



**International**  
**SOCIAL SCIENCES**  
**STUDIES JOURNAL**



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

*Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences*

**Vol:5, Issue:52**  
sssjournal.com

**pp.7133-7140**  
**ISSN:2587-1587**

**2019**  
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 15/10/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 18/12/2019  
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 18.12.2019

## TURİZMDE ÖĞRENİM GÖREN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN AİLELERİNİN TURİZM ENDÜSTRİSİNDEN BEKLENTİLERİ <sup>1</sup>

EXPECTATIONS FROM TOURISM INDUSTRY OF FAMILIES OF UNIVERSITY  
STUDENTS STUDYING IN TOURISM

**Öğr. Gör. Semih SARIPEK**

Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Erdek MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, Balıkesir/TÜRKİYE

**Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN**

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Sakarya/TÜRKİYE



**Article Type** : Research Article/ Araştırma Makalesi

**Doi Number** : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1961>

**Reference** : Sarıpek, S. & Zengin, B. (2019). "Turizmde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Ailelerinin Turizm Endüstrisinden Beklentileri", *International Social Sciences Studies Journal*, 5(52): 7133-7140.

### ÖZ

Eğitim ve öğretim, insanların hayatlarında çok önemli bir yer tutmaktadır. Alınan eğitim sonucunda insanlar mesleklerini seçmektedirler. Yapılan tercihler ve sonuçları ise beklentilerin test edilebildiği aşamadır. Emek yoğun turizm endüstrisinde eğitim ve öğretimin önemi gün geçtikçe önemini arttırmaktadır. Bu bağlamda öğrenciler aldıkları eğitim ve öğretim sonucunda kariyerlerine başlamakta ve beklentilerini değerlendirmektedirler. Bunun yanında onları yetiştiren ve yaşamlarının tüm aşamalarında bulunan ailelerinin de beklentileri önem arz etmektedir.

Araştırmada Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi 1. sınıf öğrencilerinin ailelerinin turizm endüstrisinden beklentilerinin ortaya çıkarılması amacıyla 103 kişiye nicel veri yöntemlerinden anket tekniği uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ailelerin mesleki beklenti, iş bulabilme, sosyal ilişkiler ve çalışma ortamı ve kariyer boyutlarında bazı demografik değişkenlere göre farklılıklar tespit edilmiştir. Gastronomi gibi turizm eğitimi anlamında yeni sayılabilecek bölümlerde çocukları eğitim ve öğretim gören ailelerin iş bulabilme noktasında olumlu düşündükleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Aile, Turizm, Beklenti, Ebeveyn Beklenti

### ABSTRACT

Education have very important place in people's lives. That way people choose their profession. The preferences and results are the stages where the expectations can be tested. The importance of teaching and education in the labor intensive tourism industry is increasing day by day. In this context, students begin their careers and evaluate their expectations as a result of the education they take. Besides, the expectations of their families who raise them and live in all stages of their lives are important.

In order to reveal the expectations of the families of the first year students of the Tourism Faculty of Sakarya University of Applied Sciences, the survey technique was applied to 103 people by using quantitative research methods. According to the results of the study, there were some differences according to some demographic variables in terms of professional expectation, finding a job, social relations and working environment and career dimensions of the families. It is determined that families who study children in sections that can be considered new in terms of tourism education such as gastronomy, think positively at the point of finding a job.

**Keywords:** Family, Tourism, Expectation, Parental Expectancy

<sup>1</sup> Bu çalışma, 1 Nisan 2019 tarihinde İstanbul'da düzenlenen 18. Geleneksel Turizm Sempozyumu'nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

## 1. GİRİŞ

Turizm endüstrisinde eğitimli ve işinde uzmanlaşmış personelin sunacağı arzın karşılık bulduğu bir gerçektir. Bir hizmet endüstrisi olarak turizm, mesleki – teknik bilginin yanında, iletişim becerilerinin de kullanıldığı bir alandır. Bu anlamda turizm eğitimi alan insanlardan beklentiler sadece mesleki olmamakla birlikte, çeşitli sosyal beklentiler olarak da ortaya çıkmaktadır. Turizm işletmelerinin iyi bir şekilde hizmet verebilmeleri için iyi eğitim almış yöneticilere, iyi yöneticinin yolu ise kaliteli bir üniversite eğitiminden geçmektedir (Şengel vd., 2018).

