

# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2023, 7(3): 372-384.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1281](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1281)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Kırgızistan Turizm İşletmeleri ile Mesleki İlişkileri Araştırma ve Geliştirmeye Yönelik Bir Araştırma\*

Doç. Dr. Erkan AKGÖZ, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, e-posta: [eakgoz@selcuk.edu.tr](mailto:eakgoz@selcuk.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6723-0271>

Dr. Öğr. Üyesi Engin TENGİLİMOĞLU, Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Konya, e-posta: [entengilimoglu@selcuk.edu.tr](mailto:entengilimoglu@selcuk.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7080-6147>

Öğr. Gör. Kımbat ASANOVA, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Bişkek, Kırgızistan, e-posta: [kymbat.asanova@manas.edu.kg](mailto:kymbat.asanova@manas.edu.kg)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8076-8743>

Arş. Gör. İbrahim GÜNDOĞDU, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Bişkek, Kırgızistan, e-posta: [ibrahim.g@windowslive.com](mailto:ibrahim.g@windowslive.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1360-1924>

## Öz

Araştırma Türkiye'nin turizm sektörü hakkındaki bilgi ve deneyimini Kırgızistan ile paylaşmak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle Kırgızistan'ın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin turizm hakkındaki bilgi ve düşünceleri incelenmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak Kırgızistan'ın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin 26 üst düzey yöneticisi Türkiye'deki eğitim programına kabul edilmiştir. Antalya'nın farklı bölgelerindeki otellerin yönetici ve departman sorumluları kendi uzmanlık alanları ile ilgili konuları teorik ve uygulamalı olarak aktarmışlardır. Eğitim programıyla birlikte çeşitli sosyal ve kültürel faaliyetlerle Türkiye'nin farklı zenginlikleri de tanıtılmaya gayret edilmiştir. Katılımcıların Türkiye'ye gelmeden önceki düşünceleri ile ziyaret sonrasındaki düşünceleri araştırılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda katılımcıların Türkiye hakkındaki eğitim öncesi ve sonrasındaki düşüncelerinde büyük farklılık olmadığı belirlenmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılardan Türkiye ve Kırgızistan'ın turizm sektörüne ilişkin güçlü ve zayıf yönleri belirtmeleri de istenmiştir. Elde edilen bu veriler kullanılarak bir SWOT analizi yapılmıştır. Devlet desteği, tarihi ve doğal kaynakların zenginliği, pazarlama başarısı, hizmet kalitesi, konumu ve zengin turizm çeşitliliği Türkiye turizminin için güçlü yön olarak belirlenmiştir. Doğal güzellikleri, misafirperverliği, tarihi kaynakları, alternatif turizm potansiyeli ve uygun fiyat da Kırgızistan turizmi açısından öne çıkan unsurlarıdır. Kırgızistan'ın en zayıf yönü olarak belirtilen devlet desteği, Türk turizminin güçlü yönleri arasında gösterilmektedir.

\* Kırgızistan Turizm Bakanlığı ve S. Ü. Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenen 22401047 numaralı proje çıktısı olarak hazırlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Mesleki Eğitim, SWOT Analizi, Türkiye, Kırgızistan.

**Makale Gönderme Tarihi:** 08.06.2023

**Makale Kabul Tarihi:** 02.09.2023

## Önerilen Atf:

Akgöz, E., Tengilimoğlu, E., Asanova, K. ve Gündoğdu, İ. (2023). Kırgızistan Turizm İşletmeleri ile Mesleki İlişkileri Araştırma ve Geliştirmeye Yönelik Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(3): 372-384.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2023, 7(3): 372-384.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1281](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1281)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

## A Research on Research and Development of Professional Relations with Kyrgyzstan Tourism Enterprises

Associate Prof. Dr. Erkan AKGÖZ, Selçuk University, Faculty of Tourism, Konya, e-mail: [eakgoz@selcuk.edu.tr](mailto:eakgoz@selcuk.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6723-0271>

Assistant Prof. Dr. Engin TENGİLİMOĞLU, Selçuk University, Beyşehir Ali Akkanat Faculty of Tourism, Konya, e-mail: [entengilimoglu@selcuk.edu.tr](mailto:entengilimoglu@selcuk.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7080-6147>

Lecturer Kımbat ASANOVA, Kırgızistan Türkiye Manas University, Faculty of Tourism, Bishkek, Kyrgyzstan, e-mail: [kymbat.asanova@manas.edu.kg](mailto:kymbat.asanova@manas.edu.kg)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8076-8743>

Research Assistant İbrahim GÜNDOĞDU, Kırgızistan Türkiye Manas University, Faculty of Tourism, Bishkek, Kyrgyzstan, e-mail: [ibrahim.g@windowlive.com](mailto:ibrahim.g@windowlive.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1360-1924>

### Abstract

The research has been prepared to share the knowledge and experience of Turkey's tourism sector with Kyrgyzstan. Within the scope of the research, first of all, the knowledge and thoughts of business managers operating in different regions of Kyrgyzstan about tourism were examined. In accordance with the purpose of the research, 26 senior managers of tourism enterprises operating in different regions of Kyrgyzstan were accepted to the training program in Turkey. Managers and department heads of hotels in different regions of Antalya conveyed the subjects related to their fields of expertise theoretically and practically. Along with the training program, various social and cultural activities have also been tried to promote the different richness of Turkey. The thoughts of the participants before they came to Turkey and their thoughts after the visit were investigated. As a result of the examinations, it was determined that there was no great difference in the participants' thoughts about Turkey before and after the training. Within the scope of the research, the participants were also asked to indicate the strengths and weaknesses of the tourism sector of Turkey and Kyrgyzstan. A SWOT analysis was carried out using these obtained data. State support, richness of historical and natural resources, marketing success, service quality, location and rich tourism diversity have been determined as strengths for Turkish tourism. Natural beauties, hospitality, historical resources, alternative tourism potential and affordable prices are also prominent elements of Kyrgyzstan tourism. State support, which is stated as the weakest aspect of Kyrgyzstan, is shown among the strengths of Turkish tourism.

