

Turizm Öğrencilerinin Çalışma Bölgesi Seçimleri Üzerine Bir Uygulama

An Application on the Choosing Working Destination of Tourism Students

Oğuz TÜRKAY*, Adem TÜZEMEN**

* Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Esentepe Kampüsü, 54187 Adapazarı, Sakarya
E-posta: turkay@sakarya.edu.tr

** Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, Kaynaklar Yerleşkesi, Buca, 35160 İzmir.
E-posta: adem.tuzemen@deu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi : 07 Ekim 2008

Birinci düzeltme : 17 Nisan 2009

İkinci düzeltme : 09 Haziran 2009

Kabul : 16 Haziran 2009

Anahtar sözcükler:

Çalışma bölgesi seçimi

Turizm öğrencileri

Kariyer geliştirme

Analitik Hiyerarşi Süreci

İzmir, Türkiye.

ÖZ

Bu çalışmada turizm eğitimi alan öğrencilerin çalışacakları bölgeyi seçmelerinde etkili olan unsurlar ortaya koyulmakta ve bu unsurlar üzerinden Türkiye'de hangi turizm merkezinin öne çıktığı tespit edilmektedir. Potansiyel turizm çalışanı olarak öğrencilerin bölge seçimini etkileyen beklentileri belirlenmektedir. Bu beklentilerin bilinmesi işletmeler için insan kaynaklarının yönetilmesi adına stratejik bir önceliğe sahiptir. Bunun yanında, ortaya koyulan sonuçların turizmde görülen yüksek işgören devir hızı ve buna bağlı sorunların çözümünde bir katkısı olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, öğrencilerin çalışma bölgesi seçimini belirleyen sosyal, ekonomik ve kariyer olanakları olmak üzere üç faktöre ilişkin toplam oniki alt faktör ortaya koyulmaktadır. Bunlar arasında kariyer olanakları bölge seçiminde en belirleyici alan durumundadır. En öne çıkan alt faktörler, sırasıyla, deneyim olanağı, beklenen düzeyde para kazanma olanağı ve yurt dışında çalışma bağlantısı olanağıdır. Faktörlerin analitik hiyerarşi süreci değerlemeleri neticesinde ise İstanbul'un en yüksek oranda tercih edilen çalışma bölgesi olarak öne çıktığı görülmektedir.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted : 07 October 2008

Resubmitted : 17 April 2009

Resubmitted : 09 June 2009

Accepted : 16 June 2009

Key words:

choosing working destination

tourism students

career development

Analytic Hierarchy Process

Izmir, Turkey

ABSTRACT

This study aims to investigate the factors that influence the students' decisions on choosing the destination they would work and as a result which tourism destination is mostly preferred by the students. By determining the factors that influence students it will also be possible to point out the key areas such as their expectations, goals and their decision making process. Determination of their expectations and goals has a strategic priority from the human resources management perspective of the tourism enterprises. The results are expected to enlighten and provide possible solutions for high employee turnover rates and related problems which are very common in tourism industry. In order to examine the decision making process of the students the researchers identified three constructs which are: social, economical and career possibilities. Twelve related subconstructs were also identified among which career possibilities is mostly observed as the most important factor in choosing a job destination. A careful examination of these constructs using analytic hierarchy process technique revealed that İstanbul is the most preferred city as a job center.

GİRİŞ

Turizm emek-yoğun bir sektördür. Türkiye'de toplam istihdamın %5,10'u doğrudan turizmde çalışmaktayken, dolaylı istihdam da hesaba katıldığında bu oran %12,76'ya ulaşmaktadır (TURSAB 2007). Turizmde işgücünün nitelikleri, sunulan hizmetin kalitesini büyük oranda etkilemektedir. Bu nedenle, turizmde çalışan işgücünün ve çalışacak olanların turistik ürün üretimine katkıları önemli bir tartışma alanıdır. Birer potansiyel turizm çalışanı olarak ele alınan turizm öğrencilerinin sektörle ilişkileri, algılamaları, beklenti ve seçimleri bu kap-

samda önem arz etmektedir. Turizm öğrencileri, okul hayatı sonrasında, ilgi duydukları bir alanda işe başlayacaklardır. Kariyer geliştirme sürecinin ilk adımı olarak bu aşama, öğrencinin işletmecilik türünü, çalışma bölgesini ve işletmeyi seçme aşamasıdır. İşletmecilik türü açısından turizm sektöründe zengin bir seçim olanağı olduğu söylenebilir. Otelcilik, seyahat işletmeciliği, yiyecek-içecek işletmeciliği, ulaştırma işletmeciliği, rekreasyon işletmeciliği gibi değişik alanlar turizm öğrencilerine yönelik istihdam olanağı sunmaktadır. İşletmenin seçilmesi ise, çoğu zaman çalışma bölgesinin se-

çilmesi sürecini takip eden ve öğrencinin istihdam edilebilirliği kadar, işletmelerin de beklentilerinin devreye girdiği bir aşamadır. Çalışma bölgesinin seçilmesi aşaması bu iki süreç içinde çok kritik, ancak bir o kadar da gözden uzak kalabilen bir inceleme alanı olmuştur. Turizm öğrencilerinin mezuniyetleri sonrasında çalışacakları bölgeyi seçmeleri ile ilgili faktörler ve bu kapsamda Türkiye’de hangi merkezin öne çıktığının araştırıldığı bu araştırma kariyer geliştirme süreçleri üzerine odaklanmakta ve bu alanda fikir ve bilgi üretmek amaçlı olarak ortaya konulmaktadır. İncelenen konu, bölge seçiminin kariyer hayatının ileriki aşamalarında da ortaya çıkan bir süreç olmasından dolayı, kariyer hareketliliği ile de yakından ilgilidir. Bu bakımdan, özellikle coğrafi hareketlilik konusuna değinilmekte ve hareketliliğe neden olan coğrafi etkenlerin neler olabileceği değerlendirme kapsamında tutulmaktadır.

Çalışmanın sunacağı katkı üç boyutta olacaktır. Birincisi, turizm işletmeleri insan kaynaklarını etkin kullanabilmeleri adına potansiyel işgücünün isteklerini bilmek zorundadırlar. Bu bakımdan, turizm eğitimi alan kişilerin çalışma bölgesini seçerken nelere dikkat ettikleri onlar için önemli bir bilgidir. İkincisi, turizmde rekabet edebilir bölgelerin oluşumu açısından yetişmiş kişilerin bölgeye çekilmesi önemli bir konudur. Günümüzde, turizm sektöründe rekabetin işletmeler arasında yaşandığı kadar bölgeler ve şehirler arasında da yaşandığına tanık olunmakta ve bu kapsamda bölgeler arası rekabet etme anlayışının geliştiği gözlemlenmektedir. Rekabeti bölge bazında sürdüren değişik örgütlenmeler de baş göstermiştir. “Destinasyon yönetim örgütü” olarak ortaya çıkan bu örgütlerin, bölgenin en temel rekabet gücü olabilecek olan insan kaynaklarının bölge seçimine özgü beklentilerini turizm öğrencileri özelinde değerlendirmeleri önemli bir bakış yaratabilecektir. Üçüncüsü ise, bölge seçiminde etken olan faktörler üzerinden, turizm çalışanlarının sektörde çalışmaya devam etmeleri için gereken kolaylıklar hakkında fikir yürütülebilir. Turizm eğitimi almış olan öğrencilerin turizmde çalışma eğilimleri oldukça düşüktür. Bu sorun sektörün ve dolayısıyla ülke ekonomisinin geleceği açısından bir tehdittir. Bu sorunun kaynaklarını bulmaya çalışmak akademik çevrelerin önemli bir görevi olarak belirmektedir. Bu çalışmada da turizm öğrencilerinin çalışma yeri seçiminde temel aldıkları etkenlerin analiz edilmesi yolu ile onların sektöre yaklaşımları değerlendirilebilecektir. Çünkü, çalışma bölgesi seçiminde

temel alınan kriterler aslında turizme, turizmde çalışmaya, turistik işletmelere karşı yaklaşımı da oraya koymaktadır.

Çalışmada turizm öğrencilerinin bölge seçimleri teorik düzeyde ele alınmaktadır. Ortaya koyulmuş olan araştırma sorusu üzerinden öğrencilerin çalışma bölgesi seçimini belirleyen etkenleri tespit etmeye yönelik odak grup görüşmesi ve sonuçları ortaya koyulmaktadır. Belirlenen etkenler itibarıyla öğrencilerin tercihinin Antalya, İstanbul ve İzmir illerinden hangisine yöneldiği analitik hiyerarşi süreci yaklaşımıyla sınanmaktadır.

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN ÇALIŞMA BÖLGESİ SEÇİMİ VE HAREKETLİLİĞİ

Çalışma bölgesinin seçimi, turizm çalışanının çalışacağı bölgeyi alternatifleri arasından seçmesini ifade etmektedir. Kavramın turizm sektörü için taşıdığı özel bir önem söz konusudur. Birçok çalışma alanında meslek seçiminden veya çalışılacak işletmenin seçiminden söz edilebilir. Çalışma bölgesinin seçimi meslek seçimine ve işletme seçimine bağlı olacağı düşünülerek göz ardı edilebilir. Ancak, turizmin mekana bağlı özelliği ve turizmde mekansal yoğunlaşma, bölgeleri kendi içinde benzer özellikler gösteren ve diğer bölgelerden ayrılan özelliklere sahip birer aktör durumuna getirmektedir. Bir turizm çalışanının kariyer beklentileri de meslek ve işletme ile ilgili olduğu kadar, bölgeyle de ilgili olabilmektedir.

Turizm çalışanını çoğu zaman kendi yaşadığı veya tanıdığı çevrenin dışına çıkmak durumunda bırakan çalışma bölgesi seçimi, çalışanın kariyer geliştirme tercihleri ile ilgilidir. Bu seçim kariyer geliştirme sürecinin ilk adımlarından birisidir. Kariyer geliştirme, bireylerin kariyer hedeflerini belirlemesi, deneyimlerini bu hedeflere göre oluşturması ve bu süreçleri yönetmesi anlamına gelmektedir (McCauley ve Hezlett 2001). Kariyer geliştirme süreci iş/çalışma değerleri, kültürel değerler, etnik köken, cinsiyet, meslekle ilgili bilgi, kişinin kendi yetenekleri hakkındaki düşüncesi ve tahminleri gibi kişisel etkenlerden etkilenmektedir (Brown 2002). İşletme ve iş çevresi ile ilgili birçok etken de kariyere etkileri kapsamında değerlendirilmektedir. Örneğin, sektörün yapısına bağlı olarak öne çıkan “bağlantı” (networking) olgusu veya işletmelerin ücret vb. uygulamaları yanında, “mentorluk” gibi çalışanı yönlendirme ve danışmanlık yapma uygulamaları turizm çalışanlarının kariyer yolculuğunun önemli belirleyicileridir (Ladkin 2002; McCa-

be 2008). Ancak, bu etkenlerin çalışma bölgesi seçimi aşamasında nasıl bir rol oynadığı açık değildir.

