

**YÜKSEKÖĞRETİM DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN TURİZM  
ENDÜSTRİSİNE İLİŞKİN ALGISI**

*STUDENTS IN TOURISM EDUCATION WITH HIGHER EDUCATION LEVEL  
ACQUISITION RELATED TO TOURISM INDUSTRY*

**Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN**

Sakarya Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, bzengin@gmail.com,  
Sakarya/Türkiye

**Ahmet KIRMIZI**

ahmtkrmz@hotmail.com

**ÖZ**

Turizm endüstrisi son yıllarda artan talep ve turistik harcamalar ile teknolojinin gelişmelere paralel olarak dünyada gözle görülen en cazip endüstrilerden biri haline gelmiştir. Ancak bu endüstride nitelikli işgücüne duyulan ihtiyaç da günden güne artış göstermektedir. Araştırmanın temel amacı turizm eğitimi alan önlisans ve lisans düzeyindeki öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik görüşlerinin tespiti olup, alt amacı ise önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerinin turizm endüstrisine yönelik algılarını karşılaştırmaktır. Çalışmada turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarında eğitim gören öğrencilerin aldıkları teorik ve uygulama eğitimleri sonucunda, turizm endüstrisine ilişkin görüşlerinde yaşanan değişimler ile kariyer seçimlerinde turizm endüstrisine yönelik görüşlerinde farklılıkların olup olmadığının belirlenmesine çalışılmıştır. Nicel bir araştırma olarak tasarlanan bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Örneklem olarak Sakarya Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Karasu MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü öğrencileri olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda önlisans ve lisans öğrencileri olmak üzere toplamda 789 öğrenciden anket yoluyla veriler toplanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, cinsiyet ve ikamet değişkeninin "Turizmin toplumsal etkileri, eğitim ve terfi, yönetici ve çalışan tutumu, sosyal statü, çalışma şartları ile iş sağlığı ve güvenliği" boyutları açısından turizm endüstrisine ilişkin görüşleri açısından farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ancak öğrenim gördükleri sınıf ve bölüme ilişkin analizlerde turizm endüstrisine yönelik görüşleri açısından farklılık belirlenmiştir. Birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin diğer sınıflara oranla sektöre daha olumlu/ılımlı yaklaştığı söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Turizm Endüstrisi, Turizm Eğitimi, Sakarya Üniversitesi

**ABSTRACT**

The tourism industry has emerged as one of the most attractive industries in the world in parallel with the growing demand and tourist spending in recent years and the development of technology. However, the need for this highly qualified workforce also increases day by day. The main purpose of the research is to determine the opinions of the students at the undergraduate and undergraduate level who are studying tourism education towards the tourism industry and to compare the perceptions of the tourism education students who are undergraduate and undergraduate level to the tourism industry. In the study, as a result of the theoretical and practical trainings of the students who are studying at the higher education institutions providing education, the contents of the tourism industry were not structured in the career choices with the changes in the opinions about the tourism industry. Quantitative United Nations Secretary General. Sample The Sakarya University Tourism Faculty and the Karasu MYO Department of Tourism and Hotel Management have been determined for students. 789 students collected questionnaire data. There were no differences between the anxieties of terrorism in terms of the dimensions of "research and promotion, the attitudes of managers and employees, social status, working conditions and occupational health and safety". However, the categories and breakdowns in which they are studying should also differentiate their views on the tourism industry. It can be said that first and second year students have more favorable / moderate approach to the sector compared to the other classes.

**Keywords:** Tourism, Tourism Industry, Tourism Education, Sakarya University

## 1. GİRİŞ

Kişilerin değişik amaçlarla yaptıkları seyahatlerin bir bölümü zaman içerisinde turizm olarak adlandırılmış ve seyahatin amaçlarına göre değişik türlere ayrılmıştır. Ekonomik ve sosyal anlamda geniş etkiler oluşturan ve turizm olarak adlandırılan bu olgu, günümüz uygarlığının önemli yapı taşlarından biri haline gelmiştir. Turizm, günümüzde ülkeye döviz girdisini sağlayan ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisi ile küresel barışın korunmasına olumlu katkılar sunan önemli endüstrilerden biridir. Günümüzde turizm endüstrisi bazı ülkelerde ekonominin bel kemiği durumundadır. Kara, hava ve denizde gelişen taşıtların hız, güven ve konfor sunmaları, endüstriyi daha cazip hale getirmektedir. Dünyada pekçok ülkenin turizm sayesinde ekonomik alanda güçlenmesi ve teknolojik gelişmelerin de etkisiyle iletişimin hızlanarak kolaylaşması bu ülkelere döviz girdisini de olumlu yönde etkileyebilmektedir. Turizm faaliyetleri, destinasyon ülkesine sadece döviz girdisi sağlamayıp, uluslararası düzeyde barışı hâkim kılmayı ve kültürel alışverişler sonucu toplumların birbiri ile kaynaşmasını da sağlayabilmektedir.

İktisadi yaşamın ve insan hayatının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiş olan turizm, özellikle son yüzyılda uluslararası alanda kabul görmüş ve bir endüstri haline gelmiştir. Ulusal ve uluslararası alanda kabul gören turizm faaliyetlerinde en önemli unsur insani açıdan konuk olarak turistler ile işletme çalışanlarıdır. Hizmet sunumunda insan eli ve emeği vazgeçilmez bir tercihtir, kısaca sektör emek-yoğun faaliyet alanlarından biridir. İhtiyaç duyulan nitelikli işgücü, çağın ve endüstrinin gereklerine uygun yetiştirilmiş olmalıdır. Türkiye’de turizm eğitimi örgün ve yaygın olmak üzere iki farklı kulvarda yürütülmektedir. Örgün eğitim; öğrencilerin bir diploma almasına ilişkin verilen eğitim sistemi iken, yaygın eğitimde ise işi öğrenme ve öğrenilen bu iş ile ilgili bir sertifikanın verildiği sistemdir. Türkiye’de turizm eğitimi turizmin gelişmesi ile birlikte zamanla farklılıklar göstermiştir. Turizm eğitimi, ortaöğretim ve yükseköğretim kademelerinde farklı anlayışlarla sürdürülmektedir. Yükseköğretim düzeyinde verilen turizm eğitimi önlisans, lisans ve lisansüstü olarak verilirken, turizm endüstrisine kalifiyeli eleman yetiştirmenin yanı sıra akademik personel ihtiyacının karşılanmasını da amaçlamaktadır.

## 2.LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Turizm endüstrisi, seyahat edenlerin ürün ve hizmet talebini turistin tüketimini karşılayan ekonomik birimlerden oluşmaktadır. Bu endüstri, turiste hizmet ve ürün satan, turistin taleplerini karşılayan ekonomik etkinliklerdir. Turizm ise, iş, eğlence ve dinlence etkinliklerini kolaylaştırmak üzere doğrudan ürün ve hizmet satan işletmelerin toplamıdır (Yarcan, 1998: 22). Turizm, günümüzde ülkeye döviz girdisi ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ulusal ve uluslararası ekonomiye katkıda bulunan, sosyo-kültürel iletişimi sağlayan ve bütünleştirici etkisi ile küresel barışının sağlanmasında olumlu katkıları olan endüstrilerden biridir. Turizm kelimesi, Latince “Torna” karşılığında kullanılan “Tornus” kelimesinden gelmektedir. Fransızca da dönmek veya döndürmek manasına gelen turne kelimesi halen kullanılmaktadır. Seyahat sözcüğü ise, Fransızca “travail” kelimesinden türemiştir (Toskay, 1978). Alan yazında turizmle ilgili pek çok tanımlama mevcuttur. Turizm hakkında evrensel ve genel kabul edilebilecek bir tanımın yapılamaması çok yönlü olmasından kaynaklanmaktadır. Literatürde görülen tanımların her biri özel bir duruma uygun olma veya acil bir sorunu çözme amaçlıdır (Bozkurt ve Şahin, 2015: 34). Toskay (1978: 24), kitabında turizmin seyahat anlayışını öne çıkararak, “toplumların belirli amaçlar doğrultusunda, herhangi bir bölge veya yörede kazanç elde etme amacı olmaması ile kalıcı veya geçici olmalarını barındıran bir çeşit bireyi ulaştırmak” olarak ele almıştır.