**Keywords:** Tourism, Vocational Education, SWOT Analysis, Türkiye, Kyrgyzstan.

**Received:** 08.06.2023

**Accepted:** 02.09.2023

### Suggested Citation:

Akgöz, E., Tengilimoğlu, E., Asanova, K. and Gündoğdu, İ. (2023). A Research on Research and Development of Professional Relations with Kyrgyzstan Tourism Enterprises, *Journal of Turkish Tourism Research*, 7(3): 372-384.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## **GİRİŞ**

Günümüz dünyasında teknolojinin her alanda hızla gelişmesi insanların hayatlarını kolaylaştırıp onlara çeşitli faydalar sağlarken, gelişen teknolojiyi kullanabilecek becerilere sahip iş gücünün yeterli olmaması endişe uyandırmaktadır. Dolayısıyla genel ve mesleki eğitim alanlarında modern nitelikli personellerin istihdam edilmesi ve sektörle iş birliği içinde çalışması zorunluluk haline gelmiştir. Turizm sektöründe eğitim ise, çalışanların niteliğini, sunulan hizmetin kalitesini ve turizm işletmelerinin verimliliğini arttırmak için son derece önemlidir.

Turizm eğitimi faaliyet gösteren tüm kuruluşlarının ihtiyacını karşılayan nitelikli personeli yetiştirmek ve gerekli mesleki yeterlilikleri kazandırmak amacıyla yürütülen eğitim faaliyetleridir (Solmaz, 2019). Bununla birlikte turizmde eğitim, kaliteli hizmet sunulması, yeniliklerin takip edilmesi, sektörde kariyer yapabilmek ve sektörün sürdürülebilirliğine katkı sağlamak açısından oldukça önemlidir. Ayrıca eğitim, turizm endüstrisinde yaratıcılığı ve yeniliği teşvik edebilir. En son trendler ve teknolojiler hakkında eğitilmiş ve bilgili olan turizm profesyonelleri, turist deneyimini geliştirebilecek yeni ve yenilikçi turizm ürünleri ve hizmetleri geliştirebilirler. Genel olarak, turizm endüstrisinin büyümesi ve gelişmesi için eğitim şarttır. Turizm işletmeleri ve destinasyonlar, eğitim ve öğretime yatırım yaparak rekabet güçlerini artırabilir, turist deneyimini geliştirebilir ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik edebilir. Bu kapsamda ele alındığında turizm eğitiminde meslek içi eğitim unsurları da insan kaynağının gelişimi için önemli bir dinamik olarak görülmektedir.

Turizm sektöründe mesleki eğitim, turizm işletmelerinde çalışan personelin işleri ile ilgili olarak, iş yerinde ya da iş dışında yapılan eğitim programlarıdır. Bu eğitimler, personelin işlerinde daha etkili olmalarını ve turizm sektörüne daha iyi hizmet vermek için gerekli becerileri geliştirmelerini sağlar. Mesleki eğitim, yeni teknolojilerin ve yeniliklerin hızla geliştiği turizm sektöründe, personelin yetkinliklerini geliştirerek işletmelerin rekabet gücünü de artırmaktadır. Bunun yanında meslek içi eğitimin çalışanların sektördeki en son trendler, teknolojiler ve değişiklikler konusunda güncel kalmalarına, iş performanslarını iyileştirebilecek ve kariyerlerini ilerletmelerini sağlayacak yeni beceriler ve bilgiler edinmelerine, yaratıcı düşünerek turist deneyimini geliştirebilecek ve endüstrinin büyümesine katkıda bulunabilmelerine yardımcı olabilir. Mesleki eğitim, çalışanların mevcut işlerindeki becerilerini ve bilgilerini geliştirmelerine, yeni yetenekler öğrenmelerine yardımcı olan önemli bir araçtır. Ayrıca çalışanların yeterliliklerini arttırmalarına ve kariyerlerinde ilerlemelerine yardımcı olabilir.

Turizm sektöründe mesleki eğitim, işletmenin ihtiyaçlarına göre özel olarak tasarlanabilir. Örneğin, bir otelin müşteri hizmetleri personeline müşteri memnuniyetini artırmak için iletişim becerileri eğitimi verilebilir. Aynı şekilde, bir rehberlik şirketinde çalışan rehberlere turistik yerler hakkında detaylı bilgi sağlayacak bir eğitim programı hazırlanabilir. Çalışanlar, işyerinde yeni pozisyonlara terfi etme şansı bulduklarında, mevcut eğitim fırsatlarından yararlanmaları ve kariyer hedeflerine ulaşmak için gerekli bilgi ve becerileri edinmeleri gerektiğini anlamalıdır. Mesleki eğitim bu nedenle çalışanların kariyerlerinde ilerlemelerine ve işyerinde daha başarılı olmalarına yardımcı olur. Turizm sektöründe eğitim, kariyer ve meslek içi eğitim gibi olgular yukarıda bahsedilen sebeplerden dolayı önemlidir.

Türk Dünyasının önemli ülkelerinden biri olan Kırgızistan'da turizm sektörü hızla gelişmekte ve konaklama işletmelerinin sayıları ve nitelikleri gün geçtikçe artmaktadır. Dolayısıyla personelin mesleki eğitimi ve iş başı eğitimi konuları önem kazanmaya başlamıştır. Kırgızistan'da turizm alanındaki eğitim kurumlarının ve onların mezun ettikleri öğrenci sayılarının artmasına rağmen sektörde yeterli kalifiye personel ihtiyacı karşılanamamaktadır. Bunun sebebinin nitelikli işgücü göçü olduğu söylenebilir. Gündoğdu ve Esenkadyr Kızı'nın (2022) Kırgızistan'da bir turizm

fakültesinde öğrencilerin bölümlerine yönelik beklentilerini araştırdıkları çalışmada katılımcıların büyük bir bölümünün mezuniyet sonrasında yurt dışında çalışma eğiliminde olduğu sonucu da bunu destekler niteliktedir. Ancak Kırgızistan'da çalışma koşullarının iyileştirilmesi, çalışma saatlerinin düzenlenmesi, yöneticilerin bilinçlendirilmesi gibi uygulamalar işgücü göçünün önüne geçebilir (Oktay vd., 2016). Bu da ancak eğitim ve kariyer olanakları ile sağlanabilir.