Turizm eğitimi alanların çalışma bölgesi seçimi konusunda etken olan faktörleri açıklamak üzere yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Kariyer geliştirme kapsamında coğrafyayı bir değerlendirme kriteri olarak ele almak popüler bir yaklaşım değildir. Ancak, son yıllarda özellikle kariyer hareketliliğinin bir kariyer geliştirme stratejisi olarak öne çıkması, çalışma bölgesi seçimini de kritik bir aşama olarak daha ön plana çıkarmıştır. Kariyer hareketliliği olgusu çoğu zaman bir coğrafi hareketliliği, dolayısıyla bir coğrafi seçimi gerekli kılmaktadır. Kariyer hareketliliği, çalışanın kariyer yolculuğu boyunca belli bir işletmeye bağlı kalmadan, farklı kariyer basamaklarını, farklı işletme ortamlarını ve farklı bölgeleri deneyimlemesidir. Kariyer hareketliliği, son yıllarda önemli bir kariyer geliştirme stratejisi olarak görülmektedir. Çalışanların belli bir işyerine bağlı kalması ve çalışma hayatının tamamını bu işyerinde geçirmek üzere bir kariyer beklentisi içinde olması dönemi sona ermiştir. Çalışanlar, farklı işletmelerde çalışmak suretiyle deneyim elde etmeyi kariyerleri açısından daha doğru bir yol olarak görmektedirler (McCabe 2008). Belli bir işletmeye bağlı kalmama ve kariyer gelişimi açısından hareketlilik güdüsü, çalışanların kariyerleri boyunca farklı çalışma bölgelerini seçmeleri olgusunu da geçmişe göre daha fazla oranda önemli kılmaktadır. Meslek seçimi, bölge seçimi gibi kararların Szivas, Riley ve Airey'e (2003) göre de kariyer hareketliliği olgusu ile yakından ilgisi vardır.

McCabe'in (2008) ampirik bulgularına göre, turizm çalışanlarının kariyer yolculuğunda öne çıkan belli hareketlilik türleri; iş ve sektör hareketliliği, zaman hareketliliği, ve coğrafi hareketliliklerdir. Turizm çalışanları için iş ve sektör hareketliliği oldukça yüksektir. Bu durum, sektörün işgören devrinin yüksek olması anlamına gelmektedir. Turizmde yüksek işgören devrini besleyen yapısal dinamikler düşük ücretler, uzun mesai saatleri, vardiya usulü çalışma ve stres gibi faktörlerdir (Fraser 2003). Bu faktörlere bağlı olarak, turizm çalışanları ulaşmak istedikleri kariyerin önünde sorunlar algılamaktadırlar. Çalışanların kariyer olanakları konusunda tatmin olmamaları kariyer hareketliliğini beslemektedir (Deery ve Shaw 1997; Armstrong 2006). Kariyer hareketliliğini besleyen turizme özgü yapısal sorunlara dayalı bir işgören devri olgusu, özellikle turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin

de kariyerleri ile ilgili kararlarını etkilemekte ve bu etki de önemli oranda sektör dışına doğru bir hareketliliği desteklemektedir (Kelley-Patterson ve George 2001; Kusluvan 2003). Duman, Tepeci ve Unur (2006) Türkiye'de 1988-89 ve 1992-93 döneminde turizm okullarından mezun olan öğrencilerin ancak %30'u civarında bir oranun turizmde çalıştığını belirtmektedir. Turizm öğrencilerinin iş ve sektör hareketliliğine yön veren algılamaları daha staj dönemlerinde oluşabilmektedir. Mesleğe ilk adım olarak kabul edilen stajlar, bazı turizm işletmelerinin kötü uygulamaları nedeniyle öğrencileri turizm sektöründen uzaklaştırmaktadır. Türkiye'de staj yapılan bazı işletmelerin stajyer öğrenciler için uygun gördükleri uzun çalışma saatleri, kötü barınma olanakları, sağlıksız yeme-içme olanakları vb. uygulamalar uzmanları konu hakkında uyarılar ve öneriler geliştirmeye itecek düzeyde önemli birer sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Kozak 2006 ve 2008). Turizm eğitimi alan kişilerin önemli bir kısmının belirtilen sorunlara bağlı olarak turizm sektöründe kariyer planlamadıkları anlaşılmaktadır.

Coğrafi hareketlilik turizm çalışanları arasında sıklıkla görülmektedir. McCabe'nin (2008) bulgularına göre Avustralya'da kongre ve fuar alanında çalışan turizm profesyonellerinin %45'i kariyer hayatı boyunca ülke içinde farklı şehirlerde çalışmışken, %34'ü farklı ülkelerde çalışmış olduklarını ifade etmektedir. Bu bulgularla araştırmacı, kariyer yolculuğunda bir turizm çalışanının kariyer hareketliliğini kendi inisiyatifi doğrultusunda bir kariyer planlama ve geliştirme stratejisi olarak izlediğini vurgulamaktadır. Turizm çalışanları bilgi ve deneyim kazanmak amacıyla işletme değiştirmek yanında, çalışma bölgesini değiştirmeyi de bir kariyer geliştirme stratejisi olarak tercih etmektedir. Turizm alanında özellikle yüksek öğrenim gören kişilerin ise daha hareketli bir kariyer planladıkları düşünülebilir. Çünkü eğitim, özellikle coğrafi hareketliliği önemli oranda etkileyen bir faktördür (Ladkin 2002). Eğitimli kişiler çalışma bölgesi olarak daha zengin bölgeleri seçmektedirler (Archibald 2008). Yüksek eğitim almanın iş yaşamında yüksek gelir elde etmeye olanak sağlayacağını beklediği görgül olarak da ortaya koyulmaktadır (Webbink ve Hartog 2004). Rolleston ve Oketch (2008) eğitimin uzak ülkelere göçe etkisi olduğunu ve köyden göçü etkilediğini, eğitim seviyesi yükseldikçe çalışanların başka coğrafi bölgelerde çalışma oranlarının arttığını görgül olarak ortaya koymaktadır.

Turizm çalışanları için işletme seçimi karşısında çalışma bölgesi seçiminin ön plana çıkması ve işletmelerin özelliklerinin, işletmenin yerleşik olduğu bölgeye bağlı olarak algılanması bölge seçimini önemli kılmaktadır. Bu seçimi etkileyen faktörlerin açıklanması ise özellikle turizm profesyonellerine ve işletmelere önemli faydalar sunacaktır. Turizm işletmeleri çalışanların bölge seçimlerini anlamak suretiyle insan kaynağını tanıma adına önemli bir adım atmış olacaktır. Turizm işletmelerinin dinamik bir pazar yapısı içerisinde faaliyet göstermeleri ve sezonluk oluşlarına bağlı olarak ortaya çıkan değişimi yönetme gerekliliği, onların insan kaynakları uygulamalarına daha dikkatle yaklaşmalarını gerektirmektedir (Akoğlan Kozak 2004). Bu dikkat, işgören seçiminden başlamak zorundadır. Turizm işletmelerinin işgören seçiminde çok dikkatli olmaları stratejik bir zorunluluktur. Çünkü uygun olmayan birisinin işe alınması işletme için çok önemli maliyetlere yol açmaktadır. İşe uygun olmayan kişilerin istihdamı işgören devir hızını artırmaktadır. Bu durum işletmeyi, farklı birçok olumsuzluğa katlanmak durumunda bırakmaktadır. Bu nedenle, işletmelerin potansiyel çalışanlarının çalışma hayatından ve çalıştıkları işletmeden ne belediklerini bilmeleri gerekir. Ancak bu şekilde uygun kişiyi işe almaları mümkün olabilir (Stevens ve Beach 1996). İşletmenin rekabet ortamında başarılı olması, işgörenin işle ilgili ne hissettiğine, ne istediğine ve beklediğine bağlıdır (Lam, Zhang ve Baum 2001). Bu açıdan bakılarak, işletme yöneticilerinin bu beklentilerin farkında olmaları stratejik bir önceliğe ve öneme sahiptir denebilir. Ayrıca, işe uygun kişinin seçilememesi seçilen kişinin mutsuz olmasına yol açmaktadır. Bu durum işten ayrılmaları tetiklemektedir (Boylu 2007). Artan işgören devri çalışanların moraline, verimliliğine ve işletmenin itibarına etkileri ile işletmeler için gizli bir maliyet unsurudur (Lam, Zhang ve Baum 2001). Kişisel özellikleri ve beklentileri uygun olan kişilerin çalıştırılması, işe devamlılığı ve iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir. Çalışanların işlerinden tatmin olması, müşteri memnuniyeti yaratmak yolu ile işletmenin rekabet gücüne katkı sağlamaktadır (Gil, Berenguer ve Cervera 2007).

Çalışma bölgesinin seçilmesi, bölgenin özelliklerine bağlı bir değerlendirme sürecidir. Dünyanın her yerinde, bazı bölgelerin veya şehirlerin istihdam kapasiteleri ile öne çıktıkları bilinmektedir. Bu bölgeler birer işgücü pazarı oluşturmaları nedeniyle kendilerine has kariyer olanakları sunmaktadır. Coğrafi yerleşim yeri ve coğrafi konuma

bağlı olarak bölgenin sahip olduğu sektörel gelişme düzeyi, işgücünün bu bölgeye doğru akmasına yol açabilmektedir. Özellikle şehir merkezleri ve metropoller, kariyer hareketlerinin hedef bölgesi durumundadırlar (Hutton ve Ley 1987). Archibald (2008) bölgenin rekabet gücü açısından insan kaynağı geliştirmeye dayalı yatırımlardan bahsettiği çalışmada, insan kaynağını bölgesel bir kaynak olarak ele almakta, insan kaynağının niteliğini bölgeye has özelliklerle açıklamaktadır. Türkiye ölçeğinde de Batı illeri ve özellikle İstanbul ve İzmir gibi metropoller işgücünün hedef bölgesi olarak öne çıkmaktadır.

