

Turizm ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki ğrencilerin Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları

The Attitudes of Undergraduate Tourism and Hospitality Students Towards the Food and Beverage Department in the Hospitality Industry

Bahattin ÖZDEMİR - Aylin AKTAŞ - Volkan ALTINTAŞ

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Z

Bu alışmada Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu konaklama işletmeciliği bölümü ğrencilerinin otel işletmelerinin yiyecek-ecek bölümüne yönelik tutumlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda öncelikle turizm eğitimi almış ya da almakta olanların turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutumları üzerine yapılan çalışmaları kapsayacak şekilde bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Araştırma kısmında ise literatür taramasından da yararlanılarak geliştirilen soru formu veri toplama aracı olarak kullanılmış, örneklem alınmamış ve tam sayım tekniği ile 172 adet anket toplanmış, bunlardan 165 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Öğrencilerin soru formunda yer alan sorulara verdikleri cevapların yüzde ve frekans analizleri ile değerlendirilmesi sonucu, önemli bir çoğunluğunun otel işletmelerinin yiyecek-ecek bölümüne yönelik olumsuz görüşlere sahip olduğu ve otel işletmelerinin yiyecek-ecek bölümünde çalışmayı istemedikleri saptanmıştır. Soru formundaki ölçekte yer alan önermelere uygulanan faktör analizi ile de öğrencilerin otel işletmelerinin yiyecek-ecek bölümüne ilişkin tutumlarının sekiz adet boyuttan oluştuğu anlaşılmıştır. Ayrıca, daha önce yiyecek-ecek bölümünde deneyim sahibi olmanın öğrencileri bu bölüm ile ilgili olumlu görüşler geliştirmeye yneltebildiği de saptanmıştır.

Anahtar sözcükler: Otel işletmeciliği, yiyecek-ecek bölümü, ğrenci tutumları

ABSTRACT

This paper is aimed to measure the attitudes of the undergraduate students at Akdeniz University School of Tourism and Hotel Management towards food and beverage departments in hotels. A literature review that consists of studies focusing on the measurement of attitudes towards tourism industry, of people who either study tourism or completed their tourism education, has been conducted. A questionnaire that has been developed through the literature review was used as a survey instrument that canvassed the population of 172 students. A final usable sample was established as 165 respondents. The frequency and percentage analyses of the respondents revealed that students have negative perceptions towards food and beverage departments in hotels and they are not willing to work in this department. Factor analysis indicated that the attitudes of students towards food and beverage departments in hotels is composed of eight dimensions. In addition, it is confirmed that having previous experience in food and beverage department may lead students to develop positive attitudes towards this department.

Keywords: Hotel management, food and beverage management, student attitudes.

Giriş

Bir otel işletmesinde yiyecek-ecek bölümünün nemi vurgulanmak istendiğinde bu bölümün otel gelirlerine sağladığı katkı ve yiyecek-ecek giderleri üzerinde durulmaktadır (Davis ve Stone 1992; Aktaş 2001). Bir otelde odalar bölümünden sonra en fazla geliri (yaklaşık olarak % 34 gibi bir oranla) yiyecek-ecek bölümünün sağladığı yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır (Batman 1999). Bu geliri elde edebilmek için otel işletmelerinin belirli bir gidere katlanması da gerekmektedir (Ninemeier 1991; Aktaş 2001). Yapılan araştır-

malar beş yıldıızlı otel ya da birinci sınıf tatil köyü niteliğindeki bir konaklama işletmesinde yılda bir milyon ABD doları düzeyinde yiyecek-ecek tüketiminin gerçekleştiğini ve bunun da işletmenin toplam harcamaları içerisinde % 25 – 35 gibi önemli bir orana karşılık geldiğini göstermektedir (Resort Dergisi 2002).

Otel işletmelerinde yiyecek-ecek bölümünün sadece gelir ve gider açısından değil aynı zamanda yoğun şekilde işgücü istihdam edilen bölüm olması bakımından da büyük önem taşıdığı Choy (1995) tarafından Hawaii'de gerçekleştirilen bir araştırmanın bulgularından anlaşılmaktadır. Söz konusu araştır-

maya göre otel işletmelerinde gerçekleştirilen işlerin yaklaşık % 34'ü yiyecek-içecek hizmetleri ile ilgilidir. Bununla birlikte, Aktaş ve Tarcan (2001) tarafından Antalya il sınırları içinde faaliyette bulunan beş yıldızlı oteller ile birinci sınıf tatil köylerinde görev yapan insan kaynakları yöneticileri ile yapılan bir araştırmaya göre de yiyecek-içecek bölümünün turizm eğitimi almış olanlar için önemli bir istihdam olanağı sağladığı görülmektedir. Zira bu araştırmada lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi almış olan işgörenlerin % 47'sinin yiyecek-içecek bölümünde istihdam edildiği anlaşılmıştır. Ayrıca, yapılan araştırmalar (Nebel vd.1994; Ladkin 2000) yiyecek-içecek bölümünün otel genel müdürlüğüne yükselmeye de önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Örneğin, Nebel ve arkadaşları (1994), Amerikan otellerinde yaptıkları araştırmada otel müdürlerinin geçmişte en fazla süre ile çalıştıkları bölümün yiyecek-içecek bölümü olduğunu saptamışlardır. Ladkin (2000) ise İngiltere'de gerçekleştirdiği araştırmasında otel genel müdürlerinin kariyer gelişimlerinde yiyecek-içecek bölümünün büyük bir öneme sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ladkin (2000) araştırma bulgularına dayanarak mesleki eğitim almış olmanın kariyer gelişimini hızlandırdığını da ifade etmektedir. Nemeier'e (1991) göre de yiyecek-içecek işletmelerinde kalifiye ve eğitilmiş profesyonellere büyük bir ihtiyaç duyulmaktadır.

Turizm eğitimi almış olanlar için otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümünün iki açıdan önem arz ettiği anlaşılmaktadır. Bunlardan biri yiyecek-içecek bölümünün istihdam olanağı sağlaması, diğeri ise otel genel müdürlüğüne yükselmeye yiyecek-içecek bölümünde çalışmış olmanın önemli bir yere sahip olmasıdır. Otel işletmeleri açısından bakılınca turizm eğitimi almış olan mezunlar ve almakta olan öğrenciler, yiyecek-içecek bölümünde çalıştırılabilir potansiyel işgörenler olarak dikkat çekmektedir. Bu noktada turizm eğitimi almakta olanların ve/veya almış olanların otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları önem kazanmaktadır. Zira Kozak ve Kızıllırmak (2001) tarafından da ifade edildiği gibi öğrencilerin eğitimini aldıkları konuya ya da sektöre karşı tutumları onların akademik başarılarında olduğu kadar gelecekte çalışma hayatındaki başarılarında da etkili olmaktadır. Bu açıklamalar doğrultusunda bu çalışmanın amacı Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Konaklama İşletmeciliği bölümü üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını tespit edebilmektir. Bu amaç çerçevesinde öğrencilerin otel işletmelerinin

yiyecek-içecek bölümünde çalışma konusunda ne kadar istekli oldukları, öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının hangi boyutlardan oluştuğu, öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarında demografik özellikler açısından farklılık olup olmadığı bu çalışmanın temel soruları olmaktadır. Bu soruların cevaplarının bulunması ise öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışmaya ilişkin davranışlarının yönlendirilmesi, mevcut eğitim programlarının değerlendirilmesi ve geliştirilmesi, öğrencilerde gözlemlenebilecek olumsuz tutumların nedenlerinin belirlenmesi ve düzeltici önlemlere başvurulması gibi konularda katkılar sağlayabilecektir.

LİTERATÜR TARAMASI

Turizm eğitimi almakta olanlar veya turizm eğitimi almış olanlar üzerine yapılan çalışmalarda öğrencilerin ya da mezunların turizm sektörüne karşı tutumlarının ve davranışlarının ölçülmeye çalışıldığı görülmektedir. Yerli ve yabancı literatürde yer alan çalışmalar arasında ortaöğretim, önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler veya mezunlar araştırma kapsamına alınmıştır. Bu çalışmalarda göze çarpan önemli araştırma soruları ise öğrencilerin veya mezunların ne kadarının turizm sektöründe çalıştığı ya da çalışmak istediği, öğrencilerin veya mezunların turizm sektöründe çalışmama ya da çalışmak istememe nedenleri, öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutumlarının hangi boyutlardan oluştuğu, öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutum ve davranışlarının onların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği olmuştur. Ancak literatür taraması sırasında öğrencilerin otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını ölçmeye çalışan bir araştırmaya rastlanamamıştır.