Kendi alt sektörlerini oluşturmaya devam eden turizm endüstrisinde talebin artması beraberinde iyi eğitim almış personele ihtiyacı arttırmakta ve yeni iş olanakları doğurmaktadır (Jugmohan, 2010). Kalifiye personel yetişmesinde önemli etkenlerden biri de eğitim kurumlarıdır (Cristou, 1999).

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

TDK'ye göre “Gerçekleşmesi beklenen şey” veya “Bireyin belli şart ve durumların alacağı biçimler veya kendisinden beklenenler konusundaki öngörüsü” olarak tanımlanan beklenti kavramı karşılandığı noktada tatmin olarak sonuç vermektedir (WEB- 1). Özellikle müşteri tatmini ve memnuniyet gibi konularda temel belirleyicinin beklentiler olduğu bilinmektedir. Bunun yanında kişilerin hayatlarında ve gündelik yaşamlarında çeşitli uzun ya da kısa vadeli beklentileri bulunmaktadır.

Eğitim ve öğretim insanların hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Öğrencilerim aldıkları eğitimler, gelecekle ilgili kaygı, umut gibi faktörleri etkilemektedir (Ehtiyar ve Üngören, 2008; Üngören ve Ehtiyar, 2009). Öğrencilerin öğrenim yaşamları boyunca çeşitli beklentileri bulunmaktadır. Öğretim aldıkları her kademedeki bir sonraki aşama hakkında çeşitli beklentileri olan öğrenciler lisans seviyesinde ise nihai olarak meslekleri ile ilgili beklentilere girmektedirler. Öğrencilerin üniversite eğitimlerinden en önemli beklentilerinin, eğitimlerinin sonucunda iyi bir iş edinmek ve bunun bir getirisi olarak da yüksek ücret almak olduğu bilinmektedir (Korukoğlu, 2003). Uzun yıllar sonucunda verdikleri emeklerinin karşılığını mesleklerinde ve yaşamlarında görmek istemeleri bu sürecin doğal sonucu olarak değerlendirilebilir. Roney ve Öztin (2007), öğrencilerin sektör anlamında istekli olmalarının turizm endüstrisindeki mesleki imajlarını da yönlendirdiğini belirtmektedir. Yapacakları işi bilerek ve severek tercih etmenin tüm hayatlarını etkileyecekleri başka bir gerçektir. Bunun yanında okudukları bölümü isteyerek tercih eden öğrencilerin sektöre daha olumlu baktıkları da bilinmektedir (İbiş vd., 2016). Hizmet sektörünün zor olması, yoğun çalışma saatleri, sosyal zaman ihtiyacı vb. gibi faktörler turizm endüstrisinin zorluklarından bazılarıdır. Türker ve arkadaşları (2016) ise, öğrencilerin turizm sektöründeki çalışma koşullarının zorluğu sebebiyle sektöre karşı olumsuz bir tutum halinde olduklarını ifade etmektedirler.

Sektörün zorluklarına karşın bazı imkânları da bulunmaktadır. İnsanın insana hizmet etmesi, sosyal anlamda iletişim halinde olunmasını ve iyi ilişkilerin kurulması, yapılan işin de kalitesini arttırmaktadır. Ulama ve arkadaşları (2015), turizm endüstrisine yönelik tutumlar arasında yeni insanlar tanıma, yeni yerler görme ve sektörün hareketli, dinamik bir yapıda olmasının önemine vurgu yapmaktadırlar. Bölüm ya da meslek tercihi yapılırken seçilecek mesleğin olumlu ve olumsuz taraflarının iyi değerlendirilmesi, kişinin geri kalan tüm hayatını etkileyecek olması sebebiyle bu kararın aile tarafından da desteklenmesi önemli bir noktadır. Bu anlamda verilen rehberlik, mesleki tanıtım faaliyetleri gençlerin meslek tercihlerinde etkili olmaktadır. Bazı çalışmalara göre öğrenciler mezuniyet sonrası sektörde çalışmak istemekte (Dinçer vd., 2013); fakat bazı öğrenciler de mezuniyet sonrası sektörde çalışmak istemelerine rağmen sektörün uzun yıllar çalışmaya elverişli olmadığını, sektörde çalışmak için en uygun dönemin gençlik dönemleri olduğu belirtilmektedir (Richardson, 2010; Aymankuy ve Aymankuy, 2013).

