülkenin her yöresinde iş bulma imkânı sunmaktadır,
- Turizm endüstrisinde sosyal güvence yetersizdir.

Turizm endüstrisine yönelik “turizm endüstrisinde işletmeler arasında transfer kolaydır” ifadesine katılım orta düzeyde iken, aşağıdaki ifadelere katılım düşük düzeydedir.

- Turizm endüstrisinin toplum nezdinde olumsuz imajı vardır,
- Turizm endüstrisinde yükselmek diğer endüstrilere göre kolaydır,
- Turizm endüstrisinde ücretler yüksektir.

İfadeler tüm olarak değerlendirildiğinde genellikle turizm endüstrisine yönelik algılamaların olumlu olduğu söylenebilir. Yine de katılımcılar turizm endüstrisinin kendine özgü yapısından kaynaklanan olumsuzlukların farkındadırlar. Yukarıda öğrencilerin turizm eğitimi almayı kendi istekleriyle seçtikleri belirtilmişti. Dolayısıyla turizm endüstrisindeki bazı olumsuzluklara rağmen, öğrencilerin genel olarak olumlu algılamalara sahip olmaları doğaldır.

### **2.2.3. Turizm Endüstrisine Yönelik Algılamalara İlişkin Faktör Analizi**

Anket formunun birinci bölümünü oluşturan ve turizm endüstrisi ile ilgili olumlu ve olumsuz ifadeden oluşan 32 değişkene açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Bu yolla turizm endüstrisine yönelik algılama boyutları (faktörler) belirlenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi birçok gizli değişkenin daha kontrol edilebilir faktörler haline getirilmesinde, diğer bir ifadeyle verilerin azaltılmasına ve özetlenmesine yardımcı olmaktadır (Bayrakdaroğlu, 2012:67).

Faktör analizine geçmeden önce ölçekteki değişkenlerin (ifadelerin) güvenilirlik testi yapılmıştır. Anketin güvenilirliğinin analizi için Cronbach's Alfa Katsayısı kullanılmıştır. İlk olarak 32 ifadeye ilişkin güvenilirlik testi uygulanmış, daha sonra güvenilirliği bozduğu tespit edilen üç ifade analizden çıkarılmıştır (çıkartılan ifadeler: “Turizm endüstrisinde kurumsallaşmamış bir yapı vardır”;

“Turizm endüstrisi hareketli ve dinamik bir yapıya sahiptir”; “Turizm işletmelerinde işten keyfi çıkarmalar olabilmektedir”). Geriye kalan 29 ifadenin analizi sonucunda Cronbach’s Alfa değerinin 0,842 olması nedeniyle ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmiştir. Güvenilirlik analizinden sonra açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde, faktör sayısını belirlemek için özdeğer kriteri dikkate alınmıştır. Özdeğer kriteri hem temel bileşenler yöntemine hem de temel eksen faktörü yöntemine kolaylıkla uygulanabilmektedir. Bu kritere göre, varyansa katılma değeri birden büyük olan faktörler anlamlı, bire eşit veya küçük olanlar ise anlamsız olarak kabul edilmektedir. Bu yöntem analize dahil edilen değişken sayısı 20 ile 50 arasında ise güvenilir sonuçlar vermektedir (Albayrak, 2006:144).

Oluşturulan veri setinin faktör analizine uygunluğunun sınanmasında Bartlett testi ve Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ölçütü kullanılmıştır. *Turizm endüstrisine yönelik algılamalar ölçeği* için Bartlett testi ki-kare değeri 6078,282,  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ) olarak, KMO örneklem uygunluk değeri ise 0,887 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre araştırmada kullanılan ölçeğin faktör analizine uygun olduğuna karar verilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda iki faktördeki yük değerleri arasında 0,10’dan düşük fark olduğu belirlenen binişik maddeler, yük farkı en az olandan başlayarak çıkarılmış ve analiz tekrar edilmiştir. Bu şekilde bir maddenin çıkarılması yeterli olmuştur (çıkarılan madde: “Turizm endüstrisinde işletmeler arasında transfer kolaydır”). Çıkartma yöntemi olarak temel bileşenler analizi, döndürme yöntemi olarak ise varimax yöntemi kullanılarak faktörlerin indirgenmesi sağlanmıştır. Faktör yük değeri eşiği 0,40 olarak alınmıştır. Faktör yük değeri (factorloading), maddelerin faktörlerle olan ilişkisini açıklayan bir katsayıdır ve 0,30-0,59 arası yük değeri orta düzeyde büyüklükler olarak kabul edilir (Büyüköztürk, 2009). Faktör analizi sonuçları Tablo 3’te sunulmaktadır. Analiz sonuçlarına göre öz değerleri 1’in üzerinde olan ve toplam varyansın %55’ini açıklayan 6 faktör ve 28 değişken elde edilmiştir. Buna göre faktörler, içerdiği ifadelerin faktör yüklerinin büyüklüğü ve anlamları dikkate alınarak uygun şekilde isimlendirilmiştir. Faktörler, aritmetik ortalamalarına dayanarak değerlendirilmiştir. Faktörlerin değerlendirilmesinde 1,00-1,79: çok düşük; 1,80-2,59: düşük; 2,60-3,39: orta; 3,40-4,19: yüksek; 4,20-5,00: çok yüksek kriterlerine göre yorum yapılmıştır.