İlkiz ve Hitay (1992) ile Erdoğan ve Şahingöz (2001) tarafından yapılan iki ayrı çalışmada öğrencilerin mutfak bölümünde çalışmayı tercih etmedikleri saptanmıştır. Airey ve Frontistis (1997) tarafından İngiliz ve Yunan öğrencilerin turizmde çalışmaya karşı tutumlarının karşılaştırıldığı bir çalışmada ise öğrencilerin yiyecek üretimi ve servisi ile ilgili işleri turizmin dışında tuttuğu belirlenmiştir. Fakat bu çalışmalardan elde edilen bulguların öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını yeterince yansıtmadığı görülmektedir.

Literatür taraması sonucunda öğrencilerin ya da mezunların doğrudan yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını ölçmeye çalışan bir araştırmaya ulaşamadığından bu çalışmada öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını ölçen araştırma-

lara atıfta bulunmak durumunda kalmıştır. Söz konusu araştırmalara ise aşağıda değinilmiştir.

Literatürde öğrencilerin veya mezunların turizm sektörüne yönelik tutum ve davranışlarını ölçmeye yönelik araştırmalarda ortaya çıkan önemli bir bulgu öğrencilerin ya da mezunların ne oranda turizm sektöründe çalışmak istedikleri ya da çalıştıkları ile ilgili olmaktadır. Altman ve Brothers (1995) tarafından Amerika'da yapılan araştırmada turizm ve otel işletmeciliği okullarından mezun olanların % 30,6'sının beş yıllık bir süre içinde sektörü terk ettiği anlaşılmıştır. Pavesic ve Brymer (1990) da Amerika'daki dört yıllık turizm eğitimi veren okullarda gerçekleştirdikleri araştırmalarında turizm ve otel işletmeciliği mezunlarının beşte birinin mezun olduktan sonraki ilk bir yıl içerisinde, üçte birinin de beş yıl içerisinde sektörü terk ettiğini belirlemişlerdir. Getz (1994) İskoçya'da gerçekleştirdiği bir araştırmada 1978 ve 1992 yıllarını karşılaştırmış ve öğrencilerin otelcilik ve yeme-içme sektörlerinde çalışma isteğinin yarı yarıya (% 43'ten % 29'a) düştüğünü saptamıştır. Chen ve diğerleri (2000) tarafından Tayvan'daki üniversitelerde gerçekleştirilen bir araştırmada da öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (% 70,1) gelecekte turizm sektöründe çalışmak istediği belirlenmiştir. Öğrencilerin çalışmayı tercih ettiği alanlar ise seyahat acenteleri, havayolları ve oteller şeklinde sıralanmıştır. Bu son araştırma bulgusu dışındaki diğer araştırma sonuçlarının işaret ettiği en önemli noktanın turizm eğitimi almış olanların ya da almakta olanların önemli bir kısmının turizm sektöründe çalışmak istememesi ya da sektörü terk etmesi olduğu görülmektedir. Bu konu ile ilgili olarak Türkiye'de gerçekleştirilen araştırmalarda da benzer bulgulara rastlanmıştır. Çetin (1998) tarafından yapılan bir araştırmada turizm mezunu öğrenciler iki ayrı zaman dilimi çerçevesinde incelenmiştir. Buna göre; 1992 – 1985 yılları arasında mezun olanların % 40,9'u, 1987 – 1996 yılları arasında mezun olanların da % 59,2'si turizm sektöründe çalışmaktadır. 165 lisans öğrencisi ile gerçekleştirilen bir başka araştırmaya göre ise öğrencilerin % 35'inin turizm sektöründe çalışmayı düşünmediği ifade edilmiştir (Tourism Times 2000). Öğrencilerin turizm sektörü dışında çalışmak istediği sektörler ise finans, perakendecilik ve sanayi işletmeleri şeklinde sıralanmaktadır.

Koyuncu (2000) tarafından, turizm ve otelcilik eğitimi almış öğrenciler üzerine yapılan bir araştırmada turizm ve otelcilik sektöründeki çalışma koşulları ortaya konmuştur. Buna göre, sektörde çalışma saatlerinin uzun olması, ücretlerin düşük olması ve zamanında ödenmemesi, sigortasız işgören çalıştırmanın söz konusu olması, her işin yap-

tırılması, izin günlerinin yetersiz olması, barınma koşullarının yetersiz olması, yöneticilerin yetersiz olması ve işletme içi eğitimin verilmemesi belli başlı olumsuz koşullar olarak belirlenmiştir. Buradan hareketle, öğrencilerin ya da mezunların turizm sektöründe çalışmak istememeleri veya turizm sektörünü terk ederek diğer sektörlere yönelmelerinin başlıca nedeninin turizm ve otelcilik sektörünün çalışma şartlarının ağırlığından kaynaklandığı ileri sürülebilir.

Birdir (2000) tarafından Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri üzerine yapılan araştırmada öğrencilerin sektörde çalışmama nedenleri belirlenmiştir. Bu nedenler, ücretlerin düşük olması, iş güvencesi ve çalışma garantisi olmaması, dışsal etkenlere bağlı riskin yüksek oluşu, ilerdeki yaşantıya uygun olmaması, kişiye prestij kazandırmaması şeklinde sıralanmaktadır.

Çetin (2000) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre de öğrencilerin sektör dışı işlerde çalışmalarının en önemli nedenleri; sektör dışı işlerin daha kazançlı olması, turizm sektöründeki işlerin aile yaşantısı ile uyumlu çalışma saatlerinin olmaması, iş güvencesi sağlanamaması ve turizm işletmeleri yöneticilerinin eğitilmiş kişilere gereken önemi vermemesi şeklinde ifade edilmiştir.

Literatürde, öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutumlarını oluşturan boyutları tespit etmeye çalışan araştırmalar yer almaktadır ancak, bu araştırmalara geçmeden önce Huyton ve Sutton (1996) tarafından yapılan bir çalışmaya değinmekte fayda vardır. Bu çalışma ile ilgili olarak vurgulanması gereken nokta araştırma kapsamına öğrenciler ya da mezunların değil Çin'de turizm sektöründe çalışan işgörenlerin alınmış olmasıdır. Bu farklılığına rağmen Huyton ve Sutton'ın (1996) kullandıkları soruları yirmi başlık altında toplamış olması turizm sektörüne yönelik tutumları oluşturan boyutlar hakkında bir fikir vermektedir. Söz konusu çalışmada yirmi başlık "öğrenme fırsatı", "otorite", "yükselme şansı", "bağımsızlık", "ücret", "prestij", "çeşitlilik", "iş arkadaşları", "işin önemi", "çalışma becerileri", "üstlerin yetenekleri", "katılım", "tanınma", "yaratıcılık", "eğitim", "iletişim", "başarma", "güvenlik", "yan ödemeler" ve "çalışma koşulları" şeklinde sıralanmıştır.

Eren (2000) ise literatür analizine dayandırdığı çalışmasında, öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutumlarının altı ana başlık altında toplanabileceğini ifade etmektedir ve bu başlıkları da "işin mahiyeti", "ücret/sosyal haklar", "yöneticiler", "çalışma arkadaşları", "barınma koşulları" ve "terfi fırsatları" şeklinde sıralamaktadır.

Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) tarafından yapılan çalışmada lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler araştırma kapsamına dahil edilmiş ve "turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutum" kavramı için bir tanımlama yapılmış, bu tanımın da yardımıyla öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutumlarına ilişkin dokuz boyut belirlenmiştir. Yazarların önerdiği tanıma göre öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya yönelik tutumları "onların turizm endüstrisinde çalışma niyetleri ve endüstriye bağlılıkları ile birlikte turizm sektöründe çalışmanın değişik yönleri ya da boyutlarına ilişkin sahip oldukları bilişsel düşüncelerin, duyguların ve davranışsal eğilimlerin toplamıdır" (Kuşluvan ve Kuşluvan 2000: 254). Yazarların belirlediği dokuz boyut ise "işin doğası", "sosyal statü", "endüstri-kişi uyumu", "fiziksel çalışma koşulları", "ücret/yan ödemeler", "yükselme", "iş arkadaşları", "yöneticiler" ve "endüstriye bağlılık" şeklinde sıralanmaktadır. Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) çalışmasında bu dokuz boyuta ilişkin araştırma bulgularına da yer vermektedir.