## 3. METODOLOJİ

### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizm eğitimi alan kişilerden gerek kendilerinin, gerekse sektörün beklentileri yüksek olmaktadır. Eğitimlerini tamamladıklarında “kalifiye” eleman olarak sektörde yerlerini almaları kendilerinden beklenmektedir. Bunun yanında elbette bireylerin ailelerinin de kendilerinden bazı beklentileri bulunmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada turizm eğitimi alan öğrencilerin ailelerinin gerek kendilerinden gerekse de turizm endüstrisinden beklentilerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Literatürde daha önce böyle bir çalışma bulunmayışı ise çalışmanın orijinal değerini ortaya koymaktadır.

### 3.2. Araştırmanın Metodolojisi

Turizm eğitimi alan öğrencilerin ailelerinin beklentilerinin araştırılması amacıyla hazırlanan bu çalışmada veriler, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile elde edilmiştir. Anketin oluşturulması maksadıyla ikincil veri taraması yapılarak uygun ölçek seçilmiştir. 25 sorudan oluşan ölçeğin orijinal versiyonu Kock ve Strydom (2014) tarafından kullanılmış, Şengel ve arkadaşları (2018), Türkiye'nin Sosyo-ekonomik yapısını göz önünde bulundurarak çeşitli ekleme ve çıkarmalar yapmıştır. Ölçeğin ailelere uygulanabilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmış ve son şekli verilmiştir.

### 3.3. Araştırmanın Evren, Örneklem ve Kısıtları

Araştırmanın evrenini Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada farklı bölümlerde öğrenim gören öğrencilerin ailelerinin beklentilerinin de dâhil edilebilmesi hedeflenmiştir. Bu anlamda fakültenin rehberlik ve gastronomi bölümleri 2018-2019 öğretim yılında öğrenci almaya başladığı için araştırmada uygulama evreni olarak 1. sınıf öğrencileri uygun görülmüştür. Bu bağlamda olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden kasti örnekleme (Coşkun vd., 2015) yöntemi yardımıyla 2018- 2019 yılında kayıtlı olan 180 öğrenciye çoğaltılan 360 adet anket 2018- 2019 güz yarıyılı final haftasında dağıtılmıştır. Sömestr tatilinin yakın olması, öğrencilerin genellikle aileleri ile vakit geçirecekleri varsayımı ile anket dağıtımı için bu tarih öngörülmüştür. Dağıtılan 360 adet anketin 64 adedinden geri dönüş alınabilmiş, veri toplamaya internet ortamından ailelere ulaşılabilmesi amacıyla anket tekrar oluşturulmuştur. Nihai olarak 103 adet anket elde edilebilmiştir. Araştırmada veriler 15 Aralık 2018- 1 Mart 2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışmanın en büyük kısıtını veri elde etmenin zor olması oluşturmaktadır.

### 3.4. Verilerin Analizi

Çalışmada elde edilen verilerin analizi SPSS.20 (Statistical Package for the Social Sciences) programı yardımı ile yapılmıştır. Çalışmanın analiz sürecinde verilerin ne şekilde dağılım gösterdiğini tespit edebilmek amacı ile Kolmogorov Simirnov testinden faydalanılmıştır. Bunun yanında verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmıştır. Yapılan analizlerin sonucunda verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve verilerin analizinde parametrik testler seçilmiştir. Yapılan normallik testleri sonucunda araştırmada frekans, faktör ve farklılık analizleri yapılmış ve bulgular yorumlanmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeğin daha önce kullanılmış ve tutarlı çıktılar üretmiş olması sebebiyle araştırmanın geçerlik şartını sağladığı söylenebilir. Güvenirlilik analizi olarak ölçeğe ilişkin ifadelerin Cronbach Alpha değerlerine bakılmıştır. Ölçeğin Cronbach değeri 0,921 olarak hesaplanmıştır. Sosyal bilimler açısından bu değerin güvenilir sınırın üzerinde olduğu söylenebilir (Can, 2014).