*Cazibe unsurları* faktörüne katılım yüksektir. Genel olarak katılımcıların bireysel cazibe unsurlarından etkilendikleri ve turizm endüstrisine yönelik algılamalarında bu unsurların önemli olduğu söylenebilir. *Olumsuz özellikler* faktörüne katılım orta düzeydedir. Katılımcılar turizm endüstrisinin olumsuz yapısal özellikleri konusunda net bir algılama içinde değildirler. *Olumlu özellikler* faktörüne katılım ortanın çok az üzerinde yüksek düzeydedir. Katılımcılar turizm endüstrisinin olumlu yapısal özelliklerinin farkındadırlar, ancak bu konudaki algılamaları çok net değildir. *Bireysel nitelikler* faktörüne yönelik katılım yüksektir. Katılımcılar sahip oldukları bireysel niteliklerin ve özelliklerin turizm

endüstrisinde önem taşıdığını ve bu nitelik ve özelliklerin kendilerine katkı sağlayacağını algılamaktadırlar. *Çalışma koşulları* faktörüne yönelik katılım yüksektir. Katılımcılar turizm endüstrisinin çalışma koşulları bakımından zorluklar içerdiğini algılamaktadırlar. *Hareketlilik* faktörüne yönelik katılım yüksektir. Katılımcılar turizm endüstrisinin ülke içinde veya ülkeler arasında hareketlilik sağladığını algılamaktadırlar.

**Tablo 3. Faktör Analizi Sonuçları**

	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Faktör Ortalamaları	Cronbach Alfa
<b>Cazibe unsurları</b>		3,955	%14,12	4,076	,849
Turizm endüstrisinde çalışmak eğlencelidir	,718				
Kişisel gelişime olanak sağlamaktadır	,716				
Turizm endüstrisinde yeni yerler görme olanağı fazladır	,694				
Turizm endüstrisinde yeni insanlarla tanışma olanağı fazladır	,675				
Çalışma ortamı güzeldir	,652				
Yeteneklerimi kullanabilme imkânı sağlamaktadır	,604				
Topluma fayda sağlayabileceğim bir endüstridir	,600				
Turizm endüstrisi kişisel özelliklerime uygundur	,484				
<b>Olumsuz özellikler</b>		2,668	%9,53	2,497	,752
Turizm endüstrisinde sosyal güvence yetersizdir (T)	,717				
Turizmde çalışanların hakları yeterli seviyede gelişmemiştir (T)	,716				
Turizm ile ilgili yasal zeminde boşluklar mevcuttur (T)	,698				
Turizm endüstrisi kırılğan bir yapıya sahiptir (T)	,659				
Turizm endüstrisinin toplam nezdinde olumsuz imajı vardır (T)	,639				
<b>Olumlu özellikler</b>		2,549	%9,10	3,411	,728
Turizm endüstrisinde yükselmek diğer endüstrilere göre kolaydır	,743				
Turizm endüstrisinde iş bulmak kolaydır	,699				
Turizm endüstrisinde ücretler yüksektir	,679				
Turizmde cinsiyet ayrımcılığı yoktur	,503				
Turizm endüstrisinin geleceği parlaktır	,421				
<b>Bireysel nitelikler</b>		2,439	%8,71	3,707	,644
Turizm endüstrisinde eğitime önem verilmektedir	,621				
Turizm endüstrisinde mesleki gelişim desteklenmektedir	,608				
Turizm endüstrisinde çalışanlar arasında işbirliği vardır	,607				
Kendi işimi kurabilme imkânı mevcuttur	,563				
Turizm endüstrisinde nitelikli işgücüne önem verilmektedir	,554				
<b>Çalışma koşulları</b>		2,178	%7,78	2,044	,682
Turizm işletmelerinde iş yükü fazladır (T)	,740				
Turizmde düzensiz ve uzun çalışma saatleri vardır (T)	,690				
Çalışma koşulları aile yaşamını olumsuz etkilemektedir (T)	,584				
<b>Hareketlilik</b>		1,618	%5,78	3,787	,584
Ülkenin her yöresinde iş bulma imkânı sunmaktadır	,757				
Yurt dışında çalışma fırsatı sunmaktadır	,629				

NOT: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: 0,887;

Bartlett küresellik testi:  $p > 0,000$ ; Ki-kare: 6078,282; df: 78; Açıklanan Toplam Varyans: %55,023

Yanıt Kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum – 5: Kesinlikle Katılıyorum; T: Ters kodlanmış ifadeler.