Kozak ve Kızılırmak (2001) da çalışmalarında öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını ölçmüşlerdir. Kozak ve Kızılırmak'ın (2001) çalışması ile Kuşluvan ve Kuşluvan'ın (2000) çalışması, "kişinin herhangi bir alanla ilgili geliştirdiği tutumun altında konu ile ilgili düşüncelerin, duyguların ve davranışların etkili olduğu" varsayımından hareket etmeleri noktasında benzerlik göstermektedir. Ancak Kozak ve Kızılırmak (2001) araştırmasında örneklem kapsamına ön lisans öğrencileri dahil edilmiş ve öğrencilerin tutumlarının demografik özellikleri itibariyle farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır. Her ne kadar bu çalışmada öğrencilerin tutumlarını oluşturan boyutlar tespit edilmemiş de olsa öğrencilere yöneltilen önermeler itibariyle onların olumlu ve olumsuz görüşleri belirlenmiştir. Buna göre öğrenciler; turizmle ilgili gelişmeleri takip etme, değişik insanları tanıma, sektörde uzun yıllar çalışma, sektörde hangi işlerin yapıldığını bilme, okuldaki uygulamalı derslerden bıkmama, daha önceki mezunların sektörde iyi konumlarda olması, meslekte eğitim kadar deneyimin de şart olması gibi konularda olumlu görüşlere sahip iken, otellerin çalışanlar için cazibe merkezi olmaması, lisans eğitimine geçiş yapmak istemeleri, sabırlı ve güler yüzlü olma, iş ilanları ile ilgilenme, turizm sektöründe çalışmanın saygınlığı, mezun olunca bu mesleği yapma, turizmin sadece tatilci için eğlenceli olması, sektörde çok para kazanılması, sektörde çalışmanın ve aile yaşantısını sürdürmenin zor olması gibi konularda da olumsuz görüşlere sahip olmaktadır. Yine

aynı araştırma kapsamında cinsiyet, mezun olunan ortaöğretim kurumu ve ÖSS tercih sıralamasının tutumlar üzerinde önemli düzeyde farklılık yaratmadığı, staj yapmış olmanın ise farklılaşmaya neden olduğu saptanmıştır.

Literatürde yer alan diğer çalışmalarda da öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarının onların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği yönünde bulgulara rastlanmaktadır. Ross (1992), turizm sektöründe çalışan arkadaşları ya da akrabaları olan öğrencilerin ve daha önce turizm sektöründe çalışmış öğrencilerin, turizm sektöründe yönetim kademelerinde çalışma konusunda daha istekli olduklarını saptamıştır. Yine aynı araştırmaya göre erkek öğrencilerin teknik işlerde, bayan öğrencilerin ise ofis işlerinde çalışmayı tercih ettikleri, bayan öğrencilerin erkeklere göre yönetim kademelerinde çalışma arzularının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ross (1994) tarafından gerçekleştirilen bir başka araştırmada ise bayan öğrencilerin, son sınıftaki öğrencilerin ve sektörde çalışma deneyimine sahip olan öğrencilerin turizm sektöründe çalışma konusunda daha istekli oldukları belirlenmiştir. Ross (1997) öğrencilerin seyahat acentelerinde çalışmaya yönelik tutumlarını belirlemeye çalıştığı bir başka araştırmasında da bayan öğrencilerin seyahat acentesinde çalışma konusunda daha istekli olduğu şeklinde bir bulguya ulaşmıştır.

Ross (1992) ve Ross (1994) tarafından yapılan iki ayrı araştırmada ortaya çıkan önemli bir bulgu turizm sektöründe doğrudan deneyim sahibi olmanın öğrencileri olumlu tutumlara götürdüğü yönündedir. Murphy (1985) de benzer şekilde turizm sektöründe deneyim sahibi olmanın bu sektörde kariyer yapma konusunda olumlu değerlendirmelere neden olduğunu ifade etmektedir. Ancak bu noktada söz konusu araştırma bulguları ile çelişir nitelikte bulguların da varlığından söz etmek gerekmektedir. Pavesic ve Brymer (1990), Getz (1994), Barron ve Maxwell (1993), Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) ise sektörde doğrudan deneyim sahibi olmanın gerçekte öğrencilerin olumsuz tutumlar geliştirmesine yol açtığını belirtmektedir.

ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Konaqlama İşletmeciliği üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin otel işletmelerinde yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını ölçmek amacı ile gerçekleştirilen araştırmanın yöntemi ve bulguları ile ilgili bilgiler verilecektir. Zaman ve maliyet kısıt-

larının yanı sıra araştırmacılarının Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda çalışıyor olması araştırmanın sadece bu okul öğrencileri ile sınırlandırılmasına yol açan gerekçeler arasında yer almaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın anakütlesini Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu konaklama işletmeciliği bölümü üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrenci işleri biriminin verilerine göre konaklama işletmeciliği örgün öğretim ve ikinci öğretim bölümleri üçüncü ve dördüncü sınıfında toplam 270 öğrenci bulunmaktadır. Çalışma evreninin çok sayıda öğrenciden oluşmaması ve öğrencilere ulaşmanın da kolay olacağı düşünülerek örnekleme gidilmemiş ve çalışma evreninde yer alan tüm öğrenciler araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Hazırlanan soru formları içki teknolojisi ile yiyecek-İçecek yönetimi derslerinde öğrencilere dağıtılmıştır. Ankette yer alan soruları cevaplamaya geçmeden önce öğrencilere araştırmanın amacı ve kapsamı ile ilgili bilgi verilmiştir. Anketi toplam 172 öğrenci cevaplandırmıştır. Bazı öğrencilerin anketi doldurmak istememeleri, bazı öğrencilerin de derse gelmemiş olması ya da söz konusu dersleri almıyor olması gibi nedenlerle tüm öğrenciler anket uygulamasına dahil edilememiştir. Toplanan 172 adet anket formundan 7 tanesi eksik doldurulduğundan dolayı değerlendirmeye alınmamıştır. Değerlendirmeye alınan 165 adet anket formu dikkate alındığında konaklama işletmeciliği bölümü üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin yaklaşık % 61'i araştırma kapsamına alınabilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Soru cetveli iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin yiyecek-İçecek bölümünde çalışmaya yönelik tutumlarını ölçmeyi amaçlayan önermelerden oluşan bir ölçek yer almakta, ikinci bölümde ise demografik sorular bulunmaktadır.

Ölçeğin geliştirilmesinde konu ile ilgili literatür (Kuşluyan ve Kuşluyan 2000; Kozak ve Kızıllırmak 2001; Huyton ve Sutton 1996; Koyuncu 2000; Birdir 2001) incelenerek 51 önermeden oluşan bir önerme havuzu oluşturulmuştur. Bu önermeler Akdeniz Üniversitesi'nde görevli üç öğretim üyesi ve sektörde çalışmakta olan iki yiyecek-İçecek müdürünün görüşlerine sunulmuştur. Söz konusu uzmanların görüşleri doğrultusunda önerme havuzunda yer

alan bazı önermeler ölçeğe dahil edilmemiştir. Daha sonra 39 öğrenci üzerinde bir ön araştırma yapılmış, anlaşılamayan ve birbiri ile benzer olduğu görülen önermeler değiştirilmiş ve/veya ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Böylece 24 önermeden oluşan nihai bir ölçek elde edilmiştir. Öğrencilerin ölçekte yer alan önermelere 5 kategorili bir ölçek üzerinden cevap vermeleri istenmiştir. Ölçekte yer alan olumlu önermeler hiç katılmıyorum = 1, katılmıyorum = 2, kararsızım = 3, katılıyorum = 4 ve tamamen katılıyorum = 5 olacak şekilde kodlanmıştır. Olumsuz önermeler ise hiç katılmıyorum = 5, katılmıyorum = 4, kararsızım = 3, katılıyorum = 2 ve tamamen katılıyorum = 1 şeklinde kodlanmıştır. 24 önermeden oluşan ölçeğin güvenilirliğini belirlemek amacı ile Cronbach Alpha değeri hesaplanmıştır. Bu değer 0,7063 olarak bulunmuştur. Söz konusu katsayı da güvenilirlik ölçütü olarak kabul edilebilen 0.50 ile 0.90 aralığında bir değer olduğundan (Nunnally 1978) ölçeğin güvenilir olduğu ileri sürülebilir.

