



ISSN: 2587 - 0890

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH



Yıl/Year: 2018
Cilt/Volume: 2
Sayı/Issue: 2

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH

Cilt:2

Sayı:2

2018

Vol.:2

No:2

Türk Turizm Araştırmaları alanındaki profesyonellere akademik ve sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin yayın kapsamında; Turizm İşletmeciliği, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi, çalışmaları yer almaktadır.

EDİTÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Gazi Üniversitesi

editor@tutad.org

YAYIN KURULU

Doç. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi, elbeyipelit@aku.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ALKIŞ, Adıyaman Üniversitesi, hualkis@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Nurettin AYZAZ, Karabük Üniversitesi, nurettinayaz@karabuk.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Serdar ÇÖP, İstanbul Gelişim Üniversitesi, scop@gelisim.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Onur GÖRKEM, Pamukkale Üniversitesi, onurgorkem2000@yahoo.com

Yrd. Doç. Dr. Gonca KILIÇ, Afyon Kocatepe Üniversitesi, kilicgonca@aku.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Özlem SÜRÜCÜ, Sinop Üniversitesi, ozlemaltunoz@hotmail.com

Dr. Ahmet UŞAKLI, Gazi Üniversitesi, ahmet.usakli@gazi.edu.tr

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ, Karabük Üniversitesi, agurbuz@karabuk.edu.tr

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Gazi Üniversitesi, tayfun2023@gmail.com

Prof. Dr. Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi, aaksu@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. Atilla AKBABA Kâtip Çelebi Üniversitesi, atilla.akbaba@ikc.edu.tr

Prof. Dr. Atilla YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi, atilayuksel@gmail.com

Prof. Dr. Beykan ÇİZEL, Akdeniz Üniversitesi, beykan@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. Celil ÇAKICI, Mersin Üniversitesi, celilcakici@gmail.com

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi, avcikurt@balikesir.edu.tr
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, İstanbul Arel Üni., dermank2005@yahoo.com
Prof. Dr. Düriye BOZOK, Balıkesir Üniversitesi, bozok@yahoo.com
Prof. Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi, istanbul@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul Üniversitesi, ikizilirmak@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Kemal KANTARCI, Alanya Alaaddin Keykubat Üniv., kantarci07@gmail.com
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Gazi Üniversitesi, kurban@gazi.edu.tr
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, karamustafa@erciyes.edu.tr
Prof. Dr. Mehmet SARIİŞİK, Sakarya Üniversitesi, sariisik@gmail.com
Prof. Dr. Nazmi KOZAK, Anadolu Üniversitesi, nkozak@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, hacioglu@balikesir.edu.tr
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi, obatman@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. Oya AYTEMİZ SEYMEN, Balıkesir Üniversitesi, seymenoy@yahoo.com
Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, obahar@mu.edu.tr
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, skusluvan@gmail.com
Prof. Dr. Yaşar SARI, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, ysari2000@yahoo.com
Prof. Dr. Zeliha ESER, Başkent Üniversitesi, zeser@baskent.edu.tr
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, z.aslan@nevsehir.edu.tr
Doç. Dr. Ahmet BAYTOK, Afyon Kocatepe Üniversitesi, ahmetbaytok@aku.edu.tr
Doç. Dr. Ali YAYLI, Gazi Üniversitesi, yayliali@gmail.com
Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR, Gazi Üniversitesi, karzu@gazi.edu.tr
Doç. Dr. Atınc OLCA, Gaziantep Üniversitesi, olcay@gantep.edu.tr
Doç. Dr. Ayhan GÖKDENİZ, Balıkesir Üniversitesi, aygokdeniz@yahoo.com
Doç. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Gazi Üniversitesi, bilgehan70@gmail.com
Doç. Dr. Burhan AYDEMİR, Balıkesir Üniversitesi, burhanaydemir@yahoo.com
Doç. Dr. Burhan KILIÇ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, bkilic@mu.edu.tr
Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Üniversitesi, bzengin@sakarya.edu.tr
Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, ctopaloglu@mu.edu.tr
Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE, Gazi Üniversitesi, cemalettin.aktepe@gmail.com
Doç. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi, elbeyipelit@aku.edu.tr
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL, Kocaeli Üniversitesi, emrah.ozkul@kocaeli.edu.tr
Doç. Dr. Evren GÜÇER, Gazi Üniversitesi, evrengucer@gazi.edu.tr
Doç. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI, Afyon Kocatepe Üniversitesi, hsoyballi@aku.edu.tr
Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, hceken@mu.edu.tr
Doç. Dr. Muammer MESCİ, Düzce Üniversitesi, muammermesci58@gmail.com
Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY, Balıkesir Üniversitesi, dogdubay@balikesir.edu.tr
Doç. Dr. Murat ÇUHADAR, Süleyman Demirel Üniversitesi, muratcuhadar@sdu.edu.tr

Doç. Dr. Rüya EHTYAR, Akdeniz niversitesi, ehtiyar@akdeniz.edu.tr
Doç. Dr. Taşkın DENZ, Karabük niversitesi, taskindeniz@karabuk.edu.tr
Doç. Dr. Yasin BOYLU, Gazi niversitesi, yasin@gazi.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Ali AVAN, Afyon Kocatepe niversitesi, aliavan@aku.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, nevinsert@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU, Karabük niversitesi, cenk-murat@hotmail.com
Yrd. Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK, Eskişehir Osmangazi ni., cuneyttokmak@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Ece KONAKLIOĞLU, Gazi niversitesi, konaklioglu@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Erdem TEMELOĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart ni., etemeloglu@comu.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Esra GL YILMAZ, Afyon Kocatepe niversitesi, esragul@aku.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Gonca KILIÇ, Afyon Kocatepe niversitesi. kilicgonca@aku.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ALKIŞ, Adıyaman niversitesi. hualkis@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Han ERGÜVEN, Kırklareli niversitesi, erguven@klu.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. M. Murat KIZANLIKLI, Gazi niversitesi, muratkizanlikli@gazi.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Nurettin AYAZ, Karabük niversitesi. nurettinayaz@karabuk.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Onur GÖRKEM, Pamukkale niversitesi. onurgorkem2000@yahoo.com
Yrd. Doç. Dr. zcan ZORLU, Afyon Kocatepe niversitesi, aliavan@aku.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Özlem SÜRÜCÜ, Sinop niversitesi. ozlemaltunoz@hotmail.com
Yrd. Doç. Dr. Serdar ÇÖP, İstanbul Gelişim niversitesi. scop@gelisim.edu.tr
Dr. Ahmet UŞAKLI, Gazi niversitesi, ahmet.usakli@gazi.edu.tr

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH

Cilt:2

Sayı:2

2018

Vol.:2

No:2

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Türkiye'deki İlk Cittaslow Dostu İşletme Olan "Yedi Bilgeler"e Yönelik E-Yorumların Değerlendirilmesi

(Evaluation of E-Comments Regarding 'Yedi Bilgeler' as The First Friends of Cittaslow Business in Turkey)

Fusun İSTANBULLU DİNÇER, Özlem TAŞKIRAN ve Merve AYDOĞAN ÇİFÇİ
ss: 1-9.

Turizm Ön Lisans Eğitiminde Kariyer Planlaması: Gaziantep Örneği

(Career Planning in Tourism Associate's Degree Training: Gaziantep Example)

Nalan IŞIK, Çağdaş PEKTAŞ ve Eyüp ATILGAN
ss: 10-20.

Terör Riskine Yönelik Seyahat Uyarıları: Türkiye'ye En Fazla Turist Gönderen Ülkelerin Yaklaşımları

(Travel Warnings against Terrorism Risk: The Approach of Top Tourist Source Countries to Turkey)

Burçin KIRLAR CAN
ss: 21-33.

Kendimizi Pazarlayabiliyor muyuz? Yüksek Öğretimde Küreselleşme ve Öğrenci Hareketliliği: Turizm ve Otel İşletmeciliği Okullarının Karşılaştırması ile İlgili Bir Örnek Çalışma

(Are We Marketing ourselves: Higher Education Globalization and Student Mobility a Case Study of Comparison of Tourism and Hotel Management Schools)

Ayşe COLLINS
ss: 34-41.

Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dışa Dönüklükleri ve Hizmet Yönelimlerine Göre Kümelenendirilmesi

(Grouping of The Students Receiving Tourism Education at University by Their Level of Extaversion and Service Orientation)

A. Celil ÇAKICI ve Murat ÖZDAMAR

ss: 42-54.

Türkiye'deki İlk Cittaslow Dostu İşletme Olan "Yedi Bilgeler"e Yönelik E-Yorumların Değerlendirilmesi*

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, e-posta: istanbul@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2338-2462>

Öğr. Gör. Özlem TAŞKIRAN

İstanbul Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği Doktora Öğrencisi ve

Doğuş Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, İstanbul, e-posta: otaskiran@dogus.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4694-8350>

Arş. Gör. Merve AYDOĞAN ÇİFÇİ

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, e-posta: merve.aydogan@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7597-6951>

Öz

Son yıllarda tüke tim alışkanlıklarındaki değişimler, doğal olana karşı oluşan ilgi ve daha sakin, keyfine vararak yaşama anlayışı, sürdürülebilir proje ve uygulamaların da gelişimini desteklemektedir. Bunun sonucunda "Slow Food", "Cittaslow" gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. "Cittaslow" hareketi; insanların birbirleri ile iletişim halinde olduğu, sosyal, sürdürülebilir; doğaya, kültürüne, el sanatlarına sahip çıkan, altyapı problemi yaşamayan, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanan ve teknolojik olanaklardan faydalanan şehirlerin değerlendirildiği bir birlik olarak kurulmuştur. Günümüzde 30 ülkeden, 235 şehir birliğe üyedir. Bu çalışmada, Cittaslow felsefesini benimseyen ve ilkelere uygun faaliyet yürüten Türkiye'deki ilk ve tek "Cittaslow Dostu" işletme, "Yedi Bilgeler" otel/şarapevinin Tripadvisor.com kullanıcı yorumları analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı, kullanıcıların en fazla hangi alanda yorum yaptıklarını, yorumların Cittaslow ve kriterleri ile ilişkisinin olup olmadığını belirlemektir. İçerik analizi yöntemi kullanılmış ve katılımcıların işletme ile ilgili yorumları 6 kategoride değerlendirilmiştir. En fazla yiyecek-içecek kategorisinde yorum yapıldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Cittaslow, Cittaslow Dostları, Tripadvisor.

* Bu çalışma, 18. Ulusal Turizm Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt. 2, Sayı.2, 2018
ss.1-9.

DOI: 10.26677/tutad.2018.27

Önerilen Atf:

İstanbullu Dinçer, F., Taşkiran, Ö. ve Aydoğan Çiftçi, M. (2018). Türkiye'deki İlk Cittaslow Dostu İşletme Olan "Yedi Bilgeler"e Yönelik E-Yorumların Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, ss.1-9.

Evaluation of E-Comments Regarding 'Yedi Bilgeler' as The First Friends of Cittaslow Business in Turkey

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER

Istanbul University, Faculty of Economics, Istanbul, e-mail: istanbul@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2338-2462>

Lecturer, Özlem TAŞKIRAN

Istanbul University, SSI, Tourism Management Ph.D. Student and

Dogus University, Vocational School, Istanbul, e-mail: otaskiran@dogus.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4694-8350>

Research Assistant, Merve AYDOĞAN ÇİFTÇİ

Istanbul University, Faculty of Economics, Istanbul, e-mail: merve.aydogan@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7597-6951>

Abstract

In recent years, changes in consumption habits, demand for natural products and more slower and enjoyable life approach support the development of sustainable projects and practices. Consequently, concepts of "slow food" and "cittaslow" have been arised. Cittaslow movement has been founded as a unity that people are in contact with each other; social, sustainable; protecting nature, culture and handicrafts; without having infrastructure problem; using renewable energy resources; evaluating the cities which take advantage of technological facilities. Today, 235 cities from 30 different countries are the member of this unity. In this study, the user comments in tripadvisor.com of "Yedi Bilgeler Hotel and Winehouse", the first and only "Friend of Cittaslow" in Turkey, which has adopted cittaslow movement's philosophy and have been operated according to its principles have been analysed. The purpose of the study is to examine on which subjects users comment most and whether these comments are relevant to cittaslow and its principles or not. Content analysis method is used and the user's comments related to the hotel categorized into 6 title. It has been observed that the most comments were made in the category of "Food and Beverage".

Keywords: Cittaslow, Friends of Cittaslow, Tripadvisor.



Journal of Turkish Tourism Research
Vol. 2, Issue.2, 2018
pp.1-9.

Suggested Citation:

İstanbullu Dinçer, F., Taşkıran, Ö. and Aydoğan Çiftçi, M. (2018). Evaluation of E-Comments Regarding 'Yedi Bilgeler' as The First Friends of Cittaslow Business in Turkey, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.2, pp.1-9.

GİRİŞ

“Citta” (İtalyanca: şehir) ve “Slow” (İngilizce: yavaş) kelimelerinin birleşiminden oluşan “Cittaslow”, “sakin/yavaş şehir” anlamında kullanılmaktadır. Cittaslow’un temeli 1999 yılında İtalya’da ortaya atılmıştır. Greve, Orvieto, Bra ve Positano şehirlerinde belediye başkanlarının vizyonu doğrultusunda, şehirlerin yaşam standartlarını daha kaliteli hale getirmek üzere yeni kalkınma modelleri oluşturma idealleri ulusal boyuta yayılmıştır (Cittaslow, 2017). Küreselleşmenin şehirlerin yapısını, sakinlerini ve yaşam şeklini standartlaştırmasını önlemek ve yerel özelliklerini sürdürmesini sağlamak amacıyla kurulmuş, üyelik esasına dayalı bir birliktir (Mayer ve Knox, 2009:22).

“Slow Food” (yavaş yemek) ise, 1986 yılında Carlo Petrini tarafından İtalya’da kurulan; ortak kültür ve kaliteli yemek arayışındaki gönüllü üyelerin işbirliği ile geliştirilen, yemek ve şarap kültürünün geliştirilmesi ve tanıtılmasına önem veren, kar amacı gütmeyen uluslararası bir organizasyondur (Yurtseven vd., 2010). Slow Food akımındaki ilerleme, Slow Food fikrine dayanan ancak bu felsefeyi şehirlere ve destinasyonlara kadar genişleten Cittaslow hareketini ortaya çıkarmıştır (Heitmann vd., 2011: 114).

Cittaslow, “Slow Food” akımının bir parçasıdır. Farklı olarak, kentsel-toplumsal akım ve yerel yönetim için model olarak tanımlanmaktadır (Pink, 2008: 98). İki hareketin de amaçları farklı ancak tamamlayıcıdır. İkisi de yereli, geleneksel kültürü ve keyifli yaşamı desteklemektedir (Knox, 2005: 6). Cittaslow, “Slow Food” un ilkelerine uyan ve yerel bölgeyi geliştiren çevreci bir harekettir. Hem ziyaretçiler hem de yerleşik insanlar için daha canlı bir ortamda yüksek yaşam kalitesini amaçlamaktadır (Park ve Kim, 2015: 353). Yaşanılan çevrenin ve kültürün değerini anlayarak ve koruyarak yaşamaya önem verir (Ergüven, 2011: 202). Hareketin temelinde ‘3S’ önemlidir (Jang ve Jung, 2015):

- Slow (yavaş),
- Small (küçük),
- Sustainable (sürdürülebilir).

Literatür

Literatürde Cittaslow ile ilgili çalışmaların konuyu çok yönlü incelediği görülmektedir. Cittaslow’u hareketin çıkış noktası olan Slow Food, eko gastronomi kapsamında değerlendiren çalışmalar (Parkins, 2004: 364; Pietrykowski, 2004: 309; Van Bommel ve Spicer, 2011: 1719) yavaş yemek anlayışını günlük yaşam ve tüketim kavramı içerisinde ele almıştır. Yerel yiyecek kullanımının yaygınlaşmasında eko gastronomi ve yavaş hareketinin etkisini ele alan çalışmalar (Jung vd., 2014: 443; Nilsson vd., 2011: 384; Görkem ve Öztürk, 2014: 19) geleneksel yeme alışkanlıklarının ve farklı yöre mutfaklarının yansıtılmasında yavaş hareketinin olumlu etkisi varken, yiyecek-içecek fiyatlarının artması gibi olumsuz sonuçlar da ortaya çıkarabileceğini göstermiştir. Yavaş yemek kavramını yeni ve farklı bir ideoloji olarak inceleyen çalışma (Simonetti, 2012: 184) ve hızlı ve yavaş kavramlarını yavaş hareketini açıklarken bir bütün olarak ele almayı savunan çalışma (Hsu, 2015: 629) da yavaş hareketini yavaş yemek kavramı kapsamında inceleyen çalışmalardandır.

Cittaslow’u sürdürülebilirlik kavramı kapsamında ele alan çalışmalar (Pink, 2008: 99; Sims, 2009: 322; Ekinci, 2014: 186; Park ve Kim, 2015: 16) yavaş hareketinin sürdürülebilir yerel kalkınmada yeni bir yaklaşım olduğunu, yerel yiyeceklerin kullanımının ve yavaş hareketindeki uygulamaların sürdürülebilir turizmi desteklediğini göstermektedir. Yerel halkın yavaş

hareketini benimsemediği, bir 'marka' olarak algıladığı sonucuna ulaşan çalışma (Semmens ve Freeman, 2012: 370) da yavaş hareketini sürdürülebilirlik kavramı açısından değerlendiren çalışmalardandır.

Cittaslow hareketini küreselleşme ve yerel kalkınma açısından ele alan çalışmalar (Mayer ve Knox, 2006: 330; Pink, 2009: 463; Yalçın ve Yalçın, 2013: 40; Pecsek, 2016: 115) yavaş hareketinin, yerel kalkınmayı desteklemede etkili bir yöntem olabileceğini, sosyal bir değişim yaratabileceğini, küçük bölgelerde yavaş turizmi canlandırmada etkili olabileceğini göstermiştir. Küreselleşmenin her zaman aynılaşmaya yol açmadığını, yavaş şehirlerin faydalı olduğunu düşündükleri küreselleşme unsurlarını benimseyerek, hem 'yavaş' hem 'gelişmiş' nitelikte olabileceğini gösteren çalışma (Servon ve Pink, 2015: 332) da yerel kalkınma açısından yavaş hareketini ele alan çalışmalardandır.

Literatürde Cittaslow-İşletme (Cittaslow dostu işletme) konusundaki çalışmaların çok sınırlı olduğu görülmüştür. Bu çalışmada, benimsemiş oldukları işletme ilkeleri ve uygulamalarıyla Türkiye'de ilk ve tek "Friends of Cittaslow" unvanı alan "Yedi Bilgeler" otel/şarapevinin Tripadvisor.com kullanıcı yorumları analiz edilmiştir. Günümüzde konaklama yeri seçiminde başvurulan en büyük web sitelerinden biri Tripadvisor.com'dur (tripadvisor, 2017). Web sitesinde "Yedi Bilgeler" ile ilgili 111 yorumun tümü incelenerek, 6 kategori oluşturulmuştur. Çalışmanın amacı, kullanıcıların en fazla hangi kategoride yorum yaptıklarını ve yorumların Cittaslow ve kriterleri ile ilgili olup olmadığını belirlemektir.

Friends of Cittaslow (Cittaslow Dostları)

Cittaslow çalışma ilke ve prensipleri 28 madde ve 5 ekli dosyadan oluşan "Uluslararası Cittaslow Tüzüğü" ile belgelenmiştir. Buna göre "Cittaslow Dostları", kültür ve bilim kurumlarını; ekonomi ve ticaret odalarını; kar amacı gütmeyen mesleki ve ticari birliklerini; tarım, üretim, hizmet ve turizm sektörlerindeki kamu ve özel işletmeleri kapsamaktadır. İşletmeler, Cittaslow hareketine destek amacıyla aşağıdaki faaliyetleri yürütebilirler:

- Para başışı,
- Karşılıksız olarak ya da istisnai durumlarda hizmet tedariki,
- Belirli projeler için finansal destek,
- Bilimsel ve teknik işbirliği.

Cittaslow dostları, görsellerinde (broşür, ilan vb.) logo şeklinde "Cittaslow Dostları" unvanını kullanabilirler. Yerel proje ve girişimlerin tanıtımında öncü olabilir; finansal destek sağlayabilir, ayrıca kentin kalkınması ve gelişimi için çalışmalar yürütebilirler (cittaslow, 2017a). Türkiye'nin Cittaslow'a katılımı 28 Kasım 2009'da Seferihisar'ın üyeliği ile resmi olarak başlamıştır. Günümüzde ülkemizdeki Cittaslow üye sayısı 14'e çıkmıştır (cittaslow, 2017b). Türkiye'de ilk Cittaslow dostu işletme İtalya'da (Mart, 2016) Uluslararası Cittaslow Yürütme Kurulu Toplantısı'nda kabul edilen, "Yedi Bilgeler" otel/şarapevi olmuştur. Cittaslow Uluslararası Başkan Yardımcısı ve Seferihisar Belediye Başkanı Tunç SOYER: " 'Cittaslow Dostu' işletmelerin, Cittaslow felsefesini benimseyen ve hareketi destekleyen işletmeler arasından seçildiğini; tadına vararak yaşayan ve kendi faaliyetlerine sakinlik katan işletmelerden biri olan 'Yedi Bilgeler'in bu ödülü hak ettiğini " ifade etmiştir (cittaslowturkiye, 2017).

YÖNTEM

Bu çalışma Türkiye'deki ilk ve tek "Friends of Cittaslow" unvanı alan "Yedi Bilgeler" otel/şarapevinin Tripadvisor.com'daki kullanıcı yorumlarını incelemek ve bu yorumların Cittaslow dostu olmakla ilgili olup olmadığının değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmada "Yedi Bilgeler" otel/şarapevinin ele alınmasının nedeni Türkiye'de başka Cittaslow dostu işletme bulunmamasıdır. Ayrıca bu çalışmada; birçok araştırmada tercih edilmiş olması, 500 milyondan fazla yorum ve görüşü içermesi, dünyanın en büyük seyahat sitesi olması (tripadvisor, 2017) nedenleriyle Tripadvisor.com tercih edilmiştir. Bu bağlamda, çalışma bir örnek olay incelemesi olup, geneli temsil etmemekte ve benzer işletmelere bir bakış açısı oluşturması amacını taşımaktadır. Çalışmada örnek olay incelemesi uygun görülmüştür. Buna göre bu çalışmada amaç, büyük bir miktarda gözlenen verinin özet olarak istatistiğini elde etmek değil, veri kısıtının olduğu bir alanda farklı düşünceleri elde etme fırsatı yakalamaktır. Çalışmanın diğer kısıtları arasında zaman, ulaşılabilirlik ve sınırlı veri sayısı yer almaktadır. Çalışmanın örnekleme olarak Tripadvisor.com'da yer alan Ağustos 2012-Mayıs 2017 tarihleri arasında yapılmış 111 yorumun tümü ele alınmıştır. Yorumlar eskiden yeniye doğru bir akış içinde taramaya tabi tutulmuştur. Çalışma keşifsel bir araştırma niteliği taşımaktadır.