#### 2.2.4. Demografik Özellikler İtibarıyla Algılama Farklılıklarının Analizi

Faktör analizi sonucunda saptanan turizm endüstrisine yönelik algılama boyutlarının (faktörlerin), demografik değişkenlere göre farklılık gösterip



göstermediğini belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA yapılmıştır. Anlamlı farklılık gösteren faktörler ve farklılığın kaynaklandığı gruplar tablo halinde verilerek yorumlanmıştır. Anlamlı farklılığa rastlanmayan faktörler ise tablo olarak gösterilmemiştir. Cinsiyete, ikamet bölgesine, mezun olunan liseye ve endüstride çalışan yakını olma durumuna göre turizm endüstrisine yönelik algılamalarda anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Turizm endüstrisine yönelik algılamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterip göstermediği belirlemek için tek yönlü ANOVA yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4'tedir. Tabloda görüleceği üzere yaş gruplarına göre, hareketlilik dışındaki tüm faktörler anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 4. Yaş Grubuna Göre Algılama Farklılıkları**

Faktör	Yaş	N	Aritmetik Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık
Cazibe unsurları	17 ve altı	6	4,47	,267	3,559	,007 <sup>a</sup>
	18-20	229	4,18	,622		
	21-23	343	4,04	,675		
	24-26	81	3,91	,633		
	27 ve üstü	18	4,04	,543		
Olumsuz özellikler	17 ve altı	6	3,22	,639	6,350	,000 <sup>b</sup>
	18-20	229	2,66	,828		
	21-23	343	2,43	,772		
	24-26	81	2,36	,744		
	27 ve üstü	18	2,03	,833		
Olumlu özellikler	17 ve altı	6	3,61	,783	4,162	,002 <sup>c</sup>
	18-20	229	3,56	,742		
	21-23	343	3,37	,829		
	24-26	81	3,21	,649		
	27 ve üstü	18	3,19	,584		
Bireysel nitelikler	17 ve altı	6	3,67	,804	5,296	,000 <sup>d</sup>
	18-20	229	3,89	,670		
	21-23	343	3,64	,868		
	24-26	81	3,48	,856		
	27 ve üstü	18	3,58	,866		
Çalışma koşulları	17 ve altı	6	2,71	,258	8,193	,000 <sup>e</sup>
	18-20	229	2,27	,841		
	21-23	343	1,93	,804		
	24-26	81	1,89	,780		
	27 ve üstü	18	1,87	,715		

<sup>a</sup>18-20 ile 24-26 arasında fark (0,269)

<sup>b</sup>18-20 ile 21-23 arasında fark (0,223)

18-20 ile 24-26 arasında fark (0,297)

<sup>c</sup>18-20 ile 21-23 arasında fark (0,188)

18-20 ile 24-26 arasında fark (0,351)

<sup>d</sup>18-20 ile 21-23 arasında fark (0,249)

18-20 ile 24-26 arasında fark (0,411)

<sup>e</sup>18-20 ile 21-23 arasında fark (0,341)

18-20 ile 24-26 arasında fark (0,384)

Öğrencilerin yaşları itibarıyla algılama farklılıklarının kaynağını belirlemek amacıyla yapılan post-hoc testi sonuçlarına göre, “cazibe unsurları” faktörüne 18-20 yaş aralığında olanlar, 24-26 yaş aralığında olanlara göre daha fazla katılmaktadırlar. “Olumsuz özellikler”, “olumlu özellikler”, bireysel nitelikler” ve “çalışma koşulları” faktörlerinin tümüne 18-20 yaş aralığında olanlar, 21-23 ve 24-26 yaş aralığında olanlara göre daha fazla katılmaktadırlar. Bu durum, küçük yaştaki öğrencilerin genellikle henüz turizm endüstrisinde çalışma deneyimi yaşamadıkları ve çevrelerinden elde ettikleri bilgilere dayalı bir görüş oluşturdukları biçiminde yorumlanabilir.

Turizm endüstrisine yönelik algılamaların katılımcıların devam ettikleri sınıflara göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için tek yönlü ANOVA yapılmıştır ve sonuçlar Tablo 5’de verilmiştir.

