



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Sami Nurtaç TURAN

YİYECEK İÇECEK EĞİTİMİ ALAN ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM  
KALİTESİ, SEKTÖR ALGISI VE MEMNUNİYETİNİN DEVAM ETME NİYETİNE  
ETKİSİ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı  
Doktora Tezi

Antalya, 2019



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Sami Nurtaç TURAN

YIYECEK İÇECEK EĞİTİMİ ALAN ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM  
KALİTESİ, SEKTÖR ALGISI VE MEMNUNİYETİNİN DEVAM ETME NİYETİNE  
ETKİSİ

Danışman

Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı  
Doktora Tezi

Antalya, 2019

**T.C.**  
**Akdeniz Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,**

Sami Nurtaç TURAN'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Prof. Dr. Yasin Boylu	(İmza)
Üye (Danışmanı)	: Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR	(İmza)
Üye	: Doç. Dr. Osman ÇALIŞKAN	(İmza)
Üye	: Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN	(İmza)
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Vedat İYİTOĞLU	(İmza)

Tez Başlığı: Yiyecek İçecek Eğitimi Alan Ortaöğretim Öğrencilerinin Eğitim Kalitesi, Sektör Algısı ve Memnuniyetinin Devam Etme Niyetine Etkisi

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi : 27/06/2019

Mezuniyet Tarihi : 25/07/2019

(İmza)  
Prof. Dr. İhsan BULUT  
Müdür

## AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Yiyecek İncecek Eğitimi Alan Ortaöğretim Öğrencilerinin Eğitim Kalitesi, Sektör Algısı ve Memnuniyetinin Devam Etme Niyetine Etkisi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımca yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

(İmza)

**Sami Nurtaç TURAN**



T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU  
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Sami Nurtaç TURAN
Öğrenci Numarası	20098610107
Enstitü Ana Bilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD
Programı	Turizm İşletmeciliği Doktora Programı
Programın Türü	( ) Tezli Yüksek Lisans ( X ) Doktora
Danışmanın Unvanı, Adı-SOYADI	Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR
Tez Başlığı	Yiyecek İçecek Eğitimi Alan Ortaöğretim Öğrencilerinin Eğitim Kalitesi, Sektör Algısı ve Memnuniyetinin Devam Etme Niyetine Etkisi
Turnitin Ödev Numarası	1149169544

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 146 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 04/07/2019 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 9

alıntılar dahil % 10 'dur.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

( X ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

( ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelerle sınırların aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim. 04/07/2019

Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR

## İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ .....	iii
TABLOLAR LİSTESİ .....	iv
KISALTMALAR LİSTESİ .....	v
ÖZET .....	vi
SUMMARY .....	vii
TEŞEKKÜR.....	viii
ÖNSÖZ .....	ix
GİRİŞ.....	2

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### MESLEKİ TURİZM VE YİYECEK İÇECEK HİZMETLERİ ALANI EĞİTİMİ

1.1. Eğitim.....	6
1.2. Mesleki ve Teknik Eğitim, Turizm Eğitimi ve Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı Eğitimi.....	9
1.2.1. Türkiye’de Mesleki ve Turizm Eğitiminin Tarihi Gelişimi .....	13
1.2.2. Türkiye’de Mesleki ve Turizm Eğitiminin Yapısı.....	16
1.2.2.1. Serbest Öğrenme .....	17
1.2.2.2. Yaygın Eğitim .....	18
1.2.2.3. Örgün Eğitim.....	20
1.2.2.3.1. Örgün Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alanı Eğitimi.....	24
1.3. Dünya’da Turizm Eğitiminin Yapısı .....	26
1.4. Turizm ve Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı Mezun İstihdamı.....	29

### İKİNCİ BÖLÜM

#### TURİZM EĞİTİMİ İLE İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR

2.1. Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi.....	35
2.1.1. Okulların Fiziki Yeterlilikleri.....	40
2.1.2. Turizm Eğitimi Müfredatı .....	42
2.1.3. Öğretmen ve Diğer Okul Çalışanlarının Performansı .....	44
2.1.4. Turizm Sektörünün Eğitimden ve Öğrenciden Beklentileri.....	45
2.1.5. Öğrencilerin Eğitimden Beklentileri .....	48
2.1.6. Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan Modeller.....	49

2.1.6.1. Servqual Modeli.....	51
2.1.6.2. Servperf Modeli .....	52
2.2. Memnuniyet .....	53
2.3. Sektör algısı .....	56
2.4. Devam etme niyeti .....	60
2.4.1. Sektöre devam etme .....	61
2.4.2. Yükseköğrenime devam etme .....	64

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YİYECEK İÇECEK EĞİTİMİ ALAN ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM KALİTESİ, SEKTÖR ALGISI VE MEMNUNİYETİNİN DEVAM ETME NİYETİNE ETKİSİNE İLİŞKİN ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	66
3.2 Araştırmanın Yöntemi .....	74
3.2.1. Örneklem.....	74
3.2.2. Veri Toplama Araçları.....	75
3.2.2.1. SERVPERF Ölçeği.....	76
3.2.2.2. Memnuniyet Ölçeği .....	79
3.2.2.3. Sektör Algısı Ölçeği .....	80
3.2.2.4. Devam Etme Niyeti Ölçeği.....	82
3.2.3. Veri Analizi.....	83
3.3. Araştırmanın Bulguları .....	85
3.3.1. Demografik Bilgiler.....	85
3.3.2. Ölçüm Modeli ile İlgili Bulgular .....	88
3.3.3. Yapısal Eşitlik Modeli ile İlgili Bulgular .....	92
<b>TARTIŞMA.....</b>	<b>96</b>
<b>SONUÇ .....</b>	<b>100</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>105</b>
<b>EK-1 Anket Formu .....</b>	<b>130</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>132</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3. 1 Araştırmanın Modeli .....	67
Şekil 3. 2 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları .....	93





## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. 1 Türkiye’de Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Verilen Alan ve Dallar.....	21
Tablo 1.2 Turizm ile İlgili Alanlardan Mezun Olanların Kendi Alanlarındaki Ön Lisans ve Lisans Programları .....	23
Tablo 1.3 Ankara’da Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alanı ve Dallarında Öğrenim Gören Öğrenci Sayıları .....	25
Tablo 1. 4 Yıllar İtibariyle İşsizlik ve İşgücüne Katılma Oranları.....	30
Tablo 1.5 Turizm Sektörü İstihdam Verileri .....	31
Tablo 3. 1 Ankara’da Faaliyet Gösteren Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alanının Dallara Göre Dağılımı .....	75
Tablo 3. 2 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular-SERPERF Ölçeği.....	79
Tablo 3. 3 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular-Memnuniyet Ölçeği.....	80
Tablo 3. 4 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular- Sektör Algısı Ölçeği.....	81
Tablo 3. 5 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular- Devam Etme Niyeti Ölçeği.....	83
Tablo 3. 6 Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	84
Tablo 3. 7 Araştırmaya Katılan Öğrencilere İlişkin Demografik Bilgiler.....	85
Tablo 3. 8 Doğrulayıcı Faktör Analizi-DFA Sonuçları.....	89
Tablo 3. 9 Faktörler Arası Korelasyon ve Ayırt Edici Geçerlik.....	91
Tablo 3. 10 Yapısal Model Sonuçları.....	93
Tablo 3. 11 Ölçüm Modelinde Farksızlık.....	94
Tablo 3. 12 Düzenleyici Etkinin Test Edilmesi.....	95

## KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AKTOB	Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
AOV	Açıklanan Ortalama Varyans
DFA	Doğrulayıcı Faktör Analizi
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü
HACCP	Hazard Analysis And Critical Control Points- Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları
HBÖ	Hayat Boyu Öğrenme
ILO	International Labour Organization- Uluslararası Çalışma Örgütü
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MEGEP	Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi
METEK	Mesleki ve Teknik Eğitimin Kalitesinin Geliştirilmesi Projesi
METGE	Mesleki ve Teknik Eğitimi Geliştirme Projesi
MTEGM	Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü
M.T.O.K.	Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Kurumları
OECD	The Organisation for Economic Co-operation and Development- Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
ÖSYM	Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi
PDT	Planlı Davranış Teorisi
SEM	Structural Equation Model- Yapısal Eşitlik Modeli
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	Türk Dil Kurumu
TPB	Theory of Planned Behavior- Planlı Davranış Teorisi
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	United Nations World Tourism Organization- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
USD	Amerikan Doları
vb.	ve benzeri
vd.	ve diğerleri
WTTC	World Travel and Tourism Council- Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi
YEM	Yapısal Eşitlik Modeli
YKS	Yükseköğretim Kurumları Sınavı
YÖK	Yükseköğretim Kurumu

## ÖZET

Türkiye’de yiyecek içecek eğitimi ortaöğretimden lisansüstüne kadar devam etmektedir. Bu çalışmada ortaöğretim düzeyinde yiyecek içecek alanında öğrenim gören öğrencilerin, mezuniyetlerinden sonra sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme niyetleri araştırılmaktadır. Mesleki eğitime gerek ailelerden gerekse devlet tarafından aktarılan kaynakların heba olmaması için, mezunların alanlarında devam etmeleri beklenen bir durumdur. Öğrencilerin devam etme niyeti ve gerekçeleri bu çalışmanın araştırma modeline yön vermektedir. Öğrencilerin devam etme niyetlerini etkileyen değişkenlerden hizmet kalitesi algısı SERVPERF ölçeği ile, memnuniyet, sektör algısı ve devam etme niyetleri ise yine literatürde var olan ölçeklerden derlenerek hazırlanmış ve gerekli ölçümler yapılmıştır.

Bu çalışmada öğrencilerin aldıkları hizmet kalitesi ile ilgili algılarını etkileyen boyutların (fiziksel kalite algısı, güvenilirlik algısı, heveslilik algısı ve empati algısı) memnuniyeti olumlu yönde etkileme durumları tek tek incelenmiştir. Daha sonra öğrencilerin aldıkları eğitim hizmeti ile ilgili memnuniyetlerinin ve sektöre yönelik algılarının devam etme niyetine olan etkileri ayrı ayrı ölçülmüştür. Son olarak öğrencilerin memnuniyetleri ile devam etme niyetleri arasında sektör algısının düzenleyici bir rol oynayıp oynamadığı ölçülmüştür.

Ankara’da yiyecek içecek alanında öğrenim gören 2198 öğrenciden alınan veriler Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile analiz edilmiştir. YEM’de öncelikle doğrulayıcı faktör analizi yapılmış daha sonra yapısal modele geçilmiştir. Araştırma sonucunda, SERVPERF Modelinin boyutları olan fiziksel kalite, güvenilirlik, heveslilik ve empatinin memnuniyeti olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Daha sonra memnuniyet ve sektör algısının devam etme niyeti üzerinde etkileri olduğu tespit edilmiştir. Ancak burada devam etme niyeti için memnuniyetten ziyade, sektöre ilişkin algı ön plana çıkmaktadır. Yapısal eşitlik modelinde yapılan analiz sonucunda memnuniyetin, devam etme niyetine olan etkisinde sektör algısının düzenleyici bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Bu çalışmanın benzeri Ankara dışında özellikle turistik destinasyonlardaki ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarında hatta öğrenci ile sınırlandırılmadan okul ve sektör çalışanlarına da uygulanabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Ortaöğretim, devam etme niyeti, hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, sektör algısı, yiyecek içecek eğitimi

## SUMMARY

### **THE EFFECTS OF SECONDARY SCHOOL FOOD AND BEVERAGE STUDENTS' QUALITY PERCEPTIONS, ATTITUDES TOWARDS INDUSTRY AND SATISFACTION WITH EDUCATION ON THEIR INTENTION TO PROCEED**

In Turkey, gastronomy and food & beverage education is delivered within the range of secondary school to graduate and postgraduate levels. In order not to waste the resources provided for vocational education by both families and the state, graduates are expected to take part in employment or higher levels of education in their fields. Therefore, the intention of tourism students to proceed in higher education or industrial employment is pivotal to this study's research model. More specifically, this study focuses on the secondary school education and aims at exploring the impacts of students' satisfaction with and quality perceptions of current education on their intention to proceed in industrial employment and/or higher education in food and beverage field. Moreover, the study also investigates whether students' attitudes towards food and beverage industry moderates the relationship between satisfaction and intention to proceed.

The data gathered from 2198 students who study food and beverage at vocational secondary schools in Ankara. Students' quality perceptions of education that they currently receive was measured with SERVPERF scale while appropriate scales from the relevant literature were employed and modified in order to gauge students' satisfaction levels, their attitudes towards the industry and intentions to proceed in tourism higher education or industrial employment. The data were analyzed with Structural Equation Modeling (SEM) following a test of measurement model with confirmatory factor analysis. The findings revealed that dimensions of SERVPERF including physical quality, confidence, eagerness and empathy had a positive effect on satisfaction with education. Furthermore, both students' satisfaction levels and attitude towards food and beverage industry had an impact on their intentions to proceed. However, the findings also indicated that the effect of students' attitude towards industry was greater than satisfaction. Finally, analysis for testing the moderation relations revealed that students' attitude towards industry was a moderator in the relationship between satisfaction and intention to proceed. Relying on the findings of current research, it is recommended that similar research studies can be carried out on higher education students or even on current employees in the tourism industry outside Ankara, especially in tourist destinations.

**Keywords:** Secondary education, attendance intention, service quality perception, satisfaction, sector perception, food and beverage training.

## TEŞEKKÜR

Çalıőmamın baőından itibaren yapmış olduğu olumlu yönlendirmelerle beni akademik hayata hazırlayan ve tezimi tamamlamam konusunda büyük katkısı olan danıőmanım Sayın Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR hocama ilk günden itibaren yanımda olduğu için teşekkür ederim.

Ayrıca birincil verilere ulaşmam konusunda desteklerini esirgemeyen okul yönetimlerine ve beni tezimin her kademesinde destekleyen sevgili aileme teőekkürlerimi sunarım.

Sami Nurtaç TURAN

Antalya, 2019

## ÖNSÖZ

Dünyanın en fazla turist karşılayan ülkeleri arasında yer alan Türkiye destinasyonuna yönelik bu talep bir taraftan arzı ve insan kaynağı gereksinimini artırırken diğer taraftan sektördeki insan kaynağının niteliğine verilen önemin de artmasına neden olmuştur. Yiyecek içecek hizmetleri turizm sektöründe gerek iş sahası gerekse insan kaynakları hacmi olarak geniş bir yer tutmaktadır. Bu durum, yiyecek içecek eğitimi önemli bir konu haline getirmektedir. Yiyecek içecek alanında öğrenim gören öğrencilerin aldıkları eğitim ve ileride çalışmayı planladıkları sektör hakkındaki algıları, bu eğitimin amaçlarına ulaşip ulaşmaması konusunda geçerli bilgiler verecektir. Bu kapsamda bu çalışmada öncelikle ilgili literatürdeki çalışmalar incelenmiş, ardından araştırma modelinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkiler test edilmiştir.

Araştırmanın hipotezleri oluşturulurken sektöre ilişkin algılama, algılanan eğitim kalitesi ve alınan eğitimden duyulan memnuniyet bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır. Mesleğe ve/veya eğitime devam etme niyeti ise bağımlı değişken olarak düşünülmüştür. Ayrıca araştırma modeli kapsamında sektöre ilişkin algılamanın memnuniyet ve devam etme niyeti arasında düzenleyici bir rol oynadığı da öngörülmüştür.

Analizler sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde alınan eğitim hizmetine ilişkin kalite algılamasını oluşturan boyutların (fiziksel kalite, güvenilirlik, heveslik ve empati) tamamının memnuniyete; memnuniyetin ve sektör algısının da devam etme niyetine olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın çarpıcı bulgularından biri de sektör algısının memnuniyet ile devam etme niyeti arasındaki ilişkide düzenleyici bir rol oynamasıdır. Bu rol sayesinde sektöre yönelik olumlu algı düştükçe, sektörde kalmak için memnuniyet daha fazla önem kazanırken, aksi durumda (sektör algısının yüksek olduğu durumda) memnuniyetin etkisi azalmaktadır.

Yiyecek ve içecek hizmetleri alanında öğrenim gören öğrencilerin sektöre ve/veya eğitime devam etme niyetlerini etkileyen faktörlerin incelendiği bu çalışmada, öğrencilerin devam etme niyetinin ülke menfaatleri açısından da çok önemli sonuçları olduğunda vurgu yapılmıştır. Şu halde öğrencilerin devam etme niyetleri; verilen eğitimin amaçlarına ulaşması, eğitim kaynaklarının verimli kullanılması, eğitime yapılan yatırımların amacına ulaşması, mezun öğrencilerin istihdamı ve sektörün kalifiye çalışanlara sahip olması bakımından oldukça hassas ve önemli bir konudur.

## GİRİŞ

Türkiye son yıllarda dünyanın en fazla turist karşılayan ilk on ülkesi arasında istikrarlı bir konum elde etmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) istatistiklerine göre 1963 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı 198 bin civarında iken bu sayı; 1980 yılında 1,3 milyon kişiye, 2000 yılında 10,4 milyon kişiye, 2017 yılında 38 milyon kişiye, 2018 yılının Ocak-Ağustos döneminde 2017 yılının aynı dönemine nazaran yaklaşık 5 milyon kişilik bir artışla 27 milyon kişiye erişmiştir (KTB, 2018a; 2018b; 2018c). Küresel bir turizm destinasyonu olarak Türkiye'ye olan talepteki bu artış, bir taraftan turizm işletmeleri arzının büyümesine etki etmiş bir taraftan da bu sektördeki insan kaynağı ihtiyacında sürekli bir artışa neden olmuştur. Öyle ki Türkiye'de 2000 yılında işletme ve yatırım belgeli tesis sayısı 3124 iken bu işletmelerin sayısı 2018 yılı Şubat ayı itibariyle 4854'e yükselmiştir. Aynı tarih itibariyle bu işletmelerin yatak kapasitesi ise 1,2 milyon düzeyine erişmiştir (KTB, 2018d).

Arzdaki büyümenin en önemli yansımalarından biri de sektörde istihdam edilen insan kaynağı sayısındaki artıştır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) 2018 yılı raporuna göre 2018 yılı itibariyle Türkiye turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı istihdam toplamı 2 milyon kişinin üzerindedir. Bu istihdam sayıları ile Avrupa ortalamasının yaklaşık 4 katı olup Türkiye, dünya genelinde turizm sektöründe en fazla işgücü istihdam eden 22. ülke konumundadır (WTTC, 2018:7).

Türkiye destinasyonuna yönelik bu talep bir taraftan arzı ve insan kaynağı gereksinimini arttırırken diğer taraftan sektördeki insan kaynağının niteliğine verilen önemin de artmasına neden olmuştur. Rekabet koşulları, hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti kavramlarını ön plana çıkarmış, eğitilmiş işgücünün de bu noktada stratejik bir öneme sahip olduğu anlaşılmıştır. Turizm eğitimi, turizm sektörünün ülkeye sürdürülebilir bir kalkınma sağlayabilmesi için ülkeler açısından önemli konu başlıklarındandır (Okumuş ve Yağcı, 2005: 90). Turizm eğitimi, sektörü hem doğrudan hem de dolaylı etkilemektedir. Hizmet kalitesini arttırarak elde edilen müşteri memnuniyeti sektörün rekabet gücünü arttırmaktadır (Ayikoru vd., 2009: 191). Turizm eğitiminde istenilen nitelikte öğrencilerin yetiştirilmesi sektörün nitelikli iş gücü sorununu da ortadan kaldıracığından, turizm sektörüne de hizmet kalitesi konusunda ivme kazandıracak ve devamlı müşteriler yaratacaktır.

Bu doğrultuda Türkiye'de turizm sektöründeki seyahat acenteciliği ve turist rehberliğinden, aşçılık ve mutfak sanatları alanına kadar birçok iş ve mesleğe yönelik eğitim programları geliştirilmiştir. Turizm sektörünün ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için çok

geniş ve derinlikli bir turizm eğitim sistemi oluşturulmuştur. Bu sistemin genişliğinin en önemli göstergesi, turizm sektöründeki çok sayıda iş ve mesleğe yönelik kapsamlı bir yelpaze oluşturuyor olması ile değerlendirilebilirken, derinliği de eğitim programlarının ortaöğretim düzeyinden doktora düzeyine kadar aşamalandırılmış olması ile değerlendirilebilir.

Türkiye’deki turizm eğitimi sisteminde en önemli alanlardan biri de yiyecek ve içecek hizmetleri alanıdır. Öyle ki gerek şehir otelciliği konseptinde çalışan konaklama işletmelerinde, gerekse de sayfiye otelciliği konseptinde hizmet veren tesislerde, konaklama hizmetlerinden sonra en önemli hizmet alanını yiyecek ve içecek hizmetleri oluşturmaktadır. Bu durumun en temel gerekçesi konaklama işletmeciliğinin tarihsel misyonunda da gözlenmektedir. Modern otelciliğin ataları olarak kabul edilebilecek gerek Antik Roma dönemindeki Tavern’lerde gerekse de Anadolu topraklarında gerekse Han ve Kervansaraylarda yiyecek ve içecek hizmetleri, konaklama hizmetinin adeta tamamlayıcısı konumunda yer almıştır. Bu durum günümüzde de artan önemi ile devam etmekte olup özellikle 1950’lerden sonra değişmeye başlayan turist davranışlarının da bir sonucu olarak 2000’li yıllara geldikçe yiyecek ve içecek hizmetlerinin başlı başına bir sektör ve bir konaklama işletmeciliği hizmeti olmaktan öteye geçip, “yiyecek ve içecek turizmi”, “gastronomi turizmi”, “şarap turizmi” gibi isimlerle başlı başına bir seyahat motivasyonu, bir turizm türü haline geldiği izlenmektedir. Bu gelişmeler şüphesiz yiyecek ve içecek eğitimi de daha önemli hale getirmiştir.

Türkiye’de yiyecek ve içecek eğitimi genellikle turizm eğitimi sisteminin bir parçası olarak ortaöğretimden itibaren başlamakta olup, bu alanda, formel eğitim piramidinin en üstünde doktora çalışmalarının yapılageldiği, her ne kadar alanla ilgili çalışma sayısı kısıtlı olsa da bu alanda eğitim yapısının da ciddi bir derinliğe eriştiği gözlenmektedir. Ortaöğretim düzeyinde yiyecek ve içecek eğitiminin bugün artık genel bir başlık altında değil uzmanlaşmaya gidilerek; aşçılık, servis, pasta ve tatlı yapımı ve hosteslik gibi uzmanlık dalları haline getirilen (MEGEP, 2018), bu alanlara yönelik eğitim programlarının yükseköğretimde, Aşçılık, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Yiyecek-İçecek Yönetimi gibi isimlerle devam ettiği ve bu alanlarda lisansüstü çalışmaların gerçekleştiği görülmektedir. Böyle bir tablonun oluşmasında şüphesiz sektördeki istihdam ihtiyacının payı büyüktür. Turizm ile ilgili basında yer alan çeşitli sayılara göre; 2015 yılında Türkiye’de yiyecek ve içecek hizmetleri alanında çalışanların sayısının yaklaşık 600 bin kişi olduğu değerlendirilmektedir (Turizm Gazetesi, 2017). Bununla beraber araştırmanın evrenini oluşturan Ankara ilinde konaklama ve seyahat hizmetleri alanı öğrenci toplamı 540 iken, yiyecek ve içecek hizmetleri alanı öğrenci toplamı 4215’tir. Yiyecek ve içecek alanı öğrencilerinin yaklaşık %70’i de mutfak dalını tercih etmektedirler (MTEGM, 2017). Öğrenci sayıları başta mutfak olmak üzere hem alana olan talebi hem de sektörün



ihtiyacını ortaya koymaktadır.

Yiyecek ve içecek alanında eğitilmiş, kalifiye insan kaynağı ihtiyacı ile turizm talebindeki artış arasında şüphesiz doğru orantılı bir ilişki söz konusudur. Diğer bir ifadeyle yiyecek ve içecek eğitiminde meydana gelen gelişmenin en önemli nedenlerinden biri turizm sektöründe meydana gelen olumlu gelişmelerdir. Ancak artan yiyecek ve içecek eğitim olanaklarına ve gelişip çeşitlenen eğitim içeriklerine rağmen, bu alanda ortaöğretim düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin sektöre ve alanda yükseköğretime devam etme eğilimleri tüm eğitim yatırımlarının en hayati aşamasını oluşturmaktadır.

Eğitim; insan üzerine yapılan, orta ve uzun vadeli, maddi ve manevi (sosyal-psikolojik) maliyetleri de olan niteliğe yönelik kapsamlı bir yatırımdır. Öyle ki öğrencilerin eğitimi için yapılan kamu harcamaları bu maddi maliyetlerin sadece bir kısmını oluştururken ailelerin yaptıkları harcamalar; öğrencilerin eğitim almak yerine ücretli bir işte çalışması halinde edinebilecekleri ücret, sosyal güvence, deneyim, kariyerde ilerleme, sosyal statü gibi olası kazanımlardan fedakârlık etmiş olması ve eğitim sürecinde meydana gelen psikolojik maliyetler de ayrı ayrı maddi ve manevi maliyetleri oluşturmaktadır. Öte yandan kamu, aileler ve öğrenciler tarafından katlanılan bu maliyetler sonucunda sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağının sektöre katkı sunmaya devam etmemesi, tüm maliyetlerin üzerine sektördeki büyümeye rağmen nitelikli insan kaynağında zamanla büyüyecek bir açığın da oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu alanda eğitilmiş işgücünün kayda değer oranlarda sektörden uzaklaşmasının, orta ve uzun vadede Türkiye turizm sektörünün hizmet kalitesinde de olumsuz etkilere neden olabilmesi ihtimaller dahilindedir (Cankül, 2016: 130-137). Sonuç olarak bu alanda öğrenim gören öğrenciler için katlanılan, yatırımın maddi ve manevi unsurları ancak öğrencilerin son aşamada turizm ve yiyecek içecek sektöründe doğru biçimde istihdam edilmesinin sağlanması halinde geri dönüş sağlayabilmekte, toprağa büyük zahmetlerle ekilen tohumlar meyvelerini ancak verebilmektedir. Bu geri dönüşler ve karşılıklar turizm sektörü ve dolayısıyla ülke menfaatleri açısından makro düzeyde yaşamsal bir önem arz etmektedir.

Turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin yükseköğretime devam etme niyetlerini araştıran Gürkan (2017), 420 öğrencinin yarısının devam etme niyetinde olduğunu tespit etmiştir. Bununla beraber 130 üniversite öğrencisi üzerinde çalışma yapan Sarı (2010) bu öğrencilerin sadece %23,1'inin meslek lisesinden geldiğini ortaya koymuştur. Nitekim ÖSYM'nin 2018 yerleştirme istatistiklerine göre meslek lisesi mezunlarından YKS'ye başvuran 10.129 adayın 693'ü lisans, 2.105'i ön lisans, 1.069'u ise açık öğretim programlarına yerleşirken, 6.262'si hiçbir yükseköğrenim programına yerleşememiştir (ÖSYM, 2018). Yapılan incelemeler neticesinde devam etme niyetinin beklenen seviyede olmadığı, bununla

beraber devam etme niyeti olanların da üniversiteye yerleşmede istedikleri başarıyı elde edemedikleri görülmektedir.

Lu ve Adler (2009: 79), Jiyang ve Tribe (2009: 13) ve Richardson ve Butler (2012: 275), Çatı ve Bilgin (2013: 45) yaptıkları araştırmalarda; turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre ilişkin algılamaları arasında; ağır çalışma koşulları, aile yaşantısı ile uyumsuzluk, düşük ücret, sektör çalışanlarının olumsuz tutumları gibi görüşlerin varlığından dolayı sektöre devam etme konusunda da olumsuz görüşe sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Ortaöğretim düzeyindeki turizm öğrencilerinin devam etme niyetlerini araştıran Civelek (2014); öğrencilerin öğrenimlerinin ilk iki yılında sektöre karşı olumlu tutumları ve devam etme niyetleri varken son iki yılda devam etme niyetinin azaldığını tespit etmiştir. Atay ve Yıldırım (2008) yaptıkları çalışmada turizm sektöründe öğrenim gören ortaöğretim ve lisans öğrencilerinin sektörün şartlarını bildikleri halde devam etme niyetlerinin olduğunu tespit etmişlerdir. Literatürdeki çalışmaların da gösterdiği gibi sektörün çalışma şartlarının zorluğundan dolayı öğrencilerin ilerleyen yıllarda sektöre karşı olumsuz tutumları artmaktadır. Böylelikle devam etme niyeti azalmaktadır.

Öğrencilerin devam etme niyetleri ile ilgili yapılan incelemede, devam etmeme gerekçesi olarak sektör ile ilgili olumsuzluklar söz konusudur. Devam etme niyeti ile ilgili yapılan araştırmalarda işletmelerde beceri eğitimleri ve staj gibi konular üzerinde durulmuştur. Ancak devam etme niyetinde alınan eğitimle ilgili çalışmalara yer verilmemiştir. Öğrencilerin aldıkları alan eğitimi devam etme niyetinde önemli bir faktör olarak düşünüldüğünden, bu çalışmada sektör algısı ile beraber alınan eğitimin kalitesi ve öğrencilerin eğitimle ilgili memnuniyetleri birlikte ve ayrı ayrı incelenecektir.

Ortaöğretim düzeyinde yiyecek ve içecek öğrencilerinin bu alanda yükseköğretime veya sektörde çalışmaya devam etme niyeti ve gerekçeleri bu çalışmanın araştırma modelinin omurgasını oluşturmaktadır. Literatürde turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin yükseköğretime veya turizm sektöründe çalışmaya devam etme niyetine yönelik kısıtlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada konu çok daha kapsamlı bir biçimde ele alınarak, devam etme niyetine öğrencilerin yalnız sektör algıları perspektifinden değil bu olguya ilaveten almış oldukları eğitime ilişkin değerlendirmeleri perspektifinden de yaklaşım, devam etme niyeti üzerindeki olası etkenlere çok boyutlu bir yaklaşım sergilenerek; literatüre, eğitim camiasına ve sektöre elde edilen bulgular ile katkıda bulunmak hedeflenmiştir.

Çalışmada öğrencilerin devam etme niyeti ile ilişkili olarak almakta oldukları eğitime ilişkin algılanan hizmet kalitesi, bunun bir sonucu olarak bu eğitime ilişkin memnuniyet düzeyleri ölçülerek, bu bulgulara ilaveten yine devam etme niyeti üzerinde etkisi olduğu

düşünülen, yiyecek ve içecek sektörüne yönelik algıları ve bu değişkenler arasındaki olası ilişkiler analiz edilmiştir. Hem alınan yiyecek ve içecek eğitime yönelik algılanan kalite ve memnuniyet faktörü, hem de öğrencilerin yiyecek ve içecek sektörüne yönelik algıları, bu çalışmanın araştırma modelinde devam etme niyetini doğrudan etkileyen olgular olarak kabul edilmiştir. Bununla beraber memnuniyet ve devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolünü ortaya koymak da çalışmanın önem arz eden amaçlarından biridir. Nitekim bu rolün etkisi ile ilgili olarak literatürde hiçbir çalışmaya rastlanılmamıştır. Araştırmanın evreni, örnekleme ve bu amaca özgü metodolojisi sonucunda elde edilen bulgular, ortaöğretim düzeyinde yiyecek ve içecek eğitimi alan öğrencilerin, katlanılan tüm maliyetler karşılığında alanlarında yükseköğretime ve sektöre devam etme niyetleri hakkında belirgin sonuçlar ortaya koymaktadır.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### MESLEKİ TURİZM VE YİYECEK İÇECEK EĞİTİMİ

Bu çalışmada “ortaöğretim düzeyinde yiyecek içecek eğitimi alan öğrencilerin eğitim kalitesi, sektör algısı ve memnuniyetlerinin devam etme niyetlerine etkileri” araştırılmaktadır. Araştırmanın dayandırılacağı bazı temel kavramlar ve tarihsel süreci açıklamak gerekmektedir. Çalışmanın bu bölümünde; eğitim, mesleki eğitimle ilgili temel kavramlar, mesleki eğitimin gelişimi, Türkiye ve Dünya’daki durumu, turizm eğitim programları, mezunlar ve yiyecek-içecek hizmetleri alanı eğitimi ile ilgili genel bilgiler açıklanacaktır.

#### 1.1.Eğitim

Küreselleşme sürecinde bireylerden; sorumluluk sahibi, yaratıcı, değişimlere hızlı ayak uydurabilen, problem çözebilen, kolay iletişim kuran, iş birliğine ve ekip çalışmasına uygun, teknolojiye hakim olabilme gibi özellikler beklenmektedir. Eğitim de insanın bütün yönleri ile geliştirilmesi süreci; sosyal, kültürel, politik, ekonomik boyutları ve işlevleri olan bir sistem olarak kabul görmektedir (Şişman, 2012: 10). Eğitimin amacı tüm bu beklentileri karşılamak, bireyleri bilgilendirerek kariyer planı yapmalarına olanak sağlamak ve çevreleri ile uyumlu üretken bireyler yetiştirebilmektir (Sağdıç ve Demirkaya, 2009: 233). Bu tanımlama turizm eğitiminin geneli için de önemlidir. Turizm eğitimi sektörde faaliyet gösteren başta konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri olmak üzere birçok işletmenin nitelikli işgücü ihtiyacını karşılamaya yönelik yapılmaktadır (Erdinç ve Yılmaz, 2012: 18). Türkiye’de ortaöğretim düzeyinden lisansüstü düzeye kadar devam eden bir derinlikte olan turizm eğitiminde de sorumluluk sahibi, değişime açık, iletişim kurabilen ve problemlere analitik çözümler geliştirebilen, sektörün emek yoğun olması nedeniyle iş birliği yetkinliği olan ve teknoloji ile teması olan bir insan profili geliştirmek, turizm eğitiminin bir ideali olarak kabul edilebilir.

Topluma faydalı nesiller yetiştirebilmek için tüm dünyada kabul görmüş etkili ve önemli araç eğitimidir. Eğitimi veren ve alacak bireyler aynı amaçlar etrafında hazır buldukları zaman eğitim daha etkili ve amacına uygun olmaktadır. Eğitimin bir toplum için önemi tartışılmayacak bir konudur. Bir toplumun geleceğini sağlam temellere oturabilmesi için ülkenin tüm eğitim sistemini çağa uygun hale getirmek gerekmektedir. Çağa uygun eğitimi verebilmek için, teknolojik gelişmeler ışığında hazırlanmış yöntem ve öğrenme ortamlarının iyileştirilmesi ve bu ortamlarda öğretim yapacak öğretmenlerin teknolojik donanımlarının da geliştirilmesi gerekmektedir (Şimşek ve Yıldırım, 2016: 633). Çağa uygun eğitim ortamlarında

yeni yöntem ve teknolojinin derslerde nasıl kullanılacağına kurgulanması gerekmektedir (Morrison vd., 2012: 222).

Sürekli gelişen iş dünyası daha çok bilgi ve beceriye sahip çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilir bir kalkınma modeli kurabilmesi için eğitim stratejik yatırım alanlarından biri olarak ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan eğitim, bir taraftan sosyal devlet kavramının bir fonksiyonu olarak varlık gösterirken, bir taraftan da ülkelerin kalkınması noktasında adeta stratejik bir dinamoyu üstlenmektedir. Günümüzde küresel düzeyde birçok farklı ekonomik alanda üstünlük sağlamayı başaran ülkelerin, temel rekabet faktörü olarak uzun yıllardan beri eğitime ve eğitilmiş insanlara yatırım yapmış oldukları görülmektedir.

Eğitim ile ilgili en önemli kavramlardan biri de “etkili okul” kavramıdır. Etkili okul, öğrencilerin en iyi şekilde verim alabilecekleri okullardır. Etkili okulu oluşturan insanlar, yöntemler ve süreçlerin etkileşimidir. Bu yapı, okul ve öğrenci gelişimindeki boyuta etki yaparak öğrenci memnuniyetini artırır (Balcı, 2013: 43). Ülkelerin eğitimde hizmet kalitesine yaklaşabilmesi etkili okul kavramını da yönetim anlayışlarına dahil etmelerinden geçmektedir. Okulları bir bütün olarak tüm faktörleriyle incelemek ve kalite yolunda yönetmek iş dünyası ve ülke ekonomisi açısından faydalı olmaktadır. Turizm eğitimi çerçevesinde de etkili okulların gelişimi sektörün sürdürülebilir başarıyı yakalamasında hayati bir önem taşımaktadır. Turizm, yapısı itibarıyla uygulamalı bir bilim dalı olup, turizm eğitiminin içerikleri doğrudan sektörde, pratik sahada karşılık bulmak durumundadır. Diğer bir ifadeyle, turizm eğitiminin içerikleri sektörde pratik karşılıklar bulduğu sürece nitelik kazanmakta, bunu başaran okullar etkili okul olarak değerlendirilebilmektedir. Bu açıdan turizm eğitiminde, öğretmenler ve öğrencilerin etkileşimi kadar bu iki kesimin sektörle dinamik bir etkileşim halinde olması da önemlidir. Turizm sektörü yapısı itibarıyla küresel düzeyde rekabetçi bir kimliğe sahiptir ve teknolojik yeniliklerden çok çabuk etkilenmektedir. Bu nedenle sektörün küresel rekabette varlığını sürdürebilmesi için sadece ulusal düzeydeki değil küresel düzeydeki değişimleri de takip etmesi ve yakalayabilmesi gerekmektedir. Küresel düzeyde meydana gelen yeniliklerin de yerelde icra edilebilir hale gelmesinde eğitim olgusu etkin bir faktör konumundadır. Dünyada meydana gelen yeniliklerin bir taraftan turizm eğitimi camiası tarafından takip edilmesi bir taraftan sektör tarafından takip edilmesi ve değişimlerin zorunlu kıldıkları yeteneklerin, eğitimler yoluyla yetiştirilen insan kaynağına aktarılabilmesi gerekmektedir. Bunun başarılması, turizm eğitiminde de etkili okulların gelişimi için gerekli ve zorunlu bir konudur.

Eğitim ve ğretim faaliyetleri toplumun ihtiyaçları ve hedef kitlenin özelliklerine göre Őekillenmektedir. Toplumun gelişimi ve refahı, ancak eğitimi bireylerin iş dünyasına girmesiyle mümkündür. Bu hedef hem genel eğitimin hem de mesleki eğitimin uyum içerisinde yürütülmesi ile doğru orantılıdır. Bu noktada hayat boyu ğrenme (HB) kavramı da son yıllarda önemi ile dikkat çeken bir kavramdır. Hayat boyu öğrenme, bireyin “beŐikten mezara kadar” tüm yaŐamındaki eğitimini içermektedir. HB eğitimi sadece okul ve örgün öğrenimle sınırlamadan, evde, işte, sokakta, hayatın içinde ve hayatla birleŐen bir öğrenme sistemidir (Ay, 2015: 1-6). HB ile eğitimin artık her bireyin hiçbir ayırım veya engel olmadan ulaŐabileceđi bir sistem haline dönüŐmesi amaçlanmaktadır.

HB aynı zamanda turizm eğitimi ile de sistematik bir biçimde bütünleŐtirilmesi gereken bir kavramdır. Daha önce de ifade edildiği gibi, turizm işletmelerinde rekabet yalnız yerel düzeyde gerçekleŐmemektedir. Bir turizm işletmesi bir taraftan en yakınındaki rakipleri ile rekabet etmeye gayret ederken, bir taraftan da dünyanın başka bir yerinde yenilikler ortaya koyan işletmeler ile rekabet etmektedir. Günümüzün medya-iletişim ve ulaşım teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, dünyayı çok daha küçük bir yaşam alanı haline getirip bilginin yayılım hızını azami düzeye ulaŐtırdıđı gibi, bireylerin destinasyonlara erişim hızını da olağanüstü seviyelere yükseltmiŐtir. Bugün Roma’daki ya da Hong Kong’daki bir yiyecek-içecek işletmesinde uygulanmaya başlayan bir yenilik, kısa bir süre sonra Türkiye’de de talep edilir hale gelmektedir. Bu durum bir taraftan işletmeleri sürekli yenilenmeye, sarsıcı bir dinamizme mecbur kılarken, öte yandan da çalışanları bu değişime uyumlu olmaya mecbur kılmaktadır. Bu nedenle dünyanın herhangi bir yerinde ortaya çıkan yenilikler, yerel işletmeler tarafından da karŐılaŐtırılmakta, aynı zamanda işletmeler bu yeniliklere uygun hizmeti sunacak insan kaynakları bulmaya veya geliştirmeye çalışmaktadır. HB’nn mesleki turizm eğitimi açısından stratejik önemi de tam bu noktada ortaya çıkmaktadır.

HB, bireylerin sadece kişisel gelişimi ve çağa ayak uydurması ile ilgili bir kavram olmayıp, aynı zamanda bireylerin kariyerleri için de olanaklar oluŐturmaya çalışan bir kavramdır. HB, küresel düzeyde meydana gelen mesleki değişimlerin ve yeniliklerin zorunlu kıldığı ađdaŐ nitelikleri, yerel insan kaynaklarına sunmak için de kullanılan önemli bir enstrümandır. Bunun için çok sayıda örnek verebilmek mümkündür. Barista mesleği (kahve ve kakao barmeni) ve kültürü ile ilgili son yıllarda meydana gelen gelişmeler, bu durumun en önemli ve en canlı örneklerinden biridir. İtalya’da doğan ve gelişen, Espresso temelli Barista kültürü ve pozisyonu günümüzde Türkiye’de de bir meslek, pozisyon haline gelmiş ve bir kültür olarak gelişme yolundadır. Türkiye’de uzun yıllardan beri yiyecek-içecek işletmelerinde veya konaklama işletmelerinin yiyecek-içecek departmanlarında çalışan bazı kişiler son yıllarda

Barista eğitimi almaya gayret etmektedirler. Bu durum mesleki eğitimin de hayat boyu sürdürdüğünün ve HBÖ'nün çalışma mekanizmasının en çarpıcı örneklerinden yalnızca biridir.

## **1.2. Mesleki ve Teknik Eğitim, Turizm Eğitimi ve Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı Eğitimi**

Eğitim sürecini programlar olarak ele alındığı zaman eğitimi genel eğitim ile mesleki ve teknik eğitim olarak ikiye ayırmak mümkündür. Temel eğitimini tamamlayan öğrenciler, gelecekle için kendilerine birtakım sorgulamalar yaparak bir karar verme aşamasına gelirler. Verdikleri bu karar mesleklerinin en azından temel gidişatına şekil verir. Meslek, kişilerin sadece kendilerinin değil, başkalarının da faydalanacağı ve karşılığında kazanç elde edilen önemli bir kavramdır (MTEGM, 2019b). Ortaöğretim seviyesine gelip, eğitim tercihini yapan bir öğrenci, bu tercihinden sonra ağırlıklı olarak seçmiş olduğu genel veya mesleki eğitimi almaktadır. Ortaöğretim düzeyinde mesleki eğitimin kısa zamanda iş hayatına atılma, belli uzmanlık alanları oluşturma, istihdam imkânı yaratma gibi işlevleri sayesinde gerek bireylere gerekse iş dünyasına katıları bulunmaktadır.

Eğitim sistemindeki yapısal değişiklikler ve yeni tanımlamalar mesleki eğitim, turizm eğitimi ve yiyecek içecek eğitimi için de geçerli olmaya başlamıştır. Karşılıklı bu iyileştirme ile beraber güncel ve verimli bir program haline gelen mesleki eğitim de eğitimin bir evresi haline gelmiştir. Artık eğitimin örgün yapısında akademik ve bilimsel konularla beraber yaşamın pratik kısmına yönelik bilgiler de yer almaktadır (Yıldırım ve Şahin, 2015: 77). Sadece mesleğe değil de yaşamın tüm alanlarına nüfuz etmek mesleki eğitim kavramını genişletmiş, güncelleştirmiş ve tüm insanlara yaygın hale getirmiştir.

Mesleki ve teknik eğitim, ekonominin daha küresel bir hale geldiği dünyanın getireceği olası sorunlara karşı bireylerin potansiyellerini geliştirerek karşı koyabilecek en etkili araçtır. Genel eğitim sistemi tek başına sürdürülebilir bir kalkınma için gerekli eğitim ve öğretimi gerçekleştiremez. Mesleki ve teknik eğitimin yüzü hem okul hem iş tüm hayata dönük olduğu için bireylerin bütün yaşamının tamamlayıcı bir parçasıdır (Yıldırım ve Çarıkçı, 2017: 204; Demir ve Şen, 2009: 39). Mesleki eğitim, sadece belli alanlarda uzmanlığı değil aynı zamanda başarıyı da destekleyecek, iş hayatında başarıya ve ilerlemeye yönelik tutum ve davranışları da öğretir. Örgün eğitimle, yaygın eğitimle veya mesleki sertifikasyon sistemiyle mesleki bilgi ve becerilerini belgelendiren kişiler hem olması gereken pozisyonlarda çalışacak hem de kazanmaları gereken geliri kazanacaklardır. Ancak üzerinde durulması gereken konu verilecek mesleki eğitimin niteliğidir. Dünya genelindeki küreselleşmenin etkisiyle, rekabetin, kamu ve özel denetimin artması, insanların eğitim ve ekonomik seviyelerinde olan yükselme ve teknolojinin ulaşılabilirliğiyle insanların kalite beklentisi giderek artmaktadır. Bu beklenti ile

Türkiye'deki duruma bakıldığında; Türkiye'de mesleki eğitim ile istihdam arasındaki fonksiyonel ilişki oldukça zayıftır. Mesleki eğitimini tamamlamış bireyler sektörün beklediği niteliklere tam olarak sahip değilken, sektördeki işletmelerin nitelikli çalışan arayışı da her geçen gün artmaktadır (Erden Özsoy, 2015: 173). Türkiye'deki mesleki eğitim sisteminde nitelikten çok niceliğe odaklanılmış durumdadır. Buna en güzel örnek yıllardan beri var olan genel eğitim içerisindeki payının %65'lere getirilme gagesidir. Bunun yerine mevcut öğrencilerin alan hakimiyetleri, becerileri, mesleki yeterlilikleri ve yaşam becerilerinin artırılması mesleki eğitimi olması gereken amaca yaklaştıracaktır. Bu sebeple mesleki eğitimde odaklanılacak konu, mesleki eğitimin girdilerinin kalite sorunlarıdır (Özsoy, 2013: 181).

Casanova ve arkadaşları (2014: 2) mesleki eğitimi, spesifik bir mesleğe ve iş alanına girilebilmesi için bireylere yetenek temelli yeterlilikleri kazandırmaya yönelik eğitici içerikler olarak tanımlamıştır. Mesleki eğitimin temel yapısını bireylere bir meslek alanında bilgi, pratik, beceri ve alışkanlıklar kazandırmak ve mesleki alandaki yeteneklerini birçok yönden geliştirmeye çalışmak oluşturmaktadır. Mesleki eğitim bireyi alanında uzmanlaştırma çabasının yanında, bireyin kişisel gelişimini de destekleyen bir eğitim sürecidir (Ulus vd., 2015: 168). Mesleki eğitimde teorik bilginin sınanması ve davranış değişikliğinin sağlanması mesleki eğitimin amaçları arasındadır. Doğal olarak uygulamalardaki strateji ve teknikler eğitimin niteliği açısından önem arz etmektedir (Yıldırım ve Işıldak, 2018: 2). Mesleki eğitim bu yönüyle toplumun geneline fayda sağlayan bir eğitim öğretim süreci olmaktadır. Ancak mesleki eğitimle ilgili bu açıklamaları yaparken, Türkiye'nin sürekli gelişebilmesi için donanımlı meslek lisesi mezunlarına olan ihtiyacının bilincinde olmasına karşın mesleki eğitimdeki nitelik ve nicelik yetersizliklerinin varlığı da bir gerçektir (Erden Özsoy, 2015: 177). Mesleki eğitimde öğrencilere verilecek eğitimin güncel ve yeterli olması, öğrencilerin kaliteli bir eğitim almasına yardımcı olacak; alınan bu kaliteli eğitimin de öğrencilerin iş ve kariyer planlarına doğrudan etki eden bir faktör olarak öğrencilerin geleceklerini şekillendirecektir (Morkoç ve Erdönmez, 2018: 58-59).

Genel olarak mesleki eğitim ile ilgili tanımlar incelendiğinde, kavramın, belirli bir mesleğin öğrenilmesi için gereken bilgiyi aktarma, yetenekleri kazandırma ve sonuç olarak bireyi toplum içerisinde nitelikli bir donanıma eriştirmeye yönelik uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. İşletme açısından mesleki eğitime bakıldığında; işletme faaliyetleri devam ederken işletmenin içinde ya da dışında işletmenin bilgisi dahilinde veya işletmenin organize ettiği eğitimlerdir. Bu eğitimler genellikle işgörenin çalıştığı alanın uzmanlığı ile ilgili ya da kişisel gelişim ile ilgili konulardır. Turizmde mesleki eğitim ise; mesleğin temel prensiplerinden farklı disiplinlerine kadar, sektörün ihtiyaç duyduğu mesleki formasyonu teorik



ve pratik bir şekilde veren bir eğitimidir (Üzümcü ve Alyakut, 2017: 70). Mesleki eğitim ve turizm eğitimi için yapılan bu tanımı mesleki eğitimin bir parçası olan yiyecek-içecek eğitimi için de uyarlayabilmek mümkündür. Ancak bu uyarlamayı sağlıklı bir biçimde yapabilmek için, yiyecek-içecek eğitimimin mesleki eğitim şemsiyesi altında nerede yer aldığını tespit etmek gerekmektedir.

Yiyecek-içecek eğitimi genel olarak mesleki eğitim sistemi içerisinde, turizm eğitimi sisteminin alt sistemi konumundadır. Çünkü dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de yiyecek-içecek eğitimi daha çok turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere yönelik olarak kurgulanmıştır. Turizm sektöründe yiyecek-içecek faaliyetleri hem doğrudan yiyecek-içecek işletmelerinde gerçekleşmekte, hem de yiyecek-içecek hizmeti sunmak konaklama işletmelerinin de bir fonksiyonu olduğu için her iki işletme türünde de yiyecek-içecek alanında insan kaynağına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu nedenle yiyecek-içecek eğitimi bir taraftan turizm sektöründe faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerine ve yiyecek-içecek hizmeti sunan konaklama işletmelerine insan kaynağı yetiştirirken bir taraftan da turistik mahiyeti olmayan yiyecek-içecek işletmelerine de insan kaynağı sağlamak gibi ikincil bir misyona sahiptir. Genel mesleki eğitim içerisinde mesleki turizm eğitimi sistemi altında yer alan yiyecek-içecek meslek eğitimi, kendi içerisinde de çok sayıda alt sistemden oluşmaktadır. Bu sistemleri ortaöğretim düzeyinde yiyecek-içecek eğitimleri ve yükseköğretim düzeyindeki yiyecek-içecek eğitimleri şeklinde iki ana gruba bölmek mümkündür. Bu grupların altında da bulaşikhane personeli eğitiminden, barista eğitimine, restoran yöneticiliği eğitiminden, mutfak yöneticiliği eğitime kadar farklı tür ve seviyelerde çok sayıda programın mevcut olduğu bilinmektedir.