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına bakıldığında kullanıcılar çoğunlukla tek bir yorum içinde, birden fazla konu ile ilgili görüşlerini ifade ettiklerinden, işlenen toplam 'ifade' sayısı 305'tir. Analiz sonucunda verilerin tümü tekrar sayısı göz önünde bulundurularak 6 ayrı kategoride değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Çalışma kapsamında işletmenin Tripadvisor.com'da yer alan tüm yorumları incelenmiş ve 6 ana kategoride derlenmiştir:

Aktivite ve Eğlence

Yorumlarda otelin aktivite ve eğlenceleri hakkında 35 ifade yer almaktadır. Bu ifadelerden 32'si olumlu, 3'ü olumsuzdur.

Olumlu ifadeler: "*Caz konserleri, eğlenceli canlı müzik dinletileri, büyük bir havuz, çocuk oyun alanları, şarap imalathanesi turu, üzüm bağları gezisi, şarap tadım turlarının düzenlenmesi...*"

Olumsuz ifadelerse; "*İnternetin yavaşlığı, aktivite alanlarının sınırlılığı, havuzun odalara yakınlığından dolayı gürültü sorunu...*" şeklindedir.

Manzara ve Ambiyans (Ortam)

Yorumlarda otelin manzara ve ambiyansı hakkında 38 olumlu ifade yer almaktadır.

Bu ifadeler: "*Etkileyici konsept, sessiz ve şehir karmaşasından uzak, eşsiz manzara; huzurlu, keyifli ve romantik bir ambiyans, üzüm bağları seyri, farklı bir peyzaj ve doğa manzarası, doğa ile iç içe bir tatil, özel hissettiren atmosfer...*" olarak tekrarlanmıştır.

Konum

Yorumlarda otelin konumu hakkında 45 olumlu ifade yer almaktadır.

Bu ifadeler: "*Geniş bir arazide, üzüm bağlarının içinde, doğa ile bütünleşik bir otel; çöl ortasında vaha, İzmir, Şirince ve Kuşadası'na, Selçuk, Efes ve Meryem Ana Kilisesi'ne çok yakın; tren ve otobüs ile ulaşımın elverişli bir konumda; tarih, doğa ve şehir yaşamına kolay erişim; üzüm bağları, meyve ağaçları, zeytinlikler ve muhteşem doğanın tam ortasında, İzmir Havalimanı'na 30 dak. mesafede...*" şeklinde tekrarlanmıştır.

Odalar

Yorumlarda odalarla ilgili 51 ifade yer almaktadır. Bunlardan 46'sı olumlu, 5'i olumsuzdur.

Olumlu ifadeler: *"Şık ve ortama uygun bir dekorasyon, temiz, bakımlı ve konforlu odalar, yumuşak ve temiz yatak ve havlular, muhteşem mimari ve özgün tasarım, eski bir kervansaray etkisi, pastoral mimarinin yansımaları, odadaki taş duvarlar ile zamanda yolculuk hissi, aydınlık, havadar ve manzaralı odalar, internet ve klima imkanı, çok sessiz bir klima, geniş balkon ve ilgi çekici detaylar..."*

Olumsuz ifadelerse: *"Doğal ortamdaki dolayısıyla sivrisinek fazlalığı, ilaçlamaya rağmen sinek ve böcek problemi, odada telefon olmaması, banyonun küçük ve odanın soğuk olması ..."* şeklindedir.

Hizmet ve Personel

Otelin hizmet ve personeli hakkında 62 ifade yer almaktadır. Bu ifadelerden 54'ü olumlu ve 8'i olumsuzdur.

Olumlu ifadeler: *"Mükemmel ev sahipliği ve misafirperverlik, disiplinli ve çalışkan personel, özenli hizmet; güler yüzlü çalışanlar, istekleri yerine getiren harika bir ekip, üst düzey hizmet kalitesi; iyi niyetli, yardımsever, kibar ve ilgili personel, mükemmeliyetçi hizmet anlayışı, çok iyi İngilizce konuşan resepsiyonist, insanı evinde hissettiren çalışanlar..."*

Olumsuz ifadelerse: *"Hizmet yavaşlığı, şarapların geç servis edilmesi, daha prezantabl ve profesyonel çalışanlara ihtiyaç, karşılamada ilgisizlik, odaya fazladan malzeme verilmemesi, genelde personelin İngilizceyi çok iyi konuşamaması, özür ve telafi durumunda ne yapılacağı bilinmemesi, özenli ve dikkatli servise duyulan ihtiyaç..."* şeklindedir.

Yiyecek – İçecek

Yorumlarda yiyecek ve içecekler hakkında 74 ifade yer almaktadır. Bu ifadelerden 67'si olumlu, 6'sı olumsuzdur.

Olumlu ifadeler: *"Mükemmel kahvaltı ve kaliteli yemekler, fiyatına değen şarap lezzeti, mutlaka tadılması gereken kendi üzüm bağlarının mahsulleriyle üretilmiş şaraplar, çok çeşitli ve lezzetli kahvaltı olanağı, madalyalarla taçlandırılmış şaraplar, güzel, kaliteli, içimi yumuşak ve rahatlatıcı, dünya markası olmuş ödüllü şaraplarla sunulan bir ziyafet, zengin menü ve taze etler, kendi üretimleri olan enfes şaraplar, bol, lezzetli ve seçkin yemekler, taze ve organik mahsullerle kahvaltı..."*

Olumsuz ifadelerse: *"Lezzetsiz etler, menünün yetersizliği, iyi pişmemiş etler, zayıf kahvaltı, kötü görünen yemekler ve fiyatların pahalılığı..."* şeklinde ifade edilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

"Yedi Bilgeler" otel/şarapevinin Tripadvisor.com kullanıcı yorumlarını inceleyen bu çalışmada, hakkında en fazla yorum yapılan konular ve "Cittaslow" kavramıyla ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır. İncelenen yorumlar ve yer alan ifadelerle göre, kullanıcılar en fazla yiyecek-içecek kategorisinde düşüncelerini ifade etmişlerdir. Bunu sırasıyla; hizmet-personel, odalar, konum, manzara-ambiyans ve aktivite-eğlence konu başlıklarının takip ettiği görülmüştür.

Yorumlarda toplam 22 olumsuz ifade yer alırken geri kalan 283 ifade pozitifdir. Buna göre genel memnuniyetin olumlu yönde olduğu söylenebilir.

"Cittaslow Dostu" olan "Yedi Bilgeler" için yapılan yorumların Cittaslow kavramıyla doğrudan ilişkilendirilmediği görülmüştür. Ancak Cittaslow kriterleri ile örtüşen yorumlara rastlanmıştır. Yerel kimlik, mutfak, doğal ve tarihi çevre ile birlikte gelenek, kültür ve sakin bir yaşama sahip çıkan; aynışmanın önüne geçen bir yaklaşım içeren Cittaslow kavramı, yorumlarda dolaylı

olarak yer almıştır. Cittaslow kriterleri ve yorumlardaki ifadeler birlikte ele alındığında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

“Verimli bitki ve meyve ağaçları ile yeşil alanlar yaratılması, verimli bitkilerin dikilmesi” kriterleri için; işletmenin çevresine diktiği meyve ağaçları, zeytinlik ve özellikle üzüm bağları, yapılan çalışmalara örnek verilebilir.

“Tat eğitimlerinin düzenlenmesi, organik yerel ürünlerin üretimi ve kullanımının teşvik edilmesi” kriterleri; işletmenin şarap tadım etkinlikleri düzenlemesi, kendi üzüm bağlarını yetiştirmesi ve şarap imalathanesini işletmesi, taze ve organik gıdalar kullanması ile ilişkilendirilebilir.

“Yerel ve geleneksel kültürel etkinliklerin korunması” ile ilgili kriter için; işletmenin pastoral mimarisi, kervansaray mimarisinin kullanılması ve taş duvarlar ile yaratılan özgün dekorasyon ve tasarım örnek verilebilir.

“Yerel üretimin teşvik edilmesi ve yerel ürünlerin ticarileşmesi için olanak yaratılması” kriterleri; işletmenin kendi üretimi olan üzüm bağları; buradan elde edilen, madalyalarla ödüllendirilmiş, hem üretimini hem de ticaretini gerçekleştirdikleri ve işletmenin konseptini meydana getiren şaraplar ile ilişkilendirilebilir.

Cittaslow Dostu bir işletmede konaklayan misafirlerin, deneyimleri sonrası e-yorumlarını inceleyen bu çalışma; işletmenin Cittaslow kriterlerine paralel uygulamalar gerçekleştirdiğini; ancak yorumlarda işletmenin Cittaslow dostu olması ile ilgili bir ifadenin yer almadığını göstermiştir. Kullanıcı yorumlarında doğrudan yer almayan “Cittaslow” kavramı, en fazla işletmenin kendi yetiştirdiği üzüm bağları ve yerel üretimini ve ticaretini yaptığı şaraplar ile ilişkilendirilmiş, genel olarak olumlu yorum alınmıştır. İncelenen yorumlarda en fazla ifadenin de ‘yiyecek-içecek’ kategorisinde yer alması, işletmenin özellikle kendi üretimi olan şaraplarının, taze ve organik mahsullerinin değerlendirildiğini göstermiştir.

İşletmenin web sitesinde “Cittaslow Dostu” işletme olduğuna dair bir logo veya bilgiye yer verilmemiştir. İşletmenin hem yurtiçi hem yurtdışından ağırladığı konukların çevreye, doğaya, yerel ürünlere ve kültüre saygı duyan, “Cittaslow Dostu” bir işletme tercih etmeleri açısından, işletmenin Cittaslow logosu kullanması önerilebilir. Daha sonraki çalışmalar için dünyadaki diğer Cittaslow dostu işletmelerle ilgili benzer çalışmalar gerçekleştirilerek, karşılaştırma yapılabilir. Bu işletmelerde çalışan personelin Cittaslow kavramına ilişkin bilgi ve eğitim seviyesi incelenerek, diğer işletmelere göre olası farklı yönleri araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Cittaslow (2017). Cittaslow Hakkında. <http://cittaslowturkiye.org/#cittaslow>, Erişim Tarihi: 20.04.2017).

Cittaslow (2017a). Uluslararası Cittaslow Tüzüğü. <http://www.cittaslow.org/content/charter> (Erişim Tarihi: 07.05.2017).

Cittaslow (2017b). Cittaslow Uluslararası Ağı. http://www.cittaslow.org/sites/default/files/content/page/files/246/cittaslow_list_may_2017.pdf (Erişim Tarihi: 07.05.2017).

Cittaslow Türkiye (2017). Türkiye'nin İlk Cittaslow Dostu İşletmesi Yedi Bilgeler. <http://cittaslowturkiye.org/turkiyenin-ilk-cittaslow-dostu-isletmesi-yedi-bilgeler/> (Erişim Tarihi: 07.05.2017).

Ekinci, M. B. (2014). The Cittaslow Philosophy in The Context of Sustainable Tourism Development; The Case of Turkey. *Tourism Management*, 41: 178-189.

Ergüven, M. H. (2011). Cittaslow–Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2): 201-210.

Görkem, O. and Öztürk, Y. (2014). Gastronomic Reflections of Cittaslow Movement on Local Cuisine: The Case Study of Seferihisar (İzmir, Turkey). *Turizam*, 18(1): 11-21.

Heitmann, S., Robinson, P. and Povey, G. (2011). Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism. *Research Themes for Tourism*, 114-127.

Hsu, E. L. (2015). The Slow Food Movement and Time Shortage: Beyond The Dichotomy of Fast or Slow. *Journal of Sociology*, 51(3): 628-642.

Jang, H. J. and Jung, T. (2015). Slow, Small, and Sustainable. In *Go Slow and Curvy* (pp. 1-27). Springer International Publishing.

Jung, H T., M. Ineson, E. and Miller, A. (2014). The Slow Food Movement and Sustainable Tourism Development: A Case Study of Mold, Wales. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4): 432-445.

Knox, P. L. (2005). Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World. *Journal of Urban Design*, 10(1): 1-11.

Mayer, H. and Knox, P. L. (2006). Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World. *Journal of Urban Affairs*, 28(4): 321-334.

Mayer, H. and Knox, P. L. (2009). Pace of Life and Quality of Life: The Slow City Charter. In *Community Quality-of-Life Indicators: Best Cases III* (pp. 21-40). Springer Netherlands.

Nilsson, J. H., Svärd, A. C., Widarsson, A. and Wirell, T. (2011). 'Cittaslow'eco-Gastronomic Heritage as A Tool for Destination Development. *Current Issues in Tourism*, 14(4): 373-386.

Park, E. and Kim, S. (2015). The Potential of Cittaslow for Sustainable Tourism Development: Enhancing Local Community's Empowerment. *Tourism Planning & Development*, 13(3): 351-369.

Parkins, W. (2004). Out of Time: Fast Subjects and Slow Living. *Time & Society*, 13(2-3): 363-382.

Pecsek, B. (2016). Revitalizing Tourism in Small Regional Towns Through Folklore-Driven Slow Tourism: The Example of Matyó Land, Hungary. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 27: 94-119.

Pietrykowski, B. (2004). You Are What You Eat: The Social Economy of the Slow Food Movement. *Review of Social Economy*, 62(3): 307-321.

Pink, S. (2008). Sense and Sustainability: The Case of the Slow City Movement. *Local Environment*, 13(2): 95-106.

Pink, S. (2009). Urban Social Movements and Small Places: Slow Cities as Sites of Activism. *City*, 13(4): 451-465.

Semmens, J. and Freeman, C. (2012). The Value of Cittaslow as an Approach to Local Sustainable Development: A New Zealand Perspective. *International Planning Studies*, 17(4): 353-375.

Servon, L.J. and Pink, S. (2015). Cittaslow: Going Glocal in Spain. *Journal of Urban Affairs*, 37(3): 327-340.

Simonetti, L. (2012). The Ideology of Slow Food. *Journal of European Studies*, 42(2): 168-189.

Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and The Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3): 321-336.

Tripadvisor (2017). Tripadvisor Hakkında. <https://tripadvisor.mediaroom.com/tr-about-us> (Erişim Tarihi: 22.04.2017).

Van Bommel, K. and Spicer, A. (2011). Hail The Snail: Hegemonic Struggles in The Slow Food Movement. *Organization Studies*, 32(12): 1717-1744.

Yalçın, A. ve Yalçın, S. (2013). Sürdürülebilir Yerel Kalkınma İçin Cittaslow Hareketi Bir Model Olabilir Mi? *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1).

Yurtseven, H. R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010). Yavaş Hareketi. *Ankara: Detay Yayıncılık*.

Turizm Ön Lisans Eğitiminde Kariyer Planlaması: Gaziantep Örneği¹

Yrd. Doç. Dr. Nalan IŞIK

Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, e-posta: isiknalan@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3072-649X>

Çağdaş PEKTAŞ

Gaziantep Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, e-posta: pektascagdas22@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0496-0183>

Öğr. Gör. Eyüp ATILGAN

Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, e-posta: atilganeyp@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6049-9163>

Öz

Turizm eğitimi turizm sektöründeki işgücünün niteliğinin artmasına katkı sunmaktadır. Bu bağlamda turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer planlamalarının incelenmesi turizm sektöründeki insan kaynakları yönetiminin geliştirilmesi ve yeni gelişmelerin değerlendirilmesi açısından önemlidir. Çalışma ile Gaziantep 2016-2017 dönemi 1. sınıf ön lisans öğrencilerinin kariyer planlamasına ilişkin anket yapılmıştır. Ankette, demografik özelliklere ilişkin sorular ile 5'li Likert ölçeğinin kullanıldığı ifadeler bulunmaktadır. Anket bulguları, öğrencilerin okudukları bölümü kendi istekleri doğrultusunda seçmelerine rağmen kariyerlerini planlamadan kısmen bilgi sahibi olduklarını, genelde özel sektörde çalışmak istediklerini göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin çalışma hayatında işletmelerin manevi içeriğe sahip motivasyon yöntemlerini uygulamaları ve işlerini severek yapmalarının önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ön lisans, Kariyer Planlama, Anket.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.2, 2018
ss.10-20.

DOI: 10.26677/tutad.2018.28

Önerilen Atf:

Işık, N., Pektaş, Ç. ve Atılgan, E. (2018). Turizm Ön Lisans Eğitiminde Kariyer Planlaması: Gaziantep Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, ss.10-20.

¹ Bu çalışma 18-22 Ekim 2017 tarihleri arasında düzenlenen 18. Ulusal Turizm Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuş ve bildiri kitabında yayımlanmıştır.

Career Planning in Tourism Associate's Degree Training: Gaziantep Example

Assistant Prof. Dr. Nalan IŞIK

Gaziantep University, Tourism and Hotel Management Vocational School, e-mail:
isiknalan@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3072-649X>

Çağdaş PEKTAŞ

Gaziantep University, MSc Student, e-mail: pektascagdas22@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0496-0183>

Lecturer Eyüp ATILGAN

Gaziantep University, Tourism and Hotel Management Vocational School, e-mail:
atilganeyup@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6049-9163>

Abstract

Tourism education contributes to the increase in the quality of the labor in the tourism sector. In this context, the examination of the career planning of tourism students is important for the development of human resources management in tourism sector and evaluation of new developments. A questionnaire on the career planning of first grade undergraduate students of Gaziantep 2016-2017 period was conducted with the study. The questionnaire includes questions about demographic characteristics and statements using the 5-point Likert scale. Survey findings show that even though students choose their reading section according to their own desires, they are partially informed before they plan their careers, and generally want to work in the private sector. It has also been achieved that in the working life of the students it is important for the businesses to apply motivational methods with spiritual content and to do business with pleasure.

Keywords: Tourism, Associate, Career Planning, Survey.



Journal of Turkish Tourism Research
Vol. 2, Issue.2, 2018
pp.10-20.

Suggested Citation:

Işık, N., Pektaş, Ç. and Atılğan, E. (2018). Career Planning in Tourism Associate's Degree Training: Gaziantep Example, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.2, pp.10-20.

GİRİŞ

Günümüzde turizm, döviz geliri sağlayan ve aynı zamanda ülkelerin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkıda bulunan önemli bir hizmet sektörü haline gelmiştir. Turist akımlarına uğrayan destinasyonlar, büyük yabancı yatırımlar için cazip bölgeler olurken yeni istihdam alanı yaratılmasına da olanak sunmuştur (Gezen ve Köroğlu, 2014:214). Günümüzde istihdam açısından geniş bir yelpazeye sahip olan turizm sektöründe nitelikli çalışan ihtiyacı da sürekli hâle gelmiştir. Turizm alanında iyi bir eğitim almış iş gücü, turizm sektöründeki hizmetin kalitesine katkıda bulunmaktadır (Ünlüöner ve Boylu, 2005:13).

Turizm çok bileşenli, kendini sürekli yenileyen bir hizmet sektörüdür ve turizm eğitimi veren kurumların temel amacı bu sektörün her kademesinde istihdam edilecek elemanları yetiştirmektir. Bu bağlamda turizm eğitimi alan öğrencilerin sektörde görev alma istekleri, kariyer planlarına ilişkin algılarının ortaya konması bu sektördeki insan kaynakları yönetimi ile istihdama ilişkin eksikliklerin tespit edilmesine ve politika uygulamalarına ışık tutacaktır (Olçay ve Düzgün, 2015:1128). Kariyer genel anlamda kişinin içinde bulunduğu işte kademeli olarak ilerlemesini (Olçay ve Düzgün, 2015:51) statü kazanmasını, sorumluluk almasını (Türkay ve Eryılmaz, 2010:180) deneyim elde etmesini ve iş alanındaki değerlendirmeleri olarak tanımlanmaktadır (Dinçer vd., 2013: 43).

Gaziantep, turizm sektöründe yemek kültürüyle dünya çapında bir yer edinmiştir. Bunun yanında farklı turizm çeşitleri de hızla gelişmektedir. Gaziantep'te ara eleman, orta düzey yönetici yetiştirmek amacıyla lise ve ön lisans düzeyinde eğitim verilmektedir. Bu çalışma, Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu'nda (TOMYO) turizm eğitimi alan ön lisans öğrencilerinin kariyer planlarında hangi unsurlara dikkat ettiklerini ve turizm sektörüne ilişkin görüşlerinin ortaya konmasını amaçlamıştır. Çalışmadan elde edilecek bulguların Gaziantep'te turizm sektöründe yer alan merkezi ve yerel kamu kurumlarının politika uygulamalarına katkı sunacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmanın sonuçlarının, turizm sektöründe faaliyette bulunan özel işletmeler için de istihdam etmeyi planladıkları elemanların görüşlerini değerlendirme fırsatı ve insan kaynakları planlamalarına fayda sağlayacağı tahmin edilmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Küreselleşen dünyada turizm sektörünün rekabetçi yapısı önemli hale gelmiştir. Bu yapı içerisinde yer alabilmek ve varlığını sürdürebilmek için kalifiye, kendisini sürekli geliştiren ve yenileyen insan gücüne ihtiyacı vardır. Kalifiye insan gücü de iyi eğitim almış olan turizm okulu mezunlarının sektör içerisinde faaliyet göstermesiyle sağlanabilir (Olçay vd., 2016:323).