Bu araştırmada, Kırgızistan turizm sektöründe faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin mesleki deneyim kazanma ve bilgi paylaşımı amacıyla yapılan Bilimsel Araştırma Projesi kapsamında Türkiye'de turizm sektörüne ilişkin çeşitli konularda mesleki eğitim almaları konu edilmiştir. Araştırmada katılımcıların Türkiye turizmine ilişkin görüşleri öncesi ve sonrası olarak değerlendirilmiş ve karşılaştırmalı bir SWOT analizi yapmaları istenmiştir. İlgili literatürde uluslararası düzeyde yapılan mesleki ilişkileri araştırma ve geliştirmeye yönelik kültürel karşılaştırmalı araştırmaların sınırlı olması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca Türkiye'nin turizm alanında dünyadaki konumu ve gelişmişlik düzeyi Kırgızistan turizmine katkı sağlaması ve örnek olması açısından bilhassa önemlidir.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Eğitim, beşeri sermayeyi, üretkenliği, gelirleri, istihdam edilebilirliği ve ekonomik büyümeyi artırabilen güçlü bir araçtır. Beşeri sermaye ve eğitim, ekonomik büyümede önemli faktörler olarak kabul edilmektedir (Lanzi, 2007). Günümüzde ülkeler ekonomik şartlarını iyileştirmek için öncelikle vatandaşlarının eğitimine özen göstermelidir. Çünkü bilim ve teknoloji alanlarındaki ilerlemeler sanayi ve hizmet sektöründe yüksek nitelikli insan gücüne olan ihtiyacı artırmış ve bunun eğitim ile olabileceği anlaşılmaya başlanmıştır. Turizm sektörü dünya çapında milyonlarca insana farklı alanlarda hizmet verebilen ve ulaşım hizmetlerinden başlayıp konaklama tesisleri, yiyecek -içecek işletmeleri, tüm doğal ve kültürel çekicilikler ile tüm etkinlik hizmetlerini sunan işletmelerin bulunduğu dinamik bir yapıdır. Aynı zamanda emek yoğun bir sektör olduğundan eğitimin her türüne ihtiyaç duymaktadır. (Erdem vd., 2019: 70) Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikte bireylerin yetiştirilmesinde de mesleki eğitim öne çıkmaktadır.

Günümüzde eğitimin birçok ülkede derin bir dönüşüm geçirdiğini görmek mümkündür. Yüzyıllar boyu kullanılmakta olan metodolojilerin yanı sıra, modern dünyada eğitimin rolü, insanların buna karşı tutumu ve eğitimdeki değerler değişmeye başlamış ve çeşitlendirilmiştir (Сластенин и Чижикова, 2003). Meslek içi eğitim kavramı da bu çeşitlendirmeler sonucu ortaya çıkmıştır. Bu kavram geniş bir anlama sahip olup, uzmanların eğitimi, ileri eğitim veya yeniden eğitim gibi farklı profillere ve düzeylere yönelik eğitim sistemini ifade etmektedir (Begalina ve Achilova, 2018). Bir başka ifadeyle meslek içi eğitimin temel amacının nitelikli işgören yetiştirmek olduğu söylenebilir. Benzer bir tanıma göre piyasada rekabet edebilecek uygun seviye ve profilde uzman, yetkin, sorumluluk sahibi, mesleğine hakim, yan dallar ile ilişki kurabilen ve sürekli mesleki gelişime hazır olan sosyal ve profesyonel bireyin yetiştirilmesidir (Akyüz, 2014). Meslek içi eğitim kariyer gelişiminde büyük öneme sahip bir süreçtir.

Kariyer kavramı, Arthur ve arkadaşları (akt. Raksnyş vd., 2015) 1989 tarafından bir kişinin zaman içinde ortaya çıkan iş deneyimleri dizisi olarak tanımlanmıştır. Bu tanımda vurgulanan ana bakış açısı, kişinin kariyerinin iş düzenlemelerinin görüşünden çok zamanla ilgili olduğudur. Bir diğer ifadeyle, kişinin kariyer başarısı organizasyonlar, endüstriler veya ulusal bağlamlar arasındaki hareketlilik olasılıklarından ziyade tek bir organizasyon içindeki yukarı doğru hareketliliğe dayalı olduğu söylenebilir (Arthur vd., 1989 akt. Raksnyş vd., 2015). Hayatı boyunca kariyerinin gelişimine odaklanan bireyin öğrenme ve işte ilerlemesi kariyer yönetimi olarak kabul edilir.

Aynı zamanda kişinin öğrenimi ve işi yaşam kalitesini de belirler. Bir kişinin kariyeri boyunca nasıl bir insan olacağı, sahip olduğu amaç, tutumları, inançları, normları, değerleri ve gelir kaynağı bilinir. Bireyin kariyeri, üyesi olduğu topluma yapacağı sosyal ve ekonomik katkının türünü belirlemektedir. Örneğin, bir kişinin tıp fakültesini bitirip doktorluk yapması onun kariyerini belirlerken, toplumun ihtiyaçlarına hizmet etmesinin yanı sıra para da kazanması sosyal ve ekonomik katkısını ortaya koymaktadır (Watts, 2016).