**Tablo 5. Sınıflara Göre Algılama Farklılıkları**

Faktör	Sınıf	N	Aritmetik Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık
Cazibe unsurları	1. sınıf	158	4,28	,593	10,825	,000 <sup>a</sup>
	2. sınıf	133	4,16	,620		
	3. sınıf	153	4,10	,656		
	4. sınıf	200	3,86	,656		
	4+	19	3,89	,687		
Olumsuz özellikler	1. sınıf	158	2,66	,849	5,335	,000 <sup>b</sup>
	2. sınıf	133	2,60	,840		
	3. sınıf	153	2,37	,764		
	4. sınıf	200	2,43	,743		
	4+	19	2,00	,613		
Olumlu özellikler	1. sınıf	158	3,67	,765	9,355	,000 <sup>c</sup>
	2. sınıf	133	3,50	,761		
	3. sınıf	153	3,39	,826		
	4. sınıf	200	3,20	,718		
	4+	19	3,11	,806		
Bireysel nitelikler	1. sınıf	158	3,96	,659	8,326	,000 <sup>d</sup>
	2. sınıf	133	3,82	,759		
	3. sınıf	153	3,69	,761		
	4. sınıf	200	3,50	,914		
	4+	19	3,49	1,010		
Çalışma koşulları	1. sınıf	158	2,34	,883	8,658	,000 <sup>e</sup>
	2. sınıf	133	2,03	,756		
	3. sınıf	153	1,84	,735		
	4. sınıf	200	1,98	,838		
	4+	19	1,80	,768		
Hareketlilik	1. sınıf	158	3,82	,879	2,914	,021 <sup>f</sup>
	2. sınıf	133	3,95	,801		
	3. sınıf	153	3,78	,947		
	4. sınıf	200	3,63	,806		
	4+	19	3,89	1,075		

<sup>a</sup> 1. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,417) 2. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,302) 3. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,240)	<sup>a</sup> 1. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,459) 2. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,320)
<sup>b</sup> 1. sınıf ile 4+ sınıf arasında fark (0,656) 2. sınıf ile 4+ sınıf arasında fark (0,591)	<sup>e</sup> 1. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,311) 2. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,505) 3. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,367)
<sup>c</sup> 1. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,171) 2. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,280) 3. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,466)	<sup>l</sup> 2. sınıf ile 4. sınıf arasında fark (0,316)

Sınıflar arasındaki farklılıklar ile yaşlar arasındaki farklılıklar benzerlik göstermektedir. Bu da çok doğaldır, çünkü genellikle ilk sınıflarda, yaşı küçük olanlar, son sınıflarda yaşı büyük olanlar bulunmaktadır. Genel olarak alt sınıflarda (görece yaşı küçük) olanlar, turizm endüstrisine ilişkin tüm faktörlere üst sınıfta olanlara nazaran daha yüksek derecede katılmaktadırlar. Bu algılama farklılığının, alt sınıflarda olanların turizm endüstrisiyle ilgili bilgileri yeni edinmelerinden kaynaklandığı söylenebilir. Staj veya çalışma yoluyla deneyim kazanan üst sınıfların ise turizm endüstrisine ilişkin özellikler konusunda kabulleniş içinde oldukları biçiminde yorumlanabilir.

### 2.2.5. Staj Yapma/Çalışma Durumuna Göre Algılama Farklılıkları

Turizm endüstrisine yönelik algılamaların, staj yapma/çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarının sunulduğu Tablo 6'da görüleceği üzere, turizm endüstrisinde staj yapma/çalışma durumuna göre tüm faktörlerde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Turizm endüstrisinde daha önce staj yapmayan/çalışmayan öğrenciler algılama boyutlarını ifade eden faktörlere, staj yapanlara/çalışanlara göre daha fazla katılım göstermektedirler. Turizm ile henüz tanışmamış öğrencilerin, turizm endüstrisine yönelik algılamada daha keskin bir tutum içinde oldukları ve algılamalarının beklentiler düzeyinde olduğu, turizm ile staj veya çalışma yoluyla tanışmış olanların belirtilen faktörlere yönelik tutumlarının daha dengeli olduğu söylenebilir.

Tablo 6. Staj Yapma/Çalışma Durumuna Göre Algılama Farklılıkları

	Sektörde staj yapma/çalışma	N	A. Ort.	Std. Sapma	t	Anlamlılık	Ortalamalar Farkı
Cazibe unsurları	Evet	380	4,01	,680	-3,198	,001	-,162
	Hayır	291	4,17	,607			
Olumsuz özellikler	Evet	380	2,42	,772	-3,295	,001	-,204
	Hayır	291	2,62	,821			
Olumlu özellikler	Evet	380	3,30	,776	-4,285	,000	-,257
	Hayır	291	3,56	,763			
Bireysel nitelikler	Evet	380	3,59	,871	-4,378	,000	-,274
	Hayır	291	3,86	,706			
Çalışma koşulları	Evet	380	1,95	,801	-3,497	,001	-,224
	Hayır	291	2,17	,846			
Hareketlilik	Evet	380	3,70	,885	-2,957	,003	-,200
	Hayır	291	3,90	,841			