Eğitim, bireylerin kendi yaşantılarını doğrultusunda davranış biçimlerini eğitimin amacına uygun bir şekilde istenilen yöne doğru çekerek değişiklikler oluşturma sürecidir (Ulama vd., 2015:342). Türkiye'de turizm eğitimi çeşitli kademelerdeki (lise, ön lisans, lisans, lisansüstü) turizm okullarında verilmektedir (Üzümcü vd., 2015:181). Turizm mesleki eğitimi; turizm alanında bilgi sahibi olan ya da olmayan kişilere sektörün ve sektördeki tüketicilerin beklentilerine cevap verecek bir şekilde gerekli teorik ve pratik bilgilerin verildiği (Olçay, 2008:384), bireylere ayrı ayrı gözetmeksizin eşit ve adaletli hizmet verme ahlâkının kazandırıldığı mesleki eğitim olarak tanımlanabilir (Ulama vd., 2015:342). Bu bağlamda turizm eğitiminin temel amacı; halkta turizm

bilinci oluşturmak ve turizm sektöründe istihdam eden ve edecek olan bireylere bir takım davranış biçimleri kazandırarak sektörün verimliliğini artırmak ve devamlılığını sağlamaktır (Olçay, 2008:384).

Turizm sektöründeki planlama çalışmaları başta olmak üzere üretilen mal ve hizmetlerin turistlere sunulmasında sorumluluğu olan en üst kademe yöneticiden en alt kademedeki personele kadar turizm eğitiminin gerekli olduğuna dair birçok neden bulunmaktadır. Turizm eğitimi gerektiren nedenler aşağıda sıralanmıştır (Olçay, 2008:384-385).

- Turizm emeğe dayalı bir sektör olduğundan dolayı insancıl bir özelliği bulunmaktadır. Bu insancıl özelliği geliştirmek için turizm eğitimi gereklidir.
- Turizm eğitimi, sektörde istihdam eden bireylere bilgi, beceri ve tecrübe kazandırır.
- Turizm eğitimi, turizm sektörü içerisindeki turistik ürün niteliği taşıyan tarihi eserlerin korunması gerektiğini insanlara öğretir.
- Turizm sektöründe istihdam eden bireylere karşılaştıkları olaylar karşısında akılcı bir yöntemle durum değerlendirmesi yapmak, tarafsız bir şekilde çözüm önerileri geliştirmek ve ortaya çıkan sonuçları kontrol etme yeteneği kazandırmak için turizm eğitimi gereklidir.
- Turizm sektöründe güçlü bir pazar anlayışı oluşturmak, ülke ekonomisine katkıda bulunmak, turizm sektöründeki tanıtma ve pazarlamanın karmaşık yapısına modern çözümler getirmek için turizm eğitimi gereklidir.

Turizm eğitimi alan veya almış olan öğrencilerin farklı çalışma alanlarına yöneldiği görülmektedir. Bu durumun meydana gelmesinde bazı faktörlerin olduğu görülmektedir (Üzümcü vd., 2015:184). Bu faktörler; sektörün yapısı gereği çalışma olanağının sezonluk olması, turizmin olumsuz çalışma koşulları, uzun ve ağır koşullardaki iş ortamı, çalışanlara düşük ücret verilmesi, mesleki standartların olmaması, öğrencilerin staj sürecinde yaşadıkları olumsuz deneyimler, çalışanların sosyal güvence altına alınmaması, çalışanlara sunulan hizmetlerin yeterli olmaması, çalışma saatlerinin uzun olması ve öğrencilerin turizm alanını isteyerek tercih etmemesi şeklindedir (Üzümcü vd., 2015:184; Aslan vd., 2012:204; Çimen, 2008:195). Bu olumsuz faktörler turizm eğitimi alan öğrencilerde kariyer planlamalarını olumsuz etkilerken turizm sektörüne ilişkin görüşlerini de olumsuz etkileyebilmektedir. Belirli bir dönem sonra bu iki olgu öğrencilerde kısır döngüye dönüşmektedir. Böylece öğrenciler hem etkin kariyer planı yapamamakta hem de sektörde verimli olacaklarına inanmamakta ve mesleklerine karşı aidiyet duygusu zayıflayabilmektedir.

Turizm sektörünün çalışma alanı geniş olduğu için sektördeki nitelikli personel ihtiyacı sürekli artmaktadır (Olçay ve Düzgün, 2015:1128). Turizm eğitimi alan öğrenciler mezun olduktan sonra turizm alanında ya da turizm dışı alanlarda kariyer yapmak isteyeceklerdir. Kariyer hem birey için hem de işletmeler için önemli bir kavram haline gelmiştir (Ulama vd., 2015:344). Kariyer, bireyin yetenekleri ve ilgisindeki değişimler, çalıştığı alanda kendisini geliştirmesi ve tecrübe edinmesi olarak tanımlanmaktadır (Dinçer vd., 2013:43). Ayrıca kariyer; bireyin çalışma hayatı boyunca iş yerinde kendisine verilen rollerdeki beklentilerini ve isteklerini gerçekleştirebilmesi için eğitilmesi ve bunun sonucunda içinde bulunduğu örgütlerde ilerleyebilmesi olarak da tanımlanmaktadır (Gezen ve Köroğlu, 2014:215).

Kariyer planlaması bir bireyin çalışma hayatında başarılı olmak adına bulunduğu örgütte en üst makamda olmak istemesi şeklinde tanımlanmaktadır. Kariyer planlaması süreç açısından bireyin çalışma hayatında önem arz etmektedir. Bu süreçte birey kariyer hedeflerini belirleyip bu hedefleri iyi analiz ederek kariyerinde yüksek motivasyonla ilerleme kaydedebileceğini söylemek mümkündür (Dinçer vd., 2014:44).

LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde farklı alanlarda eğitim alan öğrencilerin kariyer planlarını değerlendiren çalışmalara sıklıkla rastlanmasına rağmen turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleklerini değerlendirmelerine ilişkin araştırmalar yeni yeni oluşmaktadır. Aşağıda turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer planlarına ilişkin literatür örnekleri sunulmuştur.

Baltacı, Üngören, Avsallı ve Demirel (2012), üç farklı üniversiteden (Akdeniz Üniversitesi, Süleyman Demirel Üniversitesi ve Balıkesir Üniversitesi) 446 öğrencinin eğitim memnuniyetlerinin ve geleceğe yönelik bakış açılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Öğrencilerin yarısından fazlasının öğrenim gördükleri bölümleri planlamadan bilinçsiz bir şekilde seçtiğini ve bu öğrencilerin gelecek kaygısının yüksek olduğunu belirtmiştir. Buna karşın bilinçli tercih yapan öğrencilerin gelecek kaygılarının daha düşük olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre geleceğe bakış açılarının değiştiğini ortaya koymuştur.

Dinçer, Akova ve Kaya (2013), ön lisans düzeyinde eğitim alan 166 öğrencinin katıldığı ve iki üniversitenin (İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi) karşılaştırılmasını içeren araştırmada, öğrencilerin beşte dördünden fazlasının turizm sektöründe kariyer yapmak istediğini belirtmiştir. Mezun olduktan sonra öğrencilerin büyük bir kısmının eğitime devam etmek istediğini, gelecek beş ile on beş yıllık süreçte ise büyük bir kısmının üst ve orta kademe yönetici olarak çalışmak istediğini ifade etmiştir. Ayrıca iki üniversite öğrencileri arasında yapılan karşılaştırmada; İstanbul Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerin turizm sektöründeki kariyer olanaklarına daha olumlu baktıkları ve kariyer olarak turizm sektörünü seçmiş olmaktan mutlu olduğunu ortaya koymuştur. Bu durumun nedenini ise İstanbul şehrinin öğrencilerin kariyer planları için daha fazla imkân sağlaması olarak belirtmiştir. Sonuç olarak iki farklı üniversitede öğrenim gören öğrencilerin kariyer planlamalarında önemli farklılıkların olduğunu tespit etmiştir.

Çarıkçı ve Morçin (2014), ön lisans düzeyinde öğrenim gören 33 öğrencinin kariyer değerlerini incelemiştir. Öğrencilerin kariyerlerini belirlerken bağımsız olmak istediklerini ve buna bağlı olarak kendi iş saatlerini belirleyebilecekleri ve kendi kararlarını alabilecekleri bir kariyere sahip olmak isteyen öğrencilerin, kendi iş yerini kurmayı arzuladıklarını ve kariyerlerini kendi fikirleri doğrultusunda oluşturmayı amaçladıklarını belirtmiştir.

Gezen ve Köroğlu (2014), lisans düzeyinde eğitim gören 397 öğrencinin kariyer seçimine etki eden kariyer çapalarının belirlenmesine yönelik araştırmada, öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümü isteyerek seçmelerinin mezun olduktan sonra da mesleği yapma isteklerinin kariyer değerleri üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştir.

Güzel, Akdağ, Güler ve Şener (2014), üç farklı üniversitede (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Mersin Üniversitesi ve Girne Amerikan Üniversitesi) turizm eğitimi alan 414

öğrencinin turizmde kariyer algılamalarını incelemiştir. Bu çalışmada, öğrencilerin farklı üniversitelerde ve farklı şehirlerde eğitim görmelerinin turizmde kariyer algılarının farklı olduğunu belirtmiştir. Ayrıca öğrencilerin sektörde tecrübelerinin bulunup bulunmamasının kariyer tercihlerine etki etmediğini ortaya koymuştur.

Olca ve Düzgün (2015), lise düzeyinde turizm eğitimi alan 406 öğrencinin turizm sektöründeki istihdam niteliğinin kariyer planları üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmada, öğrencilerin sektörde iş bulma ve çalışma koşullarına ilişkin ifadelerde kararsız kalmalarına rağmen sektördeki kariyer beklentilerinin yüksek olmasından dolayı kariyerlerini sektörde sürdürmede kararlı oldukları tespitinde bulunmuştur.

Ulama vd. (2015), lisans düzeyinde eğitim alan 700 öğrencinin kariyer algılamalarına yönelik araştırmada, turizm sektöründeki olumsuzluklara rağmen öğrencilerin sektöre karşı olumlu bir tutum sergilediklerini ifade etmiştir. Öğrencilerin turizm eğitimi almayı kendilerinin seçtiklerini ve öğrencilerin yarısından fazlasının kariyerlerini turizm sektöründe yapmayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm bilgilerinin genellikle turizm eğitimine başladıklarında edindiklerini ortaya koymuştur. Bundan dolayı öğrencilerin doğru ve doyurucu biçimde bilgilendirilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca öğrencilerin mezun olduktan sonra beş ile on beş yıllık süreçte kariyerlerini üst ve orta kademe yönetici olarak sürdürmek istediklerini belirtmiştir.

YÖNTEM

Çalışmanın evrenini 2016-2017 eğitim öğretim yılında Gaziantep Üniversitesi TOMYO' da öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme 2016-2017 eğitim öğretim yılında Gaziantep Üniversitesi TOMYO' da öğrenim görmekte olan 1. sınıf öğrencileri dâhil edilmiştir (n=287). Araştırma verileri 01.05.2017 – 19.05.2017 tarihleri arasında toplanmıştır.

Araştırmada kariyer planlamalarına ilişkin görüşler ölçeğinden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket formu Tahtaloğlu'nun (2012) yılında yapmış olduğu "Turizm Eğitimi Almakta Olan Üniversite Öğrencilerin Kariyer Planlamalarına İlişkin Görüşlerin İncelenmesi" adlı yüksek lisans tez çalışmasından elde edilmiştir. Veri toplama aracı olan anket formu araştırmacı tarafından öğrencilere dağıtılarak gözlem altında doldurmaları sağlanmıştır. Çalışmaya toplam 182 öğrenci dâhil olmuştur. Ancak bu öğrencilerden 17 tanesi formu eksik veya yanlış doldurduğu için değerlendirmeye alınamamıştır. 165 anket formunun değerlendirilmesiyle araştırmaya katılım oranı %57 olmuştur. Verilerin toplandığı günlerde okula gelmeyen öğrenciler araştırmaya dâhil edilememiştir.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin demografik özellikleri ile ilgili 10 soru; ikinci bölümde öğrencilerin mezuniyet sonrası kariyer planlarına dair görüşlerine ilişkin 5 soru ile 5'li Likert ölçeği (1=Kesinlikle önemsiz 5= Kesinlikle önemli) ile değerlendirilen toplam 21 ifade bulunmaktadır. Araştırmanın verileri SPSS 21.0 İstatistik paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan kariyer planlamalarına ilişkin görüşler ölçeğinin güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha testi ile belirlenmiştir. Uygulanan test sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,829 olarak hesaplanmış olup araştırmanın yüksek derecede güvenilir olduğu görülmüştür.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Demografik özellikleri incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %40,6'sı kız, %59,4'ü erkeklerin oluşturduğu gözlenmiştir. Öğrencilerin %49,1'i, 21-25; %47,3'ü 17-20 yaşlarındadır. Tercih edilen bölümler incelendiğinde %36,4'ü Turizm ve Otel İşletmeciliği, %12,1'i İkram Hizmetleri, %38,8'i Turizm ve Seyahat Hizmetleri, %12,7'si Aşçılık programlarında eğitimlerini sürdürmektedirler. Bu öğrencilerin %81,8'inin ailesinde turizm sektöründe çalışan bulunmamaktadır. Öğrencilerin %70,9'u bölümlerini kendi isteklerine göre seçmişlerdir. Ancak turizm okulu dışında okuma istekleri incelendiğinde bu oranın %72, 1 ile evet cevabı olduğu tespit edilmiştir.

Turizm sektöründeki kariyer olanaklarına ilişkin görüşlerini ortaya koyan sorulara öğrencilerin %59,4'ünün kariyer planlamasından kısmen bilgi sahibi olduğu belirlenmiştir. Özel kurumlarda çalışmak isteyenlerin oranı %50,3'tür. %49,1'i kendi işini kurmak isterken %20,6'sı üst kademe yönetici olmak istemektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin mezun olduktan 10 yıl sonra kendilerini nerde görmek istedikleri sorusunu %44,2'si kendi iş yerini kurmak, %38,2'si üst kademe yönetici olmak istediği yönünde cevaplamıştır. Bu durum mezun olduktan hemen sonraki pozisyonları için verilen cevapların oranlarına benzemektedir. Öğrencilerin turizm sektöründe çalışılması durumunda %18,2'si mutfak, %15,8'i seyahat acentesini tercih ederken %13,3'ü ön büro, %13,3'ü rehberlik tercihinde bulunmuştur.

5' li Likert ölçeğine göre soruların değerlendirildiği ölçek 1 numaralı tabloda sunulmuştur. Buna göre ankete katılan öğrencilerin kariyer planlarını algılama oranlarının anket genelinde çok yüksek düzeyde ($x: 4,28$, $ss: 0,829$) olduğu tespit edilmiştir. Bu durum kısmen bilgi sahibi olmalarına rağmen eğitim sürecinin öğrencilerin kariyer planlamasında etkili olabileceğini ve öğrencilerin kariyer planlamalarına duyarlı olduğunu göstermektedir. Öğrenciler analizde kariyerler planlamalarında yaptıkları işi seviyor olmalarını en yüksek düzeyde ($x: 4,72$, $ss: 0,548$) önemli bulmuşlardır. Anket geneline göre ücret dışındaki aynı yardımların yapılmasına ise ($x: 3,55$, $ss: 1,118$) yüksek düzeyde katılmışlardır.

Tablo 1. Öğrencilerin Mezuniyet Sonrası Çalışmak İstedikleri Kurumdan Beklentilerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Lütfen aşağıda yer alan değerlendirmelerle ilgili olarak görüşünüze en yakın gelen ifadeyi işaretleyiniz.	Kesinlikle Önemli	Önemli	Kısmen Önemli	Önemli	Kesinlikle Önemli	X	SS
	%	%	%	%	%		
1. İş yerimde işten çıkarılma tehlikesi olması benim için	6,1	4,8	13,3	39,4	36,4	3,95	1,114
2. İş yerimdeki ücret seviyesi benim için	1,2	0,6	7,9	41,8	48,5	4,36	0,757

3. İş yerimde terfi edebilme imkânı olması benim için	1,8	1,2	3,0	35,2	58,8	4,48	0,778
4. Yaptığım işi seviyor olmam benim için	0	0,6	3,0	20,0	76,4	4,72	0,548
5. Yaptığım işin takdir edilmesi benim için	1,2	0,6	8,5	19,4	70,3	4,57	0,775
6. İş yerimdeki tatil ve izin durumu benim için	1,2	0,6	10,3	37,6	50,3	4,35	0,787
7. İş arkadaşlarım ve iş grubu ile anlaşiyor olmam benim için	1,2	1,2	5,5	29,1	63,0	4,52	0,762
8. İş yerinde sevmediğim bir göreve verilme durumum benim için	1,2	6,1	15,8	27,9	49,1	4,18	0,987
9. Çalıştığım kurumun çalışanlar için hekim ve sağlık hizmeti sunuyor olması benim için	2,4	2,4	12,1	39,4	43,6	4,19	0,917
10. Bağlı olduğum yönetici ile ilişkilerim benim için	0,6	1,2	5,5	38,8	53,9	4,44	0,710
11. İş yerimde kuruma oryantasyon ve eğitim imkânlarının olması benim için	0	1,2	16,4	39,4	43,0	4,24	0,766
12. İş yerimde karşılaştığım sorunları çözmede inisiyatif kullanabilmem benim için	0	0,6	14,5	47,9	37,0	4,21	0,705
13. İş yerimde normalden fazla çalıştırılmam benim için	1,8	1,2	15,2	31,5	50,3	4,27	0,893
14. İş yerimin fiziksel şartları (ısıtma, aydınlatma, gürültü vb.) benim için	2,4	3,0	12,1	43,6	38,8	4,13	0,914
15. Bağlı olduğum yöneticinin kurumda çalışanlar arasında yaşanan anlaşmazlıklarda uzlaştırıcı olması benim için	0	1,2	12,1	41,2	45,5	4,31	0,729
16. Kurumumdaki başarı, takdir ve ödüllendirme adaleti benim için	0	1,2	5,5	30,9	62,4	4,55	0,658
17. Kurumumda ücret dışı yapılan aynı yardımlar (giyecek, yiyecek yardımları) benim için	4,8	12,7	27,9	32,1	22,4	3,55	1,118
18. İş yerimde çalışma verimimi etkileyecek araç ve gereçlerin durumu benim için	1,2	1,2	13,9	36,4	47,3	4,27	0,836
19. İş yerimde iş görenler arasındaki görev dağılımının belirginliği benim için	0,6	3,0	9,1	44,2	43,0	4,26	0,796
20. İş yerimde çalışanların kendileriyle ilgili kararlara katılma imkânlarının olması benim için	0,6	3,0	18,2	38,8	39,4	4,13	0,859
21. Turizm eğitimi almamış kişilerin sektörde yönetici konumunda olması beni rahatsız eder.	3,0	3,6	13,0	20,0	63,0	4,36	1,013
GENEL						4,28	0,829

* 1,00-1,79: Oldukça Düşük Düzey; 1,80-2,59: Düşük Düzeyde; 2,60-3,39: Orta Düzeyde; 3,40-4,19: Yüksek Düzeyde; 4,20- 5,00: Çok Yüksek Düzeyde

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu 1.sınıf öğrencilerinin gelecekteki kariyer planlamalarına ilişkin görüşleri değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %40,6'sı kız, %59,4'ü erkeklerin olduğu gözlenmiştir. Bu öğrencilerin %81,8'i ailesinde turizm sektöründe çalışan bulunmadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin %70,9'u bölümlerini kendi isteklerine göre seçtiğini belirtmiştir. Bu durum öğrencilerin turizm okulunu aile veya arkadaş baskısı altında kalmadan seçtiğini ve meslek belirlemede özgür davranabileceklerinin işaretidir. Ancak turizm okulu dışında okuma istekleri incelendiğinde %72,1 ile evet cevabı verdikleri görülmüştür. Öğrencilerin turizm okuluna geldikten sonra fikirlerinin değiştiği söylenebilir. Bunun farklı birçok nedeni olabileceğinden, turizm öğrencilerinin turizm okulundan beklentileri farklı bir araştırma konusu olarak araştırılması uygundur.

Turizm sektöründeki kariyer olanaklarına ilişkin görüşlerini ortaya koyan sorulara öğrencilerin %59,4'ünün kariyer planlamasından kısmen bilgi sahibi olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin %70,9'unun tercihlerini kendi isteklerine göre yapmalarına rağmen %59,4'ünün kariyer planlamasından kısmen bilgi sahibi olduğunu ifade etmesi dikkat çekicidir. Bu durum öğrencilerin tercihlerini yaparken sektörün cazibesinden etkilenmesi ve eğitim süresinde sektörün istihdam olanakları hakkında bilinç düzeylerinin artmasıyla negatife dönüştüğünü belirten Baron ve Maxwell (1993) ve Litvin (2000)'in araştırma bulgularına benzer bir sonuçtur. Mezun olduktan sonra özel kurumlarda çalışmak isteyenlerin oranı %50,3'tür. Öğrencilerin %49,1'i de kendi iş yerini kurmak istemektedir. Ünlüöner ve Şahin'in (2011) belirttiği gibi turizm sektöründe kamuda düşük istihdam oranlarının öğrencileri özel sektörde çalışmaya yönlendirdiğinin sonucu olabilir. Bu oranlar öğrencilerin mezun olduktan 10 yıl sonra kendilerini görmek istedikleri pozisyonlar ile de benzerlik göstermektedir.

Analizden elde edilen sonuçlar, öğrencilerin en fazla değeri "yaptıkları işi sevmelerine" bağladıklarını ortaya koymaktadır. Bu nedenle turizm sektöründe faaliyette bulunan firmaların çalışanlara görev dağılımı yaparken, çalışanın sevdiği işi de göz önüne alarak planlama yapmaları önemlidir. Genellikle firmalar, görev dağılımında öncelikle çalışanın niteliği ve yeteneğine önem vermektedir. Bunun yanında çalışanın sevdiği işi yapmasına imkân tanınması iş gücü verimliliğini arttırabilir. Ayrıca anket sonuçlarında "işin takdir edilmesi, ödüllendirme veya diğer iş arkadaşlarıyla anlaşma" gibi ifadeler de yüksek derecede anlamlı çıkmıştır. Sessa, Kabacoff, Deal ve Brown (2007), "y" kuşağını "işine eğlenceyi katmayı seven", "iyimser", "takım halinde çalışmaktan hoşlanan" bireyler olarak belirtmektedir. Anket değerlendirmesinden elde edilen bulgular da bu özelliklere uygun bir şekilde öğrencilerin çalışma hayatında firmanın manevi anlamda motive edici tutum ve davranışlarına değer verdiğini, maddi getirilerin daha geri planda kaldığını göstermektedir. Bu nedenle turizm sektöründe "y" kuşağının tutum ve davranışları dikkate alınarak yeni insan kaynakları stratejilerinin geliştirilmesi önerilmektedir. Ayrıca turizm eğitim kurumlarında "y" kuşağının özelliklerine uygun öğrenci rehberlik birimlerinin hizmet vermesi de öğrencilerin kariyer planlarını rasyonel hale getirecektir.