## 4. BULGU VE TARTIŞMALAR

Ailelerin demografik değişkenlerine ilişkin betimleyici istatistikler yapılan frekans analizi sonucunda tablo 1'de aktarılmıştır. Öğrenciye yakınlık sorusuna ilişkin yanıtlarda katılımcıların %51,9'unun anne, %38,9'unun ise baba seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların %9,3'üne tekabül eden 10 kişinin ise, öğrencilerin ağabey, abla vb. gibi yakınları oldukları söylenebilir. Eğitim durumu incelendiğinde katılımcıların lisansüstü seçeneği (%2,8) haricinde dengeli dağılım sergiledikleri görülmektedir (İlköğretim, %31,5; Lise %34,3; Üniversite, %31,5). Katılımcıların meslek seçeneğine göre verdikleri cevaplara göre çoğunluğu (%45,4) özel sektör çalışanları oluşturmaktadır. Katılımcıların çocuklarının eğitim gördükleri bölümlere bakıldığında çoğunluğu rehberlik öğrencilerinin oluşturduğu (%63) görülmektedir (Gastronomi, %17,6; Turizm İşletmeciliği, %19,4). Katılımcıların %42,6'sı kırsal yerleşim yerlerinde, %62'si ise kent merkezlerinde ikamet etmektedir. Katılımcıların ailelerinde turizm sektöründe çalışanların sayısı 23 (%21,2) iken; turizm sektöründe çalışmayanlar 85 (%78,8) kişidir. Ailelerin gelirlerine ilişkin sorulara verilen cevaplara göre katılımcıların %22,2'sinin gelirinin olmadığı, %15,7'sinin 2020 TL (asgari ücret ve altı) seviyesinde, %25'nin 2021- 3000 TL arası, %19,4'ünün 3001- 4500 TL arası ve %17,6'sının ise 4501 TL ve üzeri gerile sahip oldukları tablo 1'de belirtilmiştir.

**Tablo 1:** Ailelerin Demografik Değişkenlerine İlişkin Betimleyici İstatistikler

DEĞİŞKENLER	Sayı	Yüzde	DEĞİŞKENLER	Sayı	Yüzde
<b>Yakınlık</b>			<b>Ebeveyn Mesleği</b>		
Anne	56	51,9	Ev Hanımı	23	21,3
Baba	42	38,9	Emekli	17	15,7
Diğer	10	9,3	Özel Sektör	49	45,4
<b>Eğitim Durumu</b>			Kamu	19	17,6
İlköğretim	34	31,5	<b>Aylık Geliriniz</b>		
Lise	37	34,3	Gelirim Yok/ Çalışmıyorum	24	22,2
Üniversite	34	31,5	2020 TL ve altı	17	15,7
Lisansüstü	3	2,8	2021-3000 TL	27	25
<b>Çocuğunun Öğrenim Gördüğü Bölüm</b>			3001-4500 TL	21	19,4
Gastronomi	19	17,6	4501 TL ve üzeri	19	17,6
Rehberlik	68	63	<b>Ailelerinin İkamet Ettiği Bölge</b>		
Turizm İşletmeciliği	21	19,4	Kırsal	46	42,6
<b>Yaşınız</b>			Kent	62	57,4
40 ve altı	16	14,8	<b>Ailelerinde Turizm Sektöründe Çalışan</b>		
41-50	43	39,8	Evet	23	21,2
51-60	43	39,8	Hayır	85	78,8
60 ve üzeri	6	5,6			

Ailelerin turizm endüstrisinden beklentilerine ilişkin ifadelerle ait sıklık değerleri Tablo 2’de verilmiştir. Genel olarak verilen cevapların olumlu yöne doğru bir eğilim taşımakta olduğu söylenebilir. Bunun yanında ailelerin en yüksek katılım sağladığı ifadeler arasında sosyal ve iletişim boyutlu ifadelerin yer aldığı söylenebilir. Bunun da insanın yine insana hizmet ettiği bir endüstri içinde bulunan bölümlerin seçiminin doğal sonucu olduğu yorumu yapılabilir.