Analizler

Anket formu aracılığı ile toplanan veriler SPSS 10.0 paket programına girilerek hesaplamaya tabi tutulmuştur. Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin yiyecek-İçecek bölümünde çalışmaya yönelik tutumlarının hangi boyutlardan oluştuğunu belirleyebilmek amacı ile ölçekte yer alan önermeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Öğrencilerin yiyecek-İçecek bölümünde çalışmaya yönelik tutumlarının demografik özellikleri itibari ile farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile t testi, ANOVA, ki kare analizlerden yararlanılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma kapsamında anket tekniği ile elde edilen verilerin çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulması sonucu elde edilen bulgular aşağıdaki kısımlarda demografik bulgular, öğrencilerin yiyecek-İçecek bölümüne yönelik tutumları, öğrencilerin yiyecek-İçecek bölümüne yönelik tutumlarını oluşturan boyutlar, öğrencilerin yiyecek-İçecek bölümüne yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre değişimi gibi başlıklar altında sunulmaya çalışılacaktır.

Demografik Bulgular

Demografik değişkenlere ilişkin bulgular aşağıda Tablo 1'de yüzde ve frekans dağılımları şeklinde sunulmuştur.

Tablo 1. Demografik bulgular

	Sayı	%
Cinsiyet		
Bayan	56	34,4
Bay	107	65,6
Yaş		
18-20 arası	6	3,7
21-25 arası	156	95,7
26-30 arası	1	0,6
Sınıf		
3.sınıf	69	42,1
4.sınıf	95	57,9
Mezun Olunan Lise		
OML-Resepsiyon	39	23,8
OML-Servis	62	37,8
OML-Mutfak	17	10,4
Kolej-Lise	21	12,8
Diğer	25	15,2
Otel deneyimi		
Var	162	99,4
Yok	1	0,6
En uzun süre çalışılan bölüm		
Önbüro	51	31,3
Yiyecek-içecek	96	58,9
Muhasebe	8	4,9
Satış-Paz.	3	1,8
Kat.Hiz.	3	1,8
Diğer	2	1,2
Yiyecek-içecek bölümünde görev yapma		
Evet	151	92,1
Hayır	13	7,9
Yiyecek-içecek bölümünde en uzun süre ile çalışılan birim		
Mutfak	13	8,6
Bar	46	30,3
Servis	90	59,2
Diğer	3	2,0

Araştırma kapsamında yer alan ve konaklama işletmeciliği üçüncü ve dördüncü sınıfına devam eden öğrencilerin % 65,6'sı bay ve % 34,4'ü bayandır. Öğrencilerin % 95,7'si 21-25 yaş grubunda yer almaktadır. Öğrencilerin mezun oldukları ortaöğretim kurumlarına bakıldığında % 37,8 gibi bir oranla çoğunluğunun Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi servis bölümünden mezun olduğu görülmektedir. Geriye kalanların % 12,8'i Kolej, Anadolu Lisesi veya diğer düz liselerden, % 10,4'ü Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi mutfak bölümünden, % 23,8'i Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi resepsiyon bölümünden mezun olmuş durumdadır.

Öğrencilerin yaklaşık % 99'nun otel deneyimi olduğu görülmektedir. Öğrencilere daha önce en fazla süre ile çalıştıkları otel bölümü sorulduğunda % 58,9 gibi bir oranla yiyecek-içecek ve % 31,3 gibi bir oranla da önbüro cevabının alındığı görülmektedir. Çalıştıkları süreler dikkate alınmaksızın irdelendiğinde öğrencilerin % 92,1'inin daha önce yiyecek-içecek bölümünde görev yaptığı göze çarpmaktadır. Öğrencilerin % 59,2'si yiyecek-içecek bölümünde serviste, % 30,3'ü bar departmanında ve % 8,6'sı da mutfakta görev yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar itibariyle öğrencilerin çok büyük bir kısmının yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum da öğrencilerin önemli bir kısmının yiyecek-içecek bölümü ile ilgili değerlendirmelerini yaparken sadece kulaktan dolma bilgilerden ya da derslerde öğrendiklerinden değil yaşayarak edindikleri deneyimlerden yararlanmış olma olasılığını yükseltmektedir.

Öğrencilerin Yiyecek-içecek Bölümüne Yönelik Tutumları

Aşağıdaki kısımda öncelikle araştırma kapsamındaki öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını ayrıntıları ile ele alıp inceleyebilmek için bu amaçla geliştirilmiş olan ölçeğe yer alan önermelere öğrenciler tarafından verilen cevaplar irdelenmiştir. Bu bağlamda Tablo 2'de öğrencilerin her bir önermeye verdiği cevaplar yüzde dağılımları şeklinde sunulmuş ve otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümlüne yönelik olumlu ve olumsuz tutumları yüzde analizi yolu ile belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla öğrenciler verdikleri cevaplar dikkate alınarak, önermelere katılanlar, kararsızlar ve katılmayanlar şeklinde üç ana grupta toplanmıştır. Bunu sağlayabilmek için önermelere tamamen katıldığını ifade edenler ile katıldığını belirtenlerin sayısı toplanmış ve önermelere katılanlar grubu oluşturulmuştur. Benzer şekilde önermelere katılmayanlar grubunu oluşturmak için de hiç katılmayanlar ile katılmayanların sayısı toplanmıştır. Bu işlemlerin ardından yüzdeler alınmıştır. Bu noktada belirtmek gereken bir başka husus, ölçeğe yer alan bazı önermelerin cümle yapısı itibariyle olumsuz olmasından dolayı bu tür önermelere katılanların yaklaşımlarının da olumsuz olarak değerlendirilmiş olmasıdır.

İlk olarak öğrencilerin, otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümüne yönelik olumlu tutumları ele alınacak olur ise yaklaşık % 80 - % 90 gibi oranlarla en fazla sayıda öğrencinin üzerinde fikir birliğinde olduğu önermelerin "bir yiyecek-içecek müdürü yaptığı çalışmalarla bir otelin başarısına büyük katkılar sağlayabilir", "bir otel yöneticisi olabilmek

Tablo 2. Öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışmaya yönelik tutumları

Önermeler	Katılanlar %	Katılmayanlar %	Kararsızlar %
1. Bir çok otelde yiyecek-içecek bölümünde ücretler diğer bölümlere göre daha iyi düzeydedir	21,2	32,1	46,7
2. Yiyecek-içecek bölümünde yer alan bir çok iş pozisyonunun toplumdaki statüsü düşüktür	70,7	20,1	9,1
3. Yiyecek-içecek bölümünde çalışmak yönetsel becerilerden çok fiziksel becerileri gerektirir	62,5	18,1	19,4
4. Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümü hakkında teknik bilgiye sahip olmak gerekir	89,1	8,5	2,4
5. Yiyecek-içecek bölümü benim için cezbedici değildir	63,6	15,2	21,2
6. Turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır	83,5	12,2	4,3
7. Bir çok otelin yiyecek-içecek müdürü, işini iyi yapmaktadır	17,8	57,7	24,5
8. Otellerin yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu, yaptığı işe göre hakettiği ücreti alamamaktadır	79,0	14,8	6,2
9. Toplumda yiyecek-içecek bölümünde çalışanlara sadece garson ya da aşçı gözü ile bakılmaktadır	86,0	7,9	6,1
10. Yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu, işleri ile ilgili inisiyatif kullanabilmektedir.	24,5	38,7	36,8
11. Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmak gerekir	75,8	12,7	11,5
12. Bir yiyecek-içecek müdürü yaptığı çalışmalarla bir otelin başarısına büyük katkılar sağlayabilir	92,7	6,1	1,2
13. Yiyecek-içecek yönetimi ile ilgili gelişmeleri yakından takip ederim	29,3	28,0	42,7
14. Yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır	86,0	11,6	2,4
15. Yiyecek-içecek bölümünde çalışarak, istediğim yaşamı sürdürebilecek düzeyde gelir sağlayacağıma inanmıyorum	68,3	14,0	17,7
16. Ailem ve çevremde yiyecek-içecek bölümünde çalışmam hoş karşılanmamaktadır	34,5	31,5	33,9
17. Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarısını ya da başarısızlığını belirleyen en önemli bölümlerdendir	83,0	12,7	4,2
18. Mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum	64,0	25,6	10,4
19. Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkanı sağlayan bölümdür	83,6	12,7	3,6
20. Bir çok yiyecek-içecek müdürü astlarından gelen önerileri dikkate almaktadır	18,9	39,6	41,5
21. Yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar sürekli yeni bir şeyler öğrenme fırsatı bulmaktadır	39,6	30,5	29,9
22. Bir çok otelin yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar yöneticileri tarafından hak ettikleri şekilde ödüllendirilmektedir	7,9	42,7	49,4
23. Yiyecek-içecek bölümünde yapılan bir çok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna inanmıyorum	46,0	24,5	29,4
24. Yiyecek-içecek bölümünde yapılan bir çok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür	18,4	35,6	46,0