Tüm bu programların münferit amaçları olmasına rağmen, tümünün genel amacı yiyecek-içecek üretimi ve servisi yapan organizasyonlara çeşitli niteliklerde insan kaynağı yetiştirmek olarak tanımlanabilir. Çünkü sektörün eğitim konusunda, sektör çalışanlarının mesleki bilgi ve tecrübelerinin artırılması ve yeni işgörenlerin eğitilmesi gibi iki önemli sorunu bulunmaktadır (Aymankuy vd., 2013: 107). Yiyecek içecek eğitiminin bu açığı kapatması beklenmektedir. Mesleki eğitim ile ilgili olarak yapılan genel tanımlardan hareketle, yiyecek-içecek mesleki eğitimi; “Mesleki yiyecek-içecek eğitimi, birincil düzeyde turizm sektörüne, ikincil düzeyde ise yiyecek-içecek üretimi ve servisi yapan tüm organizasyonlara insan kaynağı yetiştirmek amacıyla; sektöre ilgi duyan bireylere gerekli mesleki yetenek, bilgi ve nitelikleri kazandırmak için gerçekleştirilen faaliyetlerdir.” şeklinde tanımlamak mümkündür.

Turizm sektörü özellikle uluslararası ziyaretçilerin taleplerini karşılayabilmek için nitelikli insan kaynağı arzını arttırmak zorundadır (Educaiton First, 2012: 4). Turizm sektöründe önemli bir yere sahip olan yiyecek içecek departmanındaki nitelikli personel eksikliği,

turizm işletmelerinde kaliteli hizmetin sunulmasını zorlaştırmaktadır. Türkiye’ de bu alanda eğitim olanaklarının sayısının fazla olmasına karşın, mezunların alan dışına yönelmesi sektörde sorun yaratmaktadır (Üzümcü ve Alyakut, 2017: 68).

Uygulanacak mesleki eğitimin hizmet sektörü geneli ve yiyecek-içecek işletmeleri özeli için de ayrı bir önemi mevcuttur. Hizmetlerin heterojenlik özelliği gereği, sanayi üretimde olduğu biçimde; otomasyon ile üretilip sunulması, tek tipleştirilmesi, her hizmet karşılaşmasında aynı memnuniyet etkisinin oluşturulabilmesi imkansıza yakındır. Öyle ki hizmetlere yönelik memnuniyet algısı temelde hizmet alanın deneyiminden etkilendiği gibi, hizmet sunucusunun sunum kalitesinden de etkilenmektedir. Hizmet alanın geçmişteki bireysel tecrübelerine etki etmek mümkün olmasa da hizmet sunucusunun sunumu standardize edilerek belirli bir memnuniyet seviyesini yakalamak hedeflenmektedir. Ancak, hizmeti sunan birey her gün aynı fiziksel ve ruhsal sağlıkta olmayabileceği gibi, sunum performansı üzerine etkisi olan çok sayıda faktör de her gün aynı olumlu etkide olmayabilir. Öte yandan aynı hizmet, sunucudan sunucuya da ciddi farklar arz edebilir. Bu noktada hizmet sektörü genelinde olduğu gibi yiyecek-içecek hizmetlerinin üretimi ve sunumunda da çeşitli standartlar ve kurallar bütünü oluşturulmaya çalışılmaktadır. Yiyecek-içecek hizmetlerinden oluşacak memnuniyeti arttırmak için, bu hizmetlerin sunumunda belirli kural, standart, sistematik ve ritüellerin belirlenmesi, sunucular için üniformaların geliştirilmiş olması, yiyecek-içecek hizmetlerinin tarihi kadar eski bir amaçtır. Hatta günümüzde dünya çapında bilinen İngiliz, Fransız, Rus ve Amerikan servis sistemlerinin geliştirilmesinde de en önemli gerekçelerden birisi hizmetlerin standardize edilmesidir. Bu standardizasyon hedefi, yiyecek-içecek hizmetleri sektörünün doğuşundan günümüze kadar evirilerek devam etmektedir. Bugün yiyecek-içecek alanındaki mesleki eğitimin temellerinin önemli bir kısmının da aslında belirli standartlar oluşturmak amacıyla olduğunu söylemek mümkündür.

Ortaöğretim düzeyinde mesleki eğitimin, yükseköğrenime devam ve sektörün nitelikli iş gücünü karşılamak gibi iki önemli amacı bulunmaktadır. Ortaöğretim düzeyinde eğitim öğretim veren kurumların kuruluş amaçları ve bölge yapıları incelendiğinde ağırlıklı olarak yerel sektörlerle uygun mesleki alanlarda öğrenim verilmektedir. Bu tespitler ortaöğretim düzeyindeki mesleki eğitimin daha çok sektöre yönelik olduğunu göstermektedir. Bu noktada sektör yöneticileri sektörle olan uyumun sağlanmasının hayati önem arz etmekte olduğunu belirtmişlerdir (Atik, 2017: 490). Bu bağlamda Türkiye’deki duruma bakıldığında, mesleki eğitime yatırım yapılmakta ancak sektörlerdeki hızlı ilerlemelere göre bu yatırımlar yetersiz kalmaktadır. Yine ülke genelindeki genel eğitime olan talebin fazlalığı, mesleki eğitime karşı olumsuz tutum mesleki eğitiminden yeterli verimin alınamamasını beraberinde getirmektedir.

Türkiye’deki eğitim sisteminde mesleki eğitim bireylerin tercih ettiği yaş durumlarına göre örgün veya yaygın olmak üzere her yaş seviyesine hitap etmektedir.

Mesleki eğitim, Milli Eğitim Bakanlığı, üniversiteler ve sektörün ortak odaklanmaları gereken önemli bir konudur. Mesleki eğitimin maliyeti genel eğitime oranla daha yüksektir. Mesleki eğitim çok farklı alanlarda uzmanlık gerektirdiğinden, gelişmiş ülkelerde mesleki eğitimin paydaşları arasında devlet ve özel eğitim kurumları, sektör temsilcileri ve liderleri, üniversiteler, meslekler ile ilgili tüm sivil toplum kuruluşları ve topluluklar bulunmaktadır. Eğitimde etkinlik ve verimliliğin temel kıstası sanayi ve okul arasında uyum ve amaç birliğidir. Çünkü eğitimin asıl amacı, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişme ile beraber bireyleri mutlu etmektir. Eğitim verilen kitlenin sorgulayan, araştıran ve hevesli bireyler olması amaçlanmaktadır (Bolat, 2016: 1-2). Eğitimin etkin ve verimli olması, mesleki turizm eğitimi açısından da dikkate değer bir kıstas oluşturmaktadır. Öyle ki çeşitli düzeylerdeki turizm eğitiminin, turizm sektörünün istihdam uygulamalarında karşılık görmesi ve mesleki turizm eğitimi almış olan bireylerin sürdürülebilir bir biçimde istihdamı mümkün oluyor ise bu durum, eğitimin etkin ve verimli olduğu noktasında kısmen bir fikir verebilir. Ancak mesleki turizm eğitiminin etkinliği, daha çok eğitimin içeriğinin sektöre uyumlu olması, sektörde karşılık bulması ile değerlendirilebilecek bir kavramdır. Teorik ve pratik eğitim arasındaki fark öğrencilerin yeteneklerinin turizm sektörünün gerçeklerine uyumsuz olması sonucunu doğabilmektedir. Bu durumun, bazı öğrencilerin kendilerini sektör için yetersiz olarak algılayıp bunu kişisel bir zorluk olarak algılamalarına ve sektöre devam etmeme eğilimi sergilemelerine neden olabilmesi muhtemeldir. Öte yandan teorik eğitim ile pratik uygulamalar arasındaki farklar, öğrencilerin gerçekten sektörde varlık göstermelerini, tutunabilmelerini ve sonuç olarak sektöre devam etme niyetini besleyebilmelerini de olumsuz etkileme ihtimali içermektedir.

### **1.2.1. Türkiye’de Mesleki ve Turizm Eğitiminin Tarihi Gelişimi**

İnsanlar kendi hayatlarını kolaylaştıracak birtakım ihtiyaçları karşılamak için sürekli yeni bilgi ve beceriler öğrenmiş ve bunları kendisinden sonra gelen nesillere de aktarmıştır. Yeni gelen her nesil bir önceki nesilden edindikleri bilgi ve becerileri geliştirerek kendinden sonra gelenlere aktarmıştır. Bu aktarım sayesinde sanat ve ustalık gerektiren meslekler usta çırak ilişkisi içerisinde yüzyıllardır süregelmektedir. Turizm sektörünün özellikle yiyecek içecek alanında sanat ve ustalık gerektiren meslekler örgün ve yaygın eğitimle beraber usta çırak ilişkisi ile de öğretilmektedir.

Türkiye’deki mesleki eğitimin tarihi Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet dönemi olarak açıklanmakla birlikte eski Türk toplumlarında da önemli bir yer tutmaktadır. Mesleki eğitimin temelini oluşturan ilk ciddi adımlar Anadolu Selçuklu döneminde kurulan ahilik sistemidir (Akyüz, 2013: 5). Ahilik, usta-çırak ilişkileri çerçevesinde özellikle küçük esnafın gençlere uyguladığı bir eğitim sistemidir. Bu eğitim sistemi geleneksel kalıplara dayalı, kesin kuralları olan lonca sistemine göre daha kapalı bir yaygın eğitim sistemidir. Şimdiki iş ahlakı ve mesleki eğitimin temelleri bu kurallar ışığında oluşturulmuştur. Ancak Osmanlı’da yaşanan ekonomik sorunlar ahilik sisteminin daha fazla çalışmasına müsaade etmemiştir. Bu sistemin yerine daha modern ve profesyonel olan loncalar devreye girmiştir (Hezer, 2008: 24-26). Loncalarda da ahilikte olduğu gibi eğitimini tamamlayan kalfalara törenle kuşak bağlanarak usta olduğu ilan edilir. Kalfaların usta olmadan o sanat veya meslekle ilgili iş yeri açmasına müsaade edilmemektedir. Genel anlamda ustalık ve sanat gerektiren mesleklere ahilik daha çok etik ilkeler üzerine katkı sağlarken, loncalar bu ilkelerle beraber daha çok teknik konularda katkı sağlamıştır. O dönemlerin tüm mesleklerinde olduğu gibi yiyecek-içecek gibi hizmetin sunumu ve üretimin aynı anda gerçekleştiği mesleklerde de özellikle de aşçılık mesleğinde etik ve teknik kalıplar oturmaya başlamıştır.

Sanayi devrimi ile Osmanlı da sanayide ve ekonomide reformlar yaparak yeni fabrikalar kurmuştur. Ancak kurulan fabrikalarda çalışacak alanında uzman, yenilik ve teknolojiye uygun çalışanlar bulma konusunda sıkıntı yaşamaya başlamıştır. Yaşanan bu sıkıntı sonrası daha önceleri loncalar tarafından yürütülen mesleki eğitim, daha modern okullar tarafından verilmeye başlanmıştır (Yıldırım ve Şahin, 2015: 83-84). Gelişen sanayiye ve teknolojiye göre fabrikalar kurulmaya başlandıkça, alanında uzman çalışanlara daha fazla ihtiyaç doğmuştur. Ekonomik piyasada varlığını sürdürmek isteyen ülkeler, alanında uzman, yenilik ve teknolojilere uygun çalışanlar için mesleki eğitime daha fazla önem vermeye başlamışlardır. Cumhuriyet’ten önce mesleki eğitim daha çok belediyeler ve valilikler gibi yerel yönetimler tarafından çıraklık eğitimi modeliyle yürütülmüştür. Her ne kadar “ıslahhane” adı altındaki sanat okullarında mesleki ve teknik eğitim verilse de o dönemlerde mesleki eğitim, devletin genel eğitim politikaları arasında yer bulamamıştır (Demir ve Şen, 2009: 42). Cumhuriyet öncesi mesleki eğitim ağırlıklı olarak ahi birlikleri, loncalar ve sanayi devrimi sonrasında kurulan okullar aracılığıyla yaygın eğitim olarak yürütülmüş, dönemin iş gücüne oldukça büyük katkı sağlamıştır.

Cumhuriyet dönemi mesleki ve teknik eğitimde önemli değişikliklerin ve reformların gerçekleştiği bir dönemdir. Bu reformlardan en radikal adım “Tevhidi Tedrisat Kanunu” dur (Yıldırım ve Çarıkçı, 2017: 206). Atatürk mesleki ve teknik eğitimin yaygınlaştırılması için

özel ilgi göstermiş, teşvik ve destek çalışmaları yapmıştır. 1 Mart 1922 tarihli TBMM 3. Yasama yılı açılış konuşmasında “Bir yandan cahilliğin kaldırılması ile uğraşırken diğer yandan da memleket çocuklarını sosyal hayat ve ekonomide fiilen etkili ve yararlı kılabilmek için gereken basit bilgileri uygulamalı bir biçimde vermek yöntemi eğitimimizin temelini oluşturmalıdır” sözüyle mesleki ve teknik eğitimin önemini vurgulamıştır. Aynı konuşmada Atatürk; ortaöğretimin amacının ülkenin ihtiyaç duyduğu çeşitli hizmet ve sanat elemanları yetiştirmek olduğunu da vurgulayarak Milli Eğitime mesleki ve teknik eğitim olarak yön vermiştir (Yıldırım ve Şahin, 2015: 81).

Türkiye’de mesleki turizm eğitimin temelleri de 1960’lara kadar dayanmaktadır. 1960’lar aynı zamanda dünya turizm hareketleri ve Türkiye turizm tarihi için de önemlidir. Çünkü bu dönem dünya genelinde “kitle turizmi” hareketleri ile birlikte “modern turizm” in doğduğu, aynı zamanda Türkiye’de turizmin ilk kez Bakanlık düzeyinde temsil edildiği döneme denk gelmektedir. Her ne kadar 1963 yılında Türkiye’de turizm Bakanlık düzeyinde temsil edilir düzeye erişmiş olsa da mesleki turizm eğitiminin yaygınlaşması uzun yıllar almıştır. Mesleki turizm eğitiminin gelişiminde önemli bir dönemeç de 1980’li yıllardır. Bu yıllarda uygulanan ekonomi politikaları çerçevesinde 1982 yılında çıkarılan 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nu Türkiye’de turizm sektörünü etraflı bir biçimde şekillendiren, ülke turizminin çağ atlamasına imkan verecek zemini oluşturan en önemli yasal düzenlemedir. Bu yasal düzenleme ile Türkiye’de büyük çaplı turizm yatırımları yapılmaya başlanmış, yapılan yatırımlar, artan talep olarak karşılık görmüş, gelişen arz-talep dinamiği sektörün ihtiyaç duyduğu insan kaynağı sayısını arttırmıştır. Öte yandan 1980’lerden sonra işletmecilik anlayışında, medya, iletişim, bilgi işlem ve ulaşım teknolojilerinde meydana gelen devrim niteliğindeki değişimler mesleki turizm eğitime yönelik nicel talebe bir de nitel boyut eklemiştir. 1980’li yıllardan günümüze kadar geçen süreçte bir taraftan devlet bir taraftan eğitim sektöründeki özel girişimciler mesleki turizm eğitimi veren kurumlara yatırım yaparak sektörün insan kaynağı ihtiyacını karşılamaya çalışmışlardır. Ancak nicelik artışıyla beraber eğitimin niteliğinde de bir takım zorunlu değişimler gerçekleşmiştir. Önceleri genel düzeyde sunulan mesleki turizm eğitiminin zaman içerisinde uzmanlaşma çerçevesinde daha spesifik hale gelmeye başladığı, çeşitli branşlaşmaların ortaya çıktığı ve her branşta birbirinden farklı nitelikte ve donanımda insan kaynağının yetiştirilmeye çalışıldığı bir eğitim mimarisi ortaya çıkmıştır. Böylece mesleki turizm eğitimi branşlar bazında yatay biçimde bir çeşitlenme göstermiş, farklı pozisyonlar için farklı nitelikte eğitim içerikleri oluşturulmuştur. Eğitimin niteliğinde meydana gelen diğer bir değişim ise dikey yönlüdür. Önceleri sadece ortaöğretim veya yükseköğretim düzeyinde sunulan turizm eğitimi bugün ortaöğretim düzeyinden başlayıp lisansüstü düzeylere kadar

devam eden bir derinlik kazanmıştır. 2000’li yıllar itibariyle Türkiye’de mesleki turizm eğitimi hem yatay olarak (alan ve dallar) genişlemiş, hem de dikey olarak (ortaöğretimden doktora) derinleşmiştir. Öyle ki Türk eğitim sisteminde birçok mesleğe yönelik olarak bu kapsamda bir eğitim mimarisi bulunmadığı gibi gelişmiş turizm ülkelerinin çoğunda da bu kapsamda bir mesleki turizm eğitimi yapısı olmadığı düşünülmektedir. Öte yandan bugün Türkiye’deki 206 üniversitenin neredeyse tamamında en azından ön lisans düzeyinde turizm eğitiminin veriliyor olması da yükseköğretim düzeyinde mesleki turizm eğitiminin yaygınlığı hakkında önemli bir fikir vermektedir.

### **1.2.2. Türkiye’de Mesleki ve Turizm Eğitiminin Yapısı**

Türkiye’de eğitim-öğretim anaokulu, ilkokul, ortaokul, lise, lisans ve lisansüstü şeklinde kademeli olarak sıralanmaktadır. Bu sıralamadan lise öğreniminin mesleki ve teknik bölümü araştırmanın evrenini oluşturduğundan bu bölüm üzerine yoğunlaşmak gereklidir. Mesleki ve teknik eğitim sanayi ve hizmet sektörlerine nitelikli çalışanlar yetiştirdiğinden, ülke ekonomisine doğrudan destek vermektedir. Mesleki ve teknik eğitimin etkili ve verimli olması ekonomiyi dolayısıyla ülke menfaatlerini doğrudan etkileyecektir.

Türkiye’de mesleki eğitimin büyük bir bölümü örgün öğrenimle yapılmaktadır. 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu’yla özellikle Almanya’da uygulanan mesleki eğitim modeli olan ikili model (dual model), Türkiye’deki meslek liselerine entegre edilmeye çalışılmıştır. Bu model okul-işletme iş birliğini destekleyen, teorik bilgilerin okulda, uygulama ve pratik eğitimlerin de işletmelerde edinilmesini sağlayan bir modeldir. Bu model ile sektörün ihtiyaçlarına daha fazla cevap verilmesi amaçlanmaktadır (Aksoy, 2017: 77).

Türkiye’de son dönemlerde mesleki eğitimle ilgili yapılan en önemli çalışma “Türkiye Mesleki ve Teknik Eğitim Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2014-2018” adlı çalışmadır. Bu çalışmada 22 sorun alanı tespit edilerek, bu sorunların iyileştirilmesine yönelik çözüm önerileri sıralanmıştır. Bu sorunlar mesleki ve teknik eğitime erişim, mesleki ve teknik eğitimde kapasite, mesleki ve teknik eğitimde istihdam olarak üç ana başlık altında toplanmıştır. Mesleki ve teknik eğitimle ilgili sorunlardan en dikkat çeken sektörün, bölgenin ve istihdam olanaklarının araştırılmadan alanların açılmasıdır. Bir diğer önemli sorun ise atölye ve laboratuvarların yetersizliği olarak ön plana çıkmaktadır (MEB, 2014a: 43-47). Araştırmada mesleki ve teknik eğitim almış mezunların işsizlik oranları karşılaştırıldığında 2002 yılında %14, 2007 yılında %12 ve 2012 yılında ise %10,1 olarak tespit edilmiştir. Yıllar itibariyle işsizlik oranları azalmasına rağmen oranlar ortalamaların üzerinde olup, bu rakamlar mezunların alanlarında devam etmediklerinin bir başka göstergesidir (MEB, 2014a: 31). Bu oranlar tüm mesleki

alanlarda olduğu gibi turizm alanını da yakından ilgilendirmektedir. Turizm ve yiyecek-içecek sektöründeki işletmeler alanında uzman kişilere sürekli ihtiyaç duyarken işsizlik oranlarının bu kadar yüksek olması mezunların devam etme niyetleri ile ilgili bir sorunu işaret etmektedir. Halbuki turizm eğitiminin amacı, sektörün ihtiyaç duyduğu mesleki formasyonu vermek, turizm alanındaki kamu ve özel sektörün ihtiyaç duyduğu ara kademe, araştırmacı, planlayıcı ve yöneticileri sağlamaktır (Avcıkurt ve Yıldırım, 2016: 157). Mezunların sektörde çalışmaması, turizm eğitiminin amaçlarına ulaşip ulaşmadığını veya daha verimli bir şekilde nasıl ulaşacağı sorularını ortaya çıkarmaktadır.

Turizm sektörü artık daha küresel hale geldiğinden, yiyecek ve içecek işletmeleri de dünya görüşüne sahip, alanında uzman, kişisel gelişime önem veren eğitimli çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Turizm yapısı gereği disiplinler arası bir konu olduğundan ekonomi, toplum ve çevre bilimi, siyaset gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Turizm eğitimi de bu faktörlerin çatısı altında daha da önemli bir konuma gelmektedir (Freyer vd., 2011:173). Nitekim yiyecek içecek işletmeleri böyle çalışanları ararken kendi işletme ve iş süreçlerini de çağın gerektirdiği şekilde tasarlanıp, hizmet kalitesini en iyi seviyelere çıkarmaya çalışmaktadır. Ancak alt yapı yatırımları ne kadar iyi yapılırsa yapılsın eğitimli ve donanımlı çalışanlarla desteklenmediği sürece işletmelere bir fayda sağlamamaktadır (Erbaş vd., 2013: 1151). Bu sonuçlar turizm sektöründe ve eğitiminde verimliliği yakalayabilmenin koşulu olarak, serbest, yaygın ve örgün eğitim gibi tüm eğitim programlarından, sürekli hizmet içi eğitimlerden yararlanmanın kaçınılmaz olduğunu ön plana çıkarmaktadır.

Morkoç ve Erdönmez (2018: 40) mesleki eğitimi; toplumun, özellikle iş hayatının aradığı nitelikteki insan gücünü yetiştirmek için örgün ve yaygın olarak gerçekleştirilen bilgi ve beceri kazanımları eğitimi olarak tanımlamıştır. Türkiye’de meslek ve turizmi eğitim; serbest öğrenme, yaygın eğitim ve örgün eğitim olmak üzere üç ana bölümden oluşmaktadır.

### **1.2.2.1. Serbest Öğrenme**

Örgün ve yaygın eğitim kurumlarında verilen eğitimle edinilmeyen bir amaç veya niyet olmaksızın serbest olarak kazanılan öğrenmeden, bilinçli ve niyetlenmiş öğrenmeye kadar deneyime dayalı her türlü öğrenmedir (MEB, 2014a: 15). Serbest öğrenme ile kişilerin ilgi ve merakları canlanarak bilinçli ve niyetlenmiş öğrenmeye geçmeleri daha da kolaylaşacaktır. Turizm destinasyonlarında ikamet eden insanların turizm ile ilgili hiçbir eğitim almadan dahi birçok bilgiye sahip olması serbest öğrenmenin en güzel örneklerindedir. Bununla beraber turizm sektöründe sıkça duyulan “çekirdekten yetişme” kavramı ile anlatılan eğitim geçmişi de aslında serbest öğrenmenin bir örneğidir.

Yiyecek-içecek alanında özellikle mutfağa ilişkin meslekleri öğrenmenin servise yönelik işlere nazaran daha uzun soluklu bir süreç olması, mutfağa yönelik işleri daha kıymetli hale getirmiştir. Bu durumun ortaya çıkmasında Herşey Dahil sistemi ve bunun bir getirisi olarak Açık Büfe uygulamalarının da etkisi büyüktür. Açık büfe uygulaması ile birçok turizm işletmesinde servis personelinin niteliğine yönelik ihtiyaç azalmış, eski usulde, İngiliz, Fransız, Rus servis usulleri gibi uluslararası servis sistemlerini bilen, alkol ürünlerinden anlayan özel bilgi ve tecrübelerle donanmış servis personeline olan ihtiyaç yok denebilecek düzeye gerilemiştir. Bu durum servise ilişkin işleri bir meslekten çıkarıp niteliksiz bir iş olarak algılanır hale getirmiştir. Ancak “Herşey Dahil Sistemi” mutfak personelinin niteliğini de olumsuz etkide bulunmuş olsa da mutfağa yönelik çalışmalar halen bir meslek olarak algılanmakta ve kıymetli kabul edilmektedir. Turizm sektöründe mutfak departmanında yönetici konumuna gelmiş olan 40 yaş üstü çalışanların önemli bir çoğunluğunun serbest öğrenme geçmişine sahip olduğu, kendi tabirleriyle “çekirdekten yetişme” oldukları görülmektedir. Bu durum yakın geçmişe kadar turizme yönelik yaygın ve örgün mesleki eğitimin yeterince geniş kitlelere ulaşamamış olduğunu da işaret etmektedir.

#### **1.2.2.2. Yaygın Eğitim**

Örgün eğitime uygun olmayan veya hiç girmemiş kişiler için ise yaygın eğitim yoluyla eğitim verilir. Yaygın eğitim programları, HBÖ stratejileri doğrultusunda bireyleri kişisel ve mesleki olarak yetiştirir. Bununla birlikte mesleğinde ilerlemek isteyenler ile yeni bir meslek kazanmak isteyenlere ise ilgi, istek ve yeteneklerine uygun bilgi ve beceriler edindirir. Yaygın eğitim çerçevesinde gerek uzaktan gerekse yüz yüze olarak genel ve mesleki eğitimler verilmektedir. Bazen de iş yerleri kendi çalışanlarına iş başı eğitim vermektedir. İş başı eğitimleri çalışan personel açısından oldukça verimli ve iş yerine olan bağlılığı güçlendiren eğitimlerdir. Bu eğitimleri vermek isteyen işyerlerini başta İŞKUR olmak üzere birçok kurum maddi olarak da desteklemektedir. Bu eğitimlerin sonunda eğitim alan personel, bu kurumlar tarafından da sertifikalandırılmaktadır. Bu sistem sayesinde çalışan personel hem eğitimlere hem de işine daha sıkı sarılmaktadır. Ancak Türkiye’de yaygın eğitim çerçevesinde çalışanlarına iş başı eğitimi veren turizm işletmelerinin sayısı oldukça kısıtlıdır. İnsan kaynaklarına bu tür yatırımların daha çok kurumsal turizm işletmeleri tarafından yapıldığı görülmektedir. İş başı eğitimi konusunda şehirdeki turizm işletmelerinin sayfiye bölgelerindeki turizm işletmelerinden daha hevesli oldukları bilinmektedir. Bu durumun en önemli sebeplerinden biri, sayfiye bölgelerindeki turizm işletmelerinde daha baskın bir biçimde hissedilen mevsimsellik etkisi nedeniyle insan kaynağında istikrarın yakalanamamasıdır. Öyle



ki özellikle Antalya ve Muğla gibi deniz-kum-güneş destinasyonlarında, turizm sezonunun henüz 12 aya yayılamamış olması, birçok işletmeyi sezon sonunda faaliyetlerini durdurmaya zorlamaktadır. Bazı oteller bu dönemde tüm personelini işten çıkarırken, bazı oteller personeli dönüşümlü olarak çeşitli sürelerle izne göndermekte (askıya almakta) ve çekirdek kadro ile çalışmaktadır. Ancak insan kaynakları açısından da sürdürülebilir istihdamın sağlanamadığı oteller, uzun vadeli kariyer planı yapılabilecek işletmeler olarak algılanmamaktadır. Bu nedenle turizm sektöründe işgören devir hızı (turn-over) çok yüksek oranlarda seyretmektedir. Bu sene çalıştırmış olduğu personelin önemli bir kısmını gelecek sezonda istihdam edemeyeceğini düşünen işletmeler de iş başı eğitimlerini geri dönüşü olmayan bir yatırım olarak görmekte ve iş başı eğitimlerine karşılığı olmayan bir maliyet olarak bakmaktadırlar. İŞKUR gibi kurumlar tarafından yer yer ücretsiz olarak da gerçekleştirilen bu eğitim uygulamalarının sektörün genelinde layıkıyla karşılık bulduğunu söylemek güçtür. Öte yandan sertifikalı yaygın eğitim faaliyetlerinin diplomalı turizm sektörü çalışanları açısından da olumsuz bir etki oluşturabildiği görülmektedir. Turizm sektöründe görev yapabilmek için alan ile ilgili okullardan mezun olmanın şart olmadığı bilinmektedir. Bu nedenle alandan diplomalı eğitim alan bireylerin de hak ettiği önemi görmedikleri söylenebilir. Bu tablo da eğitilmiş insan kaynağının sektöre devam etmemesinde önemli sorunlardan biridir.

Türkiye’de mesleki ve teknik eğitimi yaygın eğitim yoluyla İŞKUR, halk eğitim merkezleri, belediyeler, meslek odaları ve birlikleri, meslek dernekleri, 5580 sayılı kanunla kurulmuş özel öğretim kursları gibi çok sayıda kuruluş vermektedir. Bununla beraber İŞKUR, KOSGEB, Kalkınma Ajansı ve Ulusal Ajans gibi birçok kuruluş, kendi çağrılarına uyan programları maddi olarak desteklemektedir.

Türkiye’de yaygın turizm eğitimi yiyecek ve içecek hizmetleri, konaklama ve seyahat hizmetleri ve eğlence hizmetleri olarak üç alanda verilmektedir. Bu alanlara ait mesleklerin bazıları şunlardır: Aşçı, aşçı çırağı, aşçı yardımcısı, baklava yapımı, bar komisi, barmen, bulaşıkçı, pasta yapımı ve sunumu, pastacı, pastane çırağı, pastacı yardımcısı, pide yapımı, pizza yapımı, servis, servis elemanı (MEB, 2018).

Yaygın eğitim sistemindeki işbaşı eğitimine daha önce de bahsedildiği gibi sayfiye bölgelerindeki turizm işletmelerinin bir kısmı geri dönüşü olmayan bir maliyet olarak baksa da bu konuda çalışanların tutumu, işletmelerin tutumundan daha farklıdır. Özellikle örgün mesleki turizm eğitim geçmişi olmayan turizm çalışanlarının İŞKUR, KOSGEB, Kalkınma Ajansları gibi kurum ve kuruluşlar tarafından verilen eğitimleri takip etme konusunda istekli oldukları görülmektedir. Bilhassa bu kurslar sayesinde verilen sertifikalar, bir taraftan turizm sektörü geçmişi olmayan potansiyel insan kaynaklarına turizm sektöründe istihdamın kapılarını

açarken, bir taraftan da çekirdekten yetişme, alaylı çalışanların niteliklerini belgelendirmesine yardımcı olmaktadır. Her ne kadar mesleki turizm eğitimi muazzam bir genişlik ve derinliğe ulaşmış olsa da bu tedrisattan geçen öğrencilerin dikkate değer bir kısmının turizm sektöründe çalışmaya devam etmiyor olması, turizm sektörünün eğitilmiş insan kaynağı açığının kapanmasına imkân vermemektedir. Yaygın eğitim kurumları da misyonları itibariyle tam olarak bu açığı kapatmak için destek sağlayan organizasyonlar olarak varlıklarını sürdürmektedir. Konuya daha farklı bir açıdan bakılırsa, bilhassa kamu kaynakları ile mesleki turizm eğitimi gören öğrencilerin, ağırlıklı olarak sektörel kaynaklı olmak üzere çeşitli sebeplerle turizm sektöründe çalışmaya devam etme niyetinden uzaklaşması, bir taraftan katlanılan maliyetlerin zayı olmasına neden olurken öte yandan da yine kamu kaynaklarına ayrı bir maliyete neden olarak yaygın turizm eğitimi maliyetini doğurmaktadır. Yaygın turizm eğitimi kurumları ile her ne kadar turizm ile ilgili hiçbir geçmişi olmayan kişilerin de nitelikli hale getirilmesi hedeflense de Türkiye’de turizm eğitimi veren kurumların ve bu eğitimi almış veya almakta olan öğrencilerin niceliği dikkate alındığında, halen bu tür kurumlara ihtiyaç olması önemli bir sorunun da işareti olarak görülmelidir.

Yiyecek ve içecek hizmetleri alanının özellikle mutfak ve pastacılık dallarında yaygın eğitim kapsamında kamu ve özel kurumların kurslarına da talep oldukça fazladır. İŞKUR’un açtığı meslek edindirme kurslarının hemen hemen her çağrısında mutfak dalı mevcuttur. Pastacılık bu kurslarda da ikinci sırada gelmektedir. Mutfak ciddi bir farkla daha çok tercih edilmektedir. Yapılan kurs çağrılarında da mutfak kontenjanı daha yüksek verilmektedir. Kamu kurumları ile birlikte bir takım vakıf ve dernekler, meslek birlikleri ve özel öğretim kursları da mutfak eğitimi konusunda düzenli olarak kurslar vermektedir. Özel meslek edindirme kursları arasında da mutfak önemli bir yerdedir. Bununla beraber son dönemlerde mutfağın kısa süreli daha çok hobilere yönelik (suşi, cupcake, şeker hamurundan kurabiye yapımı vb.) kursları revaçtadır.

### **1.2.2.3. Örgün Eğitim**

Örgün eğitim, belirli yaş gruplarındaki bireylere okul çatısı altında verilen düzenli eğitimidir. Örgün eğitim; okul öncesi, ilkökul, ortaokul, ortaöğretim (lise) ve yükseköğretimi kapsamaktadır. Ortaokulu tamamlayan her birey ortaöğretime devam etmek zorundadır. Ortaöğretim genel, mesleki ve teknik olmak üzere dört yıllık okulları kapsamaktadır (MEB, 2014a: 15). Örgün mesleki eğitimde, öğrenenlerin yaşlarına uygun olarak ortaöğretim ve yükseköğretim düzeylerinde okullarda formel bir eğitim verilmektedir. Ülkemizde mesleki ve teknik eğitimin öneminin giderek arttığı MEB’in geliştirdiği projelerde ve eğitimle ilgili

planlamalarında açıkça görülmektedir. Bu projelerden bazıları “Mesleki ve Teknik Eğitimin Kalitesinin Geliştirilmesi Projesi (METEK)”, “Mesleki ve Teknik Eğitimi Geliştirme Projesi (METGE)” ve “Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi (MEGEP)”dir. (MEB, 2018).

Örgün eğitimde mesleki alanlar açılırken okulun açılacağı bölge ve ülkenin genel ihtiyaçları göz önünde bulundurulmaktadır. Ortaöğretimde bölgesel ihtiyaçlar daha baskınken yükseköğretimde ülke ihtiyaçları da aynı oranda baskındır. Öğrenciler yaş itibarıyla başka bölgelere yükseköğrenim yapmaya gidebileceklerinden ihtiyaçlar daha ulusal ve uluslararası düzeyde hesaplanmaktadır. Turizm sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri devamlılığı istihdam edilecek personelin niteliğiyle yakından ilgili olduğundan, personelin nitelikleri ve gelecek beklentileri oldukça önem kazanmıştır. Bu da Türkiye’de ortaöğretimden lisansüstüne kadar okulların açılmasını sağlamıştır (Üzümcü vd., 2015: 181). Turizm ve otelcilik ile ilgili olarak Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde aşağıdaki tabloda da belirtilen alan ve dallarda eğitim verilmektedir (Tablo 1.1).

**Tablo 1. 1 Türkiye’de Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Verilen Alan ve Dallar**

Alanlar	Dallar
Yiyecek ve içecek hizmetleri	Aşçılık
	Servis
	Pasta ve tatlı yapımı
	Hosteslik
Konaklama ve seyahat hizmetleri	Ön büro
	Rezervasyon
	Operasyon
	Kat hizmetleri
Eğlence hizmetleri	Animatörlük
	Çocuk animatörlüğü

**Kaynak:** MEGEP, 2018 ([http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/Diger/54\\_ALAN-200\\_DAL.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/Diger/54_ALAN-200_DAL.pdf), erişim tarihi: 05.11.2017)

Turizm alanında öğrenim gören öğrenciler 9. sınıfta ortak dersler ile tüm Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde aynı dersleri alırlar. 10. sınıfa geçerken alan yerleştirme ile ilgili yönergelere göre okul tarafından yönlendirilir ve girmek istediği alanlar listelenir. Daha sonra alanın puan kriterleri doğrultusunda öğrenci uygun olduğu alana yerleştirilir. 11. sınıfa geçerken eğer okulda o alana ait birden fazla dal varsa alan seçimindeki sıralama ve yerleştirme burada da uygulanır. 11 ve 12. sınıfta uzmanlaşacağı dalda öğrenim gören öğrenci yoğunlaştırılmış eğitim veren okullarda 10 ve 11. sınıfın yaz tatillerine, diğer okullarda ise 12. sınıfta haftada 2 gün okul 3 gün işletmelerde mesleki eğitim olarak beceri eğitimlerini tamamlarlar. 4 yıllık ortaöğretimi başarıyla tamamlayan öğrenciler mezun olduklarında

“Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi” diploması ve öğrenim gördüğü alanda “iş yeri açma belgesi” alır. Alınan “iş yeri açma belgesi” aynı zamanda öğrenim görülen mesleğe ait ustalık belgesinin sahip olduğu tüm haklara sahiptir (MTEGM, 2019). Mezuniyet ile elde edilen bu belgeler sayesinde öğrenci iş hayatına çok daha güçlü başlayacaktır. Öğrenim hayatına yükseköğretimde devam etmek isteyen öğrenciler ise 4 yıllık meslek yüksekokullarına girerken ek puan olarak yükseköğretime daha kolay yerleşebilmektedirler (Yazgan, 2018: 49). Örgün öğretimde verilen tüm bu belgeler mezunların “devam etme niyeti”ni güçlendirmesi beklenen faktörler olarak “devam etme niyeti” bölümünde de irdelenecektir.

Turizm sektöründeki gelişme ile son yıllarda turizm eğitimi, lisans ve yüksek lisans seviyesinde de nicelik ve nitelik olarak artmaktadır. Bu bağlamda üniversiteler akademik kurullar oluşturur ve sektörün ihtiyacı olan nitelikli ve bilgili kişileri yetiştirmeye odaklanan mesleki programlar geliştirir. Geliştirilen bu programlarla da mesleki ve akademik odak arasındaki dengeyi temel alır (Wattanacharoensil, 2014: 9). Lisans düzeyinde turizm eğitimi 1970’li yıllarda başlamıştır. Ancak kısa zamanda başlangıç düzeyi olan mesleki odaklanma programlarından çeşitli ve daha geniş eğitim sunan programlara geçilerek turizm eğitiminin yelpazesi genişletilmiştir (Jafari ve Xiao, 2016: 1). Türkiye’de turizm eğitimi ise özellikle ön lisans, lisans ve lisansüstü seviyelerinde hemen hemen her ildeki üniversitelerde verilmektedir. Bu programlar da dünyadaki örneklerinde olduğu gibi sektöre yönelik mesleki ve akademik çalışmalar yürütmektedir.

Turizm eğitiminin üniversitedeki alanları ile ilgili ÖSYM verilerinden elde edilen çalışma neticesinde, ortaöğretimde 3 ana alanda (eğlence, konaklama-seyahat ve yiyecek-içecek) verilen eğitimlerin üniversitedeki ön lisans ve lisans programları Tablo 1.2’de verilmiştir. Bu tabloda ön lisans ve lisans seviyesindeki aynı veya yakın alanlara yer verilmiştir. Ortaöğretimden mezun öğrenciler Tablo 1.2’deki lisans programlarına ek puan olarak yerleşmektedir. Bununla beraber lisans programları arasında mesleki ve teknik ortaöğretim mezunları için ayrılan kontenjanlar (M.T.O.K.) sayesinde ilgili alan mezunları öncelikli olarak yerleştirilmekte, boş kontenjan kalırsa diğer okul türlerinden öğrenci alınmaktadır (ÖSYM Tercih Kılavuzu, 2018: 527-571).

**Tablo 1. 2 Turizm ile İlgili Alanlardan Mezun Olanların Kendi Alanlarındaki Ön Lisans ve Lisans Programları**

Alanlar	Ön lisans	Lisans	Lisans (M.T.O.K.)
<b>Eğlence hizmetleri</b>	Kültürel Miras ve Turizm Otobüs Kaptanlığı Turist Rehberliği Turizm Animasyonu Turizm ve Otel İşletmeciliği Turizm ve Seyahat Hizmetleri	Rekreasyon Yönetimi Turizm İşletmeciliği	Rekreasyon Yönetimi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Turizm İşletmeciliği
<b>Konaklama ve seyahat hizmetleri</b>	Aşçılık Gemi Aşçılığı İkram Hizmetleri Kültürel Miras ve Turizm Otobüs Kaptanlığı Sağlık Turizmi İşletmeciliği Turist Rehberliği Turizm Animasyonu Turizm ve Otel İşletmeciliği Turizm ve Seyahat Hizmetleri	Konaklama İşletmeciliği Konaklama ve Turizm İşletmeciliği Otel Yöneticiliği Rekreasyon Yönetimi Seyahat İşletmeciliği Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Turizm İşletmeciliği Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Turizm Rehberliği Turizm ve Otel İşletmeciliği	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Rekreasyon Yönetimi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Turizm İşletmeciliği
<b>Yiyecek ve içecek hizmetleri</b>	Aşçılık Gemi Aşçılığı Gıda Teknolojisi İkram Hizmetleri Kültürel Miras ve Turizm Otobüs Kaptanlığı Sağlık Turizmi İşletmeciliği Turist Rehberliği Turizm Animasyonu Turizm ve Otel İşletmeciliği Turizm ve Seyahat Hizmetleri Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Çay Tarımı ve İşleme Teknolojisi Endüstriyel Tavukçuluk Et ve Ürünleri Teknolojisi Gıda Kalite Kontrolü ve Analizi Kümes Hayvanları Yetiştiriciliği Meyve ve Sebze İşleme Teknolojisi Süt ve Ürünleri Teknolojisi Un ve Unlu Mamuller Teknolojisi (Değirmencilik) Yağ Endüstrisi Zeytincilik ve Zeytin İşleme Teknolojisi Et ve Ürünleri Teknolojisi	Gastronomi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Konaklama İşletmeciliği Konaklama ve Turizm İşletmeciliği Mutfak Sanatları ve Yönetimi Seyahat İşletmeciliği Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Turizm İşletmeciliği Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Turizm Rehberliği Turizm ve Otel İşletmeciliği Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Rekreasyon Yönetimi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Turizm İşletmeciliği

**Kaynak:** ÖSYM Tercih Kılavuzu, 2018: 527-571.

Tablo 1.2’de turizm eğitimi genelinde yiyecek ve içecek hizmetleri alanından mezun olan öğrencilerin gidebilecekleri programlar incelendiğinde, ön lisansta 23 farklı program bulunmaktadır. Türkiye’de hemen hemen tüm bölgelerde bu alanlardan bir veya birkaçı bulunmaktadır. Yine aynı şekilde lisans programlarının çeşitliliği ve M.T.O.K. kontenjanları ile lisans öğreniminin de cazip ve ulaşılabilir olduğu görülmektedir. Bu durum ortaöğretim

öğrencilerinin alanında yükseköğretime devam etmeleri için önemli bir motivasyon oluşturmaktadır. Sonuç olarak yiyecek-içecek alanından mezun olan öğrenciler için eğitim ve devamında sektör olanakları mevcuttur. Alana devam etmek isteyen öğrenciler kendilerine uygun programlara ulaşabilmektedirler.

### **1.2.2.3.1. Örgün Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alanı Eğitimi**

Yiyecek ve içecek hizmetleri turistlerin tatil davranışını gerçekleştirme ve tekrarlama konusunda oldukça öneme sahiptir. Nitekim yapılan bazı çalışmalar (Cömert, 2014; Bekar ve Belpınar, 2015) destinasyona ait mutfak kültürünün ürünü olan yiyecek içecek çıktılarının turistlerin tatil deneyiminde etkileri olduğunu göstermiştir. Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de özellikle yiyecek-içecek alanındaki mutfak ile ilgili derslerin eğitimi, sektörün beklentilerini tam olarak karşılayabilmek amacıyla uygulamalı olarak yapılır (Çarbuğa vd., 2018: 14).

Yiyecek-içecek bölümü turizm eğitimi alanlar için iki açıdan önem arz etmektedir. Bunlardan birincisi eğitim almış olanların istihdam olanaklarının olması, ikincisi ise otel müdürlüğüne giden yolda yiyecek-içecek bölümünde çalışmış olmanın önemli bir yere sahip olmasıdır. Konuya otel işletmeleri açısından bakıldığında ise, mezunlar potansiyel yiyecek-içecek personeli olarak görülmektedir (Özdemir vd., 2005: 2).

Yiyecek ve içecek hizmetleri alanı, insanların temel ihtiyacı olan beslenme ile doğrudan ilgilidir. Bu sebepten oldukça önemli ve popüler bir alandır. Alan eğitiminin temel amacı insanların yeme içme ihtiyaçlarının karşılanmasına dayanmaktadır. Alanın alt dallarından olan mutfak dalı ve pasta ve tatlı yapımı dalı; yiyeceklerin beslenme ilkelerine, hijyen kurallarına ve gastronomi kurallarına uygun olarak hazırlanmasını ifade etmektedir. Hazırlanan bu yiyecekler servis edilecek yere ve kitleye göre farklılık göstermektedir.

Hazırlanan yiyeceklerin ve içeceklerin misafirlere sunulması ise servis dalının konusu içerisinde yer almaktadır. Bu dalda öğrenciler yiyecek ve içeceklerin belli kurallara göre servis edilmesini öğrenmektedir. Hosteslik dalında ise yiyecek ve içeceklerin, uçak, tren veya otobüs gibi ulaşım araçlarında servisi söz konusudur. Hosteslik dalında yiyecek ve içecek servisinin dışında ulaşım aracının türüne göre bazı ek hizmetler de hosteslik dalında öğrencilere öğretilmektedir.

Yiyecek ve içecek hizmetleri alanı ortaöğretim seviyesindeki turizm eğitiminde en çok tercih edilen alandır. 2017 yılında Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü’nden alınan sayılara göre Ankara ilinde tüm alanlar (44 alan) arasında yiyecek ve içecek alanı 6. sırada, turizm eğitimi ile ilgili 3 alan arasında da 1. sıradadır. Yiyecek ve içecek hizmetleri alanına ait dallarda öğrenim gören öğrenci sayıları da aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir.

**Tablo 1. 3 Ankara’da Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alanı ve Dallarında Öğrenim Gören Öğrenci Sayıları**

Dal	Sayı	%
Hosteslik	50	1,18
Mutfak	2000	47,45
Pastacılık ve Tatlı Yapımı	325	7,71
Servis	290	6,88
Dal yok	1550	36,78
<b>Toplam</b>	<b>4215</b>	<b>100,00</b>

**Kaynak:** MEB Mesleki ve Teknik Eğitimi Genel Müdürlüğü (2017a).

Tablo 1.3’te de görüldüğü üzere Ankara ilinde yiyecek ve içecek hizmetleri alanında en çok tercih edilen dal %47,45 ile mutfak dalıdır. 10. sınıfta öğrenim gören öğrenciler %36,78 ile ikinci sırada yer almaktadır. Alanın genel dağılımına bakıldığında bu öğrencilerin de büyük bir bölümünün mutfak dalını seçeceği tahmin edilmektedir. Bu konuda anket uygulaması yapılırken okul öğrencileri ve öğretmenleri ile yapılan görüşmelerdeki yorumlar da bu doğrultudadır. Diğer dallar sırasıyla, pastacılık ve tatlı yapımı %7,71, servis %6,88 ve en az tercih edilen %1,18 ile hosteslik dalıdır. Sonuçlardan da anlaşıldığı üzere yiyecek içecek alanına ve yapılan bu çalışmaya daha çok mutfak ve gastronomi öğrencileri yön verecektir.

Öğrencilerin yiyecek-içecek eğitimleri ile ilgili algılamalarının ve memnuniyetlerinin devam etme niyetini etkileyeceği düşünüldüğünden eğitimin içeriği ve sunumu da önemlidir. Yiyecek ve içecek hizmetleri alanındaki müfredat gerek akademik ve kültür derslerinden gerekse teorik ve/veya uygulamalı meslek derslerinden oluştuğu için yoğun ve karmaşık bir programa sahiptir. Bu yoğunluk hem ortaöğretimde hem de yükseköğretimde mevcuttur. Müfredatın bu halde olması öğrencilerde akademik ve/veya mesleki olarak ilerlemeyi zorlaştıracaktır. Bu karmaşanın üstesinden gelinemediği durumlarda eğitime karşı olumsuz bir algı oluşacaktır. Alan eğitiminin her yönüyle öğrencilerin ilgilerini çekecek bir müfredatta hazırlanması ve sunulması; bununla beraber eğitimin içeriği hazırlanırken öğrencilerin sektörde zorlanıp mesleklerinden soğumayacakları şekilde, sektör ihtiyaçlarına göre hazırlanması öğrencilerin eğitime olan ilgilerini arttıracaktır.

Özellikle ortaöğretim aşaması öğrencinin meslek ile tanıştığı ilk aşama olabildiğinden bu aşamada öğrencilerin almış oldukları eğitimler öğrencilerin yeteneklerinin bu alanda yeterince iyi olmadığını, mesleğin yetenekleri ile örtüşmediğini ortaya çıkarabilir. Bu aşamadaki yanlış uygulamalarla öğrencinin yaşayacağı başarısızlıklar devam etme niyetini olumsuz etkileyebilecektir. Bu yaş öğrencileri için işletmelerde beceri eğitimi veya staj da önemli bir konudur. Stajların öğretici katkısı kadar yıldırıcı etkisi de olabilir. Staj dönemlerinde,

öğrencilerin küçük sayılabacak yaşta çalışması, zorlu iş koşullarına dahil olması, sektörde genç yaşta zorluklar ile mücadele etmesi gibi sorunlar eğitim hayatında yaşayacağı konular arasındadır. Bu konular da öğrencilerin devam etme niyetini olumsuz yönde etkileyebilir.