KAYNAKÇA

- Aslan, Z., Ünüvar, Ş. ve Başoda, A. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi ve Turizm Sektörüne Uyumu Açısından Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2):203-219.
- Baltacı, F., Üngören, E., Avsallı, H. ve Demirel, O. N. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1):17-25.
- Barron, P. and Maxwell, G. (1993). Hospitality Management Students' Image of The Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(5):V.
- Çarıkcı, İ. H. ve Morçin, S. E. (2014). Ön Lisans Turizm Öğrencilerinin Kariyer Değerleri: Sarıkamış Örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 2(Özel Sayı):67-81.
- Çimen, H. (2008). Turizm Lisans Öğrencilerinin Mesleki Yönelimleri: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2):194-202.
- Dinçer, F. İ., 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. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 1(2):42-56.
- Gezen, T. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Seçimine Etki Eden Kariyer Çapalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2):213-234.
- Güzel, T., Akdağ, G., Güler, O. ve Şener, S. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizmde Kariyer Algılamaları: Çanakkale, Mersin ve Kıbrıs'ta Bir Araştırma. 3. *Doğu Akdeniz Sempozyumu*:176-187. Mersin.
- Litvin, S. (2000). Tourism Student Perceptions of a Travel Agency Career. *Tourism and Hospitality Research*, 1(4):295-312.
- Olçay, A. (2008). Türk Turizmde Eğitimin Önemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2):383-390.
- Olçay, A. ve Düzgün, M. (2015). Turizm Eğitimi Gören Öğrencilerin Meslek Seçimlerinin Kariyer Çapaları ile Uygunluğunun Değerlendirilmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(3): 1127-1148.
- Olçay, A. ve Düzgün, M. (2015). Turizm Sektörünün İstihdam Niteliğinin Öğrencilerin Kariyer Planları Üzerindeki Etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(3):49-72.
- Olçay, A., Sürme, M., Düzgün, M. ve Çinpolat, M. (2016). Turizm Önlisans Öğrencilerinin Eğitimlerine İlişkin Beklentileri. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15):321-338.
- Sessa, V. I., Kabacoff, R. I., Deal, J. and Brown, H. (2007). Generational Differences in Leader Values and Leadership Behaviors. *Psychologist-Management Journal*, 10:47-74.
- Tahtaloğlu, B. (2012). Turizm Eğitimi Almakta Olan Üniversite Öğrencilerin Kariyer Planlamalarına İlişkin Görüşlerin İncelenmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Türkay, O. ve Eryılmaz, B. (2010). Kariyer Değerleri ve Kariyer Yolu Tercihleri İlişkisi: Türk Turizm Sektöründen Örnekler. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*,(24):179-199.

Ulama, Ő., 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*, 6(12):339-366.

Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2005). Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12):11-32.

Ünlüönen, K. ve Şahin, S. Z. (2011). Turizmde İstihdam. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37): 1-25.

Üzümcü, T., Alyakut, Ö. ve Günsel, A. (2015). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Mesleğin Geleceğine İlişkin Bakış Açıları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33):179-199.

Terör Riskine Yönelik Seyahat Uyarıları: Türkiye'ye En Fazla Turist Gönderen Ülkelerin Yaklaşımları*

Arş. Gör. Burçin KIRLAR CAN

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Denizli, e-posta: burcinkirlar@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0819-3014>

Öz

Terör riskine yönelik resmi seyahat uyarı ve tavsiyelerinin temel alındığı bu çalışma, son yıllarda Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkelerin yayınladığı duyuruları ve Türkiye'nin bu duyurulardaki durumunu incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında Almanya, Rusya, İngiltere, Gürcistan, Bulgaristan ve İran Dışişleri Bakanlıklarının web sitelerinde yer alan yurtdışı seyahat uyarıları ile Türkiye hakkındaki seyahat tavsiyeleri, ikincil veri olarak ele alınmış, kalitatif içerik analizine tabi tutulmuş ve betimsel olarak yorumlanmıştır. Araştırma sonuçları turist gönderen ülkelerin yayınladıkları uyarılarda farklılıklar olduğunu, ülkeler arasındaki ikili ilişkilerin uyarılara yön verebildiğini göstermiştir. Temmuz 2017 itibarıyla Gürcistan'ın Türkiye'ye yönelik bir seyahat uyarısı veya tavsiyesi bulunmamaktadır. Seyahat uyarıları için ayrı bir liste yayınlamayan İngiltere, Türkiye'deki terör olayları ile ilgili en fazla bilgi veren ülkedir. İran ve Rusya'nın Türkiye'deki terör riskine yönelik seyahat uyarıları bulunmaktadır. Bulgaristan, Türkiye'yi ikinci seviye riskli ülkeler arasında saymakta ve vatandaşlarına ülkenin güncel durumuyla ilgili daha fazla bilgi almalarını önermektedir. Almanya'nın seyahat uyarısı yayınladığı ülkeler arasında Türkiye yer almazken, Türkiye hakkındaki seyahat tavsiyelerinde en son yaşanan terör olaylarıyla ilgili bilgiler verilmektedir. İran, Rusya ve Bulgaristan, seyahat tavsiyelerinde net bir olayı veya Güneydoğu dışındaki bir yeri işaret etmemekte, buna rağmen Türkiye'de yüksek terör riski olduğunu belirtmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün seyahat tavsiyeleri ilkeleri dikkate alındığında, turist gönderen ülkelerin uyarılarının güvenilirlik ve etik bakımdan tartışılması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Seyahat riskleri, Seyahat Uyarıları, Güvenlik, Terör, Turizm.

*Bu çalışma 18. Ulusal Turizm Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuş ve bildiri kitabında yayımlanmıştır.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.2, 2018
ss.21-33.

DOI: 10.26677/tutad.2018.29.

Önerilen Atf:

Kırlar Can, B. (2018). Terör Riskine Yönelik Seyahat Uyarıları: Türkiye'ye En Fazla Turist Gönderen Ülkelerin Yaklaşımları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, ss.21-33.

Travel Warnings against Terrorism Risk: The Approach of Top Tourist Source Countries to Turkey

Research Assistant, Burçin KIRLAR CAN

Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Izmir, e-mail: burcinkirlar@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0819-3014>

Abstract

Based on official travel warnings and advisories against terrorism, this study aims to examine the announcements issued by top tourist source countries to Turkey in recent years and Turkey's condition within these announcements. Travel warnings and advisories, issued on the Foreign Ministry web pages, of Germany, Russia, United Kingdom, Bulgaria, and Iran were analyzed as secondary data within the qualitative research and descriptive analysis was conducted to interpret the data. Results of the study revealed differences in the warnings of tourist source countries and bilateral relations between countries may have a dominating role on travel warnings. By July of 2017, Georgia has neither travel warnings nor advisories against Turkey. United Kingdom, which does not have a special travel warning list, gives the most detailed information about terrorism incidents in Turkey. Iran and Russia have travel warnings about terrorism risk in Turkey. Bulgaria ranks Turkey in the second-level risky countries and advises its citizens to get more information about the current condition of the country. While Turkey is not listed among the countries where Germany has issued travel warnings, it provides information on the latest terrorist incidents in Turkey. Iran, Russia, and Bulgaria do not point out a clear case or place except from Southeast region, though it is stated in their travel advisories that Turkey is under high risk of terrorism. From the point of travel advisory principles of World Tourism Organization, it has become clear that the warnings of tourist source countries must be discussed in terms of reliability and ethics.

Keywords: Travel risks, Travel warnings, Security, Terrorism, Tourism.



Journal of Turkish Tourism Research
Vol.2, Issue.2, 2018
pp.21-33.

Suggested Citation:

Kırlar Can, B. (2018). Travel Warnings against Terrorism Risk: The Approach of Top Tourist Source Countries to Turkey, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.2, pp.21-33.

GİRİŞ

Geçtiğimiz birkaç yılda dünya genelinde birçok terör saldırısı yaşanmış ve bu durum küresel çapta güvenlik ve emniyet ile ilgili gittikçe artan bir endişeye yol açmıştır. Endişe verici bu olayların sıklığı ve medya kapsamı arttıkça turist talebindeki olumsuz etkilerin de daha belirgin olacağı bilinmektedir. Turistlerin rezervasyon ve iptal davranışları, etkilenen bölgedeki mekânsal seçim ya da diğer talep özelliklerindeki değişiklikler bu etkiler arasında sayılabilir (Pizam ve Mansfeld, 2006). Riskten kaçınma insanoğlunun korunma ihtiyacının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Korstanje, 2011). Turizm; güvenlik ve emniyetten bağımsız olmadığı ve tehlike barındıran ortamlarda gelişemeyeceği için hükümetler, seyahat acenteleri ve medya, uluslararası turizmle ilgili riskler hakkında düzenli uyarılar yayınlamaktadır (Lepp ve Gibson, 2003). Türkiye de yaşadığı bir dizi terör saldırısı ile çeşitli ülkelerin hakkında seyahat uyarıları yayınladığı destinasyonlardan birisi olmuştur.

Bu araştırma, Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkelerin teröre yönelik riskler ile ilgili yayınladığı resmi seyahat uyarı ve tavsiyelerini ve Türkiye'nin bu duyurular içindeki durumunu incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Seyahat tavsiye ve uyarıları, özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde (ABD) gerçekleştirilen 11 Eylül saldırılarının ardından, dünya çapında seyahat edenlerin destinasyon kararı vermelerinde oldukça belirleyici bir role sahiptir (Beirman, 2006). Bu uyarılar yalnızca resmi özellik taşıdığı için değil aynı zamanda hükümetlerin sosyal medya platformlarında paylaştığı ve geniş kitlelere ulaştığı için büyük önem taşımaktadır.

Ülkeler vatandaşlarını risklerden korumanın ötesinde bu uyarıları ekonomik veya politik birtakım çıkarları doğrultusunda kullanabilmektedir, bu da uyarıların güvenilirliği konusunda bazı şüpheler uyandırmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın bulguları etik açıdan da değerlendirilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm; terör saldırıları, salgın hastalık ya da doğal afetler gibi belirsiz ya da tahmin edilmesi güç olaylardan ciddi biçimde etkilenmekte, bu etkinin olayların meydana geldiği ülke ya da yerdeki turist hareketliliği üzerindeki derecesi yerel ve uluslararası medyada sunuluş biçimiyle iyice alevlendirilmektedir. Bu olaylara eşlik eden seyahat uyarılarıyla bu olumsuz iklim daha da kötüleşmekte (Mylonopoulos vd., 2016), uyarılara yoğun biçimde maruz kalan birçok kişinin de bu durumdan ciddi biçimde etkilendiği bilinmektedir (Noy ve Kohn, 2010).

Seyahat uyarıları, ekonomik açıdan gelişmiş pek çok ülkede seyahat ve turizmi düzenleme ve güvence altına alma işlevi görmektedir (Buda, 2016). Devletler vatandaşlarına kendi seyahatleri hakkında daha iyi kararlar alabilmesi için yurtdışı seyahat konusunda ülkeler bazında bilgi ve öneriler sunmaktadır. Bu uyarılar, bireylerin seyahat risklerini bilmesi ve bir ülkeye seyahat edip etmeme konusunda düşünmeleri için yapılmaktadır. Dengesiz siyaset, iç savaş, suç, şiddet veya tekrar eden terör saldırıları bu uyarıların yapılma nedenleri arasındadır (GOV.UK. [GU], 2017; Travel.State.Gov (TSG, 2017). Resmi seyahat uyarıları turistlerin karar verme sürecinde temel bir belirleyici değilken, 2001 yılında A.B.D.'de gerçekleşen 11 Eylül saldırılarının ardından internetin yaygın kullanımı ve küresel medya raporlarına erişimin artması ile birlikte karar verme sürecinde kilit rol oynamaya başlamıştır. Turist gönderen ülkeler riskli

destinasyonlar ile ilgili seyahat tavsiyeleri yayınlamaları konusunda kamuoyu ve medya baskılarına maruz kalmıştır. Ancak resmi seyahat uyarılarının bu ani ve yayılan şöhreti diplomasi, pazar, medya, seyahat endüstrisi ve seyahat sigortası konularında bazı önemli sonuçlar doğurmuştur (Beirman, 2006).

Seyahat uyarılarını temel risk değerlendirme faktörü olarak ele almaya başlayan seyahat sigortası şirketlerinin en küçük bir olayda bile etkilenen bölgeyi sigorta kapsamından çıkarmaları, belirli bir ülkedeki turistlere yönelik potansiyel tehdit uyarısı gibi spekülasyon tavsiyeleri ortaya çıkarmıştır (Beirman, 2006). Alanyazında seyahat uyarıları ve tavsiyeleri hakkında yapılan çalışma sayısı oldukça kısıtlı olsa da mevcut araştırmalarda devletler arasındaki ikili ilişkilerin seyahat tavsiyeleri üzerinde büyük bir etkisi olduğuna ve uyarıların politik birer araç olarak kullanıldığına değinilmektedir (Beirman, 2006; Deep ve Johnston, 2017; Mylonopoulos vd., 2016; Okumu, 2007; Sharpley vd., 1996; Tourism Concern, 2003). Bu kapsamda Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2017), turist güvenliğinin doğru bir şekilde sağlanması, olayın gerçekleştiği ev sahibi ülkenin ve turizm endüstrisinin en az zarar görmesi, yanlış tutumun önlenmesi ve eksik veya yanlış bilgilerin ortadan kaldırılması için seyahat tavsiyeleri rehberi yayınlarak küresel etik kodlar çerçevesinde ülkelere yol göstermiştir.

Seyahat uyarılarındaki net olmayan, kasti veya önyargılı bazı söylemler sadece olayın gerçekleştiği bölgenin değil, bazen tüm ülkenin tehlike altında olduğu izlenimi vermektedir. Bu durum da turizm hareketliliği üzerinde uzun süreli ve çarpan etkiler yaratabilmektedir. Son yıllarda Türkiye'yi ziyaret eden turist sayıları incelendiğinde, farklı birçok ülkeden gelen ziyaretçi sayılarında büyük düşüşler yaşandığı göze çarpmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB), 2017a). Yıllara göre Türkiye'yi en fazla ziyaret eden ilk beş ülke ve turist sayılarındaki değişimler Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Türkiye'ye En Fazla Turist Gönderen Ülkeler ve Turist Sayıları (2014-2017)

2014		2015		2016		2017 (İlk 6 ay)	
Ülke	Sayı (bin)	Ülke	Sayı (bin)	Ülke	Sayı (bin)	Ülke	Sayı (bin)
Almanya	5.250	Almanya	5.580	Almanya	3.890	Rusya	1.692
Rusya	4.479	Rusya	3.649	Gürcistan	2.206	Almanya	1.246
İngiltere	2.600	İngiltere	2.512	İngiltere	1.711	Gürcistan	1.073
Gürcistan	1.755	Gürcistan	1.911	Bulgaristan	1.690	İran	1.006
Bulgaristan	1.693	Bulgaristan	1.821	İran	1.665	Bulgaristan	799

Kaynak: KTB, 2017a; KTB, 2017b.

Turist sayısındaki azalmanın doğrudan terörden kaynaklandığını söylemek güç olsa da terörün turizm üzerindeki etkisinin büyük olduğunu söylemek mümkündür.

YÖNTEM

Terör riskine yönelik resmi seyahat uyarı ve tavsiyelerinin temel alındığı bu çalışmada, son yıllarda Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkelerin yaklaşımları analiz edilmiştir. Elde edilen veriler, UNWTO seyahat tavsiyeleri rehberindeki ilkeler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında Almanya, Rusya, İngiltere, Gürcistan, Bulgaristan ve İran Dışişleri Bakanlıklarının web sitelerinde yer alan yurtdışı seyahat uyarıları ile Türkiye hakkındaki seyahat tavsiyeleri incelenmiştir. Ülkelerin bir kısmı yurtdışı seyahatler için uyarı listeleri

yayınlarken, diğerleri seyahat tavsiyeleri başlığı altında ülkeler hakkında tek tek bilgiler vermektedir.

Bu araştırmada ülkelerin yayınladıkları seyahat uyarıları listeleri içinde Türkiye olup olmadığı belirlenmiş, uyarı listesi olmayan ülkelerin Türkiye ile ilgili tavsiyeleri ele alınmıştır. Bu sebeple araştırmada hem seyahat uyarısı hem de seyahat tavsiyesi başlıkları kullanılmıştır. Araştırma Mayıs-Temmuz 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Türkiye'ye en fazla turist gönderen altı ülkenin resmi web sitelerinde yayınladığı seyahat uyarı ve tavsiyeleri ikincil veri olarak ele alınmış, kalitatif içerik analizine tabi tutulmuş ve betimsel olarak yorumlanmıştır.

Ülkeler yurtdışı seyahatleri konusunda vatandaşlarını bilgilendirirken her ülkenin taşıdığı farklı risk türlerine değinmektedir. Alanyazında risk türleri ile ilgili birçok sınıflandırma yapılsa da turizmle ilgili riskleri temel olarak; a) terör, b) savaş ve politik istikrarsızlık, c) suç, d) sağlık ve e) doğal felaketler şeklinde sıralamak mümkündür (Fuchs ve Reichel, 2006; Korstanje, 2011; Lepp ve Gibson, 2003; Sönmez vd., 1999). Terörizm, uluslararası turizmi tehdit eden en büyük sorunlardan biri olarak kabul edildiğinden dolayı (Reisinger ve Mavondo, 2005), bu araştırmada yalnızca terör riski barındıran seyahat tavsiye ve uyarıları ele alınmıştır. Terörün diğer seyahat riskleri içindeki yerinin tespit edilebilmesi için diğer risk türleri de bulguların yorumlanmasında kullanılmıştır.

BULGULAR

Türkiye'ye son yıllarda en fazla turist gönderen altı ülkeye ait Dışişleri Bakanlıkları web siteleri incelendiğinde; Almanya, Rusya, Bulgaristan ve İran'ın yurtdışı seyahat tavsiyelerinin yanında vatandaşlarını seyahat risklerine karşı uyarmak için ayrı bir uyarı listesi yayınladıkları tespit edilmiştir. İngiltere'nin tüm ülkelere, Gürcistan'ın ise bazı ülkelere seyahatler konusunda bilgi sağladığı gözlenmiştir.

Almanya Seyahat Uyarı ve Tavsiyeleri

Almanya, güvenlikle ilgili genel uyarılarında vatandaşlarını dünya çapında devam eden terör saldırıları ve adam kaçırmaya tehlikelerine karşı uyarmaktadır. 2017 yılı Temmuz ayı itibarıyla küresel tehdidin yanında 25 ülkeye yönelik seyahat uyarısı yayınlanmıştır ve bu uyarılardan 15'i terör riskine yöneliktir (Tablo 2).

Tablo 2. Ülkeler ve Risk Türlerine Göre Almanya Seyahat Uyarıları

<i>Risk</i>	<i>Ülke</i>
Terör	Afganistan, Filipinler, Filistin, Irak, Mali, Mısır, Nijer, Suriye
Suç ve Şiddet	Kongo, Kamerun, Libya, Lübnan
Siyasi karışıklık	Filistin, Libya, Nijer, Ukrayna, Suriye
Savaş	Suriye

Yazar tarafından düzenlenmiştir. Kaynak: Auswärtiges Amt, 2017.

Almanya'nın seyahat uyarısı listesinde Türkiye yer almamaktadır. Son dönemde iki ülke arasındaki siyasi gerginlik artsa da Almanya'da yaşayan Türk nüfusun yoğunluğu ile geçmişten gelen yakın ilişkilerin bu durumda etkili olduğu düşünülebilir. Almanya'nın Türkiye hakkındaki seyahat tavsiyelerinde, 2015'ten beri tekrar eden terör olaylarının yaşandığı ve özellikle metropollerde turistleri de hedef alabilecek saldırılar yaşanabileceği belirtilmektedir. Buna karşılık Akdeniz sahili boyunca turistik destinasyonlarda güvenlikle ilgili bir olay

yaşanmadığı söylenmektedir. Atatürk Havaalanı, İstanbul ve Ankara şehir merkezleri ile son olarak Reina gece kulübünün terör saldırılarının hedefi olduğu ve birçok kişinin hayatını kaybettiği bilgisi verilmektedir. Almanya, vatandaşlarını Suriye ve Irak sınırındaki özellikle Diyarbakır, Cizre, Silopi, İdil, Yüksekova ve Nusaybin ile Mardin, Şırnak ve Hakkâri bölgelerine seyahat etmemeleri konusunda özellikle uyarmaktadır. Bunun dışında Güneydoğu'daki diğer illerde artan risk olduğu ve zorunlu seyahatler dışında bu yerlere gidilmemesi gerektiği de belirtilmektedir.

Rusya Seyahat Uyarı ve Tavsiyeleri

Rusya Federasyonu, 194 ülke hakkında seyahat bilgisi vermektedir. 2014-2017 Temmuz tarihleri arasında toplam 14 ülke için 24 tane seyahat uyarısı yayınlanmıştır ve bu uyarılardan 15'i terör riskine yöneliktir (Tablo 3).

Tablo 3. Ülkeler ve Risk Türlerine Göre Rusya Seyahat Uyarıları

<i>Risk</i>	<i>Ülke</i>
Terör	Endonezya, Fransa, Libya, Mısır, Tayland, Tunus, Türkiye
Suç ve Şiddet	Etiyopya, Libya,
Politik	A.B.D., Almanya, Çin (Hong Kong, Makao), Kore, Tayland
Salgın hastalık	Brezilya, Singapur.

Yazar tarafından düzenlenmiştir. Kaynak: Rusya Federasyonu Dışişleri Bakanlığı, 2017.

Rusya'nın Türkiye'ye yönelik yedi seyahat uyarısı bulunmaktadır ve bu uyarıların tamamı terörle ilgilidir (Tablo 4). Türkiye'ye yönelik terör uyarılarının 24 Kasım 2015 tarihinde iki ülke arasındaki gerçekleşen uçak krizinin ardından yoğunlaştığı göze çarpmaktadır.