### 2.2.6. Beş Yıllık Kariyer Hedefine Göre Algılama Farklılıkları

Turizm endüstrisine yönelik algılamaların katılımcıların beş yıl sonrası için kariyerlerinde hedefledikleri iş pozisyonuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için tek yönlü ANOVA yapılmıştır ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir. Öğrencilerin beş yıl sonrası iş pozisyonu hedefleri itibarıyla algılama farklılıklarının kaynağını belirlemek amacıyla yapılan post-hoc testi sonuçlarına göre, “cazibe unsurları” faktörüne üst kademe yönetici olmayı hedefleyenler, alt kademe yönetici ve işgören olacaklarını düşünenlere göre daha fazla katılmaktadırlar. “Olumlu özellikler” faktörüne üst kademe yöneticilik hedefine sahip olanlar, alt kademe yöneticilik hedefleyenlere göre daha fazla katılmaktadırlar. Cazibe unsurları ve olumlu özelliklerin öğrencilerin kariyer planlarında daha iyimser bir bakış açısı geliştirmelerine yol açtığı söylenebilir.

**Tablo 7. Beş Yıllık Kariyer Hedefine Göre Algılama Farklılıkları**

Faktör	5 Yıl Hedefi	N	Aritmetik Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık
<i>Cazibe unsurları</i>	Üst kademe yönetici	142	4,23	,639	5,565	,001 <sup>a</sup>
	Orta kademe yönetici	397	4,10	,627		
	Alt kademe yönetici	75	3,97	,624		
	İşgören	28	3,78	,698		
<i>Olumlu özellikler</i>	Üst kademe yönetici	142	3,60	,807	5,142	,002 <sup>b</sup>
	Orta kademe yönetici	397	3,42	,760		
	Alt kademe yönetici	75	3,17	,749		
	İşgören	28	3,42	,729		
<i>Bireysel nitelikler</i>	Üst kademe yönetici	142	3,89	,764	2,791	,040
	Orta kademe yönetici	397	3,70	,758		
	Alt kademe yönetici	75	3,63	1,100		
	İşgören	28	3,56	,741		

<sup>a</sup>Üst ve alt kademe yönetici pozisyonları arasında fark (0,268).

Üst kademe yönetici ve işgören pozisyonları arasında fark (0,449).

<sup>b</sup>Üst ve alt kademe yönetici pozisyonları arasında fark (0,427).

### 2.2.7. Onbeş Yıllık Kariyer Hedefine Göre Algılama Farklılıkları

Turizm endüstrisine yönelik algılamaların katılımcıların beş yıl sonrası için kariyerlerinde hedefledikleri iş pozisyonuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için tek yönlü ANOVA yapılmıştır ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 8. 15 Yıllık Kariyer Hedefine Göre Algılama Farklılıkları**

Faktör	15 Yıl Hedefi	N	Aritmetik Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık
<i>Cazibe unsurları</i>	Üst kademe yönetici	534	4,16	,625	10,247	,000 <sup>a</sup>
	Orta kademe yönetici	93	3,83	,596		
	Alt kademe yönetici	4	4,28	,680		
	İşgören	12	3,57	,854		
<i>Olumlu özellikler</i>	Üst kademe yönetici	534	3,49	,776	8,132	,000 <sup>b</sup>
	Orta kademe yönetici	93	3,09	,679		
	Alt kademe yönetici	4	3,85	,661		
	İşgören	12	3,25	,444		
<i>Bireysel nitelikler</i>	Üst kademe yönetici	534	3,77	,763	3,854	,009 <sup>c</sup>
	Orta kademe yönetici	93	3,54	1,009		
	Alt kademe yönetici	4	4,35	,640		
	İşgören	12	3,37	,808		

<sup>a</sup>Üst ve orta kademe yönetici pozisyonları arasında fark (0,328).

<sup>b</sup>Üst ve orta kademe yönetici pozisyonları arasında fark (0,404).

<sup>c</sup>Üst ve orta kademe yönetici pozisyonları arasında fark (0,234).

Öğrencilerin 15 yıl sonrası iş pozisyonu hedefleri itibarıyla algılama farklılıklarının kaynağını belirlemek amacıyla yapılan post-hoc testi sonuçlarına göre, “cazibe unsurları”, “olumlu özellikler” ve “bireysel nitelikler” faktörlerine üst kademe yönetici olmayı hedefleyenler, orta kademe yönetici ve işgören olacaklarını düşünenlere göre daha fazla katılmaktadırlar. Turizm endüstrisinin çekici ve olumlu yönlerinin öğrencileri kariyer hedefleri konusunda motive ettiği söylenebilir. Bireysel niteliklerine güvenen öğrencilerin, sahip oldukları nitelik ve özellikleri sayesinde, üst kademe yöneticiliğe ulaşabileceklerine inandıkları ifade edilebilir.