A.J. Norval, turizmin ekonomik özelliğini ortaya çıkararak “devamlı kalma veya bir iş faaliyeti dışında herhangi bir nedenle yabancı bir ülkeye seyahat eden ve bu geçişteki seyahatleri sırasında başka bir yerdeki paranın harcanması olayı”nı turizm olarak ifade etmiştir (Tunç ve Saç, 1998: 14). Turizm, insanların çalışma bölgeleri ve ikamet ettikleri yerlerin dışındaki destinasyonlara giderek, faaliyetler gerçekleştirme ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere oluşmuş olan geçici dolaşım hareketidir (Matthiesen ve Wall, 1982). Avustralyalı ekonomist Her Mann Von Schuller’in 1990 yılında yaptığı tanımda ise “farklı bölge, yöre veya ülkelerden turistlerin gelmesi ve kalıcı olmaması koşulu ile konaklamaları sonucunda meydana gelen, hareketin ekonomik ve sosyo-kültürel yönünü ilgilendiren olguların tümü şeklinde yorumlamıştır” (Doğanay, 2013: 58). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) turizmin zaman kavramını öne çıkararak; “Toplumda var olan bireylerin buldukları yerin dışına seyahat etmeleri, bu seyahatin en az yirmi dört saatten az ve bir yıldan fazla olmamak koşulu ile çeşitli nedenlerden dolayı gerçekleştirdikleri faaliyetler bütünüdür.” şeklinde tanımlamaktadır (Kahraman, 2016: 176).

## 2.1.Turizmin Temel Özellikleri

Turizmin temel özellikleri, turizm ürününün doğasından kaynaklanmakta ve ürünün doğası diğer sektörlerle arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Turizmin temel olgusu, ürün özelliklerinin ortaya konulmasıyla açıklanmaktadır. Zengin (2006) adlı eserinde turizmi; insanı olgunlaştıran, çevre duyarlılığı veren ve insanlar arasında hoşgörünün yayılmasına katkı sunan bir faaliyet olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda turizmin temel özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Er, 2016: 38; Toskay, 1978; Zengin ve Demirkol, 2009; Yarcan, 1998: 12; Schulmeister, 1979: 93);

- ✓ Ürün, üretildiği yerden tüketicinin bulunduğu yere götürülmez, turizm endüstrisinde tüketim üretimin yapıldığı yerde yapılır,
- ✓ Turizm ürünleri genellikle stoklanmaya ve saklanmaya elverişli değildir, tüketim üretimin yapıldığı zamanda gerçekleşir,
- ✓ Turistik hizmet ve ürün sunumunda zaman kavramı yoktur. İşletmeler faaliyet gösterdikleri sürece, 24 saat esasına göre hizmet ve ürün sunumuna devam ederler,
- ✓ Turizm endüstrisinde arzların çeşitliliği, önemli bir rekabet ortamı yaratmaktadır,
- ✓ Turizm endüstrisi meydana gelen dünya çapında ve yerel her türlü olaylardan direkt olarak etkilenmektedir, turizm endüstrisi emek-yoğun bir özellik gösterir,
- ✓ Turizm arzı, buldukları bölgeler itibariyle gerek fiyat gerekse hizmet sunumu açılarından da farklılıklar gösterir,
- ✓ Turizm hareketleri, belirli dönemlerde artmakta ve dönemlik talep artışı ortaya çıkmaktadır,
- ✓ Turizm olayına katılacak kişilerin karar verme süreçlerine etki eden faktörler çeşitliliği, karar verme sürecini uzatabilir,
- ✓ Turizm endüstrisinde aracı olarak yer alan seyahat acentesi, tur operatörü gibi işletmeler talebin dengelenmesinde önemli rol oynarlar.

Tablo 1 incelendiğinde, UNWTO'nun 2017 yılı verilerine göre, ABD toplamda 205,9 milyar dolar gelir elde etmiştir. Tablo 2'deki duruma bakıldığında ABD dünya turist sıralamasında Fransa'dan sonra ikinci sırada bulunurken, gelir açısından Fransa'dan daha fazla kazanç elde ettiği görülmektedir. Türkiye'nin sıralamaya giremediği tabloda, İspanya en fazla turist çeken ülkeler sıralamasında 3.sırada iken, gelir açısından ABD'den sonra en fazla kazanç elde eden 2. ülke konumundadır. Özellikle Fransa'nın en fazla turist çeken ülke olduğu ancak elde ettiği gelir açısından listede 5. sırada bulunmaktadır. Bu durumda ABD pazarlanabilirliği açısından diğer ülkelere göre daha fazla strateji ve planlamaya sahip olduğu görülmektedir. Turizmden elde edilen gelire bakıldığında ise 1950 yılında 2,1 milyar doların 2006 yılında 735 milyar dolar seviyesine çıktığı görülmektedir. UNWTO'nun verilerine göre turizm gelirlerinin 2020 yılına kadar yaklaşık %5,5 dolaylarında artış göstereceği ifade edilmiştir.

Ülkeler	Yıllar	Milyar \$		Değişim (%)	
		2015	2016*	15*/14	16*/15
1. ABD		205.4	205.9	7.0	0.3
2. İspanya		56.5	60.3	-13.3	6.9
3. Tayland		44.9	49.9	16.9	11.0
4. Çin		45.0	44.4	2.1	-1.2
5. Fransa		44.9	42.5	-22.9	5.3
6. İtalya		39.4	40.2	-13.3	2.0
7. İngiltere		45.5	39.6	-2.3	-12.9
8. Almanya		36.9	37.4	-14.8	1.4
9. Hong Kong (Çin)		36.2	32.9	-5.8	-9.1
10. Avustralya		28.9	32.4	-8.2	12.3

**Kaynak:** UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition

Tablo 2'de bulunan UNWTO verilerine göre en çok turist çeken ülkeler sıralamasında 82,6 milyon kişi ile Fransa birinci sırayı, 75,6 milyon ile Amerika Birleşik Devletleri 3. aynı orana sahip olan İspanya ise 3. sırayı almaktadır. Türkiye'nin 31,3 milyon ile 10. sırada yer aldığı listede -8.0 oranında bir önceki yıla göre turist kaybetmiştir. Son çeyrek yüzyılda teknolojinin baş döndürücü bir şekilde gelişmesiyle birlikte mesafeler kısalmış, seyahat eden insan sayısı artmış, ülkelerin kalkınmasında turizm kilit sektörlerden biri konumuna gelmiştir. Ülkelerin ekonomilerindeki turizm gelirlerinin payı da her geçen dönem artış göstermektedir.

Tablo 2: Uluslararası Turist Girişlerinde İlk On Ülke

Ülkeler	Yıllar	Milyon		Değişim	
		2015	2016*	15/14	16*/15
1. Fransa		84.5	82.6	0.9	-2.2
2. ABD		77.5	75.6	3.3	-2.4
3. İspanya		68.2	75.6	5.5	10.3
4. Çin		56.9	59.3	2.3	4.2
5. İtalya		50.7	52.4	4.4	3.2
6. İngiltere		34.4	35.8	5.6	4.0
7. Almanya		35.0	35.6	6.0	1.7
8. Meksika		32.1	35.0	9.4	8.9
9. Tayland		29.9	32.6	20.6	8.9
10. Türkiye		39.5	31.3	0.8	-8.0

Kaynak: UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition

## 2.2. TURİZM ENDÜSTRİSİ

Turizm endüstrisi, genel bir ifade ile turistik hizmet veren ekonomik faaliyetlerde ortak çıkarları bulunanların bir bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım, gelirlerini kısmen veya tamamen turistten sağlayacak biçimde mal ve hizmet üreten veya pazarlayan tüm işletmeleri kapsamına almaktadır (Kozak, 2014: 65). Leipere göre turizm endüstrisi, turizmin özel ihtiyaç ve isteklerine hizmet etmeyi amaçlayan tüm firmalar, organizasyonlar ve tesislerden oluşmaktadır. Turizm diğer endüstrilerden farklı olarak benzersiz özelliklere sahiptir (Sigala ve Leslie, 2006). Turizm endüstrisi, gerekli üretim faktörlerinin sağlanmasından başlayarak bir değişim ve dönüşüm süreci sonunda elde edilen mal ve hizmetlerin pazara iletilmesine kadar devam eden temel bir işletme fonksiyonudur. Ülke ekonomisinin gelişmesinde büyük ivme kazandırmaktadır (Er, 2016: 58). Turizm endüstrisi, ülkelerde önemli değişim ve gelişmeleri beraberinde getirmektedir. Bu değişim ülkelerin uluslararası turizm piyasasından aldığı pay ile paralellik göstermektedir. Turizm endüstrisi özellikle gelişmekte olan ülkeler için büyük bir önem taşımaktadır. Piyasadan yüksek derecede alınacak pay, sektörde çalışan nitelikli işgücü ile paralellik göstermektedir. Turistin memnuniyeti açısından işgücü endüstride büyük bir önem taşımaktadır. Turistin seyahate başladığı andan itibaren ülkesine döndüğü ana kadar geçen sürede memnun edilmesi ve tüm ihtiyacının karşılanması gerekmektedir. Buna göre, konaklama işletmelerinin veya turistik alanların ihtiyacı karşılayabilecek düzeyde geliştirilmesi gerekmektedir.