Tablo 4. Rusya'nın Türkiye'ye Yönelik Seyahat Uyarıları

Tarih	Olay	Riskli Görülen Yerler - Öneriler
06.07.2016	Yüksek terör tehdidi	İstanbul, Ankara, popüler turistik bölgeler
01.07.2016	Olası terör tehdidi	Türkiye'den Rus vatandaşların güvenliği için gerekli önlemlerin alınması beklenmektedir.
30.06.2016	Devam eden terör tehdidi	Türkiye'den Rus vatandaşların güvenliği için gerekli önlemleri alması beklenmektedir.
22.06.2016	Terör tehdidi	Güneydoğu illeri, kalabalık yer ve gösteriler Rus vatandaşların ülkelerine geri dönmeleri tavsiye edilmektedir. (A.B.D. askerleri İzmir ve Muğla gibi illerde görevden alınmıştır.)
26.11.2015	Terör tehdidi	Türkiye'ye seyahatlerden kaçınılması, Türkiye'de olanların ülkelerine dönmeleri tavsiye edilmektedir.
24.11.2015	Artan terör tehdidi	Türkiye yerine daha güvenli olduğu için Mısır'a gidilmesi önerilmektedir.
07.08.2015	Şiddetli terör tehdidi	Ağrı, Bingöl, Bitlis, Van, Gaziantep, Diyarbakır, Kars, Mardin, Muş, Tunceli, Hatay, Hakkâri, Şırnak, Erzurum ile kalabalık yerler

Yazar tarafından düzenlenmiştir. Kaynak: Rusya Federasyonu Dışişleri Bakanlığı, 2017.

Rusya'nın diğer uyarıları incelendiğinde, net bir olay veya belirli bir yere değinilmediği, olayın sıcaklığının devam ettiği dönemlerde Rus vatandaşların ülkelerine geri dönmeleri ve Türkiye'ye seyahat etmemeleri gerektiği belirtilmektedir. 2016 yılında Rusya'nın koyduğu ambargo sebebiyle Türkiye'ye gelen Rus turist sayısında bir önceki yıla göre %76'luk düşüş yaşanmıştır. 2016 Temmuz ayından beri yayımlanan herhangi bir seyahat uyarısına rastlanmamaktadır. İlişkilerin iyileşmesinin ardından Türkiye'yi ziyaret eden Rus turist sayısı da 2017 yılının ilk altı ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %820 artmıştır (KTB, 2017a; KTB, 2017b).

İngiltere Seyahat Tavsiyeleri

İngiltere, seyahat uyarıları için ayrı bir liste yayınlamamakta, 225 ülke veya bölge hakkında vatandaşlarına seyahat tavsiyesi vermektedir. Tavsiyelerde, terör tehditleri düşük, temel, genel ve yüksek olarak sınıflandırılmaktadır. Analizlerde yalnızca yüksek terör tehdidi içeren tavsiyeler incelenmiş olup, İngiltere'nin 42 ülke için bu uyarıyı yaptığı belirlenmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. İngiltere'nin Yüksek Terör Tehdidi Uyarısı Verdiği Ülkeler

Bölge	Ülke
Amerika	Kolombiya
Avrupa	Almanya, Belçika, Fransa, İsrail, Rusya, Türkiye
Asya ve Pasifik	Avustralya, Afganistan, Bangladeş, Burma, Endonezya, Filipinler, Hindistan, Malezya, Pakistan, Tayland
Afrika	Burkina Faso, Cezayir, Çad, Fas, Fildişi Sahili, Güney Afrika, Kamerun, Kenya, Mali, Moritanya, Nijer, Nijerya, Senegal, Somali, Tunus
Ortadoğu	Filistin, Irak, Kuveyt, Libya, Lübnan, Mısır, Suudi Arabistan, Suriye, Ürdün, Yemen

Yazar tarafından düzenlenmiştir. Kaynak: GU, 2017.

İngiltere'nin Türkiye'ye yönelik terör riski hakkında en fazla bilgi veren ülke olduğu görülmüştür. Bilgilendirmelerde yer ve olay isimleri, olaylarda hayatını kaybeden ve yaralananların sayıları ile özellikle turistlerin karıştığı olaylar net bir şekilde açıklanmaktadır. İngiltere'nin Türkiye tavsiyelerinde 2015 yılından itibaren Güneydoğu illerini de kapsayan 21 terör olayının adı geçmektedir (Tablo 6).

İngiltere'nin adı geçen olaylar dışında Türkiye'deki terör riskine yönelik genel uyarıları aşağıdaki gibidir (GU, 2017).

“Teröristlerin Türkiye’de saldırılar düzenleme ihtimali oldukça yüksektir. Bir dizi terör örgütü aktiftir. 2015’ten beri ülkenin güneydoğusunda PKK’nın (Ayrılıkçı Kürtler) terör faaliyetlerinde artış vardır. Ankara ve İstanbul gibi illerin de dâhil olduğu şehirlerde DAESH (ISIL olarak bilinen)’in intihar saldırıları, aşırı solcu DHKPC ve Ayrılıkçı Kürt örgütü TAK’ın saldırıları olmuştur. DAESH ve TAK’ın da dâhil olduğu terör örgütleri kamuoyuna Türkiye’deki turistik bölgelere saldırı tehdidinde bulunmuştur. Daha fazla saldırı meydana gelmesi olasıdır. Saldırıları rastgele olabilir ve yabancılar tarafından ziyaret edilen yerleri etkileyebilir. Türkiye’deki havacılık endüstrisine yönelik artan bir saldırı riski vardır.”

İngiltere'nin seyahat tavsiyelerinde yer alan bilgi, olay ve yer adlarının diğer ülkelere oranla daha kapsamlı olduğu ve daha detaylı bilgiler içerdiği açıkça görülmektedir.

Tablo 6. İngiltere Seyahat Tavsiyelerinde Türkiye’de Gerçekleşen Terör Olayları

Tarih	Yer	Olay
01.01.2017	Reina gece kulübü, İstanbul	Terörist saldırısı
10.12.2016	Beşiktaş Stadı, Dolmabahçe-İstanbul	Bomba yüklü araç
24.11.2016	Hükümet Binası, Adana	Bombalı saldırı
14.10.2016	Kemer-Antalya	Roket saldırısı
14.10.2016	Hakkâri, Diyarbakır, Van, Adıyaman	Terörist saldırısı
06.10.2016	Polis karakolu, Yenibosna-İstanbul	Bombalı saldırı
24.08.2016	Kemer-Antalya	Bombalı saldırı
20.08.2016	Düğün töreni, Gaziantep	Terörist saldırısı
28.06.2016	Atatürk Havaalanı, İstanbul	Terörist saldırısı
07.06.2016	Vezneciler-İstanbul	Bombalı saldırı
01.05.2016	Polis Karakolu, Gaziantep	Bombalı saldırı
27.04.2016	Ulu Cami, Bursa	İntihar saldırısı
19.03.2016	İstiklal Caddesi, İstanbul	İntihar saldırısı
13.03.2016	Kızılay Meydanı, Ankara	Bombalı saldırı
17.02.2016	Askeri kışla, Ankara	Bombalı saldırı
12.01.2016	Sultanahmet, İstanbul	İntihar saldırısı
23.12.2015	Sabiha Gökçen Havaalanı, İstanbul	Havan saldırısı
10.10.2015	Tren İstasyonu, Ulus-Ankara	Bombalı saldırı
20.07.2015	Suruç-Şanlıurfa	İntihar saldırısı
09.06.2015	Diyarbakır	Terörist saldırısı
05.06.2015	HDP mitingi, Diyarbakır	Bombalı saldırı

Yazar tarafından düzenlenmiştir. Kaynak: GU, 2017.

Gürcistan Seyahat Tavsiyeleri

Gürcistan, yalnızca belirli ülkeler hakkında bilgi sağlamaktadır. Seyahat tavsiyesi verilen ülkeler; Arnavutluk, Belarus, Belçika, Brezilya, Brunei, Danimarka, Estonya, Etiyopya, Fransa, İngiltere, İran, İrlanda, İsrail, İtalya, İzlanda, Japonya, Kamboçya, Kanada, Katar, Kıbrıs, Kore, Latviya, Litvanya, Mısır, Özbekistan, Portekiz, Ürdün'dür. Türkiye bu ülkeler arasında yer almamaktadır (Gürcistan Dışişleri Bakanlığı, 2017).

Gürcistan'ın Türkiye'ye yönelik bir seyahat uyarısında bulunmamasının iki ülke arasındaki karşılıklı ilişkilerden kaynaklandığı söylenebilir. 2015'te Gürcistan'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı yaklaşık iki milyon iken (KTB, 2017a), Türk vatandaşların da son beş yılda en fazla ziyaret ettiği ülke Gürcistan olmuştur (Türkiye İstatistik Kurumu, 2016). 2015'te Gürcistan'ı ziyaret eden yaklaşık altı milyon turistin %24'ünü Türkler oluşturmaktadır (Georgian National Tourism Administration, 2015).

Bulgaristan Seyahat Uyarı ve Tavsiyeleri

Bulgaristan, yurtdışı seyahatler konusunda ülkeler hakkında tek tek tavsiye vermenin yanında seyahat uyarıları için ayrı bir liste de yayınlamaktadır. Bu listede ülkeler güvenlik risklerine bağlı olarak uyarı seviyelerine ayrılmıştır. Birinci seviyede 113 ülke bulunmaktadır ve risk taşımadıkları için bu ülkeler hakkında özel bir uyarı yapılmamaktadır. Türkiye, aralarında özellikle Afrika ülkeleri ile Türkiye Cumhuriyetlerin bulunduğu 45 diğer ülke ile ikinci seviye riskli ülkeler arasındadır. Vatandaşlara bu ülkelerin güncel durumları hakkında daha fazla bilgi

edinmeleri gerektiği önerilmektedir. Üçüncü seviyedeki bazı Afrika ülkeleri ile İran, Kuzey Kore, Mısır, Pakistan ve Ukrayna gibi 19 ülke için artan derecede risk uyarısı verilmekte ve gerekli olmadıkça belirli bölgelerine gidilmemesi gerektiği belirtilmektedir. Dördüncü seviyede bulunan Afganistan, Güney Sudan, Irak, Kamerun, Lübnan, Mali, Orta Afrika Cumhuriyeti, Somali ve Yemen için seyahatten kaçınma uyarısı verilmekte ve yalnızca zorunlu seyahatlerin yapılabileceği söylenmektedir. Beşinci seviyedeki Libya ve Suriye için ise tüm seyahatlerden kaçınma ve ülkeyi terk etme uyarısı verilmektedir (Bulgaristan Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, 2017).

Bulgaristan, güvenlik ile ilgili genel uyarılarında son zamanlarda dünyanın birçok ülkesinde terör saldırılarının giderek arttığını belirtmektedir. Avrupa kıtasının da artık istisna olmadığı, Paris, Brüksel, Nice, Berlin, Londra ve Stockholm gibi büyük Avrupa şehirlerinde terör olaylarının yaşandığı ifade edilmektedir. Türkiye ile ilgili seyahat tavsiyeleri incelendiğinde; Ankara, İstanbul ve İzmir gibi özellikle büyük şehirlerde yüksek terör tehdidinin devam ettiği, halka açık ve kalabalık alanların, metro giriş-çıkışlarının, popüler turistik merkezlerin, büyük alışveriş merkezleri ile karakolların terör örgütlerinin olası hedefleri arasında olduğu, ülkenin güneydoğusundaki riskli durumun halen devam ettiği ve terör eylemlerinin artabileceği söylenmektedir. Güneydoğu'daki Gaziantep, Diyarbakır, Urfa, Hakkâri, Siirt, Van ve Cizre gibi yerlere seyahat etmekten kaçınılması gerektiği de ayrıca belirtilmektedir.

İran Seyahat Uyarı ve Tavsiyeleri

İran, yurtdışı seyahatler için 176 ülke hakkında tavsiye vermekte, seyahat uyarılarını da ayrıca yayınlamaktadır. Uyarılarla ilgili güncellemeler haberler bölümünde de yer almaktadır. İran, 2013 yılından itibaren toplam 34 ülke için 43 seyahat uyarısı yayınlamış, diğer ülkelerin aksine özellikle hac dönemlerinde dikkat etmeleri gereken bürokratik işlemlerle ilgili vatandaşlarını uyarmıştır. Gerek benimsediği rejim gerekse ikili ilişkilerinin doğal bir sonucu olarak politik konular İran'ın seyahat uyarılarında çoğunluğu oluşturmaktadır. Terörle ilgili yayınlanan beş seyahat uyarısı bulunmakta ve bunların tamamının Türkiye'ye yönelik olduğu göze çarpmaktadır (Tablo 7).

Tablo 7. Ülkeler ve Risk Türlerine Göre İran Seyahat Tavsiyeleri

<i>Risk</i>	<i>Ülke</i>
Terör	Türkiye
Suç	Çin, Etiyopya, Senegal, Tayland, Yunanistan
Politik	Amerika, Çin, Danimarka, Endonezya, Etiyopya, Gana, Gürcistan, Hindistan, Irak, İspanya, Katar, Kazakistan, Kırgızistan, Malezya, Özbekistan, Rusya, Sierra Leone, Suudi Arabistan, Tataristan, Tayland, Türkiye, Türkmenistan, Yunanistan
Salgın hastalık	Angola, Etiyopya, Senegal, Sierra Leone, Tanzanya

Yazar tarafından düzenlenmiştir. Kaynak: İran İslam Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, 2017.

İran'ın Türkiye'ye yönelik seyahat tavsiyeleri incelendiğinde, 2015 ve 2016 yıllarında yayınlanan dört uyarıda özel bir yer veya olaydan bahsedilmediği ancak Güneydoğu bölgesindeki güvensiz ortam nedeniyle gerekli olmayan seyahatlerden, kalabalık yer ve gösterilerden kaçınılması önerilmektedir. En son 5 Mart 2017'de yayınlanan uyarıda ise "Türkiye'ye seyahat etmeyi düşünen vatandaşlar, geçtiğimiz aylardaki güvenlik koşulları ve yaklaşan Nevruz'u göz önünde bulundurmalıdır. Seyahatler zorunlu ise güvenlik endişeleri

sebebiyle mutlaka gerekli önlemler alınmalıdır" denilmektedir. Net olmayan bu mesaj, önyargılı bir uyarı niteliği taşımaktadır.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'nin turist deposu olan ülkelerin teröre yönelik seyahat uyarılarının incelendiği bu çalışmada, ülkelerin hakkında uyarı yayınladığı riskli ülkeler birbiri ile benzerlik gösterse de çoğunun uyuşmadığı görülmüştür. Araştırmada Gürcistan'ın Türkiye hakkında seyahat uyarısı veya tavsiyesinde bulunmadığı, Türkiye'ye yönelik terör uyarısı veya tavsiyesinde bulunan Almanya, Rusya, İngiltere, Bulgaristan ve İran'ın uyarılarının ise birbiriyle aynı olmadığı tespit edilmiştir. Uyarıların ortak noktası ülkenin güneydoğusunun yüksek terör tehdidi altında olduğu iken, İngiltere, Türkiye'de yaşanan terör olayları hakkında en fazla bilgi paylaşan ülke olmuştur. Bulgaristan ve İran uyarılarında net bir terör olayından bahsetmezken, vatandaşlarına büyük şehirler ve kalabalık alanlardan uzak durmalarını önermektedir. Almanya'nın seyahat uyarıları listesinde Türkiye yer almazken, seyahat tavsiyelerinde Atatürk Havaalanı, İstanbul ve Ankara patlamaları ile Reina gece kulübü saldırılarına değinilmiş, turistik destinasyonlara yönelik bir olay yaşanmadığı ancak yaşanabileceği belirtilmiştir.

Rusya'nın Türkiye'ye yönelik uyarılarının iki ülke arasındaki uçak krizinin ardından yoğunlaştığı göze çarpmıştır. Bu tarih öncesindeki tek uyarı sınır ve Güneydoğu illerine yönelik genel bir nitelik taşıırken, uçak krizinin yaşandığı gün Rus vatandaşlarına daha güvenli olduğu gerekçesiyle Türkiye yerine Mısır'a gitmeleri önerilmiştir. Ancak bu olaydan yaklaşık bir ay önce Mısır'dan havalanan bir Rus uçağı tamamına yakını Rus turistlerin oluşturduğu 224 yolcu ve mürettebatıyla düşmüş ve kurtulan olmamıştır. Uçağın teknik bir arıza ile düştüğü belirtilse de bir terör örgütü bunun bir terör eylemi olduğunu iddia etmiştir. Yetkililer saldırı ihtimalini kabul etmese de uluslararası medyada durumla ilgili birçok haber yapılmış, Avrupa'nın en büyük havayolu şirketlerinden Lufthansa ve Air France, olayın gerekçesi açıklanana kadar Sina üzerinden uçmayacaklarını duyurmuştur (BBC, 2015; RT, 2015; Sputnik, 2015). Mısır, geçmişinde ve son yıllarda Türkiye gibi terör saldırılarının hedefinde olan destinasyonlardan biridir. Rusya'nın bu uyarısında doğrudan alternatif göstermesi güvenlikten ziyade politik gerekçelerle hareket ettiğini göstermektedir.

UNWTO (2017) seyahat tavsiyeleri rehberinde, seyahat tavsiyelerinde yayınlanan tehdit ve risklerin net, olayla ilgili, uygun ve güncel olması, belirsiz dilden, yanlı ve politik tutumdan kaçınılması gerektiği ifade edilmektedir. Tehdit ve risklerin duyurulurken olayın gerçekleştiği bölgenin konumuna özgü olması, haritalar içermesi ve ilgili mesafeleri belirtmesi önerilmektedir. Olayın etkisi geçtikten sonra uyarının kaldırılması, etkilenen bölge ile işbirliği içinde olunması da rehberde tavsiye edilmektedir. Araştırma kapsamındaki seyahat uyarıları UNWTO kriterlerine göre değerlendirildiğinde; Almanya, Rusya, Bulgaristan ve İran'ın uyulması gereken etik ilkeleri karşılayamadığı söylenebilir. Almanya'nın İngiltere'ye göre daha temkinli davrandığı ve daha az ülke hakkında seyahat uyarısı yayınladığı görülmüştür. Bu durumun ülkeler arasındaki diplomasiye kaynaklanması muhtemeldir.

İngiltere'nin Türkiye'ye yönelik uyarılarında etik ilkeler ile hareket ettiği ancak bu durumu diğer ülkeler için de uygulayıp uygulamadığının belirsiz olduğu söylenebilir. Tourism Concern (2003) tarafından yayınlanan raporda da adil olmadığı anlaşılan bu durum açık biçimde dile getirilmiştir. 11 Eylül saldırılarının ardından dikkat edilmesi tavsiye edilse de ne New York ne de A.B.D. seyahat uyarılarına maruz kalmıştır. Aksine teröristlere Batılı yaşam tarzına müdahale edemeyeceklerini göstermek için güçlü bir mesaj göndermek ve ülkenin uğradığı

ekonomik kaybı telafi etmek için insanlar New York'a seyahat etmeye teşvik edilmiştir (Okumu, 2007). Öte yandan çok daha fakir olan ve turizm sektörüne daha fazla ihtiyacı olan Bali, birçok batı ülkesi tarafından 2002'deki saldırıların üstünden bir yıl geçmesine rağmen yasaklı bölge ilan edilmiştir. İngiltere tavsiyelerinin diğer devletler ve risk değerlendirmesi yapan tur operatörleriyle tutarsızlık içinde olduğu da raporda dile getirilmiştir. Örneğin, İngiltere'den Bali'ye tur satılmazken, Almanya'daki aynı gruba bağlı tur operatörleri müşterilerini Bali'ye gönderebilmiştir. Diğer birçok Avrupa ülkesi ile Uzakdoğulu turistler de bu süreçte Bali'yi ziyaret etmeye devam etmiştir (Tourism Concern, 2003). Tutarsız bu durumun gelişmemiş Afrika ülkeleri üzerindeki ekonomik çıkarlarından dolayı birçok gelişmiş devlet tarafından sıklıkla sürdürüldüğü de bilinmektedir (Kırlar-Can, 2017; Okumu, 2007; Tourism Concern, 2003).

Turist gönderen ülkelerin aşırı detaycı davranması ve en küçük olaylarda bile uyarılar yöneltmesi etkilenen ev sahibi ülkelerde turizm endüstrisinden geçimini sağlayanlar üzerinde telafisi olmayan etkiler yaratabilmektedir. Diğer yandan olumsuz söylemlerin bir destinasyona seyahat etme kararı verenler üzerinde de yıkıcı bir etkisi olduğu bilinmektedir (Kozak vd., 2007; Sönmez ve Graefe, 1998). Seyahat uyarılarının olumsuz etkileri yalnızca olayların yaşandığı alan ile sınırlı kalmadığı için uyarı yapan ülkelere daha dikkatli davranmaları, gerçekçi ve adil olmaları, kendi vatandaşlarının güvenliklerini koruma amacının ötesindeki yanlı, önyargılı, politik veya diğer çıkarlardan kaçınmaları önerilmektedir. Türkiye'nin bu tarz kriz dönemlerinde gerek resmi kanallar ile gerekse sosyal medyada daha etkin bir iletişim dili kullanması gerekmektedir.

Türkiye'yi ziyaret eden turist profilinin oldukça geniş olması araştırma alanının da karmaşık bir yapıya sahip olmasına neden olmaktadır. Yayımlanan seyahat uyarı ve tavsiyeleri doğrudan turist gönderen ülkelerin vatandaşlarına yönelik olduğu için bu ülkelerden bazıları duyurularını yalnızca kendi ana dillerinde yapmaktadır. Bu durum verilerin detaylı bir biçimde incelenmesini oldukça zorlaştırmış, genel durum ortaya çıkarılsa da detaylı analizlerin önüne geçmiştir.

Seyahat uyarıları ve tavsiyelerinin ziyaretçilerin davranışları ve risk alguları üzerindeki etkileri ile uyarıları/tavsiyeleri yayımlayan kuruluşa bağlı olarak bu etkinin derecesi üzerine yapılan sistematik bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu sebeple gelecek çalışmalarda seyahat uyarıları/tavsiyelerinin seyahat edenler ve seyahatleri organize edenler üzerindeki etkilerinin araştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Almanya Dışişleri Bakanlığı (2017). *Aktuelle Reisewarnungen* [Güncel Seyahat Uyarıları]. http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/01-Reisewarnungen-Liste_node.html, (1.7.2017).