için yiyecek-içecek bölümünde teknik bilgiye sahip olmak gerekir” “yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır”, “yiyecek-içecek bölümü otel işletmelerinde en fazla oranda iş imkanı sağlayan bölümdür”, “turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır”, “yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarısını ya da başarısızlığını belirleyen en önemli bölümlerdendir”, “bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmak gerekir” şeklindeki önermeler olduğu görülmektedir. “Yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar sürekli yeni bir şeyler öğrenme fırsatı bulmaktadır” biçiminde ifade edilen önermeye yaklaşık % 40 dolaylarında önemli bir orandaki öğrencinin katıldığı göze çarpmaktadır.

Öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik olumsuz tutumlarının ise yaklaşık % 60 ile % 85 arasında değişen oranlarda “toplumda yiyecek-içecek bölümünde çalışanlara aşçı ya da garson gözü ile bakılmaktadır”, “otellerin yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu yaptığı işe göre hak ettiği ücreti alamamaktadır”, “yiyecek-içecek bölümünde yer alan bir çok iş pozisyonunun toplumdaki statüsü düşüktür”, “yiyecek-içecek bölümünde çalışarak istediğim yaşamı sürdürebilecek düzeyde

gelir sağlayacağıma inanmıyorum”, “mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum”, “yiyecek-içecek bölümü benim için cezbedici değildir”, yiyecek-içecek bölümünde çalışmak yönetsel becerilerden çok fiziksel becerileri gerektirir” şeklindeki önermeler aracılığı ile açığa vurulduğu görülmektedir. Öğrencilerin yaklaşık % 40 ile % 50 arasında önemli sayılabilecek oranlarda olumsuz yönde fikir birliğinde olduğu diğer önermeler ise “bir çok otelde yiyecek-içecek bölümünde ücretler diğer otel bölümlerine göre daha iyi düzeydedir”, “yiyecek-içecek yönetimi ile ilgili gelişmeleri yakından takip ederim”, “bir çok otelin yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar yöneticileri tarafından hak ettikleri şekilde ödüllendirilmektedir”, “yiyecek-içecek bölümünde yapılan bir çok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna inanmıyorum”, “yiyecek-içecek bölümünde yapılan bir çok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür”, “bir çok yiyecek-içecek müdürü astlarından gelen önerileri dikkate almaktadır” şeklinde sıralanmaktadır.

Öğrencilerin önemli bir kısmının da özellikle “bir çok otelin yiyecek-içecek müdürü işini iyi yapmaktadır”, “yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu işleri ile ilgili inisiyatif kullanabilmektedir”, “ailem ve çevremde yiyecek-içecek bölümünde çalış-

mam hoş karşılanmamaktadır” şeklindeki önermeler karşısında kararsız kaldığı dikkat çekmektedir.

Araştırma sonuçları ile ilgili olarak üzerinde durulması gereken bir başka bulgu da öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışma ya da yönetici olma istekleri ile ilgili oranlardır. “Şu anda bir iş fırsatı karşınıza çıkmış olsa bir otelin yiyecek-içecek bölümünde çalışmak ister misiniz” sorusuna istemem cevabını verenlerin % 55 gibi çok önemli bir oranda olduğu görülmektedir. Kararsızlar % 25 düzeylerinde iken yiyecek-içecek bölümünde çalışma konusunda istekli olanların yaklaşık % 20 gibi bir oranda kaldığı anlaşılmaktadır. Yiyecek-içecek bölümünde yönetici olma konusunda ise bu kez istekli olan öğrencilerin oranının % 42 düzeylerine ulaştığı göze çarpmaktadır. Ancak bu noktada da isteksiz olan öğrencilerin oranının yaklaşık % 33 gibi önemli bir oranda olduğunu da vurgulamak gerekmektedir.

Yukarıdaki açıklamaların gösterdiği gibi bu araştırma ile öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışmaya yönelik tutumlarının olumsuz olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir. Literatür taraması kısmında değinilen turizm eğitimi almış ya da almakta olan öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya karşı tutumlarını ölçmeye çalışan araştırmaların sonuçları hatırlandığında öğrencilerin önemli bir oranının mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmayı tercih etmedikleri ya da belirli bir süre çalıştıktan sonra başka sektörlerle yönedikleri gözden kaçmamaktadır. Bunun başlıca nedenleri arasında çalışma koşullarının yetersizliği, ücretlerin yetersizliği, iş güvencesi olmaması, turizm sektöründe çalışmanın toplumdaki statüsünün düşük olması sayılmaktadır. Benzer şekilde bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırma sonuçlarından da ücretlerin yetersizliği, toplum ve çevrenin yiyecek-içecek bölümünde çalışanlara bakışı, yiyecek-içecek yöneticilerinin yaklaşımları gibi nedenlerle öğrencilerin önemli bir kısmının bir iş fırsatı karşısına çıksa dahi otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümünde çalışmak istemedikleri anlaşılmaktadır.

Öğrencilerin Yiyecek-içecek Bölümünde Çalışmaya Yönelik Tutumlarını Oluşturan Boyutlar

Araştırmaya katılan öğrencilerin konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek bölümünde çalışmaya yönelik tutumlarını oluşturan boyutları belirleyebilmek için ölçekte bulunan 24 önerme faktör analizine tabi tutulmuştur.

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili p tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kav-

ramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı amaçlamaktadır (Büyüköztürk, 2002). Faktör analizi sonucunda oluşan faktörlerin sayısının bulunmasında çoğunlukla faktörlerin özdeğerlerinden yararlanılır. Özdeğer hem faktörlerce açıklanan varyansı hesaplamada hem de önemli faktör sayısına karar vermede dikkate alınan bir katsayıdır (Büyüköztürk, 2002). Değerin yüksekliği o faktörün bağımsız değişkendir varyansı açıklama oranına katkısının yüksekliğini anlatır (Erdoğan, 1998). Faktör analizi sonucu elde edilen faktörlerin varyansı açıklama oranının yüksek olması ilgili kavram ya da yapının o denli iyi ölçüldüğünün bir göstergesi olarak yorumlanmaktadır (Büyüköztürk, 2002). Ölçekte yer alan maddelerin hangi faktör altında toplandığının belirlenmesinde de faktörle maddelerin ilişkisini açıklayan faktör yük değerlerinden yararlanılmaktadır.

Faktör analizi sonucu elde edilen boyutları yorumlamada güçlük ile karşılaşılır ise döndürme işlemi gerçekleştirilir. Döndürme işlemi açıklanan toplam varyansı faktörler arasında yeniden dağıtmaktadır (Yükselen, 2000). Bu çalışmada da faktörlerin yorumunu basitleştirebilmek amacıyla Varimax döndürme yönteminden yararlanılmıştır.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında ölçekte yer alan 24 maddeye uygulanan faktör analizi sonucu 8 faktör (boyut) belirlenmiştir. Tablo 3’de faktör analizi sonucu elde edilen 8 faktör ve bunlara ilişkin özdeğerler ve varyansı açıklama oranları ile birlikte ölçekte yer alan her bir maddenin hangi faktörle ilişkili olduğunu belirten faktör yük değerleri gösterilmiştir. Araştırma verilerine faktör analizi uygulayabilme koşulunu gösteren KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) değeri 0,680 düzeylerinde tatmin edici bir değer olarak hesaplanmıştır. Araştırmaya verilerinden anlamlı faktörler veya değişkenler çıkarılabileceğini gösteren küresellik derecesi de (Bartlett’s Test of Sphericity) 897,245 olarak hesaplanmış ve elde edilen bu değer 0,000 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Faktör analizi sonucu elde edilen 8 faktörün toplam varyansı açıklama oranı da % 62,121 düzeylerinde gerçekleşmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde birinci faktörün özdeğerinin 2,634 ve varyansı açıklama oranının da % 10,976 düzeyinde olduğu görülmektedir. Birinci faktör ile ilişkili ölçek maddeleri ise; “yiyecek-içecek bölümü benim için cezbedici değildir”, “mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum”, “yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür”, “yiyecek-içecek bölümünde çalışmak yönetsel be-