## 2.3. TURİZM EĞİTİMİ

Turizm eğitimi, “bir toplumdaki bireylerin, meslek sahibi olabilmeleri için bilgi, beceri ve pratik yeteneğini kazandırmasıdır. Bireyin kabiliyetlerini fiziksel, entelektüel, duygusal, sosyal ve ekonomik yönden geliştirme süreci” şeklinde tanımlanmaktadır. Kısaca turizm eğitimi, “ferde iş yaşamındaki belli bir meslek ile ilgili, beceri ve iş alışkanlığı kazandıran ve ferdin yeteneklerini çeşitli yönleri ile geliştiren eğitim sürecidir” (Çevik, 2012: 71). Eğitim, işletmelerde hizmet kalitesine yansıyan en önemli etmendir. Personelin nitelikli olması hizmet sunumunun kalitesi ve turizm endüstrisinin piyasadaki rolü ile paralellik göstermektedir. Turizm endüstrisinde sunulan hizmetin kalitesi, işletme içerisindeki işgücü ile doğru orantılıdır. Turistik ürün alan kişiler, psikolojik olarak tatmin olma ihtiyacı duyarlar (Evren, 2010: 38).

Turizm endüstrisinde eğitim, sektörün ihtiyacı doğrultusunda bireye mesleki, ahlaki, sosyal, ekonomik, kültürel ve psikolojik alanda verilmektedir. Turizm endüstrisi, dünya genelinde popüler bir endüstri olmaya devam etmektedir. Turizm endüstrisinin popüler olmasındaki en temel etmen şüphesiz eğitimidir. Turizm eğitimi toplumun tüm kesimine hitap etmektedir. Turizmde mesleki eğitimin yanı sıra sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik, genel kültür ve dil eğitimi gibi çeşitli alanlarda eğitim verilmektedir. Turizm endüstrisinde misafirin memnuniyeti ve sunulan hizmetin beğenilmesi nitelikli işgücü ile mümkündür. Bu bağlamda turizm işletmelerinde kaliteli hizmetin sunulması nitelikli işgücü ihtiyacını gerektirmektedir (Görkem, 2011: 22). Turizm eğitimi, turizmin var olduğu bölgenin kalkınması adına önem arz etmektedir. Bu gelişim esnasında eğitimin rolü, nitelikli personel yetiştirmek ile paralellik göstermektedir. Bu durumda turizm endüstrisinde gelir elde etmek isteyen ülke veya işletmeler nitelikli personele ihtiyaç duymaktadır. Turizm eğitiminin temel ilkesi turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikte işgücü personeli sektöre kazandırmaktır. Turizm eğitiminin amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kınay, 2012: 30, Hacıoğlu vd., 2008: 15);

- ✓ Sektörün ihtiyacı doğrultusunda turizm eğitiminin çeşitlendirilmesi, nitelik ve nicelik bakımından hedefe ulaşılması,

- ✓ Öğrencilere, mezun olduklarında turizm sektöründe istihdam edilmelerini sağlayacak mesleki bilgi, beceri, tutum ve davranışların kazandırılması,
- ✓ Eğitim yoluyla teorik ve pratik ilişkinin kurulması,
- ✓ Turizmde yer alan konaklama, yiyecek- içecek, ulaştırma işletmelerinde hizmet verecek üst ve orta düzeyde yöneticilerin yetiştirilmesi,
- ✓ Örgün ve yaygın eğitimde bütünlüğün sağlanması,
- ✓ Eğitim standardı geliştirilerek, ülke genelinde geçerli olacak belgelendirme ve sertifikasyona geçişin kolaylaştırılması,
- ✓ İlgili bakanlık, kuruluş ile özel sektörün dâhil olduğu sürekli sorumluluğa dayanan iş birliğinin geliştirilmesi ve koordinasyonun sağlanması,
- ✓ Turizm alanında araştırma ve uygulama yapan kamu kurum/kuruluşlar ile araştırma birimlerine, uzman ve araştırmacıların yetiştirilmesi,
- ✓ Turizmin ekonomik kalkınmadaki önemini aktırarak, turizm endüstrisinin gelişi-mine katkıda bulunulması,
- ✓ Topluma turizm bilincinin kazandırılması ve turizme olan ilginin arttırılması,
- ✓ Turizm endüstrisinde çalışanlara mesleki formasyonun kazandırılması.

Turizmde eğitimin amacı, halk üzerinde turizm bilinci oluşturmak, doğal, tarihi ve kültürel değerlerin korunması gerektiğini, ülkeye gelen misafir veya turiste karşı din, dil, ırk, statü ve ekonomik düzeyine bakılmaksızın eşit davranılmasını ve misafirperverliğe dayalı bir kişilik düzeni oluşturmayı amaçlamaktadır (Tolay, 2011: 85). Turizm eğitim ve öğretim programlarının amacı, öğrencileri ön büro, mutfak yiyecek içecek ve servis ile ilgili bilgi, beceri ve alışkanlıkları kazandırarak onları konaklama tesislerinin ve restoranların servis sorumluluğunu rahatlıkla üstlenebilecek düzeye getirmektir (Olçay, 2011: 74).

Turizm endüstrisinde eğitimin rolü yüksektir. Bu bağlamda işletmeler çeşitli kurum/kuruluşlarda turizm eğitimi gören personeli bünyesinde barındırmak istemektedir. Nitelikli personel önce işlemenin hizmet kalitesine daha sonra bölgenin turizm alanında kalkınmasını sağlamaktadır. Turizm eğitimi son yıllarda çeşitli ülkelerde büyük bir ivme kazanmaktadır. Turizme katılma arzusu gün geçtikçe cazibeli bir hale gelmektedir. Özellikle turistler seyahat etmek istediği bölgeyi seçerken önce bölgenin çekiciliğini daha sonra da işletmenin hizmet kalitesini göz önüne almaktadır. Bu bakımdan turizm endüstrisinde eğitim, temel unsurlardan biridir ve turizm eğitiminin temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- ✓ Turizmin doğal ve tarihi değerlerinin korunmasını sağlamaktadır,
- ✓ Bireylere iş veya hayat yolunda bilgi veya tecrübe kazandırmaktadır,
- ✓ Turizmin doğal kaynaklarının korunması ve bununla beraber sürdürülebilir turizm eğitimi kazandırmaktadır,
- ✓ Turizm endüstrisinde karşılaşılan sorunlara çözüm bulmak, değerlendirmek ve kontrol altına alınmasını sağlamaktadır,
- ✓ Endüstride güçlü ve dinamik bir anlayışa sahip olunmasını sağlamaktadır.

### 2.3.1.Türkiye’de Turizm Eğitimi

Türkiye’de turizm endüstrisine nitelikli personel yetiştirmek ve yükseköğretimin eğitimci veya araştırmacı talebini karşılamak için çeşitli kurum/kuruluşlarda turizm eğitimi verilmektedir. Turizm eğitimi, çeşitli kurum/kuruluşlarda farklı amaçlar doğrultusunda verilmektedir. Türkiye’de turizm eğitiminin asıl amacı nitelikli işgücü yetiştirmektir. Bundan dolayı MEB, Kültür ve Turizm Bakanlığı veya YÖK bünyesinde bu eğitim devam etmektedir. Turizm eğitimi ortaöğretimden itibaren başlamaktadır. Daha sonra kişinin kariyer planlamasına göre ilerleyen süreçlerde önlisans, lisans, yüksek lisans veya doktora şeklinde ilerlemektedir. Turizm eğitimi Türkiye’de turizm eğitimi yaygın ve örgün eğitim olarak iki farklı şekilde verilmektedir.

#### 2.3.1.1.Yaygın Turizm Eğitimi

Yaygın turizm eğitimi, toplumda turizm bilinci oluşturmak ve sektörün ihtiyacını karşılayacak personel yetiştirmek için her yaş ve seviyedeki bireylere yönelik olarak verilen mesleki turizm eğitim kurslarını kapsamakta, bu kurslar sonucunda başarı gösterenlere sertifika veren bir eğitim sistemidir.