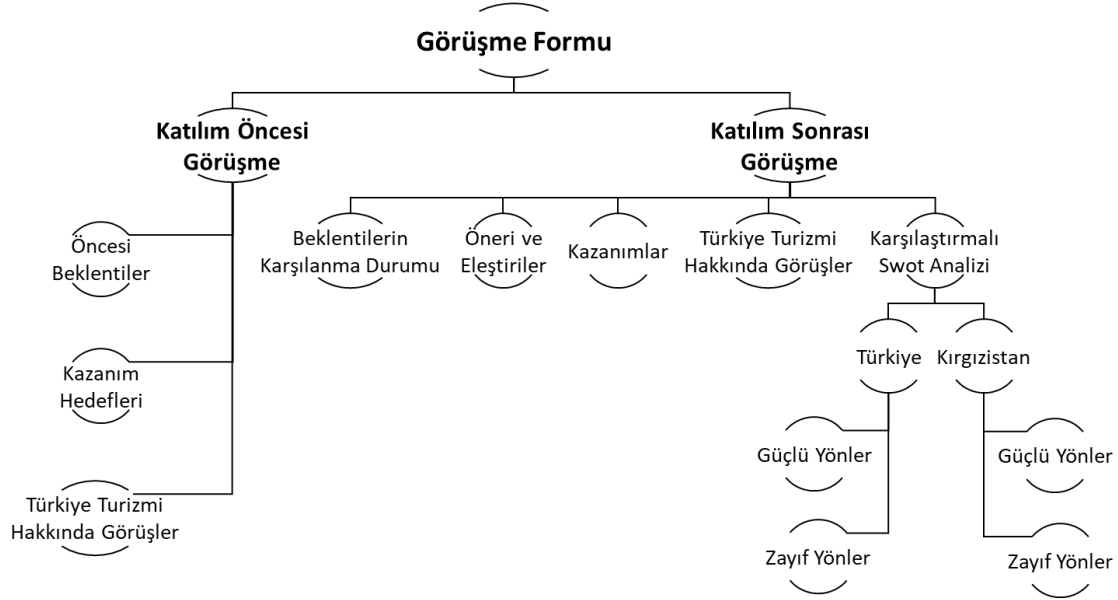
Kariyer gelişimi, kişisel olarak tercih edilen geleceğe doğru ilerlemek için öğrenmeyi, çalışmayı ve geçişleri yönetmeye yönelik yaşam boyu devam eden bir süreci ifade etmektedir. Süreç, psikolojik, sosyolojik, eğitimsel, fiziksel, ekonomik ve şans faktörlerinin toplamıdır (Adekola, 2011). Leibowitz ve arkadaşları (1986), bireylerin kendi kariyer planlamalarını başlatmaktan, becerilerini, değerlerini ve ilgi alanlarını belirlemekten ve hedefler belirleyerek kariyer planlarını oluşturmak için kariyer seçeneklerini araştırmaktan sorumlu olduklarını savunmaktadır. Ancak her insan kariyerini anlamlı bir şekilde yönetme becerisini doğal olarak geliştiremeyebilir. Özellikle ekonomik, mesleki ve sosyal değişim hızlarının artmasıyla yardıma ihtiyaç duyabilmektedirler. Bu kapsamda işletmeler mesleki danışmanlık yoluyla kariyer planlama araçları veya çalıştaylar düzenleyerek çalışanların öz değerlendirme yapmalarına, kariyer seçeneklerini ve tercihlerini analiz etmelerine ve değerlendirmelerine öncülük etmektedir (Adekola, 2011). Bir kariyer planına sahip olmak, kişinin geleceği hakkında net bir resme sahip olduğu anlamına gelir. İş dünyasında, yöneticilerin bir belirsizlik denizinde bocalamasındansa ulaşmak için çabalayacakları bir kariyer planına sahip olmasının daha iyi olduğu varsayılır (Anafarta ve Çizel, 2003). Aynı zamanda kariyerin planlanması ve geliştirilmesi hem çalışanın hem de çalıştığı işletmenin öngörüm ve çabalarını gerektirmektedir (Türkay ve Eryılmaz, 2010).

Modern turizm anlayışının gerektirdiği hizmet kalitesinin sağlanması ve turiste hizmet eden kişiler ile turist arasındaki ilişkinin sağlıklı ve kaliteli olarak gerçekleştirilmesi zorunluluğu büyük ölçüde sektörde istihdam edilen işgücünün meslekî ve teknik eğitim düzeylerinin yüksek olmasına bağlıdır (Kutluk Bozkurt, 2018). Öte yandan turizm sektöründe yetişmiş kalifiye personelin sağlanması, turizmin ekonomik anlamda kalkınmasını, insanlarda olumlu bir turizm bilincini yaratmasını, turizm sektöründe çalışanlara mesleki bir formasyon kazandırmayı mümkün kılmaktadır.

Literatürde turizm eğitimi ve turizmde kariyer planlaması konularında birçok araştırma mevcuttur. Bunlardan bazıları; turizm eğitiminin (Olçay, 2008; Aksu ve Bucak, 2012), turizm eğitimde stajın (Demir ve Demir, 2014), turizm işletmelerinde hizmet içi eğitimin (Pelit ve Türkmen, 2007; Pelit ve Şen, 2016) önemlerinin vurgulandığı, turizm eğitimcileri perspektifinden turizm eğitiminin geliştirilmesine yönelik önerilerin geliştirildiği (Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017), turizm eğitimi alan çalışanların iş verenler tarafından daha çok tercih edildiğini ortaya koyan (Saatcı ve Demirbulat, 2015), hizmet içi eğitim algısının öğrenme motivasyonu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşan (Mahmutoğulları ve Perçin, 2018) araştırmalardır. Bu sonuçlar ele alındığında Kırgızistan turizm sektöründe faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin mesleki deneyim kazanma ve bilgi paylaşımı amacıyla Türkiye’de turizm sektörüne ilişkin çeşitli konularda mesleki eğitim almalarının kendilerine ve buldukları sektöre fayda sağlayacağı rahatlıkla söylenebilir. Genel olarak araştırmanın uluslararası düzeyde olması ve mesleki ilişkileri araştırma ve geliştirmeye yönelik kültürel karşılaştırmalı araştırmaların sınırlı olması bu çalışmanın farkını ortaya koymaktadır. Bu anlamda araştırmanın ilgili literatüre katkı sağlayacağı öngörülebilir.

## YÖNTEM

Bu çalışmanın iki farklı amacı bulunmaktadır. Birincisi, Türkiye ve Kırgızistan arasında mesleki ilişkileri geliştirme projesine ilişkin bir değerlendirme yapılmasıdır. Bu proje kapsamında Kırgızistan'da turizm sektöründe faaliyet gösteren 26 işletme yöneticisi bilgi ve tecrübe paylaşımı amacı ile Antalya'ya davet edilmiştir. Antalya'da beş yıldızlı bir otel işletmesinin ev sahipliğinde alanında uzman kişiler tarafından katılımcılara turizm sektörüne ilişkin çeşitli konularda eğitimler verilmiştir. Bu eğitimlerin etkinliğini değerlendirmek için eğitim öncesinde ve eğitim sonrasında olmak üzere katılımcılarla iki farklı görüşme gerçekleştirilmiştir. Böylece katılımcıların hem eğitime ilişkin beklentileri hem de eğitim sonrasındaki değerlendirmeleri elde edilmiştir. Çalışmanın bir diğer amacı ise katılımcıların Türkiye turizmine ilişkin görüşlerini değerlendirmektir. Yöneltilen sorularla katılımcıların Türkiye turizmine ilişkin ziyaret öncesi ve ziyaret sonrası düşünceleri karşılaştırılmıştır. Ayrıca eğitim sonrasında katılımcılardan Türkiye ve Kırgızistan turizmine ilişkin zayıf ve güçlü yönleri belirtmeleri de istenmiştir. Eğitim öncesi ve sonrası görüşmelerin her ikisi de yüz yüze olarak araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan eğitim öncesi ve sonrası görüşmelerde izlenen yarı yapılandırılmış görüşme formu Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırma Tasarımı ve Kullanılan Görüşme Formu

Hazırlanan katılım öncesi görüşme formunda, katılımcıların düzenlenen eğitimden beklentileri, eğitime katılmakla kazanmayı hedefledikleri beceriler ve Türkiye turizmi hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Katılım sonrası görüşme formunda ise düzenlenen eğitimin beklentilerini karşılama durumları, eğitime ilişkin öneri ve eleştirileri, eğitim sonrasında elde ettikleri mesleki kazanımlar, Türkiye turizmi hakkındaki düşünceleri sorularak Türkiye ile Kırgızistan turizminin karşılaştırmalı olarak güçlü ve zayıf yönlerini belirtmeleri istenmiştir. Görüşmeler yaklaşık 15'er dakika sürmüş ve alınan cevaplar görüşme formuna kaydedilmiştir.