Yiyecek-içecek eğitimi verilirken öğrencilerin mesleğe olan ilgi, istek ve bağlılığını zedeleyecek olumsuzlukları önceden görüp gerekli tedbirleri almak öğrencileri olumlu yönde teşvik edecektir. Bu sonuç ile hem öğrenciler eğitimini aldıkları alanlarda istihdam edilecek, hem sektör aradığı personele ulaşmış olacak hem de eğitim için katlanılan maddi manevi maliyetler yerine ulaşmış olacaktır.

### 1.3. Dünya’da Turizm Eğitiminin Yapısı

Modern turizm hareketleri özellikle 2. Dünya Savaşı’ndan sonra 1950’ler civarında görünürlük kazanmaya başlamıştır. Öyle ki 1950 yılında kendi ülkesinden bir başka ülkeye tatil için giden turist sayısı yalnız 25 milyon kişiden oluşurken 2017 yılında bu sayı 1.3 milyar kişiye ulaşmış, bu kitlenin oluşturduğu turizm harcaması düzeyi 1.3 trilyon USD’lik bir ekonomik büyüklük ortaya çıkarmıştır. Öte yandan 2017 yılı turizm verileri itibariyle tüm dünyadaki 10 meslekten birinin bir şekilde turizm sektörü ile ilgili olduğu, dünya Gayri Safi Yurtiçi Hasılası toplamının %10’unun turizm sektöründen kaynaklı olduğu, dünya geneli ihracatının %7’sinin, hizmet ihracatının ise %30’unun turizm sektörü sayesinde gerçekleştiği bilinmektedir (UNWTO, 2017: 2; UNWTO, 2018: 2-3).

Dünyadaki tüm ülkelerde mesleki ve teknik eğitimin veriliş biçimi turizm eğitime de yansıtacağından, turizm eğitimi bu alandaki gelişmelerden doğrudan etkilenir. Ülkeler mesleki ve teknik eğitimin önemine dikkat çekmek ve geliştirmek için ciddi ve etkili toplantı ve oluşumlar gerçekleştirmişlerdir. Mesleki ve teknik eğitimin kalitesinin ve performansının artırılması için Avrupa Birliği (AB) 2002 yılında Kopenhag deklarasyonunu yayınlamıştır. Bunu takiben, Maastricht (2004), Helsinki (2006), Bordeaux (2008), Bruges (2010) gibi toplantılarla AB’de mesleki eğitimin farkındalığı ve çekiciliği arttırılmaya çalışılmıştır. AB’nin ortaya koyduğu stratejik planda da 2015-2020 dönemi mesleki eğitim stratejileri yer almaktadır. AB’deki çalışmalara benzer olarak Jamaika (Jamaica National Training Agency, 2017), Brezilya (Portela, Souza vd., 2015) Hollanda (Niche, 2010), Kenya (Nyerere, 2009) ve Finlandiya (Kyrö, 2006) düzenli olarak mesleki eğitim sistemlerini yapılandırma çalışmalarında bulunmuşlardır. Günümüzde ise AB, ILO, OECD gibi uluslararası kuruluşlar gerek kamu gerekse özel sektörde mesleki ve teknik eğitimin gelişmesi için çalışmalar yapmaktadırlar (EU, 2017; Orhan, 2018: 84-96). Mesleki ve teknik eğitimdeki çalışmalar



turizm eğitimini de doğrudan ilgilendirdiğinden özellikle turizm gibi küresel bir mesleki eğitim konusunun da bu çalışmalardan olumlu bir biçimde faydalandığı düşünülmektedir.

AB Komisyonu'nun eğitim alanında belirlediği beş hedefin ikisi turizm eğitimini doğrudan etkilemektedir. Bu iki hedef; okul-sektör yaklaşmasının sağlanması ve yeni bilginin kazanılmasının desteklenmesidir. Avrupa'daki eğitim sistemi incelendiğinde özellikle turizm eğitiminin düzenli olarak güncellenmekte olduğu görülmektedir. Son yıllarda Fransa, İtalya, Danimarka ve Finlandiya mesleki turizm eğitimindeki kaliteyi geliştirmek, yeni eğitim öğretim metotlarını denemek ve okul-sektör bağına daha iyi sağlamak adına çeşitli reformlar yapmaktadır (Doğan, 2017: 26-27). Dünya'da ilk resmi turizm eğitimi 1893 yılında İsviçre'de "Ecole Hoteliere de Lausanne-EHL" kurulan okul ile başlamıştır. İkinci okulun da İsviçre'de kurulması başta Amerika olmak üzere Avrupa ülkelerine örnek teşkil etmiştir (Denk ve Koşan, 2017: 62). AB üye ülkelerinin turizm eğitimi veren kurumları incelendiğinde, genellikle ortaöğretim ve yaygın eğitim kapsamındaki meslek kursları seviyesinde yoğunlaşmakta olduğu görülmektedir. Türkiye'de ise bu yoğunlaşma daha çok yükseköğretim düzeyinde yaşanmaktadır (Üzümcü vd., 2015: 184).

Dünyanın en başarılı mesleki eğitim uygulamaları arasında Almanya ve Japonya'da uygulanan mesleki eğitim sistemleri gösterilmektedir. Japonya ikinci dünya savaşından sonra gelişen endüstrisi için Almanya'daki mesleki eğitim sistemini örnek alarak kendi sistemini oluşturmuştur (Uçar ve Özerbaş, 2013: 243). Çin 1978 yılından sonra yaptığı reform sayesinde uluslararası turizm hareketlerine hız kazandırmıştır. Bu hareketlenmenin ardından aynı yıl ilk turizm okulu olan Jiangsu İl Turizm Okulu (Jiangsu Provincial Tourism School) kurularak turizm eğitime resmi olarak başlanmıştır. Kısa bir süre sonra turizm eğitimi 2011 yılında 2.208 enstitü ve 1.083.335 öğrenci sayısına ulaşmış ve her geçen yıl hızla artmaktadır (Shen vd., 2015: 14).

Dünya ülkelerinde turizm, aşçılık ve servis eğitimleri genellikle üç veya dört farklı seviyede verilmektedir. Bu seviyelerden ilki daha çok yaygın eğitim kapsamında kısa veya uzun dönemli kurslar, orta ve ileri seviye ortaöğretim ve bazı ülkelerde ileri seviye ise üniversite ve lisansüstü eğitimleri kapsamaktadır. Örneğin: İspanya ve Fransa'da turizm eğitimi temel, orta, ileri ve üniversite olmak üzere dört seviyede verilmektedir. Almanya ve İtalya'da ise temel, orta, ileri şeklinde üç seviyede verilmektedir (Kırmızı, 2017: 57-58).

Mutfak eğitimi orta çağdan bu zamana usta-çırak ilişkisi ekseninde gelişmektedir (Richard vd., 2013: 239). Mutfak eğitimin gelişmesinde etkili olan itici güç 17. ve 18. yüzyılda Fransız Mutfağının doğuşudur. Buradan aldığı ivme ile sürekli gelişim göstererek 20. yüzyılın başlarında Fransa, İsviçre, İngiltere, Avusturya ve Almanya'da birçok mutfak eğitimi veren

resmi okul açılmıştır. Mutfak alanındaki ilk kurs İngiltere’de 1784 yılında eğitim hayatına başlamıştır. Bunu takiben 1820 yılında ABD ve 1895 yılında da Fransa’da eğitimlere devam edilmiştir (Öney, 2016: 196; Hertzman ve Ackerman, 2010: 210).

Dünyanın önde gelen ülkelerinin mesleki turizm eğitimi sistemlerine ilişkin olarak özet bir değerlendirme yapılacak olursa; ABD, Japonya, Almanya, İngiltere, İsviçre, Avusturya, Fransa ve Danimarka’da mesleki eğitimin çoğunlukla lise düzeyinde başladığı görülmektedir. Almanya’nın bu ülkelerin geri kalan kısmından ayrılarak ortaokul düzeyinde de yer yer bazı alanlarda mesleki eğitimi başlattığı görülmektedir. Almanya ve Japonya’nın mesleki turizm eğitiminde diğer ülkelere nazaran daha teknik yetkinlik odaklı ilerliyor olmalarıdır. Bilhassa bir sanayi devi olan Almanya’nın teknik ağırlıklı bu yapısının, turizm eğitime, diğer mesleki eğitim sistemlerinden yansımış olduğu tahmin edilmektedir. Bahsedilen ülkelerin neredeyse tümünde mesleki lisesi ya da kolejler biçiminde örgütlenen ortaöğretim düzeyindeki turizm eğitimi sistemi, genellikle dört yıllık bir süreci kapsamaktadır. Bu sistemde özellikle Fransa diğer ülkelere ayrılarak eğitim sürecini çok sayıda diplomaya bölerek kademelendirmiş, farklı seviyelerde diplomalar almayı gerektiren aşamalı bir sistem kurmuştur. İngiltere ise mesleki turizm eğitiminde uzmanlaşma temelli bir politika uygulayarak mesleki turizm eğitimi farklı uzmanlık alanları çerçevesinde çeşitlendirerek sunmaktadır.

Ülkelerin tümünde mesleki turizm eğitiminin teorik kısmı okullarda gerçekleşirken, teoride sunulan eğitimin uygulamalı kısmı için de sektör ile iş birliği yapılmakta, bazı ülkelere bu uygulama dersleri eğitim döneminin bir parçası olarak hafta içerisinde günler veya saatler bazında teorik eğitim ile eş zamanlı yürütülürken, bazı ülkelere eğitim dönemi dışında stajlar şeklinde gerçekleşmektedir. Dünya turizminde gerek karşıladığı turist sayısı bakımından gerekse de elde ettiği turizm geliri bakımından en başarılı ilk üç ülke içerisinde yer alan ABD, kurmuş olduğu sistem ile birçok ülke için de rol model statüsündedir. ABD’de özellikle mesleki turizm eğitimi veren okulların sektör ile çok yoğun bir iş birliği içerisinde olduğu görülmektedir. Hatta ABD ile birlikte İsviçre de bazı zincir otellerin kendi başlarına ya da bir konsorsiyum oluşturarak ortaöğretim ya da yükseköğretim düzeyinde kendi okullarını kurdukları görülmektedir. Bu nedenle ABD ve İsviçre’nin mesleki turizm eğitiminde okul-sektör uyumunun adeta organik bir ilişkiye dönüştürdüğünü söylemek mümkündür. Öte yandan tüm ülkelerin mesleki turizm eğitimi için 2 yıllık, 3 yıllık ya da 4 yıllık yükseköğretim diploması sunan yükseköğretim programları geliştirdikleri anlaşılmaktadır. Ülkelerin çoğunda mesleki turizm eğitimi daha analitik ve bilimsel çerçevede lisansüstü programlarda da sunulur hale gelmiştir. Bu durum, bir taraftan mesleki turizm eğitime katkı sağlayan, sektöre

danışmanlık olanağı sunan akademik çalışmaların ortaya çıkmasına imkân verirken, bir taraftan da yükseköğretimde turizm eğitimi verecek insan kaynağının gelişimine alt yapı oluşturmaktadır.

Bu bağlamda dünya genelinde üniversitelerdeki turizm programlarına olan talebin ciddi artışlar gösterdiği gözlenmektedir. Örneğin Birleşik Krallık'ta turizm programlarına 2002 yılında 600 bin kişi başvururken bu sayı 2011 yılında 2,4 milyona kadar çıkmıştır. Avustralya'da ise 1970 yılında 161 bin kişi başvururken 2011 yılında 1,2 milyona ulaşmıştır (Airey vd., 2015: 139). Türkiye'deki üniversiteler de her geçen yıl okul sayısı ve öğrenci sayısı artmaktadır.

#### **1.4. Turizm ve Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı Mezun İstihdamı**

Turizm sektörü dünya genelinde doğrudan ya da dolaylı olarak milyonlarca kişiye iş alanı ve istihdam olanağı sunmaktadır (Pizam ve Shani, 2011: 76; Mihalic, 2011: 248). Dünya genelinde siyasi, ekonomik ve toplumsal açılardan turizm sektörünün önemi giderek artmaktadır. Birçok kişiye iş alanı sunan sektör, kendini sürekli yenileyerek bünyesindeki işlerin niteliğini de arttırmıştır. Hem bu kadar kişiye iş alanı ve istihdam yaratması hem de işin niteliklerinin artması sektörün istihdam alanındaki önemini daha da arttırmaktadır (Baum, 2015: 206-207).

Mevcut iş piyasası meslek standartlarının ve eğitim-istihdam ilişkisinin önemini daha da arttırmıştır. Kurum ve şirketler tarafından belirlenen istihdam şekilleri ve olanakları verimli bir eğitimin nasıl olması gerektiğini de göstermektedir. Eğitimin sektörden bağımsız olamayacağı çok açık bir şekilde görüldüğünden, sektörle sıkı ilişkiler kurulmalıdır. Bu nedenle özellikle bilim ve teknoloji başta olmak üzere sektörün beklediği birçok nitelik mezunlara kazandırılmalıdır (Ulama vd., 2015: 341).

**Tablo 1.4 Yıllar İtibariyle İşsizlik ve İşgücüne Katılma Oranları**

Eğitim Durumu	Yıllar	İşsizlik Oranı %	İşgücüne Katılma Oranı %
<b>Genel Lise</b>	2016	13,4	55,7
	2017	13,3	56
	2018	13,1	56,6
<b>Mesleki ve Teknik Lise</b>	2016	11,6	67,6
	2017	11,9	67,9
	2018	11,4	68
<b>Yükseköğretim</b>	2016	12,1	81,7
	2017	12,7	82,4
	2018	12,4	81,9

**Kaynak:** TÜİK (<https://biruni.tuik.gov.tr>, erişim tarihi: 02.02.2019)

Tablo 1.4'te de görüldüğü üzere TÜİK (2019) raporuna göre son üç yılda meslek lisesi mezunlarının işsizlik oranları %11 civarında iken genel lise %13, yükseköğretim ise %12 civarında seyretmektedir. Bu oranlar meslek lisesi mezunlarının hem genel liseye hem de yükseköğretim mezunlarına göre istihdam açısından daha avantajlı olduğunu göstermektedir. Aynı tabloda iş gücüne katılma oranları da son üç yıllık periyotta incelenmiştir. Buna göre oranlar meslek lisesi mezunları için %67-68, genel lise mezunları için %55-56 ve yükseköğretim mezunları için %81 civarındadır. Bu oranlar ise meslek lisesi mezunlarının istihdam bakımından genel lise mezunlarına göre avantajlı, yükseköğretim mezunları karşısında dezavantajlı olduğunu göstermektedir.

Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) Araştırma Birimi'nin SGK verilerinden yararlanarak hazırladığı istihdam rakamlarına göre turizm sektörünün genel büyümesinin her yıl düzenli olarak arttığı görülmektedir (AKTOB: 2014). Bununla beraber Türkiye'de sigortalı çalışanların %7,7'si turizm sektöründe çalışmaktadır (Tablo 1.5). Ulusal İstihdam Stratejisi 2017-2019 Eylem Planları Çalıştayı Turizm Sektörü raporunda belirtilen, Dünya İş Örgütü'nün (ILO: 2016) verilerine göre turizm istihdamı dünya genelindeki toplam istihdamın 2010'da %8'ini 2016'da %9'unu karşılamaktadır. Tüm bu veriler ışığında çalışma alanımızı oluşturan yiyecek ve içecek hizmetleri alanının da genel turizm istihdamı içerisinde %55,3'lük bir orana sahip olduğu görülmektedir (Tablo 1.5). Sektörün yarısından fazlasını istihdam eden yiyecek ve içecek hizmetleri alanı turizm eğitimi ve bu eğitimi alanların istihdamı planlanırken ilk sırada düşünülmelidir.

Tablo 1.5 Turizm Sektörü İstihdam Verileri

Alanlar	2015 yılı istihdamı	Değişim (%) 2013-2014	Değişim (%) 2014-2015
<b>Yiyecek ve İçecek Hizmetleri</b>	590.690	12,1	12,2
<b>Konaklama Hizmetleri</b>	348.766	10,1	4,1
<b>Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü Hizmetleri</b>	57.493	4,3	2,8
<b>Havayolu Taşımacılığı Hizmetleri</b>	24.350	11,2	14,2
<b>Spor, Eğlence, Dinlenme Faaliyetleri Hizmetleri</b>	45.427	6,3	-24,2
<b>Turizm Sektörü Sigortalı Çalışan Toplamı</b>	1.066.726	10,6	6,8
<b>Türkiye Sigortalı Çalışan Toplamı</b>	13.830.000	5,8	5,8

**Kaynak:** Turizm Gazetesi (<http://www.turizm gazetes i.com/news.aspx?id=78125> erişim tarihi: 05.11.2017)

İŞKUR 2017 yılında 28.706 garson, 24.824 turizm ve otelcilik elemanı, 7.639 aşçı yardımcısı, 4.530 aşçı, 3.057 seyahat servis elemanı (host, hostes), 2.117 servis komisi, 1.396 kahve ve kakao hazırlayıcısı (barista) olmak üzere toplamda 72.269 kişiyi doğrudan turizm sektöründe istihdam etmiştir. Bu rakamlar turizm sektörünün ekonomi ve istihdam piyasası için önem arz ettiğini göstermektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından 2018 yılında yayımlanan “Tourism Highlighst 2018 Edition” raporuna göre, Dünya genelinde kendi ülkesinden bir başka ülkeye tatile giden bireylerin sayısı 2018 yılında, 2017 yılına nazaran %6,5’lik bir büyüme yaşayarak 1,3 milyar kişi düzeyine ulaşmıştır. Turizm talebinde yaşanan bu artış, arzda da bir büyümeyi beraber getirirken, insan kaynaklarının da niceliğinde artışa neden olmaktadır. Aynı rapora göre, tüm dünya genelinde her on meslekten biri doğrudan veya dolaylı olarak turizm sektörü ile ilişkilidir (UNWTO, 2018: 4). Böylesine ciddi bir oranın oluşmasında şüphesiz en önemli etken, artan turizm talebi ve talebe karşılık olan arzda meydana gelen genişlemedir. Türkiye turizm sektörü de özellikle 1980’li yıllardan günümüze ciddi bir büyüme göstermiş, bu büyüme turizm arzını genişletirken arzdaki genişleme ile doğru orantılı olarak sektörde istihdam edilen insan kaynağının niceliğini de dikkat çekici bir noktaya erdirmiştir. Dünya turizmi açısından bir başka otorite kurum olan Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin (WTTC) Türkiye ile ilgili verileri de turizm sektörünün yarattığı istihdam hacminin ulaştığı noktayı işaret etmektedir. WTTC tarafından 2018 yılından yayımlanan “Travel & Tourism Economic Impact 2018 Turkey” raporunda sunulan verilere göre, Türkiye’de doğrudan turizm sektöründe istihdam edilenlerin sayısı 462 bin kişi düzeyindedir. Bu konuda dünya ortalaması 938 bin kişi iken diğer

Avrupa ülkeleri ortalaması ise 159 bin kişidir. Türkiye’de, doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olarak istihdam edilen kişi sayısı ise 2 milyon kişi düzeyindedir. Bu çerçevede dünya ortalaması 2,3 milyon kişi iken diğer Avrupa ülkeleri ortalaması ise 582 bin kişidir (WTTC, 2018: 7). İstatistikler incelendiğinde, Türkiye turizm sektöründe istihdam büyüklüğünün dünya ortalamasının gerisinde ancak Avrupa ortalamasının çok ilerisinde olduğu görülmektedir. Bu durum aynı zamanda turizm sektörünün Türk ekonomisindeki yeri ve önemi hakkında Avrupa ülkeleri ile de karşılaştırmalı bir değerlendirme yapabilme imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda 2015 yılında turizm sektörü genelinde toplam istihdamın 1 milyon 66 bin kişi düzeyinde olduğu dikkate alındığında, 2018 yılında ulaşılan 2 milyon kişilik istihdam kapasitesinin dikkat çekici bir büyümeye işaret ettiği düşünülse de aradaki 3 yıllık zaman zarfında turizm istihdamında %100 oranında bir büyümenin oluşmasının şüpheli olduğu, aradaki bu farkın kayıt dışı istihdam ya da çalışan sayısının hesaplanmasında kullanılan metodoloji farkından da kaynaklanmış olabileceği değerlendirilmektedir.

Veriler incelendiğinde turizm eğitimi almış öğrencilerin Türkiye’de ve dünyada alanlarında istihdam sorunu yaşamalarının düşük bir ihtimal olduğu görülmektedir. Sektörün dinamik yapısından dolayı sürekli eğitilmiş iş gücüne ihtiyacı olacağı ve yıllar itibariyle de çalışan sayılarının arttığı gözlenmektedir. Bu veriler turizm eğitimi programlarını bitiren öğrencilerin istihdamı konusunda umut vericidir.

Ancak yapılan araştırmalar turizm eğitimi alanların sektöre başlamalarından sonra, çalışırken de vazgeçme kararı aldıklarını göstermektedir. Sektörün çalışma koşulları ve sunduğu imkanların sonradan sektörden ayrılma kararlarında etkisi büyüktür. Turizm sektöründe çalışma koşullarının zorluğu konusunda özellikle ILO tarafından yayımlanan bazı bilgiler çok çarpıcı zorluklara işaret etmektedir (ILO, 2012: 2). İlgili rapora göre, otelcilik ve restorancılık alanında en fazla haftalık mesai yapan bazı ülkeler şu şekildedir: Yunanistan ve Endonezya 47 saat, Makao 48 saat, Filipinler 49 saat, Paraguay 51 saat, Mısır ve Ermenistan 52 saat, Sri Lanka 54 saat ve Türkiye 59 saattir. Türkiye, mesai saati bazında sunulan ülkeler arasında lider konumdadır. ILO’nun çeşitli ülkeleri karşılaştırdığı bu verilerde, Türkiye’nin mesai saatleri bazında içinde yer aldığı kümedeki ülkelerin önemli bir kısmı düşük insani gelişmişlik düzeyindeki ülkelerdir. Üstelik Türkiye’deki haftalık ortalama mesai saati bu ülkelerin daha da üzerindedir. Uzun mesai süreleri verimlilik, hizmet kalitesi gibi konularda olumsuz sonuçlar doğururken, orta ve uzun vadede çalışanların işe bağlılığını da olumsuz etkileyen bir sorundur. Sektörün yapısı gereği çalışanların zaten bayramlar, toplumsal anlamda özel günler ve tatil günlerinde yoğun bir çalışma temposunda oldukları da dikkate alındığında yüksek mesai süreleri bu sürece olumsuz katkıda bulunmaktadır.

Turizm sektöründe istihdamın zorlukları uzun mesai süreleri ve tatil zamanlarında çalışmak ile sınırlı değildir. Yine ILO tarafından yayımlanan raporda (2012: 1) da belirtildiği üzere, turizm sektörü krizlerden şiddetle etkilenen bir sektördür ve bu durum istihdamın sürdürülebilirliğine ket vurmaktadır. Ayrıca sektördeki yabancı dil ihtiyacı yabancı iş gücünün istihdamına kapı aralamakta, bu durum da ülke içerisindeki insan kaynağı ile haksız ve yasadışı bir rekabete neden olmaktadır. Bu zorlukların dışında ücretlerin düşük olması da ayrı bir problemdir. ILO'nun aynı raporunda sunduğu verilere göre Türkiye turizm sektöründe en fazla mesainin yapıldığı ülkelerden biri iken, sektörde ortalama kazanç ise ILO'nun araştırması kapsamındaki ülkelerin ortalamasının %18 altındadır. Diğer bir ifadeyle Türkiye'de turizm sektöründe fazla mesai yapıyor olmak, fazla para kazanmak gibi bir sonuç doğurmadığı gibi bilakis ortalamanın da neredeyse %20 altında bir ekonomik refah düzeyi ile karşı karşıya kalmaya neden olmaktadır. Mevsimsellik, sektörün zorluklarından bir diğeridir. Türkiye'de özellikle turizmin talebinin yoğun olduğu en önemli iki şehirden biri olan Antalya ve Muğla'da mevsimsellik etkisi hem çalışanlar hem işletmeciler için çok boyutlu zorlukları beraberinde getirmektedir. Üstelik mevsimselliğin yıllardan beri aşılamayan kronik bir problem haline gelmiş olması, sektör çalışanlarının kariyerleri için uzun vadeli bir plan yapmalarına engel olduğu gibi orta vadede sektörden uzaklaşmaları için makul bir gerekçe halini almakta, temel bir “öğrenilmiş çaresizlik” argümanı oluşturmaktadır. Tüm bu olumsuzluklar sektörde istihdam deneyimine erişen turizm öğrencilerinin de yüzleştiği düşündürücü neticelerdir. Bu neticelerin öğrencilerde de benzer negatif etkiler yaptığı ve eğitilmiş iş gücünün sektörde çalışmaya devam etme niyeti üzerinde olumsuz sonuçlara neden olduğu düşünülmektedir.

Turizm eğitimi almış kişilerin sektörde istihdam edilmesi, sektöre kazandırılması hatta sektörde yönetici pozisyonlarına getirilmesi, gerek turizm eğitimi için harcanan kaynakların boşa gitmemesi gerekse sektörün kaliteli iş gücüne duyduğu ihtiyaç açısından oldukça önemlidir. Ancak yukarıda belirtilen, işten kaynaklanan gerekçelerle öğrencilerin sektörde tutunması önünde yıpratıcı engellerin olduğu görülmektedir. Tüm bu zorluklara rağmen sektörde yönetici konumuna gelme hedefinin de belirli bir yere kadar bazı öğrenciler için önemli bir motivasyon kaynağı olarak dikkate alınabilmesi mümkündür. Ancak öğrencilerin sektörde yaşamakta olduğu “alaylı-mektepli” çatışmaları, henüz iş bilgisi ve deneyimi yetersiz düzeyde olan genç çalışanların sektörde tutunabilmesi önünde en önemli engellerden biridir. Bunun yanı sıra sektörde yönetici konumunda olan çok sayıda kişinin yükseköğretim görmemiş olması hem öğrenciler ile yeterince empati kuramamalarına neden olmakta ve yer yer öğrencileri uzun vadede risk olarak algılamaları gibi sonuç doğurmakta olup hem de

öğrencilerin sektörde yönetici olmak için eğitimin çok da önemli olmadığı düşüncesine sevk olmasına neden olmaktadır (Avcıkurt vd., 2018: 1645).

Meslek lisesi mezunlarının istihdamı şüphesiz eğitim fırsatlarının eşitlenmesi ile gerçekleşir. Planlanan gelecek kurgusundan da açık bir şekilde görüldüğü üzere genellikle ekonomik zorluk içindeki ailelerden gelen öğrenciler meslek lisesi gruplarını oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin mevcut dezavantajlarını bir nebze olsun ortadan kaldıracak “sınavsız geçiş” sisteminin de 6764 sayılı torba yasayla kaldırılması, mezunların istihdamın olanaklarına bir ket daha vurmuştur. Meslek lisesi mezunlarının işsizlikle uğraşması, işi olanların da düşük ücret alması bu tarz eğitimde eşitsizlik uygulamalarının bir sonucudur (Aksoy, 2017: 77).

Turizm mezunlarının istihdamı konusundaki önemli bir eksiklik de danışmanlık (mentorluk) uygulamalarının etkili bir şekilde kullanılmamasıdır. Deale vd., (2019: 1) turizm öğrencilerinin danışmanlık ihtiyacını sorguladıkları çalışmalarda kadın ve erkekler arasında danışmanlık ihtiyacı konusunda farklılık tespit etse de tüm mezunların danışmanlık eksiklikleri olduğunu belirlemiştir. Danışmanlık (mentorluk) her işte olduğu gibi turizm gibi çok çeşitli ve yaygın bir ağa sahip bir alanda da önemlidir.



## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZM EĞİTİMİ İLE İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR

Çalışmanın bu bölümünde turizm eğitimi ile ilgili akademik çalışmalar ışığında; turizm eğitiminde algılanan hizmet kalitesi, öğrenci beklentileri ve memnuniyeti, sektör algısı, devam etme niyeti ile ilgili açıklamalara ve yapılmış akademik çalışma örneklerine yer verilmiştir.

#### 2.1. Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi

Hizmet kavramı özelliğinden dolayı soyut bir kavram olduğundan, yapılan tanımlarının da sayıları oldukça fazladır. Tanımı yapılan sektöre ve alana göre hizmet tanımı şekillenebilmektedir. TDK (Türk Dil Kurumu) hizmeti; birinin işini görme veya birine yarayan işi yapma olarak; Kotler ve Armstrong (2011: 298), üretilmesi fiziksel bir ürüne bağlı olan ya da olmayan, birinin başka birine sunduğu, dokunulamayan ve herhangi fiziksel bir ürüne sahip olmayla sonuçlanmayan faaliyet ya da fayda olarak tanımlamaktadır. Hizmeti alan kişiler veya işletmeler maddi bir faydadan ziyade daha çok manevi fayda sağlamaktadır. Maddi olan bir malın bedelini ödemek kaydıyla istenildiği zaman ve istenilen standartlarda elde edilmesi mümkündür. Ancak maddi olmayan bir fayda olan hizmet, veren kişiye, hizmetin türüne ve hizmetin verildiği yere göre farklı doyumlar sağlamaktadır. Hizmet kavramının soyut bir olgu halinde olması kavram ile ilgili standartların da kesin olarak aynı şekilde yeniden üretimini zorlaştırmaktadır. Öte yandan soyutluk, hizmetin stoklanması ve mülkiyet altına alınmasında da en önemli engel olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca üreticiden tüketiciye soyut bir aktarım formunda olan hizmet, tarafların eş zamanlı olarak birlikte olmalarını da neredeyse zorunlu kılmaktadır. Bu tür durumlar eğitim olgusu için de geçerlidir. Çünkü eğitim de bir hizmet türüdür ve eğitim sektörü hizmet sektörünün alt sektörlerinden biridir. Dolayısıyla hizmetin özelliklerine has üstünlükler ve zorluklar eğitim hizmetlerinde aşılması gereken engeller arasında yer almaktadır.

Hizmetin vasfını belirleyecek olan kaliteyi TSE (Türk Standartları Enstitüsü); “bir ürün veya hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama yeteneğine dayanan özelliklerin toplamı” olarak tanımlamaktadır. Bir başka tanıma göre kalite, işletmeler açısından stratejik rekabet aracı iken, tüketiciler için marka ve ürün seçimini belirleyen temel kriterlerdendir (Naik ve Srinivasan, 2015: 28). Tanımlardan da anlaşıldığı üzere kalite, insan ihtiyaçlarını olması gerektiği şartlarda karşılamak için oluşturulan standartlardır. Hizmet kalitesi, müşterilerin ihtiyaçlarını tanımlayabilme ve beklentilerini karşılayabilme derecesi olarak tanımlanırken

(Dursun vd., 2014: 97; Yıldız ve Erdil, 2013: 90); hizmet kalitesinin soyut bir kavram olma özelliği, kişiden kişiye değişen algılama ve değerlendirme kriterlerine sahip olması anlamına da gelmektedir (Pena vd., 2013: 1227-1231). Algılanan hizmet kalitesi ise müşterilerin beklentileri ile hizmetin gerçekleşmesi sırasında ve sonrasındaki hizmet performansı arasındaki farklılığın yönü ve derecesidir (Akçil Ok ve Girgin, 2015: 299). Müşterilerin algılanan hizmet kalitesi yüksek olursa memnuniyet dereceleri de yükselir. Kalite ölçüm modellerinden biri olan SERVQUAL ölçeği ile hizmet kalitesi ölçülen bir turizm işletmesinin algılanan hizmet kalitesinin tüm boyutları ve buna bağlı olarak da memnuniyet düzeyleri de yüksek çıkmıştır. Bununla beraber yapılan korelasyon ve regresyon analizlerine göre müşterilerin algılanan hizmet kalitesi boyutları ile memnuniyet düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu, dolayısıyla biri artarken diğerinin de arttığı, biri azalırken diğerinin de azaldığı sonucuna varılmıştır. Tüm sonuçlar hizmet kalitesi ve memnuniyetin birbiri ile doğrudan ilgili olduğunu göstermektedir (Şahin ve Şen, 2017: 1183).

Eğitim hizmetlerinde de kalite, varılması arzu edilen bir idealdir. Ancak kaliteli bir eğitimin değerlendirilmesinde en az iki aktörün önemli roller üstlendiklerini söylemek mümkündür. Eğitimin kalitesi için en önemli göstergelerden birisi eğitim alıcıların algılarıdır. Eğitim alıcılarının değerlendirmelerinde, eğitimden beklentilerinin karşılanmış veya aşılmış olmasının bir kalite göstergesi olarak değerlendirilmesi mümkündür. Eğitim hizmetlerinin kalitesini ölçen bir çalışmada, hizmet kalitesini doğrudan etkileyen kalite boyutları yönetim, fiziksel çevre, temel eğitim, destek tesisleri ve dönüştürücü kalite boyutları olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmanın sonucunda okulun hizmet kalitesini fonksiyonel ve teknik açıdan dikkate alan bütüncül bir yaklaşım benimsenmiştir (Teeroovengadum vd., 2016: 244). Görüldüğü üzere eğitim kalitesinin algılanması birden fazla ve farklı boyutlarda gerçekleşebilmektedir. Ancak eğitim kalitesi ile ilgili değerlendirmelerde bir başka faktör de uygulamadaki gerçeklerdir. Belirli bir alanda eğitim alan bireylerin uygulama alanında ilgili eğitimin sonucunda talep görüyor olması, eğitimin sahadaki kalitesini ifade etmektedir. Bu nedenle özellikle turizm eğitimi alan bireylerin, turizm sektörü tarafından istihdam edilmek için ilgi görmesi, alınan eğitimin bu bireylere sahada ilgi, saygı gibi soyut ve maddi olanaklar gibi somut çıktılar sunması, alınan turizm eğitiminin kalitesi hakkında doğrudan fikir verebilmektedir.

Memnuniyetin en önemli kriteri olan kalite olgusunun hızla büyüyen rekabet şartlarında çok daha ciddi bir biçimde ele alınmasının gerekliliği, turizm sektörü ve turizm eğitimi için de geçerli bir konudur. Öyleki 1950'ler sonrasında doğan modern turizm hareketlerinin başlangıcındaki, küresel turizm sektöründeki rekabet ile günümüzün küresel rekabet koşulları

arasında muazzam farklar mevcuttur. Bugün turizm işletmeleri bir taraftan içinde buldukları destinasyona benzer özellikte bir başka ülke ile rekabet ederken aynı zamanda komşusu durumunda bulunan işletme ile de rekabet etmek durumunda kalmaktadır. Hizmet sektörünün alt sektörlerinden biri olan turizm sektöründe ana ürünün hizmet olması rekabetin formunu da farklılaştırmakta, misafir memnuniyeti bakımından hizmet kalitesi kavramına kritik bir önem yüklemektedir. Misafir memnuniyetini sağlamış, prestij ve saygınlık kazanmış bir otelin mimari açıdan birebir aynısını yapmak günümüz koşullarında imkansız değildir. Ancak bu kopyalama sadece fiziki alanla sınırlı kalır misafir memnuniyeti, prestij ve saygınlık gibi hizmet kalitesi ile ilgili unsurların kopyalanması mümkün değildir. Bu aradaki büyük farkın özünde hizmet kalitesi ve bunun bir sonucu olarak misafir memnuniyeti faktörleri yer almaktadır. Örneğin, oda kahvaltı veren normal bir otelin, geceliği 2500 dolar olan bir otelden daha düşük kalitede olduğunu söylemek doğru olmaz. Kalite insanların algılamalarıyla, akıllarında nasıl kaldığıyla ilgilidir. Bu durum eğitim kurumları için de geçerlidir. Bir eğitim kurumunun kalitesini ölçmek için kullanılan parametreler, kendini nasıl tanımladığına, program portföyüne ve öğrencide yarattığı beklentiler ile ilgilidir (Shen vd., 2015: 13).

Bir eğitim sisteminin kabul edilmesi, beğenilmesi, kusursuzluğu, insanların yenilik ve değişiklikleri izleyebilme bilgi ve becerisine sahip olması, kısacası bu davranışları gösteren insanların yetiştirilmesi eğitim sistemindeki kaliteyi göstermektedir. Bireylerin doğru mesleği seçebilmesi ve bu meslekte sürdürülebilir bir başarı sergileyebilmesi aldığı eğitimin yeterliliği ve kalitesiyle ilgilidir (Morkoç ve Erdönmez, 2018: 39). Eğitimde kalitenin, eğitimin amaçlarına uygunluğu ve mezuniyet sonrası iş hayatında oluşan işveren taleplerinin öğrencilerce karşılanabilmesi, öğrenci performansı, deneyimi ve bilgi donanımından oluşmaktadır. Farklı liselerden üniversiteye yerleşmiş öğrencilerle yapılan bir çalışmada; fen liselerinin eğitim kapasiteleri 10 üzerinden 9,15 iken, Anadolu liseleri 7,92 ve turizm meslek liseleri 3,77 olarak tespit edilmiştir (Orhan, 2018: 87). Öğrencilerin turizm meslek liselerinin eğitim kapasitesine bu kadar düşük puan vermeleri düşündürücü olmakla beraber, öğrencilerin karakteristik özellikleri de turizm eğitimine ilişkin değerlendirmeleri üzerinde etkilidir. Gerek eğitimi alan bireyin almış olduğu eğitime yönelik değerlendirmesi gerekse de eğitim alan bireyi istihdam edecek kişi ve kurumların alınan eğitimin birey üzerindeki katkısına ilişkin değerlendirmeleri kişilerin bilgi birikimi, tecrübe, eğitim ve gelir düzeyleri, sosyo- ekonomik koşulları gibi faktörlerden etkilenebilmektedir.

Turizm eğitimde hizmet kalitesinden bahsedilebilmesi için okulların sadece müfredattaki konu ve becerileri vermesi yeterli olmamaktadır. Ulusal ve uluslararası turizm piyasasında yer alabilmek için alanları ile ilgili teknolojiye hakim, standartları olumlu yönde

geliştiren ve yaratıcı bir çalışan olmak gerekmektedir. Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri aracılığıyla eğitim alanında farklılıklar ve yeniliklere odaklanılmaya gayret edilmekte ve böylece sektörün de talep edeceği, nitelikli bir insan kaynağı profili geliştirilmeye çalışılmaktadır. Ancak Türkiye’de sektörün ihtiyacı olan turizm alanında yetişmiş kalifiye elemanı sağlamak henüz istenilen seviyede değildir. Benzer bir sorun Çin’de yapılan bir araştırmada da ortaya çıkmıştır. Çin’deki turizm eğitiminin hizmet kalitesi ölçüldüğünde kaynakların dağılması, nitelikli eğitimcilerin eksikliği ve bilinçsiz genişleme gibi sorunlara dikkat çekilmiştir (Shen, vd., 2015: 12). Hizmet sektöründeki verimlilik ve kalitenin artması alanında eğitim almış bireylerin istihdamıyla olur. Ancak böyle bir istihdam sayesinde sektörün yetişmiş kalifiye işgücü ihtiyacı giderilebilir (Üzümcü vd., 2015: 181).

Ortaöğretim kurumlarında ve özellikle turizm eğitimi veren ortaöğretim kurumlarında hizmet kalitesi ölçümü ile ilgili çalışmaların çok az sayıda olmasından dolayı fikir vermesi açısından yükseköğrenimle başlamak daha doğru olacaktır. Eğitimde hizmet kalitesi algısını yükseköğretim kurumlarında ölçen Yokuş vd., (2017: 3) hizmet kalitesinin orta düzeyin üstünde algılandığını ve kalite algılarının bölüme, devamsızlığa, sınıf seviyesine ve not ortalamasına göre anlamlı değişiklikler gösterdiğini tespit etmişlerdir. Benzer bir çalışma yapan Cevher (2015: 813-814) ilk olarak yetersiz kapasiteli derslikler, ikinci olarak ise idari ve akademik birimlerle dersliklerin farklı kampüslerde yer almasını (fiziksel koşullar) hizmet kalitesini düşüren faktörler olarak tespit etmiştir. Yousapronpaiboon (2014: 1098) ise Taylan’da yükseköğrenim gören öğrencilerin hizmet algıları ile beklentileri arasındaki farkın düşük olduğunu, bu farkın da okulun fiziki ve sosyal alanlarının iyileştirilmesiyle kapanacağını tespit etmiştir. Genellikle fiziki koşullarla başlayıp diğer değişkenlerle devam eden hizmet kalitesi algılamasındaki durum Türkiye’deki ortaöğretimde de görülmektedir. Mesleki eğitimde hizmet kalitesini arttırmak için fiziksel koşullara, öğrenci merkezli yaklaşıma ve eğitim kalitesiyle ilgili konulara özen gösterilmesi gerekmektedir (Okumuş ve Duygun, 2008: 36). Teng vd., (2013: 33) İngiltere ve Tayvan’da turizm eğitimi veren okulların hizmet kalitelerini karşılaştırmışlardır. Bu karşılaştırmada ek olarak müfredat ve öğretim, stratejik planlama, öğretmenler, akademik başarı, kaynaklar ve idari yönetim kriterleri kullanılmıştır. Turizm eğitiminde hizmet kalitesi her iki ülkede de memnun edici seviyede çıkmıştır. “Müfredat ve öğretim” ve “kaynaklar” kaliteli olarak algılanırken, “öğretmen performansı” ve “mezunların geribildirimi” geliştirilmesi gereken boyutlar olarak açıklanmıştır. Bu tarz sonuçlar turizm eğitimi veren okullarda hizmet kalitesinin geliştirilmesinde etkili geribildirimler vermektedir.

Turizm eğitimi veren ortaöğretim kurumlarında araştırma yapan Dayıoğlu (2010), okullarda verilen teorik eğitimin yeterli, uygulamalı eğitimin yetersiz olduğunu, buna bağlı

olarak okullardaki eğitimin sektördeki gelişmelerle paralel olması gerektiğini belirtmiştir. Uygulamalı eğitimin sektörün gerisinde kalması, uygulama alanlarında da derslerle ilgili araç gereç eksikliklerindedir. Bu eksiklikler turizm eğitiminin kalitesini düşürmektedir. Günümüzde özellikle yiyecek-içecek, gastronomi, aşçılık gibi laboratuvar, uygulama ayağı olan turizm bölümlerinde bazı okullarda uygulama alanlarının olmadığı, uygulama alanı olan okulların ise bazılarının yetersiz altyapıda olduğu bilinmektedir. Öte yandan uygulama alanı olan birçok bölümün uygulamada kullandığı malzemelerin ise eğitim kurumları tarafından karşılanmadığı için bu maliyetlerin öğrenciler tarafından karşılandığı, yani uygulamada eğitimi verilecek dersin malzemelerinin genellikle öğrenciler tarafından temin edildiği görülmektedir. Bu durum uygulamanın zenginlik ve çeşitliliğinin öğrenci bütçesi ile kısıtlı olmasına sebebiyet vererek yüksek maliyet içeren bazı uygulamaların öğretilmesine de imkan vermemektedir. Bunun sonucunda, okullarda verilen teorik eğitim ne kadar güçlü olursa olsun pratikte kalifiye insan kaynağı geliştirmek mümkün olamamaktadır. Sektörde iş başvurusu yapan bazı öğrencilerin bu tür yetersizliklerden dolayı istihdam şansı yakalayamaması veya istihdam şansı yakalayan öğrencilerin de yeterince nitelikli bulunmadığı için alanı ile ilgili birimlerde görev alamaması, hem öğrencilerin aldıkları eğitim kalitesine ilişkin değerlendirmelerini olumsuz etkileyebilmekte hem de öğrencilerin bu zorlu koşullar nedeniyle sektörde çalışmaya devam etme niyetine olumsuz etkiler yapabilmektedir.

Öğrencilerin hizmet kalitesini iyi algılayabilmeleri memnuniyet, motivasyon ve bağlılık gibi anahtar sözcüklere bağlıdır. Nitekim Hindistan'da üniversite öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesini ölçmek için yapılan bir çalışma sonucunda memnuniyet, sadakat ve motivasyonun öğrencilerin algılanan hizmet kalitesini olumlu yönde etkiledikleri tespit edilmiştir (Annamdevula ve Bellamkonda, 2016: 516). Turizm eğitimi veren ön lisans düzeyindeki okullarda yapılan çalışmada okullarda müfredat, akademik takvim, staj uygulamaları ve fiziki yetersizlikler gibi sorunların halen devam ettiği düşünülürken Akıncı (2015: 43) ile Morkoç ve Erdönmez (2018: 48) büro yönetimi öğrencilerinin aldıkları eğitimin kalitesi ile ilgili görüşlerini sormuş, öğrencilerin %91,8'i aldıkları eğitimin kaliteli olduğunu belirtmiştir. Bir başka yaklaşıma göre, sektörün turizm eğitimi almış çalışanlara olan yaklaşımı ve talebi, çalışanların veya öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi değerlendirmesinden daha nesnel bir ölçüt olarak görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle öğrencilerin aldıkları eğitim hizmetinin kalitesini o okulun mezunlarına olan talepten de görebiliriz (Eren ve Şener, 2017: 115). Shen vd., (2015:12) ise turizm eğitiminde hizmet kalitesini müfredat ve öğretim, okul, stratejik planlama, idari yönetim, öğrenci başarısı ve kaynakları boyutlarında incelemiştir. Hizmet kalitesi ile ilgili yapılan çalışmalarda ana değişkenler genellikle memnuniyet, sektör

algısı (beklentiler ve düşünceler), devam etme niyeti (sadakət) biçimindedir. Bu çalışma da bu değişkenler esas alınarak sürdürölmektedir. Ancak bundan hemen önce turizm ve yiyecek içecek eğitiminde hizmet kalitesini okulların fiziki yeterlilikleri, turizm eğitim müfredatı ve okul çalışanları başlıkları ile detaylandırmak daha açıklayıcı olacaktır. Aşçılık ve gastronomi ile ilgili yapılan araştırmalarda okulların fiziki yeterlilikleri, müfredat ve öğretmen boyutlarının birbirleri ile istatistiksel olarak pozitif yönlü bir ilişkileri olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre bu boyutlar birbirlerinin tamamlayıcısıdır ve birbirlerinden etkilenmektedir (Yazıcıoğlu ve Özata, 2017: 28). Bu üç başlık Annamdevula ve Bellamkonda (2016: 510-517) ile Akoğlan Kozak ve Aydın (2018: 175) çalışmalarında da hizmet kalitesini açıklarken kullanılmıştır.

### **2.1.1. Okulların Fiziki Yeterlilikleri**

Eğitim öğretim ortamı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de eğitim öğretim kalitesinde söz sahibidir. Türkiye’de mesleki eğitimin verimliliği için kaliteli bir eğitim ortamı, fiziki imkanların yaratılması hedeflenmektedir (Orhan, 2018: 96). Mesleki eğitim içerikleri sayesinde öğrencilerin ilgisini çekecek öğrenme ortamları sunabildiğinden, mezuniyet sonrası da öğrencilerin mesleki alanda üretkenliğinin devam etmesini sağlayacaktır (Kelly ve Price, 2009: 814). Kurumların ve kuruluşların fiziksel çevresi ve özellikleri o kurumları kullanan bireylerin hizmet kalite algılarını doğrudan etkilemektedir. Kurumun fiziki yapısı bireylerin beklentilerine hitap etmesi durumunda hizmet kalitesi algısı olumlu yönde olacaktır (Akoğlan Kozak ve Aydın, 2018: 176). Bu durum eğitim kurumlarında da geçerlidir. Gülhan (2017: 58) meslek liselerinde eğitim öğretimle ilgili fiziki imkanların yeterliliğini okul müdürlerine sormuş, okul müdürleri ise; eksiklerinin olduğunu ve bu konudaki eksikliklerin eğitim öğretim hizmeti kalitesi için acilen giderilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Bu eksikliklerin giderilebilmesi için 3308 sayılı yasa ile okul-işletme iş birliği gündeme gelmiş ve bu koordinasyon sayesinde öğrencilerin okulda olmayan meslekleri ile ilgili araç gereci işletmelerde kullanarak öğrenimlerine katkı sağlamalarının önü açılmıştır. Bu iş birliği sayesinde okullarda bulunamayan özellikle yeni teknolojiye uygun veya pahalı ekipmanlara öğrencilerin ulaşması kolaylaşmıştır. Okulların fiziksel donanımlarının öğrenme üzerindeki etkileri Lackney, (1999); Lyons, (2001); McGregor, (2004); Edwards (2006), Hunter, (2006) gibi birçok araştırmada ortaya konulmuştur. Eğitim ortamlarının kalitesinin yüksek olmasının öğrencinin başarısı ve memnuniyetini arttırmasının yanı sıra, sosyal iletişimini, sağlığını ailesi ve topluma karşı olan sorumluluk duygusunu ve davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir (Al Şensoy ve Sağsöz, 2015: 97).

Üzümcü ve Bayraktar (2004: 85), turizm eğitimi veren okulların binalarının fiziki alan, araç, gereç ve malzeme eksikliklerini ve uygulama alanlarının yetersiz veya eksik olmasını turizm eğitiminde bir sorun olarak tespit etmişlerdir. Öğrencilerle okulların fiziki koşulları üzerine yapılan çalışmalarda öğrencilerin demografik durumlarına göre hatta özel okul devlet okulu ayırımına göre algı ve memnuniyet düzeyleri değişmektedir (Marul, 2014: 154-177). Ancak durum öğretim elemanlarına da sorulduğunda fiziki mekan, ekipman, malzeme ve bütçe yetersizliği en önemli sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır (Arıkan vd., 2018: 592; Soybalı ve Bayraktaroğlu, 2013: 185). Sonuç olarak hem ortaöğretim hem yükseköğretimde öğrenci ve öğretmenler fiziki koşullardan genel olarak memnun olmamakla beraber bu eksiklikler hem öğrencileri hem de çalışanları etkilemektedir (Aydoğan, 2012: 40). Bütün bu çalışmalara karşın Kontic (2014: 652-654) yükseköğretimde yaptığı bir çalışmada okul binalarının ve çevresinin görünüşünün kalite boyutunu en az etkileyen faktör olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte okullarda ağırlıklı olarak fiziki düzenlemelere önem verilmesinin yeterli olmadığı da bazı araştırmacılar tarafından ortaya konulmuştur. Türkiye’de daha önce eğitimde kalite çalışmaları yapılırken, okul geliştirme çalışmaları daha çok okulun donanımının, fiziki şartlarının ve insan kaynaklarının geliştirilmesi olarak anlaşılmıştır. Ancak öğrencilerin akademik başarılarını ve yaşam becerilerini geliştirmeyi hedeflemeyen okul geliştirme çabaları öğrencileri hayata hazırlama konusunda başarılı olamayacaklardır.