**Tablo 3: Türkiye'deki Yaygın Turizm Eğitimi Veren Kurum/Kuruluşlar**

<b>Kültür ve Turizm Bakanlığı</b> Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü Hizmet içi Eğitim Dairesi Başkanlığı Yaygın Eğitim Dairesi Başkanlığı Turist Rehberliği Dairesi Başkanlığı <b>Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, İş-Kur İşgücü Uyum Dairesi Başkanlığı, AB Eğitim ve Gençlik Programları Dairesi Başkanlığı, Sosyal Kuruluşlar, Üniversiteler, Belediyeler, Sendikalar, Özel Eğitim Kurumları, İşletmeler</b>	<b>Millî Eğitim Bakanlığı</b> Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü Çıracılık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü Çıracılık, Mesleki ve Teknik Eğitimi Geliştirme ve Yaygınlaştırma Dairesi Başkanlığı <b>Açık öğretim Fakültesi</b>
---	--

**Kaynak:** Hacıoğlu vd., 2008

Tablo 3'te Türkiye'de yaygın turizm eğitimi veren kurum/kuruluşlar verilmektedir. Türkiye'de farklı birimlerde çeşitli alanlarda turizm eğitimi verilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın öncülük ettiği bu kurumların amacı turizm endüstrisine nitelikli işgücü personel yetiştirmektir. MEB ve YÖK dışında Türkiye'de çeşitli kurumlarda yaygın turizm eğitimi verilmektedir. Turizm eğitimi veren kurum/kuruluşların asıl amacı, sektöre nitelikli personel yetiştirmek ve sektörün ekonomik gücünü en üst seviyeye çıkarmaktır.

### 2.3.1.2. Örgün Turizm Eğitimi

Örgün turizm eğitiminin amacı, turizm endüstrisinin faaliyet alanları için bilgili, becerili, yetenekli, verimli ve bilinçli elemanlar yetiştirmektir. Örgün turizm eğitimindeki diğer bir amaç ise akademik personel ihtiyacının karşılanmasıdır. Turizm eğitimi, işletmelerin ve eğitim kurumlarının ihtiyaç duyduğu alanda personelin yetişmesi için eğitim kurumlarına ihtiyaç vardır. Bu durumda MEB ve YÖK'e bağlı olarak açılan ve halen Türkiye'nin 81 ilinde turizm eğitimi veren kurum/kuruluşlar mevcuttur.

**Tablo 4: Türkiye'deki Örgün Turizm Eğitimi Veren Kurumlar**

<b>Millî Eğitim Bakanlığı (MEB)</b>	<b>Yükseköğretim Kurulu (YÖK)</b>
Anadolu Ticaret Meslek Liseleri Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Anadolu Meslek Liseleri Özel Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Teknik ve Mesleki Liseler	Önlisans Düzeyinde (Meslek Yüksekokulları) Lisans Düzeyinde (Fakülteler ve Yüksekokulları) Lisansüstü Düzeyde (Yüksek Lisans ve Doktora)

**Kaynak:** Hacıoğlu vd., 2008

Tablo 4'te Türkiye'de örgün turizm eğitimi veren kurumlar aktarılmıştır. Turizm eğitiminin ortaöğretimden başladığı ve çeşitli amaçlar doğrultusunda farklı kurumlarda bu eğitimin devam ettiği görülmektedir. Turizm eğitiminin asıl amacı çeşitli alanlarda nitelikli işgücü yetiştirmektir. Bu durumda MEB bünyesinde turizm eğitimi veren okullar açılmıştır. Bununla beraber bilimsel alanda akademik personel ihtiyacının karşılanması için YÖK bünyesinde üniversitelerde çeşitli kademelerde turizm eğitimi verilmektedir.

### 2.3.2. Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi

Türkiye'de önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde turizm eğitimi YÖK tarafından verilmektedir. Meslek yüksekokulları, belirli mesleklere yönelik nitelikli işgücü gücü yetiştirmeyi amaçlamaktadır. İki yıl, bazı bölümlerde hazırlık programları ile birlikte üç yıllık eğitim veren, yükseköğretim kurumlarıdır (2547 sayılı kanun madde 3) (Demirkol ve Pelit, 2002). Lisans programları, dört yıl bazı bölümlerde ise hazırlık sınıfı ile beraber beş yıllık eğitim veren yükseköğretim programıdır. Lisansüstü eğitim yüksek lisans ve doktora eğitimi olmak üzere iki farklı alanda yürütülmektedir. Yüksek lisans eğitimi en az dört yarıyıl ve iki yılı kapsayan yükseköğretim türüdür. Doktora eğitimi ise, dört yıl veya 8 yarıyıldan oluşmaktadır. Lisansüstünde iki farklı amaç bulunmaktadır. Bunlardan ilki, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler için üst düzey yönetici, uzman, eğitimi ve danışman yetiştirmektir. Diğer bir amaç ise, turizm endüstrisinde kariyer hedefleyen araştırmacı yetiştirmektir.

Turizmde lisansüstü eğitimin amacı, öncelikle mesleki alanda alınacak eğitimin yanı sıra yaşanabilecek problemler karşısında çözüm üretebilecek, farklı konularda değerlendirme yapabilecek ve karar verme sürecinde etkilenmeyecek yönetici ve araştırmacı yetiştirmektir. Bu eğitim yüksek lisans ve doktora olmak üzere iki farklı şekilde verilmektedir (Ünlüöner ve Boylu, 2005).

#### 2.3.2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Nitelikli işgücü ihtiyacını karşılamada turizm eğitimi veren kurumlar önemli rol oynamakta ve bireyin turizm endüstrisi hakkındaki görüşlerine önemli derecede katkı sağlamaktadır. Bu bilgilerden de anlaşılacağı üzere

insan ilişkilerinin yoğun olarak yaşandığı turizm endüstrisinde insan faktörü büyük önem arz etmektedir. Araştırmanın temel amacı, yükseköğretim düzeyinde turizm eğitim gören öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik algısını belirlemektir. Araştırmanın alt amacı ise önlisans ve lisans öğrencilerinin turizm endüstrisine ilişkin görüş farklılıklarını tespit etmektir. Öğrencilerin turizm endüstrisinde daha önce çalışmış olmaları, onların turizm endüstrisine yönelik görüşleri ve kariyer planlamaları açısından önem arz etmektedir. Araştırmanın bir diğer amacı ise, önlisans ve lisans öğrencilerinin demografik özelliklerinin turizm endüstrisi konusundaki görüşleri üzerine etkisinin olup olmadığını araştırmak çalışmanın bir anlamda özünü oluşturmaktadır.

### 2.3.2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel bir araştırma olarak tasarlanmış ve veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada bir bütünlük oluşturulması için belirli durumlar göz önüne alınarak evren ve örneklem oluşturulmuştur. Öğrencilerin görüş farklılıklarının belirlenmesine ilişkin literatür incelenmiş ve veri toplama aracı olarak anket formu ile ilgili uzman görüşü de alınarak ölçek geliştirilip uygulanmıştır.

### 2.3.2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni; 2016-17 eğitim öğretim döneminde önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerdir. ÖSYM'nin 2016 verilerine göre turizm alanında eğitim alan önlisans ve lisans öğrenci sayısı 139.191 kişidir. Türkiye genelinde turizm eğitimi almakta olan önlisans ve lisans öğrencileri araştırmanın ana evrenini oluşturmaktadır. Evrenin tamamına zaman ve maliyet vb. kısıtlar nedeniyle ulaşma imkânı bulunamadığından evren daraltılarak uygulama evreni Sakarya Üniversitesi'nde öğrenim gören önlisans ve lisans öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma Sakarya Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Karasu MYO Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümlerinde eğitim gören yaklaşık 1.500 öğrenciden kolayda örnekleme yoluyla seçilen deneklerden veriler toplanmıştır. Bu bağlamda turizm alanında eğitim gören önlisans ve lisans öğrencilerinin görüş farklılıklarının belirlenmesi için 900 adet anket formu araştırma-cıların gözetiminde öğrencilere doldurulmuştur. Ancak bazı deneklerin anket formlarında tespit edilen eksiklikler nedeniyle 111 tanesi değerlendirme dışı bırakılarak kalan 789 adet anket formu değerlendirilmeye alınmış ve çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

### 2.3.2.4. Araştırma Bulguları ve Analizi

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik bulgularına ilişkin veriler yüzde dağılımları ile sunulmaktadır. Ayrıca turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik görüş farklılıklarının belirlenmesi için yüzde dağılımının yanı sıra farklılık testlerine başvurulmuştur. Uygulanan analiz testleri t-testi ve One-Way ANOVA'dır. Araştırmadaki katılımcıların turizm endüstrisine yönelik görüşlerinin belirlenmesine yönelik ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi yapılarak ifadeler boyutlara indirgenmiştir. İfadelerin geçerliliğini ortaya konulabilmesi için önemsenen değer Keiser-Mayer-Olkin (KMO) test değeridir. KMO değerinin 0,60'dan büyük olması durumunda örnek sayısının geçerli olduğu kabul edilir.  $0.80 < \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir (Kalaycı, 2016: 405). Yapılan istatistik analizi sonucunda KMO test istatistiği "0,813" olarak tespit edilmiş ve geçerlilik koşulu sağlanmıştır.