Görüşme formu ile elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Verilen cevaplar ilgili oldukları konulara göre kodlanarak temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Kodlama süreci iki farklı araştırmacı tarafından yürütülmüştür. Daha sonra yapılan kodlamalar karşılaştırılarak kod sistemine son hali verilmiştir. Görüşmede yöneltilen her soru ana tema olarak ele alınmış ve

sorulara verilen yanıtlarda ana tema altında oluşturulan alt kodlar olarak işlenmiştir. Elde edilen bulgular frekanslarına göre derlenerek aktarılmıştır.

## BULGULAR

Çalışmaya Kırgızistan'ın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerin 26 üst düzey yöneticisi katılmıştır. Verilen tabloda katılımcılar numaralandırılarak demografik özellikleri aktarılmıştır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı No	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Eğitim Alanı	Ziyaret Deneyimi
Katılımcı 01	Kadın	48	Lisans	Bankacılık	Hayır
Katılımcı 02	Kadın	36	Lisans	Yönetim	Evet
Katılımcı 03	Kadın	34	Lisans	Dil	Hayır
Katılımcı 04	Kadın	42	Lisans	Dil	Hayır
Katılımcı 05	Kadın	45	Önlisans	Aşçılık	Hayır
Katılımcı 06	Kadın	65	Önlisans	Yönetim	Hayır
Katılımcı 07	Kadın	52	Önlisans	Yönetim	Hayır
Katılımcı 08	Kadın	45	Lisans	Mühendislik	Hayır
Katılımcı 09	Kadın	33	Lisans	Hukuk	Hayır
Katılımcı 10	Kadın	44	Lisans	Ekonomi	Evet
Katılımcı 11	Kadın	41	Lisans	Finans	Hayır
Katılımcı 12	Kadın	37	Lisans	Ekonomi	Hayır
Katılımcı 13	Kadın	33	Lisans	Muhasebe	Evet
Katılımcı 14	Kadın	40	Lisans	Turizm	Hayır
Katılımcı 15	Kadın	41	Lisans	Turizm	Evet
Katılımcı 16	Kadın	32	Lisans	Ekonomi	Evet
Katılımcı 17	Kadın	51	Lisans	Muhasebe	Hayır
Katılımcı 18	Kadın	40	Lisans	Hukuk	Hayır
Katılımcı 19	Kadın	35	Lisans	Muhasebe	Evet
Katılımcı 20	Kadın	47	Lisans	Yönetim	Hayır
Katılımcı 21	Kadın	40	Lisans	Turizm	Evet
Katılımcı 22	Kadın	43	Lisans	Muhasebe	Hayır
Katılımcı 23	Kadın	31	Lisans	Pazarlama	Hayır
Katılımcı 24	Kadın	28	Lisans	Ekonomi	Hayır
Katılımcı 25	Erkek	18	Lise	-	Evet
Katılımcı 26	Kadın	26	Lisans	Mühendis	Evet

Katılımcıların %96,2 ile 25'i kadınlardan oluşurken %3,8 ile 1'i erkektir. Katılımcılar arasında 22 Lisans (%84,6), 3 (%11,5) önlisans ve 1 (%3,8) lise mezunu bulunmaktadır. Eğitim alanları incelendiğinde ise muhasebe, yönetim, ekonomi ve turizm alanlarının öne çıktığı görülmektedir. Katılımcılardan %34,6 ile 9'u daha önce Türkiye'ye en az bir kez ziyaret gerçekleştirmişken %65,3 ile 17'si hiç ziyaret etmemiştir.

**Tablo 2.** Katılım Öncesi Beklentiler, Beklentilerin Karşılanması, Kazanım Hedefleri ve Sonuçlar

Ana Temalar	Alt Kodlar	n	%	Alıntı
Katılım Öncesi Beklentiler	Yenilikleri Öğrenme	14	53,8	<i>Yeni Trendleri ve eğilimleri görmek (K. 25)</i>
	Mesleki Gelişim	14	53,8	<i>Turizm alanındaki bilgilerimi geliştirmek (K. 9)</i>
	Türkiye Turizmini Tanıma	4	15,3	<i>Türkiye turizm sektörünü görmek (K. 3)</i>
Beklentilerin Karşılanma Durumu	Tamamen Karşılıandı	25	96,1	<i>Fazlasıyla karşılandı (K. 4)</i>
	Kısmen Karşılıandı	1	3,8	<i>Yarı yarıya beklentilerim karşılandı (K. 14)</i>
Kazanım Hedefleri	Pazarlama Alanı	13	49,9	<i>Satış ve pazarlama alanında gelişim (K. 5)</i>
	İşle İlgili Her Şey	10	38,4	<i>İşimle ilgili her şeyi öğrenmek (K. 26)</i>
	Yönetim Alanı	10	38,4	<i>Otel yönetimi becerimi geliştirmek (K. 7)</i>
	Ön Büro Alanı	7	26,9	<i>Ön büro işlemlerinde kendimi geliştirmek (K. 8)</i>
	Mesleki Yenilikler	5	19,2	<i>Yeni turizm trendlerini görmek (K. 4)</i>
Katılım Sonrası Kazanımlar	Yeni Bilgiler Edinme	12	46,1	<i>İşimde kullanabileceğim yeni bilgiler ve püf noktalar öğrendim (K. 12)</i>
	Deneyim Kazanma	9	34,6	<i>Deneyim kazandım (K. 3)</i>
	Çeşitli Konularda Gelişim	8	30,7	<i>Kat hizmetleri alanında kendimi geliştirdim (K. 1)</i>
	Kıyaslama Yapma	3	11,5	<i>Başka otellerle kendi otelimizi kıyaslama imkanı buldum (K. 19)</i>

Katılımcılar büyük oranda “turizm alanındaki yeni trend ve eğilimleri görme” beklentisi ile eğitimlere katıldığını belirtirken bir kısmı da “mesleki gelişim” ve “Türkiye turizmini görme” amaçlı katılım gösterdiğini belirtmiştir. Düzenlenen eğitim sonrasında katılımcıların tamamına yakını beklentileriyle aynı olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla düzenlenen mesleki eğitimin katılımcılarda var olan beklentileri büyük ölçüde karşıladığı söylenebilir.