Özellikle turizm ve yiyecek içecek alanında mesleki eğitim alan öğrencilerin insanlarla devamlı iletişimde olacağı bir iş hayatı olacağından, yaşam becerileri konusunda daha iyi yetişmeleri öğrencilerin gelecekleri açısından önemli olacaktır. Turizm eğitimi verilen okullarda, derslerde kullanılan araç gereçlerin çağın şartlarına uygun hale getirilmesi ve bununla beraber uygulama oteli olan okulların bu otelleri öğrencilerin kullanımına sunması ve öğrencilerin sektöre çıkmadan buralarda ön çalışma yapması eğitimin kalitesini arttıracaktır (Çevik, 2012: 111-112). Öğrenciler iş hayatları boyunca farklı otellerde farklı ekipmanlarla çalışacaklardır. Uygulamalı eğitimin en önemli alanlarından biri olan turizm eğitiminde dersliklerin ve atölyelerin fiziki olarak eksiksiz olması mesleki eğitimi amaçlarına daha kolay ulaştıracaktır. Gerek okulların fiziki yapısı gerekse de uygulamalarda ihtiyaç duyulan araç-gereç ve malzemelerin tedarikinde yaşanabilecek eksiklik ve sorunlar, öğrencilerin almış oldukları eğitime yönelik kalite algılarını doğrudan etkilemektedir. Eğitim-öğretim sürecinde sunulan derslerin teorik düzeyi ne kadar güçlü olsa da yetersiz altyapı, araç-gereç ve malzeme ile gerçekleşen uygulamalı eğitimlerin verimsiz gerçekleşeceği bu durumun birinci aşamada alınan eğitime yönelik memnuniyeti düşüreceği ikinci aşamada öğrencilerin turizm sektöründe istihdamında olumsuz etkilere neden olacağı üçüncü aşamada da öğrencilerin turizm

sektöründe kariyere yönelik değerlendirmelerini olumsuz etkileyeceği değerlendirilmektedir. Bu nedenle eğitim sürecinde yaşanan bu tip olumsuzluk ve kusurların aslında öğrencilerin gelecekleri açısından hayati değer taşıdığı düşünülmektedir.

Öğrenci ve tüm okul çalışanları gün içerisindeki zamanlarının çoğunu okulda harcarlar. Günün büyük kısmındaki yaşam konforu da kişisel motivasyon için önemlidir. Bu sebepten ötürü gerek binanın fiziki durumu gerekse iç donanımı öğrenci ve diğer çalışanların verimliliğini arttıracığından, okulun fiziki koşullarının iyi olması eğitimin de kalitesini arttıracaktır. Özellikle uygulamalı eğitimin yoğun olduğu yiyecek içecek hizmetleri alanının olduğu okullarda fiziki yeterlilikler önemli bir faktör olmaktadır. Mutfak uygulamalarının mevcut durumları ve uygulamalardaki malzemelere ulaşmanın zorluğu öğrencilerin eğitimini doğrudan etkilemektedir (Kurnaz vd., 2018: 506). Okul yönetimlerinin eğitimdeki hizmet kalitesini arttırmaları için öncelikle fiziki koşulları iyileştirmeden başlayarak, öğretmen yeterlilikleri ve ders içeriklerini öğrenci ihtiyaçlarına göre planlaması gerekmektedir (Olçay ve Ay, 2017: 84).

### **2.1.2. Turizm Eğitimi Müfredatı**

Turizm eğitimi müfredatıyla ilgili gerek sektör gerekse eğitim alanlarında yapılan tüm çalışmalara rağmen özellikle gelişmekte olan ülkelerde stratejik plan ve politikalarından yoksundur. Etkili bir turizm eğitimi müfredatı için; müfredatlarda ulusal hatta uluslararası bütünlük olması (Mayoka ve Akama, 2007: 299), sektörün, yatırımcıların ve toplumun ihtiyaçlarının iyi analiz edilip müfredat geliştirilirken dikkate alınması gerekmektedir. Bu konulara dikkat edilerek hazırlanan müfredatla verilen eğitim, turizm sektörünün ihtiyaçlarına cevap verebildiği zaman hedeflenen başarıya ulaşılabilecek ve sürdürülebilecektir (Koç vd., 2014: 135-137; Eren vd., 2013: 19; Nikandrou vd., 2009: 257). Turizm sektöründeki işletmeler dünya pazarından alacakları payı arttırmak için, turizm eğitiminin bilim ve teknoloji ışığında, nitelikli bilgi ve beceri ile donatılmış çalışanlar yetiştirebilecek müfredatları geliştirmeye ve uygulamaya gereksinimi vardır (Ulama vd., 2015: 342). Müfredatlar arasındaki uyumsuzluk ülkede turizm eğitimi konusunda standart sağlanamamasına dolayısıyla hizmet kalitesinde de standardın sağlanamamasına sebep olacaktır. Müfredat geliştirme sürecinde ülke genelinde mümkün olduğu kadar ortak bir içeriğe ulaşmanın sağlanmasının yanı sıra, dünya genelinde turizm eğitiminde gelişmiş ülkelerin örneklerinin de incelenmesinin müfredata daha evrensel bir bakış açısıyla yaklaşmaya imkan vereceği düşünülmektedir. Çarbuğa vd., (2018: 20) tarafından Avrupa, Amerika, Asya kıtasındaki ülkelerle Türkiye'deki lisans düzeyindeki gastronomi müfredatları incelenmiş, Türkiye'de teorik derslerin fazlalığından kaynaklanan ders



miktarında sayısal bir yoğunluk tespit edilmiştir. Müfredat hazırlamada ulusal ve uluslararası kriterler belirlemek hizmet kalitesini arttıracaktır. Örneğin yiyecek içecek alanındaki müfredata gıda güvenlik sisteminin eklenmesi aynı zamanda sektörün gıda güvenliğini koruyacaktır (Eren ve Şener, 2017: 115).

Min vd., (2012: 137-138) hizmet kalitesinin değerlendirilebilmesi için, eğitim pazarlamacıları ve yönetiminin eğitim müfredatlarını planlarken ve geliştirirken öğrencilerin hizmet kalitesini değerlendirme motivasyonlarının rolünü ve etkisini göz önünde bulundurmaları gerektiğini vurgulamaktadır. Meslek lisesi öğrencilerinin meslek derslerine kültür derslerinden daha yatkın olduğu bilinmektedir (Yazgan, 2018: 45). Bu sebeple öğrencilerin ilgi, algı ve beklentilerini düşünerek yapılacak bir müfredat tasarımı önemlidir. Turizm eğitiminde müfredat, müfredat tasarımının ve derslerin programın amaç ve hedefleri, mevcut eğilimler, program geliştirme özellikleri vb. ile uyumlu olup olmadığıyla ilgilidir. Çin'deki müfredat incelemesinde farklı kurumlardan gelen müfredatların bir bütünlük oluşturmadığından, müfredatın doğru şekilde geliştirilmediğini göstermektedir (Shen vd., 2015: 14). Conradie (2012: 88-91), konaklama işletmeciliği öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada öğrencilerin kariyer ve eğitim müfredatları hakkındaki memnuniyetlerini değerlendirmiştir. Araştırma sonucunda teorik eğitim ile pratik eğitimin birbirini izleyecek ve uyumlu olacak bir şekilde verilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Türkiye'de turizm eğitimi verilen okullarda turizm eğitimi müfredatının, ders içerik ve uygulamalarının ve ders kitaplarının turizm sektörünün beklentilerini karşılamadığı tespit edilmiştir (Boylu, 2009: 936). Uçar ve Özerbaş (2013: 251), mesleki ve teknik eğitimde kullanılan modüler öğretim programının geniş bir alana hitap etmekte olduğunu ve amacına uygun verilemediğini, bununla birlikte bu modüllerin güncel olmayışı ve bu modülleri uygulayacak eğitim ortamının bulunmadığını belirtmektedirler. Öğrencilerin derslerine ilişkin tutumları önemli bir durumdur. Bu tutumlar öğrencilerin tüm eğitim ve iş hayatlarını doğrudan etkilemektedir.

Turizm gerek bir mesleki eğitim alanı gerekse de yükseköğretim düzeyinde bir bilim dalı olarak çok yönlü, farklı alan ve disiplinlerden bilgileri içeren bir eğitim alanıdır. Bu nedenle turizm ile ilgili eğitim müfredatının; arkeoloji ve tarihten, mobilya ve dekorasyona, mutfak ve içecek teknolojilerinden, sosyal bilimler ve dil bilimlerine kadar çok geniş ve derinlikli bir içeriği bulunmaktadır. Turizm eğitiminin niteliğini etkileyen bir diğer önemli nokta da eğitim içeriğinin sektördeki uygulamalar ile uyumlu olmasıdır. Çünkü sektör yöneticileri turizm eğitim müfredatının beklentilerini karşılamadığını belirtmişlerdir (Aydın, 2010: 137). Sektör ile uyumlu bir eğitim içeriğinin oluşturulmasında en temel noktayı içerik oluşturma sürecinde

kullanılan yöntem oluşturmaktadır. Eğitim içerikleri, diğer bir ifadeyle müfredatın oluşturulmasında içerisinde sektör profesyonelleri, alandan uzmanlar, pedagoglar, eğitimciler ve başarılı öğrencilerin de yer aldığı geniş kapsamlı bir çevrenin değerlendirmelerinin alınmasının daha nitelikli bir müfredat geliştirilmesine imkan vereceği düşünülmektedir. Meslek lisesi öğrencilerinin, özellikle de yiyecek içecek öğrencilerinin iş hayatına hızlı adaptasyonu için mesleki becerilere dayalı kazanımların öncelikli olması gerekir (Yazgan, 2018: 45). Bu mesleki beceriler özellikle yükseköğretime devam edemeyen öğrencilerin sektöre devamında istihdamı kolaylaştıran kıymetli beceriler olmaktadır.

Ortaöğretimde öğrenim gören özellikle yiyecek içecek alanı öğrencilerinin müfredatları gereği gördüğü teorik ve pratik derslerin etkililiği ve verimliliği alanlarının devamı olan lisans ve lisansüstü derslerine de kaynaklık edecektir. Nitekim yapılan bir analiz sonrasında mutfak becerisi ve kültürünün geliştirilmesine yönelik derslerin müfredatlarda daha fazla yer alması gerekliliği tespit edilmiştir (Şahin Ören ve Arman, 2017: 179). Sektörün ihtiyaç duyduğu, mesleğine ilgili ve mesleğini seven iyi yetişmiş aşçılar için; uygulamalı eğitim ekseninde çağdaş bir müfredat hazırlanması son derece önemlidir (Arıkan vd., 2018: 593). İŞKUR (2016) tarafından yapılan bir çalışmada sektör yöneticileri müfredatların sektör uyumu ve güncelliği sorunlarına vurgu yapmışlardır (Atik, 2017: 490). Müfredatlar hazırlanırken yükseköğretim müfredatlarının da dikkate alınması durumunda ortaöğretimden sonra alanında yükseköğretime devam edecek öğrencilerin kariyerlerine destek olunacaktır. Bu sebeple müfredatlar hazırlanırken yükseköğretimdeki içeriklerin analiz edilmesi de turizm eğitiminin verimliliğini arttıracaktır.

### **2.1.3. Öğretmen ve Diğer Okul Çalışanlarının Performansı**

Öğretmen kalitesi, öğretme performansı ve aktifliğiyle beraber turizm alanındaki deneyimiyle de ilgilidir. Öğretmenlerin girdikleri derslerin uzmanlık alanlarında olup olmadığı da öğretmenin öğretimdeki kalitesi bakımından oldukça önemli bir konudur. (Shen vd., 2015: 14). Morkoç ve Erdönmez (2018: 48), ön lisans düzeyinde mesleki eğitim alan büro yönetimi öğrencileri ile yaptığı çalışmada, öğrencilerin öğretim elemanlarının bilgi ve uzmanlık düzeylerini %95,6'lık bir oranla yeterli bulduklarını tespit etmiştir.

Turizm eğitimi genelinde gastronomi ve yiyecek içecek eğitimlerinin müfredatın güncellenmesi, sektöre uygun hale getirilmesi, fiziki yeterliliklerin tamamlanması kadar önemli bir konu olan öğretmen yeterliliği, birçok araştırmacıya göre daha da önemli bir konudur (Kurnaz vd., 2018: 506). Öztürk ve Tataroğlu (2017: 162) meslek yüksekokullarında yapmış oldukları çalışmada, hizmet kalitesinin oluşması için en etkili boyutun öğretmen yeterliliği,

etkisi en az olan boyutun ise fiziki yeterlilikler olduğunu tespit etmişlerdir. Tayyar ve Dilşeker (2012) de yaptıkları çalışmalarda benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Uçar ve Özerbaş (2013: 252), tarafından yapılan araştırmada öğretim elemanlarının düşük ders ücretlerinin verimliliklerine etki edebileceğini ve bu ücretlerin iyileştirilmesi gerekliliği sonucuna varılmıştır. Araştırmacılar özellikle staja giden koordinatör öğretmenlerin ücretlerinin revize edilmesi gerekliliğini belirtmişlerdir. Ayrıca öğretim elemanlarının da niteliklerinin kontrol edilmesinin mesleki ve teknik eğitimde daha iyi sonuçlar vereceği üzerinde durulmuştur. Öğretmenlerin öğrencilerin eğitim ve öğretim ile ilgili tüm işlemlerinde yardımcı olması ve rehberlik etmesi, öğrencilerin okullarına ve mesleklerine daha sıkı bağlanmalarına sebep olacaktır. Nitekim ortaöğretim öğrencilerinin mesleki turizm eğitimi için çok önemli olan işletmelerde beceri eğitimi konusunda da okul ve öğretmenlerin desteği önemlidir. Özellikle mesleki eğitimde öğretmenlerin de okullarından memnun olmaları uygulamalı ve sektörle iç içe olan bu eğitimin kalitesini arttıracaktır. Aydın (2010: 84), 15 yıl ve üzeri hizmet yılı olan öğretmenlerin memnuniyet düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğunu, bunun sebebi olarak da öğretmenlerin birçok okulda görev yaptıklarından şartlar ve standartlar hakkında bilgi sahibi oldukları ve buna göre değerlendirme yaptıklarını göstermiştir. Her ne kadar öğretmenlerin tecrübeyle doyuma ulaşmaları ve verimli olmaları önemli görünse de; eğitimin olmazsa olmazı öğretmenlerin alanına hakim, öğrencileri ve mesleğini seven, empati yapabilen, eğitim öğretimde hizmet kalitesini ve memnuniyeti artırıcı etkinliklere yer veren kişiler olması eğitimde hizmet kalitesini arttıracaktır. Bununla beraber okulun diğer çalışanlarının da öğrencilerin memnuniyetlerini arttıracak bilgi, tecrübe ve istekliliğe sahip olması öğrencilerin memnuniyeti ve kariyerlerine etki edecektir (Okumuş ve Duygun, 2008: 36). Tüm bu özelliklere ek olarak yiyecek içecek alanında eğitim verecek öğretmenlerin sürekli güncellenen sektör deneyimi olması da (Akıncı, 2015: 57), öğretmen yeterliliğini dolayısıyla yiyecek içecek eğitiminde algılanan hizmet kalitesini arttıracaktır.

#### **2.1.4. Turizm Sektörünün Eğitimden ve Öğrenciden Beklentileri**

Turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için içsel ve dışsal faktörlere ihtiyaçları vardır. Bu faktörler arasında insan kaynakları önemli bir konumdadır (Tracey vd., 2008: 4). Sektörün ihtiyacı olan kalifiye insan kaynağı, etkili ve kaliteli turizm eğitimi ile karşılanabilmektedir (Eren vd., 2013: 16). Turizm eğitimi konusunda incelenen ülke raporları doğrultusunda eğitilmiş çalışanlara daha fazla ihtiyaç olduğu ortaya çıkmaktadır. Raporlardaki örneklerin çoğu, insan kaynakları ve eğitim ile sürdürülebilir avantaj oluşturma gayretinin desteklenmesi gerekliliğine işaret etmektedir (Doğan, 2017: 27-28).

Turizm eğitimini veren okullar da bu ihtiyaçları en iyi şekilde karşılayabilmek için farklılıklarını ortaya koymak adına bir dizi akademik ve sosyal faaliyet gerçekleştirmektedir. Okulların verdikleri eğitimin kalitesini arttırmak için kendilerini geliştirme ve yenileme çabaları öğrencilere de yansımaktadır. Bu çabalar ile öğrenci ve veliler okulları türlerine ve eğitimi veriş biçimlerine göre ayırmaya başlamışlardır. Turizm eğitimi veren gerek kamu gerek özel mesleki ve teknik liseler ise sundukları eğitimle turizm sektörünün beklentilerini karşılamaya çalışmaktadırlar. Turizm sektöründeki işletmeler mezunların istihdamı konusunda öğrencinin mezun olduğu okula da özellikle dikkat etmektedirler. Mezunların istihdamında mezun olduğu okulun imajı da çok etkili bir faktör olmaktadır (Eurico vd., 2015:30). İstihdam konusunda sektörde olumlu imaj sahibi okullara, öğrencilerin de talepleri çok olur. Bu durum okulların eğitimde hizmet kalitesi konusuna değer verdiği, öğrenci ve mezunlarında memnuniyet ve sadakat yarattığını göstermektedir.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri okullardan ve öğrencilerden pratik becerinin yeterli olmasının yanı sıra özellikle yiyecek içecek departmanı için gerekli olan bazı spesifik nitelikler de beklemektedir. Örneğin yapılan bir araştırmaya göre yöneticiler çalışanlarının gıda güvenliği konusunda bilinçsiz ve yeniliklere kapalı olduğunu ve bu yüzden gıda güvenliği ile ilgili uygulamalar yaptırırken zorlandıklarını belirtmişlerdir. Bu sebeple yiyecek içecek departman yöneticileri bu departmanda çalışacakların gıda güvenliği ve HACCP sistemi eğitimi alması gerekliliğini belirtmişlerdir (Eren ve Şener, 2017: 115).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve yöneticiler, verimliliklerini ve karlılıklarını arttırmak için kalifiye işgücü ile çalışmak isterler. Alanında eğitim almış çalışanlar işletmeye her zaman katma değer katacaktır. Bu bağlamda okulların sektör ihtiyaçlarına göre programlama yapmalarının sektöre faydası ortaya çıkmaktadır. Çevik'e (2012: 110) göre; turizm eğitimi veren ortaöğretim kurumlarında, öğretim programlarının içeriği sektördeki güncel uygulamalarla beraber, uygulamaya ve sektör ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik tasarlandığında, sektörün beklentilerini karşılayarak sektörü memnun edecektir. Turizm alanında eğitim alarak bu alanda çalışan öğrenciler, sektörün ihtiyaçlarını ve kendilerinden beklentilerini daha gerçekçi bir yaklaşımla karşılayacağından (Roney ve Öztin, 2007: 6), sektör temsilcilerinin çalışmak istedikleri insan kaynağı olmaktadır. Dolayısıyla sektör temsilcileri ve yöneticiler eğitim kurumlarından sektöre bu yaklaşımla bakabilecek kişiler ile çalışmak istemektedirler. Aydın (2010: 85), 200'den fazla çalışanı olan büyük ölçekli otellerin okullardan diğer otellere göre daha az memnun olduklarını tespit etmiştir. Otellerin de eğitimin hizmet kalitesi ile ilgili algısı öğretmen, öğrenci ve velilerden farklı ortalamalarda memnun olmaları, okul-sektör iş birliğinin ve yakınlığının göstergesidir. Büyük oteller eğitimden

nitelikli çalışanlar beklerken, okul sektör iş birliği için üzerine düşen görevi de kısmen yerine getirmektedir. Bilici (2015: 65) Fethiye'deki otel çalışanları ile yaptıkları araştırmada turizm sektöründe çalışan personelin turizm eğitimi alması gerekliliğini 5 üzerinden 3,96; bu eğitimin sektör beklentileri çerçevesinde olması gerekliliğini ise yine 5 üzerinden 3,93 olarak tespit etmiştir. Sektör çalışanları da özellikle sektör beklentileri üzerine odaklanacak turizm eğitimin turizm sektörüne faydalı olacağını düşünmektedirler.

Çeşitli çalışmalarda da belirtildiği üzere, turizm sektörünün en önemli beklentilerinden biri eğitilmiş insan kaynağının oluşturulmasıdır. Eğitim kurumları eğitilmiş insan kaynağını bir taraftan örgün eğitim programları ile geliştirebilirken diğer taraftan da halihazırda sektörde çalışan kişilere de yaygın eğitim ve iş üzerinde eğitim çerçevesinde eğitim imkanları sunularak sahadaki insan kaynağının hizmet kalitesinin arttırılmasına çalışılmaktadır. Ancak turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim dönemi ile turizm sezonunun da uyumlu olması çok önemli bir mesele olarak görülmektedir. Ortaöğretim düzeyinde mesleki turizm eğitimi veren birçok okul ve işletme 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunundan sonra iş birliklerini arttırmışlardır. Bu iş birliklerinden sonra yapılan bazı araştırmalar yabancı dil eksiklikleri haricinde işletmeye giden öğrencilerden memnun olunduğunu göstermektedir (Günay, 2014: 4). Turizm ve yiyecek içecek alanında öğrenim gören öğrenciler işletmelerde yaptıkları stajlar sayesinde okulda öğrendiklerini uygulamaya dönüştürme fırsatı yakalamaktadırlar (Pang vd., 2013: 6). Bu öğrenciler sektörde yaptıkları stajlar sayesinde çok kıymetli tecrübeler elde ederek eğitimlerine önemli katkılar sağlamaktadırlar (Zopiatis ve Theocharous, 2013: 34).

Turizm sektöründe istihdam alanının oldukça geniş olması nitelikli insan kaynakları ihtiyacını her geçen gün arttırmaktadır (Wang vd., 2010: 48). Ancak sektördeki iş gören devir hızının yüksek olması, sektörde kariyer yapmak isteyenlerin sayısının az olmasının bir sonucudur (Dawson vd., 2011: 292). Bununla beraber kamu ve özel sektör yöneticileri ve akademisyenler turizm alanında verilen eğitimin nitelikli bireylerin yetiştirilmesi için yetersiz olduğunu (Akıncı, 2015: 53); bunun yanı sıra teorik derslerle beraber uygulamalı derslere de ağırlık verilmesinin, öğrencilerin kişisel gelişimlerine kariyer planlarına destek olunmasının, öğrencilerin mesleki olarak bilinçlendirilmesinin ve derslerin işin ehilleri tarafından verilmesinin turizm eğitimindeki hizmet kalitesini arttıracaklarını belirtmişlerdir (Üzümçü, 2015: 123).

### 2.1.5. Öğrencilerin Eğitimden Beklentileri

Bireyler beklentileri karşılandıkları zaman memnun olabilmektedirler. Bu sebepten müşterilerinin beklentilerini karşılayamayan işletmelerin varlıklarını sürdürme şansları oldukça düşüktür (Şahin ve Şen, 2017: 1176). Memnuniyetinin sağlanması, müşterinin veya hizmeti alanın bağlılığını daimi kılan bir unsurdur (Appleton-Kampp ve Krentler, 2006: 254-264). Okullar da beklentileri karşılandığı zaman inanmış, bağlılığı yüksek, ilerlemeyi düşünen ve eğitimi olması gerektiği gibi alan öğrenciler yetiştirerek hem öğrencilerin hem de sektörün beklentilerini karşılamış olacaktırlar.

Öğrenme ortamı oluştururken öğrenciyi motive edebilen bir öğretmen, öğrencinin öğretmenine ve öğrenme ortamına karşı memnuniyetini pozitif yönde etkileyebilir. Öğrenciler, kalite, ders içeriği memnuniyeti, öğretim metodu, ders kitapları, ödevler ve öğrenci ilgileri konularında en mantıklı değerlendiricilerdir. Öğrencilerin değerlendirmeleri öğretmen ile öğrenci arasındaki iletişimi olumlu yönde artırır. Böyle bir iletişim, öğrenci ve öğretmenin beraberce katkıda buldukları bir öğrenme sürecine yol açacak ve öğretim kalitesini arttıracaktır (Balcı, 2013: 42). Öğrencilerin oldukça fazla faktörden etkilenen eğitimden beklentilerini iyi analiz etmek, eğitimin kalitesini ve öğrenci memnuniyetini arttıracaktır. Öğrenci memnuniyetini hedefleyen eğitim kurumları, öğretimin kalitesi kadar eğitim ve öğretim ortamlarındaki diğer faktörleri de dikkate almak zorundadır. Öğrenci ihtiyaç ve beklentilerine odaklanan kurumlar, öğrenci memnuniyetini ve katılımını sağlayabilecektir (Kıyıcı, 2003: 12).

Öğrenciler gün boyu aynı çatı altında zaman geçirdikleri öğretmenleri ile daha verimli ve sıcak etkileşimde olmak istemekte ve bu durumun oluşması öğrencilerin olumlu tutumlarını arttırmaktadır. Öğretmen ile öğrenci arasındaki etkileşimin kalitesi bir taraftan öğrencinin eğitime olan ilgi ve alakasını artırırken diğer taraftan da öğretmenin dersteki verimini olumlu yönde etkileyebilir. Turizm gibi emek-yoğun sektörlerle yönelik eğitim faaliyetlerinde, öğretmenlerin motive edici ve etkileşimli tutumları ayrı bir öneme sahiptir. Sektördeki zorlu çalışma koşulları nedeniyle tedirgin olan öğrenciler zaman zaman sektörde devam etme niyetlerini kaybedebilmektedirler. Ancak ilgili ve motive edebilme başarısına sahip öğretmenler böyle durumlarda öğrencilerin yeniden güç kazanıp zorlu dönemlerin atlatılmasına destek olabilmektedirler.

Okulların öğrencilerin beklentilerine cevap verecek şekilde yapılması öğrencilerin eğitime başladıktan sonra sektörden uzaklaşmalarının önüne geçecektir. Özellikle turizm ve yiyecek içecek sektörü gibi emek yoğun sektörlerde bu durum biraz daha ön plana çıkmaktadır. Öğrencilerin beklentileri ve sonuçları ile ilgili bazı çalışmalarda da beklentilerin karşılanması

konusunun önemi açıkça görülmektedir. Öğrenci beklentileri kuruma neyi nasıl yapması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca öğrenci ihtiyaçlarını zamanında, doğru ve tutarlı bir biçimde belirlemek ve diğer hizmet birimleriyle de ilişkilendirerek analiz etmek gerekmektedir (Mısırlıoğlu, 2014: 39). Modern üniversiteler öğrenci memnuniyeti verilerini bir kalite göstergesi olarak kullanmaktadır. Bu verilerle hizmet ve programlarını iyileştirerek öğrenci memnuniyetini arttırmaktadırlar. Örneğin öğrencilerin memnuniyetini arttıracak beklentileri Wiers Janssen vd., (2002) fiziki koşullar, öğretmen, destek hizmetleri ve sosyal ortam olarak; Elliott ve Healy (2001) öğrenci merkezli ve öğrenme etkinlikleri olarak tespit etmişlerdir (Stukalina, 2016: 1075).

Öğrencilerin mezuniyetten sonra iyi bir gelecek ve kariyer beklentilerinin olması beklenir. Mezuniyetten sonra çalışılan iş yerindeki karmaşık yönetim ve oluşturulmamış kariyer yolları öğrencilerin beklentilerini karşılayamayabilir. Kendi geleceği ile ilgili sorunlar olduğunu hisseden öğrencinin sektörü terk edeceği açıktır.

#### **2.1.6. Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan Modeller**

Hizmet üreten diğer sektörlerde olduğu gibi; eğitim hizmetinde de kalitenin sürekliliğinin sağlanabilmesi ancak eğitim hizmeti kalitesinin doğru olarak ölçülmesi ile mümkündür. Doğru ve güvenilir bilgi hizmet kalitesini daha yüksek seviyelere çıkaracaktır (Gerşil ve Güven, 2018: 111). Eğitim hizmetinin kalitesini ölçebilmek için farklı araştırmacılar farklı ölçüm modelleri ile çalışmış ancak kesin olarak bir fikir birliği sağlanamamıştır. Bunun en büyük sebebi, ölçüm için geliştirilen modellerin birbirinden farklı olmasından kaynaklanmaktadır.

Hizmet kalitesinin belirlenmesinde müşterinin beklediği kalite algıladığından daha yüksek ise düşük kalite seviyesi, beklediği kalite algıladığından daha düşük ise yüksek kalite seviyesi olarak tanımlanır. Beklenen ile algılanan performans arasındaki bu fark müşterinin o işletme veya kurum hakkındaki düşüncelerini ortaya koymaktadır. Bu düşünceler sonucu ortaya çıkacak memnuniyet veya memnuniyetsizlikler gelecekteki talebi doğrudan etkileyecektir (Tavmergen, 2002: 129; Yüksel ve Seyhan, 2005: 122). Tüm bu sebeplerden dolayı literatürde hizmet kalitesi kavramı yerine genellikle “algılanan hizmet kalitesi” kullanılmaktadır. Algılanan hizmet kalitesini “müşterinin bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü ya da mükemmelliği ile ilgili genel bir yargısı” olarak tanımlamak mümkündür (Uyguç, 1998: 27; Zeithaml vd., 1990: 15). Sunulan hizmetin satışı öncesinde, esnasında ve sonrasında sürekli pazar araştırması ve müşterilerin gözlemlenmesi gerekmektedir. Elde edilecek bu verilerle müşteri istek ve beklentilerinde oluşan değişiklikler takip edilmektedir (Tavmergen, 2002: 36). Parasuraman

vd., (1985: 43), hizmet kalitesini iki şekilde incelemişlerdir. Hizmetin sunulması sürecinde müşteri tarafından yapılan değerlendirmeyi “süreç kalitesi”, hizmet sunulduktan sonra müşteri tarafından yapılan değerlendirmeyi ise “çıktı kalitesi” şeklinde ele almaktadırlar. Müşterilerin hizmet kalitesi algılaması hizmete erişmeden önceki beklentileri ile hizmeti aldıklarında edinilen deneyimlerini karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkar. Beklentiler karşılanmış ise hizmet memnun edicidir (Koç, 2015: 216; Parasuraman vd., 1985: 43-44).

Hizmet kalitesinin ölçülmesindeki ana konu, hizmeti alan kişinin hizmeti değerlendirmesidir. Alınan bu hizmet değerlendirilirken kişinin tüm deneyimleri, duydukları, hizmet alımı esnasındaki çevre koşulları gibi onlarca değişken söz konusu olabilmektedir. Hizmet kalitesi kavramlaştırılırken insani perspektiften yapıldığı ve müşterilerin sadece hizmetin çıktılarını değil süreçlerini de detaylı bir şekilde değerlendirdiği görülmektedir. (Koç, 2015: 216). Bununla birlikte toplumsal normlardan kişisel özelliklere kadar, tüm iç ve dış faktörlerden etkilenen hizmet kalitesinin ölçülmesi daha da zorlaşmaktadır. Görüldüğü üzere hizmet kalitesinin ölçümü fiziksel bir malın kalite ölçümünden çok daha farklı boyutlara ve özelliklere sahiptir. Ölçümü bu kadar hassas ve değişken olan hizmet kalitesi konusu için literatürde çok fazla ölçüm modeliyle karşılaşılacaktır. Tüm bu ölçüm modelleri hizmet kalitesini soyut olmaktan çıkarıp, ölçülebilir bir forma sokmaktadır. Bu modeller hizmet kalitesinin ölçümünün nasıl yapıldığı hakkında farklı yaklaşımlar oluşturmaktadır (Mbise ve Tuninga, 2013: 104). Algılanan hizmet kalitesinin ölçümünde; Grönroos (1984), Lehtinen ve Lehtinen (1983), Normann (1984), Kano (1984), Parasuraman, Zeithalm ve Berry (1988) farklı modeller kullanmaktadır (Untaru vd., 2015: 85).

Hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili Kano Modeli; işletmelerin müşteri beklentilerini karşılayabilme derecesi ile müşterilerin memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmektedir. Bu modelde en önemli kalite öğeleri; beklenen kalite, tatmin edici kalite ve memnun edici kalitedir (Savaş ve Ay, 2005: 83). Bir diğer model olan Holserv Modeli konaklama işletmeleri gibi bazı işletmelere uyarlanan 27 soru tipiyle otel müşterilerinin beklenti ve algılarını ölçmektedir (Mei vd., 1999: 137). Bu iki model özellikle sezonluk dalgalanmalardan etkilenen turizm işletmelerine, çalışanlarına ve yiyecek içecek öğrencilerine uygulanabilir. Hem sektöre hem de eğitim kurumlarına hizmet kalitesi hakkında geçerli ve güvenilir sonuçlar verebilir. Hizmeti sunanların performanslarının sunulan hizmetin kalitesini doğrudan etkilediğini savunan Norman Modeli, bu bağlamda, doğru çalışan seçimi, hizmet içi eğitim, çalışanların motivasyonu, kariyer planlaması ve işletmede tutulmasının kalite yönetimi açısından önemli olduğunu vurgulamıştır (Uyguç, 1998: 40). Norman modelinin yapısı, turizm mesleği eğitiminde uygulanabilecek yöntemlerden biridir. Bu modelde öğretmenlerin



performanslarının eğitimin kalite algısını direk etkilemesi, öğrencilerin devam edip etmeme niyetlerini de doğrudan etkileyecektir.

Hizmet kalitesinin ölçümünde literatür SERVQUAL ve SERVPERF ölçeklerinin en yaygın kullanılan ölçeklerden ikisi olduğunu belirtmektedir (Adil vd., 2013: 65). Hizmet kalitesinin ölçümünde ve özellikle turizm eğitiminde hizmet kalitesi ölçümünde etkili oldukları düşünülen iki model yani önce “Servqual Modeli” daha sonra bu çalışmada kullanılan “Servperf Modeli” açıklanacaktır.

### 2.1.6.1. Servqual Modeli

Hizmet kalitesinin oluşturulması, tüketicilerin kalite algılamaları ve bunların değerlendirilmesi ilk defa Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalar neticesinde SERVQUAL modeli; *“Kalite, müşterilerin beklentileri ve algıları arasındaki farktır ve bir müşteri yalnızca ihtiyaçlarını karşılamak üzere hizmet ile karşılaştığında, beklentileri fazlası ile karşılandığı durumda, kaliteyi olumlu olarak algılamaktadır”* teorisi üzerine kurulmuştur. Bu model ile sunulan hizmetlerde beklentiyi karşılama düzeyini ölçümlemeye ilişkin hizmet kalitesi algılamasının temel bir yapısı olarak belli kriterler kullanılmıştır (Wang vd., 2015: 36; Gürbüz ve Ergülen, 2006: 178). Beklenen hizmetle algılanan hizmet arasındaki fark ne kadar az olursa ya da algılanan hizmet beklenenden ne kadar yüksek çıkarsa kaliteli hizmetten bahsetmek mümkündür. Bu modelde beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark incelenir. Hizmetten faydalanan kişi beklediği ile algıladığı hizmete farklı puanlar vererek SERVQUAL analizine veri oluşturur (Gerşil ve Güven, 2018: 114).

SERVQUAL ölçeği ilk olarak 97 çift soru ile başlayıp geçerlik ve güvenilirlik analizinden sonra önce 54, daha sonra 34 soru çifti haline gelmiştir. Ölçekle ilgili yeniden tanımların yapılması, verilerin incelenmesi ve analizlerin yapılması sonucu son hali olan 22 soru çiftine dönüştürülmüştür. Bu soru çiftlerinden biri beklentiyi diğeri ise algıyı ölçmektedir. Tüm bu analizlerden sonra beş boyutlu SERVQUAL ölçeği geliştirilmiştir. SERVQUAL ölçeğinde fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati olmak üzere beş boyut bulunmaktadır (Şahin ve Şen, 2017: 1179; Akçıl Ok ve Girgin, 2015: 300-301; Kristensen ve Eskildsen, 2012: 51; Zeithaml vd., 1990: 32). SERVQUAL’in hizmet kalitesi ölçümünde uygulamasında dikkat edilmesi gereken noktalardan biri ölçümün iki aşamalı olarak yapılmasıdır. Bu sistemde hizmet alıcıların hizmete yönelik beklentileri önce hizmet alımı öncesinde ölçülür sonrasında ise hizmet alımı gerçekleştikten sonra ölçülür. Değerlendirme yapılırken mutlaka aynı kişinin

beklenti ve algı değerlendirmeleri karşılıklı olarak analiz edilir. Bunun için aynı kişiden iki kez veri toplanması kişilerin takip edilmesi gerekmektedir.

SERVQUAL ölçeği kullanılarak yapılan birçok araştırmada (Carman, 1990; Babakus ve Boller, 1992; Cronin ve Taylor, 1992; Headley ve Miller, 1993; Lytle ve Mokwa, 1992; McAlexander vd., 1994); ölçeğin güvenilirliğinin genel olarak yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Son yıllarda hizmet kalitesi ölçümlerinde bu model gerek turizm sektörü özelinde (Şahin ve Şen, 2017: 1179; İlban vd., 2016: 182), gerek eğitimde (Chui vd., 2016: 132), gerekse de daha birçok hizmet sektöründe (Badri vd., 2005; Tan ve Kek, 2004; Arambewela ve Hall, 2006; Yılmaz vd., 2007; Kassim ve Zaim, 2010; Chowdhury vd., 2010; Shekarchizadeh vd., 2011; Javadi ve Samangoee, 2011) kullanılmıştır. SERVQUAL beklenen ile karşılaşılan hizmetin karşılaştırılması temeline dayandığından (Naik ve Srinivasan, 2015: 29); hizmet üreten işletmeler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır (Akçil Ok ve Girgin, 2015: 297).

#### **2.1.6.2. Servperf Modeli**

SERVQUAL modeline alternatif olarak Cronin ve Taylor'ın geliştirdiği SERVPERF modelinin odağı performanstır. Hizmeti alanın algı ve beklentileri arasındaki farkı ölçen SERVQUAL modeline karşı, hizmet kalitesini performansa dayalı olarak ölçmeyi amaçlamışlardır. SERVQUAL modelinde 22 ifade algı için, 22 ifade de beklenti için kullanılırken SERVPERF modelinde bu 22 ifade esas olarak alınıp sadece hizmetin performansını ölçmek için kullanılmıştır (Akdoğan, 2011: 42; Cronin ve Taylor, 1992: 55-59; Brady vd., 2002: 17- 31).

SERVPERF modeli, hizmeti sunanların performansına ve başarısına odaklanmıştır. Hizmeti alanların algı ve beklentileri arasındaki farktan ziyade performansın daha iyi sonuçlar verdiğini bu alanda çalışma yapan (Boulding, vd., 1993; Gotlieb vd., 1994; Lapierre, 1996; Brady vd., 2002) birçok araştırmacı ortaya koymuştur. Hizmetin performansının ölçümü ile ilgili yapılan çalışmalardan olumlu sonuçlar almak modeli daha geçerli hale getirmeye başlamıştır. SERVPERF ile SERVQUAL modelini farklı havayolu şirketleri ile karşılaştıran Yıldız ve Erdil (2013) SERVPERF'in hizmet kalitesini daha fazla açıkladığını tespit etmişlerdir. Yine bu çalışmaya benzer olarak yiyecek içecek işletmelerinin de dahil olduğu dört sektörde yapılan karşılaştırmada SERVPERF modelinin SERVQUAL'den daha etkili ve doğru sonuçlar verdiği tespit edilmiştir (Tuncer, 2017: 326).

Yapılan analizlerde SERVPERF modelinin güvenilirliğinin SERVQUAL'dan yüksek çıkması, modeli daha fazla kişinin tercih etmesine neden olmuştur (Poobalan, 2005: 33). SERVPERF ölçeğinin turizm, sağlık ve bankacılık gibi birçok hizmet sektöründe geçerliliği ve

güvenirliliği test edilmiştir (Songur vd., 2017: 809). Hem uygulama kolaylığı hem ölçme kolaylığı bakımından da tercih edilen bu model özellikle hizmetle beraber somut bir ürünün verildiği hizmet ölçümlerinde diğer modellerin önüne geçmiştir.

Literatürde bu modele en çok yapılan eleştirilerden biri, müşteri beklentileri ile yapılan ölçümlerde performans ne kadar yüksek olursa olsun eğer müşterinin beklentisi yüksek ise müşteri memnuniyetinin sağlanamayacak olmasıdır. Bu da performansa dayalı bu modelin ölçüm sonuçlarının geçerli olmayacağı yönünde endişeler yaratmaktadır. Bir diğer eleştiride ise Parasuraman vd. (1994) hizmetin eksik olduğu noktaları SERVQUAL açıklarken, SERVPERF'in algılanan hizmetin açıklanan varyansını ortaya koyduğunu, bunun sonucunda işletme ve yöneticilerin SERVQUAL ölçeğini daha çok tercih ettiğini belirtmişlerdir (Parasuraman vd., 1994: 111-116).

Literatürde yapılan araştırmalarda, hizmet kalitesi ölçümlerinde SERVPERF modeli ve ölçeğinin kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Açıklamalardan da anlaşılacağı üzere SERVPERF yöntemi, doğrudan performans odaklı ve tek aşamalı bir ölçüm yöntemidir. Beklentiler ölçeğinin bir parçası olmayıp yüksek algılanan performans, yüksek hizmet kalitesi anlamına gelmektedir (Kaya, 2018: 17; Adil vd., 2013: 65; Türk, 2009; 2; İrik, 2005: 41). Bununla beraber araştırmacılar memnuniyetin anlık bir değerlendirme olmadığını, tüketicilerin uzun dönemli hizmet kalitesi belediklerini savunduklarından SERVPERF modelinin SERVQUAL modelinden daha gerçekçi sonuçlar verdiğini bir kez daha ortaya koymuşlardır (Albayrak, 2018: 51-52; Güzel, 2006: 138). Literatürde daha önce yapılan çalışmalarda SERVPERF ölçeğinin daha yaygın, geçerli ve güvenilir olduğu; bununla beraber performans odaklı ve tek aşamalı bir ölçüm yöntemi olduğu için de, ortaöğretim düzeyindeki yiyecek içecek alanında öğrenim gören öğrencilere daha uygun bir ölçek olduğu düşünüldüğünden tercih edilmiştir.

## 2.2. Memnuniyet

Oliver (1999: 34), memnuniyeti, hizmetin müşteriye memnun edecek şekilde yerine getirildiğine ilişkin algı, müşterinin hoşnutluğu; Çatı ve Baydaş (2008: 138) beklenen ile gerçekleşen hizmet performansları konusunda müşteri yargısı” Şahin ve Şen, (2017: 1176) ise “müşterinin işletmeden aldığı ürün ve hizmetler konusunda olumlu düşünmesi” olarak tanımlamaktadır. Algılanan performans ve hizmet kalitesi ile ilgili memnuniyet zamanla kaliteyle ilgili ortak bir yargı halini alacaktır. Eğitimde sağlanan kalite, daha sonra bilgi, beceri ve yetenek gibi çıktılar doğurabilmektedir. Öğrencinin memnuniyeti konusu ise bu beklentilerin karşılanma durumuyla ilgilidir (Cronin ve Taylor 1992: 66-68; Şahin, 2009: 120-121).

Müşteri memnuniyeti konusunda yapılan araştırmalarda, memnuniyet kavramı, oluşumu ve oluşumunda etkili olan faktörler ile ilgili kuramlar ele alınarak değerlendirmeler yapılmaktadır. Müşteri memnuniyeti ile ilgili kuramlar: Müşterinin beklentilerinin karşılanıp karşılanamama durumuna göre oluşan memnuniyeti tanımlayan **“beklentilerin onaylanmaması kuramı”**; onaylama ve algılanan kalitenin memnuniyeti beklentilerden daha fazla etkilediğini açıklayan **“bilişsel uyumsuzluk kuramı”**; beklenti ve algılanan performansın karşılaştırılarak değerlendirilmesi ve performansın beklenti seviyesine yakın olması ile ortaya çıkan ve beklentilerin memnuniyeti etkilediğini öne süren **“benzeşim kuramı”**; satın alınan ürün veya hizmetten algılanan kalite ile o ürün veya hizmet için beklenen kalite, fiyat, emek gibi kriterleri karşılaştırıp olumlu sonuç elde edilince ortaya çıkan **“eşitlik kuramı”**; önceki satın alma deneyimleri sonucunda oluşan yüksek memnuniyetin sonraki alımları ve memnuniyet düzeylerini etkileyebileceğini ileri süren **“bilişsel kuram”**; mal veya hizmetin beklenen performansı gösterip göstermediğini anlamak için nedensellik sonuçlarını kullanan **“gönderme kuramı”**; belli bir kıyas seviyesi ile yapılan karşılaştırmanın memnuniyeti etkileyeceğini belirten **“karşılaştırma düzeyi kuramı”** olarak sıralanabilir (Eskiler ve Altunışık, 2015: 485; Devebakan, 2006: 125; Milan ve Esteban, 2004: 49). Müşteri memnuniyeti konusunda Richard Oliver’in geliştirdiği **“beklentilerin onaylanmaması kuramı”**nda müşterinin mal veya hizmeti satın almadan önceki beklentileri ile kullandıktan sonraki algıladıkları performans karşılaştırılmaktadır. Bu karşılaştırma neticesinde beklenen ve algılanan performansın eşit olması durumunda onaylama gerçekleşmektedir (Devebakan, 2006: 125; Milan ve Esteban, 2004: 49).

Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin ve memnuniyetle oluşan sadakatın tekrar satın almaktan daha geniş bir anlamı vardır. Sadık müşteri işletmenin hatalarına karşı toleranslı davranarak işletmeyi tercih etmeye devam eder (Bayram ve Şahbaz, 2017: 61). Bu durum turizm işletmeleri ve eğitim kurumları için de benzer şekildedir. Turizm işletmelerinde fiziksel konforun yanı sıra güvenilirlik ve güven de müşteri memnuniyetinde önemli faktörlerdendir. Yapılan bir çalışmada bu faktörlerin memnuniyeti doğrudan etkilediği, dolayısıyla hizmet kalite algısı ile müşteri memnuniyeti arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak algılanan yüksek kalite, yükselen bir müşteri memnuniyeti anlamına gelmektedir (Şahin ve Şen, 2017: 1183). Memnuniyeti ve beraberinde sadakati yakalayan turizm işletmelerinin müşterileri tekrar satın alma davranışına yönelmektedirler.

Konu eğitim sektöründeki memnuniyete gelince; hızla değişen dünyada öğrencilerin algıladıkları kalite, eğitimleri için gerekli olan teknolojiler, teknikler, beceriler ve bilgilerle sürekli değişmektedir. Bu hızlı değişim sayesinde her öğrenci grubunun beklentileri ve algıları

farklı olmaktadır (Chui vd., 2016: 133). Öztürk ve Tataroğlu (2017: 177) çalışmalarında bu durumu destekler nitelikte sonuçlara ulaşarak, öğrencilerin yaşlarının arttıkça memnuniyetlerinin arttığını tespit etmiştir. Bu durumu Balcı vd., (2016: 72) ise okula yüksek beklentilerle gelen öğrencilerin beklentilerinin zamanla okulun şartlarına uygun hale gelmesinden kaynaklandığını savunmaktadırlar.

Eğitim öğretim sistemlerinde çok sayıda kişinin ve faktörün eşgüdümlü bir çalışması neticesinde oluşan öğrenci memnuniyeti, çok sayıda faktörün etkileşimi altında gerçekleşmektedir. Bu nedenle öğrenci memnuniyetini etkileyen faktörlerin detaylı bir biçimde ele alınması gerekmektedir (Kıyıcı, 2003: 12). Özellikle mesleki ve teknik eğitim konusunda bu faktörlerin sayısının daha da artacağı beklenmektedir.

Eğitim kurumlarında öğrenci memnuniyetini sağlayabilmek, kurumların varlıklarını devam ettirebilmeleri ve topluma faydalı olabilmeleri açısından oldukça önemlidir. Mesleki ve teknik eğitimde öğrenim gören öğrenciler gerek ülke gerekse dünya ekonomisinin iş gücü ihtiyacı açısından oldukça önemlidirler. Bu öğrenciler ortaöğretim yaşlarında (15-19 yaş arası) olduklarından, kendi eğitim ve öğretim ortamları hakkında mantıklı görüş sunabileceklerdir. Meslek liselerindeki öğrencilerin kendi alanlarında öğrenim görürken, okul ve alanlarından memnun olmaları, eğitim ve öğretim çıktılarında olumlu sonuçlar verecektir. Meslek liselerindeki öğrencilerin memnuniyet seviyelerini ölçen Aydın (2010: 83), 9. sınıfların memnuniyet ortalamalarının 5 üzerinden 3,60 seviyesinde olduğunu ve bunun okul ortalamasının üstünde olduğunu tespit etmiştir. 9. sınıfların okul ile ilgili memnuniyetlerinin ortalamasının üstünde çıkmasının öğrencilerin beklentilerinin düşük olmasından kaynaklanmakta olduğunu belirtmiştir. Bu çalışma Roney ve Öztin'in (2007: 8-10) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmanın ortaöğretimde de benzer sonuçlar verdiğini göstermektedir. Buradaki ortaöğretime ve yükseköğretime uygulanan ve benzer sonuç veren çalışmalarda, öğrencilerin mesleğe yakınlaştıkça memnuniyetlerinin azaldığı görülmektedir.

Eğitimde memnuniyetin oluşabilmesi için öğrencilerin hizmet kalitesi algılarının tatmin edici bir derecede olması gerekmektedir. Ancak Yazıcıoğlu ve Özata'ya (2017: 27) göre öğrencilerin programın içeriği, fiziki koşullar ve öğretmen yeterlilikleri gibi boyutları beş üzerinden dört ve daha aşağı algıladıklarını tespit etmişlerdir. Öğrenciler programın sektörle uyumlu olmadığını, hizmet kalitesinin standartlara bağlı olmadığını belirtmişlerdir.

Algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilerin olduğu (Okumuş ve Duygun, 2008: 36), birbirlerini etkilediklerini gösteren birçok çalışma yapılmıştır. Şahin ve Şen (2017: 1176) hizmet kalitesinin tüm boyutlarıyla memnuniyet arasında olumlu ilişkiler olduğunu, buna destek olarak da hizmet kalitesinin fiziksel özellikler,

güvenirlilik ve güven algılarındaki artışın memnuniyeti de arttırdığını tespit etmişlerdir. Benzer bir sonuç olarak Okumuş ve Duygun (2008: 36), memnuniyetin arttırılması için öncelikle fiziki özelliklerin arttırılması, daha sonra müşteri odaklılık, empati, eğitim, güvenirlilik, organizasyon becerisi, güvence, saygı ve ulaşılabilirlik faktörlerine sırasıyla önem verilmesi gerekliliğini belirtmektedir. Öğrenci memnuniyetinin hizmet kalitesi düzeyinin belirlenmesinde önemli bir etken olduğunu belirten Altaş (2006: 456), fiziki koşulların iyileştirilmesi, müfredatın güncellenmesi ve öğretim elemanlarının çalışmaya teşvik edilmesinin gerekliliği üzerinde durmuştur. Yaptığı çalışmada eğitim, destek hizmetleri, iletişim ve fiziksel özelliklerin iyileştirilmesinin öğrenci memnuniyetini ve aidiyet duygusunu arttıracığını savunan Erdoğan ve Bulut (2015: 166), bu faktörlerin öğrencilerin memnuniyet düzeyine anlamlı ve olumlu yönde katkısı olduğunu tespit etmişlerdir.

Mezuniyetten sonra sadece turizm sektörüne odaklanmak ve çalışmak beraberinde memnuniyet getirebilmektedir. Bilici'nin (2015: 66), Fethiye'de yaptığı araştırma eğitim ve sektöre ilişkin memnuniyetin olumlu sonuçlarını açıkça ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçlarına göre; sektörde çalışan 315 kişinin %72,3'ü turizm sektörünü sevdiği için turizm eğitimi aldığını belirtirken, %67,3'ü ise aldığı eğitimden ve eğitim aldığı kurumdan memnun olduğunu belirtmiştir.

### **2.3. Sektör algısı**

Tutum bir bireyin belirli bir objeye, bir kimseye veya bir duruma karşı, daha önceki edindiği deneyim ve tecrübeler sonucu oluşturduğu olumlu veya olumsuz zihinsel bir tavır ya da davranış biçimi oluşturma eğilimi olup (Chin, 2016: 266; Aytan, 2016: 536; Özkalp ve Kırel, 2013:105), okul ve dersler dahil olmak üzere öğrencinin hayatının her aşamasında karşısına çıkmaktadır. Öğrencinin bir dersle ilgili algısı ve tutumu, o dersin başarısını önemli ölçüde etkilemektedir (Aytan, 2016: 536). Tutum birçok araştırmada kişilerin inançları ve niyetleri arasında bir köprü görevi görecektir şekilde modellenmiştir. Tutum ve diğer etkenlerin davranışa dönüşümü ile ilgilenen Planlanlı Davranış Teorisi - PDT (Theory of Planned Behavior – TPB) Azjen (1985, 1991, 2005) ve Azjen ve Fishbein (1980, 2000) çalışmalarında, bireyin davranışının sadece kendi iradesi ile gerçekleşmediğini, başka faktörlerin de davranışının şekillenmesinde etkili olduğunu savunmaktadırlar (Yılmaz ve Doğan, 2016: 194). Bu teori sayesinde, davranışa yönelik niyet ölçülebilmekte ve söz konusu davranışın ortaya çıkma olasılığı dolaylı olarak tespit edilebilmektedir. PDT'ye göre; olumlu bir tutum içerisinde olan bir bireyin olumsuz bir tutum içinde olan bireye karşı söz konusu davranışı gerçekleştirme

olasılığının daha yüksek olduğu kabul edilir (Lee vd, 1995: 382-385; Yılmaz ve Doğan, 2016: 194).

Sektör algısı da bir tutum olarak düşünüldüğünde bilişsel ve duygusal bileşenlerden oluştuğu söylenebilir. Bireyin sektörle ilgili öğrendikleri, önceki öğrenmeleri, sektörle ilgili düşünceleri bilişsel bileşenleri oluşturur. Ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin önem verdikleri bilişsel bileşenlerini oluşturan kariyer değerlerini araştıran Olcay ve Düzgün (2016: 1127-1148), “İstikrar, Yaşam Tarzı, Teknik ve Fonksiyonel Yetkinlik” değerlerini belirlemişlerdir. Benzer sonuçları yüksek öğrenimde; Adıgüzel (2009), Başol vd. (2012), Gezen ve Köroğlu (2014) ve iş piyasasında da Chapman ve Brown (2014) tespit etmiştir. Turizm öğrencileri kariyerleri için biçtikleri değerlerle sektörü analiz edip algılamaya çalışırlar. Öğrencilerin zihinlerindeki sektör algısı, bu dört değer ve kendilerince önemli olan birçok değer birleşimiyle oluşur. Öğrencilerin sektöre karşı hissettiği duyguları ise duygusal bileşenleri ifade etmektedir. Bu bileşenlerle öğrencilerde bir algı oluşmaktadır ve buna sektöre ilişkin algılama denilebilir. Bilişsel ve duygusal bileşenlerden oluşan sektör algısı daha sonra PDT’de de belirtildiği gibi davranışsal niyete; yani sektörde devam etme niyetine dönüşebilmektedir.

Bununla beraber öğrencilerin sektör algısı turizm literatüründe sıklıkla geçen destinasyon imajı kavramı ile de benzerlik göstermektedir. Sektör algısı bir tutum olarak değerlendirildiğine göre, imaj da bir tutumdur; hatta incelenen imaj çalışmalarının çoğunda imaj ve tutum benzer kavramlar olarak kullanılmıştır. Tutum bireylerin karşılaştıkları olay ve durumlar karşısında sergiledikleri tavır ve davranışlar olup, bu eğilim okuldan kariyer planlamasına kadar birçok alanı etkileyebilir (Bölükbaş ve Boylu, 2018: 1063). Özdemir (2008) ise imajı; bir ürünle veya destinasyonla ilgili inanç, düşünce ve izlenimlerden oluşan algı olarak tanımlamıştır. Algılanan imajın olumlu veya olumsuz sonuçlarının işletmelerin hizmet kalitelerini geliştirme konusunda etkili olduğu ile ilgili bulgular mevcuttur (Akoğlan Kozak ve Aydın, 2018: 182). Sektör algısında olduğu gibi imajın da bilişsel ve duygusal bileşenlerden oluştuğu öne sürülmektedir (Dobni ve Zinkhan 1990: 115). İki kavramın benzer bileşenlerden oluşması kavramların bağlantılı bir şekilde açıklanmasını gerekli kılmıştır.

Kotler ve arkadaşları (1995), destinasyon imajının bireylerin destinasyon hakkında sahip oldukları inanışlarının, izlenimlerinin ve düşüncelerinin tümünden oluştuğunu belirtmişlerdir. Destinasyon imajı, kişinin sahip olduğu bilgi ve inançlarından oluşan bilişsel imaj; destinasyona karşı olan hislerini gösteren duygusal imaj olmak üzere iki ögeden oluşur (Artuğer ve Çetinsöz, 2014: 368). Pazarlama literatüründe olumlu destinasyon imajı tekrar satın alma veya tavsiye etme davranışını doğurmaktadır. Portakal Çiçeği Karnavalı (Saçlı vd., 2019:

178) ve Ilgaz Dağı (Öztürk ve Şahbaz, 2017: 3; Aydoğdu vd., 2018: 207) örneklerinde olduğu gibi pozitif destinasyon imajının tekrar satın alma, tekrar ziyaret etme veya tavsiye etme üzerinde pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda sektör algısı, “sektörün öğrencilerin zihninde oluşturduğu imaj” şeklinde kavramlaştırılabilir. Destinasyonun imajının destinasyonla ilgili davranışsal niyetleri etkilediği gibi, sektör algısı da bir davranışsal niyet olan öğrencilerin devam etme niyetini etkileyebilir. Öğrenci tutumlarının tespit edilmesi eğitim programı gibi birçok konuda eğitim yöneticilerine olumlu dönütler verebilecektir. Tutum, olumludan olumsuzuz kadar uzanabilen iki kutuplu bir değişken olarak ele alındığında; bir alana veya mesleğe yönelik olarak geliştirilen tutumun öğrencinin o alanda veya meslekteki başarısının belirleyicisi olduğu söylenebilir (Bölükbaş ve Boylu, 2018: 1067- 1071).

Öğrenciler gelecekteki meslek seçimlerini kendilerine ait ilgi, yetenek, değer, beklenti ve kişilik özelliklerini göz önünde bulundurarak seçerler. Turizm sektörüyle ilgili algılar öğrencilerin turizm mesleğini seçimlerini etkilemektedir. Turizm sektörünün ağır çalışma koşulları turizm eğitimi alan öğrencilerde olumsuz algı yaratmakta, bu olumsuz algı ile öğrenci sektörde kendisi için bir gelecek, bir kariyer planlayamamakta, dolayısıyla sektörde çalışmak istememektedir (Türker vd., 2016: 312). Bu kapsamda öğrencilerin sektör algılarıyla ilgili bazı çalışmalara yer vermek problemi daha açık ortaya koyacaktır.

Turizm öğrencilerinin sektöre yönelik olumsuz tutumları; uzun çalışma saatleri ve düzensiz mesailerin olması (Aksu ve Köksal, 2005), çalışma koşullarının ağır olması, aile hayatının olumsuz etkilenmesi, mesleğin sosyal statüsünün düşük olması ve meslekte standartların olmaması (Çatı ve Bilgin 2013), iş bulmanın zor olması, ücretlerin yetersiz olması ve uzun yıllar çalışmanın zor olması (Aymanıuy ve Aymanıuy, 2013) olarak belirlenmiştir. Yine bezer şekilde Duman vd., (2006: 67), turizm alanında öğrenim gören ortaöğretim ve yükseköğretim öğrencileri ile yaptıkları çalışmada öğrenciler sektörün çalışma koşullarının zor ve ücretlerin düşük olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum öğrencilerin sektör algısını negatif yönde etkilemektedir. Stajdan dönen 11. ve 12. sınıf öğrencileriyle sektör algısına yönelik yapılan bir çalışmada öğrencilerin çalışma koşullarına ilişkin algıları cinsiyetlerine, eğitim aldıkları dala, sınıf seviyelerine ve çalıştıkları işletme türüne (otel, restoran vb.) göre farklılık göstermezken, çalıştıkları sektöre (kamu-özel) göre farklılıklar olabilmektedir. (Karagül, 2018: 71).

Lisans düzeyindeki turizm öğrencilerinin sektöre ilişkin algılamalarını oluşturan boyutlar (yönetim, ücret, işin doğası, sosyal haklar, iş tatmini, yasal mevzuat, çalışma koşulları, motivasyon, terfi imkânı ve kariyer) ile çalışma niyetleri arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir (Orhan, 2015: 61-68). Turizm meslek lisesinden mezun olup yükseköğrenime devam



eden öğrencilerin turizm sektörüne yönelik olumlu düşünceleri ve bağlılıkları daha fazladır (Dinçer vd., 2013: 55). Sektör çalışanları ile yapılan araştırmalarda da (Birdir vd., 2013; Kaya, 2012; Pratten, 2003) öğrencilerin sektör algılamalarıyla ilgili olumsuz görüşlerinin işin doğası ve çalışma koşulları etrafında şekillendiği görülmektedir (Akoğlu vd., 2017: 148). Turizm eğitimi alan öğrencilerin birçoğu turizm mesleğinin gelecekte de geçerliliğini koruyacağını (Erdem ve Kayran, 2013: 105), bu meslekte ilerlemenin kolay olduğunu ve sektör değiştirmeyi düşünmediklerini belirtmişlerdir (Bilici, 2015: 89).

Yiyecek içecek alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumlarının ölçüldüğü çalışmada genel olarak olumlu tutumlar tespit edilmiştir. Bu tutumların öğrencilerin demografik durumlarına ve kişisel özelliklerine göre farklılaştığı da ayrıca belirtilmektedir. Öğrencilerin mutfak departmanına yönelik en önemli ve ilk sıradaki tutumları “mutfak departmanının önemi”, son sıradaki tutumları ise “mutfak departmanına yönelik bireysel yetenekler” olarak tespit edilmiştir. Yine aynı çalışmada turizm meslek lisesinden mezun olan öğrencilerin mutfak departmanındaki işleri daha nitelikli bularak kariyer imkanlarını daha avantajlı olarak değerlendirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca turizm meslek lisesi öğrencilerinin diğer lise mezunlarına göre sahip oldukları yeteneklerin sektör nitelikleriyle uyduğu ve bu yeteneklerin mutfak departmanında başarılı olmalarına katkı sağlayacağı konuları ile ilgili daha olumlu tutuma sahip oldukları tespit edilmiştir (Tekin ve Çidem, 2017: 33, 41, 42).

İlgili literatürdeki çalışmalara göre öğrencilerin sektör algısı zamanla değişim gösterebilmektedir. Bunu gösteren çalışmalardan birini gerçekleştiren Civelek (2014); Trabzon ilinde ortaöğretim düzeyinde öğrenim gören 300 öğrencinin turizm sektörüne ilişkin görüşlerini incelemiş; öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflara göre anlamlı farklılıklar gösterdiği, 9 ve 10. sınıf öğrencilerinin 11 ve 12. sınıf öğrencilerine göre turizm sektöründe devam edip kariyer yapmaya daha yakın olduklarını belirlemiştir.

Öğrencilerin sektör algısı devam etme niyeti ile ilgili çok önemli bir konudur. Öğrencilerin bilişsel ve duygusal bileşenleri bu algının seyrini göstermektedir. Özellikle iş hayatına yeni başlayacak öğrenci ve mezunların sektörden alacakları ilk izlenimler hem onların hem de sektörün geleceği açısından oldukça önemlidir. Mesleğe veya staja yeni başlayan öğrencilerin sektöre adapte edilebilmesi iyi bir oryantasyon programından geçer. Öğrencilerin sektör algılarının devam etme niyetlerine yön vereceği düşünülmektedir.

#### 2.4. Devam etme niyeti

Müşteri memnuniyeti işletmelerin ve kurumların başarısının temel unsurlarındandır. Müşterisinin ne istediğini bilen işletmeler, beklenen ve beklenenin üstünde hizmet sunarak müşteri memnuniyetini sağlamaktadırlar. Aldıkları hizmet kalitesinden memnun olan müşteriler ise hizmet almayı sürdürmekte ve başkalarına da tavsiye etmektedir (Şahin ve Şen, 2017: 1176). Bu durum öğrenci memnuniyeti için de geçerlidir. Aldıkları eğitimin hizmet kalitesinden memnun olan öğrenciler alanları ile ilgili olumlu tutumlar geliştirecektir. Bu olumlu tutumun ardından da alanlarında devam etme gibi olumlu davranışsal niyetler geliştireceklerdir.

Davranışsal niyetler, “tüketicinin gelecekte aynı ürünü veya hizmeti tekrar talep edip etmeyeceğini gösteren davranışlar bütünüdür” (Yang, 2016: 86). Literatürde davranışsal niyetler üç başlıkta yoğunlaşmaktadır. Birincisi tekrar ziyaret, ikincisi tavsiye etme ve sonuncusu ise olumlu düşüncelere sahip olduğu kurumun gönüllü reklamını yapma davranışı olarak ortaya çıkmaktadır (Yücenur vd., 2011: 160). Bireylerin davranışa yönelik niyeti, davranışın sonuçlarıyla ilgili düşünceler ve olası sonuçların değerlendirilmesi olmak üzere iki olgudan etkilenir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2016:141). Burada devam etme durumundaki düşünceler ve devam etme durumunun değerlendirilmesi olgusu söz konusudur. Bir bireyin davranışa yönelik yönelmemesini sağlayan bazı süreçler söz konusudur. Bu süreçler, öncelikle nesne ile ilgili bilgilerin varlığı ile başlamaktadır. Daha sonra bireyin zihninde oluşan bir imaj ve bu imajın etkisiyle oluşturulan bir tutumla devam etmektedir. Yolun sonunda ise sahip olunan tutum ile örtüşen bir davranış olarak noktalanmaktadır.

Algılanan hizmet kalitesinin sonucunda ortaya çıkan memnuniyet, davranışsal niyetlerde olumlu etkiler oluşturabilir. İlban vd. (2016: 181) algılanan hizmet kalitesinin alt boyutlarından güven ve empati boyutunun müşteri memnuniyetinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğunu, bu memnuniyetin de davranışsal niyetler üzerinde anlamlı ve olumlu etkileri olduğunu vurgulamıştır. Bu durum öğrencinin hizmet kalitesi algısından kaynaklanacak memnuniyetin sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme konusunda anlamlı ve olumlu etkisi olacağını göstermektedir. Kırmızı (2017: 105), turizm eğitimi alan 789 ön lisans ve lisans öğrencisi ile yaptığı çalışmada; ücret, çalışma saatleri, barınma koşulları, gelecek kaygısı, ilgisiz yöneticiler ve işin mevsimlik olmasını öğrencilerin temel problemleri olarak belirlemiştir. Ancak bu temel problemlere rağmen, öğrencilerden elde ettiği bilgiler doğrultusunda öğrencilerin; sektörden memnun olduklarını, mezuniyetten sonra devam etmek istediklerini hatta orta veya üst düzey yönetici olarak bu mesleğin öğrencilere itibar kazandıracağını tespit etmiştir.

Yapılan literatür taramasında turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer planlamaları ve devam etme niyetleri ile ilgili çalışmaların çoğu (Ünal ve Bayram, 2015; Koç vd., 2014; Choi ve Kim 2013; Saukkonen vd 2013; Yen vd., 2013; Çatı ve Bilgin, 2013; Dinçer vd., 2013; Hsu, 2012; Eivazi Gharamelaki, 2011; Wang vd. 2015; Jiang ve Tribe, 2009; Richardson, 2009; Lu ve Adler, 2009; Roney ve Öztin, 2007) yükseköğretim düzeyindedir. Konuyla ilgili araştırmalarda turizm eğitimi alan öğrencilerin yükseköğretim programlarına devam etme sebeplerinin akademik kariyer, öğretmenlik ve sektörde çalışmak olduğu (Ünal ve Bayram, 2015; Yen vd., 2013; Eivazi Gharamelaki, 2011); ancak düzensiz hayata sahip, yorucu ve stresli bir iş olmasından ötürü mutfak departmanında çalışmak istemedikleri belirtilmektedir (Giritlioğlu ve Olcay, 2014; Cömert, 2014; Çatı ve Bilgin 2013; Yıldız, 2013; Özdemir vd., 2005). Olcay ve Düzgün (2015: 50) Türkiye’de turizm eğitimi almış mezunların büyük bir kısmının başka sektörlerde çalışmakta olduğu konusuna dikkat çekmiştir.

Bu çalışmada devam etme niyeti sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme şeklinde iki ayrı yönde incelenmiştir. Sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme niyetleri bazı çalışmalarda ortak bazı çalışmalarda da net bir biçimde ayrıştırılmıştır. Ayrıştırılan çalışmalar iki ayrı başlıkta incelenmiştir. Bu bağlamda yapılan literatür taramasında öğrencilerin sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme niyetleri konusunda sektör kaynaklı ve eğitim kaynaklı etkiler gözlenmiştir.

#### **2.4.1. Sektöre devam etme**

Sektöre devam etme gerek alınan eğitimden algılanan kalite ve memnuniyet gerekse sektör algısı sonucunda ortaya çıkan bir niyettir. Sektöre devam etmede hem ortaöğretim öğrencilerinin hem de yükseköğrenim öğrencilerinin devam etme niyetleri söz konusudur. Öğrencilerin sektöre devam etme niyetlerini etkileyen çok fazla faktör bulunmaktadır. Bunlar ücret (Aymankey ve Aymankey, 2013: 17; Çatı ve Bilgin, 2013: 34; Orhan, 2015: 64); uzun mesai saatleri, düzensiz çalışma saatleri ve ağır çalışma koşulları (Akkuş Aydemir, 2015: 65-66; Tuncer ve Yeşiltaş, 2013: 73); sosyal haklar, iş tatmini, yasal mevzuat, çalışma koşulları, motivasyon, terfi imkanları ve kariyer gibi faktörler olarak öğrencilerin devam etme niyetlerini etkilemektedir (Orhan, 2015: 66-68).

Öğrencilerin sektör algısı kaynaklı devam etme niyetleri ile ilgili çalışmalar eğitim kaynaklılardan daha fazladır. Sektör kaynaklı devam etme niyetleri ile ilgili literatüre bakıldığında; Birdir (2002: 499), Öztürk ve Pelit (2008: 358), Jiang ve Tribe (2009: 13) ve Richardson ve Butler (2012: 275) turizm alanında öğrenim gören öğrencilerin gelecekte bu sektörde devam etme niyetleri ile ilgili olumsuz tutumlarının nedenlerini işin sosyal statüsünün

düşük olması, aile yaşantısını etkilemesi, stresli olması, sezonluk olması, ücretin düşük olması, yorucu olması, fiziksel koşulların kötü olması, çalışma saatlerinin fazla olması, iş garantisi olmaması, yönetici ve diğer çalışanların tavırları olarak tespit etmişlerdir. Yine benzer şekilde turizm ile ilgili üniversitelerden mezun olanların başka sektörlerde çalışmak istedikleri ve yöneldikleri yapılan araştırmalar neticesinde anlaşılmaktadır (Üzümcü vd., 2015: 186; Üngören ve Ehtiyar, 2009: 2097). Bununla beraber bir grup öğrencinin de turizm sektöründe, “kişi sektör uyumu” faktörünü de belirterek kariyer yapma isteği tespit edilmiştir. Ancak aynı grup öğrencilerin turizmde gelecek görmediklerini de belirtmeleri sektöre devam etme konusunda olumsuz algı oluşturmaktadır (Çeçe, 2018: 69). Bu çalışmayla benzer sonuçlara sahip başka araştırmalarda da turizm alanında ilerlemeyi isteyen öğrencilerin olduğu tespit edilmiş, ancak öğrencilerin ilerlemek istemelerine rağmen sektöre yönelik olumsuz algıları nedeniyle tereddüt yaşadıkları anlaşılmıştır. Roney ve Öztin’in (2007: 8-10), Boğaziçi, Bilkent ve Anadolu Üniversitelerinde turizm bölümlerinde öğrenim gören öğrenciler ile yaptıkları araştırmada öğrencilerin %65,6’sı mezuniyetten sonra sektörde çalışmak istediklerini belirtirken, %79,3’ü turizm sektöründe sürekli çalışmanın aile hayatını olumsuz etkileyeceğini belirtmişlerdir. Yine benzer şekilde Çin’de turizm lisans öğrencilerinin kariyer hedefleri ve beklentileri üzerine çalışma yapan Lu ve Adler (2009), öğrencilerin turizm alanında ilerlemeyi istedikleri ancak sektörde çalışanların olumsuz davranışları ve iletişim problemleri ile yabancı dil gibi bazı engellerden dolayı sektöre olumsuz baktıkları tespit etmiştir.

Ortaöğretim düzeyinde turizm öğrencilerinin kariyerleri ile ilgili farklı çalışmalara ulaşılmıştır (Olçay ve Düzgün, 2015; Arman ve Şahin, 2013; Türkay ve Solmaz, 2011; Ehtiyar ve Üngören, 2008; Duman vd., 2006; Taşkın, 2006; Ünlüönen ve Boylu, 2005; Cothran ve Combrink, 1999). Ortaöğretimde turizm alanında öğrenim gören tüm sınıf seviyelerindeki öğrencilerle yapılan bir çalışmada, öğrencilerin sektörde kariyer yapmanın toplum nezdinde bireye saygınlık kazandıracığı görüşünde oldukları, ancak sektördeki iş bulma ve çalışma koşullarına yönelik değerlendirmelerinin öğrencilerin kariyerlerini turizm sektöründe devam ettirme niyetlerine olumsuz bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Olçay ve Düzgün, 2015: 49).

Diğer taraftan sektörde çalışma arzusu olan bireylerin turizm sektörüne ilişkin algılamalarının da olumlu olduğu görülmektedir. Çalışma arzusu olan kişilerin iş bulma, çalışma koşulları ve sektörde devam etme konularında da olumlu düşündükleri görülmektedir (Olçay ve Düzgün, 2015: 60). Ortaöğretim öğrencileri ile yapılan bir çalışmada Çevik (2012: 106), 265’i konaklama ve seyahat ve 361’i yiyecek ve içecek hizmetleri alanında öğrenim gören toplam 626 öğrencinin işletmelerde beceri eğitimi ile ilgili görüşleri üzerine yaptığı araştırmada 9 ve 10. sınıf öğrencilerinin 11 ve 12. sınıf öğrencilerine göre beceri eğitimi ile ilgili daha

olumlu düşündüklerini tespit etmiştir. Bu durum öğrencilerin sektörde çalışıkça sektörden uzaklaştıklarını göstermektedir. Sarı (2007) otelcilik ve turizm meslek lisesi öğrencileri ile tamamladığı çalışmasında, ortaöğretim öğrencilerinin gelecekte turizm sektörüne devam etmek istememe sebepleri arasında turizm ile ilgili mesleklerin “gelecek garantili olmaması” ve “işlerin mevsimlik” olmasını göstermişlerdir. Buna karşın işletme yöneticileri ise, çalışan personelin turizm eğitimi almış olmasının en önemli faktör olduğunu belirtmişlerdir.

Bazı araştırmalarda turizm ve otelcilik alanında lisans eğitimi alan öğrencilerden sektörde devam etme niyetleri olumlu yönde olanlarla da karşılaşılmıştır. Saukkonen vd. (2013: 263), Finlandiya’da turizm öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmada öğrencilerin %71’inin eğitimden önce de sonra da sektörde çalışmayı düşündüklerini tespit etmişlerdir. Yine benzer şekilde Choi ve Kim (2013: 19) öğrencilerin sektörde çalışmaya yönelik motivasyonlarının yüksek olduğunu ve kariyerleri ile ilgili karar verme sürecinde daha pozitif olduklarını tespit etmiştir. Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören 689 öğrenci ile çalışma yapan Aksu ve Köksal (2005), öğrencilerin %81,7’sinin eğitimin ilk yılında çalışma niyetinde olduğu ve %63,7’sinin ise bu bölümü gönüllü olarak seçtiğini tespit etmişlerdir. 1709 lisans öğrencisi üzerinde araştırma yapan Atay ve Yıldırım (2008), öğrencilerin %54,5’inin turizm sektöründe çalışmayı düşündüğünü saptamıştır. Türkiye’de ortaöğretim ve yükseköğretimde turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde Duman ve arkadaşlarının (2006) yaptığı araştırmada ise öğrenciler çalışma şartlarını olumsuz bulmalarına rağmen %68’lik bir bölümü turizme devam edeceklerini, geleceklerinin bu sektörle şekilleneceğini belirtmişlerdir. Chen ve diğerlerinin (2000) Tayvan’da turizm eğitimi alan öğrencilere yaptığı çalışma ile öğrencilerin %70,1’inin turizm sektörü hakkında olumlu düşündüklerini ve çalışmaya devam etmek istediklerini göstermektedir.

Öğrencilerin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumlarını ölçen bir çalışmada, öğrencilerin önemli bir çoğunluğunun yiyecek ve içecek bölümüne karşı olumsuz tutum sergilediği ve otellerin bu bölümlerinde çalışmak istemediği tespit edilmiştir. Ancak daha önce yiyecek ve içecek alanında deneyime sahip olmanın öğrencileri bu bölümle ilgili olumlu görüşler geliştirmeye yöneltebildiği de saptanmıştır (Özdemir vd., 2005: 46).

Yöneticilerin tutumu da öğrencilerin devam etme niyetlerini etkilemektedir. Yöneticilerin profesyonel ve eğitimli kişilerden seçilmesi öğrencilerin devam etme niyetlerini arttıracaktır (Orhan, 2015: 64). Sektöre devamın önemi üzerinde araştırma yapan İŞKUR (2016) iş verenlerin %56’sının iyi yetişmiş nitelikli insan bulmakta zorluk çektiğini belirtmiştir. Genel eğitime göre daha pahalı olan mesleki eğitim mezunlarının üçte ikisinin istihdam

edilmemiş olması da ülke kaynaklarının verimli kullanılmadığının göstergesidir (Atik, 2017: 490).

#### **2.4.2. Yükseköğrenime devam etme**

Yükseköğrenime devam etme de sektöre devam etme gibi gerek alınan eğitimden algılanan kalite ve memnuniyet gerekse sektör algısı sonucunda ortaya çıkan bir niyettir. Yükseköğrenime devam etme ile ilgili çalışmalar ortaöğretim öğrencilerini, öğretmenlerini ve yöneticilerini kapsamaktadır.

2018 yılında Türkiye’de devlet ve özel okul olmak üzere, örgün öğretim, ikinci öğretim ve uzaktan öğretim toplamında açılış alanı 99 programla 6635 öğrenci, gastronomi ve mutfak sanatları alanı ise 58 bölüm ve 3007 öğrenciyle yiyecek içecek alanından mezun olacak öğrencilere yükseköğretim şansı sunmaktadır (YÖK ATLAS, 2017a; 2017b). Bununla beraber açılış ve mutfak sanatları adı altında dünyada, her geçen gün bu eğitimi veren okulların sayısı hızla artmaktadır. Ayrıca sektöre başlamadan önce teorik ve pratik alt yapının temellerinin atılması bakımından bu okullar son derece önemlidir (Thibodeaux, 2012: 1).

Turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin üniversiteye devam etme durumları da bu çalışma kapsamında incelenmektedir. YÖK (2017c: 3) istatistikleri doğrultusunda ülke genelindeki meslek lisesinden mezun olan adayların 2016 yılında %77’si bir yükseköğretim kurumunu tercih ederken 2017 yılında bu oran %50’ye gerilemiştir. YÖK bu gerileme ile ilgili olarak sınavsız geçişin kalkmasıyla beraber öğrencilere verilen ek puanlarla başarılı olan öğrenci sayısının arttığını, ancak öğrencilerin durumlarını değerlendirmek için bu aşamada tercih yapmadıklarını belirtmiştir. Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinden mezun olan öğrencilerin üniversite tercihi konusunda sergilemiş olduğu niyet; öğrencilerin sadece bir yükseköğrenim kuruma girmekten ziyade istihdama yönelik bilinçli tercih yapmak istediklerini göstermektedir (YÖK, 2017: 3). Mesleki ve teknik lise mezunlarının üniversiteye devamını etkileyen bu oranlar ve durumlar turizm ve otelcilik bölümünden yiyecek içecek eğitimi alan öğrencileri doğrudan etkilemektedir. Öğrencilerin üniversiteye devam etmelerinde YÖK sisteminin de önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Yükseköğrenime devam eden öğrenciler üzerinde devam etme niyetini inceleyen Sarı (2010: 21-25), turizm eğitimi alan 130 lisans öğrencisi üzerine yaptığı araştırmasında; öğrencilerin %41,5’inin genel lise, %23,1’inin meslek lisesi, %13,8’inin Anadolu Lisesi ve %13,1’inin ise diğer liselerden mezun olup geldiğini tespit etmiştir. Bu sonuç Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinden mezun olan öğrencilerin alanlarındaki lisans bölümlerine yüksek oranda yerleşemediklerini göstermektedir. Benzer biçimde Aslan (2010: 112-113), %59’u ağırlama

hizmetleri bölümünde öğrenim gören 298 Selçuk Üniversitesi öğrencisi ile yaptığı araştırmada öğrencilerin %64,8'inin genel lise, %17,8'inin meslek lisesinden mezun olup geldiklerini tespit etmiştir. Çevik (2018: 5731) öğrencilerin sektörün gerçeklerini bilerek turizm alanındaki üniversiteleri tercih ettiklerini tespit etmiştir. Öğrenciler sektörü ortaöğretimdeki stajları sayesinde tanımakta ve bu stajların gelecekleriyle ilgili fayda sağlayacağını düşünmektedirler. Üzümcü vd., (2015: 179-180) sektörde deneyim sahibi olup mesleğin gerçeklerini bilerek tercih yapanların mesleklerini sevdiklerini ve hızlı yükselme imkanlarına sahip olduğunu, buna karşın deneyimi olmayan öğrencilerin ise yeterli ve gerçekçi bilgiye sahip olmadıklarını ortaya koymaktadırlar. Benzer şekilde Roney ve Öztin (2007: 8-10), turizm öğrencilerinin isteyerek tercih ettikleri bölümleri ile ilgili memnuniyetlerinin bölümde ilerledikçe düştüğünü göstermektedir. Bu sonuçlar turizm öğrencilerinin yükseköğrenime isteyerek gelseler bile belirli bir süre sonra yani mesleğe daha fazla yaklaştıkça memnuniyet oranlarının düştüğünü göstermektedir. Ünal ve Bayram (2015), Isparta ve Ankara'da öğrenim gören 325 ön lisans öğrencisine uyguladıkları memnuniyet anketinde, öğrencilerin çoğunun öğrenim gördükleri alana meslek liselerinden geldiğini ve alanlarını severek tercih ettiklerini tespit etmişlerdir.

Gürkan (2017: 69), turizm eğitimi alan 420 ortaöğretim öğrencisinin mezuniyetten sonra turizm alanında yükseköğretime devam etme niyetlerini araştırmış; öğrencilerin %50,95'i yükseköğretime devam edeceklerini, %49,05'i devam etmeyeceklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber öğrencilerin %44,52'si turizm alanındaki yükseköğrenimin daha eğlenceli olacağını belirtirken, %23,81'i ise üniversiteye girerken puanları başka bölümlere yetmeyeceğinden dolayı zorunlu olarak bu bölümü seçeceklerini belirtmişlerdir. Lise türlerine göre üniversiteye yerleşme oranlarını karşılaştıran bir çalışmaya göre; fen lisesi mezunlarının üniversiteye yerleşme oranı %93,69; Anadolu lisesinin %74,62 iken turizm meslek lisesinin %39,62 olarak tespit edilmiştir (Orhan, 2018: 87). Üniversiteye yerleşmiş 200 öğrenciyle yapılan bu çalışma, üniversitede öğrenim gören öğrencilerin turizm meslek lisesine olan algılarını ortaya koymaktadır. Turizm meslek liselerinin üniversiteyi kazanma konusunda pek de olumlu olmayan bir imaja sahip olduğu görülmektedir.

Devam etme niyetiyle ilgili olarak yapılan literatür taramasında doğrudan eğitimden algılanan kalite ve/veya memnuniyet ile ilgili bir çalışma ile karşılaşılmamıştır. Bu çalışmada bu iki değişken hem ayrı ayrı hem de birlikte incelenecektir. Bununla beraber algılanan kalite, memnuniyet ve sektör algısının sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme niyeti ile ilişkileri incelenecek, sektör algısının düzenleyici rolü analiz edilecektir. Bu çalışmanın bu alanlara ışık tutarak literatüre katkılar yapacağı düşünülmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

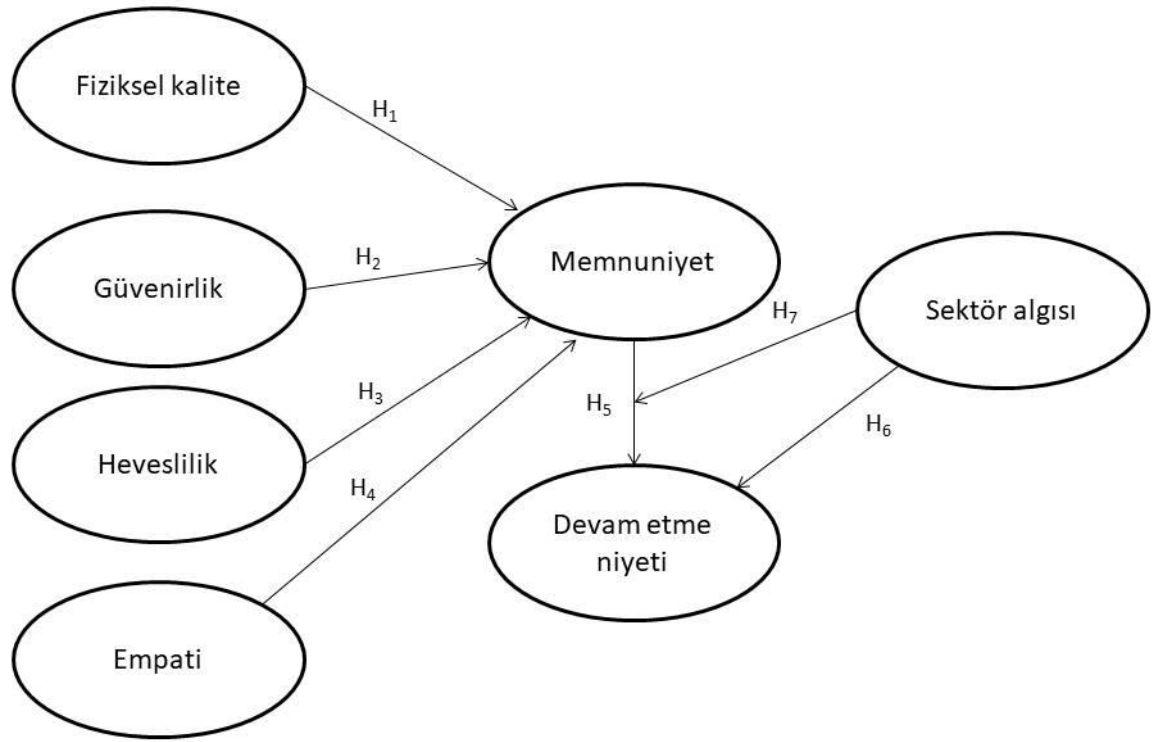
### YİYECEK İÇECEK EĞİTİMİ ALAN ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM KALİTESİ, SEKTÖR ALGISI VE MEMNUNİYETİNİN DEVAM ETME NİYETİNE ETKİSİNE İLİŞKİN ALAN ARAŞTIRMASI

#### 3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bir meslek alanı ile ilgili özelliklerin ilgili programlarda öğrenim gören öğrenciler tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi, o mesleğin toplumda nasıl algılandığını ve olması gerektiği şekilde anlaşılıp anlaşılmadığını göstermektedir (Halıcı ve Delil, 2003: 22). Dolayısıyla turizm eğitimi alan öğrencilerin alanları ile ilgili algılarını belirlemek, alınan eğitimin amacına ulaşip ulaşmayacağını belirleyecektir. Öğrenciler bu algıları neticesinde sektöre devam edip etmeyeceklerinin kararını alacaklardır. Öğrencilerin okullarına, eğitime, sektöre ve geleceklerine ilişkin düşüncelerini incelemek üzere çeşitli hipotezler oluşturulmuştur.

Araştırmanın hipotezleri oluşturulurken sektöre ilişkin algılama, algılanan kalite ve memnuniyet bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır. Mesleğe ve/veya eğitime devam etme niyeti ise bağımlı değişken olarak düşünülmüştür. Bu bağlamda Şekil 3.1'deki model ve bu modele göre hipotezler oluşturulmuştur.





Şekil 3.1 Araştırmanın Modeli

Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti birbirine yakın kavramlar olarak karşımıza çıksa da aralarında fark bulunmaktadır. Hizmet kalitesi, memnuniyetten önce algılanır, memnuniyetin olup olmayacağı satın alma işleminden sonra ortaya çıkmaktadır (Değermen, 2006: 27). Dolayısıyla hizmet kalitesinin olduğu yerde memnuniyetin oluşması için müşterinin hizmeti alması gerekmektedir.

Öte yandan memnuniyet kavramı hizmet kalitesinin arzu edilen, ulaşılabilir sonuçlarından biridir. Ancak literatürdeki çeşitli çalışmalarda da belirtildiği gibi kalite, özü itibarıyla, müşterinin ürün veya hizmete ilişkin beklentisinin karşılanması ya da aşılması sonucunda müşterinin algısı sonucunda ortaya çıkar. Dolayısıyla kalite algısından bahsedilebilmesi için bir beklentinin var olması, bu beklentinin en azından karşılanması hatta aşılması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle hizmet kalitesi algısı, müşterinin beklentisi ve algısı arasındaki etkileşimden elde edilen pozitif bir sonuçtur. Müşterinin beklentisini yakalayan veya aşan bir hizmet alması öncelikle kalite algısını ortaya çıkarır, kaliteli hizmet algısı ise memnuniyet kavramını doğurur. Süreç tersten okunacak olursa, memnun edilmiş bireylerin kaliteli bir hizmet ile karşılaştıkları da söylenebilir.

Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki belirleyici etkisini banka, kuru temizleme, fastfood ve sağlık hizmetlerinde çalışma yapan, bu alanda hizmet kalitesini ölçen ve SERVPERF ölçeğini geliştirerek ortaya koyan Cronin ve Taylor (1992: 63), geliştirdikleri bu ölçek ile hizmet kalitesi ve memnuniyet arasındaki ilişkilerin sonuçlarının daha sağlıklı açıklanmasını sağlamışlardır. Boylu (2004), Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde öğrenim gören öğrencilerle yaptığı çalışma sonrasında, öğrencilerin eğitim düzeyi arttıkça; verilen eğitimi iyi bir turizmci olmak için yeterli görenlerin oranının düştüğü, okulun geneli ile ilgili memnuniyet düzeyinin azaldığı ve okulun fiziki imkanlarının yetersiz bulunduğu tespit edilmiştir. Okullarının fiziki şartları ile ilgili öğrenci memnuniyetlerini ölçen Cingöz (2009:85), fiziki şartlar ile memnuniyet arasında pozitif zayıf bir ilişki olduğunu tespit etmiş, fiziki şartların öğrencilerin memnuniyetlerine etkisi olmadığı sonucuna varmıştır. Okulların fiziksel koşullarının öğrenci başarısını etkilediği (Vandier 2011; Edward, 2006; Lyons, 2001) birçok çalışma tarafından ortaya konulmuştur (Al Şensoy ve Sağsöz, 2015: 88-93). Özellikle yiyecek içecek alanlarında eğitim veren okulların uygulama mutfaklarında görülen eksiklikler eğitim öğretimin etkililiğini ve başarısını olumsuz yönde etkilemektedir. (Arıkan vd., 2018: 599). Cingöz (2009: 85), memnuniyet ile personel, memnuniyet ile yönetim ve memnuniyet ile öğretim üyeleri arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmasında memnuniyet ile söz konusu üç değişkenin arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Eğitimde hizmet kalitesinin ölçüldüğü bir başka çalışmada da üniversite öğrencilerinin en fazla “güven” en az “heveslilik” boyutlarına önem verdikleri tespit edilmiştir (Gerşil ve Güven, 2018: 111). Şahin’in (2009) çalışmasında, öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin özellikle yönetim, kaynaklar ve bilgisayar olanakları alt boyutlarında “oldukça düşük” düzeyde gerçekleştiği ve “genel olarak devam ettikleri ana bilim dallarının beklentilerini karşılama düzeyinden” memnun olmadıkları görülmektedir.

Öğrencilerin almış oldukları eğitime yönelik kalite algılarının ölçümünde SERVPERF yöntemi gereğince fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik ve empati bileşenlerinden hareket edilmiştir. Tüm bu bileşenlere yönelik, öğrencilerin beklentileri ve almış oldukları hizmeti karşılaştırmaları sonrasında ortaya çıkan algılamaları, algılanan hizmet kalitesinin belirleyicisi olmaktadır. SERVPERF yönteminden hareketle bu çalışmaya göre yeniden şekillendirilen bileşenlerden fiziksel boyut, öğrencilerin okulun binası, derslikleri, araç – gereçleri gibi unsurları kapsamaktadır. Güvenirlik boyutu; öğrencilerin eğitim kurumunda başta öğretmenler olmak üzere hizmet aldıkları kişilere yönelik güvenlerini kapsamaktadır. Heveslilik boyutu eğitim kurumunda hizmet veren başta öğretmenler olmak üzere tüm ilgililerin kaliteli hizmet verme noktasındaki isteklilik ve gayretlerini kapsamaktadır. Empati boyutu ise, eğitim

kurumunda başta öğretmenler olmak üzere diğer ilgililerin öğrencilerin sorunları ve beklentileri karşısında empatik davranışlarını oluşturmaktadır. Öğrencilerin, tüm bu faktörlerin bileşimine dair beklentileri ve hizmet alımı sonrasında edinmiş oldukları algıları arasındaki ilişkinin olumlu bir sonuç doğurması, diğer bir ifadeyle algılanan hizmetin beklenene eşit veya daha nitelikli olması, olumlu hizmet kalitesi algısını ve memnuniyet sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda yukarıda incelenen ilişkiler doğrultusunda hizmet kalitesinin boyutları olan fiziksel kalite, güvenilirlik, heveslilik ve empati boyutlarının memnuniyete etkisi ile ilgili H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> ve H<sub>4</sub> hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H<sub>1</sub>: Öğrencilerin fiziksel kalite algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>2</sub>: Öğrencilerin güvenilirlik algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>3</sub>: Öğrencilerin heveslilik algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>4</sub>: Öğrencilerin empati algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

Davranışsal bir niyet olan devam etme niyeti; öğrencilerin aldıkları eğitimden algıladıkları kalite, eğitimle ilgili memnuniyetleri ve sektör algıları olmak üzere üç değişkenin sonucunda oluşan dördüncü değişkendir. Devam etme niyeti araştırma kapsamındaki üç değişkenden etkilenecek ortaya çıkan bir davranışsal niyettir. Hizmet kalitesi ve memnuniyetin sonucunda oluşacak satın alma niyeti, bu çalışmadaki sektöre ve/veya eğitime devam etme niyeti ile ilişkilendirilebilir. Müşteriler memnun kaldıkları hizmeti istemeye devam ederken, öğrenciler de hizmet kalitesinden memnun oldukları alanda eğitimlerine devam etmek isteyeceklerdir. Turizm ve yiyecek içecek öğrencilerinin memnuniyetlerinin devam etme niyetlerine etkisini inceleyen çalışmalar çelişkili bulgular sunmaktadır. Memnuniyetlerinin devam etme niyetini olumlu etkilediği çalışmalar (Olçay ve Düzgün, 2015: 60; Üzümcü vd., 2015: 192-193; Saukkonen vd. 2013: 263; Choi ve Kim, 2013: 19; Erdinç, 2012: 1376; Çevik, 2012: 106) olduğu gibi memnun olmama durumunun devam etme niyetini olumsuz etkilediği çalışmalar da (Kırmızı 2017: 105; Olçay ve Düzgün 2015: 50; Giritlioğlu ve Olçay, 2014; Cömert, 2014; Çatı ve Bilgin 2013; Yıldız, 2013; Özdemir vd., 2005) mevcuttur. Richardson (2008), Avusturalya’da turizm öğrencilerinin ücret, terfi imkanları, kariyer yolları ve yönetimle olan ilişkiler konularına endişe ile baktıklarını; Ko, (2008: 1) ise Tayvan’ da beceri eğitiminin memnuniyeti, memnuniyetin de devam etme niyetini etkilediğini tespit etmiştir.

Öğrencilerin turizm eğitiminden en önemli beklentilerinden biri şüphesiz turizm sektöründe kabul edebilecekleri bir kariyere kavuşabilecek donanımı edinmektir. Turizm

eğitim sisteminin en önemli amaçlarından biri de öğrencilerin bu beklentisine uygun içerik ve donanımda bir eğitim hizmeti içeriği sunabilmektir. Alınan eğitimin nitelikli bir biçimde sunulmaması; eğitim olanaklarının fiziksel açıdan yetersiz kalması; eğitim hizmetinin en önemli memnuniyet kaynağı olarak kabul edilebilecek insan kaynağının niteliksel açıdan yetersiz olması, öğrencilerde güven oluşturmaması, eğitimi aktarma noktasında hevesiz ve isteksiz olması, öğrencilerin isteklerini, sorunlarını ve beklentilerini algılamak açısından empatik yeteneklerden yoksun olması öğrencilerde algılanan hizmet kalitesine ilişkin olumsuz bir değerlendirmeye neden olacaktır. Bu durumun öğrencilerin mevcut turizm eğitimlerine devam etme isteklerini kırabilmesi mümkün olduğu gibi, öğrencilerin bir üst eğitim düzeyine, yani yükseköğretim düzeyindeki eğitime de aynı branştan devam etme niyetlerini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca alınan eğitime ilişkin olumsuz algılar, öğrencilerin kişisel gelişimlerini olumsuz etkileyerek özgüven sorunları yaşamalarına, sektörde başarısız olmalarına ve sonuç olarak da turizm sektöründe çalışmaya devam etme niyetlerine olumsuz etkide bulunabilir. Mesleki anlamda yeterli donanım ve tecrübeye sahip olmayan öğrencilerin sektöre giriş yapabilmeleri bile oldukça zordur. Bu zorluğa rağmen sektöre girilmiş olsa bile, sektörde sunulacak işlerin öğrencilerin tecrübe ve nitelikleri ile eşdeğer olacağı kabul edilirse, mesleki eğitim aşamasında yeterli donanıma erişemeyen öğrencilerin de tatmin edici işlerde ve pozisyonlarda görev alamayacakları, mevcut yetersizlikler nedeniyle yapılmak zorunda kalınan bu işlerin de öğrencilerin motivasyonlarını düşüreceği, kariyer beklentilerine yönelik olumsuz tecrübelerle dönüşerek hayal kırıklıklarına dönüşebileceği ve bu durumun kolaylıkla değişmez olarak algılanması halinde de öğrencilerin devam etme niyetleri üzerinde yıkıcı sonuçlara neden olabileceği düşünülmektedir. Bu ilişkiler doğrultusunda öğrencilerin memnuniyetlerinin devam etme konusunda etkili olduğu düşünülmektedir. Devam etme niyetinin yapılan çalışmadaki etkilerini görmek amacıyla aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H<sub>5</sub>: Öğrencilerin memnuniyetleri, devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Öğrencilerin sektöre bakış açıları farklı boyutlarda incelenmektedir. Akoğlu vd., (2017: 146) sektör algısını, işin doğası ve çalışma koşulları, sosyal statü ve gelecek kaygısı, ücret ve olanaklar ve kişisel görüşler olmak üzere dört boyutta ele almıştır. Öte yandan öğrencilerin sektör algılarını oluşturan faktörler içerisinde yer alan ücret (Aymankey ve Aymankey, 2013: 17; Çatı ve Bilgin, 2013: 34; Orhan, 2015: 64); çalışma koşulları (Akkuş Aydemir, 2015: 65-66; Tuncer ve Yeşiltaş, 2013: 73); sosyal haklar, terfi imkanları ve kariyer gibi faktörler öğrencilerin devam etme niyetlerini de etkilemektedir (Orhan, 2015: 66-68). Çevik (2012), mesleki eğitim gören öğrencilerin beceri eğitimi öncesi ve sonrası sektöre yönelik tutumlarını

araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre beceri eğitimi yapmamış öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarının beceri eğitimi yapanlara göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Atay ve Yıldırım (2008), 1709 lisans öğrencisi üzerinde yaptığı araştırmada; öğrencilerin %54,5'inin turizm sektöründe, %13,6'sının kamuda ve %20,8'inin ise diğer sektörlerde çalışmayı, %11,1'inin ise akademisyen olmayı düşündüklerini tespit etmiştir. Orhan (2015), yaptığı araştırmada turizm eğitimi alan öğrencilerin geleceklerini turizm sektöründe görmediklerini tespit etmiştir. Bu öğrencilerin gelecekle ilgili mesleki kaygı taşıdıkları ve başka sektörlerde iş aradıkları da araştırmadan çıkan bir başka sonuçtur. Benzer şekilde Jiang ve Tribe (2009: 13) ile Richardson ve Butler'ın (2012: 275) çalışmalarında da öğrenciler turizm sektöründe gelecek görmemektedirler. Turizm ve otelcilik alanında lisans eğitimi alan öğrencilerden sektörde devam etme niyetleri olumlu yönde olanlara işaret eden araştırma bulguları da bulunmaktadır. Söz gelimi, Saukkonen vd. (2013: 263) ve Choi ve Kim (2013: 19) devam etme konusu ile ilgili olumlu sonuçlar elde etmiş ve araştırmalarının örneklemelerinde yer alan lisans öğrencilerinin sektöre devam edeceklerini belirtmişlerdir.