### 2.3.2.5. Araştırmanın Bulguları

Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi alan 789 öğrencinin turizm endüstrisine ilişkin algısına ilişkin veriler paylaşılmıştır.

Tablo 5: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş ve Bölüme Göre Dağılımı			
	Değişken	(n)	(%)
Cinsiyet	Kadın	419	53,1
	Erkek	370	46,9
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>
Yaş	18 Yaş ve Altı	37	4,7
	19-20 Yaş	<b>307</b>	<b>38,9</b>
	21-22 Yaş	307	38,9
	23 Yaş ve Üstü	138	17,5
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>
Bölüm	Turizm ve Otel İşletmeciliği	370	46,9
	Turizm İşletmeciliği	419	53,1
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>

Tablo 5’te araştırmaya katılan öğrencilerin %53,1’i kadın, %46,9’unun erkek olduğu görölmektedir. Cinsiyete göre araştırmaya dengeli bir katılım olduğu görölmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir bölümü “19-20” ile “21-22” yaş grubu arasındadır. İki kategorideki toplam oran ise %38,9’dur. Önlisans öğrencilerinin “turizm ve otel işletmeciliği”, lisans öğrencilerinin ise “turizm işletmeciliği” bölümünde eğitim gördükleri tespit edilmiştir.

	Değişken	(n)	(%)
<b>Alan</b>	<b>Ön Lisans</b>	370	46,9
	<b>Lisans</b>	419	53,1
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>
<b>Sınıf</b>	<b>1. sınıf</b>	232	29,4
	<b>2. sınıf</b>	309	39,2
	<b>3. sınıf</b>	208	26,4
	<b>4. sınıf</b>	40	5,1
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>
<b>Staj Durumu</b>	<b>Yaptı</b>	435	55,1
	<b>Yapmadı</b>	354	44,9
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların oluşturduğu gruplarda çoğunluğun %53,1 “lisans” öğrencilerinden oluşturduğu görölmektedir. “Önlisans” öğrencilerinin oranı ise %46,9’dur. Ankete katılan katılımcıların öğrenim gördükleri sınıfa yönelik oranlar tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6’da, katılımcıların %39,2’si “ikinci sınıf”, %29,4’ü “birinci sınıf”, %26,4’ü “üçüncü sınıf” ve %5,1’i ise “dördüncü sınıfta” öğrenim gördükleri görölmektedir. Elde edilen verilere göre, son sınıfta eğitim gören öğrenci sayısının az olması Sakarya Üniversitesi’nde uygulanan 7+1 ve 3+1 işbaşı eğitim programından kaynaklandığı söylenebilir. Aynı zamanda son sınıfta ders sayısındaki azalmanın da öğrencilerin okula devam anlamında düşüş oluşturmasından kaynaklandığı söylenebilir. Öğrencilerin staj durumuna ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde %55,1’inin “staj yaptığının”, %44,9’unun ise halen “staj yapmadığı” görölmektedir. Uygulama eğitimlerini gerçekleştirmeyen öğrencilerin 1. veya 2.sınıfta eğitim gördükleri söylenebilir.

	Değişken	(n)	(%)
<b>Bölümü Tercih Sıralaması</b>	<b>1-5</b>	348	44,1
	<b>6-10</b>	211	26,7
	<b>11-15</b>	133	16,9
	<b>16 ve üstü</b>	97	12,3
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>
<b>Kurum Tercih Durumu</b>	<b>Kendi Tercihim</b>	434	55,0
	<b>Öğretmenimin Tercihi</b>	101	12,8
	<b>Ailemin Tercihi</b>	121	15,3
	<b>Arkadaş/Çevre Ortaklaşa</b>	69	8,7
	<b>Diğer</b>	64	8,1
<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>	

Tablo 7’de öğrencilerin turizm bölümünü tercih sıralamalarına bakıldığında, tercih sıralamalarında “1-5” arasında tercih etme oranı%44,1 olduğu görölmektedir. Bu bağlamda, turizm işletmeciliği veya turizm ve otel işletmeciliği bölümünü öğrencilerinin isteğe bağlı olarak yaptığı söylenebilir. İkinci en yüksek oran ise %26,7 ile “6-10”dur. Burada, öğrencilerin asıl okumak istediği bölümleri ilk beşte tercih ettikleri řu an eğitim gördükleri bölümü ise bir alternatif olarak tercih ettikleri ifade edilebilir. Öğrencilerinin öğrenim gördüğu üniversiteyi tercih durumuna yönelik verilere bakıldığında, “kendi tercihim” %55,0 ile ilk sırada yer almaktadır. Bu durumda öğrencilerin üniversiteyi büyük oranda kendi isteği ile tercih ettiği söylenebilir. Türkiye’de okul-sektör-üniversite-sanayi iş birliği henüz istenen seviyede olmadığı için öğrencilerin gerek tercihlerinde gerekse uygulama eğitimi yapmada kendi tercihlerine bağlı olmadan tercih yaptıkları belirtilebilir.



Tablo 8: Katılımcıların Ebeveynlerinin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

	Değişken	(n)	(%)
Annenin Eğitim Durumu	Okur-Yazar Değil	51	6,5
	Okur-Yazar	181	22,9
	İlkokul	202	25,6
	Ortaokul	95	12,0
	Lise	153	19,4
	Üniversite	107	13,6
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>
Babanın Eğitim Durumu	Okur-Yazar Değil	44	5,6
	Okur-Yazar	72	9,1
	İlkokul	178	22,6
	Ortaokul	131	16,6
	Lise	186	23,6
	Üniversite	178	22,6
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>

Tablo 8’de katılımcıların annelerinin eğitim durumlarına bakıldığında, annelerinin %25,6 ile “ilkokul mezunu”, %6,5 ile okuryazar, %13,6’sının ise “üniversite mezunu” oldukları anlaşılmaktadır. Tablo 24’te katılımcıların babalarının eğitim durumlarına bakıldığında, en yüksek oranın %23,6 ile “lise mezunu” olduğu ve akabinde %22,6 ile “ilkokul” ve “üniversite mezununun” olduğu görülmektedir. Her iki veri göz önüne alındığında, orta düzeyde eğitimlerini tamamlayan ailelerin çocuklarının bu bölümü tercih ettikleri ifade edilebilir. Bu durum ise çocuklarının mesleki hayata çabuk atılması ve hayatını bir an önce kurmak istemesinden kaynaklanmış olabilir.