BBC (2015). *Rusya: Mısır'da Düşen Uçakta Bomba Vardı*. http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/11/151117_rus_ucak_misir, (24.8.2017).

Beirman, D. (2006). A Travel Industry Perspective on Government Travel Advisories. J. Wilks, D. Pendergast and P. Leggat (Eds.). *Tourism in Turbulent Times: Towards Safe Experiences for Visitors* in (pp. 309-319). Amsterdam: Elsevier.

Buda, D. M. (2016). Tourism in Conflict Areas: Complex Entanglements in Jordan. *Journal of Travel Research*, 55(7):835-846.

- Bulgaristan Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı (2017). *Предупреждение За Пътуване* [Seyahat Uyarıları]. <http://www.mfa.bg/120/patuvamza>, (1.7.2017).
- Deep, A. and Johnston, C.S. (2017). Travel Advisories – Destabilising Diplomacy in Disguise. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 9(1):82-99.
- Dünya Turizm Örgütü [UNWTO] (2017). *Travel Advisories*. <http://rcm.unwto.org/risk-crisis-management/travel-advisories>, (27.5.2017).
- Fuchs, G., Uriely, N., Reichel, A. and Maoz, D. (2012). Vacationing in a Terror-stricken Destination: Tourists' Risk Perceptions and Rationalizations. *Journal of Travel Research*, 52(2):182-191.
- Georgian National Tourism Administration [GNTA] (2015). *2015 Georgian Tourism in Figures*. <http://gnta.ge/wp-content/uploads/2016/06/2015-eng.pdf>, (30.8.2017).
- GOV.UK [GU] (2017). *Foreign Travel Advice*. <https://www.gov.uk/foreign-travel-advice>, (17.6.2017).
- Gürcistan Dışişleri Bakanlığı (2017). *სასარგებლო ინფორმაცია* [Yararlı Bilgiler]. <https://geoconsul.gov.ge/ka/usefulInformation>, (1.7.2017).
- İran İslam Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı (2017). *توصیه های مسافرتی نوروز* [Yeni Seyahat Tavsiyeleri]. <http://mfa.ir/index.aspx?siteid=1&keyid=&siteid=1&pageid=2143>, (1.7.2017).
- Kırlar-Can, B. (2017). Is It Safe to Travel Anywhere in the World? Terrorism-related Travel Warnings Issued by U.S. and U.K. *15th APACCHRIE Conference Proceedings* in (pp. 1558-1571). 31 Mayıs-3 Haziran 2017, Bali-Endonezya.
- Korstanje, M.E. (2011). The Fear of Traveling: A New Perspective for Tourism and Hospitality. *Anatolia*, 22(2):222-233.
- Kozak, M., Crotts, J.C. and Law, R. (2007). The Impact of the Perception of Risk on International Travelers. *International Journal of Tourism Research*, 9:233-242.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB] (2017a). *Giriş-çıkış Yapan Ziyaretçiler, Yabancı ve Vatandaşlar, Analiz 2016*. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, (1.7.2017).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB] (2017b). *Sınır Giriş-çıkış İstatistikleri*. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, (1.7.2017).
- Lepp, A. and Gibson, H. (2003). Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3):606-624.
- Mylonopoulos, D., Moira, P. and Kikilia, A. (2016). The Travel Advice as an Inhibiting Factor of Tourist Movement. *TIMS Acta*, 10(1):13-26.
- Noy, C. and Kohn, A. (2010). Mediating Touristic Dangerscapes: The Semiotics of State Travel Warnings Issued to Israeli Tourists. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 8(3):206-222.
- Okumu, W. (2007). Security Alerts and Their Impacts on Africa. *African Security Review*, 16(3):42-48.
- Pizam, A. and Mansfeld, Y. (2006). Toward a Theory of Tourism Security. Y. Mansfeld and A. Pizam (Eds.). *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice* in (pp. 1-27). Burlington, USA: Elsevier.

- Reisinger, Y. and Mavondo, F. (2005). Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception. *Journal of Travel Research*, 43:212-225.
- RT (2015). *Russian Passenger Jet Crash: Black Boxes Analyzed, Show No Sign of System Failure Live Updates*. <https://www.rt.com/news/320225-plane-crash-russian-egypt/>, (24.8.2017).
- Rusya Federasyonu Dışişleri Bakanlığı (2017). *Предупреждения Для Российских Граждан* [Rus Vatandaşları için Uyarılar]. <http://www.mid.ru/ru/preduprezdenie-dla-rossijskih-grazdan1>, (1.7.2017).
- Sharpley, R., Sharpley, J. and Adams, J. (1996). Travel Advice or Trade Embargo? The Impacts and Implications of Official Travel Advice. *Tourism Management*, 17(1):1-7.
- Sönmez, S.F. and Graefe, A.R. (1998). Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1):112-144.
- Sönmez, S.F., Apostolopoulos, Y. and Tarlow, P. (1999). Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1):13-18.
- Sputnik (2015). *Rus Yolcu Uçağı Mısır'da Düştü: 224 Ölü*. <https://tr.sputniknews.com/ortadogu/201510311018723956-misir-ucak-rusya-sina-kogalimaviya/>, (24.8.2017).
- Tourism Concern (2003). *FCO Travel Advisories: The Case for Transparency and Balance*. London: Tourism Concern.
- Travel.State.Gov [TSG] (2017). *Alerts and Warnings*. <https://travel.state.gov/content/passports/en/alertswarnings.html>, (15.6.2017).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2016). *Gidilen Ülkelere göre Yurt dışına Giden Vatandaşlar, 2003-2016*. www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1611, (30.8.2017).

Kendimizi Pazarlayabiliyor muyuz? Yüksek Öğretimde Küreselleşme ve Öğrenci Hareketliliği: Turizm ve Otel İşletmeciliği Okullarının Karşılaştırması ile İlgili Bir Örnek Çalışma*

Doç. Dr. Ayşe COLLINS

Bilkent Üniversitesi, Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, e-posta: collins@bilkent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7312-810X>

Öz

Son araştırmalara göre dünya çapında yoğun bir öğrenci hareketliliği gözlemlenmektedir. Bu da eğitim kurumlarının gerekli bilgileri elektronik ortamda sağlamalarını kaçınılmaz kılmaktadır. Bu araştırma turizm ve otel işletmeciliği okullarını resmi web sayfalarında ki bilgilerini kullanarak yapıları, ders programları ve staj programları açısından değerlendirmeyi ve karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Sonuçlar, bütün dünyadan, karşılaştırılan okullar arasında benzerlikler kadar farklılıklar da olduğunu göstermektedir. Bu araştırmanın bulgularının konuyla doğrudan ya da dolaylı olarak alakası olan öğrenciler, eğitimciler, sektör çalışanları ve karar vericiler de dahil olmak üzere, eğitim sisteminin tüm paydaşlarına faydalı olması ümit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi, Eğitimde Öğrenci Hareketliliği, Eğitimde Küreselleşme.

*Bu çalışma 18. Ulusal Turizm Kongresinde bildiri olarak sunulmuş ve bildiri kitabında yayımlanmıştır.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.2, 2018
ss.34-41.

DOI: 10.26677/tutad.2018.30

Önerilen Atf:

Collins, A. (2018). Kendimizi Pazarlayabiliyor muyuz? Yüksek Öğretimde Küreselleşme ve Öğrenci Hareketliliği: Turizm ve Otel İşletmeciliği Okullarının Karşılaştırması ile İlgili Bir Örnek Çalışma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, ss. 34-41.

Are We Marketing ourselves: Higher Education Globalization and Student Mobility a Case Study of Comparison of Tourism and Hotel Management Schools

Associate Prof. Dr. Ayşe COLLINS

Bilkent University, School of Applied Technology and Management, Department of Tourism and Hotel Management, e-mail: collins@bilkent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7312-810X>

Abstract

Recent researches from international statistics show there is a big flow of student mobility all over the world, which makes it inevitable to provide necessary information on educational institutions. This study examines and compares tourism/hotel management programs in different levels including nature of programs, their curriculum and industrial training components by analysing the information given on the official web pages of the schools. Results show there are similarities as much as differences all around the world within the frame of the institutions compared. It is hoped that the findings could help the stakeholders of the education systems, students, educators, professionals, decision maker and more.

Keywords: Tourism and Hotel Management Education, Student Mobility in Education, Globalization in Education.



Journal of Turkish Tourism Research
Vol.2, Issue.2, 2018
pp. 34-41.

Suggested Citation:

Collins, A. (2018). Are We Marketing Ourselves: Higher Education Globalization and Student Mobility a Case Study of Comparison of Tourism and Hotel Management, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.2, pp. 34-41.

GİRİŞ

Son araştırmalara göre dünya çapında yoğun bir öğrenci hareketliliği/dolaşımı gözlemlenmektedir. Her ülke, bu rekabet ortamında yerini alabilmek için, daha kolay erişilebilen ve geçerli/güncel bilgiyi sağlayan programlar sunmayı amaçlamaktadır.

UNESCO'nun 2014 raporuna göre yaklaşık 5 milyon uluslararası öğrenci kaydı tespit edilmiştir. Bu rakam 2000 yılındakinin iki mislidir ve her yıl ortalama %10'luk bir artışı göstermektedir (<http://monitor.icef.com>). Hatta bu gidişle, bu rakamın 2025 yılına kadar yıllık 8 milyona ulaşması beklenmektedir (www.oecd.org).

2008 mali krizi uluslararası "öğrenci hareketliliğini" yavaşlatmasına rağmen, tarihsel olarak ABD ve Birleşik Krallık (BK) her zaman için en popüler ülkeler olmaya devam etmiştir. UNESCO'nun araştırmasına göre, öğrencilerce tercih edilen ilk beş ülke sırasıyla ABD (%19 toplam mobil öğrenci), Birleşik Krallık (BK) (%10), Avustralya (%6), Fransa (%6) ve Almanya'dır (%5). Bu yüzdeler BK da uygulamakta olduğu katı vize kuralları nedeniyle, 2012'den beri azalma göstermektedir. Farklı bir açıdan bakıldığında, öğrenci hareketliliğinin %53'ü, başta Çin, Hindistan ve Güney Kore olmak üzere Asya kökenlidir. Son olarak, yolculuk masrafları ve kültürel yakınlığı düşünerek, öğrencilerin ülkelerine daha yakın ülkeleri tercih etme eğilimi göstermeye başladıkları gözlemlenmektedir. Bu eğilim, Rusya Federasyonu (%3), Japonya (%3), Kanada (%3), Çin (%2) ve İtalya (%2) olmak üzere, yeni gelişen bölgesel merkezler oluşmasına neden olmaktadır.

Bu öğrenci hareketliliği gerçekliği, ülkeler, hükümetlerin karar mekanizmaları, eğitimciler ve hatta yerel yönetimler arasında oluşması gereken koordinasyonu gündeme getirmektedir. Bu durum birçok uluslararası politikanın birlikte düşünülmesini kaçınılmaz kılmakta. Bu politikalar:

- yükseköğretim politikası ve göç politikasının bazı boyutları (öğrenci ve akademisyen vizeleri ve eğitim sonrası ikamet),
- ticaret politikası (ikili ve çoklu anlaşmalardaki eğitim hizmetleri yükümlülüklerinin uyumlulukları),
- gelişme politikası (yükseköğretimde yardım geliştirme politikasının tutarlılığı),
- iş piyasası politikasıdır (yükseköğretim kurumları ile sektördeki profesyonel meslek kuruluşlarının koordinasyonu) (<http://www.oecd.org>).

Bütün bu konular, yükseköğretimdeki her bilim alanı için geçerli olup, öğrencilerin okul ve ülke tercihlerini etkilemektedir. Hatta küresel rekabet ortamı içinde, her bir kurumun yapısı, önkoşulları ve sundukları programlarla ilgili detaylar önem kazanmaktadır.

Turizm 40 yıl öncesine kadar bir bilim dalı değildi (Airey, 2005). Turizm eğitim programları bile erken 1930/1940'larda başlamıştır (Jafari, 1990, 1997 ve Majò, 2004), ancak asıl patlama 1960/1970'lerde Avrupa'daki birkaç öncü üniversiteyle gerçekleşmiş ve sonrasında ABD, Kanada, Avustralya ve Yeni Zelanda ile devam etmiştir (Jenkins, 1997). Bu kaçınılmaz tarihsel gelişim, farklı ülkelerde ve hatta aynı ülkenin farklı eğitim kurumlarında değişik eğitim uygulamalarına yol açmış olsa da dünya çapında öğrenci ve akademisyen hareketliliği hiç bir zaman durmamıştır.

Turizm ve hizmet alanında, tam zamanlı ya da daha kısa süreli değişim programları ile öğrencileri cezbetmeye çalışan birçok üniversite mevcuttur. Araştırmalara göre öğrenci değişim programları çoğaldıkça, hizmet alanındaki programlar da daha popüler hale gelmektedir (Jenkins, 1997; Richards, 1995) çünkü sektördeki kalifiye eleman ihtiyacı artmaktadır (High Level Group, 1998; ILO, 2001; Leslie, 1993; Zehrer ve Mössenlechner, 2009).

Yükseköğretim ile ilgili daha önceki araştırmalar genellikle paydaşların algıları bağlamında farklı müfredatları karşılaştırmaktadır. Bu alanda programların nasıl daha iyi planlanabileceği ile ilgili değişik ülkelerden akademisyenler araştırmalar ve analizler yapıp alana katkıda bulunmaktadır (Daniel, Costa, Pita ve Costa, 2017; Fidgeon, 2010; Johanson, Ghiselli, Shea ve Roberts, 2011; Malan, Cobanoglu ve Waldo, 2015; Wang, Huyton, Gao ve Ayres, 2010; Volgger ve Pechlaner, 2015; Zhang ve Xiong, 2017). Fakat web sayfalarında yazılanlarla gerçek hayatta olanlar yeterli sayıda araştırmada henüz karşılaştırılmamıştır. Sheldon ve arkadaşlarına (2008:62) göre 'Dünyada sismik değişimler oluyor... toplum ve turizm bunun artçı şoklarıyla sarsılıyor ve etkilerine uyum sağlamak üzere, harekete geçmek, düşünmek ve farklı planlamalar yapmak için hazırlık yapılması gerekiyor.' Dolayısıyla, bu belirsiz turizm ortamında mezunların eskiye oranla daha farklı beceri, yetenek ve bilgi donanımlarına ihtiyaçları vardır. Bu da, eğitim sistemlerinde, bilgi teknolojilerinden de gelen yeni yaklaşımların uygulanabileceği (Buhalis ve Law, 2008), acil değişiklikler yapılmasını gerektirmektedir (Wallis ve Steptoe, 2006).

Sonuçta, 21. yüzyılda, pek çok toplum 'küreselleşme' denen uluslararası sistemlere şekillenmektedir. İyi etkilerin kötü etkileri bastırabilmesi, küreselleşmenin olumlu ve olumsuz yönlerinin dengelenebilmesi için bilginin geçerli ve güvenli yöntemlerle işlenmesi gerekmektedir. Her alanda olduğu gibi, yükseköğretimin de küresel bir piyasası vardır. Bu kıran kırana iş ortamı yükseköğretim kurumlarına, öğrencilerin ve sektörlerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, kendi 'rekabet avantajlarını' oluşturma baskısı yaratmaktadır. Yükseköğretim piyasası düşünüldüğünde, bu 'rekabet avantajı', özellikle üniversitelere sundukları programları gözden geçirip daha güçlü hale getirmeleri fırsatını vermektedir.

YÖNTEM

Bu araştırma, yukarıda belirtilen sorunlara ışık tutmak amacıyla, turizm ve otel işletmeciliği okullarının resmi web sayfalarındaki bilgileri kullanarak, okulları a) yapıları, b) ders programları ve c) staj programları açılarından karşılaştırmaktadır.

Araştırmanın örneklemini için, dünya çapında turizm okullarının üyesi olduğu, CHRIE (Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education) seçilmiştir (<http://www.chrie.org>). Örneklemini, verilerin toplandığı 2015 yılında CHRIE üyesi 344 eğitim kurumundan 261'i oluşturmuştur.

Araştırma, genel olarak, 'öğrenci hareketliliği' açısından 'turizm ve otel işletmeciliği' alanının, eğitim ve staj programları seçimi bağlamında, web sayfalarının gerçekleri ne ölçüde yansıttığını incelemeyi

amaçlamaktadır. Veriler, bu alanda programları karşılaştıran Tribe (2005) ve Wang vd., (2010) kullandıkları araçların geliştirilmesi ile oluşturulan bir kontrol listesi hazırlanarak toplanmıştır.

BULGULAR

Bulgular, daha iyi 'Turizm ve Otel İşletmeciliği' programlarına doğru bir iyileşme göstermesine rağmen, mezunlar için kişisel ve kurumsal gelişme sağlamak açısından alanın hala göz önünde bulundurulması gereken konular vardır. Araştırmanın başlığı düşünüldüğünde - 'Kendimizi Pazarlayabiliyor muyuz?' - eğitim sektöründe ki pazarlama kanallarından birincisi eğitim kurumlarının resmi web sayfalarıdır çünkü öğrencilerimiz, öğrenci adaylarımız ve sektör aktörleri eğitim kurumlarını, bu sayfalar aracılığıyla tanımaktadır. İkincisi ise, stajyer programlarımızdır, çünkü bu programlar aracılığıyla, hem öğrencilerimiz gerçek dünya ile karşılaşmaktadır, hem de sektör aktörleri öğrencilerimizi, beceri, yetenek ve bilgilerini, yani eğitim kurumumuzu tanımaktadır.

Araştırmanın sonuçları iki önemli konuyu ortaya çıkarmıştır: 1) eğitim kurumlarının resmi web sayfalarında sunulan bilgilerin yetersizliği ve 2) bilgilerinin tutarsızlığı.

Eğitim kurumlarının resmi web sayfalarından alınan bilgiler programların a)bağlı oldukları yüksek okul ya da fakülte, b) program adı, c) eğitim süresi, d) mezun olmak için gereken toplam kredi ve e) programda sunulan derslerin yapıları ve çeşitliliği açısından tutarlı bir yapı içermediğini göstermektedir.

Turizm ve Otel İşletmeciliği programlarının sadece %19,8 ilgili okul ya da fakülterele bağlı iken geri kalanların işletme (%38,1), insani bilimler (%13,7), ekonomi (%8,6) ve ziraat (%4,6) okul ya da fakültelerine bağlı olduğu görülmüştür. Geri kalan yüzde 15,2 si toplum sağlığı, profesyonel çalışmalar, kaynak mühendisliği, uygulamalı bilimler, hukuk, eğitim bilimleri ve çevre bilimleri okul ya da fakültelerine bağlıdır.

Araştırma, programların sadece %17,5 in isminin "Turizm ve Otel İşletmeciliği" geri kalanların isimlerinin "insan ekolojisi" ya da "aile bilimleri" gibi, web sayfasından, bu programlar ile ilgili inceleme yapan birinin zor tahmin edebileceği isimler olduğunu göstermiştir.

Aynı şekilde eğitim süreleri açısından programların % 19,2 si bu bilgiyi vermemiştir. Süre bilgisi verenlerin % 33 ü 2-3 yıl arası, % 47,8 i 3-4 yıl arası eğitim içermektedir. Mezun olmak için gereken toplam kredi çeşitliliği genelde 121-139 arasındır (% 43,9). Bu kredi den az (%31,9) ve daha fazla (%17,8) isteyen bölümlerde mevcuttur.

Araştırma kapsamında programların sundukları dersler web sayfasındaki isimleri göz önüne alınarak analiz edilmiştir. Toplam 2016 ders, 5 ana grup altında toplanmıştır. Sonuçlar derslerin % 47,5 unun alan dersleri, % 34.4 ünün genel işletme ve yönetim dersleri, % 6.9 unun staja yönelik

dersler ve % 4 ünün araştırmaya yönelik dersler olduğunu göstermiştir. Geri kalan yüzde 11,2 inin yabancı dil, tarih vb. dersler olduğunu göstermiştir.

Araştırmada karşılaştırılan 261 üniversitenin “staj programları” da;

- a) staj programlarına verilen isim,
- b) zorunlu olup olmaması,
- c) kaç defa yapıldığı,
- d) kredili olup olmaması,
- e) yabancı bir ülkede yapılıp yapılmaması,
- f) süresi,
- g) staj performansının nasıl değerlendirildiği konularında değerlendirilmiştir.

Karşılaştırmanın sonucu, okulların “staj programına” 21 farklı isim verdiğini göstermektedir. Okullardan % 94,5 inde stajın zorunlu olup, % 75 inde en az bir defa yapıldığını göstermektedir. Bunun yanı sıra 5 defa staj yapılmasını programında belirlemiş okullarda bulunmaktadır. Stajın süresinin belirlenmesinde okullar saat, hafta, ay, sömestr hatta yıl bazında belirlemeler, yapmış ki buda ortak bir süre kavramı yaratmaktan uzaktadır. Programların % 64,2 i staj programına “kredi” vermiş fakat bu kredinin sayısı her kurumda farklılık göstermektedir. Okulların çoğu (% 96,2) başka bir ülkede staj yapılmasını seçenek olarak benimsemiş.

Son olarak, “staj performansının değerlendirilmesi” konusunda okulların sadece % 4,7 i bu konu ile ilgili son derece “sınırlı” bilgiyi “web sayfalarında” paylaşmıştır. Bu bilgide “değerlendirmenin staj koordinatörü ya da stajdan sorumlu öğretim elemanı” tarafından yapılacağı şeklindedir. Değerlendirme kriteri ya da süreci ile ilgili bilgi sunulmamıştır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Araştırmanın sonuçları farklı açılardan farklı sonuçlar açığa çıkarmıştır. Öncelikle, web sayfası ve arayüz tasarımı söz konusu olduğunda, serbest piyasada kullanılan pazarlama yöntemlerinin kullanılması gereksinimi ortaya çıkmaktadır ki ‘seçim yapma’ kolaylığı sağlansın. Bu bağlamda yükseköğretim kurumlarının serbest piyasadaki bir farkı yoktur, çünkü eğitim kurumlarının da kendilerini pazarlaması gerekmektedir. Diğer bir açı ise araştırmacıların kullandığı yöntemlerle ilgilidir. Bu tür araştırmalarda ‘netnografi’ (Kozinets, 2010) yönteminin kullanılması son dönemlerde yaygınlaşmıştır. Son olarak, öğrenciler açısından konuya bakıldığında, hareketlilik savaşında, sorulması gereken pek çok soru olduğu ortaya çıkmıştır. Öncelikle, öğrencilerin ve sektör paydaşlarının yükseköğretim kurumlarının resmi web sayfalarından neleri araştırdıklarına bakılmalı. Cevap aranan sorulardan bazıları: seçilen üniversitenin uygunluğu, eğitim ödeneğinin önemi, web sayfasında sunulmakta olan ‘değerler’ paydaşlar için ne ifade ediyor ve gerçekler onların beklentilerini ne ölçüde karşılıyor (Annandale, 2013).