**Tablo 2:** Ailelerin Beklentilerine İlişkin Sıklık Analizi

BEKLENTİLER	AO	SS	BEKLENTİLER	AO	SS
1. İyi ve düzenli bir gelire sahip olabilir.	3,94	0,88	14. İş ile ilgili zorluklarla karşılaştığında çözümler bulabilir.	3,58	1,08
2. Çalışarak ilgi çekici yerlerde seyahat etme imkânı bulabilir.	3,70	1,02	15. Mesleki açıdan hatalarını kolayca düzeltebilir.	3,39	0,84
3. İnsanlarla daha iyi iletişim kurabilir.	4,03	0,96	16. İyi ve nitelikli hizmet vererek insanları mutlu edebilir.	4,07	0,95
4. Uzmanlık ve becerilerini sürekli geliştirebilir.	3,96	0,93	17. Çok kolay bir şekilde iş bulabilir.	3,11	0,98
5. Kendi işini kurabilir.	3,21	1,20	18. Çalışarak toplumda iyi bir itibar edinebilir.	3,86	1,00
6. Kısa süre içinde bölüm/Departman yöneticisi olabilir.	3,38	1,10	19. Okuldan edindiği teknolojiye yönelik bilgilerini kullanabilir.	3,67	1,09
7. Yönetici olabilecek potansiyele sahiptir.	3,93	1,03	20. İnternet kaynaklı teknolojik bilgilerini iş ortamında kullanabilir.	4,11	1,10
8. İyi bir kariyere sahip olabilir.	3,84	0,90	21. Yeni insanlarla tanışma fırsatı elde edebilir.	4,16	0,95
9. Belli bir coğrafyada düzenli bir işe sahip olabilir.	3,84	1,12	22. Mesleği ile ilgili önemli (ünlü) insanlarla tanışma fırsatı bulabilir.	3,93	1,07
10. Üniversiteden aldığı mesleki bilgileri rahatlıkla uygulayabilir.	3,92	0,95	23. İnsanlarla (müşteri ve iş arkadaşları) kolayca etkileşime geçebilir.	3,89	0,98
11. Enerjik ve destekleyici bir ortamda çalıştığı için sürekli dinamik kalabilir.	3,86	1,00	24. Mesleği ile ilgili istediği departmanda çalışmaya başlayabilir.	3,79	1,02
12. Esnek bir çalışma ortamında çalışabilir.	3,44	1,13	25. İş ve ailevi sorumlulukları arasında denge sağlayabilir.	3,77	1,00
13. Esnek çalışma saatleri ile çalışabilir.	3,45	1,18			

Tablo 2’de verilen ifadeler bağlamında en düşük katılımların ailelerin çocukları hakkındaki gelecek endişesi duyulduğu ifade edilebilir. Bu ifadeleri ise çalışma şartları ifadeleri takip etmektedir. Sektörde yaşanan dalgalanmalar ve sektörün kırılğan yapısı bu sonucu doğurmaktadır yorumu yapılabilir. Fakat ailelerin çocuklarının geleceklere hakkındaki kaygıları dikkat çekicidir.

**Tablo 3:** Ailelerin Beklentilerine İlişkin İfadelerin Faktör Analizi

Faktör Boyutları	Açıklanan Varyans	Aritmetik Ortalama	Cronbach Alfa	Faktör Yüğü
<b>Meslek Beklentisi</b>	<b>55,086</b>	<b>3,90</b>	<b>0,862</b>	
9. Belli bir coğrafyada düzenli bir işe sahip olabilir.				0,850
22. Mesleği ile ilgili önemli (ünlü) insanlarla tanışma fırsatı bulabilir.				0,763
16. İyi ve nitelikli hizmet vererek insanları mutlu edebilir.				0,742
6. Kısa süre içinde bölüm/Departman yöneticisi olabilir.				0,718
11. Enerjik ve destekleyici bir ortamda çalıştığı için sürekli dinamik kalabilir.				0,891
<b>Çalışma Ortamı ve Kariyer</b>	<b>13,673</b>	<b>3,74</b>	<b>0,732</b>	
19. Okuldan edindiği teknolojiye yönelik bilgilerini kullanabilir.				0,903
10. Üniversiteden aldığı mesleki bilgileri rahatlıkla uygulayabilir.				0,878
14. İş ile ilgili zorluklarla karşılaştığında çözümler bulabilir.				0,813
12. Esnek bir çalışma ortamında çalışabilir.				0,776
20. İnternet kaynaklı teknolojik bilgilerini iş ortamında kullanabilir.				0,738
13. Esnek çalışma saatleri ile çalışabilir.				0,737
8. İyi bir kariyere sahip olabilir.				0,651
18. Çalışarak toplumda iyi bir itibar edinebilir.				0,619
7. Yönetici olabilecek potansiyele sahiptir.				0,567
<b>İş Bulma</b>	<b>6,181</b>	<b>3,35</b>	<b>0,702</b>	
5. Kendi işini kurabilir.				0,903
17. Çok kolay bir şekilde iş bulabilir.				0,735
24. Mesleği ile ilgili istediği departmanda çalışmaya başlayabilir.				0,637
<b>Sosyal İletişim</b>	<b>5,265</b>	<b>3,83</b>	<b>0,741</b>	
25. İş ve ailevi sorumlulukları arasında denge sağlayabilir.				0,750
3. İnsanlarla daha iyi iletişim kurabilir.				0,563
23. İnsanlarla (müşteri ve iş arkadaşları) kolayca etkileşime geçebilir.				0,427