### Sonuç ve Öneriler

Araştırma bulgularına göre, öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik algılamalarının genellikle olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine de katılımcılar turizm endüstrisinin kendine özgü yapısından kaynaklanan olumsuzlukların farkındadırlar. Öğrencilerin önemli bir kısmı turizm eğitimi almayı kendi istekleriyle seçtiklerini belirtmektedirler. Dolayısıyla turizm endüstrisindeki bazı olumsuzluklara rağmen, öğrencilerin genel olarak olumlu algılamalara sahip olmalarının, turizmi eğitimi alma isteklilikleriyle bağlantılı olduğu sonucu çıkarılabilir. Katılımcıların turizm endüstrisine yönelik algılamalarını şekillendiren faktörlerin; cazibe unsurları, olumsuz ve olumlu özellikler, bireysel nitelikler, çalışma koşulları ve hareketlilik olduğu belirlenmiştir.

Turizm endüstrisine yönelik algılama boyutlarını ifade eden faktörlerin; yaş, sınıf, staj yapma/çalışma, beş ve 15 yıllık kariyer hedefleri gibi demografik değişkenler itibarıyla farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Genellikle yaşı

küçük olanlar daha büyük yaştakilere, alt sınıfta olanlar üst sınıflara ve staj yapmayan/çalışmayanlar staj yapan/çalışanlara nazaran belirlenen faktörlere daha yüksek katılım göstermişlerdir.

Öğrencilerin %62'sinin mezuniyet sonrasında turizm endüstrisinde yer alan konaklama, yiyecek-içecek, seyahat, havayolu yolcu taşımacılığı sektörlerinde ve rehberlik hizmetleri alanında çalışmayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve eğitim kurumlarını tercih edenler ile turizm endüstrisinde çalışmayacağını ve diğer iş alanlarını tercih edeceklerini belirtenler toplam olarak %38'lik bir oranı oluşturmaktadır.

Ulaşılan sonuçlar ışığında turizm sektörü temsilcilerine, politika belirleyicilere, lisans düzeyinde turizm eğitiminde görev alanlara ve bu konuda daha sonra çalışma yapmak isteyenlere yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücü eksikliğinin giderilmesi, öncelikle lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin algıladıkları endüstriden kaynaklanan sorunları çözmekle mümkündür. Bu bağlamda öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik olarak belirttikleri; düzensiz ve uzun çalışma saatleri, fazla iş yükü, keyfi işten çıkarma, çalışma koşullarının aile yaşamına etkisi, kurumsallaşma eksikliği gibi olumsuzlukların giderilmesi için sektör temsilcilerine yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Turizm endüstrisinde kurumsallaşmaya yönelmek gereklidir,
- Turizm endüstrisinde keyfi işten çıkarmalar engellenmelidir,
- Olumsuz çalışma koşullarının bireyin ruh sağlığını ve aile yaşamını etkilediği ve dolayısıyla verimsizliğe neden olduğu göz önünde bulundurularak çalışma koşullarında iyileştirmeler yapılmalıdır,
- Talep dalgalanmaları nedeniyle, işgücü sayısını asgari düzeyde tutma yoluna giden turizm işletmelerindeki iş yükü fazlalığını dengeleyecek niceliksel işgücü planlamaları dikkatle yapılmalıdır,
- Turizm endüstrisinde çalışma saatleri makul ölçülere indirilmeli, işgücünün vardiyalar arasında değişiminde adil olunmalı ve düzensiz değişimlerden kaçınılmalıdır.

Nitelikli insan gücünün omurgasını oluşturan lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik algıladıkları; çalışan haklarının yeterli seviyede olmadığı, sosyal güvencenin yetersiz olduğu ve turizm endüstrisinde çalışma ile ilgili yasal zeminde boşluklar bulunduğu gibi olumsuzlukların giderilmesi için politika belirleyicilerine yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Çalışan hakları (çalışma saatleri, izin günleri, vb.) ve sosyal güvence kapsamında düzenlemeler yapılmalıdır,
- Lisans düzeyinde turizm eğitimini tamamlamış olan bireylerin turizm endüstrisinde istihdam edilmelerine yönelik yasal düzenlemeler

yapılmalıdır. Bu bağlamda turizm işletmelerindeki belirli iş pozisyonlarında turizm alanında lisans diplomasına sahip kişilerin çalıştırılması zorunluluğu getirilmesi önerilebilir. Bir başka öneri ise turizm işletmelerinde, belirli oranlarda turizm alanında lisans diplomasına sahip kişilerin bulunması zorunluluğu getirmek olabilir.

Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler turizm endüstrisinin olumlu ve olumsuz özellikleri ile ilgili bilgileri genellikle eğitime başladıklarında edinmektedirler. Öğrencilerin doğru ve doyurucu biçimde bilgilendirilmesi kapsamında lisans düzeyinde turizm eğitiminde görev alanlara yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Lisans eğitiminin ilk yılında turizm endüstrisinin yapısı, turizm mesleğinin genel özellikleri, turizmde meslekî kariyer, turizm eğitimi, turizm endüstrisinde çalışma alanları, vb. gibi konuları içeren bir ders konulmalıdır,
- Turizm sektörü temsilcileri belirli aralıklarla davet edilerek öğrencilerle buluşturulmalıdır.

Sakarya Üniversitesi'nde lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, sektöre yönelik algılamalarını içeren bu çalışmaya benzer başka çalışmalar da yapılabilir. Bu konuda daha sonra araştırma yapmak isteyenlere yönelik olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Farklı öğretim düzeylerinde (ortaöğretim, önlisans, lisansüstü) benzer araştırmalar yapılabilir,
- Turizm eğitimi alan öğrencilerin genel olarak turizm endüstrisine yönelik algılamaları yerine, özel olarak turizm işletmelerine (konaklama, seyahat, yiyecek-içecek, vb.) yönelik algılamalarını belirlemeye ilişkin çalışmalar yapılabilir.

**KAYNAKÇA**

ALBAYRAK, Ali Sait (2006), Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayıncılık, Ankara.

ALTUNIŞIK, Remzi; Recai Çoşkun, Serkan Bayraktaroğlu ve Engin Yıldırım (2012), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 7. Baskı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

AVCIKURT, Cevdet ve Sebahattin Karaman (2002), "Lisans Eğitimi Veren Turizm Okullarının Ders Programları Karşılaştırması", Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 11-13 Aralık 2002, Ankara, s. 53-66.

AYMANKUY, Yusuf ve Şimal Aymankuy (2002), "Önlisans ve Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumlarının Buldukları Yerlerin Analizi ve Turizm Eğitimi İçin Öneri Bir Model", Turizm Eğitimi: Konferans-Workshop, Ankara, 11-13 Aralık 2001, s. 29-42.

BALTACI, Furkan, Engin Üngüren, Hüseyin Avsallı ve Osman Nuri Demirel (2012), "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 4(1), s. 17-25.

BAYER, Ertuğrul (1998), "Türkiye'de Meslek Yüksek Okulları Turizm Eğitimi Kalitesinin Gerçekleştirilmesinde Sanal Yöntemlerin Rolü", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3, s. 145-156

BAYRAKDAROĞLU, Ali (2012), "Bireylerin İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması", Business and Economics Research Journal, 3(4), s. 57-75.

BİRDİR, Kemal (2002), "Turizm İşletmeciliği Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması", Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 11-13 Aralık 2002, Ankara, s. 495-504.

BÜYÜKKARAGÖZ, S. Savaş ve Cuma Çivi (1996), Genel Öğretim Metotları, 6. Baskı, Öz Eğitim, İstanbul.

BÜYÜKÖZTÜRK, Şener (2009), Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.

ÇİMEN, Hürriyet (2006), "Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış İşgörenleri İle İlgili Değerlendirmeleri: Ankara'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama", Yayınlanmamış



Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

DEMİRKOL, Şehnaz. ve Elbeyi Pelit (2002). “Türkiye’deki Turizm Eğitim Sistemi ve Avrupa Birliği Sürecindeki Olası Gelişmeler”, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 2, ss.125-146.

DOĞAN, Tahsin (2003), Öğretmen ve Eğitim Yöneticilerine Rehber, Seçkin, Ankara.

DUMAN, Teoman; Mustafa Tepeci ve Kamil Unur (2006), “Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi”, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 17(1), s. 51-69.

DÜNDAR, Gönen (2009), “Kariyer Geliştirme” içinde Cavide Uyarğil ve diğ. (Editörler) İnsan Kaynakları Yönetimi, s. 263-295, 4. Baskı, Beta, İstanbul.

ERDEM Barış ve Mehmet Fatih Kayran (2013), “Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14(1), s. 81-106.

EREN, Duygu; Eda Özgül ve Neşe Çullu Kaygısız (2013), “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Nevşehir Üniversitesi Örneği”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35, s. 15-27.

GÜRÜZ, Demet ve Gaye Özdemir Yaylacı (2007), İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi, Mediacat, İstanbul.

GÜZEL, Tülay (2005), “Eğitim ve Geliştirme” içinde Cengiz Demir (Editör) Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi-İlkeler ve Uygulamalar, s. 99-128, Nobel, Ankara.

HAZAR, Atilla (2002), “Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi ile Anadolu Aşçılık Okulu Meslek Lisesi Öğretmeni Yetiştiren Eğitim Fakültelerinin Öğretmen İhtiyaçları Açısından Geliştirilmesi”, Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 11-13 Aralık 2002, Ankara, s. 67-74.