Tarant'a (2001) göre çalışanın bölge seçiminde etkili olabilecek faktörler, bölgede geçerli olan iş pazarı koşulları, ekonomik performans ve coğrafi özellikler olmak üzere üç başlıkta incelenebilir. İş pazarı koşullarını ortaya koyan unsurlar işgücü oranları, işsizlik oranı, ortalama ücretler vb.'dir. Ekonomik performanstan kasıt, bölgenin gayri-safi hâsılası, kişi başı hâsıla, ekonomik istikrar gibi bölge genelinde hâkim olan ve çalışanın ekonomik kazancını belirleyecek olan genel özelliklerdir. Coğrafi özellikler ise, nüfus, iklim, yaşanan yerden uzaklık gibi etkenlerdir. Greenwood (1969) çalışma bölgesinin, çalışanın yaşadığı bölgede alıştığı sosyal çevreye uygun bir sosyal ortam sunmasının önemine vurgu yapmaktadır. Araştırmacı, bölgeye has özellikleri değerlendiren kişinin, alternatifler arasında daha iyi bölgeler olmasına rağmen, hangi bölgeyi kendisi için uygun göreceğinin önemli olduğunu belirtmektedir. Bu bakımdan, çalışma bölgesinin seçiminde öne çıkan ve kişinin kendi değerlendirmesine girdi teşkil eden birçok faktörden bahsetmek olası görünmektedir.

Mühendislik öğrencilerinin bölge değiştirmelerinde etken olan faktörleri araştıran Tornatzky vd. (1998), öğrencilerin bölge seçimlerinin tesadüfi değil, belli faktörlere bağlı olduğunu, coğrafi faktörlerin öğrencilerin belli bölgelere hareketini etkilediğini vurgulamaktadır. Bu faktörler aynı zamanda, bu kişilerin seçtikleri bölgede yaşamlarına devam etmelerinde de etkilidir. Yüksek nüfusa sahip ve sınır hareketleri açısından geçişe daha az izin verilen bölgeler, daha az nüfuslu ve sınır geçişleri daha rahat olan bölgelere oranla daha fazla oranda mezun öğrencileri elinde tutabilmektedir. Yüksek maaş ve ücret gibi ekonomik faktörler, bölgede daha fazla göç hareketliliği oluşturmaktadır.

Türkiye'de turizm istihdamı kapasitesi ile öne çıkan belli şehirler vardır. Bunlar arasında, öğrencilerin

hangi faktörlere göre karar verip seçim yaptıkları önemlidir. Bu faktörlerin anlaşılması öğrencilerin sektöre yaklaşımları konusunda önemli bilgiler verecektir. Çalışmayı istedikleri bölgenin sorgulanması öğrencilerin "iş"ten ne beklediklerini de ortaya çıkarmakta ve kariyer beklentilerinin detaylarını da ortaya koymaktadır. Bu nedenle, bu çalışmanın odağını açıklayan araştırma sorusu aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

Araştırma Sorusu: Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin okul sonrasında çalışma bölgesini seçerken dikkate aldıkları faktörler nelerdir? Bu faktörler kapsamında Türkiye’de hangi merkez "hedef çalışma bölgesi" olarak öne çıkmaktadır?

YÖNTEM

Hayat, gerek özel gerekse de iş alanında olsun, verilen kararların toplamıdır. Bu bakımdan, her alanda karar vermeye sistematik ve kapsamlı bir yaklaşım en temel gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Karar verme, yaşam kalitesini arttırmak ve hayatın amacını ilerletmek için bir temeldir (Saaty 2001). Bir karar problemini çözerken kurulan model, gerçek sistemi ne kadar iyi temsil ederse, elde edilen sonuçların güvenilirliği de o kadar artacaktır. Özellikle nicel etkenler ile birlikte nitel etkenlerin de göz önünde bulundurulması sonuçların daha gerçekçi olmasını sağlayacaktır (Tüzemen ve Özdağoğlu 2007). Turizm işletmeciliği öğrencilerinin çalışma bölgesi seçimine odaklanan bu çalışmada, hem nitel bir teknikte verilerin sınıflandırılması yapılmış ve hem de, faktörleri nitel ve nicel olarak bir arada değerlendirmeye olanak veren Analitik Hiyerarşi Süreci kullanılmıştır. Bunun için, dört yıllık turizm eğitimi veren bir okulun son sınıf öğrencileri ile bir odak grup çalışması yapılmış ve öğrencilerin çalışma yeri seçimlerini etkileyen faktörler tespit edilmiştir. Bu faktörlere itibariyle, belirlenen illerin karşılaştırılması yapılmıştır. Örneklem kitle Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü son sınıf öğrencileridir. Son sınıf öğrencileri özellikle seçilmiştir. Çünkü bu kitlenin, sektör hakkında daha detaylı bilgisi ve daha gerçekçi beklentileri olduğu düşünülmektedir. Webbink ve Hartog (2004) görgül çalışmasında, son sınıf öğrencilerinin kariyer beklentisi ve kariyer gerçekleşmesi arasında anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymaktadır. Araştırmacı üst sınıflardaki öğrencilerin sektör hakkında, daha alt sınıflara göre daha bilgili olduklarını ve kendi gelecekleri hakkında rasyonel tahminleri olduğunu belirtmektedir.

Çalışma örneklem kitlesinin niteliği dolayısıyla bir "örnek olay çalışması"dır. Sonuçlarının turizm alanında eğitim veren başka okullarda yapılacak uygulamalarla genellenebilir bir hüviyet kazanacağı vurgulanmalıdır.

Odak Grup Çalışması

Odak grup, katılımcılarla bir konu başlığı ya da bir konu başlıkları seti üzerinde detaylı konuşma ve müzakereleri içeren nitel bir tekniktir. Bu tekniğin en önemli özelliği, katılımcılarla dinamik bir etkileşime izin vermesi, serbest bir tartışma ortamı sunması ve grubun bütün olarak belli kavramlar üzerinde bir anlamlandırma çerçevesi geliştirerek tartışmasına olanak sunmasıdır (Henwood ve Pidgeon 2003). Konuyu birlikte değerlendirme ortamı, tüm katılımcıların aynı şeylerden bahsettiklerinden emin olarak tartışmalarına ve sonuçlara bu güven ile ulaşmalarına olanak sağlamaktadır. Odak Grup Çalışması, konu ile ilgisi uzmanlık derecesinde olan bir yürütücü kontrolünde ve beyin fırtınası şeklinde tartışmalara da olanak sunan bir açık uçlu soru-cevap düzleminde gerçekleşmektedir. Katılımcı sayısı genellikle 6-8 arasındadır (Walle 2001). Odak grup çalışmasına Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü’nde okuyan 8 tane son sınıf öğrencisi katılmıştır. Bu öğrencilerin staj yapmış ve sektör deneyimli olmalarına özellikle dikkat edilmiştir. Öğrenciler, turizm işletmelerinde staj yapmış ve çoğu her yaz çalışmakta olan öğrencilerdir. Dolayısıyla, hepsi belli oranda da olsa sektörü tanımaktadır.

Gruba araştırma konusu geniş kapsamlı olarak aktarılmıştır. Daha sonra, konu üzerinde düşüncelerini derinleştirmelerini ve faktörler bağlamında düşüncelerini sağlayabilmek adına, çalışma bölgesini seçerken kendileri için etkili olan ve bundan sonra olabilecek etkenleri bir kâğıda yazmalarını istenmiştir. Bunu yaparken, etkenleri sıralamak konusunda grubun zorlandığı gözlenmiş ve kendi seçimlerini hikâye edebilecekleri de belirtilmiştir. Bu uygulamadan sonra, araştırmacı kontrolünde, grup üyelerinin tercihleri ve hikâyelerine dayalı olarak faktörler oluşturulmaya başlanmıştır. Belirlenen etkenlerin tahtaya yazılarak, katılımcıların görüş alanında tutulmasına dikkat edilmiştir. Oluşturulan faktörler, grup üyelerinin ortak görüşü ve onayı doğrultusunda üst faktörlerin altına yerleştirilmiştir. Bu şekilde, konuyu özetleyen üç faktöre bağlı alt değişkenler oluşturulmuştur (bakınız Tablo 1). Faktörler "sosyal olanaklar", ekonomik olanaklar"

ve “kariyer olanakları” olarak üç başlıkta ortaya çıkmıştır. Sosyal olanaklar, öğrencilerin bölge hakkında algıladıkları kültürel etkinliklerin zenginliğini; sinema, tiyatro vb. boş zaman değerlendirme ve eğlence olanaklarına sahip olmasını; öğrencilerin özel ilgi alanlarına giren konularda sunduğu olanakların çeşitliliğini ve öğrencinin kendi yaşam alanının dışına çıkması suretiyle bölgenin kendisinde yaratacağı yeniliği (değişikliği)/yenilik hissinin kapsamaktadır. Ekonomik olanaklar; bölgenin o bölgede yaşayanlara sunduğu hayat standardını, para kazanma olanaklarının öğrencinin beklentilerine uygunluğunu, öğrencinin bölgede barınma olanağı bulup bulamayacağını ve çalışacak bir işletme bulma açısından alternatiflere sahip olup olmadığını kapsamaktadır. Kariyer olanakları; öğrencinin o bölgede çalışmakla kendini iyi hissetmesini ve bölgenin öğrencide tatmin duygusu yaratarak, kendini gerçekleştirme motivasyonel bir katkı sağlamasını, yurtdışına çıkma amaçlı olarak bağlantı bulmasına olanak vermesini, mesleğinde yükselme olanağı sunmasını ve deneyim kazanmasına olanak sunmasını kapsamaktadır.

Odak grup görüşmesi ile belirlenen faktörlerin bazı bilimsel çalışmalarda tespit edilen sonuçlarla benzerlik gösterdiği görülmektedir. Bu durum odak grup görüşmesi ile elde edilen sonuçların güvenilirliğini ortaya koymaktadır. Örneğin, Rolleston ve Oketch (2008) tarafından yapılan çalışmada Ganali öğrencilerin mesleki yüksek öğrenimlerinden beklentileri arasında önemli oranda “deneyim elde etme” ve “bağlantılar bulma” faktörü yer almaktadır. Bunun yanında, iş bulmada nelerin gerektiği sorulduğunda “tanış olunan insanlar”, “sahip olunan kalifikasyon”, “iş için gereken yeterlilikler”, gibi etkenler öne çıkmıştır. Turizm çalışanlarının işletmeler arasında hareketlilikleri Van der Heijden’e (2001) göre, onların sektör içerisinde farklı kontaklar bulmalarına ve bireysel olarak is-

tihtam edilebilirliklerini artırmalarına yol açmaktadır. McCabe (2008) turizm çalışanları için kariyer geliştirmede, sektörde iyi bir şekilde tanınma ve sağlam bağlantılara sahip olmanın önemini vurgulamaktadır. Hutton ve Ley (1987), özellikle şehir merkezlerinin çalışma bölgesi olarak tercih edilmesini, kişilerin buralarda geniş birer iş çevresine girebilmelerine bağlamaktadır. Çalışanlar farklı sektörlerden işletmelerin bulunduğu bu iş çevresinde bağlantılar bulabilmektedirler. Dolayısıyla, kariyer olanakları kapsamında belirtilen etkenlerin farklı örneklemelerde de aynı şekilde etkili oldukları ortaya çıkmaktadır.