Bu araştırmanın bulgularının konuyla doğrudan ya da dolaylı olarak alakası olan öğrenciler, eğitimciler, sektör çalışanları ve karar vericiler de dahil olmak üzere, eğitim sisteminin tüm paydaşlarına faydalı olması ümit edilmektedir.

Bu araştırma seçilen örneklem açısından, CHRİE ye üye okullar ile sınırlıdır. Daha geniş örneklem kullanarak araştırmanın yapılması önem taşımaktadır. Ayrıca, sadece Türkiye'deki Turizm ve Otel İşletmeciliği programlarının karşılaştırarak bunun uluslararası programlarla benzerlik ve farklılıklarının araştırılması Erasmus programı ile diğer ülkelere giden ve gidecek öğrenci ve akademisyenlere yol gösterici kaynak olabilecektir.

KAYNAKÇA

Airey, D. (2015). 40 Years of Tourism Studies—A Remarkable Story. *Tourism Recreation Research*, 40(1):6-15.

Annandale, W. (2013). <http://www.guardian.co.uk/higher-education-network/blog/2013/feb/04/higher-education-marketing-predications-2013>

Buhalis, D. and Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years On and 10 Years After the Internet—The State of Etourism Research. *Tourism Management*, 29(4): 609-623.

Daniel, A. D., Costa, R. A., Pita, M. and Costa, C. (2017). Tourism Education: What About Entrepreneurial Skills? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30: 65-72.

Fidgeon, P. R. (2010). Tourism Education and Curriculum Design: A Time for Consolidation and Review? *Tourism Management*, 31(6): 699-723.

Jafari, J. (1990). Research and Scholarship: The Basis of Tourism Education. *Journal of Tourism Studies*, 1: 33-41.

Jafari, J. (1997). Tourismification of The Profession. Chameleon Job Names Across the Industry. In: WTO, *Human Capital in The Tourism Industry of The 21st Century*. Madrid: WTO, 202-214.

Jenkins, C. L. (1997). Tourism Education Systems, Institutions and Curricula: Standardisations and Certification. in WTO (Ed.) *Human Capital in The Tourism Industry of The 21st Century*. WTO: Madrid, 215-221.

High Level Group on Tourism and Employment, (1998). *European Tourism and New Partnerships or Jobs. Conclusions and Recommendation of the High Level Group On Tourism and Employment*. Bruxelles: EU-Commission.

<http://Www.Uis.Unesco.Org/Education/Pages/International-Student-Flow-Viz.aspx>

<http://monitor.icef.com/2014/02/summing-up-international-studentmobility>

<http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/AHELOFSReportVolume1.pdf>, p. 26

<http://www.oecd.org/innovation/policyplatform/48137663.pdf>

ILO (2001). *Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering, and Tourism Sector*. Geneve: ILO.

- Johanson, M., Ghiselli, R., Shea, L. J. and Roberts, C. (2011). Changing Competencies of Hospitality Leaders: A 25-Year Review. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 23(3): 43-47.
- Kozinets, R. V. (March 2010). Netnography: The Marketer's Secret Weapon How Social Media Understanding Drives Innovation. http://info.netbase.com/rs/netbase/images/Netnography_WP.pdf
- Leslie, D. (1993). Higher Education for Hospitality and Tourism: A European Dimension. *International Journal for Hospitality Management* 12(1), 101-107.
- OECD, Education at a Glance 2013: OECD Indicators, Indicator C4 www.oecd.org/edu/eag.htm
- Majó, F. J. (ed.) (2004) *Grado de Turismo*. Available from: http://www.aneca.es/modal_eval/docs/libroblanco_jun05_turismo.pdf. (Accessed 30 May 2006)
- Malan, G. G., Cobanoglu, C. and Waldo, R. D. (2015). The Use of Personality Styles in Designing Curriculum in Hospitality Schools. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 14(1): 90-105.
- Sheldon, P. J., Fesenmaier, D. R. and Tribe, J. (2011). The Tourism Education Futures Initiative (TEFI): Activating Change in Tourism Education. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 11(1): 2-23.
- Tribe, J. (2005). Overview of Research. In: D. Airey and J. Tribe (Eds.), *An International Handbook of Tourism Education*, 25-43. UK: Elsevier.
- Wallis, C. and Steptoe, S. (2006, December 10). How to Bring Our Schools Out of The 20th Century? *Time*. Retrieved April 3, 2007, From The Future Of Tourism Education Summit 2007 Web site: http://www.tourism.wuwien.ac.at/Summit/Material/How_to_bring_our_schools_out_of_the_20th_Century.pdf
- Wang, J., Huyton, J., Gao, X. and Ayres, H. (2010). Evaluating Undergraduate Courses in Tourism Management: A Comparison Between Australia and China. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education (Pre-2012)*, 9(2): 46.
- Volgger, M. and Pechlaner, H. (2015). Interdisciplinarity, Transdisciplinarity and Postdisciplinarity in Tourism and Hospitality Education. *The Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Education*, 85-102.
- Zhang, Y. and Xiong, Y. (2017). Interdisciplinary Understanding of Place in Tourism Education: An Approach of Participatory Learning in China. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30: 47-54.

Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dışa Dönüklükleri ve Hizmet Yönelimlerine Göre Kümelendirilmesi*

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, e-posta: celilcakici@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9192-1969>

Öğr. Gör. Murat ÖZDAMAR

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Mersin, e-posta: muratozdamar@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2673-4358>

Öz

Turizm sektöründe çalışanların dışadönük ve hizmet yönelimli olmaları beklenmektedir. Araştırmada; üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklükleri ve hizmet yönelimlerine göre kümelendirilmesi amaçlanmıştır. Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veriler literatüre dayalı geliştirilen bir anketle toplanmıştır. Evreni Türkiye’de üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler olmakla birlikte, bir kamu üniversitesinin önlisans ve lisans turizm işletmeciliği öğrencileri çalışma evreni olarak tanımlanmıştır. Önlisans ve lisans öğrenci sayısına göre kotalar belirlenmiş, anket 1-10 Mart 2016 tarihlerinde yüz yüze ve bırak topla tekniği ile uygulanmış ve 349 adet anket elde edilmiştir. Verilerin analizinde; tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör, k-ortalama kümeleme, ki-kare ve ayırma analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin hemen yarısının dışa dönüklüğünün yüksek %49,6, diğer yarısının düşüktür %50,4. %81,7’sinin hizmet yönelimi yüksek olup; %18,3’ünün düşüktür. Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %86,7’sinin hizmet yönelimi de yüksektir. Hizmet yönelimliliği yüksek olanların %52,6’nının dışa dönüklüğü yüksek olup düşük olanların %64,1’inin de dışa dönüklüğü düşüktür. Dışadönüklük ve hizmet yönelimleri düşük-yüksek olanlar ile cinsiyet, okul ve program türü arasındaki istatistiksel olarak ilişkiler tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite turizm öğrencisi, Dışadönüklük, Hizmet yönelimlilik, Kümeleme.

*18. Ulusal Turizm Kongresi (18-22 Ekim) kapsamında bildiri olarak sunulmuştur.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.2, 2018
ss.42-54.

DOI: 10.26677/tutad.2018.31

Önerilen Atf:

Çakıcı, C. A. ve Özdamar, M. (2018). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dışa Dönüklükleri ve Hizmet Yönelimlerine Göre Kümelendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, ss.42-54.

Grouping of The Students Receiving Tourism Education at University by Their Level of Extaversion and Service Orientation

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin, e-mail: celilcakici@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9192-1969>

Lecturer Murat ÖZDAMAR

Mersin University, Social Sciences Vocational School, Mersin, e-mail: muratozdamar@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2673-4358>

Abstract

Those working at tourism sector are supposed to be extraverted and service oriented. This study aims to group tourism students at university by their extra version and service orientation levels. In the study designed as a descriptive research, data were collected through a survey developed based on literature. Although population consists of students who receive tourism education at university in Turkey, the students receiving associate's and undergraduate level education in tourism management at a state university are defined as the study population. Quotas were set according to the number of associate's and undergraduate students. The survey was conducted through face-to-face and drop-off/pick-up techniques on 1-10 March 2016, and 349 questionnaires were obtained. In the analysis of the data, descriptive statistics as well as factor, k-means clustering, chi-square and separation analysis were used. While almost half of the students' extraversion was high 49,6%, the level of extraversion in the other half was low 50,4%. 81,7% of the students had high service orientation, and 18,3% had low service orientation. Of the students who had high extraversion, 86,7% had also high service orientation. 52,6% of those with high service orientation had high extraversion while 64,1% of those with low service orientation had also low extraversion. Statistical relationships were found between the students with low-high extraversion and service orientation and gender, school and program type.

Keywords: University student of tourism, Extaversion, Service orientation, Clustering



Journal of Turkish Tourism Research
Vol.2, Issue.2, 2018
pp. 42-54.

Suggested Citation:

Çakıcı, C. A. and Özdamar, M. (2018). Grouping of The Students Receiving Tourism Education at University by Their Level of Extaversion and Service Orientation, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.2, pp.42-54.

GİRİŞ

Turizm sektörünün potansiyel işgörenleri arasında turizm eğitimi alan öğrenciler bulunmaktadır. Bu öğrencilerin bazı kişilik özelliklerinin keşfedilmesi, çalışanlar ve sektör için oldukça önemli hale gelmiştir. Alan yazın taramasında turizm alanında kişilik özellikleri üzerine yapılan çalışmaların belli bir yoğunluğa ulaştığı anlaşılmaktadır (Brymer ve Pavesic 1990; Berings, De Fruyt ve Bouwen, 2004; Harris, Vernon, Johnson, Jang, 2006; Eren, 2007; Teng, 2008; Richardson, 2008; Chen, Wu, Chen, 2010; Kuşluyan ve Eren, 2011; Aslan, Ünüvar ve Başoda, 2012; Başoda, 2012; Tokmak, Turgut ve Öktem, 2013; Köroğlu, 2014). Çalışmalarda; genellikle öğrencilerin ve çalışanların kişilikleri ile turizmde çalışma nedenleri, kariyer planları ve çalışmak istedikleri departmanlar üzerinde durulmuştur (Altman ve Brothers, 1995; Birdir, 2002; Çatı ve Bilgin, 2013; Walsh, Chang ve Tse, 2014; Chang, Ching ve Tse, 2015; Özdemir, Aktaş ve Altıntaş, 2005; Kuşluyan ve Eren, 2011).

Turizm sektöründe çalışmanın ön gereklerinden birisi, sektörde çalışmayı sevebilmektir. Turizm sektöründe çalışmayı sevebilme ise, hizmet yönelimli olabilmeyi gerektirmektedir. Çalışanların kişilik özelliklerinin bir parçası olan hizmet yönelimli olma, çalışanların konuklarına verdiği hizmetten duyduğu memnuniyet ile ilgilidir. Bu durum ise, işletmelerin hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini, müşteri sadakatini bunun sonucunda işletmelerin rekabet üstünlüğünü ve performansını belirleme açısından önemli olduğu kabul görülmektedir (Kuşluyan ve Eren, 2011:140). Bundan dolayı turizm işletmelerinin hizmet yönelimi yüksek çalışanları seçmeleri işletmelerin başarıları ve devamları açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Turizmde fiili olarak ve/veya turizm eğitimi alan öğrenciler gibi potansiyel çalışanların dışa dönüklükleri ile hizmet yönelimi üzerine yapılan çalışmaların sayısının da çok az olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada, üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dışa dönüklükleri ile hizmet yönelimlerine göre kümelendirilmesi amaçlanmıştır. Böylece, hizmet yönelim düzeyine ve dışa dönüklük düzeylerine göre ortaya çıkacak kümelerle, öğrencilerin demografik özellikleri arasındaki ilişkiler tespit edilebilecek, bu ise, üniversite yönetimlerinin öğrencileri daha yakından tanımalarına ve onların yüksek hizmet yönelimlilik konusunda öğrencileri yönlendirici çalışmalar yapabilmelerine olanak tanıyacaktır. Ayrıca, hizmet yönelimi yüksek ve düşük olan dışa dönüklük boyutunun tespit edilmesiyle de, dışa dönüklüğün hangi boyutu üzerine odaklanılacağı tespit edilebilecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dışa dönüklük, araştırmacılar ve kuramcıların ilgi gösterdiği kişilik boyutudur. Jung, içedönük ve dışadönük kavramlarını ilk kullanan kişilerdendir. Buna göre, içedönük kimsenin düşünceleri ve ilgileri kendi iç dünyasına yönelmiş, diğerleriyle az birlikte olan kimselerdir. Dışadönükler, sürekli başkaları ile beraber olmak ister ve yalnız kalmaktan hoşlanmaz. Bu boyut bireylerin pozitif, sosyal, girişken, konuşkan, aktif, kararlı, samimi, dürüst, enerjik, neşeli, eğlenmeyi, heyecanı, coşkuyu ve toplum içinde olmayı seven, çabuk ilişki kurabilen, insan odaklı, iyimser, sevgi dolu, cesur, kendine güvenen bir yapıya sahip kişilik özelliklerini ifade etmede kullanılabilir. Bunların, özellikle kişilerarası etkileşim gerektiren işlerde iletişim kurarken çevrelerindeki ile sıkıntı yaşamadıkları söylenebilir. Nihayetinde bu kişilerin işlerinde yüksek performans sergilemeleri beklenilebilecektir. Ayrıca grup içinde liderlik

sergileyebilen ve sosyal yeteneği üst seviyede olan bireylerdir (Robbins ve Timothy, 2009:138). Dışadönükler sürekli dış dünyaya açık ve dış dünyaya yönelen uyaranları çevreden alan tek başına kalmaktan haz almayan kişilerdir (Özgün, 2007:21).

Eysenck pek çok kaynaktan elde ettiği bilgilere dayandırarak, bir insanın içe veya dışa dönük olmasındaki en önemli katkıyı sağlayan şeyin kalıtım olduğunu belirtmiştir (Burger, 2006:393). Bu tür araştırmalardan çıkan en önemli sonuç, bireyin ne derece dışadönük ne derece içe dönük olduğunun büyük oranda ebeveynlerden geçen genlere bağlı olduğudur.

Hizmet verme veya hizmet yatkınlığını kişiliğin bir parçası olduğunu kabul ettiğimizde, çalışanların konuklarına hizmet verme isteği, becerisi, kabiliyeti, yeteneği ve hizmet vermektен duyduğu memnuniyet olduğu rahatlıkla belirtilebilir. Bu kavramı ilk dile getiren araştırmacılar, işgörenlerin müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılamada, hizmet sunmada istekli ve şevkli olması olarak tanımlarlar. Hogan ve diğerleri (1984) ve Cran (1994) hizmet verme yatkınlığını kişilerin uyumluluk, sosyallik, sevimlilik, kuralcılık, kendi kendini kontrol etme, güvenilirlik, duygusallık, mantıklılık, tutarlılık, işbirlikçilik, naziklik, cana yakınlık ve sosyal beceri kişilik özellikleri ile bağdaştırmaktadırlar.

Kişilerin kendi hizmet yönelim düzeyleri ile uyumlu işleri aramaları beklenebilir. Bu durum, çekicilik-seçkinlik-yıpranma (A-S-A; attraction-selection-attrition) teorisi ile de açıklanabilmektedir. Teoriye göre, kişiler, kendi tutum ve inanışlarının aynı değerde veya paralelde olduğuna inandıkları işlere girme fırsatlarını ararlar. Bu durum, bu gibi kişilerin sektöre girmeleri için önemlidir. A-S-A modeline göre; güçlü bir iş tecrübesi olmayanlar, kendilerini kısa süre sonra sektörün dışına atabilirler. Kişiler küçük bir uyumla bile olsa, bir kuruma veya sektöre girseler bile, meslek seçimlerinde bir hata yaptıklarını belirterek, eninde sonunda kendilerinin işletmedeki son iş pozisyonlarını bile bırakabilirler. Kendileri ile daha uyumlu yeni bir iş arayabilirler (Walsh vd., 2014:372).

Teng (2008) Tayvan'da turizm öğrencilerinin kişilik özellikleri ile turizme yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında, dışa dönük öğrencilerin sektörde kariyer yapma isteklerinin diğerlerine oranla daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Dışa dönüklük kişilik özelliğinin turizm ile ilgili mesleklere karşı öğrencilerin tutum ve beklentileriyle önemli derecede ilişkili olduğu, dışa dönüklük ve yumuşak başlılığın sektör-kişi uyumu ve kişilerarası ilişkilerle ilgili tutumları etkilediği de ortaya konmuştur. Araştırmada ayrıca işverenlerin, yüksek derecede sosyal becerilere sahip oldukları için dışa dönük kişileri tercih ettikleri, dolayısıyla bu kişilik özelliğinin önemine de vurgu yapılmaktadır (Teng, 2008:83).

Avustralya'da Richardson (2008), turizm bölümündeki lisans öğrencilerine yönelik yaptığı araştırmada öğrencilerin yaklaşık %73'nün kişiliklerinin turizmdeki iş tiplerine uygun olduğunu, yaklaşık %90'ının turizmde çalışarak yetenek ve becerilerini sergileyebileceklerine inandıklarını, %88,4'nün sektörde çalışmayı cazip bulduklarını belirtmiştir.

Aslan ve arkadaşları (2012), turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve turizm sektörüne uyumunu esas alan çalışmasında, öğrencilerin duygusal dengesizlik, deneyime açıklık ve dışa dönüklük özelliklerinden aldıkları puanların orta, sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinden aldıkları puanların ise yüksek olduğu belirtilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veriler, literatüre dayalı geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette demografik soruların yanı sıra 10 maddeli dışa dönüklük (Girgin, 2007) ve 5 maddeli hizmet yönelimi (Gwinner, Bitner, Brown ve Kumar, 2005) ölçeği yer almaktadır. Tepki kategorileri “1:Kesinlikle Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li Likert derecelemesine göreler.

Evreni, Türkiye’de üniversite düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem çerçevesi, 2015-2016 eğitim-öğretim yılı bahar yarıyılında kayıt yenileme işlemi yapan, bir kamu Üniversitesinin Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümüne kayıtlı (hazırlık sınıfı hariç) 878 lisans ve Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu (SBMYO) Turizm ve Otel İşletmeciliği programına kayıtlı 149 ön lisans öğrencisi oluşturmaktadır.

Örnek büyüklüğü, %5 anlam düzeyinde, varyansı maksimum kılan oran ($p=0,5$) ve %3 örneklem hatası ile 347 olarak tespit edilmiştir. SBMYO’nun evrendeki payına (%15) karşılık 52 öğrenciye ulaşılması gerekirken birlikte, bu oran %30 olarak uygulanmış ve SBMYO için 104, Turizm Fakültesi için 243 öğrencilik kota belirlenmiştir. Anlaşılabilirlik ve ön test sonrası anket, kota örnekleme tekniğine göre, sınıflardaki öğrenci sayısı dikkat alınarak, araştırmacıların kendileri tarafından 1-10 Mart 2016 tarihleri yüz yüze uygulanmıştır. SBMYO’dan 107 ve Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünden 242 olmak üzere toplam 349 anket elde edilmiştir.

Veriler, bilgisayar ortamında tasnif ve analiz edilmiştir. Her iki ölçekte kayıp verilerin tesadüfen ortaya çıktığı tespit edilmiş olup; yerlerine seri ortalaması atanmıştır. Çoklu sapan durumdan herhangi bir gözlem yoktur. Ayrıca veri çoklu normal dağılım özelliği göstermektedir. Bu işlemlerin ardından verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör, k-ortalamalar kümeleme, ki-kare ve ayırma analizinden yararlanılmıştır. Dışadönüklük ölçeğinin güvenilirlik katsayısı, 0,789 ve hizmet yönelimi ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ise 0,791’dir. Her iki ölçeğin de “güvenilir” (Büyüköztürk, 2007:171) olduğu kanaatine varılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin %57’si erkek olup; %59’u, 22 ve üstü yaşadadır. Önceden belirlenen kota nedeniyle yaklaşık üçte biri ön lisans öğrencisidir. %57’si birinci öğretim öğrencisidir. %25’i birinci sınıf, %38’i ikinci sınıftır.

Dışa dönüklüğün tek boyutlu bir yapı sergileyip sergilemediğini kontrol etmek için faktör analizi yapılmış olup; sonuçlar Tablo 1’de sunulmaktadır. Buna göre, KMO örneklem yeterliliği %80,6 olarak tespit edilmekte ve Bartlett testi ($X^2:849,279$; s.d.:45; $p<0.0001$) de anlamlı bulunmaktadır. Böylece veri setinin faktör analizine uygunluğu teyit edilmektedir. Kişiliğin dışadönüklük boyutunda, üç alt boyut ortaya çıkmıştır. Bu üç alt boyut toplam varyansın %60’ını açıklamaktadır. Birinci faktörü oluşturan maddeler dikkate alınarak faktör, “konuşkanlık” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör, dört maddeden oluşmakta ve toplam varyansın yaklaşık %20’sini açıklamaktadır. Faktör genel hali ile rahatlığı çağrıştırdığından,

adına “rahatlık” denmiştir. Son faktör iki maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %15,6’sını açıklamakta olup; “ilgi çekicilik” adı verilmiştir.