Tablo 3. Öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışmamaya yönelik tutumlarını oluşturan boyutlar

Faktörler *	1	2	3	4	5	6	7	8
Özdeğer	2,634	2,399	1,871	1,827	1,723	1,622	1,508	1,323
Varyansı açıklama oranı %	10,976	9,997	7,797	7,614	7,180	6,759	6,285	5,512
Yiyecek-içecek bölümü benim için cezbedici değildir	,799							
Mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum	,729							
Yiyecek-içecek bölümünde yapılan bir çok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür	,620							
Yiyecek-içecek bölümünde çalışmak yönetsel becerilerden çok fiziksel becerileri gerektirir	,456							
Yiyecek-içecek bölümünde yapılan bir çok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna sanmıyorum	,455							
Yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır		,804						
Turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır		,735						
Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkanı sağlayan bölümdür		,622						
Yiyecek-içecek bölümünde yer alan bir çok iş pozisyonunun toplumdaki statüsü düşüktür		-,547						
Bir çok otelin yiyecek-içecek müdürü, işini iyi yapmaktadır			,727					
Bir çok yiyecek-içecek müdürü astarlarından gelen önerileri dikkate almaktadır			,683					
Yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu, işleri ile ilgili inisiyatif kullanabilmektedir.			,649					
Bir çok otelin yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar yöneticileri tarafından hak ettikleri şekilde ödüllendirilmektedir			,437					
Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümü hakkında teknik bilgiye sahip olmak gerekir				,789				
Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmak gerekir				,626				
Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarısını ya da başarısızlığını belirleyen en önemli bölümlerendir					,832			
Bir yiyecek-içecek müdürü yaptığı çalışmalarla bir otelin başarısına büyük katkılar sağlayabilir					,806			
Bir çok otelde yiyecek-içecek bölümünde ücretler diğer bölümlere göre daha iyi düzeydedir						,756		
Yiyecek-içecek bölümünde çalışarak, istediğim yaşamı sürdürebilecek düzeyde gelir sağlayacağıma inanmıyorum						,604		
Otellerin yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu, yaptığı işe göre hakkettiği ücreti alamamaktadır						,553		
Yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar sürekli yeni bir şeyler öğrenme fırsatı bulmaktadır							,636	
Yiyecek-içecek yönetimi ile ilgili gelişmeleri yakından takip ederim							,594	
Toplumda yiyecek-içecek bölümünde çalışanlara sadece garson ya da aşçı gözü ile bakılmaktadır								,704
Ailem ve çevremde yiyecek-içecek bölümünde çalışmam hoş karşılanmamaktadır								,614
KMO		0,680						
Bartlett's Test of Sphericity		897,245	p = 0,000					
Toplam varyansı açıklama oranı %		62,121						
Güvenirlilik katsayısı		0,7063						

* Birinci faktör yiyecek-içecek bölümüne ilgi, ikinci faktör yiyecek-içecek bölümünde iş bulma olanağı, üçüncü faktör yiyecek-içecek bölümünde yöneticiler, dördüncü faktör otel yöneticiliğine yükselmeye yiyecek-içecek bölümünün önemi, beşinci faktör yiyecek-içecek bölümünün önemi, altıncı faktör yiyecek-içecek bölümünde ücretler, yedinci faktör yiyecek-içecek bölümünde öğrenme ve gelişmeleri takip etme, sekizinci faktör yiyecek-içecek bölümünde çalışmanın sosyal statüsü şeklinde adlandırılmıştır.

cerilerden çok fiziksel becerileri gerektirir", "yiyecek-içecek bölümünde yapılan bir çok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna sanmıyorum" gibi önermelerden oluşmaktadır. Bu faktör yiyecek-içecek bölümüne ilgi şeklinde adlandırılmıştır.

Özdeğeri 2,399, varyansı açıklama oranı % 9,997 olan ikinci faktörün altında yer alan değişkenler; "yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır", "turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır", "yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkanı sağlayan bölümdür", "yiyecek-içecek bölümünde yer alan birçok iş pozisyonunun toplumdaki statüsü düşüktür" şeklindeki ölçek maddeleridir. Bu faktör de yiyecek-içecek bölümünde iş bulma olanağı şeklinde adlandırılmıştır.

Üçüncü faktörün özdeğeri 1,871 ve varyansı açıklama oranı da % 7,797 düzeyinde hesaplanmıştır. Bu faktörle ilişkili değişkenler ise "bir çok otelin yiyecek-içecek müdürü işini iyi yapmaktadır", "birçok yiyecek-içecek müdürü astarlarından gelen önerileri dikkate almaktadır", "yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu işleri ile ilgili inisiyatif kullanabilmektedir", "bir çok otelin yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar yöneticileri tarafından hak ettikleri şekilde ödüllendirilmektedir" gibi önermelerdir. Bu faktör yiyecek-içecek bölümünde yöneticiler şeklinde adlandırılmıştır.

Dördüncü faktörün özdeğeri 1,827 ve varyansı açıklama oranı da % 7,614 düzeyindedir ve bu faktörün altında iki değişken yer almaktadır. Bunlar; "bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek

bölümü hakkında teknik bilgiye sahip olmak gerekir" ve "bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmak gerekir" şeklindeki önermelerdir. Bu faktör otel yöneticiliğine yükselmeye yiyecek-içecek bölümünün önemi şeklinde adlandırılmıştır.

Beşinci faktörle ilişkili değişken sayısı da ikidir ve bu faktör 1,723 düzeyinde özdeğere, % 7,180 düzeyinde varyansı açıklama oranına sahiptir. Bu faktör altında yer alan önermeler; "yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarısını ya da başarısızlığını belirleyen en önemli bölümlerdendir" ve "bir yiyecek-içecek müdürü yaptığı çalışmalarla bir otelin başarısına büyük katkılar sağlayabilir" şeklindeki ölçek maddeleridir. Bu faktör yiyecek-içecek bölümünün önemi şeklinde adlandırılmıştır.

Özdeğeri 1,622 ve varyansı açıklama oranı da % 6,759 olan altıncı faktör üç değişkenden oluşmaktadır. Bu değişkenler "bir çok otelde yiyecek-içecek bölümünde ücretler diğer bölümlere göre daha iyi düzeydedir", "yiyecek-içecek bölümünde çalışarak istediğim yaşamı sürdürebilecek düzeyde gelir sağlayacağıma inanmıyorum", "otellerin yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu yaptığı işe göre hakkettiği ücreti alamamaktadır" gibi önermelerdir. Bu faktör yiyecek-içecek bölümünde ücretler şeklinde adlandırılmıştır.

Yedinci faktörün özdeğeri 1,508 ve varyansı açıklama oranı da % 6,285 düzeyindedir. Bu faktörle ilişkili olan iki değişken ise "yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar sürekli yeni bir şeyler öğrenme fırsatı bulmaktadır" ve "yiyecek-içecek yönetimi ile ilgili gelişmeleri yakından takip ederim" şeklindeki önermelerdir. Bu faktör de yiyecek-içecek bölümünde öğrenme ve gelişmeleri takip etme şeklinde adlandırılmıştır.

Sekizinci ve son faktörün özdeğeri 1,323 ve varyansı açıklama oranı da % 5,512 olarak hesaplanmıştır. Bu faktör de iki değişkenden oluşmaktadır. Bu değişkenler de "toplumda yiyecek-içecek bölümünde çalışanlara sadece garson ya da aşçı gözü ile bakılmaktadır" ve "ailem ve çevremde yiyecek-içecek bölümünde çalışmam hoş karşılanmamaktadır" şeklindeki önermelerdir. Bu faktör yiyecek-içecek bölümünde çalışmanın sosyal statüsü şeklinde adlandırılmıştır.