Tablo 9: Katılımcıların Ailelerinin Gelir Düzeyi ve İkamet Durumuna Göre Dağılımı

	Değişken	(n)	(%)
Ailenin Aylık Geliri	1.500 TL’den az	123	15,6
	1.501 TL ve 2.500 TL Arası	311	39,4
	2.501 TL ve 3.500 TL Arası	152	19,3
	3.501 TL ve 4.500 TL Arası	83	10,5
	4.501 TL ve 5.500 TL Arası	75	9,5
	5.501 TL ve üzeri	45	5,7
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>
Ailenin İkamet Durumu	İl Merkezi	298	37,8
	İlçe Merkezi	288	36,5
	Belde	88	11,2
	Köy	115	14,6
	<b>Toplam</b>	<b>789</b>	<b>100,0</b>

Tablo 9’da öğrencilerin ailelerinin aylık gelir düzeyleri verilmektedir. “1501-2500 TL “aylık gelire sahip olan ailelerin oranı %39,4, “1500 TL” den az geliri bulunan ailelerin oranı %15,6, “5501 TL” ve üzeri geliri olan aileler ise 5,7’dir. Daha çok orta gelirli ailelerin çocukları olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ailelerinin ikamet yerlerine bakıldığında, %37,8’lik bir oranının “il merkezinde” %36,5’lik oranının ise “ilçe merkezinde” ikamet ettiği görülmektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Turizm Endüstrisine Yönelik Görüşlerinin Sınıflara Göre Dağılımı

Boyut	Sınıf	Sayı(n)	A. Ort.	F Değeri	Anlamlılık
Turizmin Toplumsal Etkileri	1. sınıf	232	3,521	3,061	<b>0,028*</b>
	2.sınıf	309	3,498		
	3.sınıf	208	3,500		
	4.sınıf	40	3,000		
Eğitim ve Terfi	1.sınıf	232	3,556	5,377	<b>0,001*</b>
	2. sınıf	309	3,524		
	3. sınıf	208	3,476		
	4. sınıf	40	3,556		
Yönetici ve Çalışan Tutumu	1. sınıf	232	3,491	6,429	<b>0,000*</b>
	2. sınıf	309	3,472		
	3. sınıf	208	3,235		
	4. sınıf	40	3,150		

Çalışma Şartları	1. sınıf	232	3,612	4,379	0,005*
	2. sınıf	309	3,815		
	3. sınıf	208	3,706		
	4. sınıf	40	3,850		
İş Sağlığı ve Güvenliği	1. sınıf	232	3,569	11,229	0,000*
	2. sınıf	309	3,543		
	3. sınıf	208	3,254		
	4. sınıf	40	2,950		

Sınıfa göre farklılık analizine ilişkin bulgular tablo 10’da verilmektedir. Buna göre öğrencilerin sektöre ilişkin görüşlerinde “sosyal statü” boyutu hariç ( $p < 0,05$ ), diğer boyutlar açısından öğrenim görülen sınıfa göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre “turizmin toplumsal etkileri, yönetici ve çalışan tutumu ile iş sağlığı ve güvenliği” boyutlarında birinci sınıfın diğer sınıflara oranla sektöre yönelik düşüncelerinin daha olumlu olduğu söylenebilir. Bu durum sektörde henüz bulunmamaları ve uygulama imkânlarının olmadığı için diğer sınıflara oranla daha ılımlı/olumlu duygularla ifade ettikleri söylenebilir. Ancak “eğitim ve terfi” boyutunda dördüncü sınıftaki öğrencilerin görüşü ile birinci sınıfta eğitim gören öğrencilerin görüşlerinin benzerlik göstermektedir. Bu durumun uygulama sonucunda oluştuğu söylenebilir. “Çalışma şartları” boyutuna ise, dördüncü sınıf öğrencilerinin diğer sınıflarda öğrenim gören öğrencilere oranla daha olumlu yaklaştığı görülmektedir. Bunun sonucunda dördüncü sınıfta eğitim gören, mezun olma durumu ile karşı karşıya olan ve uygulama eğitimini tamamlayan bu öğrencilerin sektör içerisinde olup bitenlere hâkim oldukları ve sektör hakkındaki edindikleri tecrübelerle dayanarak daha olumsuz yanıt verdiği görülmektedir. İfade edilen veri sonuçlarına göre, sınıf değişkeni göz önüne alındığında sektör hakkındaki düşünceler, bireyin işletme içerisinde bulunup bulunmadığına, uygulama eğitimine katılıp katılmadığına ve çalıştığı işletme türüne ve pozisyonuna göre değişkenlik gösterebileceği ifade edilebilir.

Tablo 11: Katılımcıların Turizm Endüstrisine Yönelik Görüşlerinin Bölümü Tercih Sırasına Göre Dağılımı						
Boyut	Tercih Sıralaması	Sayı (n)	A. Ort.	F Değeri	Anlamlılık	
Turizmin Toplumsal Etkileri	1-5	348	3,385	3,944	0,008*	
	6-10	211	3,443			
	11-15	133	3,582			
	16 ve Üstü	97	3,594			
Yönetici ve Çalışan Tutumu	1-5	348	3,275	6,968	0,000*	
	6-10	211	3,368			
	11-15	133	3,545			
	16 ve Üstü	97	3,567			
Sosyal Statü	1-5	348	3,204	5,702	0,001*	
	6-10	211	3,237			
	11-15	133	3,488			
	16 ve Üstü	97	3,505			
Çalışma Şartları	1-5	348	3,578	4,333	0,005*	
	6-10	211	3,691			
	11-15	133	3,790			
	16 ve Üstü	97	3,385			
İş Sağlığı ve Güvenliği	1-5	348	3,307	8,056	0,000*	
	6-10	211	3,478			
	11-15	133	3,518			
	16 ve Üstü	97	3,762			

Turizm endüstrisine yönelik oluşturulan boyutların öğrencilerin okuduğu bölümü tercih sıralamasına göre analiz sonuçları tablo 11’de paylaşılmıştır. Elde edilen bu verilere göre, “eğitim ve terfi” boyutu hariç diğer tüm boyutlarda öğrencilerin okudukları bölümü tercih sıralamasına ilişkin aralarında anlamlı bir farklılık olduğu söylenebilir. Bulgulara göre, “çalışma şartları” boyutu hariç diğer tüm boyutlarda “16 ve üstü” tercih durumunun diğer ifadelerle göre daha olumlu yaklaştığı görülmektedir. Diğer bir bakış açısı ise, sıralamada en sona dâhil edilen bölümü okuduğu ancak turizm alanında hayal kırıklığına uğramadığı söylenebilir. Çünkü okumak istemediği veya herhangi bir yükseköğrenim kurumunda eğitime başlayayım düşüncesi ile yazılan bir bölümden memnun kalması beklenen bir durum değildir. Ancak görülen durum öğrencinin son sıralamaya yazmasına rağmen okuduğu bölümden memnun olduğu belirtilebilir.

Boyut	Kurumu Tercih	Say (n)	A.Ort.	F Değeri	Anlamlılık
Sosyal Statü	Kendi Tercihim	434	3,221	4,838	<b>0,001*</b>
	Öğretmenimin Tercihi	121	3,247		
	Ailemin Tercihi	101	3,520		
	Arkadaş/Çevre ortaklaşa	69	3,565		
	Diğer	64	3,187		
İş Sağlığı ve Güvenliği	Kendi Tercihim	434	3,338	5,606	<b>0,000*</b>
	Öğretmenimin Tercihi	121	3,495		
	Ailemin Tercihi	101	3,743		
	Arkadaş/Çevre ortaklaşa	69	3,492		
	Diğer	64	3,468		

Tablo 12'deki bulgulara göre, sadece “sosyal statü” ile “iş sağlığı ve güvenliği” boyutunun “kurumu tercih durumu” arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu verilere göre özellikle “arkadaş/çevre ortaklaşa” olarak yapılan tercihin “sosyal statü” boyutunda diğer değişkenlere oranla daha olumlu yaklaştığı söylenebilir. Bu durumun kurumu tercih durumunda eğitim durumu ve sunulan imkânlar göz önüne alınmadan tercih edildiğine ve toplumsal açıdan genel bir yaklaşım gösterildiği ifade edilebilir. Turizm endüstrisinde “iş sağlığı ve güvenliği” konusunda daha olumlu düşüncelere sahip olan öğrenciler “kendi tercihim” değişkenine oranla aralarında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. “İş sağlığı ve güvenliği” boyutunda ise “ailemin tercihi” değişkeninin diğer değişkenlere oranla daha yüksek derecede olumlu yaklaşıldığı söylenebilir.