Yapılan literatür incelemesi sonucunda öğrencilerin turizm sektörü ile ilgili algıları ile çalışma niyeti arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğu, turizm sektörüne yönelik olumlu algılar arttıkça öğrencilerin sektörde çalışma isteklerinin de arttığı tespit edilmiştir. Yukarıdaki çalışmalar incelendiğinde öğrencilerin özellikle stajda edindikleri sektör algıları genellikle olumsuz sonuçlanmaktadır. Ancak gerçek iş hayatına başlayan sektör çalışanlarında sektör algısı bazen farklı sonuçlanabilmektedir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik algılarının bir kısmının turizm eğitimden ve sektör tecrübesinden bağımsız olarak oluştuğu söylenebilir. Bu düzeydeki algıların daha çok turizm sektörüne ilişkin reklam ve tanıtımlardan, medya ve diğer iletişim kaynaklarından edinilen bilgilerden ve turizm faaliyetlerine katılma tecrübelerinden kaynaklandığı görülmektedir. Turizm eğitimi ve sektörü ile tanışmadan önce birçok öğrencinin turizm sektörünü tatil ve eğlence ile birlikte algılıyor olması da yukarıda sayılan bilgi kaynakları ile açıklanabilir. Bu gerekçelerle henüz turizm eğitimi ve sektörü ile tanışmamış öğrencilerin hem turizm eğitimine hem de turizm sektörüne genel olarak olumlu kanaatlerle yaklaştıkları düşünülmektedir. Ancak zaman içerisinde gerek turizm eğitimi esnasında gerekse de turizm sektörüne yönelik edinilen bilgiler ve tecrübeler sonucunda oluşan asıl algılar öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya devam etme niyetleri üzerinde etkili olan başat faktörlerdir. Daha önce de ifade edildiği gibi öğrencilerin yetersiz bir eğitim ile sektöre çıkması, turizm eğitimi sürecinde öğrencilerin turizm sektörüne yönelik olumsuz bilgiler ile donatılması öğrencileri, sektöre yönelik dezavantajlı hale getirmektedir. Bu dezavantajların paralelinde

zorlu koşullarda edinilen turizm tecrübesi de öğrencilerin sektörde devam etme niyetlerini daha da olumsuz etkileyebilmektedir. Bunun haricinde almış oldukları turizm eğitiminin memnun olan, sektöre başlamak için yeterli donanıma sahip olan, hatta oldukça yetenekli düzeyde olan öğrencilerin bile sektörde zorlu koşullar ile karşılaşması turizm sektöründen uzaklaşmalarına neden olabilmektedir. Diğer bir ifadeyle, nitelikli, donanımlı ve istekli öğrencilerin doğru bir biçimde istihdam edilmemesi, bununla beraber sektörün kendine has, uzun mesai, düşük ücret, yorucu fiziksel gayret, mevsimsellik gibi özgün sorunları öğrencilerin yeteneklerini başka alanlarda geliştirme düşüncelerine yönelmelerine neden olmaktadır. Özetle; turizm eğitimi sırasında yaşanan yetersizlikler ve sektöre yönelik olumsuz duygu ve düşüncelerin gelişmesi, yetersiz turizm eğitimi nedeniyle öğrencilerin sektörde daha fazla zorluk ile karşı karşıya kalması, yeterli eğitim almış, nitelikli ve gelişime açık öğrencilerin yalnız ucuz iş gücü olarak değerlendirilip zorlu koşullarda istihdam edilmesi gibi faktörler öğrencilerin turizm sektörüne yönelik algılarını olumsuz etkileyerek, öğrencileri alternatif kariyer yolları aramaya zorlamaktadır. Yapılan bu çalışmada da devam etme niyetinin sektöre yönelik algıyla ilişkisi aşağıdaki hipotezle ortaya konmaya çalışılacaktır.

H<sub>6</sub>: Öğrencilerin sektöre yönelik olumlu algıları, devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Çeçe, (2018: 69) araştırma yaptığı örneklemede “kişi sektör uyumu” faktörünü dikkate almış; öğrencilerin kariyer yapma isteğine ilişkin tespitler yapmış, ancak aynı grup öğrencilerin turizmde gelecek görmediklerini de belirterek devam etme niyetlerinin olumsuz olduğunu ortaya koymuştur. Özdemir vd. (2005); Akdeniz Üniversitesi Konaklama İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin, otel işletmelerinin yiyecek ve içecek bölümlerine yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla yaptığı çalışmada; öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun otel işletmelerinin yiyecek ve içecek bölümlerine yönelik olumsuz görüşlere sahip olduğunu ve bu bölümlerde çalışmak istemediklerini saptamıştır. Bununla beraber daha önce yiyecek ve içecek bölümünde deneyim sahibi olanların olumlu görüşler geliştirmeye yönelebildiği de saptanmıştır. Yükseköğrenim düzeyinde yapılan araştırmalar (Birdir, 2002; Duman ve Tepeci, 2004; Aksu ve Köksal, 2005), turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarının genellikle olumsuz olduğunu göstermektedir. Bu öğrencilerin büyük bir kısmının sektör tecrübesi olmadığı, sektörde istihdam edilenlerin de turizm eğitimi almadıkları görülmektedir. Güzel vd. (2014) Mersin Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi ve KKTC Girne Amerikan Üniversitesi’nde öğrenim gören turizm öğrencileri ile yaptıkları çalışmada öğrencilerin %48’inin mezun olduktan sonra sektörde çalışmaya karşı olumsuz ve kararsız tutum

sergilediklerini, %27'sinin ise okuldan ayrılma niyetinde olduklarını tespit etmiştir. Çin'de dört farklı üniversitede otelcilik ve turizm yönetimi lisans öğrencilerinin kariyer hedefleri ve beklentileri üzerine araştırma yapan Lu ve Adler (2009), öğrencilerin alanlarında kariyer yapmaya istekli olduklarını, ancak yabancı dil ve sektörde çalışanların tutumları gibi konulardan dolayı sektörü tercih etmediklerini ve işi bıraktıklarını tespit etmişlerdir. Pelit ve Güçer (2006), “turizm öğretmenliği alanında öğrenim gören öğrencilerle yaptıkları çalışmalarında staj yapan öğrencilerin staj sonrasında turizm mesleği ile ilgili düşüncelerinin olumsuz olduğunu tespit etmiştir. Çalışma hayatının şartlarına olumsuz bakan öğrenciler iş yerindeki iş arkadaşlığı ve iş ortamı konusunda ise olumlu cevap bildirmişlerdir. Çalışma şartları öğrenciyi meslekten soğuturken, iş arkadaşlığı ise işletmeye yakınlaştıran bir özellik göstermiştir. Turizm sektörüne yönelik eğitim alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarını tespit etmeye yönelik bir araştırma yapan Civelek (2014); öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarını yedi boyutta (genel nitelik, terfi, ücret, yönetici ve iş arkadaşları, sosyal statü, çalışma koşulları, iş güvenliği) ölçmüştür. Elde edilen sonuçlara göre; öğrenim görülen sınıf ve bölümlere göre boyutlar bakımından anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile yapılan karşılaştırmada da anlamlı farklılıklar gözlenmiş olup özellikle 9. sınıf (mesleki eğitimde ilk yıl) öğrencilerinin sektöre yönelik tutumlarının diğer sınıflara göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Yine Civelek (2014) tarafından elde edilen bulgulara göre; henüz işletmelerde beceri eğitimine çıkmayanlar ile okulu kendisi tercih edenlerin turizm sektörüne daha olumlu baktığı gözlenmiştir. Aynı okulda iki alana yapılan araştırmada yiyecek ve içecek hizmetleri alanı öğrencilerinin konaklama ve seyahat hizmetleri alanı öğrencilerine göre turizm sektörüne daha olumlu baktıkları da tespit edilen diğer bir önemli bulgudur.

Nitelikli turizm eğitimi, turizm öğrencilerinin başarısında anahtar faktörlerden biridir. Nitelikli bir eğitim süreci ile donanım kazanan öğrenciler, bu donanım sayesinde sektörde de daha kolay istihdam olanağı bulabilmeli ve yol alabilmelidirler. Ancak bu varsayımın gerçek olabilmesi için, turizm sektörünün de nitelikli öğrenciye destek vermesi gereklidir. Aksi takdirde belirli bir niteliğe erişmiş olan öğrencilere, sektörde destek olunmaması, nitelikleri yok gibi davranılarak turizm alanında hiçbir eğitim ve tecrübesi olmayan kişiler ile aynı iş ve pozisyonlarda istihdam edilmesi, zorluklarla baş edebilmesi noktasında destek ve motivasyon sağlanmaması gibi durumlar da nitelikli öğrenciyi sektörden uzaklaştıran nedenler haline gelmektedir. Dolayısıyla öğrencilerin almış oldukları turizm eğitiminden memnun kalmış olmaları, bu eğitimin bir neticesi olarak belirli niteliklere erişmiş olmaları onlara daha iyi fırsatlar sunulması için haklı ve yerinde gerekçelerdir. Bu koşullara erişen öğrenciler de doğal olarak sektördeki eğitimsiz işgücünden biraz daha fazla beklenti içerisinde olmaktadır.

Ancak bu beklentinin karşılanması bir tarafa öğrencilerin zorlu koşullarda ucuz ve niteliksiz bir insan kaynağı olarak görülmesi nitelikli ve başka sektörlerde de tutunabilecek öğrencilerin sektörden kaçışı için önemli bir nedene dönüşebilmektedir. Bu nedenle öğrencilerin sektöre devam etmelerinde almış oldukları eğitimden memnun olmaları kadar sektöre yönelik algıları da etkindir. Eğitim süreci öğrencilere belirli bir donanımı kazandırabilip kariyer hayali kurdurabilirken sektörde yaşanan gerçekler bu hayalin gerçeğe dönüşebilme potansiyeli hakkında daha ciddi ipuçları vermektedir. Şu halde, öğrencilerin aldıkları eğitimden duydukları memnuniyet devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilese de sektöre ilişkin algılamaları bu etkiyi azaltabilir ya da arttırabilir ve dolayısıyla düzenleyici bir rol oynayabilir.

Yapılan detaylı literatür taraması sonuçlarına göre öğrencilerin memnuniyeti ile sektöre devam niyetleri arasında ilişkiler olduğu görülmektedir. Yine benzer şekilde öğrencilerin sektör algısı ile sektöre devam etme niyetleri arasında da ilişkiler görülmektedir. Bu ilişkiler ışığında öğrencilerin memnuniyetleri ile devam etme niyetleri arasında sektör algısının düzenleyici bir rol oynayıp oynamadığı aşağıdaki hipotez ile açıklanacaktır.

H<sub>7</sub>: Öğrencilerin memnuniyetleri ile devam niyetleri arasındaki ilişkide, sektör algısı düzenleyici bir rol oynamaktadır.

### 3.2 Araştırmanın Yöntemi

Bu başlık altında araştırmanın örnekleme, veri toplama araçları ve yapılan analizlerle ilgili bilgiler verilmektedir.

#### 3.2.1. Örneklem

Araştırmanın çalışma evrenini, Ankara'da faaliyet gösteren ve bünyesinde yiyecek ve içecek hizmetleri bulunduran tüm Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri oluşturmaktadır. 2017 yılında Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü ile yapılan yazışma sonrasında yiyecek ve içecek alanı ile ilgili sayısal verilere ulaşılmıştır. Buna göre Ankara'da 45'i devlet 2'si özel olmak üzere toplam 47 okulda yiyecek ve içecek alanı bulunmaktadır. Bu okullarda yiyecek ve içecek alanında öğrenim gören 4215 öğrenci bulunmaktadır. Çalışmada evrenin tamamına ulaşılarak tam sayım hedeflenmiştir. Ancak okullardan bazılarının anket yapmak için müsait olmamasından dolayı 47 okulun 39'una ulaşılabilmektedir. Bu okullardaki öğrencilerin dallara göre dağılımı da aşağıdaki tabloda verilmiştir.



**Tablo 3. 1 Ankara’da Faaliyet Gösteren Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alanının Dallara Göre Dağılımı**

Dal	Öğrenci Sayısı	Yüzdesi
<b>Mutfak</b>	2000	47,44
<b>Pastacılık</b>	325	7,71
<b>Servis</b>	290	6,88
<b>Hosteslik</b>	50	1,18
<b>Dal Seçimi Yapmamış (10. sınıf öğrencisi)</b>	1550	36,79
<b>Toplam</b>	<b>4215</b>	<b>100</b>

**Kaynak:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü, 2017.

Tablo 3.1’e göre yiyecek ve içecek hizmetleri alanında öğrenim gören öğrencilerin %47,44’ü mutfak, %7,71’i pastacılık, %6,88’i servis ve %1,18’i de hosteslik dallarına dağılmaktadır. Tablodan da görüldüğü üzere alanın en çok tercih edilen dalı mutfak olmaktadır. Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerindeki öğrenciler 10. sınıfa geçtikleri zaman alan; 11. sınıfa geçtikleri zaman ise dal seçerler. Ankara’daki öğrencilerin %36,79’u ise henüz 10. sınıfta ve dal seçimi yapmamıştır. Araştırma, amacına uygun olarak alanın tüm dallarına ve hatta dal seçmeyen 10. sınıf öğrencilerini de kapsayacak şekilde yiyecek ve içecek hizmetleri alanında öğrenim gören tüm öğrencileri kapsamaktadır.

Ankara’da bulunan 47 okuldan 39 tanesi anket uygulamasını kabul etmiş, bunlardan 30’una araştırmacı bizzat okula gidip uygulama şansı bulmuştur. Kalan 9 okul ise çevre ilçelerde olduğundan kargo ile anket formları teslim alınmıştır. 39 okuldan toplam 2505 adet anket geri dönmüş, bunlardan 249 tanesi eksik ve uygun olmayan şekilde oldurulduğundan, 58 tanesi de katılımcılar tüm sorularda aynı seçeneği işaretlendiğinden analizden çıkarılmıştır. Analize tabi tutulacak olan anketler 2198 adet olarak son halini almıştır.

### 3.2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan ölçeklerin hazırlanması esnasında ilk olarak literatürdeki ilgili çalışmalar taranarak, araştırmanın amacına en uygun ölçeklere erişilmeye çalışılmıştır. Bu süreçte ölçek seçimi ve geliştirilmesinde benzer araştırmalarda kullanılan yöntem, veri toplama teknik ve araçlarına özel bir dikkat gösterilmiştir. Literatürde yapılan incelemenin ardından bazı ölçekler doğrudan literatürdeki çalışmalardan alınarak bu çalışmanın sahasına özgün hale getirilmiştir. Bazı ölçekler ise literatürdeki çeşitli çalışmalarda kullanılan ölçeklerin sentezlenmesi şeklinde hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan her bir ölçeğin hangi kaynaktan

alındığına ve hazırlık sürecine ilişkin detaylar çalışmanın ilerleyen safhalarında açıklanmaktadır. Hazırlanan tüm ölçekler öncelikle Türk Dili öğretmeni olan 2 uzman tarafından, daha sonra ise turizm ve özellikle mesleki eğitimle ilgili çalışma yapan 4 akademisyen tarafından incelenmiştir. Ardından ölçeklerin geçerlik ve güvenilirliğini önceden sınamak amacıyla Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde öğrenim gören 96 öğrencinin katılımı ile pilot bir uygulama yapılmıştır. Öğrencilerin anketi doldurma süreleri ortalama 8-14 dakika aralığında olmuştur. Pilot çalışma ile ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda ölçekler asıl uygulamada kullanılabilir hale getirilmiştir.

Demografik değişkenlere ilişkin sorular ise araştırmanın amacına uygun olarak araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Formda araştırmaya katılanların cinsiyeti, sınıfı, dalı, okula kayıt yaptırma kararını etkileyen kaynağı, okulu öncelikli tercih nedeni, turizm sektöründe ne kadar çalıştığı, aldığı eğitimi başkalarına tavsiye edip etmeyeceği ve okulun sosyal ve kültürel aktivitelerini yeterli bulup bulmadığı sorulmuştur. Bu sorular da pilot uygulamaya tabi tutulmuş; öğrencilerin okula kayıt yaptırma kararlarına etki eden öncelikli kaynaklar incelendiğinde “kendi isteğim” ve “puan durumu” seçeneklerinin soruya eklenmesi uygun görülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin okullarını öncelikli tercih nedenleri incelendiğinde ise; “evime yakın” seçeneğinin soruya eklenmesi uygun görülmüştür.

Araştırmanın amacı doğrultusunda verileri toplamak için kullanılan ölçekler, ölçeklerin tercih sebepleri, ölçeklere eklenen maddeler ve ölçeklerin pilot uygulama sonrası analiz sonuçları devam eden alt başlıklarda detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

### **3.2.2.1. SERVPERF Ölçeği**

Hizmet kalitesi ölçümlerinde en önemli nokta hizmet kalitesinin o hizmeti kullananlar tarafından belirlenmesidir. Örneğin bu çalışmada da olduğu gibi bir okulda sunulan eğitim hizmetlerinin kalitesi o okulun öğrencileri tarafından belirlenmelidir (Zeithaml vd., 1990: 23). SERVPERF basit bir formül aracılığıyla hizmet kalitesini performansla dayalı ölçmektedir. Müşterilere hizmet kalitesi ile ilgili doğrudan ve basit sorular yöneltmek suretiyle verilen hizmetin kalitesi ve performansı hakkında bilgi edinilir (Baggs ve Kleiner, 1996: 38). Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesini ölçmeye yönelik yapılacak bu çalışmada da SERVPERF ölçeğinden yararlanılmıştır. Turizm eğitiminin hizmet kalitesini ölçmek için SERVPERF boyutlarına (fiziksel, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati) ait 22 ifade yiyecek içecek ve turizm eğitimi alan öğrencilere göre uyarlanmıştır. Böylece öğrencilere uygulanacak SERVPERF ölçeği ile algılanan hizmet kalitesi; öğrencinin hizmet performansını değerlendirmesi ile tespit edilecektir.

Standart SERVPERF ölçeğinde, Parasuraman vd., (1988) SERVQUAL Ölçeği için geliştirdikleri yirmi iki değişken ve beş temel boyut (fiziksel görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati) aynı şekilde yer almaktadır (Okumuş ve Yaşın, 2007: 90). Carman, (1990: 55), kendisinin de farklı hizmet sektörlerinde uyguladığı SERVQUAL ölçeği boyutlarının ve ifadelerinin farklı hizmet alanlarına da uyarlanabileceğini belirtmiştir. Bu öneri ile beraber gerek SERVQUAL gerekse SERVPERF ölçeklerinin eğitim hizmetlerine de uyarlanmasının ölçüm sonuçları açısından olumlu olacağı sonucuna varılmıştır. Araştırmada kullanılan SERVPERF ölçeği Cronin ve Taylor (1992); Yıldız ve Erdil (2013); Akdoğan (2011); Türk (2009) ve Okumuş ve Duygun'a (2008) ait araştırmalardaki kullanımları incelenerek turizm eğitimine uyarlanmıştır. Hazırlanan ölçek konunun uzmanı akademisyenler ve meslek lisesi öğretmenleri tarafından incelenmiş, gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ölçek daha sonra diğer sorularla beraber pilot çalışmaya tabi tutulmuş, sonuçları aşağıda açıklanmıştır.

SERVPERF Ölçeği 22 madde olarak turizm meslek lisesi yiyecek içecek alanında öğrenim gören 96 öğrenciye uygulanmıştır. Pilot uygulama sonrasında ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini kontrol etmek için, önce verilere güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Yapılan güvenilirlik analizinin sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha katsayısı ,932 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Daha sonra verilerin faktör analizine uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer- Olkin ve Bartlett's test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,891$ ,  $sig=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %89 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

Son olarak ölçeğe Varimax Rotasyonlu Faktör Analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda maddelerin 4 boyut altında toplandığı ve açıklanan varyans değerinin %63,647 olduğu tespit edilmiştir. Orijinal ölçeğin hedef kitledeki öğrencilere uygulanması sonucunda bazı maddeler farklı boyutların arasına girerek boyut ve madde sayısında değişikliğe gidilmesine yol açmıştır. Boyutlar ile ilgili açıklamalar aşağıda verilmiştir.

- Fiziksel özellikler boyutu: 4 madde ile ölçülmeye çalışılmış ancak pilot çalışma sonrasında 1 madde başka bir boyutun altına girdiğinden ölçekten çıkarılmıştır.
- Güvenirlik boyutu: 5 madde ile ölçülmeye çalışılmış ancak 2 madde başka boyutların altına girdiği için ölçekten çıkarılmıştır.
- Heveslilik boyutu: 4 madde ile ölçülmeye çalışılmış ve 4 madde bir boyut oluşturmuştur. Boyut maddeleri orijinal hali ile korunmuştur.
- Güvence boyutu: 4 madde ile ölçülmeye çalışılmış ancak tüm maddeleri diğer boyutlara dağıldığı için boyut kendiliğinden ortadan kalkmıştır. Ölçeğe bu boyut olmadan devam edilmiştir.

- Empati boyutu: 5 madde ile ölçülmeye çalışılmış ancak pilot çalışma sonrasında 1 madde başka boyutların altına girdiği için ölçekten çıkarılmıştır.

Pilot çalışmaya başlarken hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan SERVPERF ölçeği 5 boyut ve 22 maddeden oluşmakta iken pilot çalışma sonrasında elde edilen verilerle 4 boyut ve 14 maddeye düşmüş ve açıklanan varyans değerinin %69,823'e yükseldiği görülmüştür. Pilot çalışma sonrasında çıkarılan maddelere bakıldığında, lise düzeyindeki öğrencilerin anlamını kavramada sorun yaşayabileceği ve cevap verme konusunda tereddüt edeceği ifadeler olduğu anlaşılmıştır.

Yapılan faktör analizi ile değişen boyutlar sonrasında ölçeğin güvenilirliği tekrar test edilmiş, Cronbach's Alpha katsayısı ,892 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Güvenirlik analizi sonrasında elde edilen "Madde istatistikleri" tablosundaki aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar incelenmiş, değerler arasında önemli bir farklılık, yüksek artış veya azalış tespit edilen maddeye rastlanılmamıştır. "Toplam madde istatistikleri" tablosunda yapılan incelemede ,892'nin üzerinde bir değer olmadığından ölçekteki maddelerin güvenilirliğini önemli ölçüde düşüren bir maddeye rastlanmamıştır.

Tablo 3. 2 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular-SERRPERF Ölçeği

Boyutlar	Madde Sayısı	Güvenilirlik Katsayıları	Maddeler	Boyutlar			
				1	2	3	4
Heveslilik	4	,823	Öğretmenlerim her zaman öğrencilere yardımcı olmak isterler	,811			
			Öğretmenlerim eğitimleri plana uygun şekilde ve hızda verirler	,763			
			Öğretmenlerim öğrencilerin soru ve taleplerini karşılama konusunda isteklidirler	,676			
			Öğretmenlerim bir eğitim konusunun tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilerine söylerler	,641			
Empati	4	,858	Okulum, her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenen eğitim kadrosuna sahiptir		,871		
			Okulum öğrencilerinin menfaatini her şeyin üstünde tutar		,741		
			Okulum her öğrenciyle tek tek ilgilenir		,731		
			Öğretmenlerim öğrencilerin özel isteklerini anlarlar		,660		
Güvenirlilik	3	,717	Okulum doğru eğitimi ilk seferde verir			,767	
			Öğrencinin bir sorunu olduğunda okul çalışanları bu sorunu çözmek için samimi bir ilgi gösterir			,730	
			Okulum öğrenci işleri kayıtlarının tutulması konusunda hassastır			,640	
Fiziksel	3	,774	Okulumun binası, sınıfları ve atölyeleri göze hoş görünür				,850
			Okulum modern görünümlü donanıma sahiptir				,835
			Okulumda eğitim verilirken kullanılan araç gereçler göze hoş görünür				,708

### 3.2.2.2. Memnuniyet Ölçeği

Memnuniyet ölçeği, literatür taraması yapılırken elde edilen bilgiler eşliğinde araştırmacı tarafından derlenerek pilot çalışmaya tabi tutulmuştur. Ölçekteki ifadeler Aydın (2010:100-102); Cingöz (2009:81-82) ve Şahin'e (2009: 111-112) ait çalışmalardan elde edilen ifadelerden oluşturulmuş, meslek lisesi öğretmenleri ve akademisyenler tarafından gerekli kontrol ve düzenlemeler yapıldıktan sonra pilot uygulama için anket formuna eklenmiştir. Yapılan pilot uygulamanın sonuçları aşağıda verilmektedir.

Öğrencilerin memnuniyetlerini ölçmek için 5 madde olarak hazırlanan Memnuniyet Ölçeği lise düzeyi öğrencilere uygulanmıştır. Pilot uygulama sonrasında ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini kontrol etmek için, önce verilere güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Yapılan

güvenirlilik analizinin sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha katsayısı ,898 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Güvenirlilik analizi sonrasında elde edilen “Madde istatistikleri” tablosundaki aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar incelenmiş, değerler arasında önemli bir farklılık, yüksek artış veya azalış tespit edilen maddeye rastlanılmamıştır. “Toplam madde istatistikleri” tablosunda yapılan incelemede, ölçeğin genel güvenirliliğini önemli ölçüde düşüren bir maddeye rastlanmamıştır. Güvenirlilik analizleri sonucunda önemli bir farklılıkla karşılaşılmadığından madde eksiltme işlemine gerek duyulmamıştır.

Memnuniyetle ilgili maddelerin faktör analizine uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,844$ ,  $sig=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %84 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 3 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular-Memnuniyet Ölçeği**

Madde sayısı	Güvenirlilik katsayısı	Maddeler	Boyut 1
5	,898	Okulumdan aldığım hizmetten genel olarak memnunum	,929
		Okulumdan aldığım eğitimden genel olarak memnunum	,907
		Okulumda eğitim görmeyi başkalarına öneririm	,823
		Okulumda eğitim görmekten gurur duyuyorum	,814
		Okulum bizlere kaliteli hizmet sunar	,763

Memnuniyet ölçeğine son olarak Varimax Rotasyonlu Faktör Analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda maddelerin tek boyut altında toplandığı ve açıklanan varyans değerinin %72,157 olduğu tespit edilmiştir.

### 3.2.2.3. Sektör Algısı Ölçeği

Sektöre ilişkin algılama ile ilgili literatürde detaylı bir araştırma yapılarak çeşitli kaynaklardan toplanan ifadeler ile öğrencinin mesleğe ve/veya sektöre bakış açısı bu bölümde sorulmuştur. Bu ölçekteki ifadelerin büyük bir bölümü Özdemir vd., (2005) ve Tekin ve Çidem'in (2015), öğrencilerin yiyecek ve içecek alanı ile mutfak departmanına yönelik tutumlarını ölçen çalışmalarından alınmıştır. Daha sonra meslek lisesi öğretmenleri ve akademisyenler tarafından gerekli kontrol ve düzenlemeler yapıldıktan sonra pilot uygulama için anket formuna eklenmiştir. Yapılan pilot uygulamanın sonuçları aşağıda verilmektedir.

Öğrencilerin sektörle ilgili algılarını ölçmek için hazırlanan 9 maddelik soru formu öğrencilere uygulanmıştır. Pilot uygulama sonrasında ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini kontrol etmek için, önce verilere güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Yapılan güvenilirlik analizinin sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha katsayısı ,879 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Güvenirlik analizi sonrasında elde edilen "Madde istatistikleri" tablosundaki aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar incelenmiş, değerler arasında önemli bir farklılık, yüksek artış veya azalış tespit edilen maddeye rastlanılmamıştır. "Toplam madde istatistikleri" tablosunda yapılan incelemede ,879'un üzerinde bir değer olmadığından ölçekteki maddelerin güvenilirliğini önemli ölçüde düşüren bir maddeye rastlanmamıştır. Güvenirlik analizleri sonucunda önemli bir farklılıkla karşılaşılmadığından madde eksiltme işlemine gerek duyulmamıştır.

Sektör algısı verilerinin faktör analizine uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,804$ ,  $sig=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %80 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 4 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular- Sektör Algısı Ölçeği**

Madde sayısı	Güvenirlilik katsayısı	Maddeler	Boyut 1
9	,879	Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür	,783
		Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerime uygun olduğunu düşünüyorum	,773
		Yiyecek-içecek bölümünün daha iyi kariyer imkanları sunduğunu düşünüyorum	,757
		Otel müşterisinin memnuniyetinde, yiyecek-içecek bölümünün çok önemli katkısı vardır	,732
		Yiyecek-içecek bölümü benim için ilgi çekicidir	,724
		Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarı ya da başarısızlığında büyük öneme sahiptir	,679
		Yiyecek-içecek bölümünün çalışma koşulları aile yaşantıma uygundur	,669
		Yiyecek-içecek bölümünde yer alan iş pozisyonlarının toplumdaki statüsü yüksektir	,655
		Yiyecek-içecek bölümünde çalışmam yakın çevrem tarafından desteklenir	,651

Sektör algısı ölçeğine son olarak Varimax Rotasyonlu Faktör Analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda maddelerin 3 boyut altında toplandığı ve açıklanan varyans değerinin %74,108 olduğu tespit edilmiştir. Bu üç boyuttan birisi 2 ifade içermektedir. Faktör analizlerinde genel kabul görmüş bir uygulama olan 3 ifadenin altına düşen boyutlar, boyut olma özelliğini kaybedeceğinden sektör algısı ölçeği de 2 boyuta düşmüştür (Little vd.,1999; Velicer ve Fava, 1998'den akt. Raubenheimer, 2004: 60). Ancak SPSS programının extraction menüsü kullanılarak tek faktör altında toplanması istenilmiştir. Bu durumda ise açıklanan varyans değerinin %51,203 olduğu görülmüştür. Bu oran kabul edilebilir bir oran olduğundan ölçeğin sahaya hazırlandığı şekli ile 9 ifade olarak sunulmasına karar verilmiştir.

#### **3.2.2.4.Devam Etme Niyeti Ölçeği**

Mesleki eğitim alan öğrencilerin mesleğe ve/veya sektöre devam etme niyeti bu bölümde sorulmuştur. Bu ölçekteki ifadelerin büyük bir bölümü Özdemir ve diğerlerinin (2005) öğrencilerin yiyecek ve içecek bölümüne yönelik tutumlarını ölçen çalışmasından alınmıştır. Ölçek, literatürdeki Kırmızı (2017); Organ ve Soydaş (2012) ve Duman vd., (2006) çalışmalarıyla da desteklenerek son halini almıştır. Daha sonra konu ile ilgili akademisyen ve meslek lisesi öğretmenlerinin kontrolü sağlanmış, gerekli düzeltmeler gerçekleştirilmiştir.

Öğrencilerin alanlarında devam etme niyetlerini ölçmek amacıyla 3 madde olarak hazırlanan soru formu öğrencilere uygulanmıştır. Pilot uygulama sonrasında ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini kontrol etmek için, önce verilere güvenirlik analizi uygulanmıştır. Yapılan güvenirlik analizinin sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha katsayısı ,940 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç kullanılan ölçeğin son derece güvenilir olduğunu göstermektedir. Güvenirlik analizi sonrasında elde edilen "Madde istatistikleri" tablosundaki aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar incelenmiş, değerler arasında önemli bir farklılık, yüksek artış veya azalış tespit edilen maddeye rastlanılmamıştır. "Toplam madde istatistikleri" tablosunda yapılan incelemede ,940'ın üzerinde bir değer olmadığından ölçekteki maddelerin güvenilirliğini önemli ölçüde düşüren bir maddeye rastlanmamıştır. Güvenirlik analizleri sonucunda önemli bir farklılıkla karşılaşılmadığından madde eksiltme işlemine gerek duyulmamıştır.

Öğrencilerin alanlarında devam etmeleri ile ilgili verilerin faktör analizine uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,754$ ,  $\text{sig}=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %75 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.



**Tablo 3. 5 Pilot Uygulama Sonrasında Ortaya Çıkan Boyutlara İlişkin Bulgular- Devam Etme Niyeti Ölçeği**

Madde sayısı	Güvenirlilik katsayısı	Maddeler	Boyut 1
3	,940	Mezun olunca yiyecek-içecek alanında yükseköğrenime devam edip, iş hayatımı bu alanda sürdüreceğim	,961
		Mezun olunca yiyecek-içecek alanında yükseköğrenime devam edeceğim	,939
		Mezun olunca yiyecek-içecek alanında çalışacağım	,936

Devam etme ölçeğine son olarak Varimax Rotasyonlu Faktör Analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda maddelerin tek boyut altında toplandığı ve açıklanan varyans değerinin %89,373 olduğu tespit edilmiştir.

### 3.2.3. Veri Analizi

Bu çalışmada araştırma modelindeki hipotezleri test etmek amacıyla Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modeli; “gözlenen değişkenler ve gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin ve korelasyon ilişkilerinin bir arada bulunduğu modellerin test edilmesi için kullanılan istatistiksel bir teknik olup bağımlılık ilişkilerini tahmin etmek için varyans, kovaryans analizleri, faktör analizi ve çoklu regresyon gibi analizlerin birleşmesiyle meydana gelen çok değişkenli bir yöntemdir”. Araştırmacılar zeka, güdü ve tutum gibi gizil değişkenleri ve bunların diğer faktörlerle ilişkisini yapısal eşitlik modeliyle (YEM) ile inceleyebilir (Yılmaz ve Doğan, 2016: 197; Doğan ve Yılmaz, 2017: 665-666).

YEM’in birincil amacı, araştırmacı tarafından belirlenmiş olan ilişkilerin verilerce desteklenip desteklenmediğini belirleyebilmektedir (Şimşek, 2007: 1). YEM iki önemli özellik ile kendisini göstermektedir. İlk olarak nedensel süreçler seri biçimdeki yapısal eşitliklerle temsil edilir. İkinci olarak, yapısal ilişkiler teorik çerçeveyi daha kolay bir şekilde anlaşılır kılmak adına görsel olarak ifade edilebilir (Byrne, 2010: 3). Bu yol şemaları sayesinde, sonuçlar daha kolay bir biçimde yorumlanabilmektedir (Çokluk vd., 2010: 259). YEM kapsamındaki modelin veriler ile olan uyumu eş zamanlı olarak, istatistiksel bir şekilde test edilebilmektedir. Eğer model uyum değerleri istenilen sınırlarda ise modelin makul ilişkileri barındırdığı anlaşılmaktadır. Aksi durumda ise modeldeki ilişki yapıları reddedilmektedir (Byrne, 2010: 3). Buna göre YEM “ölçme modelleri tarafından doğrulanan yapılar arasındaki ilişkilerin araştırıldığı” bir yöntemdir (Şimşek, 2007: 1). Bazı özellikleri, YEM’i eski nesil çok değişkenli testlerden ayrı bir yere koymaktadır. İlk olarak keşifselden ziyade doğrulayıcı bir nitelik

gösterir. İkinci olarak ölçümdeki hata varyansını dikkate alır. Üçüncü olarak YEM hem gizil hem de gözlenen değişkenleri birleştirebilir (Byrne, 2010: 3).

Bu çalışmada YEM için tahminlemesi en yüksek olasılık kestirim metodu (maximumlikelihood) kullanılmıştır. Fakat bu metodu kullanabilmek için verilerin normal dağılıma uygunluk göstermesi gerekir. Basıklık ve çarpıklık değerleri bu konuda kullanılan değerlerdir. Bu değerlerin  $\pm 2$  sınırında kalması gerekmektedir. Bu araştırmada bütün gözlenen değişkenler bu sınırların dahilinde basıklık çarpıklık değerlerine sahiptir (Kline, 2011: 154-155).

**Tablo 3. 6 Çarpıklık ve Basıklık Değerleri**

İfadeler	Çarpıklık	Basıklık
f_1	,163	-,923
f_2	-,018	-,819
f_3	-,025	-,645
g_4	-,177	-,947
g_5	-,136	-,663
g_6	-,489	-,464
h_7	-,507	-,526
h_8	-,509	-,438
h_9	-,590	-,468
h_10	-,432	-,705
e_11	,178	-1,037
e_12	,167	-,991
e_13	,133	-,910
e_14	-,024	-,979
m_15	-,278	-,947
m_16	-,128	-1,142
m_17	-,182	-,814
m_18	-,272	-,704
m_19	-,085	-,849
s_20	-1,018	-,023
s_21	-,907	-,088
s_22	-,888	-,152
s_23	-,799	-,268
s_24	-1,037	,122
s_25	-,858	-,177
s_26	-,976	,091
s_27	-1,145	,569
s_28	-1,078	,418

### 3.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular demografik bilgiler, ölçüm modeli ile ilgili bulgular ve yapısal eşitlik modeli ile ilgili bulgular olmak üzere üç başlık halinde aşağıda sunulmaktadır.

#### 3.3.1. Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik bilgileri aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 3. 7 Araştırmaya Katılan Öğrencilere İlişkin Demografik Bilgiler**

	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	462	21,0
Kız	1736	79,0
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Sınıf</b>		
10. Sınıf	863	39,3
11. Sınıf	747	34,0
12. Sınıf	588	26,8
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Dal</b>		
Mutfak	1059	48,2
Servis	110	5,0
Pastacılık	118	5,4
Hosteslik	48	2,2
Dal seçimi yapılmadı	863	39,3
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Okula kayıt yaptırmada etki eden öncelikli kaynak</b>		
Kendi isteğim	1003	45,6
Öğretmenlerim	52	2,4
Ailem	310	14,1
Bu okulun öğrencileri ve mezunları	42	1,9
Puan durumum (TEOG veya not ortalaması)	678	30,8
Diğer	113	5,1
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Okulu öncelikli tercih nedeni</b>		
Yiyecek-içecek alanında çalışmak	804	36,6
Üniversiteye devam edebilmek	246	11,2
Yiyecek-içecek alanında üniversiteden mezun olup alanımda ilerlemek	478	21,7
Evime yakın	241	11,0
Tercihim bilinçli değildi	346	15,7
Diğer	83	3,8
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>

<b>Turizm sektöründe (staj dahil) toplam çalışma süresi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Çalışmadım	1355	61,6
6 aydan daha az	259	11,8
6-12 ay	406	18,5
12 aydan fazla	178	8,1
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Alınan eğitimin başkalarına tavsiye edilmesi durumu</b>		
Evet	1241	56,5
Emin değilim	667	30,3
Hayır	290	13,2
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Okulun sosyal ve kültürel faaliyetlerini yeterli bulma durumu</b>		
Evet	431	19,6
Kısmen	970	44,1
Hayır	797	36,3
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>

Tablo 3.7'ye bakıldığında araştırmaya katılan öğrencilerin %79'u kız, %21'i erkektir. Kızların oranının bu kadar fazla çıkmasının sebebi, okul sayısının büyük bir kısmının eski adıyla "Kız Meslek Lisesi" olup, daha sonra 2014 yılındaki genelge ile "Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi" olarak değiştirilmesinden kaynaklanmaktadır. Yiyecek ve içecek hizmetleri alanı eski isimleriyle "Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi" ve "Kız Meslek Lisesi" bünyelerinde açılan bir alan olduğundan cinsiyet dağılımında kız öğrenci sayısı fazla çıkmıştır. Kız öğrenci sayısının fazla çıkması gerek ortaöğretim gerekse yükseköğretimde birçok araştırmacı (Bölükbaş ve Boylu, 2018; Birdir ve Kılıçhan, 2013; Çakır, 2010; Daylar, 2015; Derinalp, 2012; Görkem ve Öztürk, 201; Saatçı ve Gülü Demirbulat, 2015). (Akoğlu vd., 2017: 150) tarafından da tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %39,3'ü 10. sınıf, %34'ü 11. sınıf ve %26,8'i ise 12. sınıfta öğrenim görmektedir. Özellikle sektöre ilişkin algılama ve diğer değişkenlere cevap verebilme açısından öğrencilerin sektör deneyimleri önemli bir konudur. Araştırmaya katılan öğrencilerin %60,8'inin 11 ve 12. sınıflarda olmaları verilen cevapların güvenilirliğini arttırmaktadır. Öğrencilerin sınıf seviyeleri de birçok sonucu etkilemektedir. Turizm meslek liselerinde 11. ve 12. sınıfta öğrenim gören öğrencilerle yapılan çalışmada, erkek öğrencilerin algılarının kız öğrencilerden daha olumlu olduğu tespit edilmiştir (Yıldız vd., 2019: 9-10). Aymankey ve Aymankey (2013) tarafından da desteklenen bir diğer görüş ise sınıf seviyesi artıkça sektörle tanışılmakta ve algılar oluşmaktadır. Öğrenciler 12. sınıfa yaklaştıklarında sektörün gerçekleriyle karşılaşır ona göre tutum ve davranış geliştirmektedirler (Aktaş, 2015:84-85; Olcay ve Düzgün, 2015: 65).

Araştırmaya katılan öğrencilerin %48,2'si mutfak, %5,4'ü pastacılık, %5'i servis ve %2,2'si ise hosteslik dallarında öğrenim görmektedir. Öğrencilerin yarısına yakın bir bölümü mutfak dalında öğrenim görmektedir. Bu oran mutfak dalının alan dalları arasında en çok tercih edilen dal olduğunu göstermektedir. Araştırma kapsamındaki 10. sınıf öğrencileri ise yönetmelik gereği dal seçimlerini 11. sınıfta yapacağından dalınız sorusunu boş bırakmıştır. Dal seçimi yapmayan öğrencilerin oranı %39,3'tür. MEB ve İŞKUR'dan alınan istatistiklerle uyumlu olarak yiyecek içecek alanı hatta turizm alanının genelinde mutfak alanı en kalabalık ve yoğun bir alandır.

Araştırmaya katılan öğrencilere okula kayıt yaptırmalarında öncelikli kaynağı sorulduğunda %45,6'sı okula kendi isteği, %30,8'i puan durumu, %14,1'i ailem, %2,4'ü öğretmenlerim ve %1,9'u ise bu okulun öğrencileri ve mezunları seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu sonuçlara göre öğrencilerin kayıt kararlarında kendi tercihleri ve puanlarının etkili olduğu görülmektedir. Soruda diğer seçeneğini işaretleyen öğrencilerin oranı ise %5,1'dir. Bu seçenek incelendiğinde en çok yazılan 5 yanıt sırasıyla; puan durumu, başka seçeneğin olmayışı, bu alanın ve özellikle aşçılığın olması, evine yakın olması ve bilinçsiz tercih yapılması olarak sıralanmıştır. Çevik (2012: 106), İstanbul'da faaliyet gösteren altı adet turizm ve otelcilik lisesinde 265 konaklama ve seyahat, 361 yiyecek ve içecek hizmetleri alanı olmak üzere toplam 626 öğrenci üzerinde yaptığı araştırmada öğrencilerin %75,1'i bu okulları kendileri tercih ettiğini tespit etmiştir. Turizm okullarının öğrencilerin kendisinin ve ailelerinin beklentilerine hitap etmesi sektör açısından önemli bir durumdur. Ehtiyar ve Üngüren (2008) ve Tekin ve Deniz (2015) eğitim kurumunu isteyerek tercih eden öğrencilerin umutsuzluk ve kaygı düzeylerinin daha düşük olduğunu belirtmişlerdir. Üniversite öğrencileri ile çalışan Dinçer ve diğerlerinin (2013) çalışmasında bu oran %83,1 iken, Çeçe (2018:55) tarafından yapılan araştırmada %55,4 olarak tespit edilmiştir. Yapılan araştırmalar da bu çalışmada çıkan sonuçları destekler niteliktedir.

Araştırmaya katılan öğrencilere okulu öncelikli tercih nedenleri sorulduğunda öğrencilerin %36,6'sı yiyecek ve içecek alanında çalışmak, %21,7'si yiyecek ve içecek alanından mezun olduktan sonra alanında ilerlemek, %15,7'si tercihim bilinçli değildi, %11,2'si üniversiteye devam edebilmek ve %11'i ise evime yakın cevabını vermiştir. Öğrencilerin büyük bir kısmı bu alanda ilerlemek hatta aynı alanda üniversiteyi bitirip daha sağlam adımlarla mesleklerinde ilerlemek istemektedirler. Soruda diğer seçeneğini işaretleyen öğrencilerin oranı ise %3,8'dir. Bu seçenek incelendiğinde en çok yazılan 5 yanıtın sırasıyla puan durumu, aile kararı, arkadaş ve tanıdıklar için, alana duyulan merak ve lise bitiminde meslek sahibi olmak olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %61,6'sı turizm sektöründe hiç çalışmadıklarını belirtmişlerdir. Bu oran 10. sınıfta öğrenim görenlerden kaynaklanmaktadır. Öğrencilerin %18,5'i 6-12 ay, %11,8'i 6 aydan daha az ve %8,1'i ise 12 aydan fazla çalıştıklarını belirtmişlerdir. Turizm sektöründe çalışanların toplamı ise %38,4 oranındadır. Birçok araştırmacının aksine Güzel vd., (2014: 82) öğrencilerin sektör tecrübelerinin olup olmamasının devam etme niyetleri açısından fark yaratan bir durum olduğunu belirtmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %56,5'i aldıkları eğitimi başkalarına tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin yarısından fazlasının aldıkları eğitimi başkalarına tavsiye etmeleri okulları ve alanları ile ilgili olumlu düşüncelere sahip olduklarını göstermektedir. Bununla beraber öğrencilerin %30,3'ü tavsiye edip etmeme konusunda emin olmadıklarını, %13,2'si ise tavsiye etmeyeceklerini belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan öğrencilere öğrenim gördükleri okulların sosyal ve kültürel faaliyetlerini yeterli bulup bulmadıkları sorulduğunda %44,1'i kısmen yeterli bulunduğunu, %36,3'ü yeterli bulmadığını ve %19,6'sı ise yeterli bulunduğunu belirtmiştir. Bu sonuç mesleki ve teknik eğitim veren Anadolu Liselerinin ders dışı etkinliklerde yetersiz kaldığını göstermektedir.

### 3.3.2. Ölçüm Modeli ile İlgili Bulgular

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizleri yapılmış olup; SERVPERF ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,911; memnuniyet ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,902; sektör algısı ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,917 ve devam etme niyeti ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,932 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç kullanılan ölçeklerin son derece güvenilir olduğunu göstermektedir. Güvenirlik analizi sonrasında elde edilen "Madde istatistikleri" tablosundaki aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar incelenmiş, değerler arasında önemli bir farklılık, yüksek artış veya azalış tespit edilen maddeye rastlanılmamıştır. "Toplam madde istatistikleri" tablosunda yapılan incelemede Cronbach's Alpha katsayılarının üzerinde bir değer olmadığından ölçeklerdeki maddelerin güvenilirliğini önemli ölçüde düşüren bir maddeye rastlanmamıştır. Güvenirlik analizleri sonucunda önemli bir farklılıkla karşılaşılmadığından madde eksiltme işlemine gerek duyulmamıştır.

YEM'de iki aşamalı yaklaşım tercih edilmiştir. Öncelikle doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış olup, bunu takiben yapısal modele geçilmiştir (Anderson ve Gerbing, 1988: 421-422). DFA araştırmacının gizil değişkenlerin yapısı hakkında bilgi sahibi olduğu durumlarda kullanılan bir tekniktir. Bu bilgi teoriye veya başka ampirik çalışmalara dayanabilir. Her ikisini dayanabileceğini de eklemek gerekmektedir (Byrne, 2010: 6; Hair vd., 2009: 665).

Doğrulayıcı faktör analizinde araştırmacının faktör modelindeki tüm ilişkileri önceden kurgulamış olması gerekmektedir (Albayrak, 2018: 71). Bu çalışma için literatürdeki çalışmalara dayanılarak oluşturulmuştur. DFA ilk olarak tahminlendikten sonra bazı revizyonlar yapılmıştır. İlk olarak faktör yükü .7 değerinin altında kalan ve geçerlik ile güvenilirlik için olumsuz etkide bulunan ifadeler analizden çıkarılmıştır. Bunlar “Okulum öğrenci işleri kayıtlarının tutulması konusunda hassastır”, “Öğretmenlerim bir eğitim konusunun tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilerine söylerler”, “Öğretmenlerim eğitimleri plana uygun şekilde ve hızda verirler” ve “Öğretmenlerim öğrencilerin özel isteklerini anlarlar” ifadeleri analizden çıkarılmıştır. Model tekrar tahminlenmiştir (Hair, 2009: 667). Buna ilişkin sonuçlara Tablo 3.8’de yer verilmiştir.