**Oblimin Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi:** Açıklanan Toplam Varyans: %80,205; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü: % 64,8; Bartlett Küresellik Testi (0,00):  $p < 0,05$ ;  $df$ : 276, Değerlendirme Aralığı (Bütün Boyutlar için [1] Kesinlikle Katılmıyorum – [5] Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3'te ailelerin sektörden beklentilerine ilişkin ifadelerin boyutlandırılmasını sağlayan faktör analizi sonuçları verilmektedir. Yapılan faktör analizine göre ailelerin beklentileri mesleki beklentiler, çalışma ortamı ve kariyer, iş bulma ve sosyal iletişim şeklinde dört farklı boyutta toplanmıştır. Ölçekte bulunan 25 ifade faktör analizine tabi tutulmuş, araştırmanın 1., 2., 4., 15., ve 21. soruları birden fazla boyutta yük aldıkları gerekçesi ile analize dahil edilmemiştir.

İstatistiksel tutarlılık anlamında her bir boyut için aritmetik ortalama, Cronbach Alpha ve açıklanan varyans değerleri de Tablo 3'te yer almaktadır. Ayrıca ölçeğin faktör analize uygunluğunu ölçen KMO değeri %64,8 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizinin toplam açıklanan varyans değeri ise %80,20 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler de yapılan faktör analizinin istatistiksel olarak geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir.

Yapılan farklılık analizleri aşağıdaki tablolarda ifade edilmiştir. Tablo 4'te ailelerin beklentilerinin yaşlarına göre farklılık analizi gösterilmektedir. Buna göre ailelerin meslek beklentisi, iş bulma ve sosyal iletişim beklentilerinde yaşa göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın hangi değişkenler arasında olduğunu ölçebilmek amacıyla post-hoc testlerinden Tukey testi seçilmiştir. Bu bağlamda Meslek beklentisi boyutunda 41-50 yaş arası ebeveynlerin beklentilerinin 51-60 yaş ve 60 ve üzeri yaş grubundaki ebeveynlere göre daha yüksek ve bu yüksekliğin anlamlı olduğu ( $p < 0,005$ ) tespit edilmiştir. İş bulma boyutundaki farklılık değerlendirildiğinde 60 yaş ve üzeri grubun diğer gruplar ile farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu bağlamda 60 yaş ve üzeri, başka bir deyişle emeklilik çağına gelmiş ya da emekli olmuş ebeveynlerin iş bulma konusunda düşük beklentiye sahip oldukları ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 4:** Ebeveynlerin Yaşlarına Göre Farklılık Analizi

BOYUTLAR	F	p	40 ve altı	41- 50	51-60	60 ve üzeri	Tukey
			$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	
Meslek Beklentisi	6,293	<b>0,001</b>	3,87	4,32	3,62	3,00	41-50 ile 51-60 ve 60 ve üzeri arası
Çalışma Ortamı ve Kariyer	1,281	0,285	3,62	3,95	3,60	3,50	Farklılık yok
İş Bulma	5,082	<b>0,003</b>	3,68	3,39	3,37	2,00	61 ve üzeri ile diğer gruplar arası
Sosyal İletişim	4,329	<b>0,006</b>	3,62	4,13	3,72	3,00	41-50 ile 60 ve üzeri arası



Sosyal iletişim boyutunda yaşa göre yapılan farklılık analizi sonucunda ise 41-50 yaş grubunun, 60 ve üzerindeki gruba göre daha olumlu beklentileri olduğu yorumu yapılabilir. 41-50 yaş grubunun hala aktif çalışma hayatında buldukları ve turizmin sosyal iletişim konusunda yaptığı olumlu katkı yorumu bu grup tarafından savunulmakta ve yüksek beklenti düzeyindedir yorumu yapılabilir.