Kariyer olanakları başlığı altında incelenen “yurtdışına çıkma amaçlı bağlantı bulma olanağı”, ve “kendini geliştirebilme/deneyim” etkenleri öğrencilerin okulda öğrendikleri ile sektör arasında bir açıklık algıladıkları, okulda öğrendiklerinin onların kariyer gelişimine cevap vermeyeceğini düşündükleri (Teichler 1999; Zagonari 2009) için kariyer adına öğrenmeye ve gelişmeye devam olanakları aradıkları gerçeğine uygundur. Bunun yanında, öğrencilerin kariyer geliştirme açısından seçim süreçleri, onların gerçekte ne yapabileceklerinden çok, ne yapmayı beklediklerinden ve ne yapmak istediklerine bağlıdır. Kariyer adına yabancı dilin ve yabancı ülkelerde deneyim kazanmış olmanın önemine inandıkları için de, bunu seçimlerinde öne çıkarıyor olmalıydılar.

Öğrencilerin meslek seçimini konu alan bir araştırmanın sonuçları, yaptıkları seçimde öğrencilerin kendi yeteneklerine olan inancı önemli bir etken olarak ortaya koymaktadır (Brown 2002). Öğrencilerin kendi yeteneklerini kariyer seçiminde öncelikleyen yaklaşımları, onların, kendi gelişimleri ve kariyer fırsatı yaratacak niteliklerini geliştirme konusundaki duyarlılıklarını ortaya koymaktadır. Bu bakımdan çalışmada kariyer olanakları başlığı altında ortaya çıkan “kendini geliştirebilme-deneyim” etkeni literatürden de kanıt bulmuş olmaktadır.

Tablo 1. Odak Grup Sonuçlarına Göre Öğrencilerin Çalışma Yeri Seçimini Belirleyen Üç Faktör ve Alt Faktörler

Sosyal Olanaklar	Ekonomik Olanaklar	Kariyer Olanakları
(1) Kültürel çevrenin zenginliği	(1) Bölgenin hayat standardı	(1) Ego tatmini veya kendini gerçekleştirme
(2) Eğlence olanağı (sinema, tiyatro, vb. olanağı)	(2) Beklenen düzeyde para kazanma olanağı	(2) Yurtdışına çıkma amaçlı bağlantı bulma olanağı
(3) Öğrencinin hobilerine cevap verme olanağı	(3) Barınma olanağı (lojman vb)	(3) Mesleki yükselme olanağı
(4) Kendi yaşadığı çevreyi değiştirmek isteyen öğrenciye sağlayacağı yenilik motivasyonu	(4) Farklı işletmelerde çalışabilme olanağı (bölgenin örneğin birçok farklı kalitede otele sahip olması gibi)	(4) Kendini geliştirebilme/ Deneyim kazanma

Bireyin çalışma bölgesini seçerken etkili olan değişkenlerin aslında, bireyin işe ve çalışmaya olan yaklaşımıyla doğrudan ilgisi vardır. Yani, bölgeden beklenti “iş hedefleri (work goals)” paralelinde olacaktır. Çalışma hayatından beklentileri örnekleyen Porteous (1997), “öğrenme fırsatı”, “iyi ilişkiler kurma”, “çeşitlilik (variety)” gibi kişinin duygusal bir tatmin yaşamasına yol etkenlerin önemini vurgulamaktadır. Dolayısıyla, “ego tatmini ve kendini gerçekleştirme” faktörü bu duygusal tatmini ifade eden ve kişinin başarıma ihtiyacının tezahürü olarak görülebilecek bir faktördür. Kişinin başarıma ihtiyacı, her insanda belli düzeyde var olan ve meslek seçimi gibi kariyer geliştirme aşamalarında etken olan bir değişkendir (Porteous 1997).

Öğrencilerin çalışma bölgesi seçimlerinde etkili unsurlardan birinin ekonomik beklentiler olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yüksek eğitim alıyor oluşları, büyük oranda, onların daha ileriki yaşamlarında elde etmek istedikleri yüksek hayat standardı ve yüksek ekonomik kazançla ilgilidir (Rolleston ve Oketch 2008). Dolayısıyla, öğrenciler de çalışacakları bölgeyi seçerken, bu bölgenin onlara getireceği yüksek hayat standardını ve ekonomik getiriyi seçim kriteri olarak ele almak durumundadırlar. Odak grup görüşmesi sonucu olarak, öğrencilerin farklı işletmelerde çalışabilme olanağını önemli bir motivasyon olarak gördükleri ortaya çıkmaktadır. Bu durum, McCabe'nin (2008) bulguları ile örtüşmektedir. Araştırmacı, çalışanların farklı işletmelerde çalışmak, farklı sektörlerde ve bölgelerde çalışmak eğilimlerini tespit etmektedir. Bu eğilimlerin de, kariyer gelişimine katkı sağladığını vurgulamaktadır. Araştırmacıya göre, farklı bölgelerde çalışmak çalışanın özgüvenini de artırmaktadır.

Turizm çalışanın çalışma bölgesi seçiminde rol oynayan etkenlerin hepsi ekonomi ile ilgili veya ekonomik bir beklentiye dayanan kariyer geleceği ile ilgili değildir. Çalışanların kariyerleri ile ilgili seçimlerini mikro-ekonomi açısından ele alan çalışmalara göre, seçimi etkileyen etkenler kişinin yeteneği, işgücü pazarında sunulan fırsatlar ve kişiye uygun iş türleri üzerinde durmaktadır. Ekonomi alanında çalışma yapanların dışında kalan sosyal bilimciler ise, konuyu daha çok ekonomi-dışı faktörler temelinde ele almaktadırlar. Bilindiği gibi, ekonomi alanındaki gelişmelerin de temelinde sosyal bazı olgular yatmaktadır. Max Weber'in kapitalizmin kökenini Protestan ahlakında gören yaklaşımı bu konuda verilebilecek en çarpıcı örnektir (Munshi ve Wilson 2007).

Genç bir insanın meslek seçimi gibi kariyerini etkileyen kararları, onun toplum içindeki yerini belirlemekte ve kendini gerçekleştirmesinin bir aracı olmaktadır (Harper ve Haq 1997). Dolayısıyla, çalışanın kariyeriyle ilgili önemli bir karar aşaması olarak çalışma bölgesi seçiminin, onun mesleki geleceği kadar, bu mesleki gelecek çerçevesinde şekillendirilecek toplumsal beklentilere ve kendini gerçekleştirmeyle ilgili daha duygusal beklentilere de cevap vermesi gerekmektedir. Brown, Fry ve Haris (2008) meslek seçimini, kişisel faktörler (arz-yönlü faktörler) ve işgücü pazarının kısıtlarını barındıran faktörler (talep yönlü faktörler) kapsamında ele almaktadır. Aynı mantığı meslek seçiminin bir yansıması olabilecek olan bölge seçimine uygulayarak, bireysel ve işgücü pazarına has özelliklerin ya da bunların bir bileşiminin bölge seçiminde etkili olacağı düşünülebilir. Bu bakımdan, sosyal olanaklar arasında görülen kültürel çevre, eğlence olanağı, hobilerine cevap bulma ve yaşadığı yeri değiştirmek suretiyle bir yenilenme hissi ihtiyacının bölge seçiminde etkileri olacağı açıktır.

Üzerinde durulması gereken önemli bir konu, yurt dışına çıkma isteğidir. Bu, hem öğrencilerin yabancı dillerini geliştirmek, hem yurtdışında farklı bir kültürel ortamı görmek ve hem de orada kariyer olanaklarını araştırmak konusundaki istekliliklerini ifade etmektedir. Bu konuda yapılmış bazı çalışmalar vardır. Leslie ve Russel'a (2006) göre turizm işletmeciliği öğrencileri için yabancı dil, temel bir gerekliliktir. Kariyer hedefleri konusunda rasyonel beklentiler ve hedefler koyabilen öğrenciler, yabancı dillerini geliştirmek konusunda istekli olacaktırlar. Bu maksatla yurt dışına gitmeyi bir seçenek olarak görebilmektedirler. Örneğin, Goldstein ve Kim'e (2006) göre, ABD'nde yüksek okul öğrencilerinin uluslararası programlara katılma nedenleri; dil öğrenmek ve diğer kültürü tanımının getireceği yararlar yanında, dışarıda çalışma deneyimi edinmek suretiyle küreselleşen pazarda daha rekabetçi bir güç kazanacaklarına inanmalarıdır. Nihayetinde, küreselleşen işgücü pazarı daha yetenekli işçiler gerektirmektedir (Goyette 2008). Çalışanlar, daha fazla yeteneğe sahip olup, daha yüksek oranda istihdam edilebilirliğe ulaşmak adına, uluslararası göçe yönelmektedirler (Syed 2008). Üniversite öğrencileri, daha fazla yetenek elde edebilmek adına küreselleşmenin yarattığı hareketlilikten faydalanmak istemektedirler.

Öğrencilerin, ailelerinin yaşadığı yeri bir çalışma bölgesi alternatifi olarak düşünmedikleri görül-

mektedir. Ailenin yaşadığı bölge ya da şehir çoğu zaman güçlü duygularla da bağlı olunan bir yerdir. Buna rağmen, o bölgenin sunduğu fırsatlar bu bölgede yaşamayı seçip seçmemeyi her zaman çok derinden etkilemektedir (Davis 2003). Küreselleşme ile birlikte, insanların daha hareketli yaşadıkları bir gerçektir. Turizm öğrencilerinin, daha mesleğe ilk adımı attıkları okul yıllarından itibaren farklı bölgelerde çalışıyor oluşları ve hatta okulu da çoğu zaman büyüdükleri çevrenin dışında okumaları, onların, doğup büyüdükleri ve ailelerinin yaşadığı bölgeye bağlılığını azaltıyor olabilir. Bunun yanında, çalışma amaçlı olarak yaşanan alanın dışına çıkma eğilimi ve buna bağlı gelişen yabancı ülkelere göç, çağımızda yoğunluğu her geçen gün artan bir eğilimi yansıtmaktadır. Bu türlü yer değiştirmenin ana eksenini ise kalkınmakta olan ülkelere doğru (Lordoğlu ve Parlak 2008).