Bu çalışmada ortaya çıkan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarına ilişkin boyutların, literatür taraması kısmında değinilen çalışmalarda turizm sektörüne yönelik tutumları oluşturan boyutlar arasında sayılan ve ücret, yöneticiler, öğrenme fırsatı, işin önemi, endüstriye bağlılık, sosyal statü (Huyton ve Sutton 1996; Eren 2000;

Kuşluvan ve Kuşluvan 2000) şeklinde adlandırılan boyutlar ile benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Öğrencilerin Yiyecek-içecek Bölümüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi

Bu başlık altında, araştırma sonuçlarından hareketle öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışma ve yönetici olma isteklerinin onların demografik özelliklerine göre değişiklik gösterip göstermediği, öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını oluşturan boyutların (faktörlerin) yine onların demografik özelliklerine göre farklılık arz edip etmediği ve söz konusu boyutların öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışma ve yönetici olma istekleri itibariyle değişim gösterip göstermediği ele alınacaktır.

Cinsiyeti, sınıfı, mezun olduğu lise, en uzun süre ile çalıştığı otel bölümü, yiyecek-içecek bölümünde en uzun süre ile çalıştığı birim gibi demografik değişkenler itibariyle öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışma ve yönetici olma isteklerinin ne derece farklılık arz ettiğini ortaya koyabilmek amacıyla ki kare testleri gerçekleştirilmiş ve sadece "en uzun süre ile çalıştıkları bölümünün" farklılığa yol açan değişken olduğu görülmüştür. Daha açık ifade etmek gerekirse daha önce en fazla süre ile yiyecek-içecek bölümünde çalışanların yaklaşık % 45'i bir iş fırsatı karşısına çıkarsa yiyecek-içecek bölümünde çalışmak istemezken, bu oran en fazla süre ile önbüro, kat hizmetleri ve benzeri diğer otel bölümlerinde çalışanlarda yaklaşık olarak % 72 düzeylerinde gerçekleşmiştir. Bu iki grup arasındaki farklılık, ki kare testi (Pearson ki-kare = 12,021; p = 0,002) sonucuna göre de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde yönetici olma istekleri konusunda da benzer bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Daha önce en fazla süre ile yiyecek-içecek bölümünde çalışan öğrencilerin % 50'si yiyecek-içecek bölümünde yönetici olmayı isterken, diğer otel bölümlerinde çalışanlar için bu oran % 30 düzeylerindedir. Bu farklılık ki kare testi sonucuna (Pearson ki-kare = 7,977; p = 0,019) göre de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Öğrencilerin cinsiyet, sınıf, mezun oldukları lise, en uzun süre ile çalıştıkları bölüm ve yiyecek-içecek bölümünde en uzun süre ile görev yaptıkları birim gibi demografik özelliklerinin onların yiyecek-içecek bölümünde çalışmaya yönelik tutumlarına ilişkin sekiz boyut itibariyle her hangi bir değişime neden olup olmadığını belirleyebilmek için ise t-testi ve ANOVA analizlerinden yararlanılmış, sınıf ve en fazla süre ile çalışılan bölüm değişkenlerinin farklılığa neden olduğu tespit edilmiştir. t testi so-

nuçlarına (t değeri = 3,780; $p = 0,000$) göre öğrencilerin devam ettikleri sınıf, yiyecek-içecek bölümünde yöneticiler şeklinde adlandırılan üçüncü faktörde bir değişime neden olmaktadır. Üçüncü faktör itibarıyla, üçüncü sınıf (ortalama = 2,90) ve dördüncü sınıf (2,53) öğrencilerinin ortalamaları karşılaştırıldığında üçüncü sınıf öğrencilerinin yiyecek-içecek bölümündeki yöneticilerin uygulamalarını dördüncü sınıf öğrencilerine göre daha olumlu değerlendirdikleri ileri sürülebilir.

ANOVA testi sonuçlarına (F değeri = 3,508; $p = 0,005$) göre öğrencilerin en fazla süre ile çalıştıkları bölümün yiyecek-içecek bölümüne ilgi şeklinde adlandırılan birinci faktörde farklılığa neden olduğu görülmektedir. ANOVA analizini takiben gerçekleştirilen Sheffee testi sonucuna göre de daha önce en uzun süre ile yiyecek-içecek bölümünde çalışan öğrencilerin diğer bölümlerde çalışanlara göre yiyecek-içecek bölümüne daha fazla ilgili oldukları söylenebilir.

Öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını oluşturan boyutların onların yiyecek-içecek bölümünde çalışma istekleri ve yiyecek-içecek bölümünde yönetici olma hedeflerine göre herhangi bir değişim gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacı ile ANOVA analizine başvurulmuştur. Söz konusu analiz sonucu gerek öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışma istekleri gerekse de yiyecek-içecek bölümünde yönetici olma hedefleri bakımından yiyecek-içecek bölümüne ilgi şeklinde adlandırılan birinci faktörde, otel yöneticiliğine yükselmede yiyecek-içecek bölümünün önemi şeklinde adlandırılan dördüncü faktörde ve yiyecek-içecek bölümünde öğrenme ve gelişmeleri takip etme şeklinde adlandırılan yedinci faktörde değişim olduğu saptanmıştır. Buna göre yiyecek-içecek bölümünde çalışma konusunda istekli olan ve gelecekte yiyecek-içecek bölümünde yönetici olma hedefinde olan öğrencilerin, isteksiz ve kararsız olan öğrencilere göre yiyecek-içecek bölümüne ilgi, otel yöneticiliğine yükselmede yiyecek-içecek bölümünün önemi ve yiyecek-içecek bölümünde öğrenme ve gelişmeleri takip etme şeklindeki boyutlar karşısında daha olumlu yaklaşım sergiledikleri ileri sürülebilir.

Bu araştırma ile ortaya çıkan önemli bir bulgu, yiyecek-içecek bölümünde uzun süre deneyim sahibi olmanın öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik olumlu tutumlar geliştirmesine katkı sağlayabileceği yönündedir. Söz konusu bulgu, literatür taraması kapsamında değinilen Ross (1992), Murhpy (1985) gibi yazarların ileri sürdüğü "turizm sektöründe deneyim sahibi olmanın sektöre

yönelik olumlu tutumların gelişmesine katkı sağladığı" şeklindeki görüş ile tutarlılık arz etmektedir. Ancak bu bulgunun Pavesic ve Brymer (1990), Getz (1994), Barron ve Maxell (1999), Kuşlivan ve Kuşlivan (2000) gibi yazarların çalışmalarında ortaya çıkan bulgular ile ters düştüğünü de belirtmek gerekmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu konaklama işletmeciliği bölümü öğrencilerinin otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda uygulanan anket sonucu elde edilen veriler ile gerçekleştirilen analizlerin bulguları ışığında araştırma sonuçları aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Araştırma kapsamına alınan öğrencilerin tamamına yakını daha önce yiyecek-içecek bölümünde görev yapmıştır ve çok önemli bir oranı da ortaöğrenimi boyunca yiyecek-içecek konusunda eğitim almış durumdadır. Ayrıca öğrencilerin çoğunluğunun yiyecek-içecek bölümünde bar ve restoran servisinde deneyim sahibi olduğu göze çarpmaktadır.

Araştırma ile ortaya çıkan kayda değer bir bulgu, öğrencilerin önemli bir oranının otel işletmelerinde yiyecek-içecek bölümünde çalışmak istemedikleri ve yiyecek-içecek bölümünde yönetici olmayı hedeflemedikleri yönündedir. Araştırmanın dikkat çeken diğer bulgularına dayanarak, öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünün otel işletmesi için arz ettiği önemin, yiyecek-içecek bölümünün sağladığı istihdam olanaklarının ve otel yöneticiliğine yükselmede yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmanın getirdiği yararın farkında olduklarını söylemek mümkündür. Ancak öğrencilerin bir çoğunun, toplumun ve çevrelerinin yiyecek-içecek bölümünde çalışanlara bakışı, yiyecek-içecek bölümünde çalışarak elde edilecek gelir ve yiyecek-içecek bölümü yöneticilerinin yaklaşımları gibi konularda olumsuz görüşlere sahip olduğu da dikkat çekmektedir. Bu olumsuzlukların da öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne duydukları ilgiyi azalttığını ileri sürmek ve tüm bunların bir yansıması olarak da öğrencilerin önemli bir çoğunluğunun yiyecek-içecek bölümünde çalışmak istemediği yönünde bir saptama yapmak da olanaklıdır. Araştırma bulgularından çıkan önemli bir diğer sonuç da yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmanın öğrencileri bu bölüme yönelik olumlu tutumlarına yöneltebileceği şeklindedir.