Tablo 5'te ebeveynlerin okunulan bölüme göre beklentilerinin farklılık analizi sonucu verilmektedir. Meslek beklentisi, çalışma ortamı ve kariyer ve sosyal iletişim boyutlarında farklılık tespit edilmemiştir. İş bulma boyutunda ise çocukları gastronomi bölümünde okuyan ebeveynler ile çocukları turizm işletmeciliği ve rehberlik bölümlerinde okuyan ebeveynler arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Buna göre çocuklarını gastronomi bölümüne gönderen aileler, çocuklarının iş bulacaklarını düşünmektedirler yorumu yapılabilir. Gastronominin dünya ve ülkemizde yeni gelişim göstermesi ve sektördeki açık ve istihdam oranının yüksek oluşu göz önüne alındığında bu sonuç anlamlıdır denilebilir.

**Tablo 5:** Okunulan Bölüme Göre Farklılık Analizi

BOYUTLAR	F	p	Gastronomi	Rehberlik	Turizm İşletmeciliği	Tukey
			$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	
Meslek Beklentisi	1,435	0,243	3,68	4,02	3,71	Farklılık yok
Çalışma Ortamı ve Kariyer	1,398	0,252	3,84	3,63	4,00	Farklılık yok
İş Bulma	5,615	<b>0,005</b>	3,84	3,36	2,85	Gastronomi ile Rehberlik ve İşletmecilik arası
Sosyal İletişim	1,193	0,307	4,10	3,75	3,85	Farklılık yok

Tablo 6'da ise ebeveynlerin gelir durumlarına göre farklılık analizi verilmiştir. Buna göre meslek beklentileri ve sosyal iletişim beklentileri boyutlarında farklılık tespit edilmiştir. Yapılan Tukey testine göre meslek beklenti boyutundaki farklılığın 2020 TL ve altı geliri olan aileler ile 3001- 4500 TL arası geliri olan aileler arasından kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 6:** Ebeveynlerin Gelir Durumlarına Göre Farklılık Analizi

BOYUTLAR	F	p	Gelirim Yok	2020 TL ve altı	2021- 3000 TL	3001- 4500 TL	4501 TL ve üzeri	Tukey
			$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	
Meslek Beklentisi	3,284	<b>0,014</b>	4,00	4,41	3,70	3,42	4,15	2020 TL ve altı ile 3001-4500 TL arası
Çalışma Ortamı ve Kariyer	2,793	0,051	3,45	4,17	3,44	3,85	4,00	Farklılık yok
İş Bulma	0,230	0,921	3,25	3,52	3,37	3,28	3,36	Farklılık yok
Sosyal İletişim	5,282	<b>0,001</b>	3,66	4,17	3,29	4,14	4,15	2021- 3000 TL ile 2020 TL ve altı, 3001-4500TL ve 4501 TL üzeri arası

Tablo 6 bağlamında asgari ücret ve altında geliri sahip olan ebeveynlerin çocuklarından mesleki anlamda beklentilerinin yüksek olduğu yorumu yapılabilir. Sosyal iletişim boyutundaki farklılığın ise 2021- 3000 TL ile 2020 TL ve altı, 3001- 4500 TL ve 4501 TL ve üzeri boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

## 5. SONUÇ

Günümüzde büyük bir endüstri konumuna gelen turizmde eğitimin önemi de git gide artmaktadır. Geçmişte alaylı şekilde öğrenilen turizm artık günümüzde gastronomi, rehberlik, seyahat vb. gibi kendi bölümlerini de oluşturmuştur. Bunun doğal ise sektöre spesifik olarak kalifiye eleman girişi sağlıyor olmasıdır. Literatürde sıklıkla öğrencilerin okul ya da sektör beklentileri araştırılırken bu

araştırmada öğrencilerin ailelerinin beklentileri araştırmanın temel motivasyonu olmuştur. Bu anlamda yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular bağlamında turizm eğitimi alan öğrencilerin ailelerinin endüstriden beklentileri incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında ailelerin en yüksek katılım göstermiş olduğu ifadelerin sosyal ve iletişim yönlü ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda ailelerin turizm endüstrisini bilerek çocuklarını okula gönderdiklerini ya da çocuklarının okudukları bölüm ile ilgili bilgileri oldukları yorumu yapılabilir. Turizm olayındaki temel etkileşimin insana dayanıyor olması, bu endüstride çalışan insanların sosyal ve iletişimsel yönlerinin kuvvetlendiği sonucunu doğurduğu gerçeği ile bu beklenti yüksekliği anlam kazanmaktadır denilebilir.