Katılımcılara proje öncesinde düzenlenecek eğitimle ilgili elde etmeyi hedefledikleri kazanımlarda sorulmuştur. Katılımcılar pazarlama, işle ilgili her şey, yönetim, ön büro ve diğer mesleki yenilikler hakkında kazanımlar elde etmeyi hedeflediklerini belirtmişlerdir. Eğitim sonrasında ise katılımcılara düzenlenen eğitimden ne gibi kazanımlar elde ettikleri sorulmuştur. Katılımcılar yeni bilgiler edindiklerini, deneyim kazandıklarını, çeşitli konularda gelişim sağladıklarını ve kendi işletmeleri ile kıyaslama imkânına kavuştuklarını belirtmişlerdir. Kazanım hedefleri ile elde edilenler karşılaştırıldığında ise katılımcıların mesleki yenilikler, ön büro ve yönetim gibi çeşitli alanlara ilişkin bilgiler elde ettiği ve kazanım hedeflerine büyük oranda ulaştığı anlaşılmaktadır. Bu sonuç katılımcıların çoğunun eğitime ilişkin değerlendirmesinde beklentilerinin karşılandığını belirtmesiyle de örtüşmektedir. Kazanım hedefleri arasında yer almayan deneyim ve kıyaslama yapma imkânı gibi sonuçlarda katılımcıların elde ettikleri kazanımların beklentilerinin ötesine ulaştığı şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcılara, gerçekleştirilen projeye ilişkin öneri ve eleştirileri de sorulmuştur. Alınan cevaplar arasında bu tür eğitimlerin daha sık yapılması en çok ifade edilen öneridir. Bunun yanı sıra katılımcıların düzenlenen eğitimlerde “eğitim programına uyulması” ve “şehir otelciliğine ilişkin eğitimlerinde düzenlenmesi” gibi konularda öneriler sunduğu da görülmektedir.



**Tablo 3.** Katılım Öncesi ve Sonrası Türkiye Turizmi Hakkındaki Görüşler

Ana Temalar	Alt Kodlar	n	%	Alıntı
Katılım Öncesi Türkiye Turizmi Hakkında Görüşler	Gelişmiş Turizm Sektörü	16	61,5	<i>Turizmin çok gelişmiş olduğunu düşünüyorum (K. 2)</i>
	Üstün Hizmet Kalitesi	9	34,6	<i>Hizmet kalitesi yüksek (K. 5)</i>
	Devlet Destekli	3	11,5	<i>Devletin bu konuda yüksek desteği var (K. 24)</i>
	Bilgim Yok	3	11,5	<i>Bilgim yok (K. 11)</i>
	Zengin Tarihi ve Doğal Kaynaklar	2	7,6	<i>Tarihi ve doğal varlıkları çok zengin (K. 26)</i>
Katılım Sonrası Türkiye Turizmi Hakkında Görüşler	Gelişmiş Turizm Sektörü	17	65,3	<i>Turizm sektörü çok iyi kurgulanmış, saat gibi işliyor (K. 6)</i>
	Üstün Hizmet Kalitesi	5	19,2	<i>Hizmet kalitesi yüksek (K. 3)</i>
	Turizm Çeşitliliği	4	15,3	<i>Her bireye uygun farklı kategorilerde turizm türleri var (K. 9)</i>
	Kamu Özel Sektör İş Birliği	3	11,5	<i>Turizm devlet ve özel sektör tarafından iyi bir şekilde yönetilmekte (K. 3)</i>
	Yüksek Deneyim	2	7,6	<i>Türkiye'nin tecrübesi çok fazla (K. 1)</i>
	Yüksek Rekabet	2	7,6	<i>Rekabet çok fazla (K. 23)</i>
	Alt-Üst Yapı	2	7,6	<i>Alt yapının iyi olması (K. 8)</i>

Katılımcılara düzenlenen eğitim öncesinde ve eğitim sonrasında Türkiye turizmi hakkındaki düşünceleri araştırılmıştır. Bu durum katılımcıların Türkiye turizmini deneyimlemeden önceki düşünceleri ile deneyimledikten sonraki düşüncelerinin karşılaştırılmasına imkân vermektedir. Elde edilen sonuçlar katılımcıların eğitim öncesi ve eğitim sonrası düşüncelerinin uyumlu olduğunu göstermektedir. Katılım öncesi ve sonrası düşünceler arasında en sık kullanılan ifadeler Türkiye turizminin gelişmiş ve üstün hizmet kalitesine sahip olduğu yönündedir. Katılım sonrası düşüncelerde sıklıkla geçen “turizm çeşitliliği” ve “yüksek rekabet” gibi ifadeler katılımcıların deneyimleri neticesinde elde ettikleri düşüncelerdir.

**Tablo 4.** Türkiye ve Kırgızistan Turizmine İlişkin Zayıf Yönler İlişkin Algılar

Ana Temalar	Alt Kodlar	n	%	Alıntı
Türkiye Turizmine İlişkin Zayıf Yönler	Yüksek Rekabet	6	23,1	<i>Çok fazla otel bulunması (K. 20)</i>
	Yüksek Maliyet	5	19,2	<i>Giderlerin yüksek olması (k.21)</i>
	Her Şey Dahil Sistem	5	19,2	<i>Her şey dahil sistem (K. 1)</i>
	Kısa sezon	3	11,5	<i>Sezonun kısa olması (K. 4)</i>
	Dışa bağımlılık	2	7,6	<i>Dışa bağımlı olunması (K. 22)</i>
Kırgızistan Turizmine İlişkin Zayıf Yönler	Devlet desteği	13	50	<i>Devlet desteğinin olmaması (K. 8)</i>
	Hizmet Kalitesi	11	42,3	<i>Servis kalitesi (K. 7)</i>
	Altyapı ve Üstyapı Yetersizliği	5	19,2	<i>Altyapı eksikliği (K. 5)</i>
	Kalifiye Eleman Eksikliği	4	15,3	<i>Kalifiye elemanların az olması (K. 3)</i>
	Pazarlama	3	11,5	<i>Reklam (K. 14)</i>
Turizm Eğitimi	3	11,5	<i>Turizm alanında eğitimin sınırlı olması (K. 1)</i>	