Analitik Hiyerarşi Süreci

Öğrencilerin, odak grup çalışmasıyla ortaya koyulan faktörler kapsamında, Türkiye’de hangi merkezleri çalışma alanı olarak gördüklerinin tespit edilmesi, Türkiye ölçeğinde anlamlı sonuçlar ortaya koyacaktır. Bu sayede, birkaç önemli turizm bölgesinden hangisinin daha fazla oranda öne çıktığı belirlenebilecektir. Hangi bölgenin kariyer hareketliliğinin hedef bölgesi olduğu, bu değerlendirme ile ortaya koyulabilecektir. Bunun için, üç ilin bu faktörler itibarıyla Analitik Hiyerarşi Süreci değerlendirmesine alınmasına karar verilmiştir. Bu iller İstanbul, Antalya ve İzmir’dir. Değerlendirme sürecine yalnız bu üç ilin alınmasının sebebi, Antalya ve İstanbul’un Türkiye’de en yüksek oranda konaklama yapılan ilk iki il olması ve İzmir’in de bu sıralamada Muğla ve Ankara’dan sonra beşinci sırada olmasına rağmen (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007) öğrencilerin hâlihazırda yaşadıkları il olmasıdır.

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS, Analytic Hierarchy Process), bir aktiviteler ya da ölçütler setinin görece önem derecelerini belirlemede kullanılan bir yöntemdir (Saaty ve Vargas 1994). Bu yöntemin diğer karar verme yöntemlerinden farkı; karmaşık, çok kişili, çok ölçütlü ve çok periyotlu problemleri hiyerarşik olarak yapılandırmasındadır (Wind ve Saaty 1980). Yöntem, hiyerarşinin her düzeyinde, belirlenen bir ölçüte göre elemanların bir matris yardımıyla ikişer ikişer karşılaştırılmasından ve bu sayede ağırlıklarının ölçeklendirilmesinden ibaret-

tir. Bu ağırlıklandırma geniş bir öz vektör problemine dönüştürülmekte ve normalize edilmiş bir ağırlıklar vektörüyle sonuçlanmaktadır. Bu görece ağırlıklar, faktörler arasında bir önceliğin belirlenmesine yardımcı olmaktadır (Wind ve Saaty 1980).

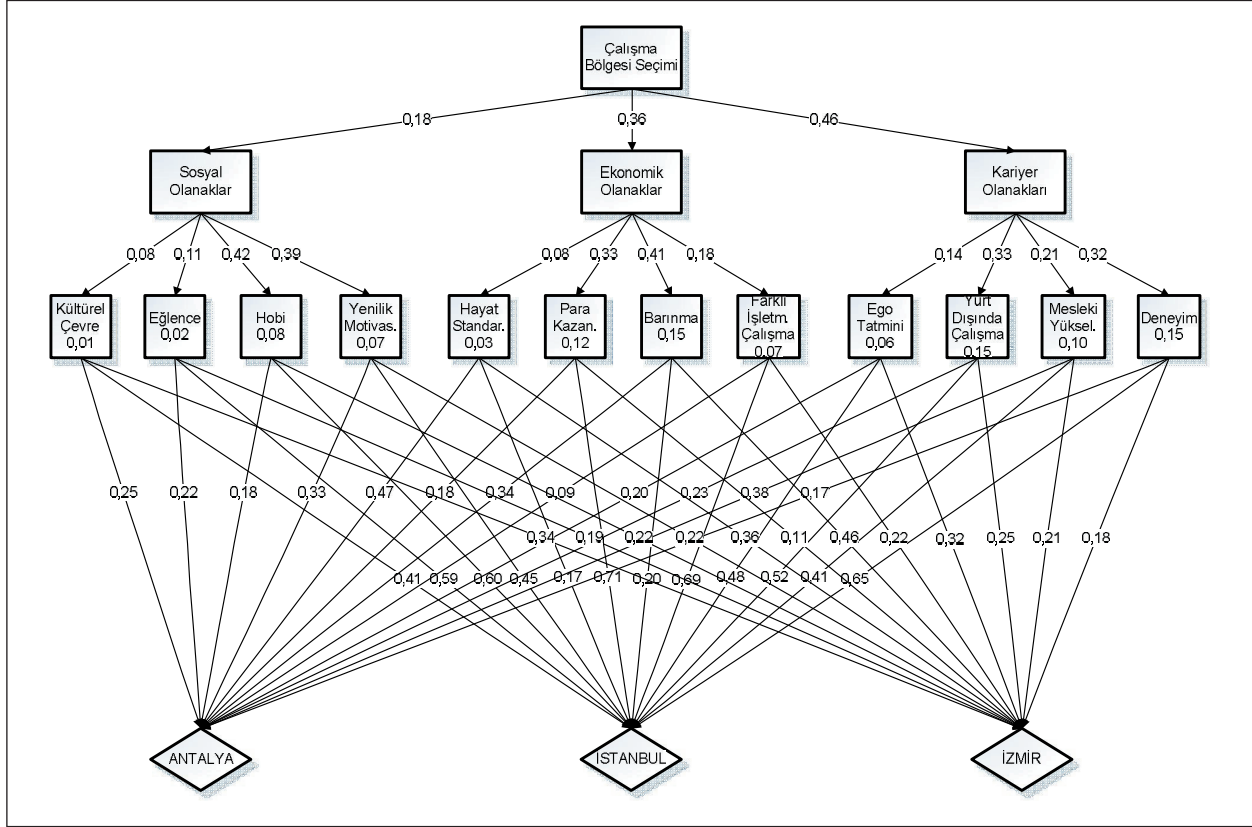
Uygulamada satırlar sütunlarla karşılaştırılarak “satırdaki aktivite sütundaki aktiviteye göre ne kadar daha önemli?” sorusunun cevabı her bir hücre için verilmektedir. Aynı aktivitelerin kesiştiği ve matrisin de diyagonalini oluşturan hücrelerde eşit önemi temsil eden “1” değerleri bulunmaktadır. Diyagonalin alt kısmı ise, katılımcının değerlendirmesi sonucunda kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Zira matrisin aij hücresinin değeri x ise, aji hücresinin değeri 1/x olmaktadır (Yenginel 2000).

Odak grup çalışması ile ortaya koyulan faktörlerin birbirlerine göre ağırlıklarının belirlenmesi ve bundan sonra da, belirtilen üç ile göre aldıkları ağırlıkların belirlenmesi AHS yardımıyla yapılmaktadır. AHS yönteminde temel olarak karşılaştırmanın (1-9) ölçeği ile yapılması önerilmektedir (Saaty 1980). Bu nedenle, karşılaştırmalar (1-9) ölçeğine göre yapılmıştır. Bu ölçekte önem derecesi farklarının ayırt edilmesinin güç olduğu belirtildiği için, cevaplayıcılara her soru detaylı olarak açıklanmış ve cevaplamaları için uzun süreler tanınmıştır.

Odak gurup çalışmasında belirlenen faktörler gruplandırılmış ve bu faktörler araştırma modelinin hiyerarşisini oluşturmuştur. Modelin hiyerarşik yapısı Şekil 1’de verilmiştir. Düzenlenen formlar Microsoft Excel programında faktörler arasında kıyaslamaya olanak verecek şekilde yeniden tasarlanmış ve cevaplayıcılardan bilgisayarlarda bu formları doldurmaları istenmiştir. Cevaplayıcıların bilgisayar laboratuvarında, toplu halde formlara yanıt vermeleri sağlanmıştır. Bu sayede, daha tutarlı sonuçların alınması için bütün sorularda cevaplamaların tam olarak nasıl yapılacağı açıklanmış ve tekniğin uygulanmasına dair yanlış anlamalar bertaraf edilmiştir.

BULGULAR

Katılımcılar Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencileridir. Toplam 35 form doldurulmuş ancak, tutarlı formların ayıklanması sonucu 20 form çözümlenmeye girmiştir. Anket çalışmalarında ana kütleyi yansıtacak büyüklükte bir örneklem oluşturulması gerekirken, AHS uygulamasında karar vericiler sınırlı sayıda kişilerden oluştuğu için, anket gibi çok sayıda kişiye yapılması bir gereklilik değildir (Zultner 2005). Bu bakımdan, geçerli sonuçlara



Şekil 1. Modelin Hiyerarşik Yapısı

erişmek adına tutarlı görünmeyen cevaplamalar elenebilmektedir.

Yapılan çalışma sonunda verilecek karar birçok kişiyi etkileyecek yapıda ise, ikili karşılaştırma karar matrisleri farklı kişilerin yargılarının birleştirilmesi ile oluşturur. Bu birleştirme işleminde birçok araştırmacı, tutarlı ikili karşılaştırma matrisleri elde edebilmek için, geometrik ortalama yönteminin kullanılmasını önermektedir (Saaty 2000; Tam ve Tummala 2001). Çalışmada, bütün formların tutarlılık oranları hesaplanmıştır. Tutarsız olan formlar ayıklandıktan sonra geri kalan 20 formdaki bütün ikili karşılaştırma matrislerinin geometrik ortalaması alınarak, tek bir form haline getirilmiştir. Yeni oluşturulan formun da tutarlılık oranları hesaplanmış ve 0,10'dan küçük olduğu tespit edilmiştir. Tutarlılık oranının 0,10 veya daha düşük çıkması, tutarlılığın makul bir seviyede olduğunu göstermektedir (Taha 1997).

Tablo 2'de sosyal olanaklar, ekonomik olanaklar ve kariyer olanakları ana faktörlerinin "önem düzeyleri (genel skor katsayıları)" gösterilmektedir. Bu değerler; tutarlı formların geometrik ortalama-

larının alınması sonucu elde edilen son matristeki değerlerin sütun toplamaları alındıktan sonra, her hücrenin kendi sütun toplamına bölünmesi sonucunda bulunan değerlerin satır ortalamalarıdır. CI değeri 0,0003 ve CR değeri de 0,0005 olarak elde edilmiştir. $CR < 0,10$ olduğu için elde edilen matris tutarlıdır. Ana faktörler incelendiğinde, Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin çalışma yeri seçiminde kariyer olanaklarına en yüksek oranda önem verdikleri söylenebilir (0,46). Bunu ekonomik olanaklar (0,36) izlemektedir. Sosyal olanaklar ise bu sıralamada 0,18'lik pay ile en sonda yer almaktadır.