Öğrencilerin hizmet yönelimliliklerini belirlemeye çalıştığımız beş maddeli ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucu, Tablo 2’de görülmektedir. Bu ölçek için KMO örneklem yeterliliği %81,6 olarak tespit edilmekte ve Bartlett testi ($X^2:487,7988$; s.d.:10; $p<0.0001$) de anlamlı bulunmaktadır. Böylece veri setinin faktör analizine uygunluğu teyit edilmektedir. Beş maddeden oluşan hizmet yönelimi ölçeği tek boyutlu bir yapıyı teyit etmekte ve toplam varyansın %56’sını açıklamaktadır.

Tablo 1: Dışadönüklük Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

1. Konuşkanlık Özdeğer:2,534; A.Var.: %25,538; Ort.:3,3072; Alfa: 0,786	Yükü
Genelde az konuşurum (R)	,820
Söyleyeceklerim genelde azdır (R)	,795
Yabancılar arasında sessizimdir (R)	,711
Genelde arka planda kalırım (R)	,645
2. Rahatlık Özdeğer:1,9263; A.Var.:%19,256; Ort.:3,7169; Alfa: 0,641	
Birçok değişik insanla konuşabilirim	,730
Çevremde insanlar olduğunda kendimi rahat hissederim	,683
Tam bir eğlence insanıyım	,655
Genelde sohbete ilk başlayan olurum	,601
3. İlgi Çekicilik Özdeğer:1,566; A.Var.: %15,664; Ort.:2,9308; Alfa: 0,675	
İlgi odağı olmayı önemsemem (R)	,849
Dikkat çekmekten hoşlanmam (R)	,776
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; KMO Örneklem Yeterliliği: %80,6; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:849,279; s.d.:45; $p<0.0001$; Açıklanan t.varyans: %.60,258; Genel ortalama: 3,3947; Ölçeğin tamamı için Alfa:0,789; Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum.	

Araştırmaya katılan öğrencilerin dışa dönüklükleri ve hizmet yönelimlerine göre düşük-yüksek şeklinde kümelendirilmesi amaçlandığından, elde edilen faktörler kullanılarak k-ortalamlar kümeleme uygulanmıştır. Öğrencilerin hemen yarısının dışa dönüklüğü yüksek iken (%49,6), diğer yarısının düşüktür (%50,4). %81,7’sinin hizmet yönelimi yüksek iken, %18,3’ünün düşüktür. Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %86,7’sinin hizmet yönelimi de yüksektir. Ayrıca hizmet yönelimliliği yüksek olanların %52,6’nının dışa dönüklüğü yüksek olup; düşük olanların %64,1’inin de dışa dönüklüğü düşüktür.

Tablo 2: Hizmet Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Hizmet Yönelimlilik		Yükü
Öz değer: 2,793; A.Varyans: %55,865; Ortalama: 4,1879; Alfa: 0,791		
Uygun hizmet sunmakla kendim ile gurur duyarım.		,768
Başkalarına yardım etmekten mutluluk duyarım.		,767
Hayalimdeki en iyi iş, insanların problemlerini çözmemde yardımcı olmayı içerir.		,752
Çoğu insanla iyi anlaşırım.		,737
Benim yaratılışımda başkalarının ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmam vardır.		,711
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; KMO Örneklem Yeterliliği: %81,6; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:487,7988; s.d.:10; p<0.0001; Açıklanan t. varyans: %55,865; G. ortalama: 4,1879; Ölçeğin tamamı için Alfa:0,791; Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum		

Tablo 3: Öğrencilerin Dışadönüklükleri İle Hizmet Yönelimlilikleri Arasındaki İlişki

Dışa dönüklük		Hizmet yönelimi		Toplam
		Yüksek	Düşük	
Yüksek	N	150	23	173
	% Dışa dönüklük içinde	%86,7	%13,3	%100,0
	% Hizmet yönelimi içinde	%52,6	%35,9	%49,6
Düşük	N	135	41	176
	% Dışa dönüklük içinde	%76,7	%23,3	%100,0
	% Hizmet yönelimi içinde	%47,4	%64,1	%50,4
Toplam	N	285	64	349
	% Dışa dönüklük içinde	%81,7	%18,3	%100,0
	% Hizmet yönelimi içinde	%100,0	%100,0	%100,0
X ² :5,178; s.d.:1; p<0,019; En küçük beklenen değer: 31,72				

Elde edilen kümeler ile cinsiyet, okul ve program türü arasındaki ilişkiler ki-kare analizi ile ortaya konmuştur. Cinsiyet ile dışa dönüklük arasında bir ilişki tespit edilmektedir. Erkeklerin %44'ü yüksek dışa dönük bir yapı sergilerken, bu oran kadınlarda %57'dir. Dışa dönüklüğü düşük olanların %56'sı erkek iken, %43'ü kadındır.

Tablo 4'e göre, α :%10 anlam düzeyinde geçerli olmak üzere ön lisans veya lisansa devam etmek ile dışadönüklük arasında bir ilgi söz konusudur. Ön lisans öğrencilerinin %57'si yüksek düzeyde dışa dönük bir kişilik yapısına sahipken, bu oran lisans öğrencilerinde %46,3'tür. Önlisans öğrencilerinin %35'i, lisans öğrencilerinin %65'i yüksek düzeyde dışa dönüklerdir. Ayrıca, program türü ile dışadönüklük arasında da bir bağlantı tespit edilmektedir. Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %51'i birinci, %43'ü ikinci öğretim öğrencisidir. Birinci öğretim öğrencilerinin %45'inin dışa dönüklüğü yüksek iken bu oran ikinci öğretim öğrencilerinde %56'dır.

Tablo 4: Öğrencilerin Bazı Özellikleri İle Dışadönüklükleri Arasındaki İlişki

Özellik	Kategoriler	Dışadönüklük		N	X ² değeri; s.d.; p-değeri
		Yüksek; Sr%; St%*	Düşük; Sr%; St%		
Cinsiyet	Erkek	88 (%44,0;%50,9)	112 (%56,0; %63,6)	200	X ² :5,814; s.d.:1; p:0,017
	Kadın	85 (%57,0;%49,1)	64 (%43,0; %36,4)	149	
	Toplam	173	176	349	
Düzey	Ön lisans	61 (%57,0; %35,3)	46 (%43,0;%26,1)	107	X ² :3,416; s.d.:1; p:0,065
	Lisans	112(%46,3;%64,7)	130(%53,7;%73,9)	242	
	Toplam	173	176	349	
Tür	Birinci öğretim	88 (%44,4;%50,9)	110 (%55,6;%62,5)	198	X ² :4,810; s.d.:1; p:0,028
	İkinci öğretim	85 (%56,3;%43,7)	66 (%43,7;%37,5)	151	
	Toplam	173	176	349	

*Sr:Satır; St:Sütun

Tablo 5, hizmet yönelim düzeyi ile bazı öğrenci özellikleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Cinsiyet ile hizmet yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Erkeklerin %78'i yüksek hizmet yönelimlilik gösterirken, bu oran kadınlarda %87'ye yükselmektedir. Hizmet yönelimi düşük olanların %69'u erkek olup; %31'i kadındır. %10 anlam düzeyinde önlisans veya lisans öğrencisi olmak ile hizmet yönelim düzeyi arasında bir ilişki söz konusudur. Ön lisans öğrencilerinin %88'i yüksek hizmet yönelimlilik gösterirken, bu oran lisans öğrencilerinde %79'dur. Ancak hizmet yönelimi yüksek olanların %33'ü önlisans öğrencisi iken, %67'si lisanslıdır. Düşük olanlarında %20'si ön lisans ve %80'i lisanslıdır. Lisans öğrencileri hem düşük hem de yüksek hizmet yönelimlilik gösterebilmektedir. Program türü ile hizmet yönelimlilik arasında bir ilişki bulunmamaktadır.

Tablo 5: Öğrencilerin Bazı Özellikleri İle Hizmet Yönelimlilikleri Arasındaki İlişki

Özellik	Kategoriler	Hizmet yönelimi		N	X ² değeri; s.d.; p-değeri
		Yüksek; Sr%; St%*	Düşük; Sr%; St%		
Cinsiyet	Erkek	156 (%78,0;%54,7)	44 (%22,0;%68,8)	200	X ² :3,642; s.d.:1; p:0,05
	Kadın	129 (%86,6;%45,3)	20 (%13,4;%31,3)	149	
	Toplam	285	64	349	
Düzey	Ön lisans	94 (%87,9;%33,0)	13 (%12,1;%20,3)	107	X ² :3,373; s.d.:1; p:0,066
	Lisans	191 (%78,9;%67,0)	51 (%21,1;%79,7)	242	
	Toplam	285	64	349	
Tür	Birinci öğretim	161 (%81,3;%56,5)	37 (%18,7;%57,8)	198	X ² :0,0370; s.d.:1; p:0,847
	İkinci öğretim	124 (%82,1;%43,5)	27 (%17,9;%42,2)	151	
	Toplam	285	64	349	

*Sr:Satır; St:Sütun

Turizm eğitimi alan öğrencilerden hizmet yönelimi yüksek olanları düşük olanlardan ayırmaya yarayan dışadönüklük boyutunu tespit etmek için ayırma analizinden yararlanılmıştır. Yapılan incelemede dışa dönüklüğün boyutları arasında 0,206 ile 0,436 aralığında değişen düşük korelasyonların olduğu görülmüştür. Bu, ayırma analizi için istenilen bir durumdur (Nakip, 2003:471). Ayırma analizinde ilk adım, grup kovaryans matrislerinin benzer olup olmadığının incelenmesidir. Grup kovaryans matrislerinin homojen olması durumunda “doğrusal ayırma analizi”, benzer olmaması durumunda ise “karesel ayırma analizi” kullanılmaktadır (Özdamar, 2004:390). Grup kovaryans matrisinin eşit olup olmadığı Box’s M testi ile belirlenmektedir. Yapılan incelemede Box’s M test sonucunun p:0,106 düzeyinde anlamsız olduğu (Box’s M:10,675; Fyaklaşık=1,747; s.d.1:6; s.d.2:74940,659; p:0,106), başka bir ifade ile grup kovaryans matrislerinin homojen olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle ayırma işleminde “doğrusal ayırma analizi” kullanılmıştır. Ayırma analizinde Wilks’ Lambda değeri 0,915 ve bu değere ilişkin Ki-Kare değeri ($X^2:30,605; s.d.:3$) $p<0,0001$ düzeyinde anlamlıdır. Buna göre elde edilen ayırma denklemi geçerlidir ve modele dayanarak yorum ve tahminlerde bulunulabilir (Nakip, 2003:472).

Yüksek hizmet yönelimli öğrencileri düşük olanlardan ayırmaya yarayan dışadönüklük boyutlarını tespitinde yapı matrisinden yararlanılmıştır. Yapı matrisi, değişkenleri güçlüden zayıfa doğru sıralamakta ve açıklama gücü %30’un üstünde olanları geçerli, altında olanları ise geçersiz kabul etmektedir (Nakip, 2003:473). Yapı matrisine göre, hizmet yönelimi yüksek ve düşük öğrencileri birbirinden en iyi “rahatlık” (%96,8) ve konuşkanlık (%62,4) ayırmaktadır. İlgili çekiciliğin ayırıcı gücü bulunmamaktadır.

Tablo 6: Ayırma Analizi Sınıflandırma Sonuçları

		Hizmet yönelimi	Tahmin Edilen Grup Üyeliği		Toplam
			Yüksek	Düşük	
Orijinal	N	Yüksek	192	93	285
		Düşük	21	43	64
	%	Yüksek	67,4	32,6	100,0
		Düşük	32,8	67,2	100,0
Orijinal grubun %67,3’ü doğru sınıflandırılmıştır					

Ayırma analizinin geçerliliği, doğru sınıflandırma oranı dikkate alınarak değerlendirilmektedir. Analizde doğru sınıflandırma oranı %67,3 olarak tespit edilmiştir (Tablo 6). Elde edilen oran şanslı sınıflama oranından (1/2:0,50 veya bu oranın %25 fazlasından %62,5) büyüktür. Ancak maksimum şans kriterine göre belirlenen orandan (en fazla gözlemin bulunduğu kümenin toplam birey sayısına oranlanması; $285/349 = 0,817$) küçüktür. Oransal şans kriteri esasına göre hesaplanan orandan (küme büyüklüklerinin toplama oranlarının karelerinin toplanmasıyla elde edilen oran; $(285/349)^2 + (64/349)^2 = 0,700$) biraz küçüktür (Nakip, 2003:477-478).

SONUÇ

Yapılan araştırmada turizm öğrencilerinin yarısının dışa dönüklüğünün yüksek (%49,6), yarısının düşüktür (%50,4). %81,7’sinin hizmet yönelimi yüksek olup; %18,3’ünün düşüktür.

Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %86,7'sinin hizmet yönelimi de yüksektir. Hizmet yönelimliliği yüksek olanların %52,6'nının dışa dönüklüğü yüksek olup; düşük olanların %64,1'inin de dışa dönüklüğü düşüktür. Dolayısıyla dışadönüklük ile hizmet yönelimlilik arasında bir ilişki tespit edilmektedir. Ayrıca, kadınların (557) erkeklere (%44), önlisans öğrencilerinin (%57) lisans öğrencilerine (%46,3) ve ikinci öğretim öğrencilerinin (%56,3) birinci öğretim öğrencilerine (%44,4) kıyasla daha yüksek dışadönüklük özelliğinde olduğu bulunmuştur. Kadınlar (%86,6) erkeklere (%78,0) ve önlisans öğrencileri (%87,9) lisans öğrencilerine (%78,9) kıyasla daha yüksek hizmet yönelimlidirler. Hizmet yönelim düzeyi ile birinci veya ikinci öğretim öğrencisi olma arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Hizmetin doğası gereği kişilerde diğer insanlara yardım etme eğilimi ve isteği varsa, bu kişiler büyük bir olasılıkla hizmet tabanlı işleri ilgi çekici ve anlamlı bulacaklardır. Ayrıca büyük bir olasılıkla yaptıkları işlerde başarılı olacaklardır. Yine dışa dönük kişilik özelliği taşıyan kişilerin kişilerarası etkileşim gerektiren işlerde iletişim kurarken çevrelerindeki kişiler ile sıkıntı yaşamadıkları ve yüksek performans sergiledikleri de söylenebilir. Bu kişilik özelliklerine sahip işgörenlerin istihdam edilmesi işgörenlerin işletmede konuklarına sundukları hizmetlerin kalitesinin ve verimliliğinin artmasına da yansiyabilir. Böylece işletmeler konuklarının zihnindeki imajlarına çalışanlar aracılığıyla kolayca yakalayabilir.

Turizm sektöründe çalışanlar, hizmet sunumunu ve kalitesini belirleyen temel unsurdur. İşgören seçiminde, onların dışadönük ve hizmet yönelimli olup olmadıklarının bilinmesi, işe uygun kişinin seçilmesi ve uyumunun sağlanması için hayati önemdedir. Emek yoğun turizm sektöründeki artan rekabetten dolayı işletmelerin nitelikli personel talebi hızla artmaktadır. Çünkü işletmelerdeki nitelikli, yetenekli ve başarılı personel, işletmeye rekabet üstünlüğü getirmektedir. Hemen her sektörde olduğu gibi, turizm sektöründe de iş ve kişilik özelliğinin uyuşmadığı personel seçimleri sonucunda işgören verimliliği ve işe bağlılığın azalacağını öngörmek, yanıltıcı bir tahmin olmayacaktır. Ayrıca, yanlış eşleşme sonucunda turizm eğitimi almış kalifiye personel ya sık sık işletme değiştirmekte ya da bu kişiler turizm sektöründen diğer sektörlere geçmektedir. Durum böyle olunca da, sektörün turizm eğitimi almış nitelikli eleman ihtiyacının şiddeti, hiçbir zaman hafiflememektedir. Ayrıca öğrencilerin, kişilik özelliklerine uygun işletme seçimleri, onların ileriki dönemde kariyerlerine de olumlu veya olumsuz etki yapacağına inanılmaktadır.

Uygulama açısından araştırma, öğrencilerin özellikle dışa dönüklük ve hizmet yönelimlerinin dikkate alınarak uygun eğitim programlarının geliştirilmesine de katkıda bulunabilir. Doğru kişilikteki ve hizmet yönelim düzeylerine göre bireylerin doğru eğitim almasına olanak sağlanabilir. Bu yönüyle araştırmanın en fazla otellerde insan kaynakları yöneticilerine ve ülke genelindeki turizm eğitim veren kurumlardaki eğitim elemanlarına fayda sağlayacağı düşünülebilir. Eğitim kurumları açısından ise, okulların öncelikli amaçlarının öğrencilerini turizm sektörüne hazırlamak olduğu düşünüldüğünde, üniversite yıllarının başlarında öğrencilerin hizmet yönelimlilikleri ve özellikle dışadönüklükleri irdelenerek, kişiliklerine uygun doğru kariyer yönetimlerine yönlendirilmeleri, öğrencilerin sektördeki çalışma hayatlarının sürekliliği için oldukça önemlidir. Turizmin Türkiye'de geçmiş yıllardaki hızlı büyümesine paralel olarak ve içinden geçilen sıkıntılı dönemlerde bile turizm eğitimi veren kuruluşlara ve bu kurumlardan mezunlara olan talebin belli seviyenin altına inmeyeceği öngörülebilir. Ayrıca, araştırmanın sonuçları, öğrencilerin kişilik özelliklerine uygun bir iş seçmeleri gerektiği ve turizm işinde insana hizmet etmeyi içselleştirebilmeleri gerektiği konusunda da bir mesaj niteliğindedir.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Araştırmanın en önemli kısıdı, pratik, zaman ve maliyet gibi gerekçelerle araştırmanın sadece bir kamu üniversitesinin öğrencileri üzerinde yapılmasıdır. Başka bir kısıt da, öğrencilerin sadece dışa dönüklük ve hizmet yönelimlikleri üzerine odaklanılmasıdır. Oysa alan yazında kişilik özelliği ile ilgili birçok kavramdan bahsedilmektedir. Diğer bir kısıt ise, kişilerin olaylara karşı tutum davranışlarının zaman içinde değişeceğinin bilinmesine karşın, veri derlemenin anlık olarak gerçekteşmesidir. İleriki dönemlerde yapılacak araştırmalarda bu kısıtlar dikkate alınarak yapılırsa alan yazına daha büyük bir katkı yapacağı düşünölmektedir.

KAYNAKÇA

Altman, L.A. and Brothers, L.R. (1995). Career Longevity of Hospitality Graduates. *Ftu Hospitality Review*, 13(2): 77-83.

Aslan, Z., Ünüvar, ř. ve Başoda, A. (2012). Turizm EĞitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi Ve Turizm Sektörün Uyumu Açısından Değerlendirilmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2): 203-219.

Başoda, A. (2012). *Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığının İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Nevşehir Üniversitesi, Nevşehir.

Berings, D., De Fruyt, F. and Bouwen, R. (2004). Work Values and Personality Traits as Predictors of Enterprising and Social Vocational Interests, *Personality and Individual Differences*, 36: 349-364.

Birdir, K. (2002). *Turizm ve Otel İşletmeciliği EĞitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması*, Turizm EĞitimi Konferans-Workshop 11-13 Aralık 2002. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Turizm EĞitimi Genel Müdürlüğü.

Brymer, R. A. and Pavesic, D. V. (1990). Personality Characteristics and Profiles of Hospitality Management Graduate, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 14(1): 77-86.

Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. (İkinci Basım), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Büyüköztürk, ř. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Chang, S., Ching, E. and Tse, T. (2015). Understanding The Initial Career Decisions of Hospitality Graduates İn Hong Kong: Quantities and Quality Evidence, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(1): 57-74.

Chen, S-C., Wu, M-C. and Chen, C-H. (2010). Employees' Personality Traits, Work Motivation, and Innovative Behavior in Marine Tourism Industry, *J. Service Science and Management*, 3: 198-205.

Cran, D. J. (1994). Toward Validation of the Service Orientation Construct, *The Service Industries Journal*, 14(1):34-44.

Çatı, K. ve Bilgin, Y. (2013). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1): 23-45.

Eren, D. (2007). *Örgütsel Hizmet Odaklılığın İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Girgin, B. (2007). *Beş Faktör Kişilik Modelinin İşyerinde Duygusal Tacize (Mobbing) Etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Gwinner, K. P., M. J. Bitner, S. W. Brown, and A. Kumar. (2005). Service Customization Through Employee Adaptiveness, *Journal of Service Research* 8: 131-148.

Harris, J. A., Vernon, P. A., Johnson, A. M. and Jang, K. L. (2006). Phenotypic and Genetic Relationships Between Vocational Interests and Personality, *Personality and Individual Differences*, 40: 1531-1541.

Hogan, J., Hogan, R. and Busch, C. M. (1984). How to Measure Service Orientation, *Journal of Applied Psychology*, 69(1): 167-173.

Schopenhauer, A., Jung, C. G., Spranger, E. and Von Schiller, W. F. (2005). *Kişilik Oluşumu ve Sorunları*. İstanbul: İz Yayınları.

Köroğlu, Ö. (2014). Meslek Seçimi İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2): 137-157.

Kuşluyan, S. ve Eren, D. (2011). İş Görenlerin Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığı Ve Ölçümü: Bir Literatür Taraması, *Anatolia Turizm araştırmaları Dergisi*, 22(2): 139-153.

Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar İle Veri Analizi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Özdemir, B, Aktaş, A. ve Altıntaş, V. (2005). Turizm Ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1): 46-58.

Özgün, M.S. (2007). *Okul Psikolojik Danışmanlarının Kişilik Özellikleri İle Mesleki Yetkinlik Beklentileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Richardson, S. (2008). Undergraduate Tourism and Hospitality Students' Attitudes Towards a Career in The Industry: A Preliminary Investigation, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*. 8(1): 23-46.

Robbins, S., and Timothy A.J. (2009). *Organization Behavior*. Seventeenth Edition. New Jersey: PrenticeHall.

Teng, C. C. (2008). The Effects of Personality Traits and Attitudes On Student Uptake in Hospitality Employment, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 78-86.

Tokmak, İ., Turgut, H. ve Öktem, Ş. (2013). Turizm Ve Otelcilik Öğrencilerinin Sosyotropik-Otonomik Kişilik Özelliklerinin İletişim Becerilerine Etkisi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 1-13.

Walsh, K., Chang, S. and Tse, E.C.Y. (2014). Understanding Students' Intentions to Join the Hospitality Industry: The Role of Emotional Intelligence, Service Orientation, and Industry Satisfaction. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(4): 369-382.