Katılımcılardan eğitim sonrasında Türkiye ve Kırgızistan turizmine ilişkin zayıf yönleri belirtmeleri de istenmiştir. En sık geçen ifadeler Tablo-4'te yer verilmiştir. Türkiye turizmi için yüksek rekabet, yüksek maliyet, her şey dahil sistem ve turizm sezonu kısa olması en çok üzerinde durulan konulardan olmuştur. Bunlar dışında tesisler arası kalite farkının yüksek olması

(2) ve kapasite fazlalığının bulunması (2) gibi durumlarda Türkiye turizminin zayıf yönleri arasında sayılmıştır.

Kırgızistan turizmine ilişkin ise devlet desteğinin yeterli olmaması, hizmet kalitesinin düşük olması, alt-üst yapı yetersizliği, kalifiye eleman eksikliği, pazarlama sorunları ve turizm eğitiminin yeterli olmaması sık değinilen zayıf yönler arasında yer almaktadır. Bunlara ek olarak destinasyon yönetimi (3), düşük ücret (2) ve ulaşım imkânları (2) Kırgızistan turizminin zayıf yönleri arasında gösterilmiştir.

**Tablo 5.** Türkiye ve Kırgızistan Turizmine İlişkin Güçlü Yönler

Ana Temalar	Alt Kodlar	n	%	Alıntı
Türkiye Turizmine İlişkin Güçlü Yönler	Devlet Desteği	13	50	<i>Devlet destekleri (K. 11)</i>
	Tarihi ve Doğal Kaynakları	13	50	<i>Coğrafi özellikler (K. 15)</i>
	Pazarlama	8	30,7	<i>İyi tanıtım (K. 3)</i>
	Üstün Hizmet Kalitesi	8	30,7	<i>Kaliteli hizmet (K. 13)</i>
	Konum	7	26,9	<i>Coğrafi konumu (K. 22)</i>
	Turizm Çeşitliliği	6	23,1	<i>Çok fazla turizm alternatifi bulunması (K. 5)</i>
	Destinasyon Yönetimi	5	19,2	<i>Turizmin planlı yönetimi (K. 1)</i>
Kırgızistan Turizmine İlişkin Güçlü Yönler	Doğası	18	69,2	<i>Doğa (K. 9)</i>
	Misafirperverlik	7	26,9	<i>Misafirperver halkı (K. 18)</i>
	Tarihi Kaynakları	2	7,6	<i>Tarihi eserler (K. 25)</i>
	Turizm Potansiyeli	2	7,6	<i>Potansiyeli yüksek (K. 13)</i>
	Uygun Fiyat	2	7,6	<i>Uygun Fiyatlar (K. 9)</i>

Türkiye turizmine ilişkin güçlü yönler arasında devlet desteği, tarihi ve doğal kaynakların zenginliği, pazarlama uygulamaları, üstün hizmet kalitesi, konum, turizm çeşitliliği ve destinasyon yönetimindeki başarısı sıklıkla yer verilen konulardır. Bunlar dışında yerli üretim (4), her şey dahil sistem (3) ve misafirperverlikte (2) Türkiye turizminin güçlü yönlerindedir.

Kırgızistan turizminin güçlü yönleri arasında ise doğası, misafirperverlik, turizm potansiyeli ve uygun fiyatları sıklıkla değinilen konulardandır. Ayrıca tam sezon olması (1) düşük rekabet ortamı (1) ve turizm çeşitliliği de (1) Kırgızistan turizminin güçlü yönleri arasında gösterilmektedir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmanın iki farklı amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki Türkiye ve Kırgızistan arasında gerçekleştirilen Turizmde Mesleki İlişkileri Araştırma ve Geliştirme projesinin etkinliğinin ve verimliliğinin değerlendirilmesidir. Çalışmanın bir diğer amacı ise projeye dahil olan katılımcıların Türkiye ve Kırgızistan turizmine ilişkin görüşlerini değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda katılımcılarla proje kapsamındaki eğitim öncesi ve sonrasında görüşmeler düzenlenmiştir. Elde edilen veriler içerik analizine tabi tutularak değerlendirilmiştir.

Düzenlenen eğitimlerin değerlendirilmesi amacı ile katılımcılara eğitim öncesinde beklentileri ve eğitim sürecinde elde etmeyi umdukları kazanımlar sorulmuştur. Eğitim sonrasında ise katılımcıların beklentilerinin karşılanma durumu ve eğitim neticesinde elde ettikleri kazanımlar belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların eğitim öncesinde ve sonrasında verdikleri cevaplar kıyaslanarak bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcıların bu eğitimden, yenilikleri öğrenme, mesleki gelişim sağlama ve Türkiye turizmini yerinde inceleme gibi beklentileri olduğu tespit

edilmiştir. Elde edilen sonuçlar katılımcıların tamamına yakınının tüm beklentilerinin karşılandığını göstermektedir. Düzenlenen eğitimlerin katılımcılarda oluşan yenilikleri öğrenme, mesleki gelişim sağlama ve Türkiye turizmini yerinde inceleme gibi beklentileri karşıladığı söylenebilir. Ayrıca katılımcılar eğitim neticesinde pazarlama, yönetim, ön büro ve turizm ile ilgili çeşitli alanlarda kazanımlar elde etmeyi hedeflediklerini belirtmişlerdir. Eğitim sonrasında ise yeni bilgiler edindiklerini ve çeşitli konularda gelişim sağladıklarını ifade etmişlerdir. Bunlara ek olarak kendi işletmeleri ile Türkiye’de bulunan otelleri kıyaslama imkânı elde ettiklerini ve deneyim kazandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların eğitim öncesi kazanım hedefleri ile eğitim sonrası elde ettikleri kazanımlar kıyaslandığında elde edilen kazanımların kazanım hedeflerini karşıladığı anlaşılmaktadır. Buna ek olarak kazanım hedefi olmayanların da çok büyük oranda kıyaslama ve deneyim kazanım elde ettiği görülmektedir. Sonuç olarak beklenti ve kazanımlara ilişkin yapılan incelemelerde düzenlenen projenin beklentileri karşıladığı ve hedeflenen kazanımlara ulaştığı söylenebilir.