İSTANBULLU Dinçer Füsün; Orhan Akova ve Fazıl Kaya (2013), “Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane

Üniversitesi Örneği", Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi, 1, ss.42-56.

KOZAK, Meryem Akoğlan (2009), "Akademik Turizm Eğitimi Üzerine Bir Durum Analizi", Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22, s. 1-20.

KUŞLUVAN, Salih ve Zeynep Kuşluyan (2000), "Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry in Turkey", Tourism Management, 21(3), s. 251-269.

NAKİP, Mahir (2003), Pazarlama Araştırması-Teknikler ve SPSS Destekli Uygulamalar, Seçkin, Ankara.

RICHARDSON, Scott (2009), "Undergraduates' Perceptions of Tourism and Hospitality as a Career Choice", International Journal of Hospitality Management, 28, s. 382-388.

RILEY, Michael ve Edith Szivas (2009), "Tourism Employment and Poverty: Revisiting the Supply Curve", Tourism Economics, 15(2), s. 297-305.

SARIIŞIK, Mehmet (2007), "Turizm Endüstrisinde Meslek Sahibi Olmaya Yönelten Etkenler: Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Çalışma", Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(2), s. 143-160.

TAŞKIN, Erdoğan (1997), İşletme Yönetiminde Eğitim ve Geliştirme, Kazancı Kitap, İstanbul.

TİMUR, Alp (1993), "Türkiye'de Turizm Eğitiminin Yapısı, Uygulanan Politikalar ve Sonuçları", Turizm Eğitimi: Konferans-Workshop, Ankara, 9-11 Aralık 1992, s. 47-54.

TORLAK, Ömer ve Remzi Altunışık (2009), "Tüketici Davranışı Araştırmalarında Ölçek ve Soru Formları Tasarımının Araştırma Bulguları Üzerine Etkileri", Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 1 (1), s. 21-39.

TRACEY, J. Bruce; Sean A. Way ve Michael J. Tews (2008), HR in the Hospitality Industry: Strategic Frameworks and Priorities, Editör: Dana V. Tesone, Handbook of Hospitality Human Resources Management, Butterworth-Heinemann, Oxford, s. 3-22.

TRIBE, John ve Acolla Lewis (2003), "Attitudes of the Young to Careers in Hospitality and Tourism: Review and Recommendations", içinde Salih Kuşluyan (Editör), Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry, s. 67-76, Nova Science, New York.

TUNA, Muharrem (2002), "Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Alanında Eğitim Veren MYO'ların Sorunlarına İlişkin Bir Araştırma", Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 11-13 Aralık 2002, Ankara, s. 43-52.

TÜRKAY, Oğuz ve Burak Eryılmaz (2010), "Kariyer Değerleri ve Kariyer Yolu Tercihleri İlişkisi: Türk Turizm Sektöründen Örnekler", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24,

TÜRKAY, Oğuz ve Seyit Ahmet Solmaz (2011), "Kariyer Değerlerinin Hedef Yönelimi Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", 9. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi 16-17 Haziran 2011, Bakü, Azerbaycan, s. 416-427.

ÜZÜMCÜ, T. P. ve S. Bayraktar (2004), "Türkiye'de Turizm Otel İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yüksek Öğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etkisel Açısından İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması". 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiri Kitabı, Eskişehir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014), Sınır Giriş-Çıkış İstatistikleri, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, (07.05.2015).

Milli Eğitim Bakanlığı (2015), Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü, <http://mtegm.meb.gov.tr/TR/okullar.asp?PAGE=Liste>, (14.09.2015).

ÖSYM (2014), Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu, <http://www.osym.gov.tr/belge/1-21838/2014-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki-.html>, (17.10.2014).

TÜBİTAK (2015), Türkiye'de Eğitimin Mevcut Durumu, [http://www.tubitak.gov.tr/tubitak\\_content\\_files/vizyon2023/eik/EK1.pdf](http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/eik/EK1.pdf) (18.11.2014).

TÜİK (2014), İstatistiklerle Türkiye, [http://www.tuik.gov.tr/Kitap.do?metod=KitapDetay&KT\\_ID=0&KITAP\\_ID=5](http://www.tuik.gov.tr/Kitap.do?metod=KitapDetay&KT_ID=0&KITAP_ID=5), (05.02.2015).

TÜİK (2014), Turizm Geliri, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18666>, (16.08.2015).

WTO (2015), Tourism Highlights, <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>, (12.07.2015).

WTTC (2015), Travel and Tourism Economic Impact-Turkey,  
<http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports/>, (12.07.2015).

WTTC (2015), Travel and Tourism Economic Impact-World,  
<http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>,  
(12.07.2015)

Yüksek Öğretim Kanunu,  
<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.Aspx?MevzuatKod=1.5.2547&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=5&No=2547>, (15.10.2014).