Boyut	Anne Eğitim Durumu	Sayı(n)	A.Ort.	F Değeri	Anlamlılık
Sosyal Statü	Okur-Yazar Değil	51	3,215	2,535	<b>0,027*</b>
	Okur-Yazar	181	3,436		
	İlkokul	202	3,267		
	Ortaokul	95	3,063		
	Lise	153	3,307		
	Üniversite	107	3,355		
Eğitim ve Terfi	Okur-Yazar Değil	51	3,686	2,894	<b>0,013*</b>
	Okur-Yazar	181	3,430		
	İlkokul	202	3,604		
	Ortaokul	95	3,294		
	Lise	153	3,522		
	Üniversite	107	3,644		
İş Sağlığı ve Güvenliği	Okur-Yazar Değil	51	3,509	3,694	<b>0,003*</b>
	Okur-Yazar	181	3,613		
	İlkokul	202	3,366		
	Ortaokul	95	3,378		
	Lise	153	3,274		
	Üniversite	107	3,579		

Tablo 13'teki öğrencilerin sektöre ilişkin görüşleri ile “annelerinin eğitim durumları” arasında anlamlı herhangi bir fark olup olmadığına ilişkin “Anova (one-way) testi” analizi paylaşılmıştır. Buna göre, “annelerinin eğitim durumlarının” turizm endüstrisini tercih etmelerinde olumlu bir etkisinin olduğu görülmektedir. Özellikle bu farkın oluştuğu “sosyal statü”, “okuryazar”, “eğitim ve terfi” boyutunda “okuryazar” olmaması ile “iş sağlığı ve güvenliği” boyutunda ise bu anlamlı farkın yine “okuryazar” olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bu farkın oluşturduğu olumlu anlamlılık özellikle “eğitim ve terfi” boyutunda annelerinin “okuryazar” olmaması sektöre ilişkin daha hızlı kariyer basamaklarını atlamaya ve bunun kendisine olumlu geri dönüşleri olduğu ifade edilebilir. Ancak analiz dışında kalan boyutların ise öğrencilerin turizm endüstrisine ilişkin görüşlerinin belirlenmesinde etkili olmadığı söylenebilir. Bu durum öğrencilerin çevresinden etkilenmediği kendi kararını verebildiğini göstermektedir.

Tablo 14: Katılımcıların Turizm Endüstrisine Yönelik Görüşlerinin Baba Eğitim Durumuna Göre Dağılımı						
Boyut	Baba Eğitim Durumu	Sayı(n)	A.Ort.	F Değeri	Anlamlılık	
Çalışma Şartları	Okur-Yazar Değil	44	3,454	2,352	0,039*	
	Okur-Yazar	72	3,611			
	İlkokul	178	3,685			
	Ortaokul	131	3,740			
	Lise	186	3,860			
	Üniversite	178	3,741			
Yönetici ve Çalışan Tutumu	Okur-Yazar Değil	44	3,340	2,749	0,018*	
	Okur-Yazar	72	3,555			
	İlkokul	178	3,432			
	Ortaokul	131	3,427			
	Lise	186	3,231			
	Üniversite	178	3,471			

Tablo 14’te öğrencilerin sektöre ilişkin görüşlerinin “çalışma şartları” ile “yönetici ve çalışan” tutumlarının babalarının eğitim durumuna ilişkin anlamlı bir farklılık olduğu ifade edilebilir. “Çalışma şartları” boyutunda babanın “lise mezunu olması”, “yönetici ve çalışan tutumu” boyutunda ise “okuryazar” olması diğer değişkenlere göre daha olumlu bir farkın olduğu görülmektedir. Babanın eğitim durumunun düşük seviyede olması belki de öğrencilerin kariyer basamaklarını etkilemesi veya sektörde ilerleyebilmelerinde bazı durumlarda olumlu bazı durumlarda ise olumsuz etki ettiği söylenebilir.

Tablo 15: Katılımcıların Turizm Endüstrisine Yönelik Görüşlerinin Ailenin Gelir Durumuna Göre Dağılımı					
Boyut	Gelir Durumu	Sayı (n)	A. Ort.	F Değeri	Anlamlılık
Eğitim ve Terfi	1.500 TL’den az	123	3,528	2,996	0,011*
	1.501 TL ve 2.500 TL Arası	311	3,546		
	2.501 TL ve 3.500 TL Arası	152	3,592		
	3.501 TL ve 4.500 TL Arası	83	3,204		
	4.501 TL ve 5.500 TL Arası	75	3,666		
	5.501 TL ve üzeri	45	3,444		
İş Sağlığı ve Güvenliği	1.500 TL’den az	123	3,609	2,289	0,044*
	1.501 TL ve 2.500 TL Arası	311	3,434		
	2.501 TL ve 3.500 TL Arası	152	3,315		
	3.501 TL ve 4.500 TL Arası	83	3,385		
	4.501 TL ve 5.500 TL Arası	75	3,600		
	5.501 TL ve üzeri	45	3,355		

Tablo 15’te verilen analiz sonuçlarına göre “eğitim ve terfi” boyutu ile “iş sağlığı ve güvenliği” boyutunun öğrencilerin ailelerinin gelir düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Ailenin aylık geliri öğrencinin görüşlerine yönelik bir etki ettiği söylenebilir. Bu anlamlılık düzeyinin özellikle “iş sağlığı ve güvenliği” boyutunda diğer değişkenlere oranla daha yüksek çıkması gözden kaçmamaktadır. Sektöre ilişkin görüşlerinin gelir düzeyindeki düşüklüğü göz önüne alınırsa öğrencinin sektörde daha fazla miktarda para kazanması ve genç yaşta sektör içerisinde bulunma isteği ile doğru orantılı olduğu ifade edilebilir. Ancak bu durum “eğitim ve terfi” boyutunda tam tersi olduğu görülmektedir. Ailenin gelir düzeyi “4.501 TL” ve “5.500 TL” arası olan öğrencilerin diğer değişkenlere oranla daha olumlu yönde görüş bildirdiği görülmektedir.

Tablo 16: Katılımcıların Turizm Endüstrisine Yönelik Görüşlerinin Staj Durumuna Göre Dağılımı					
Boyut	Staj Durumu	Sayı (n)	A. Ort.	T Değeri	Anlamlılık
Çalışma Şartları	Yaptı	435	3,783	2,090	0,037*
	Yapmadı	354	3,661		
Eğitim ve Terfi	Yaptı	435	3,577	1,972	0,049*
	Yapmadı	354	3,454		

Katılımcıların görüşleri staj yapma durumuna göre t-testi analizi tablo 16’da verilmektedir. Buna göre “çalışma şartları” ve “eğitim ve terfi” boyutlarının staj durumuna göre anlamlı bir farklılık oluşturduğu söylenebilir. Ancak “çalışma şartları” boyutunda staj yapan öğrencilerin yapmayanlara göre daha olumsuz yönde görüş bildirmeleri beklenen bir durumdur. Fakat staj yapmayan öğrencilerin daha olumlu görüş bildirmesi beklenilmiyordu. Aynı şekilde “eğitim ve terfi” boyutunda staj yapanların yapmayanlara göre daha olumlu yaklaştıkları söylenebilir. Her iki boyut incelendiğinde; staj yapan öğrencinin bu süre zarfında

yaşadığı problemler göz önüne alındığında, fiziksel ve ruhsal açıdan yıpranmış olmaları ve her iki boyutta da staj yapmayanlara karşı daha olumlu görüş bildirmesi sonucu etkilediği söylenebilir.

### 3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm endüstrisi emek-yoğun özelliğinden dolayı insan emeğine önemli derecede ihtiyaç duymaktadır. Turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin rekabetin yoğun olduğu piyasada yüksek seviyede kazanç elde edebilmelerinin en önemli yolu, kaliteli hizmete sahip olmaları ve müşterilerin memnuniyeti hedef edinmelidir. Bu bağlamda turizm endüstrisinin nitelikli eleman ihtiyacının da özellikle turizmi gelişmiş ülkelerde büyük boyutlarda olacağı açıktır. Bundan dolayı turizm alanında eğitim veren çeşitli kurum/kuruluşlar zaman içerisinde faaliyete geçmiş ve her geçen gün turizm sektörü için nitelikli personel yetiştirme gayreti içerisinde eğitim-öğretim faaliyetleri yürütmektedirler. Önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik algısını belirlemeye ilişkin yapılan bu çalışmada önemli sonuçlar elde edilmiştir. Öğrenim görülen sınıfa ilişkin elde edilen verilere göre, “Sosyal statü” boyutu hariç diğer boyutların öğrencilerin eğitim görülen “sınıf” değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Özellikle bu boyutlarda “birinci sınıf”ın diğer sınıflara oranla daha olumlu yönde görüş bildirdiği söylenebilir.