Tablo 3'de Sosyal olanaklar ana kriterinin alt kriterleri olan faktörlerin önem düzeyleri ve genel

Tablo 2. Genel Skor Katsayıları

Çalışma Bölgesi Seçimi	Önem Düzeyi
Sosyal Olanaklar	0,18
Ekonomik Olanaklar	0,36
Kariyer Olanakları	0,46
CI = 0,0003	CR = 0,0005

önem düzeyleri yer almaktadır. Önem düzeyleri, Tablo 2'deki değerlerin belirlenmesinde kullanılan yol izlenerek bulunmuştur. Genel önem düzeyleri, sosyal olanaklar ana kriterinin genel skor katsayısının ilgili alt kriterin önem düzeyi ile çarpılması sonucu elde edilmiştir. Örneğin, kültürel çevre faktörü için genel önem düzeyi değeri, sosyal olanaklar ana kriterinin genel skor katsayısı olan 0,18 ile, kültürel çevre faktörünün önem düzeyi olan 0,08'in çarpımı ile bulunmuştur. CI değeri 0,0055 ve CR değeri 0,0061 olarak elde edilmiştir. $CR < 0,10$ olduğu için elde edilen sonuç matris tutarlıdır. Sonuçlar incelendiğinde, sosyal olanaklar ana kriterinin alt kriterleri arasında hobilerin daha fazla oranda önemli bulunduğu görülmektedir. Hobilerden sonra ikinci en önemli unsur yenilik motivasyonudur. Yani bölgenin, yaşadıkları çevreyi değiştiren öğrencilerde yenilik hissi yaratması özelliğini önemli bir özellik olarak algılamaktadırlar.

Tablo 4'te ekonomik olanaklar ana kriterinin alt kriterleri olan faktörlerin önem düzeyleri ve genel önem düzeyleri yer almaktadır. Genel önem düzeyleri, ekonomik olanaklar ana kriterinin genel skor katsayısının, ilgili alt kriterlere dağıtılması sonucu elde edilmiştir. Bu kapsamda örneğin, hayat standardı alt kriterinin genel önem düzeyi, ekonomik olanaklar ana kriterinin önem düzeyi olan 0,36 ile, hayat standardı alt kriterinin önem düzeyi olan 0,08 rakamlarının çarpılması sonucu elde edilmiştir. CI değeri 0,0095 ve CR değeri de 0,0106 olarak bulunmuştur. $CR < 0,10$ olduğu için elde edilen sonuç matris tutarlıdır. Ekonomik olanaklar ana kriterinin alt kriterleri dikkate alındığında, çalışma bölgesi olarak seçilecek bölgenin en önemli özelliği olarak barınma açısından rahat olanaklar sunmasının öne çıktığı görülmektedir. İkinci faktör olarak, fazla para kazanma beklentisi seçime etki ederken, bunu, farklı sektörlerde iş bulma olanağı ve bölgenin hayat standardı takip etmektedir.

Tablo 5, kariyer olanakları ana kriterinin alt kriterleri olan faktörlerin önem düzeylerini ve genel

Tablo 3. Sosyal Olanaklar Alt Kriterinin Genel Önem Düzeyleri

Sosyal Olanaklar (0,18)	Önem Düzeyi	Genel Önem Düzeyleri
Kültürel Çevre	0,08	0,01
Eğlence olanağı	0,11	0,02
Hobiler	0,42	0,08
Yenilik motivasyonu	0,39	0,07
CI = 0,0055	CR = 0,0061	

Tablo 4. Ekonomik Olanaklar Alt Kriterinin Genel Önem Düzeyleri

Ekonomik Olanaklar (0,36)	Önem Düzeyi	Genel Önem Düzeyleri
Hayat standardı	0,08	0,03
Beklenen para	0,33	0,12
Barınma olanağı	0,41	0,15
Farklı sekt. çalış.	0,18	0,07
CI = 0,0095	CR = 0,0106	

önem düzeylerini göstermektedir. Genel önem düzeyleri, ekonomik olanaklar ana kriterinin genel skor katsayısının, ilgili alt kriterlere dağıtılması sonucu elde edilmiştir. Bu kapsamda örneğin, ego tatmini alt kriterinin genel önem düzeyi, kariyer olanakları ana kriterinin önem düzeyi olan 0,46 ile, ego tatmini alt kriterinin önem düzeyi olan 0,14 rakamlarının çarpılması sonucu elde edilmiştir. CI değeri 0,0211 ve CR değeri de 0,0235 olarak elde edilmiştir. $CR < 0,10$ olduğu için elde edilen sonuç matris tutarlıdır. Yurt dışında çalışma amacıyla bağlantı kurma olanağı, kariyer yapmak isteyen bir öğrencinin çalışma bölgesi seçiminde dikkat ettiği en önemli faktör olarak dikkat çekmektedir. Deneyim kazanabilme, kariyer olanakları ana kriterinin ikinci en fazla önemli olan alt kriteridir. Bunları meslekte yükselme ve ego tatmini izlemektedir.

Yukarıda önem sıraları belirlenen alt kriterler, seçim yapılması istenen illere göre karşılaştırılmaktadır. Elde edilen ikili karşılaştırma matrisleri geometrik ortalama ile tek bir matris haline getirildikten sonra, önem düzeyleri belirlenmiş ve ana kriterlerin yükleri dağıtılarak genel önem düzeyleri Tablo 6, 7 ve 8'de gösterilmiştir. Örneğin, sosyal olanaklar (0,18) ana kriterinin en önemli alt kriterleri olan hobiler ve yenilik motivasyonu açısından üç ilin karşılaştırılmasında, İstanbul sırasıyla 0,60 ve 0,45'lik değerler ile ilk sırada yer almıştır. İlgili alt kriterlerin genel önem düzeyleri faktör yüklerine dağıtıldığında, İstanbul'un aldığı genel önem düzeyi değeri, hobiler için 0,05 ve yenilik motivas-

Tablo 5. Kariyer Olanaklar Alt Kriterinin Önem Düzeyleri

Kariyer Olanakları (0,46)	Önem Düzeyi	Genel Önem Düzeyleri
Ego tatmini	0,14	0,06
Yurtdışında çalışma Bağlantısı	0,33	0,15
Mesleki yükselme	0,21	0,10
Deneyim	0,32	0,15
CI = 0,0211	CR = 0,0235	

Tablo 6. "Sosyal Olanaklar" Alt Kriterlerin Seçim Yapılacak İllere Göre Genel Önem Düzeyleri

	<i>Kültürel Çevre</i>	<i>0,01</i>	<i>Eğlence İmkani</i>	<i>0,02</i>	<i>Hobiler</i>	<i>0,08</i>	<i>Yenilik Motivasy.</i>	<i>0,07</i>
Antalya	0,25	0,00	0,22	0,00	0,18	0,01	0,33	0,02
İstanbul	0,41	0,01	0,59	0,01	0,60	0,05	0,45	0,03
İzmir	0,34	0,00	0,19	0,00	0,22	0,02	0,22	0,02
	<i>CI</i>	<i>CR</i>	<i>CI</i>	<i>CR</i>	<i>CI</i>	<i>CR</i>	<i>CI</i>	<i>CR</i>
	0,0046	0,0079	0,0063	0,0109	0,0012	0,0021	0,0032	0,0056

yonu için 0,03'tür. Her bir alt kriterin CR değerlerinin 0,10'dan küçük olduğu görülmektedir. Bu da, elde edilen sonuç matrislerinin tutarlı olduğunu göstermektedir. Katılımcı öğrenciler İstanbul'u diğer iki şehir karşısında daha fazla oranda hobilerine cevap bulabilecekleri ve kendilerini yaşadıkları ilin dışına çıkmak suretiyle yenileyebilecekleri bir şehir olarak görmektedirler.

Ekonomik olanaklar (0,36) kriterinin alt kriterleri açısından yapılan karşılaştırmada farklı şehirlerin öne çıktığı görülmektedir. Örneğin, bu kriter kapsamında en önemli görülen barınma olanağı açısından İzmir, 0,46'lık değer ile ilk sırada tercih edilmektedir. Genel önem düzeyi değerlerinin dağıtılması ile, İzmir'in ilgili alt kriter açısından aldığı genel önem düzeyi değeri de 0,07 olarak bulunmuştur. Barınma olanağı açısından İzmir'in öne çıkmasında öğrencilerin bir kısmının İzmirli olduğu, bir kısmının da okul süresince İzmir'de yaşadıkları için barınma olanaklarına sahip oldukları gerçeği göz ardı edilmemelidir. İkinci en önemli alt kriter olan beklenen düzeyde para kazanma olanağı açısından, İstanbul 0,71 değeri alarak ilk sırada tercih edilmektedir. İstanbul için genel önem düzeyi değeri 0,09'dur. Öğrenciler, İstanbul'u beklentileri düzeyinde para kazanabilecekleri bir şehir olarak görmektedirler.

Kariyer olanakları (0,46) ana kriterinin en önemli alt kriteri olarak elde edilen yurtdışında çalışma bağlantısı ile ilgili beklentinin illere göre karşılaştırılması sonucu, 0,52 ile İstanbul ilk sırada yer al-

mıştır. Alt kriterinin genel önem düzeyi olan 0,15 değeri faktör yüklerine dağıtıldığında, İstanbul'un genel önem düzeyi 0,08 olarak elde edilmiştir. Diğer en önemli alt kriter olan deneyim açısından yine, İstanbul 0,65 değer alarak ilk sırada yer almıştır. Deneyim alt kriterinin genel önem düzeyi değerinin illere dağıtılmasında İstanbul'un payı 0,10'dur. Her bir alt kriterin CR değerlerinin 0,10'dan küçük olduğu görülmektedir. Bu da, elde edilen sonuç matrislerinin tutarlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, kariyer olanakları açısından İstanbul'un en tercih edilebilir şehir olduğu ortaya çıkarmaktadır.

Bu aşamaya kadar "çalışma bölgesi seçimi" ana kriterleri kendi aralarında, her bir ana kriterin alt kriterleri kendi aralarında ve yine her bir alt kriter, belirli illere göre kendi aralarında karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma matrislerinden genel önem düzeyleri elde edilmiştir. Elde edilen genel önem düzeyleri ilgili tablolarda gösterilmiştir.

BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Tablo 6, 7 ve 8 incelendiğinde, katılımcıların çalışma bölgesi seçiminde belirlenen kriterlere göre hangi ilin öncelikli olduğu ve tercih edildiği görülmektedir. Genel önem düzeylerine bakıldığında, İstanbul'un en fazla tercih edildiği ortaya çıkmaktadır. Bu tercihte "kariyer olanakları" ana kriterinin alt kriteri olan "deneyim" faktörünün 0,10 ile en fazla oranda etkili olan kriter olduğu görülmek-

Tablo 7. "Ekonomik Olanaklar" Alt Kriterlerin Seçim Yapılacak İllere Göre Genel Önem Düzeyleri

	<i>Hayat Standardı</i>	<i>0,03</i>	<i>Beklenen Para</i>	<i>0,12</i>	<i>Barınma İmkani</i>	<i>0,15</i>	<i>Farklı Sekt. Çalış.</i>	<i>0,07</i>
Antalya	0,47	0,01	0,18	0,02	0,34	0,05	0,09	0,01
İstanbul	0,17	0,00	0,71	0,09	0,20	0,03	0,69	0,04
İzmir	0,36	0,01	0,11	0,01	0,46	0,07	0,22	0,01
	<i>CI</i>	<i>CR</i>	<i>CI</i>	<i>CR</i>	<i>CI</i>	<i>CR</i>	<i>CI</i>	<i>CR</i>
	0,0001	0,0001	0,0000	0,0000	0,0023	0,0040	0,0014	0,0023

Tablo 8. "Kariyer Olanakları" Alt Kriterlerinin Seçim Yapılacak İllere Göre Genel Önem Düzeyleri

	<i>Ego Tatmini</i>	<i>0,06</i>	<i>Yurtdışında Çalışma</i>	<i>0,15</i>	<i>Mesleki Yükselme</i>	<i>0,10</i>	<i>Deneyim</i>	<i>0,15</i>
Antalya	0,20	0,01	0,23	0,03	0,38	0,04	0,17	0,02
İstanbul	0,48	0,03	0,52	0,08	0,41	0,04	0,65	0,10
İzmir	0,32	0,02	0,25	0,04	0,21	0,02	0,18	0,03
	CI	CR	CI	CR	CI	CR	CI	CR
	0,0021	0,0037	0,0027	0,0046	0,0003	0,0004	0,0005	0,0009

tedir. İkinci sırada 0,09 ile ekonomik olanaklar ana kriterinin bir alt kriteri olan "beklenen düzeyde para kazanma" faktörü gelmektedir. Üçüncü sırada ise, yine kariyer olanakları ana kriterinin bir alt kriteri olan "yurtdışında çalışma olanağı elde etme" alt kriteri 0,08 ile yer almaktadır (Tablo 9). Yurt dışında çalışma alt kriteri, kariyer olanakları ana kriterinin alt kriterleri arasında en önemli faktör olarak karşımıza çıkmasına rağmen, seçim yapılacak iller arasındaki karşılaştırmalar dikkate alınca deneyim faktörü daha ön plana çıkmıştır.

Turizm alanında öğrenim gören öğrencilerin çalışma bölgesi seçimi yaparken, yurt dışında çalışabilme olanağı elde edebilme konusuna çok fazla önem vermekte oldukları söylenebilir. Çalışmada alternatif olarak 3 il sunulmuş ve bu illerden hangisini neye göre tercih edileceğinin cevabı aranmıştır. Elde edilen sonuçlara göre İstanbul, diğer iller olan İzmir ve Antalya'ya göre öne çıkan il olmuştur. Öğrencilerin İstanbul'u özellikle, kariyerlerinde önemli bir yer tutan "deneyim" faktörü için tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Barınma olanağı haricindeki diğer faktörler itibarıyla da İstanbul'un ön plana çıkması, bölgelerin istihdam olanakları kapsamında değerlendirilmesi ile ilgili bir sorunu ortaya koymaktadır. Turizm öğrencileri geleceklemini İstanbul'da görürlerken, Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden birisi olan Antalya ve öğrencilerin tanıdıkları bir şehir olan İzmir'in gerisinde kalması, bu bölgelerin insan kaynaklarına sundukları olanaklar üzerinde düşünmeyi gerekli kılmaktadır. Antalya'ya ve dolayısıyla sahil turiz-

mine yaklaşımın olumsuz olduğu görülmektedir. Antalya ve çevresi önemli oranda turistik hareketliliğe ve çok geniş istihdam kapasitesine sahiptir. Buna rağmen, bir turizm bölgesi olarak, istihdam olanakları ve işgücüne sunacağı fırsatlar açısından İstanbul'un gerisinde değerlendirilmektedir. Antalya'nın olanaklar açısından zayıf kalması, bölgede süregelen turizm türüne mi bağlıdır? Yoksa, yerel yönetimler, işletmecilik anlayışları gibi başka unsurlar mı bu bölgedeki istihdam olanaklarının geliştirilmesinde yeterince etken olamamışlardır? Bunlar araştırılması gereken konular olarak öne çıkmaktadır.

Barınma önemli bir kriter olarak belirirken, bu konuda önce çıkan il İzmir'dir. Bunun çok önemli bir nedeni vardır. O da, bu araştırmanın İzmir'de yerleşik bir okulda yapılmış olmasıdır. Katılımcı öğrencilerin İzmirli olsun veya olmasın, hepsinin İzmir'de konaklama olanakları vardır. Ancak, diğer iki şehirde konaklama olanakları hakkında bilgi sahibi olmamaları, öğrencileri barınma olanağı açısından İzmir'i ön planda değerlendirme konumuna getiriyor olabilir.

SONUÇ

Öğrencilerin çalışma bölgesi seçimlerinde kariyer olanaklarını ekonomik ve sosyal olanakların önüne alıyor olmaları sektörde çalışma eğilimi hakkında olumlu bir görüş sağlamaktadır. Kariyer olanakları kapsamında deneyim kazanmanın önemli görülmesi, öğrencilerin deneyime, dolayısıyla bil-

Tablo 9. Bulguların Toplu Gösterimi

<i>Alt-kriter</i>	<i>Kriter İçinde Genel Önem Düzeyi</i>	<i>İl</i>	<i>İlin Önem Düzeyi</i>
Deneyim Olanağı	0,15	İstanbul	0,10
Beklenen Düzeyde Para Kazanma Olanağı	0,12	İstanbul	0,09
Yurtdışında Çalışma Bağlantısı Olanağı	0,15	İstanbul	0,08
Barınma Olanağı	0,15	İzmir	0,07
Hobilere Cevap Verme	0,08	İstanbul	0,05
Yenilik Motivasyonu	0,07	İstanbul	0,03

gi ve birikime önem verdiklerini göstermektedir. Kariyer arzusu ile, olanakları en yüksek bölgenin tercih edilmesi doğaldır. Buna karşın, kariyer olanağı olarak en önemli kriterin “deneyim” yanında “yurt dışında çalışma olanağı” olarak belirmesi, önemli bir olguyu ortaya koymaktadır. Yurt dışında çalışma olanağından kasıt, öğrencinin ilgili bölgede yurt dışına çıkmasını sağlayacak bağlantılar kurabilmesidir. Bu faktörün önemli bulunmasını, öğrencinin kendi kariyeri açısından yurt dışına çıkmayı en önemli kriter olarak gördüğü şeklinde okumak doğru olacaktır. Kariyer amacıyla yurt dışına çıkmak için en geçerli nedenin yabancı dil bilgisini artırmak olabileceği düşünülebilir. Öğrencilerin yabancı dil öğrenmek amacıyla farklı ülkelerdeki eğitim programlarına vb. katıldıkları bilinmektedir.

Öğrencilerin çalışma bölgesi seçiminde etken olan faktörlerin, onların kendilerini geliştirmek istedikleri alanlara yönelik olduğu gözlenmektedir. Bu bakımdan, ilgili alanlarda öğrencilerin kendilerinde eksiklik hissettikleri düşünülebilir. Bu konuda da, turizm eğitimi veren okullara yönelik öneriler getirilebilir. Eğitim kurumlarının deneyim kazanmaya yardım edecek düzeyde ve uygulama ağırlıklı bir eğitim müfredatı geliştirmeleri gerekmektedir. Yabancı dil konusunda da daha etkin bir eğitim verilmelidir.

Öğrencilerin eğitim hayatı sonrasında da deneyim kazanmayı önemsedikleri ve bunun için de uygun koşullarda deneyim elde edebilecekleri nitelikli tesisleri ve bölgeleri aradıkları görülmektedir. Diğer yandan, sosyal olanaklar çerçevesinde, hobilerini hayata geçirme olanakları arıyor oluşları önemlidir. Turizm işletmelerinde bu arayışlarına çok fazla karşılık bulabileceklerini söylemek zordur. Çünkü, vardiya usulü çalışma, uzun ve yoğun çalışma saatleri çalışanların kendilerine zaman ayırmalarını zorlaştırmaktadır. Bu bakımdan kariyer olanakları kapsamında ortaya koyulan öncelikler kamu ve turizm okulları tarafından dikkate alınacak bir çerçeve sunarken, ekonomik ve sosyal olanaklar özellikle turizm işletmelerine önemli bir geribildirim sunmaktadır.

Turizm işletmelerinin “deneyim”e önem veren yeni işgücüne deneyim olanağı tanınması en önemli konu olarak görülmektedir. Bunun için işletmelerin, işe yeni başlayanları işin yoğunluğu altına terk etmekten çok, onları “yetiştirmek” amaçlı bir yaklaşım içinde olmaları gerekmektedir. Bunun yanında, adaylara, ilgili işletmede deneyim kazanabilecek-

lerinin gösterilmesi gerekmektedir. İşletmelerin işe yeni başlayanlara sunabilecekleri en önemli ekonomik olanak “barınma” olanağıdır. Bunun yanında “yeterli düzeyde para kazanma olanağı” ikincil bir gereksinim olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal olanaklar çerçevesinde ise özellikle çalışanların “hobi”lerini hayata geçirme olanakları araştırılmalıdır. Bu gereksinim, turizm tesislerinde çalışanlar için kullanım alanlarının tasarımı, çalışma sürelerinin düzenlenmesi, çalışma ortamlarının iyileştirilmesi ve işgücünün planlı bir şekilde yönetilmesi gibi konularda işletmelerin etkinliğine bağlı görünmektedir.