**Tablo 3. 8 Doğrulayıcı Faktör Analizi-DFA Sonuçları**

BOYUT	İFADELER	Std. Faktör Yükleri	t	Yapı Güvenirliği	AOV
FİZİKSEL	Okulum modern görünümlü donanıma sahiptir.	.732	Sabitlendi*		
	Okulumun binası, sınıfları ve atölyeleri göze hoş görünür.	.809	33.323	.813	.593
	Okulumda eğitim verilirken kullanılan araç gereçler göze hoş görünür.	.766	32.144		
GÜVENİRLİK	Öğrencinin bir sorunu olduğunda okul çalışanları bu sorunu çözmek için samimi bir ilgi gösterir	.761	Sabitlendi*	.748	.597
	Okulum doğru eğitimi ilk seferde verir.	.784	33.815		
HEVESLİLİK	Öğretmenlerim eğitimleri plana uygun şekilde ve hızda verirler.	.750	Sabitlendi*		
	Öğretmenlerim her zaman öğrencilere yardımcı olmak isterler.	.786	31.826	.837	.632
	Öğretmenlerim öğrencilerin soru ve taleplerini karşılama konusunda isteklidirler.	.846	33.375		
EMPATİ	Okulum her öğrenciyle tek tek ilgilenir.	.871	Sabitlendi*		
	Okulum, her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenen eğitim kadrosuna sahiptir	.811	40.367	.856	.666
	Okulum öğrencilerinin menfaatini her şeyin üstünde tutar	.762	35.877		

MEMNUNİYET	Okulumda eğitim görmekten gurur duyuyorum	.803	Sabitlendi*		
	Okulumda eğitim görmeyi başkalarına öneririm.	.819	43.343		
	Okulumda aldığım hizmetten genel olarak memnunum.	.849	45.565	.904	.653
	Okulumdan aldığım eğitimden genel olarak memnunum.	.840	44.892		
	Okulum bizlere kaliteli hizmet sunar.	.723	36.815		
SEKTÖR ALGISI	Yiyecek-içecek bölümü benim için ilgi çekicidir.	.791	Sabitlendi*		
	Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür.	.769	38.761		
	Yiyecek- içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğunu düşünüyorum.	.795	40.396		
	Yiyecek-içecek bölümünün çalışma koşulları aile yaşantıma uygundur.	.740	36.818		
	Yiyecek-içecek bölümünde çalışmam yakın çevrem tarafından desteklenir.	.730	36.153		
	Yiyecek-içecek bölümünde yer alan iş pozisyonlarının toplumdaki statüsü yüksektir.	.681	33.298	.911	.532
	Yiyecek-içecek bölümünün daha iyi kariyer imkanları sunduğunu düşünüyorum.	.740	36.466		
	Otel müşterisinin memnuniyetinde, yiyecek-içecek bölümünün çok önemli katkısı vardır.	.678	33.233		
	Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarı ya da başarısızlığında büyük öneme sahiptir.	.632	30.527		



<b>DEVAM ETME NİYETİ</b>	Mezun olunca yiyecek- içecek alanında çalışacağım.	.883	Sabitlendi*		
	Mezun olunca yiyecek- içecek alanında yükseköğrenime devam edeceğim	.915	63.047	.933	.822
	Mezun olunca yiyecek- içecek alanında yükseköğrenime devam edip, iş hayatımı bu alanda sürdüreceğim.	.921	63.852		
$\chi^2=1808.108$ df= 324; RMSEA= .046; CFI=.963 SRMR= .032; NFI= .955 GFI= .943					

\*1'e sabitleme yapılmıştır.

Tablo 3.8 araştırmanın ölçüm modeline ilişkin bilgileri göstermektedir. Modelin uyum değerlerine bakıldığında, kabul edilebilir değerlerin olduğu anlaşılmaktadır (RMSEA= .046; CFI=.963 SRMR= .032; NFI= .955 GFI= .943) (Hair vd., 2009: 648; Marsh ve Hocevar, 1985; Schermelleh-Engel vd., 2003: 52).

Geçerlik ve güvenilirlik için bazı ek kanıtlara ihtiyaç olduğundan dolayı ilk olarak yapı güvenilirliği değerleri verilmiştir. Her bir yapı için bu değer Bagozzi ve Yi'nin (1988: 80) .60 eşliğini aşmıştır. Ayrıca açıklanan ortalama varyans (AOV) değerleri .50 sınırını aşmıştır (Fornell ve Larcker, 1981: 46). Bu bulgular, ölçüm modelinin durumu hakkında bilgi vermekte ve ölçüm modelinin hem iyi uyum gösterdiğini hem de geçerlik ve güvenilirlik için önemli kanıtlar sunduğunu göstermektedir. Ancak bu bilgilere ek olarak ayırt edici geçerlik de incelenmelidir (Hair vd., 2009: 647).

**Tablo 3.9 Faktörler Arası Korelasyon ve Ayırt Edici Geçerlik**

<b>BOYUTLAR</b>	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>	<b>(6)</b>	<b>(7)</b>
Heveslilik (1)	.795						
Empati (2)	.682	.816					
Güvenirlilik (3)	.760	.739	.773				
Fiziksel (4)	.503	.533	.650	.770			
Memnuniyet (5)	.646	.714	.756	.692	.808		
Sektör Algısı (6)	.483	.299	.434	.389	.510	.730	
Devam Etme Niyeti (7)	.286	.199	.283	.268	.373	.678	.907

Not: Kalın olarak biçimlendirilmiş değerler AOV değerlinin kareköküdür.

Ayırt edici geçerlik bir yapının diğerleri ile gerçek anlamda mesafeli olması ile ilgilidir. Ayırt edici geçerlik, bir yapının benzersiz olduğunu ve diğerlerinden farklı bir ölçüm yaptığını göstermektedir (Hair vd., 2009: 663). Tablo 3.9’da faktörler arasındaki korelasyon değerleri verilmiş ve bu değerlerin AOV değerlerinin karekökü ile kıyası yapılmıştır. Bütün yapılarda ayırt edici geçerlik sağlanmıştır. Çünkü AOV değerlerinin karekökü, yapıların arasındaki korelasyon değerini aşmıştır (Fornell ve Larcker, 1981: 46). Ölçüm modelinde gerekli şartların sağlanmasını takiben, ikinci aşama olarak yapısal modele ilişkin bulguların değerlendirilmesi uygundur (Anderson ve Gerbing, 1988: 421-422).

### 3.3.3. Yapısal Eşitlik Modeli ile İlgili Bulgular

Bu aşamada yapısal modele ilişkin sonuçlara yer verilmiştir. İlk olarak modelin iyi uyum değerleri gösterdiği ortaya çıkmıştır (RMSEA= .047; CFI=.960 SRMR= .032; NFI= .952 GFI= .940) (Hair vd., 2009: 648; Marsh ve Hocevar, 1985; Schermelleh-Engel vd., 2003: 52). Modelin kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu yüzden hipotezlerin sonuçlarına bakılmıştır. Bulgular Tablo 3.10 ve Şekil 3.2’de gösterilmektedir.

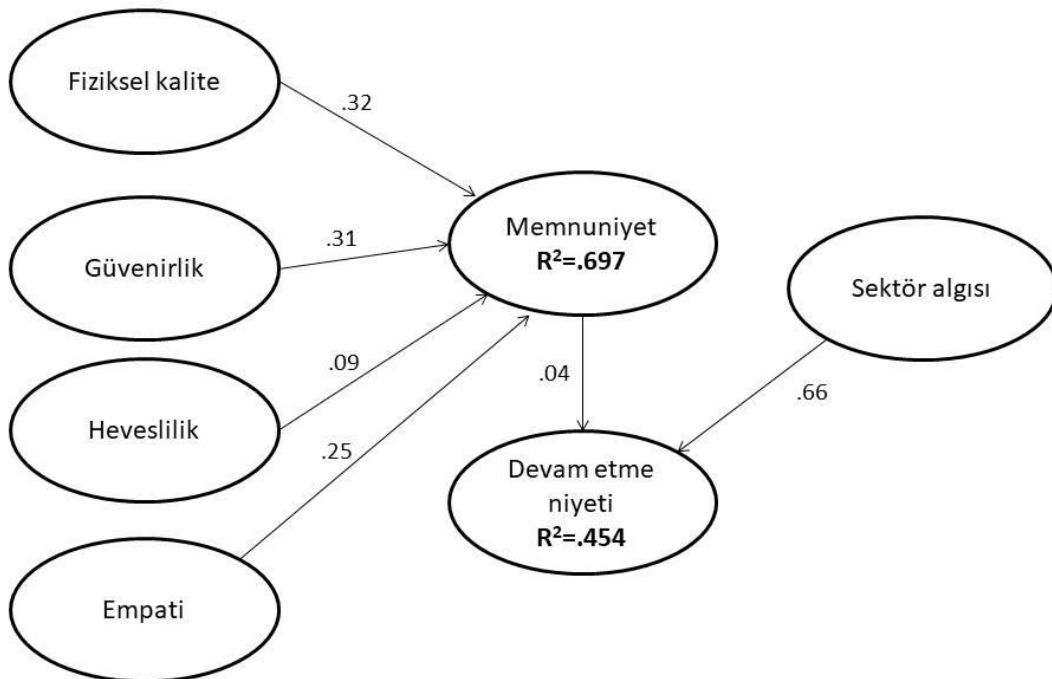
İlk olarak fiziksel kalite algısının, öğrencilerin memnuniyet düzeylerini olumlu yönde etkilediği görülmektedir ( $\beta = .322$ ,  $t = 12.327$ ,  $p < .05$ ). Buna göre  $H_1$  desteklenmiştir. Öğrencilerin güvenirlilik algıları, onların memnuniyet düzeylerine olumlu olarak etki etmektedir ( $\beta = .313$ ,  $t = 6.755$ ,  $p < .05$ ).  $H_2$  desteklenmiştir. Öğrencilerin heveslilik konusundaki algısı memnuniyeti olumlu yönde etkilemiştir ( $\beta = .086$ ,  $t = 2.743$ ,  $p < .05$ ). Sonuç olarak  $H_3$  desteklenmiştir. Empatinin memnuniyeti olumlu yönde etkilediği gözlenmiştir ( $\beta = .246$ ,  $t = 8.472$ ,  $p < .05$ ). Bu durumda  $H_4$  desteklenmiştir. Kalite boyutlarının memnuniyete olan etkisi genel itibari ile değerlendirildiğinde, heveslilik bu konuda en az etkisi olan değişkendir. Öğrencilerin memnuniyet oluşumunda diğer kalite boyutları daha etkili olmuştur (bkz Tablo 3.10, Şekil 3.2). Tüm bu sonuçlar alınan eğitime ilişkin hizmet kalitesi algılamasının eğitimden memnuniyeti olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Tablo 3. 10 Yapısal Model Sonuçları

Hipotez	İlişki	$\beta$	t	p	Sonuç
H <sub>1</sub>	Fiziksel → Memnuniyet	.322	12.327	.000	Desteklendi
H <sub>2</sub>	Güvenirlilik → Memnuniyet	.313	6.755	.000	Desteklendi
H <sub>3</sub>	Heveslilik → Memnuniyet	.086	2.743	.006	Desteklendi
H <sub>4</sub>	Empati → Memnuniyet	.246	8.472	.000	Desteklendi
H <sub>5</sub>	Memnuniyet → Devam etme niyeti	.042	2.077	.038	Desteklendi
H <sub>6</sub>	Sektör algısı → Devam etme niyeti	.656	27.468	.000	Desteklendi

$\chi^2=1938.456$  df= 329 RMSEA= .047; CFI=.960 SRMR= .032; NFI= .952 GFI= .940

“Öğrencilerin aldıkları eğitimden memnuniyetleri, bu alanda devam etmelerinde etkili midir” sorusunun yanıtına bakıldığında sonucun olumlu olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, memnuniyet devam niyetini olumlu yönde etkilemektedir ( $\beta = .042$ ,  $t = 2.077$ ,  $p < .05$ ). Bu durumda H<sub>5</sub> desteklenmektedir. Ancak memnuniyetin devam etme niyeti üzerindeki etkisi anlamlı olsa da çok güçlü olduğu söylenemez. Ancak bu etkiyi sektör algısı ile yorumlamak daha doğru bir yönlendirme sağlayacaktır. Öğrencilerin sektöre ilişkin algıları, devam niyetlerinde etkili olmuştur ( $\beta = .656$ ,  $t = 27.468$ ,  $p < .05$ ). H<sub>6</sub> desteklenmektedir.



Şekil 3. 2 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

### Sektör Algısının Düzenleyici Rolünün Tespit Edilmesi (H7)

Bu çalışmada, memnuniyet ile devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolü de incelenmektedir. Bu incelemenin yapılabilmesi için bazı şartların yerine getirilmesi gerekmektedir. İlk olarak k-ortalamlar kümeleme analizi kullanılarak, örneklem sektör algısı görece daha olumlu ve daha olumsuz olanlar olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Burada, sektör algısını oluşturan ifadeler kullanılmıştır. Sonuç olarak 1458 kişinin sektör algısı yüksek olan grupta yer aldığı ve 740 kişinin ise sektör algısı daha düşük düzeyde yer alan grupta bulunduğu görülmüştür. Analizlere bu gruplama üzerinden devam edilmiştir.

Düzenleyici etki, iki değişken arasındaki ilişkiyi değiştiren bir değişken tarafından ortaya çıkan etki ile ilgilidir. Bu durumun tespitinin yapılabilmesi için ilk olarak, ölçüm modelinde metrik farksızlığın kısmi olarak da olsa gerçekleşmesi gerekmektedir (Hair vd., 2009: 742, 773).

**Tablo 3. 11 Ölçüm Modelinde Farksızlık**

Modeller	$\chi^2$	df	CFI	$\Delta\chi^2$	Metrik Farksızlık Durumu
Temel Model	996.1	270	.97		
Kısmi Metrik Farksızlık	1017.73	282	.97	$\Delta\chi^2 (12)20.9$ $p>.05$	Kısmi metrik farksızlık

Tablo 3.11’de görüldüğü üzere ilk olarak temel modelin tahminlemesi yapılmıştır. Bu model faktör yüklerinin serbest bir şekilde tahminlendiği modeldir ( $\chi^2=996.1$ ,  $sd=270$ ). Bu model ile faktör yüklerinin iki grup için de eşitlenerek tahminlendiği model için gerekli analiz yapılmıştır ( $\chi^2=1019.2$ ,  $sd=283$ ). Bu iki model arasında anlamlı bir farklılığın olmaması gereklidir. Böylece metrik farksızlık durumunu desteklenebilir. Ancak iki modelin arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır ( $\Delta\chi^2 (13)-23.1$   $p<.05$ ). Bu yüzden en azından kısmi metrik farksızlık durumunun sağlanması gerekir. Sadece 1 adet ifadeye faktör yükü sabitlemesi kaldırılmıştır ve kısmi farksızlık modeli sınanmıştır ( $\chi^2=1017.73$ ,  $sd=282$ ). Temel prensip olarak hiçbir faktörde ikinin altında adette sabitleme yapılmamalıdır. Bu durumda, bu prensibe de uyulmuştur. Sonuç olarak kısmi metrik farksızlık sağlanmıştır ( $\Delta\chi^2 (12)-20.9$   $p>.05$ ).

Böylece, bir ileriki aşamada bu ölçüm modeli üzerinden devam edilmiştir (Bagozzi ve Yi, 1989: 273; Hair, 2009: 742).

**Tablo 3. 12 Düzenleyici Etkinin Test Edilmesi**

Hipotezler	İlişki	Gruplar	$\beta$	t	Temel Model	İç Model	İçe Model	$\Delta\chi^2$
<b>H<sub>7</sub></b>	Memnuniyet → Devam etme niyeti	Sektör	.12	4.235				
		Algısı						
		Yüksek			$\chi^2(290)$	$\chi^2(291)$	(1)-	34.8
		Sektör	.36	9.245	1027.9	1062.7	p< .05	
		Algısı						
		Düşük						

İlk olarak, her iki grup için temel bir model mevcuttur. Bu temelde, tüm yollar serbest bırakılmıştır. Başka bir ifade ile her iki grup için serbest bir biçimde tahminleme yapılmıştır ( $c^2=1028.9$ ,  $sd=290$ ). Sonrasında bu modelde memnuniyetin devam etme niyetine olan etkisi sabitlenmiştir ve bu iki model arasında kıyaslama yapılmıştır. Ortaya anlamlı bir farklılığın olduğu çıkmıştır ( $\Delta\chi^2 (1)-34.8$   $p < .05$ ). Buna göre, H<sub>7</sub> desteklenmektedir. Memnuniyetin, devam etme niyetine olan etkisinde sektör algısı düzenleyici bir rol oynamaktadır. Sektör algısı yüksek olan grup için memnuniyetin devam niyetine olan etkisi ( $\beta = .12$ ,  $t = 4.235$ ,  $p < .05$ ), düşük olan gruba göre ( $\beta = .36$ ,  $t = 9.245$ ,  $p < .05$ ) daha zayıf kalmıştır. Daha açık bir ifade ile sektöre yönelik olumlu algı düştükçe, sektörde kalmak için memnuniyet daha fazla önem kazanırken, aksi durumda (sektör algısının yüksek olduğu durumda) memnuniyetin etkisi azalmaktadır.

## TARTIŞMA

Yiyecek ve içecek hizmetleri alanında öğrenim gören öğrencilerin devam etme niyetleri; verilen eğitimin amaçlarına ulaşması, eğitim kaynaklarının verimli kullanılması, mezun öğrencilerin istihdamı, sektörün kalifiye çalışanlara sahip olması ve tüm bunların ülke ekonomisine katkısı bakımından çok önemli bir konudur. Yapılan bu çalışmada araştırma kapsamındaki öğrencilerin devam etme niyetleri ve bu niyetlerine etki eden değişkenler incelenmiştir. Devam etme ölçeğinde üç ifadeye de puan veren öğrencilerin %58,1'i sektöre; %55,3'ü alanında yükseköğretime ve %57,2'si de alanında yükseköğretim ve sonrasında sektöre devam edeceğini belirtmiştir. Öğrencilerin devam etme kavramından algıladıkları bu alanda devam etmedir. Öğrencilerin yarısından fazlasının devam etme niyeti olduğu, bu devam etme niyetinin de nihayetinde sektöre olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yükseköğretimden sonra sektörde devam etme istekleri araştırma sonuçlarında anlaşılacakla beraber, yükseköğrenime yerleşememe durumunda da bu sayıdaki öğrencinin yine sektöre devam edeceği tespit edilmiştir. Bölükbaş ve Boylu (2018: 1066) yapmış oldukları çalışmada mezuniyet sonrasında yiyecek içecek alanıyla yükseköğretim programına devam etmek isteyenlerin oranın %52,8, yiyecek içecek alanıyla ilgili bir işte çalışmak isteyenlerin oranının da %13,7 olduğunu tespit etmişlerdir. Yapılan incelemede öğrenciler ortaöğretime girerken sektör ve üniversiteye devam niyetleri arasında kararsız kalırken, ortaöğretimden mezun olurken üniversiteye devam etme niyetlerinin daha ağır bastığı tespit edilmiştir. Turizm eğitimine harcanan kaynaklar açısından bu çalışmanın sonuçlarının Bölükbaş ve Boylu'nun (2018: 1066) sonuçlarından daha olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesinin boyutlarının öğrenci memnuniyetine olumlu etkileri olmaktadır. Hizmet kalitesinin tüm boyutlarının memnuniyete olumlu etkisi olmakla beraber, fiziksel kalite en yüksek, heveslilik ise en düşük etkiye sahiptir. Heveslilik boyutu eğitim kurumunda hizmet veren başta öğretmenler olmak üzere tüm ilgililerin kaliteli hizmet verme noktasındaki isteklilik ve gayretlerini kapsamaktadır. Diğer bir ifadeyle heveslilik boyutunda; öğretmenlerin ve diğer çalışanların öğrencilerin başta eğitim ihtiyaçları olmak üzere tüm ihtiyaçlarını kurallara uygun bir biçimde ve isteyerek karşılayabilme kabiliyeti değerlendirilmeye alınmaktadır.

Araştırma modeli doğrultusunda gerçekleştirilen analizler sonucunda, heveslilik boyutu ile öğrencilerin memnuniyet algıları arasında anlamlı bir regresyonel ilişki tespit edilmiştir. Ancak mevcut ilişkinin düzeyi ( $r^2: .086$ ) SERVPERF'in diğer boyutlarına nazaran oldukça düşüktür. Bu durum öğrencilerin eğitim memnuniyet algılarında, eğitim sürecine katkı

verenlerin heveslilik düzeylerinin oldukça düşük bir etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Diğer bir ifadeyle öğrencilerin eğitimlerinden memnun olmalarında eğitim sürecine katkı verenlerin yüksek bir hevese ya da düşük bir hevese sahip olması öğrencilerin memnuniyetini kayda değer oranda etkilememektedir. Bu bulgu araştırmanın dikkat çekici bulgularından biri konumundadır. Normal koşullarda eğitimin bir etkileşim süreci olduğu, eğitimcilerin bu süreçteki heves, ilgi ve özverilerinin eğitimin niteliğine yüksek düzeyde katkıda bulunduğu varsayılabilir. Ancak bu araştırmanın sonuçlarında bu varsayımın gerçekleşmediği ortaya çıkmıştır. Aslında eğitim sürecinin en önemli faktörü sayılabilecek, eğitimcilerin heves düzeylerinin, bulgular itibarıyla öğrencilerin eğitim süreçlerinden memnuniyetlerine beklenenden çok daha düşük bir katkıda bulunduğu belirlenmiştir. İlgili analizin diğer boyutlarına bakıldığında eğitim memnuniyetini en çok fiziksel özelliklerin ( $r^2: .322$ ), güvenirliliğin ( $r^2: .313$ ) ve empati ( $r^2: .246$ ) boyutlarının etkilediği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, öğrencilerin aslında eğitim memnuniyet algılarında en önemli faktörlerin eğitim alanının fiziksel yapısı, eğitim sürecine dahil olanların güvenirliliği ve empati kabiliyeti olduğu ifade edilebilir.

Ancak genel olarak bakıldığında algılanan hizmet kalitesi ortaöğretim yiyecek ve içecek hizmetleri alanı öğrencilerinin memnuniyetlerinde etkili bir değişkendir. Okumuş ve Duygun (2008: 34-36) da eğitim sektöründe yaptıkları çalışmalarında algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyet düzeyi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Literatürde de hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında ilişki olduğunu gösteren çok sayıda çalışma (Cronin vd., 2000; Boshoff ve Gray 2004; Coulthard 2004) bulunmaktadır. Bu çalışmada da hizmet kalitesinin tüm boyutlarının memnuniyeti olumlu yönde etkilediği benzer şekilde tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalar neticesinde hizmet kalitesinin artmasının memnuniyeti arttıracığı ortaya çıkmıştır. Bu da sektöre veya eğitime devam etmeyi sağlayabilmek için memnuniyetin dolayısıyla hizmet kalitesini arttırmanın önemine işaret etmektedir.

Çalışmada hizmet kalitesinin tüm boyutlarının memnuniyet üzerinde olumlu etkisi olduğu, fiziksel kalitenin az bir farkla daha önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Okumuş ve Duygun'un (2008: 36) eğitim alanında yaptıkları çalışmada da öncelikli olarak fiziksel unsurlara yer verilmesinin önemi belirtilmektedir. Eğitim kurumlarında öğrencilerin fiziksel kalite algısına önem verdikleri düşünüldüğünde günün önemli bir bölümünü geçirdikleri eğitim ortamları ve fiziksel olanaklarının iyileştirilmesinin memnuniyeti ve devam etme niyetini arttıracığı açıktır.

Literatürde yer alan önceki çalışmalarda (Olçay ve Düzgün, 2015: 60; Üzümcü vd., 2015: 192-193; Saukkonen vd. 2013: 263; Choi ve Kim, 2013: 19; Erdinç, 2012: 1376; Çevik, 2012: 106) olduğu gibi bu çalışmada da memnuniyetin devam etme niyetine olumlu etki ettiği

görülmektedir. Ancak memnuniyetin devam etme niyetine etkisi olumlu yönde ama düşük bir düzeyde tespit edilmiştir. Bu durum devam etme niyetinde öğrencilerin aldıkları eğitimden duydukları memnuniyetten ziyade daha başka faktörlerin etkili olabileceğini işaret etmektedir. Bu faktörlerin en önemlilerinden biri de sektöre yönelik algıdır.

Sektör algısı da öğrencilerin kariyerlerini planlarken dikkate aldıkları önemli bir değişkendir. Öğrencilerin sektör ile ilgili algıları devam etme niyetleri üzerinde önemli bir etkidir. Literatürde de sektör algısının devam etme niyeti üzerinde etkileri yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Orhan, 2015: 64; Akkuş Aydemir, 2015: 65-66; Saukkonen vd., 2013: 263; Choi ve Kim, 2013: 19; Çatı ve Bilgin, 2013: 34; Aymankuy ve Aymankuy, 2013: 17; Tuncer ve Yeşiltaş, 2013: 73; Richardson ve Butler, 2012: 275; Jiang ve Tribe, 2009: 13). Araştırma sonucunda ise literatürdeki çalışmaları destekler nitelikte bulgulara ulaşılmış ve sektör algısının devam etme niyetine etkisinin yüksek düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu sonuç öğrencilerin eğitimden ve okuldan duydukları memnuniyetten çok turizm sektöründen edindiği izlenimlerin ve sektöre ilişkin algılarının önemli olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle öğrenciler, sektörde gördükleri gerçekliğe, sektöre devam etme niyetlerini şekillendirirken daha büyük bir önem vermektedir.

Yapısal eşitlik modeli ile değişkenler arasındaki ilişkilerin aracılık rolleri de tespit edilebilmektedir. Çin’de turizm alanında öğrenim gören mezunların deneyimsel öğrenme etkinliklerinin istihdamı kolaylaştıran becerileri ile öğrenme memnuniyetleri üzerine yapılan çalışmada yapısal eşitlik modeli kullanılarak bu iki değişken arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Bununla beraber istihdamı kolaylaştıran becerilerin deneyimsel öğrenme ile öğrenme memnuniyeti arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir (Yang, 2016: 85). Benzer şekilde bu çalışmada, memnuniyet ve sektör algısının devam etme niyeti üzerindeki etkileri incelendikten sonra memnuniyet ile devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolü de test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda memnuniyetin, devam etme niyetine olan etkisinde sektör algısı düzenleyici bir rol oynamıştır. Buna göre sektör algısının yüksek olduğu kişilerde memnuniyetin etkisi az iken sektör algısının düşük olduğu kişilerde memnuniyetin etkisi daha fazladır. Sektör algısının, algılanan hizmet kalitesinden doğan memnuniyetten daha fazla etkili olması ve memnuniyetle devam etme niyeti ilişkisinde düzenleyici rol oynaması, okul-sektör iş birliğinin önemini ortaya koymaktadır.

Cronin ve Taylor (1992: 55-68) SERVPERF ölçeğinin hizmet kalitesinin kavramsallaştırılmasında geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu savunmuşlardır. Çalışmamızdan çıkan sonuç da Cronin ve Taylor’ı destekler niteliktedir. Özellikle mesleki eğitimle veya öğrencilerle ilgili konularda öğrencilerin kolaylıkla cevap verebileceği bir ölçek



olması ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini, dolayısıyla bu alanda kullanılabilirliğini arttırmaktadır. Öte yandan ölçek ile ilgili güvenilirlik ve geçerlilik istatistikleri de bu durumu sayısal anlamda destekler niteliktedir. Çalışmamızda gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonrasında 4 boyuttan meydana gelen SERVPERF ölçeği benzer şekilde Yıldız ve Erdil'in (2013: 95) yaptıkları çalışmada kişisel faktör analizi sonucunda da 4 boyut olarak ortaya çıkmıştır. İki çalışmada da benzer şekilde fiziksel kalite, güvenilirlik ve empati boyutları bazı ifadelerde değişiklikler olsa da boyut olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Bilindiği gibi faktör analizi farklı sosyal gruplarda farklı tepkilerin bir sonucu olarak farklı boyutlandırmalar sunabilmektedir. Ancak boyutlandırmalardaki farklılığın düşük düzeyli olması ölçeğin geçerliği ve çalışılan sosyal grupların benzerliğini işaret eden önemli bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Araştırma sonucunda algılanan hizmet kalitesinin memnuniyet üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Ortaya çıkan bu memnuniyetin düşük de olsa devam etme niyetine etkisi görülmektedir. Bununla beraber sektör algısının devam etme niyetine etkisinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sektör algısı öğrencilerin devam etme niyetlerinde hem çok önemli bir ölçüt olmakta hem de memnuniyetle devam etme arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynamaktadır.

## SONUÇ

Gelişen teknoloji ile birlikte bilgiye ulaşma ve bilgiyi kullanma daha hızlı ve kolay bir hal almıştır. Bu hız, bilgiyi verimli ve etkili bir biçimde kullanma imkanı sağladığından kurumlar yeniliklere hızla adapte olmakta, kaliteyi yakalamakta; böylelikle rekabet de hızla artmaktadır. Kalite ve rekabetle ilgili bu gelişmelerle beraber, ülkelerin eğitim sistemleri, dünya ekonomisinde rekabet üstünlüğünü belirleyen en önemli kurumsal yapılardan biri olmuştur. Mesleki eğitimle ilgili zaman zaman olumsuz algılamalar var olsa da son yıllarda sanayi ve eğitim ile ilgili kamusal alandaki tüm paydaşlar mesleki eğitimin önemi üzerinde durmaktadır. AB, ILO, OECD gibi uluslararası kuruluşlar da üyelerini mesleki eğitim konusunda çalışmaya, bu alana öncelik vermeye yöneltmektedir (Orhan, 2018: 96).

Türkiye gibi turizm sektöründen ciddi gelir elde eden bir ülke için turizm eğitimi de son derece önemlidir. Turizm alanında eğitim gören öğrencilerin aldıkları eğitimin kalitesi, bu kaliteyi kendilerinin nasıl değerlendirdikleri, sektöre yönelik bakış açıları ve bu sektörde çalışıp çalışmayacakları sektör geleceği açısından önemli konulardandır. Öğrencilerin gerek okul gerekse sektörden kaynaklanan sorunlardan dolayı alandan uzaklaşmaları turizm sektörünün kalitesine ve karlılığına zarar verecektir. Bu konuda hem okullara hem de işletmelere önemli görevler düşmektedir.

Bu çalışmada yiyecek ve içecek hizmetleri alanı öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesinin memnuniyete etkileri, memnuniyetin ve sektör algısının devam etme niyetine etkileri ve memnuniyet ile devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla gerçekleştirilen çalışmada Ankara'daki yiyecek ve içecek alanında öğrenim gören öğrenciler araştırma kapsamına alınmıştır.

Hizmet kalitesi – memnuniyet ilişkisine dair bulgulara göre öğrencilerin fiziksel kalite algısı, onların memnuniyet düzeylerini olumlu bir şekilde etkilemiştir. Ortaya çıkan bu anlamlı etki yalın bir şekilde; öğrencilerin fiziksel kaliteyi olumlu algılamaları onlarda memnuniyet için belirleyicidir ifadesi ile açıklanabilir. Eğer, okul yöneticileri fiziksel çevre için gerekli ortamı sağlarsa bu durum tatmin için bir belirleyicilik arz edebilecektir. Aynı şekilde güvenilirlik algısı memnuniyet üzerinde etkili olmuştur. Bu husus, yöneticilerin ve öğretmenlerin öğrencilerde güveni sağlamasını gerekli kılmaktadır. Heveslilik memnuniyet üzerinde etkilidir fakat bu etki küçüktür. Her ne kadar gözlemlenen etki küçük olsa da yönetici ve öğretmenlerin, öğrenci memnuniyeti için heveslilik algısı açısından dikkatli olması gerekliliğine işaret etmektedir. Empati de memnuniyeti etkilemiştir. Öğrencilerin, kendileri ile empati kurabilecek eğitimcilere önem verdiği anlaşılmaktadır.

Mesleki ve teknik eğitimin amacı sektöre kalifiye eleman, daha sonraki yıllarda iyi yöneticiler yetiştirmektir. Bu bağlamda mezun olacak öğrencilerin sektöre devam edip etmeyeceği çok önemli bir konudur. Bu çalışmada sektöre devam etme niyetine ilişkin inceleme öncelikle memnuniyet daha sonra sektör algısıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara bakıldığında, memnuniyetin devam niyeti için etkili olduğu anlaşılmakla birlikte, bu etki küçük düzeylidir. Fakat sektör algısı, devam etme niyeti için oldukça önemli bir belirleyici olmuştur. Öğrencilerin sektörde kalmalarında eğitimlerinden duydukları memnuniyetten onların sektör algısının olumlu olmasının etkisi olabileceği anlaşılmaktadır.

Çalışmada ayrıca, sektör algısının memnuniyet ile devam etme arasındaki ilişkideki düzenleyici rolü incelenmiştir. Sektör algısı yüksek olanlar için memnuniyetin devam etme niyetine olan etkisi, sektör algısı düşük olanlara göre daha düşük düzeyde görülmüştür. Bu bulgu sektör algısının olumlu olduğu durumda memnuniyetin devam niyetine etkisinin azaldığını göstermektedir. Başka bir deyişle, eğitimde memnuniyet önemli olmakla birlikte, sektör algısı olumlu olduğu takdirde devam niyeti için memnuniyet daha az belirleyicidir.

## Öneriler

Araştırmanın sonuçları okullar, öğrenciler, sektör temsilcileri ve ileriki çalışmalara ışık tutması bakımından bazı önerileri beraberinde getirmiştir. Araştırma sonucunda oluşturulan öneriler aşağıda sıralanmıştır.

### Okullar İçin Öneriler

- Yiyecek içecek alanındaki öğrencilerin büyük bir çoğunluğu mutfak dalında öğrenim görmektedir. Ancak cinsiyet dağılımına bakıldığında kız öğrencilerin sayısı erkek öğrencilerin sayısından oldukça fazladır. Turizm sektöründe mutfak departmanlarında daha çok erkeklerin istihdam edildiği hatta kadınların otel mutfaklarını çok tercih etmediği düşünüldüğü zaman, bu orana müdahale edilmesi gerekmektedir. Bu konuda ailelerin bilinçlendirilmesi en etkili yol olmakla beraber okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin alan seçiminden önce öğrencilere bu konuda bilgilendirme yapması doğru tercihi destekleyecektir. Okullar bu konuda sektörün ihtiyaç duyacağı makul sayıda öğrenciyi alana yönlendirmelidirler. Diğer taraftan sektördeki işletmelerde özellikle mutfaklarda istihdam konusunda kadınlara erkeklerle eş fırsatlar sunması büyük bir önem arz etmektedir.
- Okulların stratejik planı yapılırken okul-sektör iş birliği, uygulamalı derslerin etkinliği gibi konularda kısa ve uzun vadeli hedefler belirlenmelidir.

- Okulların mesleki eğitim faaliyetlerini yürütürken çok az sürelerle de olsa öğrencilere, işletmelerde beceri eğitimleri yaptırması, öğrencilerin alanları ile ilgili konularda daha sağlıklı karar vermelerine olanak sağlayacaktır.
- Okullar öğrenci motivasyonu ve memnuniyeti için sosyal ve kültürel faaliyetlere önem vermelidirler.
- Öğrencilerin mesleğe devam niyetlerini arttırmak amacıyla sektörün avantajlarını, kariyer yollarını anlatacak ve mesleği sevdirecek seminer ve programlar düzenlenmelidir.
- Bulgulara göre okulların fiziki imkanlarının öğrenciler üzerinde ciddi etki bıraktığı görülmektedir. Bu durumda okulların fiziki imkanları ve donanımlarına müdahale yetkisi olan yöneticilerin bu beklentiyi karşılaması gerekmektedir.
- Güvenirlilik algısı da memnuniyeti etkileyen bir boyut olarak tespit edilmiştir. Okul yöneticileri, öğretmenler ve diğer çalışanların öğrencilerin bu algısını yüksek tutmak için onlarla sürekli olarak güven ortamı içerisinde hareket etmeleri gerekmektedir. Öğrenci okul ve eğitim ile ilgili her konuda okuldaki insanlara güvenebilmelidir. Bunu sağlamak da okulda çalışan herkesin sorumluluğundadır.
- Heveslilik algısı da küçük bir oranda olmasına rağmen, memnuniyeti etkileyen boyutlardan biridir. Öğrencilerin okullarına ve alanlarına karşı daha istekli olması, okulun ve eğitimin içeriğinin daha ilgi çekici hale getirilmesi gerektiği ile ilgilidir. Burada öğretmenin öğrencisi ile her konuda istekli bir şekilde ilgilenmesi, onun hevesli olduğunu gösterecektir. Bu da öğrencinin memnuniyetini arttıracaktır.
- Okullarının kendileri ile ilgilendiğini ve empati kurduğunu düşünen öğrenciler daha memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Öğretmenlerin öğrencileri ile bir şekilde ilgilenmesi, onun beklentilerine ve eğitim ihtiyaçlarına samimi bir cevap vermesi öğrenci memnuniyetini dolayısıyla eğitimin kalitesini arttıracaktır.
- Mesleki ve teknik eğitiminin amaçları doğrultusunda mezun olacak öğrencilerin bu alanlarda çalışmaları istenilen sonuçlardandır. Sektöre devam niyetleri sorulduğunda memnuniyet düşük bir oranla da çıksa etkilidir. Öğrencilerin sektöre devam etmeleri için memnuniyetlerinin yüksek seviyelerde tutulması gereklidir.
- Alan seçimi yapıp mesleğini seçecek öğrenciye mesleki yönlendirme yapılmalı, kariyer basamakları anlatılmalıdır.
- Okulun tüm çalışanları için hizmet içi eğitimlerin düzenli ve etkili olarak yapılması sağlanmalıdır.

## Sektör İçin Öneriler

- Yiyecek ve içecek hizmetleri alanı öğrencilerinin sektöre devam etme niyetlerinin sektör algısıyla yüksek oranda ilgili olması, bu alandaki sektör temsilcilerine çok önemli görevler düştüğünü göstermektedir. Sektör temsilcileri kendilerine bağlı bulunan iş yeri sahiplerine, müdürlerine, ustalarına ve diğer şeflere bu konunun önemini düzenlenecek eğitimlerle anlatmalıdır. İşletmelerde mesleki eğitime giden öğrencilerin sektörü doğru bir şekilde algılaması hem işletmeler hem de öğrenci açısından çok önemli bir konudur.
- Gerek Milli Eğitim Bakanlığı ile gerekse genel olarak okullar ile düzenli iş birliği sağlamalı, ihtiyacı olan çalışan profilini çok iyi tanımlamalıdır.
- Mesleki eğitimin daha nitelikli verilebilmesi için okullara gerekli desteğin verilmesi gerekmektedir.
- Turizm eğitimi almış yöneticilerin okullarda seminer verebilmesi için ortam yaratılması öğrencilerin vizyon geliştirmeleri için önemli bir etkinlik olacaktır.
- Staj yapan öğrencilerin ve çalışanların ücret, çalışma saatleri, sosyal haklar ve olanaklar konusunda memnuniyetinin sağlanması için gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir.

## Araştırmanın Kısıtları ve İleriki Çalışmalar İçin Öneriler

Bu araştırmanın sahip olduğu çeşitli kısıtlar da dikkate alınarak ileriki araştırmacılara yönelik olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin devam etme niyeti noktasında Ankara dışındaki illerdeki okullarda da araştırmalar yapılabilir. Böylelikle sonuçlar daha kolay genellenebilecektir.
- Mesleki turizm eğitiminin ortaöğretim aşamasında görülen bazı sorunların yükseköğretim düzeyinde de gözlenmesi mümkündür. Öğrenciler ortaöğretimden yükseköğretime devam etseler de bu durum son aşamada sektöre devam edecekleri anlamına gelmemektedir. Bu nedenle yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin de sektöre devam etme niyetleri incelenerek daha bütünsel bir literatür oluşturulabilir ve turizm eğitiminin tüm aşamalarında yaşanan sorunlar hakkında süreçlerin her birine ilişkin çalışmalar yapılabilir.
- Bu tarz çalışmalar yüksek lisans seviyesinde nitel olarak da yapılabilir.

- Tüm eğitim aşamalarındaki turizm öğrencilerinin sektöre devam etmelerinde etkili olan sosyo-demografik, kültürel ve psikolojik faktörler de incelenerek bu alandaki ölçüm ve araştırmaların etkinlikleri artırılabilir.
- Ölçeklerin ayrı ayrı Cronbah's Alpha değerleri oldukça yüksek çıkmıştır. Yapı güvenirliği ve açıklanan ortalama varyans değerleri gerekli eşikleri aşmıştır. Bunun yanı sıra, ayırt edici geçerlik de sağlanmıştır. Bu şartların sağlanması, ikinci aşama olarak yapısal modele geçilmesinin uygun olduğunu göstermiş ve ikinci aşamaya geçildikten sonra da modeli bir bütün olarak iyi uyum değerlerine sahip olduğu anlaşılmıştır. Tüm bu sonuçlar, yiyecek ve içecek hizmetleri alanında öğrenim gören turizm öğrencilerine uyarlanan ve uygulanan bu ölçeğin ve modelin özellikle tüm ortaöğretim alanlarına uygulanabileceğini göstermektedir.
- Turizm eğitimi alan öğrencilerin devam etme niyetlerini arttırmak için öğrenci memnuniyeti tek başına yeterli olmayıp; öğretmen, personel ve veli memnuniyeti de göz önünde bulundurulmalıdır. Memnuniyetin sağlanması konusunda memnuniyetle ilgili fiziksel faktörlerden duygusal faktörlere kadar detaylı bir tarama yapılmalıdır.

Mesleki ve teknik eğitimin gerek ülke gerekse dünya ekonomisi açısından önemi herkes tarafından bilinmektedir. Yapılan bu çalışma Ankara ilindeki yiyecek ve içecek hizmeti alanında öğrenim gören öğrenciler üzerinde uygulanmıştır. Mesleki ve teknik eğitim ile ilgili buna benzer çalışmaların mesleki ve teknik eğitimin diğer 52 alanına da yapılması gerekmektedir. Araştırmaların bölgeler özelinde hatta ülke genelinde de yapılması mesleki ve teknik eğitimin kalitesini arttırmaya büyük destek olacaktır. Bu konuda Milli Eğitim Bakanlığı sistemli bir ağ ile bu verileri toplayabilecektir. Ancak buradaki önemli nokta anketlerin doldurulması konusunda okul yöneticilerinin duyarlı olmalarının istenmesidir.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O. (2009). “Schen’in Kariyer Çapaları Perspektifinde Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencilerinin Kariyer Değerlerine İlişkin Bir Araştırma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2): 277-292.
- Adil, M., Ghaswyneh, O. F. M. A. ve Albkour, A.M. (2013). “SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research Global”. *Journal of Management and Business Research Marketing*, 13(6): 65-76.
- Airey, D., Tribe, J. ve Benckendorff, P. (2015). “The Managerial Gaze: The Long Tail of Tourism Education and Research”. *Journal of Travel Research*, 54(2), 139– 151.
- Akçıl Ok, M. ve Girgin, F. M. (2015). “Ankara’da İki Özel Yurt İşletmesinde SERVQUAL Yöntemi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(25): 295-323.
- Akdoğan, C. (2011). *Hizmet Pazarlamasında Kalite Anlayışı: Servqual ve Servperf Kalite Modellerinin Karşılaştırmasına Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Akıncı, Z. (2015). “Meslek Yüksekokullarında Verilen Turizm Eğitiminin Değerlendirilmesi: Bir Odak Grup Çalışması”. *Mediterranean Journal of Humanities*, (1): 43-59.
- Akkuş Aydemir, A. (2015). *Yükseköğretim Kurumlarındaki Eğitim Mutfaklarında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akoğlan Kozak, M. ve Aydın, B. (2018). “Grönroos Hizmet Kalitesi Modeli: Otelcilik Alanyazını Üzerinden Bir Değerlendirme”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2): 175 – 184.
- Akoğlu, A., Cansızoğlu, S., Orhan, N. ve Özdemir, Z. (2017). “Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik Bakış Açıkları”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 146-159.
- Aksoy, H. H. (2017). “Meslek Liseleri Öğrencilerinin İşletmelerde Beceri Eğitimi: Okul Destekli Çocuk İşçiliği”. *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, (62-63): 74-82.
- Aktaş, K. (2015). *Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Beceri Eğitimleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Aksu, A. A. ve Köksal, C. D. (2005). "Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey", *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 17(5): 436-447.
- Akyüz, Y. (2013). *Türk Eğitim Tarihi M.Ö. 1000 - M.S. 2013*. Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Al Şensoy, S. ve Sağsöz, A. (2015). "Öğrenci Başarısının Sınıfların Fiziksel Koşulları ile İlişkisi" *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(3): 87-104.
- Albayrak, B. (2018). *Hizmet Kalitesinin Servperf Metodu İle Ölçümü ve Sonuçların Doğrulayıcı Faktör Analizi İle Desteklenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale.
- Altaş, D. (2006). "Üniversite Öğrencilerinin Memnuniyet Araştırması". *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(1): 439-458.
- Anderson, J. C. ve Gerbing, D. W. (1988). "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach". *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
- Annamdevula, S. ve Bellamkonda, R. S. (2016). "Effect of Student Perceived Service Quality On Student Satisfaction, Loyalty And Motivation in Indian Universities: Development of HiEduQual". *Journal of Modelling in Management*, 11(2): 488-517.
- Appleton-Knapp, S. L. ve Krentler K. A. (2006). "Measuring student expectations and their effects on satisfaction: The importance of managing student expectations". *Journal of Marketing Education*, (28): 254-264.
- Arambewela, R. ve Hall, J. (2006). A Comparative Analysis of International Education Satisfaction Using Servqual. *Journal of Services Research*, 6(Özel Sayı): 141-163.
- Arıkan, E., Altunöz Sürücü, Ö. ve Arman, A. (2018). "Yükseköğretim Kurumlarındaki Eğitim Mutfaklarında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(2): 592-601.
- Arman, A. ve Şahin, T. (2013). "Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Stajlarında İşletmelerden Beklentileri: Mengen Aşçıları Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Örneği". *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2): 13-24.
- Artuğer, S. ve Çetinsöz, B.C. (2014). "Destinasyon İmajı ile Destinasyon Kişiliği Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 6(1): 366-384.



- Aslan, H. (2010). *Gastronomi Turizminin Turizm Eğitim Programlarındaki Yeri ve Önemi-Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Atay, L. ve Yıldırım, H.M. (2008). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Memnuniyetlerine Yönelik Bir Araştırma”. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3): 6-14.
- Atik, İ. (2017). “Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı-2015 Sonuçlarına Göre Türkiye’de Mesleki Eğitim”. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi* 7(3): 484-493.
- Avcıkurt, C., Bozkurt, K. A. ve Yalçın Kayıkçı M. (2018). “Y Kuşağının Turizm Sektöründe Alaylı ve Okullu Çalışan Algısı: Kırklareli Üniversitesi Turizm Öğrencileri Örneği”. *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu “Turizmde Teknoloji ve İnovasyon” Bildiriler Kitabı*, 20-21Nisan, Hatay, 1645-1654.
- Avcıkurt, C. ve Yıldırım, C. (2016). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Okulların Mezun Derneklerinin Web Sitelerinin İncelenmesi”. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute* 19(35): 155-168.
- Ay, F. (2015). *Aile Eğitimi Kurslarının Yetişkin Eğitimi Bağlamında Etkliliğinin Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bartın.
- Aydın, H. (2010). *Eğitimde Stratejik Planlama Meslek Lisesi ve Genel Lise Uygulamaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Aydoğan, İ. (2012). “Okul Binalarının Özellikleri ve Öğrenciler Üzerine Etkileri”. *Milli Eğitim Dergisi*, (193): 29-43.
- Aydoğdu, A., Koç, Y.Z. ve Koç, D. E. (2018). “Yerli Ziyaretçilerin Ilgaz Dağı Destinasyonunu Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri Üzerine Bir Araştırma”. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (1): 207-226.
- Ayikoru, M., Tribe, J. ve Airey, D. (2009). “Reading Tourism Education Neoliberalism Unveiled” *Annals of Tourism Research*. 36(2): 191–221.
- Aymankuy, Y., Nuray, T., Girgin, G.K., ve Aymankuy, Ş. (2013). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Staj Uygulamasına Öğrenci ve Akademisyenlerin Bakışları (BTİOYO’da Bir Uygulama)”. *International Journal of Human Sciences*, 10(1): 101-128.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). “Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektöründeki İstihdamla İlgili Görüşleri ve Sektördeki Kariyer Beklentileri:

- Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği”. *Akademik Bakış Dergisi*, (35): 1-21.
- Aytan, N. (2016). “Türkçe Dersi Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması”. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(2): 535-546.
- Babakus, E. ve Boller, G. W. (1992), “An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale”, *Journal of Business Research*, 24(2): 253-268.
- Badri, M., Abdulla M. ve Al-Madani, A. (2005). “Information Technology Center Service Quality: Assessment and Application of SERVQUAL”. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(8): 819-848.
- Baggs, S. C. ve Kleiner, B. H. (1996). “How to Measure Customer Service Effectively”. *Managing Service Quality*, 6(1): 36-39.
- Bagozzi, R.P. ve Yi, Y. (1988). “On the Evaluation of Structural Equation Models” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1): 74-94.
- Balcı, A. (2013). *Etkili Okul ve Okul Geliştirme*. Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Balcı, A., Öztürk, İ., Polatcan, M., Saylık, A. ve Bil, E. (2016), “Organizational Socialization and Its Relation with Organizational Performance in High Schools”. *Journal of Education and Training Studies*, 4(9): 71-81.
- Başol, O., Bilge E. ve Kuzgun, Ş. (2012). “Öğrencilerin Kariyer Değerlerini Etkileyen Unsurların Tespitine Yönelik Bir Araştırma: Bireysel Değerler”. *Electronic Journal of Vocational Colleges*. Aralık, 57-68.
- Baum, T. (2015). “Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change? A 2015 Reprise”. *Tourism Management*, (50): 204-212.
- Bayram, A. T. ve Şahbaz, R. P. (2017). “E-Hizmet Uygulamalarında Kalite Algısı, Memnuniyet ve Sadakat Tutumlarının Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi: Seyahat Acentaları Müşterileri Örneği”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1): 60-75.
- Bekar, A. ve Belpınar, A. (2015). “Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi”. *Journal of Yasar University*, 10(38): 6591-6530.
- Bilici, H. (2015) *Turizm Eğitimi Almış Sektör Çalışanlarının Kariyer Beklentileri (Fethiye Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Birdir, K., ve Kılıçhan, R. (2013). “Mutfak Şeflerinin Mesleki Eğitim Düzeyleri ve Yaşadıkları Eğitim Problemlerinin Tespitine Yönelik Bir Çalışma”. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri 1*: 615-635.