Katılımcıların kurum “kendi tercihi” değişkeninde, “İş sağlığı ve güvenliği” boyutunun ailemin tercihi yönünde görüş bildiren katılımcıların diğer değişkenlere oranla daha olumlu yönde görüş bildirdiği, “sosyal statü” boyutunda ise “arkadaş ve çevre” değişkeninin daha olumlu yönde görüşünü ifade ettiği belirlenmiştir (Kuşluyan ve Kuşluyan, 2000). Literatürdeki bu çalışmaların sonuçları değerlendirildiğinde, araştırmadan elde edilen bulgularla benzerlikler arz etmekte, bir nevi doğrular niteliktedir. Ebeveynlerin eğitim düzeyi; annelerin çoğunluğunun “ilkokul mezunu”, babaların ise, “lise mezunu” olduğu tespit edilmiştir. Ailenin eğitim durumu çalışma sonucu oluşan algılara ilişkin 6 boyutun tamamı için farklı göstermektedir. Sarıışık vd., (2014: 50)’nin, turizm eğitimi alan önlisans ve lisans öğrencilerine yönelik gerçekleştirdiği çalışmada, önlisans öğrencilerinin lisans öğrencilerine göre sektöre daha olumlu/ılımlı yaklaştığını saptamıştır. Elde edilen bulgular bu çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Çalışmanın alt amacı ele alındığında, önlisans öğrencilerinin lisans öğrencilerine göre turizm endüstrisine ilişkin görüşlerinin daha olumlu olduğunu ortaya çıkmıştır. “Sosyal statü” boyutu incelendiğinde, “önlisans” öğrencilerin “lisans” öğrencilerine göre daha fazla bu itibara yönelik olumlu düşündüğü tespit edilmiş, “önlisans” öğrencilerinin “lisans” öğrencilerine oranla toplumda var olabilme durumuna sahip oldukları söylemek mümkündür. Nitekim eğitim seviyesi düşük olan bireylerde kendisini toplumda görebilme, sektördeki “eğitim ve terfi” alanında olumlu davranma, yöneticiler ile çalışanlar arasındaki tutum dengesini yakalayabilme ve “iş sağlığı ve güvenliği” konusunda daha ılımlı/olumlu yaklaştıkları görülmektedir. Bu durum çalışmanın temel bileşeni olup lisans öğrencilerin sektörden çok eğitimlerini veya sektörde çalışma esnasında daha kuralcı oldukları, bazı sorun veya problemleri görmezden gelmediği söylenebilir.

Önlisans öğrencilerinin kısa eğitim süreleri, onları hızlı bir şekilde sektöre girmelerini, çalıştığı işletmede verilen görevi layıkıyla yerine getirmeleri ve kısa süre içinde terfi alma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Ancak bu verilerde “birinci” ve “ikinci sınıf” öğrencilerinin yönetici ve çalışanlara karşı tutumlarının diğer değişkenlere oranla daha olumlu olduğu görülmektedir. Bu durum önlisans öğrencilerinin çoğunluk oluşturduğu bir gruptur. Lisans öğrencilerinin kariyer açısından birden fazla seçeneği olmasına karşın önlisans öğrencilerine nazaran sektöre karşı da olumsuz duygular içerisinde olması onları kariyer planlaması açısından da olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum önlisans öğrencilerinin mesleğe yönelik sergilediği olumlu tutumlarının kariyerlerine de olumlu yönde etki ettiği söylenebilir.

Elde edilen sonuçlar literatür çalışması ile bazı yerlerde paralellik gösterirken, bazı durumlarda ise farklı sonuçlar elde edilmiştir. Yaşanan sorunların temelinde yüksek oranda olumsuz görüş bildiren öğrencilerin ücret sisteminin adil olmadığı, barınma koşullarının yetersiz olduğu, gelecek kaygısının olduğu, yöneticiler tarafından dikkate alınmadıkları, çalışma saatlerinin uzun olduğu ve sektörün mevsimsel olması şeklinde ifade edilebilir. Temelde bu sorunlar mevcut olmasına rağmen, öğrencilerin çoğunlukla sektörden memnun kaldıklarını, okul hayatından sonra da devam etmek istedikleri, orta veya üst yönetici olarak çalışabileceklerine inandıklarını ve bu çalışmaların kendilerine itibar kazandıracağını ifade etmektedirler. Lisans ve önlisans öğrencilerinin sektöre ilişkin görüşleri, eğitim durumlarına, ailenin gelir düzeyine ve eğitim durumuna, sınıfa göre, tercih sıralamasına, kurumu tercih durumuna ve uygulama eğitimlerini tamamlayıp tamamlamadıklarına göre değişkenlik göstermektedir. Ancak çalışmada öğrencilerin sektöre ilişkin görüşlerinde cinsiyet ve ailelerinin ikamet ettikleri yere ilişkin yapılan farklılık testi sonuçlarına göre anlamlı bir farklılık elde edilememiştir. Ailenin ikamet ettiği yer öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik

görüşleri üzerine etki etmemektedir. Çalışmada yapılan farklılık testine göre turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik görüşlerinin “cinsiyet” göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Cinsiyet açısından ise anlamlı bir farklılığın çıkmaması çarpıcı bir sonuçtur. Çünkü aile hayatına elverişsiz olması, çok fazla emek isteyen yapısı ve çalışma saatlerindeki düzensizlikler nedeniyle bu değişkene göre bir farklılığın çıkması beklenmekteydi. Araştırmalardan elde edilen sonuçların önerilere dönüştürülerek, kamu ve özel sektör kuruluşları ile yeni araştırmacılara yol gösterici mahiyette öneriler getirilmesi amaçlanır. Bu çalışmadan elde edilen literatür ve uygulama sonuçları dikkate alınarak bazı öneriler geliştirilmiştir.

Bu araştırma, yöntem bölümünde ifade edilen bazı kısıtlılıklardan dolayı sadece bir üniversite ile sınırlı tutulmuştur. Evren ve örneklem büyütülerek benzer araştırmalar gerçekleştirilebilirler. Üniversitelerin (akademik kadrolarının) turizm endüstrisine ilişkin görüşlerini içeren bir çalışma yapılabilir veya turizm mezunu ve sektörde çalışanlara yönelik çalışmalar da gerçekleştirilebilir.

## KAYNAKÇA

- Bozkurt, M. & Şahin, B. (2015), “Turizm Pazarlaması”, Paradigma Akademi, Çanakkale.
- Çevik, R. (2012), “Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Beceri Eğitimine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Demirkol, Ş. & Pelit, E. (2002), “Türkiye’deki Turizm Eğitim Sistemi ve Avrupa Birliği Sürecinde Olası Gelişmeler.”
- Doğanay, H. (2013), “Türkiye Turizm Coğrafyası”, Pegem Akademi, Ankara.
- Er, Ö. (2016), “Kültürel Değerlerin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Evren, S. (2010), “Lisans Düzeyi Turizm Eğitimi Ders Programının Mezunlarca Değerlendirilmesi: Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunları Üzerinde Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi.
- Görkem, O. (2011), “Ulusal Aşçılık Meslek Standardı Çerçevesinde Mutfak Eğitimi Yeterliği: Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Bir Araştırma”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Hacıoğlu, N.; Kaşlı, M.; Şahin, S. & Tetik, N. (2008), “Türkiye’de Turizm Eğitimi”, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kahraman, A. (2016), “Otel İşletmeciliği”, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Kınay, H. (2012), “Yükseköğretim Turizm Eğitiminde Farklı Öğretim Teknikleri ve Öğrenme Ortamlarının Öğrencilerin Paket Programları Kullanımı Başarısı Üzerine Etkisi”, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Kozak, M. (2014), “Sürdürülebilir Turizm”, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Mathieson, A. & Geoffrey, W. (1982), “Tourism: Economic, Physical and Social Impacts.”
- Olçay, A. (2011), “Turizm Eğitiminde Web tabanlı Öğretimin Öğrenci Başarısına Etkisi (Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu örneği)”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Sigala, M. & Leslie, D. (2006), “International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases.”
- Schulmeister, S. (1979), “Tourism and The Business Cycle”, Austrian Institute for Economic Research, Vienna.
- Tolay, L. (2011), “Türkiye’de Turizm Sektöründe Uygulanan Her Şey Dâhil Sistemin Orta Öğretim Seviyesinde Turizm Eğitimine Etkileri”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Toskay, T. (1978), “Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım”, İstanbul Üniversitesi Yayını.
- Tunç, A. & Saç, F. (1998), “Genel Turizm Gelişi-Geleceği”, Detay Yayıncılık, Ankara.
- UNWTO (2017), “Tourism Highlights 2017 Edition”

Ünlüöner, K. & Boylu, Y.(2005), “Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi.

Yarcan, Ş. (1998), “Turizm Endüstrisinin Yapısı”, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, İstanbul.

Zengin, B. & Demirkol, Ş. (2009), “Turizm İşletmeleri”, Değişim Yayınları.

Zengin, B. (2006), Turizm Coğrafyası, Değişim Yayınevi, İstanbul.