Ailelerin en düşük katılım sağladığı, başka bir ifade ile en düşük beklentiye sahip oldukları nokta ise çocuklarının gelecektir. Bu anlamda aileler çocuklarının okulları bittiklerinde istedikleri işe girip girmeyeceği konusunda şüpheleri bulunmaktadır. Konjonktürel durum dikkate alındığında bu sonucun da anlamlı olduğu söylenebilir. Turizmin kırılğan yapısının aşılammaması, yaşanan istihdam sorunları vb. gibi faktörler gelecek beklentilerinin olumsuzlaşmasına sebebiyet vermektedir çıkarımına neden olmaktadır.

Aynı zamanda yeni açılan bölümlerin yeni istihdam olanaklarına imkân verdiğini ifade etmek, katılımcıların verdikleri cevaplar bağlamında anlamlıdır. Gastronomi gibi yeni gelişmekte olan alanlarda eğitim alan öğrencilerin aileleri ise geleceğe umutla bakmakta ve çocuklarının iş bulma imkânlarının yüksek olduğunu düşünmektedirler. Bunun yanında düşük gelire sahip ailelerin ise mesleki anlamda çocuklarından ve sektörden beklentileri yüksektir. Özel olarak kendilerine zamanında sunulamayan imkânların çocukları tarafından iyi değerlendirileceğini düşündükleri yorumu yanlış olmayacaktır.

#### KAYNAKÇA

- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektöründeki İstihdamla İlgili Görüşleri Ve Sektördeki Kariyer Beklentileri (Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği), *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı 35.
- Can, A. (2014). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi, 3. Baskı, *Pegem Akademi*: Ankara.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı, 8. Baskı, *Sakarya Yayıncılık*: Sakarya.
- Cristou, S. Evangelos (1999). Hospitality Management Education in Greece An Exploratory Study, *Tourism Management*, 20, 683-691.
- Dinçer, İ. F., Akova, O. ve Kaya, F. (2013). Meslek Yüksekokulu Turizm Ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi Ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği, *3.Uluslararası Meslek Yüksekokulu Sempozyumu*, 42-56.
- Ehtiyar, R., Üngören, E. (2008). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Umutsuzluk ve Kaygı Seviyeleri İle Eğitime Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4): 159-181.
- Jugmohan, S. N. (2010). Curriculum responsiveness in Tourism programmes, *Journal of Independent Teaching and Learning*, 5: 34-41.
- Kokt, D. ve Strydom, J. A. (2014). Reflecting on Industry and Student Expectations For Working in The Tourism and Hospitality Industry: A Case Study, *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 36(1), 119-130.
- Korukoğlu, A. (2003). Üniversite Öğrencilerinin Eğitimden Beklentileri “Ege Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 1, Cilt 8, 79-89.
- Richardson, S. (2010). Tourism and Hospitality Students’ Perceptions of a Career in the Industry: A Comparison of Domestic (Australian) Students and International Students Studying in Australia, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17: 1-11.

Roney, A. S., Öztin, P. (2007). Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, Sayı 1, Cilt 6: 4-17.

Şengel, Ü., Genç, G. ve Zengin, B. (2018). *Turizm Öğrencileri ve Turizm İşletmelerinin Birbirlerinden Beklentileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz: Sakarya Örneği*, III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, İskenderun.

Türker, N., Uçar, M. ve Ateş, A. M. (2016). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü Algıları: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Üzerine bir Araştırma, *KÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 2, Cilt 6: 311-333.

Ulama, Ş., Batman, O. ve Ulama, H. (2015). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 6, Sayı 12.

Üngören, E. ve Ehtiyar, R. (2009). Türk ve Alman Öğrencilerin Umutsuzluk Düzeylerinin Karşılaştırılması ve Umutsuzluk Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma, *Journal of Yasar University*, 4(14): 2093-2127.

WEB-1. TDK. (Erişim Tarihi: 20.12.2018)  
[http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c1b74328cf8e3.75255782](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c1b74328cf8e3.75255782).