Öğrenciler için ön planda değerlendirilen faktörler, bölgelerin yönetimine etki eden kurumlarca da dikkate alınmalıdır. Bu kurumlar genellikle birer “destinasyon yönetim örgütü” olarak ortaya çıkan kamu, yarı-kamu yada özel kurumlar ve sivil inisiyatifler olabilir. Bölgenin en önemli kaynaklarından biri olarak insan kaynağının zenginleştirilmesi bu kurumları temel hedefi olmalıdır. Bu nedenle, eğitilmiş kişilerin bölgeye çekilebilmesi açısından, çalışma bölgesi seçiminde öne çıkan faktörlerin bölge genelinde gözetilmesi önem taşımaktadır. Bu konuda bölge genelinde bir bilinç oluşturulması, işletmeleri de uygulamalar geliştirmeye itebilir.

Öğrencilerin çalışmak isteyecekleri bölge olarak İstanbul’un öne çıkıyor oluşu, ağırlıklı olarak kariyer olanakları açısından değerlendirilmelidir. İstanbul, özellikle “deneyim” kazanmak adına çok önemli avantajlar sunmaktadır. İstanbul’un her türden turizm işletmesinin yoğun olarak faaliyet gösterdiği bir merkez olması, bunun doğal karşılanmasını gerektirmektedir. Diğer yandan, öğrencilerin özellikle deniz-kum-güneş turizminin önemli merkezleri olarak Antalya ve İzmir’i kariyer konusunda geride görmeleri, onların yönelimlerini ortaya koymaktadır. Ancak, İstanbul “hayat standardı” ve “barınma olanağı” konularında yetersiz görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, M. (2004). *Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Armstrong, M. (2006). *Strategic Human Resource Management: a Guide to Action*. Üçüncü Baskı. Londra: Kogan Page.
- Boylu, Y. (2007). Turizm Eğitimi Almış Yeni Mezunların Oryantasyon Programlarına Yönelik Tutumlarındaki Değişimler, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (22): 259-269.
- Brown, D. (2002). The Role of Work and Cultural Values in Occupational Choice, Satisfaction, and Success: a Theoretical Statement, *Journal of Counseling And Development*, 80 (1): 48-56.

- Brown, S., Fry, T. ve Haris, M.N. (2008). Untangling Supply and Demand in Occupational Choice, *Economic Letters*, 99 (2): 414-417.
- Davis, D. L. (2003). In the Beginning: Region, Crisis, and Occupational Choice among Newfoundland's Youth. İçinde R.Byron (Editör), *Retrenchment and Regeneration in Rural Newfoundland* (ss. 177-198). University of Toronto Press.
- Deery, M. A. ve Shaw, R.N. (1997). An Exploratory Analysis of Turnover Culture in Hotel Industry in Australia, *International Journal of Hospitality Management*, 16 (4): 375-392.
- 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 Çalışma İsteklerinin Karşılaştırılmalı Analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1): 51-69.
- Fraser, R. A. (2003). Why Don't Hospitality Students Keep The Faith? a Research Report on Hospitality Students' Commitment to Careers in the Industry. İçinde S. Kusluvan (Editör), *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry* (ss. 99-134). New York: Nova Science Publisher.
- Gil, I., Berenguer, G. ve Cervera, A. (2007). The Roles of Service Encounters, Service Value, and Job Satisfaction in Achieving Customer Satisfaction in Business Relationship, *Industrial Marketing Management*, 37 (8): 921-939.
- Goldstein, S.B. ve Kim, R.I. (2006). Predictors of US College Students' Participation in Study Abroad Programs: a Longitudinal Study, *International Journal of Intercultural Relations*, 30 (4): 507-521.
- Goyette, K.A. (2008). College for Some to College for All: Social Background, Occupational Expectations, and Educational Expectations Over Time, *Social Science Research*, 37 (2): 461-484.
- Greenwood, M.J. (1969). The Determinants of Labor Migration in Egypt, *Journal of Regional Science*, 9 (2): 283-290.
- Harper, B. ve Haq, M. (1997). Occupational Attainment of Men in Britain, *Oxford Economic Papers*, 49 (4): 638-650.
- Hutton, T. ve Ley, D. (1987). Location, Linkages and Labor: the Downtown Complex of Corporate Activities in a Medium Size City, Vancouver, British Columbia, *Economic Geography*, 63 (2): 126-141.
- Henwood, K. ve Pidgeon, N. (2003). Grounded Theory in Psychological Research. İçinde P. M. Camic, J.E. Rhodes ve L. Yardley (Editörler), *Qualitative Research in Psychology: Expanding Perspectives in Methodology and Design* (ss. 131-155). Washington: American Psychological Association.
- Kelley-Patterson, D. ve George, C. (2001). Securing Graduate Commitment: an Exploration of the Comparative Expectations of Placement Students, Graduate Recruits and Human Resource Managers within the Hospitality, Leisure and Tourism Industries, *International Journal of Hospitality Management*, 20 (4): 311-323.
- Kozak, N. (2006). Turizm Okuyan Öğrencilerin Hakları Ne Zaman Teslim Edilecek?, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=32762>, (16-06-2008).
- Kozak, N. (2008). Eğitilmiş Elemanları Sektörden Kaçırınların "Eleman Yok" Demeye Hakları Yoktur!, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=43158>, (16-06-2008).
- Kusluvan, S. (2003). Characteristics of Employment and Human Resource Management in the Tourism and Hospitality Industry. İçinde S. Kusluvan (Editör), *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry* (ss. 3-24). New York: Nova Science Publisher.
- Ladkin, A. (2002). Career Analysis: a Case Study of Hotel General Managers in Australia, *Tourism Management*, 23 (4): 379-388.
- Lam, T., Zhang, H. ve Baum, T. (2001). An Investigation of Employees' Job Satisfaction: the Case of Hotels in Hong Kong, *Tourism Management*, 22 (2): 157-165.
- Leslie, D. ve Russell, H. (2006). The Importance of Foreign Language Skills in the Tourism Sector: a Comparative Study of Student Perceptions in the UK and Continental Europe, *Tourism Management*, 27 (6): 1397-1407.
- Lordoğlu, K. ve Parlak, H. (2008). Türkiye Turizmde Göçmenler ve Çalışma Sorunları, I. *Ulusal Çalışma İlişkileri Kongresi Bildiriler Kitabı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- McCabe, V.S. (2008). Strategies for Career Planning and Development in the Convention and Exhibition Industry in Australia, *International Journal of Hospitality Management*, 27 (2): 222-231.
- McCauley, C. ve Hezlett, S.A. (2001). Individual Development in the Workplace. İçinde N. Anderson, D.S. Ones, H.K. Sianigil ve C. Viswesvaran (Editörler), *Handbook of Industrial, Work and Organizational Psychology: Personnel Psychology* (ss. 313-335). Sage Publications.
- Munshi, K. ve Wilson, N. (2007). Identity, Parochial Institutions, and Occupational Choice: Linking the Past to the Present in the American Midwest, Working Paper, Brown University, http://www.econ.brown.edu/fac/Kaivan_Munshi/midwest5.pdf, (15-03-2009).
- Pizam, A. (1999). The State of Travel and Tourism Human Resources in Latin America, *Tourism Management*, 20 (5): 575-586.
- Porteous, M. (1997). *Occupational Psychology*. Prentice Hall.
- Rolleston, C. ve Oketch, M. (2008). Educational Expansion in Ghana: Economic Assumptions and Expectations, *International Journal of Educational Development*, 28 (3): 320-339.
- Saaty, T. L. ve Vargas, L.G. (1994). *Decision Making With The AHP*. Amerik Birleşik Devletleri: Pittsburgh Üniversitesi.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytical Hierarchy Process*. New York: Mc Graw Hill.
- Saaty, T. L. (2000). The Analytic Hierarchy and Analytic Network Processes, 15. *Uluslararası Çok Kriterli Karar Verme Konferansı*, Ankara.
- Saaty, T. L., (2001). *The Analytic Network Process*. İkinci Baskı. RWS Publications.
- Stevens, C.K. ve Beach, L.R. (1996). Job Search and Job Selection. İçinde L.R. Beach (Editor), *Decision Making in the Workplace: a Unified Perspective* (ss. 33-49). Lawrence Erlbaum.
- Syed, J. (2008). Employment Prospects for Skilled Migrants: a Relational Perspective, *Human Resource Management Review*, 18 (1): 28-45.
- Szivas, E., Riley, M. ve Airey, D. (2003). Labour Mobility into Tourism: Attraction and Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 30 (1): 64-76.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Konaklama İstatistikleri 2007 (İşletme Belgesi). <http://www.turizm.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF2B81939FD5B60AFAEF2248-63CBA28A8C> (30-03-2009).
- Taha, H. A. (1997). *Operations Research*. Fayetteville: Pearson Education Inc.

- Tam, M.C.Y. ve Tummala, V.M.R. (2001). An Application of the AHP in Vendor Selection of a Telecommunications System, *The International Journal of Management Science*, 29 (2): 171- 182.
- Tarant, S.A. (2001). Predicting Retention of Recent Collage Graduates in Science and Engineering: Implication for State and Organizational Recruiting Practices (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Raleigh: Graduate Faculty of North Carolina University.
- Teichler, U. (1999). Research on the Relationships between Higher Education and the World of Work: Past Achievements, Problems And New Challenges, *Higher Education*, 38 (2): 169-190.
- Tornatzky, L.G., Gray, D. Tarant, S.A. ve Howe, J.A. (1998). Where Have All The Students Gone?: Interstate Migration of Recent Science and Engineering Graduates", Report of the Southern Technology Council, http://www.southern.org/pubs/pubs_pdfs/migration1998.pdf, (31-03-2009).
- TURSAB (2007). Turizmde İstihdam, <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/gostergeler/04istihdam.htm>, (30-08-2007).
- Tüzemen, A.ve Özdağoğlu, A. (2007). Doktora Öğrencilerinin Eş Seçiminde Önem Verdikleri Kriterlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yönetimi İle Belirlenmesi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (1): 215-232.
- Walle, A. H. (2001). *Qualitative Research in Intelligence and Marketing: The New Strategic Convergence*. Quorum Books.
- Webbink, D. ve Hartog, J. (2004). Can Students Predict Starting Salaries? Yes!, *Economics of Education Review*, 23 (2): 103-113.
- Wind, Y. ve Saaty, T.L. (1980). Marketing Applications of the Analytic Hierarchy Process, *Management Science*, 26 (7): 641-658.
- Yenginol, F. (2000). Yeni Ürün Geliştirmede Müşteri İstek ve İhtiyaçlarını Teknik Karakteristiklere Dönüştürmeyi Sağlayan Bir Yöntem: Kalite Fonksiyon Göçerimi (*Basılmış Doktora Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zagonari, F. (2009). Balancing Tourism Education and Training, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (1): 2-9.
- Zultner, R. (2005). *Akademik Green Belt Eğitim Notları..*