- Birdir, K., Derinalp, S. ve Çanakçı, T. (2013). “Otel Mutfaklarında Çalışan İş Görenlerin Sorunları”. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri 1*: 980-997.
- Birdir, K. (2002). “Turizm ve Otel işletmeciliği Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması”. *Turizm Eğitimi Konferans – Workshop*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 495-504.
- Bolat, Y. (2016). *Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitimin Mevcut Durumu ve Farklı Ülkelerle Karşılaştırılması*. Pegem Yayınevi, Ankara.
- Boshoff, C. ve Gray, B. (2004). “The Relationships Between Service Quality, Customer satisfaction and Buying Intentions in the Private Hospital Industry” *S.Afr. Journal of Business Management*, 35 (4): 27-37.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. ve Zeithaml, V.A. (1993). “A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions”. *Journal of Marketing*. 30(1): 7-27.
- Boylu, Y. (2009). “Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Öğrenim Gördükleri Okullara İlişkin Beklenti ve Değerlendirmeleri”. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(4): 933-954.
- Boylu, Y. (2004). *Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Okul Amacına Yönelik Beklentilerinin Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bölükbaş, R. ve Boylu, Y. (2018). “Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Yiyecek-İçecek Hizmetleri Alanında Öğrenim Gören Öğrencilerin ‘Mutfak Uygulamaları’ Dersine Yönelik Tutumları”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4): 1062-1075.
- Brady, Michael K., Cronin, J. Jr. ve Brand, Richard R. (2002). “Performance Only Measurement of Service Quality: A Replication and Extension”. *Journal of Business Research*, 55(1): 17-31.
- Byrne, B. M. (2010). “Structural Equation Modeling With Amos: Basic Concepts, Applications, and Programming (2nd ed.)”. Taylor and Francis Group. New York.
- Cankül, D. (2016). *Turizm Diplomalı Nitelikli Personelin Sektöre Kazandırılmasında Ortak Akıl*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Carman, M. J. (1990). “Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions”. *Journal of Retailing*, 66(1): 33-55.

- Casanova, M.P., Santos, C. ve Silva, M.A. (2014). The Need of Continuous Teachers Training in the Coaching of Vocational Education. In ECER 2014. *The Past, Present and Future of Educational Research in Europe*. 1-5.
- Cevher, E. (2015). “Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi ve Kalite Algısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *Journal of International Social Research*, 8(39): 804-814.
- Chapman, J., R. ve Brown, B. L. (2014). “An Empirical Study of the Career Anchors That Govern Career Decisions”. *Personnel Review*, 43 (5): 717 – 740.
- Chen, J. S., Chu, K. H. ve Wu, W.C. (2000). “Tourism Students’ Perceptions of Work Values: A Case of Taiwanese Universities”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6): 360-365.
- Chin, Y. C. (2016). “Consumer Acceptance of Online Complaint Forms: An Integration of TPB, TAM and Values Perspective”. Business and Economic Research Macrothink Institute, 6(2): 265-279.
- Choi, K. ve Kim, D. Y. (2013). “A Cross Cultural Study of Antecedents on Career Preparation Behavior: Learning Motivation, Academic Achievement, and Career Decision Self-efficac” *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (13): 19–32.
- Chowdhury, A. H., Iqbal T. ve Miah K. (2010). “A Study of Service Quality Determinants of Private Universities in Bangladesh Using Servqual”. *Journal of Knowledge Globalization*, 3(1): 49-74.
- Chui, T. B., Ahmad, M. S., Bassim, F. A. ve Zaimi, N. A. (2016). “Evaluation of Service Quality of Private Higher Education Using Service Improvement Matrix”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (224): 132-140.
- Cingöz, M. (2009). *Eğitimde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Civelek, H. (2014). *Ortaöğretim Düzeyindeki Turizm Öğrencilerinin, Turizm Sektörüne İlişkin Görüşleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Conradie, R. (2012). *Student Evaluation of Career Readiness Completing The Hospitality Management Curriculum at The International Hotel School*. Master Dissertation. University Of South Africa.
- Coulthard, L. J.M. (2004). “Measuring Service Quality A Review and Critique of Research Using”. *International Journal of Market Research*, 46 (4): 479-497.

- Cömert, M. (2014). “Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1): 64-70.
- Cronin, Joseph J., Brady, Michael K. ve Hult, Tomas M. (2000). “Assessing The Effects Of Quality, Value, Customer Satisfaction On Consumer Behavioral Intentions in Service”. *Journal of Marketing*, 59(1): 78-94.
- Cronin, J.J. ve Taylor, S.A. (1992). “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”. *Journal of Marketing*. (6): 55-68.
- Çakır, M. (2010). *Otel İşletmelerinin Mutfak Bölümünde İstihdam Edilen Personelin Eğitim Sürecinin Değerlendirilmesi: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Zincir Otellere Yönelik Bir Alan Çalışması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çarbuğa, Ü., Aydın, M., Sormaz, Ü. ve Yılmaz, M. (2018). “Gastronomi Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Uygulamalı Meslek Derslerinin Değerlendirilmesi”. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (3): 14-23.
- Çatı, K. ve Baydaş, A. (ed). (2008). *Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi*. Asil Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Çatı, K. ve Bilgin, Y. (2013). “Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri”. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (14): 23-45.
- Çeçe, T. (2018). *Turizm Eğitimi Almakta Olan Lisans Öğrencilerinin Sektörel Algı ve Tutumları ile Kariyer Planları Arasındaki İlişki: Kastamonu Üniversitesi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Çevik, Samet. (2018). “Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü Ön lisans Öğrencilerinin Turizm Eğitiminden Beklentileri”. *Social Sciences Studies Journal*. (4): 5731-5744.
- Çevik, R. (2012). *Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Beceri Eğitimine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik*. Pegem Akademi, Ankara.
- Çuhadar, M. ve Çetintürk, İ. (2016). “Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyere Yönelik Algıları: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (8): 51-69.
- Dawson, M., Abbott, J. ve Shoemaker, S. (2011). “The Hospitality Culture Scale: A Measure Organizational Culture and Personal Attributes” *International Journal of Hospitality Management*, (30): 290–300.

- Dayıoğlu, M. (2010). *Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Stajyer Öğrencilerinin Yeterliliği Konusunda İşveren Görüşleri (Edremit Körfezi Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Daylar, Ş. (2015). *Otel Mutfak Yöneticilerinin İşgörenlerin Yeterlilik Düzeyi Hakkındaki Algıları: Karşılaştırılmalı Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Deale, C. S., Lee, S. H. J. ve Bae, J. I. S. (2019). "Making Mentoring Meaningful: Hospitality and Tourism Students' Perceptions of Mentoring". *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 19(2): 1-22.
- Değermen, H. A. (2006) *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Demir, E. ve Şen, H. Ş. (2009). "Cumhuriyet Dönemi Mesleki ve Teknik Eğitim Reformları". *Ege Eğitim Dergisi*, 10(2): 39-59.
- Denk, E. ve Koşan, A. (2017). "Otel Mutfak Çalışanları Mesleki Eğitim Seviyeleri Ve Kariyer Hedeflerinin Ölçülmesi: Kış Koridoru Analizi". *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5 (1), 55-83.
- Derinalp, S. (2012). *Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Mutfak Şeflerinin Karşılaştıkları Yönelimsel Sorunların Tespiti ve Çözüm Önerileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Devebakan, N. (2006). "Sağlık İşletmelerinde Teknik ve Algılanan Kalite". *Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi*, 8(1): 120-149.
- Diñer, İ. F., Akova, O. ve Kaya F. (2013). "Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği". *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 1(2): 42-56.
- Dobni, D. ve Zinkhan, G. M. (1990). "In Search of Brand Image: a Foundation Analysis". in NA - Advances in Consumer Research, 17: 110-119.
- Doğan, N. (2017). *Turizm Eğitimi Alan Orta Öğretim Öğrencilerinin Turizm Sektöründeki İstihdamının Değerlendirilmesi: Erzurum Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Doğan, R. Ş. ve Yılmaz, V. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerinin Betimlenmesine Yönelik Bir Yapısal Eşitlik Modeli Önerisi". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2): 655-675.

- Duman, T., Tepeci, M., ve Unur, K. (2006). "Mersin'de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi". *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1): 51-69.
- Dursun, T., Oskaybaş, K. ve Gökmen, C. (2014). "Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetinin Şubeİnternet Bankacılığında Karşılaştırılması". *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(41): 95-114.
- Edwards, N. C. (2006). *School Facilities and Student Achievement: Student Perspectives on the Connection Between The Urban Learning Environment and Student Motivation and Performance*. Doctorate Thesis, Philosophy Department of the Ohio State University, Ohio, America.
- Ehtiyar, R. ve Üngüren, E. (2008). "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Umutsuzluk ve Kaygı Seviyeleri ile Eğitime Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4): 159-181.
- Eivazi Gharamelaki, R. M. (2011). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Eğitimi Veren Kurumları Değerlendirmeleri İran-Türkiye Karşılaştırması*. Yayımlanmış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Elliott, K. M. ve Healy, M. A. (2001). "Key Factors Influencing Student Satisfaction Related to Recruitment and Retention". *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(4): 1-11.
- Erbaş, A., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2013). "Turizm Personeli Meslek Yasası Girişimi: Tiyader Örneği". *14. Ulusal Turizm Kongresi*. 05-08 Aralık, Bildiri Kitabı İçinde (1150-1162). Kayseri.
- Erdem, B., ve Kayran, M.F. (2013). "Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma". *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1): 81-106.
- Erden Özsoy, C. (2015). "Mesleki Eğitim-İstihdam İlişkisi: Türkiye'de Mesleki Eğitimin Kalite ve Kantitesi Üzerine Düşünceler". *Electronic Journal of Vocational Colleges- 4. UMYOS Özel Sayısı*, 173-181.
- Erdinç, S. B. ve Yılmaz, G. (2012). "Günümüzde Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçerisindeki Yeri". *Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 17-19 Ekim*, Ankara, 17-31.
- Erdinç, S. B. (2012). "Determining of College Students' Trends about Tourism Sector: A Case Study at Akdeniz Universty". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 1573-1577.

- Erdoğan, E.ve Bulut, E. (2015). İşletme Bölümü Öğrencilerinin Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(26): 151-170.
- Eren, D., Özgül, E., ve Kaygısız, Ç. (2013). “Lisans düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Nevşehir Üniversitesi Örneği”. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35): 15-27.
- Eren, R. ve Şener, B. (2017). “HACCP Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Uygulanmasının Önündeki Engeller: Alanya Bölgesi Örneği”. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi* 1(2): 99 – 124.
- Eskiler, E. ve Altunışık, R. (2015). “Algılanan Değer ve Müşteri Memnuniyetinin Satın Alma Eğilimleri Üzerine Etkisi”. III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, 483-493.
- Eurico, S. T., Silvia, J. A. M. ve Valle, P. O. (2015). “A model of Graduates' Satisfaction and Loyalty in Tourism Higher Education: The Role of Employability”. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education* (16): 30-42.
- Fornell, C. ve Larcker, D.F. (1981) “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error” *Journal of Marketing*, 18(1): 39-50.
- Freyer, W., Hammer, M. ve Piermeier, A. (2011). “Germany”, *An International Handbook of Tourism Education* (Ed. Airey, D. ve Tribe, J.). Routledge, London and New York.
- Gerşil, M. ve Güven, H. (2018). “Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Servqual analizi İle Ölçülmesi: Celal Bayar Üniversitesi’nde Bir Uygulama. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1: 111-125.
- Gezen, T. ve Köroğlu, Ö. (2014). “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Seçimine Etki Eden Kariyer Çapalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2): 213-234.
- Giritlioğlu, İ. ve Olcay, A. (2014). “Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Otel Yiyecek İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(31): 95-119.
- Gotlieb, J. B. Grewal, D. ve Brown, S. W. (1994). “Consumer Satisfaction And Perceived Quality: Complementary Or Divergent Constructs?”, *Journal of Applied Psychology*, 79(6): 875-885.
- Görkem, O. ve Öztürk, Y. (2011). “Otel Mutfaklarında Stajyer İstihdamı ve Beceri Eğitimi Yeterliğine Yönelik Bir Uygulama”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 18-33.
- Grönroos, C. (1984). “A Service Quality Model and Its Marketing Implications”. *European Journal of Marketing*. 18(4): 36-44.



- Gülhan, A. (2017). *Meslek Liseleri Yöneticileri Gözüyle Meslek Liselerinin Önemi, Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Yayınlanmamış Tezsiz Yüksek Lisans Projesi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Günay, Ö. (2014). *Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Uygulanan Beceri Eğitimi Üzerine Bir Araştırma: Antalya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gürbüz, E. ve Ergülen A. (2006) “Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönross Modeli Üzerine Bir Araştırma”. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (35): 173-190.
- Gürkan, A. S. (2017). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Tercih Etmelerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Güzel, T., Akdağ, G., Güler, O. ve Şener, S. (18 Nisan 2014). “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizmde Kariyer Algılamaları: Çanakkale, Mersin ve Kıbrıs’ta Bir Araştırma”. *3.Doğu Akdeniz Sempozyumu*, Mersin, 176-187.
- Güzel, N. G. (2006). *Yüksek Öğretimde Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall, New York.
- Halıcı, A. ve Delil Y. (2003). Büro Yönetimi Öğrencilerinin Mesleki Algılamalarına Yönelik Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 22-37.
- Headley, D. E. Ve Miller, S. J. (1993). “Measuring Service Quality and Its Relationship to Future Consumer Behavior,” *Marketing Health Services*, 13(4): 32-42.
- Hertzman, J. ve Ackerman, R. (2010). “Evaluating Quality in Associate Degree Culinary Arts Programs”. *Journal of Quality Assurance in Hospitality&Tourism*, 18(3): 209-226.
- Hezer, İ. (2008). *Endüstri Meslek Lisesi Mezunlarının İstihdamında İşletmecilerin ve Öğrencilerin Beklentileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hsu, M. (2012). “A Study of Internship Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, and Career Planning of Hospitality Vocational College Students”. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11(1): 5-11.
- Hunter, M. A. (2006). *Public School Facilities: Providing Environments That Sustain Learning*. New York, NY: Teachers College Columbia University, National Access Network.

- İlban, M. O., Bezirgan, M. ve Çolakoğlu, M. (2016). “Otellerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Edremit Örneği “. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2): 181 – 194.
- ILO. (2016). *Sectoral Policies Department Highlights 2014- 15*. Geneva.
- ILO. (2012). *Employment in Tourism Sector*. International Labour Organization.
- İrik, Ö. (2005). *Hizmet Kalitesinin Müşteri Bağlılığı Üzerine Etkileri ve Tansaş Süpermarket İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Jafari, J. ve Xiao, H. (2016). *Encyclopedia of Tourism*. Switzerland: Springer International Publishing, Switzerland.
- Javadi, M. H. M., Samangoe, B. ve Tanhaei, M. H. (2011). “Quality assessment for academic services in University of Isfahan According to the Students Opinions Using SERVQUAL Model”. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(4): 299-305.
- Jiang, B. ve Tribe, J. (2009). ‘Tourism Jobs – Short Lived Professions’: Student Attitudes Towards Tourism Careers in China”. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 8 (1): 4-19.
- Kağıtçıbaşı Ç. ve Cemalcılar Z. (2016) *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar-Sosyal Psikolojiye Giriş*, Evrim Yayınevi, İstanbul.
- Karagül, T. N. (2018). *Turizm Eğitimi Alan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Öğrencilerinin İşletme Beceri Eğitimine Yönelik Algıları: Muğla Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kassim N. ve Zain, M. (2010). “Service Quality: Gaps in the College of Business”. *Services Marketing Quarterly*, 31(2): 235-252.
- Kaya, L. (2018). *Sivil Havacılık Sektöründe Müşteri Eğilimlerini Etkileyebilecek Faktörler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaya, İ. (2012). “Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Temel Özelliklerinin ve Sorunlarının Ücretli Çalışanlar Açısından Coğrafi Bölgelere Göre Analizi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(28): 241-257.
- Kelly, S. ve Price, H. (2009). “Vocational education: A clean slate for disengaged students?”. *Social Science Research*, 38(4): 810–825.
- Kırmızı, A. (2017). *Turizm Eğitimi Alan Lisans ve Ön Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisine Yönelik Görüşlerinin Karşılaştırılması: Sakarya Üniversitesi Örneği*.

- Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.
- Kıyıcı, M. (2003). *İnternet Destekli Öğretimde Öğrenci Memnuniyeti*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3th Ed). The Guilford Press, New York.
- Koç, E., Yumuşak, S., Uluköy, M., Kılıç, R. ve Toptaş, A. (2014). “Are Internship Programs Encouraging Or Discouraging? A Viewpoint Of Tourism And Hospitality Students In Turkey” *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (15): 135-142.
- Koç, E. (2015). *Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kontic, L. (2014). “Measuring Service Quality in Higher Education: The Case of Serbia. In Human Capital Without Borders: Knowledge and Learning for Quality of Life; Proceedings of the Management”. *Knowledge and Learning International Conference*, ToKnowPress, 645-654.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall, International Edition, 14th Edition, New Jersey.
- Kotler, P. Haider, D. H. ve Irving, R. (1995). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*. The Free Press, New York.
- Kristensen, K. ve Eskildsen, J. (2012). “The Relationship Between SERVQUAL, National Customer Satisfaction Indices, and Consumer Sentiment”. *Quality Management Journal*, 19(2): 47-61.
- KTB. (2018a). Sınır-giriş çıkış istatistikleri-1980, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Veri Tabanı.
- KTB. (2018b). Sınır-giriş çıkış istatistikleri-2017, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Veri Tabanı.
- KTB. (2018c). Sınır-giriş çıkış istatistikleri-2018, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Veri Tabanı.
- KTB. (2018d). Tesis istatistikleri-2018, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Veri Tabanı.
- Kurnaz, A., Babür T. E. ve Akyurt-Kurnaz, H. (2018). “Gastronomi Eğitiminde Bir Sosyal Sorumluluk Projesi Örneği: Mengen Ulusal Aşçılık Kampı”. *OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(Gençlik Araştırmaları Özel Sayısı): 504-520.
- Lackney, J. A. (1999). “Why Optimal Learning Environment Matter. Mississippi State University, Mississippi State Educational Design Institute.

- Lapierre, J. (1996), "Service Quality: The Construct, Its Dimensionality and Its Measurement". *Advances in Services Marketing and Man.*, 5:45-70.
- Lee, Y., De Young, R., Marans, R.W. (1995). "Factors Influencing Individual Recycling Behavior in Office Settings: A Study of Office Workers in Taiwan". *Environment and Behavior*, 27(3): 380-403.
- Lehtinen, U. ve Lehtinen, J.R. (1983). *Service Quality: A Study of Quality Dimensions*. Unpublished Working Paper. Service Management Institute. Helsinki.
- Lu, T. Y. ve Adler, H. (2009) "Career Goals and Expectations of Hospitality and Tourism Students in China" *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(1-2): 63-80.
- Lyons, J. B. (2001). Do School Facilities Really Impact A Child's Education? Council of Educational Facility Planners, 1-7.
- Lytle, R. S. ve Mokwa, M. P. (1992). "Evaluating Health Care Quality: The Moderating Role of Outcomes". *Journal of Health Care Marketing*, 12(1): 4-14.
- Marsh, H. W. ve Hocevar, D. (1985). "Application of Confirmatory Factor Analysis to the Study of Self-Concept: First- and Higher-Order Factor Models and Their Invariance Across Groups". *Psychological Bulletin*, 97(3): 562-582.
- Marul, O. (2014). *Okullardaki Öğretim Ortamının Liselerdeki Öğrenci Memnuniyetine Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Mayoka, M. ve Akama, J. S. (2007). "Systems Approach to Tourism Training and Education: The Kenyan Case Study" *Tourism Management*, (28): 298-306.
- Mbise, E. ve Tuninga, R.S. (2013). "The Application of SERVQUAL to Business Schools in an Emerging Market: The Case of Tanzania". *Journal of Transnational Management*, 18(2): 101-124.
- McAlexander, J. H., Kaldenberg, D. O. ve Koenig, H. F. (1994). "Service Quality Measurement". *Journal of Health Care Marketing*, 14(3): 34-40.
- McGregor, J. (2004). *Space, Power and the Classroom*. Forum, 46(1): 13-18.
- Mei, A.W.O., Dean, A.M. ve White, C.J. (1999). "Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry". *Managing Service Quality* (9): 136-143.
- Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü (2017a). "*Alan ve Dallarda Öğrenim Gören Öğrenci Sayıları*". T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Mısırlıoğlu, H. C. (2014). *Yükseköğretim Yurtlarında Barınan Öğrencilerin Yurt Olanakları Memnuniyetine İlişkin Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Mihalic, T. (2011). *Slovenia*. An International Handbook of Tourism Education (Ed. Airey, D. ve Tribe, J.), Routledge, London and New York.
- Milan, A. ve Esteban, A. (2004). "Development of a Multiple-Item Scale for Measuring Customer Satisfaction in Travel Agencies Services". *Tourism Management*, 25: 533-546.
- Min, S., Khoon, C. C. ve Tan, B. L. (2012). "Motives, expectations, perceptions and satisfaction of international students pursuing private higher education in Singapore". *International Journal of Marketing Studies*, 4(6): 122-138.
- Morkoç, D. K. ve Erdönmez, C. (2018). "Ön Lisans Eğitimi Yeterliliğinin, Ön Lisans Mezunları Tarafından Değerlendirilmesi". *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3(2): 39-60.
- Morrison, G. R., Ross, S. M., ve Kemp, J. E. (2012). *Etkili Öğretim Tasarımı* (Çev. İ. Şahin), Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Naik, K. ve Srinivasan, S. R. (2015). "An Assessment of Departmental Store Service Effectiveness Using a Modified SERVQUAL Approach". *Journal of Business & Retail Management Research*, 9(2): 27-43.
- Nikandrou, I., Brinia, V. ve Bereri, E. (2009). "Trainee Perceptions of Training Transfer: An Empirical Analysis". *Journal of European Industrial Training*, 33(3): 255-270.
- Okumuş, A. ve Duygun, A. (2008). "Eğitim Hizmetlerinin Pazarlamasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 8(2): 17-38.
- Okumuş, A. ve Yaşın, B. (2007). "Yapı Market Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Değerlendirmelerine Göre Pazar Bölümlerinin İncelenmesi". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28: 87-106.
- Okumuş, F. ve Yağcı, Ö., (2005). "Tourism Higher Education in Turkey". *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, (5): 1-27.
- Olçay, A. ve Ay, E. (2017). "Turizm ve otelcilik meslek yüksekokullarında eğitim gören öğrencilerin eğitim- öğretim hizmet kalitesine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi (Türkiye Örneği)". *1. Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongre Bildiri Kitapçığı*, 67-87.
- Olçay, A. ve Düzgün, M. (2016). "Turizm Eğitimi Gören Öğrencilerin Meslek Seçimlerinin Kariyer Çapaları İle Uygunluğunun Değerlendirilmesi". *Kastamonu Education Journal*, 24(3): 1127-1148. May 2016 Vol:24 No: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.

- Oliver, R. L. (1999), “Whence Consumer Loyalty”. *Journal Of Marketing*, (6): 33–44.
- Organ, A. ve Soydaş, M. E. (2012). “Yerli Turistlerin Hizmet Kalitesi ve Tekrar Ziyaret Niyetlerine Yönelik Tutumları: Karahayıt’ta Bir Uygulama”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12): 63-72.
- Orhan, K. (2018). Bir Cadı Masalı: Mesleki Eğitim Algısı. *Başkent University Journal of Education, Special Issue* (1): 83-97.
- Orhan, A. (2015). *Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü İle İlgili Algılarının Çalışma Niyetleri Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Öney, H. (2016). “Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 193-203.
- Özdemir, B., Aktaş, A. ve Altıntaş, V. (2005). “Turizm ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları”. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1): 46-58.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Özkalp, E. ve Kırel, Ç. (2013). *Örgütsel Davranış*. Ekin Yayınevi, Bursa.
- Özsoy, E. A. (2013). *Hizmet Sektöründe Kalitenin Önemi*. Editörler: Taşçı, D. ve Çabuk, S. N. Kalite Yönetim Sistemleri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları No: 1768.
- Öztürk, Y. ve Şahbaz, R. P. (2017). “Algılanan Destinasyon İmajının Tekrar Ziyaret Niyeti ve Tavsiye Davranışı Üzerine Etkisi: Ilgaz Dağı Milli Parkı’nda Bir Araştırma”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(2): 3-18.
- Öztürk, H. ve Tataroğlu, M. (2017). “Meslek Yüksekokullarında Hizmet Kalitesi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği”. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 19(40): 162-179.
- Öztürk, Y. ve Pelit, E. (2008). “Turizm Alanında İşletmecilik ve Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Tercihleri Üzerine Bir Araştırma”. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir, 353-360.
- Pang, L. W. L., Wong, S. C. K., ve Wong, N. C. M. (2013). “School And Hotel Integration: Practices And Experiences From Stakeholders”. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (13): 5-18.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., ve Berry, L.L. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. *Journal of Marketing*, 49 (4): 41–50.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988). "SERVQUAL: "A Multiple Item Sacale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1994). "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, January, 111-124.
- Pelit, E. ve Güçer E. (2006). "Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma". *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*. 1: 139-164.
- Pena, M. M., Santos Da Silva, E.M., Tronchin, D. M. R. ve Melleiro, M. M. (2013). "The Use of The Quality Model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in Health Services ", *Rev Esc Enferm USP*, 47(5): 1227-1232.
- Pizam, A. ve Shani, A. (2011). "The Nature of the Hospitality Industry: Present and Future Managers' Perspective". (Çeviren: Türksöy, A.). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1): 76-86.
- Poobalan, M. A ve Masilamani, L. M. (2005). "Web-Based Assessment Of Information Systems Services Quality In Malaysian Government Agencies". Unprinted Master's Thesis, Universiti Teknologi Malaysia, Faculty of Computer Science and Information System Retail Settings. *Journal of Retailing*, 57(3): 25-48.
- Pratten, J. D. (2003). "The Training and Retention of Chef". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15: 237-242.
- Raubenheimer, J. (2004). "An Item Selection Procedure To Maximise Scale Reliability and Validit". *SA Journal of Industrial Psychology*, 30(4): 59-64.
- Richard, M., Woodhouse, A., Heptinstall, T., Camp, J. (2013). "Why Use Design Methodology in Culinary Arts Education?". *Hospitality & Society*, 3 (3): 239-260.
- Richardson, S., ve Butler, G. (2012). "Attitudes of Malaysian Tourism and Hospitality Students' Towards A Career in the Industry". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3): 262-276.
- Richardson, S. (2009). "Undergraduates' Perceptions of Tourism and Hospitality as a Career Choice". *International Journal of Hospitality Management*, 382-388.
- Richardson, S. (2008). "Undergraduate Tourism And Hospitality Students Attitudes Toward A Career In The Inndustry: A Prelimi Nary Investigation". *Journal of Teaching in Travel, Tourism, Australia*. 8: 23-46.

- Roney, S. A., ve Öztin, P. (2007). "Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey". *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6(1): 4-17.
- Ulus, L., Tuncer, N. ve Sözen, Ş. (2015). "Mesleki Eğitim, Gelişim ve Yeterlilik Açısından Meslek Yüksekokullarının Önemi". *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Ekim, 168-185.
- UNWTO. (2017). *Tourism Highlights*, United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2018). *Tourism Highlights*, United Nations World Tourism Organization.
- Untaru, E.N., Ispas, A. ve Dan, I. (2015). "Assessing the Quality of Banking Services Using the SERVQUAL Model", *Romanian Journal of Marketing*, (2): 84-92.
- Ünal, İ. ve Bayram, A. T. (2015). "Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Memnuniyet Düzeyine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma". *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 3(10): 525-534.
- Saatcı, G. ve GÜDÜ Demirbulat, Ö. (2015). "Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Mesleki Turizm Eğitimi Almış Çalışanlara Yönelik Değerlendirmeleri". *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4(13): 43-58.
- Saçlı, Ç., Ersöz, B. ve Kahraman, C. Ö. (2019), "Etkinlik Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algılarının Tekrar Ziyaret Etme Eğilimleri Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1): 178-190.
- Sağdıç, M. ve Demirkaya, H. (2009). "Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Gelişim Planlarına İlişkin Yaklaşımları". *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1): 233-246.
- Sarı, Y. (2010). "Turizm Alanında Lisans Öğrenimi Gören Öğrencilerin Fakülte/Yüksekokul Tercihlerinde Üniversite Web Sitelerinin Etkililiği Üzerine Bir Araştırma". *Akademik Bilişim Konferansı 10-12 Şubat 2010, Muğla*.
- Sarı, F. (2007). *Türkiye'deki Turizm Eğitiminin Turizm Sektöründeki İstihdama Etkisi ve Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Saukkonen, P., Honkanen, A. ve Pesonen R. U. (2013). "Multidisciplinary Tourism Studies In Finland Can A Minor Subject Steer Career Development?" *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (13): 260-265.
- Savaş, H. ve Ay, M. (2005). "Üniversite Kütüphanesi Tasarımında Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(3): 80-98.



- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., ve Müller, H. (2003). "Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures". *Methods of Psychological Research*, 8(2): 23-74.
- Shekarchizadeh, A., Rasli, A. ve Hon-Tat H. (2011). "Servqual in Malaysian Universities: Perspectives of International Students". *Business Process Management Journal*, 17(1): 67-77.
- Shen, H., Luo, J. M. ve Lam, C. F. (2015) "Evaluating the Quality of Hospitality and Tourism Education in Vocational Institute in China. International". *Journal of Marketing Studies*, Published by Canadian Center of Science and Education, 7(3): 12-18.
- Songur, L., Turan, A. ve Songur, G. (2017). "Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servperf Ölçeği İle Ölçülmesi: Şereflikoçhisar Devlet Hastanesi Örneği". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(53): 807-819.
- Soybalı, H. H. ve Bayraktaroğlu, E. (2013): "Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Uygulama Olanaklarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2): 185 – 199.
- Stukalina, Y. (2016) "Modelling Student Satisfaction and Motivation in the Integrated Educational Environment: An Empiricalstudy". *International Journal of Educational Management*, 30(6): 1072-1087.
- Şahin, A. ve Şen S. (2017). "Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52): 1176-1184.
- Şahin, A. E. (2009). "Eğitim Fakültesinde Hizmet Kalitesinin Eğitim Fakültesi Öğrenci Memnuniyet Ölçeği (EF-ÖMÖ) İle Değerlendirilmesi". *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (37): 106-122.
- Şahin Ören, T. ve Arman, A. (2017). "Aşçılık Programı Ön Lisans Seviyesinde Verilmesi Gereken Derslerin Kategorilerine İlişkin Değerlendirme". *Yükseköğretim Dergisi*, 7(3): 179–185.
- Şimşek, Ü. ve Yıldırım, T. (2016). "Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Eğitimde Teknoloji Kullanımına İlişkin Tutum ve Görüşleri". *International Journal of Human Sciences*, 13(1): 632-649.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*. Ekinoks, Ankara.
- Şişman, M. (2012). *Türk Eğitim Sistemi ve Okul Yönetimi*. Pegem Akademi, Ankara.
- Tan, K. C. ve Kek S. W. (2004). "Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach". *Quality in Higher Education*, 10(1): 17-24.

- Taşkın, M. (2006). *Ortaöğretim Turizm Eğitiminde Staj ve İzmir İli Anadolu Otelcilik Turizm Meslek Liselerinde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tavmergen, I. P. (2002). *Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi*, 1. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Tayyar, N. ve Dilşeker, F. (2012). "Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi". *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28): 184-203.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2014a). *Türkiye Mesleki ve Teknik Eğitim Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2014-2018)*. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2014b). *Türkiye Hayat Boyu Öğrenme Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2014-2018)*. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı (2016). *Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*. 2 Aralık 2016 tarih ve 6764 sayılı Kanun.
- Teeroovengadum, V., Kamalanabhan, T. J. ve Seebaluck, A. K. (2016). "Measuring Service Quality in Higher Education: Development of A Hierarchical Model (HESQUAL)". *Quality Assurance in Education*, 24(2): 244-258.
- Tekin, Ö. A. ve Çidem, G. (2015). "Turizm Öğrencilerinin Mutfak Departmanına Yönelik Tutumları Ölçeği: Bir Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (39): 975-986.
- Tekin, A. Ö. ve Deniz, İ. (2015). "Turizm Öğrencilerinin Yiyecek ve İçecek Departmanına Yönelik Tutumları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55): 178-197.
- Teng, C. C., Horng, J. S. ve Baum, T. (2013). "Academic Perceptions of Quality and Quality Assurance in Undergraduate Hospitality, Tourism and Leisure Programmes: A Comparison of UK and TAIWANESE Programmes". *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (13): 233-243.
- Thibodeaux, W. R. (2012). *The Practical Side of Culinary Arts Education: The Role of Social Ability and Durable Knowledge in Culinary Arts Externships*. Theses and Dissertations. University of New Orleans, USA.
- Tuncer, İ. (2017). "Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Boyutları ve Ölçeklerinin İncelenmesi". *International Journal of Academic Value Studies*, 3(16): 321-329.

- Tuncer, M. ve Yeşiltaş, M. (2013). “Çalışma Yaşam Kalitesinin Otel İşletmesi Çalışanları Üzerindeki Etkileri”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 57-78.
- Türk, Z. (2009), “Denetim Firmalarının Sunduğu Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Servperf Ölçeği”. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1): 399-416.
- Türkey, O. ve Solmaz, S. A. (2011). “Liderlik Yeteneği ve Kariyer Değerlerinin Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki Etkileri”. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2): 46-71.
- Türker, N., Uçar, M. ve Ateş, M.A. (2016). “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü Algıları: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 68(2): 311-333.
- Tracey, J. B., Sean A. W. ve Michael J. T. (2008), *HR in the Hospitality Industry: Strategic Frameworks and Priorities*, Editör: Dana V. Tesone, Handbook of Hospitality Human Resources Management, ButterworthHeinemann, Oxford.
- Uçar, C. ve Özerbaş, M. A. (2013) “Mesleki ve Teknik Eğitimin Dünyadaki ve Türkiye’deki Konumu”. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 242-253.
- Ulama, Ş., Batman, O. ve Ulama, H. (2015). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği”. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12): 339-366.
- Uyguç, N. (1998). *Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Üngüren, E. ve Ehtiyar R. (2009). “Türk ve Alman Öğrencilerin Umutsuzluk Düzeylerinin Karşılaştırılması ve Umutsuzluk Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma”. *Journal of Yasar University*, 4(14): 2093-2127.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2005). “Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarındaki Değişimin Karşılaştırılması (2000-2001 ve 2003-2004 Öğretim Yılları)”. *Milli Eğitim Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 33 (166): -159-174.
- Üzümcü, T. P. ve Alyakut, Ö. (2017). “Eğitimciler, Sektör Temsilcileri ve Öğrenciler Perspektifinden Mesleki Turizm Eğitime Yönelik Yapılan Çalışmaların Değerlendirilmesi”. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(2): 67-84.

- Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö. ve Günsel, A. (2015). “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin, Mesleğin Geleceğine İlişkin Bakış Açıları”. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 18(33): 179-199.
- Üzümcü, T. P. (2015). Otel yöneticilerinin turizm eğitimine yönelik algıları: Kocaeli ili otel yöneticileri üzerinde bir araştırma, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED)*, 30, 123-150.
- Üzümcü, T. P. ve Bayraktar, S. (2004). “Türkiye’de Turizm Otel İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yükseköğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etiksel Açidan İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması.
- Vandier, B. (2011). *The Impact of School Facilities on the Learning Environment*. Doctorate Thesis, Capella University, America.
- Wang, J., Huyton, J., Gao, X., ve Ayres, H. (2010). “Evaluating Undergraduate Courses In Tourism Management: A Comparison Between Australia And China” *Journal of Hospitality, Leisure, Sport And Tourism Education*, 9(2): 46 – 62.
- Wang, Y., Luor, T., Luarn, P. ve Lu, H. (2015). Contribution and Trend to Quality Research a Literature Review of SERVQUAL model from 1998 to 2013”. *Informatica Economica*, 19(1): 34-45.
- Wattanacharoensil, W. (2014). Tourism Curriculum in a Global Perspective: Past, Present, and Future. *International Education Studies*, 7(1): 9-20.
- Wiers-Jenssen, J., Stensaker, B. ve Groggaard, J. B. (2002). “Student Satisfaction: Towards An Empirical Deconstruction Of The Concept”. *Quality in Higher Education*, 8(2): 183-195.
- World Travel & Tourism Council (WTTC), (2018). Economic Impact Report-Turkey.
- Yang, H. (2016). “Catherine Cheung, Haiyan Song, Enhancing the Learning and Employability of Hospitality Graduates in China”. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (19): 85-96.
- Yazgan, Ç. Ü. (2018). “Sermayenin Temsili Bağlamında Meslek Lisesi Öğrencilerinin Kültür ve Meslek Derslerine Yönelik Görüşleri: Eskişehir İli Örneği”. *Journal of Economy Culture and Society*, (58): 45-65.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Özata, E. (2017). “Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Ders Programı Algılarının Akademik Başarıları Üzerine Etkisi”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 17-32.
- Yıldırım, K. ve Şahin, L. (2015). “Osmanlı’dan Günümüze Mesleki Eğitimin Gelişimi”. *Birleşik Metal İş Sendikası, Çalışma ve Toplum Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, (1): 77-112.

- Yıldırım, A. ve Işıldak, B. (2018). “İşletme Yönetimi Programı Öğrencilerinin Staj Faaliyetlerinin İnsan Kaynakları Yönetimi İzdüşümünde Rolü ve Etkinliği Üzerine Bir Araştırma ve Örnek Uygulama” *Anka E-Dergi*, 3(2): 1-11.
- Yıldırım, A. ve Çarıkçı, O. (2017). “Meslek Yüksekokullarında Belirsiz Gelecek: Sınavsız Geçişten Ek Puana Yöneticilerin ve Öğretmenlerin, MYO’ların Geleceği Hakkındaki Görüşlerinin Değerlendirilmesi”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(21): 203-218.
- Yıldız, O. ve Erdil, S. T. (2013). “Türkiye Hava Yolu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçümlenmesi”. *E-dergi Marmara Üniversitesi*, 10(39): 89-100.
- Yıldız, B. S. (2013). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik Bakış Açıları”. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri 1*: 595-614.
- Yıldız, S., Göktaş, L. S., Habil, T. ve İstanbullu Dinçer, F. (2019). “Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Demografik Değişkenlerine Göre Mesleki Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 1-12.
- Yılmaz, V. ve Doğan, M. (2016). “Planlanmış Davranış Teorisi Kullanılarak Önerilen Bir Yapısal Eşitlik Modeli ile Geri Dönüşüm Davranışlarının Araştırılması”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(5): 191-205.
- Yılmaz, V. Filiz, Z. ve Yaprak, B. (2007). “Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 7(1): 299-316.
- Yokuş, G., Ayçiçek, b. ve Yanpar Yelken, T. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Yükseköğretim Hizmet Kalite Algılarının ve Kurumsal Aidiyet Düzeylerinin İncelenmesi: Eğitim Fakültesi”. *Karaelmas Journal of Educational Sciences* (5): 1-18.
- Yousapronpaiboon, K. (2014). “SERVQUAL: Measuring Higher Education Service Quality in Thailand”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (116): 1088-1095.
- Yücenur, G. N., Demirel, N. Ç., Ceyaln, C. ve Demirel, T. (2011). “Hizmet Değerinin Müşterilerin Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile Ölçülmesi”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1): 156-168.
- Yükseköğretim Kurumu. (2001). *Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu, İlköğretim ve Eğitim Kanunu Hakkında Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*. 29.6.2001 tarih ve 4702 sayılı Kanun.
- Yüksel, Ö. ve Seyhan, K. (2005). “Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Arttırılmasında İş gören Eğitiminin Yeri ve Önemi”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 121–140.

- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A. ve Berry, Leonard L. (1990). “Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations”. *The Free Press*, New York.
- Zopiatis, A., ve Theocharous, A. L. (2013). “Revisiting Hospitality Internship Practices: A Holistic Investigation” *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (13): 33-46.

### İnternet Kaynakları

- AKTOB (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) (2014). *2013 Yılı Turizm İstatistikleri Raporu*. (<http://www.aktob.org.tr/pdf/aktob.turizm.verileri.pdf>), (erişim tarihi: 21.01.2015).
- Education First, (2015). “An Initiative of The United Nations Secretary-General”. The Central Role of Education. ([http://www.globaleducationfirst.org/files/EdFirst\\_G29383UNOPS\\_lr.pdf](http://www.globaleducationfirst.org/files/EdFirst_G29383UNOPS_lr.pdf)), (erişim tarihi: 21.09.2015).
- EU, (2017). “Enhanced EU cooperation in vocational education and training. Access to European Union law”. (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:ef0018>), (erişim tarihi: 11.11.2017).
- İŞKUR. (2016). İstatistik Yıllığı. <http://www.iskur.gov.tr/kurumsalbilgi/istatistikler>. (erişim tarihi: 20.08.2017).
- İŞKUR. (2017). İstatistik Yıllığı. <http://www.iskur.gov.tr/kurumsalbilgi/istatistikler>. (erişim tarihi: 20.08.2017).
- MEGEP (2018) ([http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/Diger/54\\_ALAN-200\\_DAL.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/dokumanlar/Diger/54_ALAN-200_DAL.pdf)) (erişim tarihi: 10.01.2018).
- ÖSYM Tercih Klavuzu. (2018). (<https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2018/YKS/KONTKILAVUZ6082018.pdf>), (erişim tarihi: 01.02.2019).
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü (MTEGM, 2019), ([http://mtegm.meb.gov.tr/portal\\_taslak/?sayfa=ogrenci\\_mbs](http://mtegm.meb.gov.tr/portal_taslak/?sayfa=ogrenci_mbs)), (erişim tarihi: 10.03.2019).
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü. (MTEGM, 2019b). “Mesleki Tanıtım”. (<http://meslekitanitim.meb.gov.tr/>), (erişim tarihi: 10.03.2019).
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Yaygın ve Mesleki Eğitim Daire Başkanlığı. (2016). (<http://hbogm.meb.gov.tr/www/yaygin-ve-mesleki-egitim-daire-baskanligi/icerik/270>). (erişim tarihi: 16.10.2017).

- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. Mesleki Eğitim Kanunu (3308) (<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.3308.pdf>). (erişim tarihi: 02.12.2018).
- T.C. Resmi Gazete (2007). Özel Öğretim Kurumları Kanunu (5580). (<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/02/20070214-1.htm>). (erişim tarihi: 16.02.2019).
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü. (2019). 01/05/2014 tarih ve 1736074 sayılı “Mesleki ve teknik ortaöğretimde okul çeşitliliğinin azaltılması” hakkındaki genelge. (<http://mevzuat.meb.gov.tr/dosyalar/1690.pdf>). (erişim tarihi: 16.02.2019).
- Turizm Gazetesi. (2017). (<http://www.turizmgazetesi.com/news.aspx?id=78125>). (erişim tarihi: 05.11.2017).
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2019). (<http://sozluk.gov.tr/>). (erişim tarihi: 18.01.2019).
- Türk Standartları Enstitüsü (TSE). (2018). (<https://tse.org.tr/IcerikDetay?ID=2438>). (erişim tarihi: 26.03.2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2019) Yıllar İtibariyle İşsizlik ve İşgücüne Katılma Oranları (<https://biruni.tuik.gov.tr>). (erişim tarihi: 02.02.2019).
- YÖK Lisans Atlas. (2017a). (<https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-anasayfa.php>), (erişim tarihi: 12.01.2018).
- YÖK Ön Lisans Atlası. (2017b). (<https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-anasayfa.php>), (erişim tarihi: 12.01.2018).
- YÖK (2017c). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi (<https://istatistik.yok.gov.tr/>) (erişim tarihi: 15.10.2019).

## EK-1 Anket Formu

### YİYECEK-İÇECEK HİZMETLERİ ALANI DEĞERLENDİRME ANKETİ

Değerli Öğrencimiz,

Bu anketle öğrenim görmekte olduğunuz okula yönelik hizmet kalitesi algılarınızın ölçülmesi amaçlanmıştır. Anketin amacına ulaşması için tüm soruların cevaplanması gerekmektedir. Anket sorularına verdiğiniz cevaplar kesinlikle gizli tutulacak ve sadece bilimsel amaçlı kullanılacaktır.

İlgi ve desteğiniz için şimdiden teşekkür ederim.

Sami Nurtaç TURAN

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği

Doktora Programı Öğrencisi

A: Yiyecek-İçecek Hizmetleri Alanına İlişkin İfadeler

		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta düzeyde katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1	Okulum modern görünümlü donanıma sahiptir.	1	2	3	4	5
2	Okulumun binası, sınıfları ve atölyeleri göze hoş görünür.	1	2	3	4	5
3	Okulumda eğitim verilirken kullanılan araç gereçler göze hoş görünür.	1	2	3	4	5
4	Öğrencinin bir sorunu olduğunda okul çalışanları bu sorunu çözmek için samimi bir ilgi gösterir.	1	2	3	4	5
5	Okulum doğru eğitimi ilk seferde verir.	1	2	3	4	5
6	Okulum öğrenci işleri kayıtlarının tutulması konusunda hassastır.	1	2	3	4	5
7	Öğretmenlerim bir eğitim konusunun tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilerine söylerler.	1	2	3	4	5
8	Öğretmenlerim eğitimleri plana uygun şekilde ve hızda verirler.	1	2	3	4	5
9	Öğretmenlerim her zaman öğrencilere yardımcı olmak isterler.	1	2	3	4	5
10	Öğretmenlerim öğrencilerin soru ve taleplerini karşılama konusunda isteklidirler.	1	2	3	4	5
11	Okulum her öğrenciyle tek tek ilgilenir.	1	2	3	4	5
12	Okulum, her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenen eğitim kadrosuna sahiptir.	1	2	3	4	5
13	Okulum öğrencilerinin menfaatini her şeyin üstünde tutar.	1	2	3	4	5
14	Öğretmenlerim öğrencilerin özel isteklerini anlarlar.	1	2	3	4	5
15	Okulumda eğitim görmekten gurur duyuyorum.	1	2	3	4	5
16	Okulumda eğitim görmeyi başkalarına öneririm.	1	2	3	4	5
17	Okulumda aldığım hizmetten genel olarak memnunum.	1	2	3	4	5
18	Okulumdan aldığım eğitimden genel olarak memnunum.	1	2	3	4	5
19	Okulum bizlere kaliteli hizmet sunar.	1	2	3	4	5
20	Yiyecek-İçecek bölümü benim için ilgi çekicidir.	1	2	3	4	5
21	Yiyecek-İçecek bölümünde yapılan birçok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür.	1	2	3	4	5
22	Yiyecek- İçecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna düşünüyorum.	1	2	3	4	5
23	Yiyecek-İçecek bölümünün çalışma koşulları aile yaşantıma uygundur.	1	2	3	4	5
24	Yiyecek-İçecek bölümünde çalışmam yakın çevrem tarafından desteklenir.	1	2	3	4	5
25	Yiyecek-İçecek bölümünde yer alan iş pozisyonlarının toplumdaki statüsü yüksektir.	1	2	3	4	5



26	Yiyecek-içecek b3l3m3n3n daha iyi kariyer imkanları sunduğunu d3ř3n3yorum.	1	2	3	4	5
27	Otel m3şterisinin memnuniyetinde, yiyecek-içecek b3l3m3n3n çok 3nemli katkısı vardır.	1	2	3	4	5
28	Yiyecek-içecek b3l3m3 bir otelin başarı ya da başarısızlığında b3y3k 3neme sahiptir.	1	2	3	4	5
29	Mezun olunca yiyecek-içecek alanında çalışacağım.	1	2	3	4	5
30	Mezun olunca yiyecek-içecek alanında y3ksek3đrenime devam edeceğim	1	2	3	4	5
31	Mezun olunca yiyecek-içecek alanında y3ksek3đrenime devam edip, iş hayatımı bu alanda s3rd3receğim.	1	2	3	4	5

B: Araştırmaya Katılanlarla İlgili Bilgiler

1. Cinsiyetiniz  
 Erkek       Kız
2. Sınıfınız .....
3. Dalınız .....
4. Okuluza kayıt yaptırma kararınıza etki eden **3ncelikli** kaynağınız ne idi?  
 Kendi isteğim       3đretmenlerim  
 Ailem       Bu okulun 3đrencileri ve mezunları  
 Puan durumun (TEOG veya not ortalamaları)  
 Diğer (.....) belirtiniz
5. Okulunuzu **3ncelikli** tercih nedeniniz nedir?  
 Yiyecek içecek alanında çalışmak  
 3niversiteye devam edebilmek  
 Yiyecek içecek alanında 3niversiteden mezun olup alanımda ilerlemek  
 Evime yakın  
 Tercihim bilinçli değildi  
 Diğer (.....) belirtiniz
6. Bug3ne kadar turizm sekt3r3nde (staj dahil) ne kadar s3re çalıştınız?  
 alışmadım  
 6 aydan daha az  
 6-12 ay  
 12 aydan fazla
7. Almakta olduğunuz eğitimi başkalarına tavsiye eder misiniz?  
 Evet       Emin değilim       Hayır
8. Okulunuzun sosyal ve k3lt3rel faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?  
 Evet       Kısımın       Hayır

KATILIMINIZ İÇİN TEŐEKK3R EDERİM

## ÖZGEÇMİŞ

<b>Adı ve SOYADI</b>	Sami Nurtaç TURAN
<b>Doğum Yeri - Tarihi</b>	Diyarbakır – 17.02.1980
<b>EĞİTİM DURUMU</b>	
<b>Mezun Olduğu Lise</b>	Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Diyarbakır, 1999
<b>Lisans Diploması</b>	Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Ankara, 2004
<b>Yüksek Lisans Diploması</b>	Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008
<b>Tez Konusu</b>	Resort Konaklama İşletmelerinde Stratejik İnsan Kaynakları Sürecinde Performans Değerlendirmesinin Kariyer Yönetimine Etkileri
<b>Doktora Diploması</b>	Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019
<b>Tez Konusu</b>	Yiyecek İçecek Eğitimi Alan Ortaöğretim Öğrencilerinin Eğitim Kalitesi, Sektör Algısı ve Memnuniyetinin Devam Etme Niyetine Etkisi
<b>Yabancı Dil</b>	İngilizce
<b>BİLİMSEL FAALİYETLER</b>	
Konaklama İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi, Lisans Bitirme Tezi, 2005	
Resort Konaklama İşletmelerinde Stratejik İnsan Kaynakları Sürecinde Performans Değerlendirmesinin Kariyer Yönetimine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, 2008	
Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler, Makale, 2012	
<b>İŞ DENEYİMİ</b>	
<b>Projeler</b>	California College of Communications, Grup Lideri, San Francisco California USA Open Hearts International College Grup Lideri, Türkiye Temsilcisi, Miami Florida USA
<b>Çalıştığı Kurumlar</b>	Özel Baştem Anadolu Meslek Lisesi (2005-2009) Ankara Üniversitesi Geliştirme Vakfı Özel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (2009-2019) Türk Eğitim Derneği Genel Merkezi (2019-devam ediyor)
<b>E-Posta</b>	turannurtac@gmail.com