Araştırma sonucu ulaşılan önemli bulgulardan bir diğeri de öğrencilerin yiyecek-içecek bölümü-

ne yönelik tutumlarını oluşturan sekiz adet anlamlı boyutun tespit edilmiş olmasıdır. Söz konusu boyutlar da yazarlar tarafından yiyecek-içecek bölümüne ilgi; yiyecek-içecek bölümünde iş bulma olanağı; yiyecek-içecek bölümünde yöneticiler; otel yöneticiliğine yükselmeye yiyecek-içecek bölümünün önemi; yiyecek-içecek bölümünün önemi; yiyecek-içecek bölümünde ücretler; yiyecek-içecek bölümünde öğrenme ve gelişmeleri takip etme; yiyecek-içecek bölümünde çalışmanın sosyal statüsü şeklinde adlandırılmıştır.

Literatür taraması ile turizm eğitimi alan öğrencilerin otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını ölçmeyi amaçlayan bir başka çalışmaya rastlanmadığından, bu araştırma ile elde edilen bulguların bu alana ışık tutacak nitelikte olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Bu araştırma ile sadece öğrencilerin büyük bir kısmının otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümlerinde çalışma konusunda isteksiz oldukları saptanmakla kalmamış, aynı zamanda öğrencilerin bu yöndeki tutumlarının da belirlenmesi ile onların olumsuz yaklaşımlarının nedenleri konusunda da fikir yürütmeye yardımcı olacak ip uçları sağlanabilmektedir.

Ancak yukarıda kısaca sunulmaya çalışılan araştırma bulguları değerlendirilirken çalışmanın bir takım sınırlılıklara sahip olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Çalışma kapsamında sadece Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu konaklama işletmeciliği bölümü öğrencilerine ulaşılabilmektedir. Söz konusu bölümdeki öğrencilerin büyük bir bölümü araştırma kapsamına alınabilmiş olsa da bu araştırma sonuçları Akdeniz Üniversitesi öğrencileri ile sınırlı kalmaktadır. Diğer üniversitelerin turizm bölümlerindeki öğrencilerin de yiyecek-içecek bölümünde çalışmaya karşı benzer görüşlere sahip olup olmadığı konusunda fikir vermemektedir. Bu nedenle bu araştırma sonuçlarını tüm turizm eğitimi veren okulların öğrencilerine genellemek doğru bir uygulama olmayabilir. Bu sınırlılığın yanı sıra araştırma kapsamında turizm eğitimi alan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümünde çalışmaya karşı tutumlarını ölçmede kullanılacak bir araç da sunulmaya çalışılmıştır. Söz konusu ölçüm aracı kullanılarak farklı üniversitelerin öğrencilerini de kapsayacak şekilde daha geniş sayıda bir örneklem üzerinde yeni araştırmaların gerçekleştirilmesi de mümkündür.

KAYNAKÇA

Airey, D. ve Frontistis, A. (1997). Attitudes to Careers in Tourism: An Anglo Greek Comparison, *Tourism Management*, 18(3): 149-158.

- Akoğlan, M. (1998). Turizm Sektöründe İnsan Kaynakları Seçim Yöntemleri, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(2): 16-30.
- Aktaş, A. ve Tarcan, E. (2002). Konaklama İşletmelerinin İşgören Temininde Kullandıkları "Üniversite Kaynağı"nın Yeri ve Önemi: Antalya Yöresinde Bir Araştırma, *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop 11-13 Aralık 2002*. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Altman, L.A. ve Brothers, L.R. (1995). Career Longevity of Hospitality Graduates, *FIU Hospitality Review*, 13(2): 77-83.
- Arıkan, R. (1995). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma*. Ankara: Tutibay Ltd.Şti.
- Barron, P. ve Maxwell G. (1993). Hospitality Management Students' Image of the Hospitality Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5 (5): 5-8.
- Batman, O. (1999). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*. Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Birdir, K. (2002). Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması. *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop 11-13 Aralık 2002*. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Chen, J. S., Chu, K. H. ve Wu, W. (2000). Tourism Students' Perceptions of Work Values: A Case of Taiwanese Universities, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6): 360-365.
- Choy, D. J. L. (1995). The Quality of Tourism Employment, *Tourism Management*, 16(2): 129-137.
- Çetin, Ş. (1999). *Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Eğitimi Alan Elemanların İstihdam Sorunları*. Mersin: Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Çetin, Ş. (2002). Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Mezunlarının İstihdam Sorunları, *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop 11-13 Aralık 2002*. Ankara: T.C. Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Davis, B. ve Stone, S. (1992). *Food and Beverage Management*. 2. Baskı, Oxford: Butterworth, Heinemann.
- Erdoğan, İ. (1998). *SPSS Kullanımı Örnekleriyle Araştırma Dizayını ve İstatistik Yöntemleri Ampirik Bilimsel Araştırmanın Temel İlkeleri ve Sorunları*. Ankara: Emel Matbaası.
- Eren, D. (2000). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmeleri Yöneticilerinden Beklentileri: Literatür Taraması, *Kapadokya Toplantıları VII Turizm İşletmeleri Yöneticilerinin ve Turizm İşletmeciliği Öğrencilerinin Birbirlerinden Beklentileri Hafta Sonu Konferansı*. Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Nebel E. C., Braunlich C. G. ve Zhng Z. (1994). Career Paths in American Luxury Hotels: Hotel Food and Beverage Directors, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 6(6): 3-9.
- Erdoğan, S. ve Şahingöz, S.A. (2001). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Turizm Eğitimi Veren Eğitim Kuruluşlarından Beklentileri, *I. Turizm İşletmeciliği Ulusal Kongresi*, Ankara: Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi: 155-176.
- Getz, D. (1994). Student's Work Experiences, Perceptions and Attitudes Towards Careers in Hospitality and Tourism: A Longitudinal Case Study in Spey Valley, Scotland, *International Journal of Hospitality Management*, 13 (1): 25-37.

- Huyton, J. R. ve Sutton, J. (1996). Employee Perceptions of the Hotel Sector in the People's Republic of China, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(1): 22-28.
- İlkiz, O. ve Hitay, O. (1992). Türkiye'de Turizm Eğitiminin Sorunları, *Turizm Eğitimi Konferans- Workshop*. Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Kozak, M.A. ve Kızıllırmak, İ. (2001). Türkiye'de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, (12): 9-16.
- Koyuncu, M. (2000). Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Turizm İşletmeleri Yöneticilerinden Beklentileri. *Kapadokya Toplantıları VII*. Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Kuşlivan, S. ve Kuşlivan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism Industry in Turkey, *Tourism Management*, (21): 251-269.
- Ladkin, A. (2000). Vocational Education and Food and Beverage Experience: Issues for Career Development, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(4): 226-233.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Methuen.
- Ninemeier, J. D. (1991). *Planning and Control for Food and Beverage Operations*. 3.Baskı, Michigan: East Lansing.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. (2nd Ed.) New York: MCGraw-Hill.
- Pavesic, D.V. ve Brymer, R.A. (1990). Job Satisfaction: What's Happening to the Young Managers? *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 30(4): 90-96.
- Ross, G. F. (1992). Tourism Management as a Career Path: Vocational Perceptions of Australian School Leavers, *Tourism Management*, 13 (2): 242-247.
- Ross, G. F. (1994). What do Australian School Leavers Want of the Industry? *Tourism Management*, 15(1): 62-66.
- Ross, G. F. (1997). Travel Agency Employment Perceptions, *Tourism Management*, 18(1): 9-18.
- Yükselen, C. (2000). Pazarlama Araştırmaları. Ankara: Detay Yayıncılık.
- (2000). Mersin Turizminin "en"leri ve "gen"leri, *Tourism Times*,1(1):8.
- (2002). Otellerde 580 Milyon Dolarlık Yiyecek- İçecek Tüketiliyor, *Resort Turizm ve Seyahat Endüstrisi Dergisi*, 2: 01-03.

Gönderilme tarihi : Ağustos 2003
Birinci düzeltme : Eylül 2003
İkinci düzeltme : Haziran 2004
Üçüncü düzeltme : Eylül 2004
Kabul : Eylül 2004

Arş. Gör. Bahattin Özdemir - Arş. Gör. Aylin Aktaş - Arş. Gör. Volkan Altıntaş, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Kampus, Antalya
E-posta: bahattin@akdeniz.edu.tr
E-posta: aylinaktas@akdeniz.edu.tr
E-posta: altintas@akdeniz.edu.tr