Katılımcılara proje öncesinde ve eğitim sonrasında yöneltilen Türkiye turizmine ilişkin görüşler incelendiğinde öncesi ve sonrası görüşlerin büyük oranda birbiri ile örtüştüğü anlaşılmaktadır. Bu sonucun iki farklı nedeni olabilir. Bunlardan ilki katılımcıların bir kısmının daha önce de Türkiye’yi ziyaret etmeleri, diğeri ise Türkiye turizmi hakkında doğru bilgiler edinmiş olmalarıdır. Bu durum Türkiye’ye gelmeden önceki düşüncelerinin Türkiye ziyareti sırasında elde ettikleri düşüncelerle örtüşmesini sağlamış olabilir. Özetle Türkiye hakkındaki düşüncelerde eğitim öncesi ve sonrasında büyük farklılıklar oluşmamıştır.

Katılımcılardan eğitim sonrasında Türkiye ve Kırgızistan turizmine ilişkin güçlü ve zayıf yönleri belirtmeleri istenmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler kullanılarak bir SWOT analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Türkiye turizminin yüksek rekabet, yüksek maliyet, her şey dahil sistem, kısa sezon ve dışa bağımlılık gibi zayıf yönlerinin, Kırgızistan turizminin ise devlet desteğinin olmaması, hizmet kalitesinin düşük olması, alt ve üstyapı yetersizliği, kalifiye eleman eksikliği, pazarlama sorunu ve turizm eğitiminin yetersizliği gibi zayıf yönlerinin bulunduğunu göstermektedir. Katılımcıların birçoğu Türkiye turizmine ilişkin yüksek rekabet olduğunu, çok fazla tesis bulunduğunu ve bu durumda turizmi olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Kırgızistan turizmine ilişkin ise devlet desteğinin yeterli düzeyde olmaması ve bu yüzden turizmin gelişmediği en sık vurgulanan konudur.

Türkiye turizminin güçlü yönleri ile ilgili verilen yanıtlarda devlet desteği, tarihi ve doğal kaynakların zenginliği, pazarlama başarısı, üstün hizmet kalitesi, konumu ve zengin turizm çeşitliliği öne çıkmaktadır. Doğası, misafirperverliği, tarihi kaynakları, turizm potansiyeli ve uygun fiyatı da Kırgızistan turizmi açısından öne çıkan hususlardır. Katılımcılar Türkiye turizminin güçlü yönleri arasında devlet tarafından sağlanan desteğe çok sık değinmişlerdir. Bu durum kendi ülkelerinde devlet desteğinin yeterli olmadığına dair düşüncelerinden kaynaklanabilir. Kırgızistan turizmine ilişkin ise en sık değinilen güçlü yön Kırgızistan’ın sahip olduğu doğasıdır.

Karşılaştırmalı SWOT analizinden elde edilen sonuçlar Kırgızistan ve Türkiye turizminin farklı güçlü ve zayıf yönleri bulunduğunu göstermektedir. Kırgızistan’ın en zayıf yönü olarak belirtilen devlet desteği, Türkiye turizminin güçlü yönleri arasında en sık değinilen unsurdur. Her iki ülke için elde edilen zayıf ve güçlü yönlerin birbirinden farklı olması, iki ülke içinde uygulanacak turizm politikalarının farklılaşmasını gerekli kılmaktadır. İki ülkenin de güçlü ve zayıf yönleri dikkate alınarak farklı turizm politikaları geliştirmesi, zayıflıklarını gidererek güçlü yönlerine odaklanması önerilebilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi Dekanlığı Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulundan 06.06.2023 tarih ve 02 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Adekola, B. (2011). Career planning and career management as correlates for career development and job satisfaction. A case study of Nigerian Bank Employees. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(2), 100-112.

Akyüz, Y. (2014). *Türk Eğitim Tarihi*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Anafarta, N. and Çizel, B. (2003). Career analysis in tourism industry: experiences from Turkey. *Tourism Review*, 58(3), 15-19.

Arthur, M. B. and Lawrence, B. S. (1984). Perspectives on environment and career: An introduction. *Journal of Occupational Behaviour*, 5(1), 1-8.

Begalinova, K. K., and Achilova, M. S. (2018). Modern professional education through competitiveness. *Professional Education in the Modern World*, 8(1), 1593-1597.

Erdem B., Samatova G., Turganbayeva N., Turdubekova S. and İsakova, D. (2019). Labor Force Analysis in Food and Beverage Establishments in Kyrgyzstan: A Descriptive Study, *Turizam*, (23)2, 69-85.

Gündoğdu, İ. ve Esenkadyr Kızı, N. (2022). Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bölümlerinden Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(2), 214-229.

Kutluk-Bozkurt, A. (2018). Y Kuşağının Turizm Sektöründe Alaylı ve Okullu Çalışan Algısı: Kırklareli Üniversitesi Turizm Öğrencileri Örneği, VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 20-21 Nisan, İskenderun, 1645-1654.

Lanzi, D. (2007). Capabilities, human capital and education. *The Journal of Socio-Economics* 36(3), 424-435.

Leibowitz, Z.B., Farren, C. and Kaye, B.L. (1986). *Designing career development systems*. (1st ed.). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Oktay, R., Gülcan B., Tokmak C., Asanova K. and Margazieva N. (2016). Kırgızistan ve Türkiye Konaklama Sektörleri Analizi. Uluslararası Dünden Bugüne Türkiye-Kırgızistan İlişkileri Sempozyumu, 22-24 Mayıs, Kastamonu, Türkiye.

Raksny, A. V., Valickas, A. and Valickiene, R. P. (2015). Transformation of career concept and its effect on career management in organizations. *Human Resources Management & Ergonomics*, 9(2), 117-128.

Solmaz, S.A. (2019). Türkiye'de Turizm Eğitim-Öğretiminde Karşılaşılan Sorunlar Üzerine Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(63):853-866.

Türkay, O. ve Eryılmaz, B. (2010). Kariyer değerleri ve kariyer yolu tercihleri ilişkisi: Türk turizm sektöründen örnekler. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 179-200.

Watts, T. (2016). *Career Development Policy & Practice: The Tony Watts Reader*, NICEC Ltd.

Сластенин В.А., Чижилова Г.И. (2003). Введение в педагогическую аксиологию. *ACADEMIA*, Moskova, 192.