

## EĞİTİM TURİZMİ KAPSAMINDA DESTİNASYON SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

### FACTORS AFFECTING DESTINATION SELECTION WITHIN THE SCOPE OF EDUCATION TOURISM

Fatih Hasan HANÇER

Galatasaray Üniversitesi, İç Denetim Birim Başkanlığı

[fatihhasanhancer@hotmail.com](mailto:fatihhasanhancer@hotmail.com)

ORCID: 0000-0002-4673-2747

Şule AYDIN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

[suleaydin@nevsehir.edu.tr](mailto:suleaydin@nevsehir.edu.tr)

ORCID: 0000-0002-8760-643X

#### ÖZ

Eğitim turizmi, ülkelere önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Kanada, Avustralya, İngiltere, Fransa ve Almanya eğitim turizmi pazarındaki en güçlü ülkelerdendir. Dünyanın en çok turist ağırlayan ülkelerinden olan Türkiye, eğitim turizmi alanında önemli bir varlık gösterememektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, eğitim turizmi kapsamında yükseköğrenim için Türkiye'ye gelen yabancı uyruklu öğrencilerin bu kararı almasında etkili olan faktörlerin ortaya çıkarılmasıdır. Ayrıca, Türkiye'de eğitim turizminin genel görünümünün ortaya koyulması ve bu öğrencilerin Türkiye'de öğrenim görmeye karar verdikten sonra yaşadıkları olumlu ve olumsuz deneyimlerin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir.

Literatür taramasının ardından nitel yaklaşımın esas alındığı çalışmada derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular kullanılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. İstanbul ilindeki 10 farklı vakıf üniversitesinde öğrenim gören 27 yabancı öğrenciden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur.

Araştırma sonucunda ülke ve şehir seçim sürecinde ailevi nedenler, tavsiyeler, sosyokültürel ve dini yakınlık, İstanbul'un imajı, vize kolaylığı ve düşük öğrenim ücretlerinin oldukça etkili olduğu görülmüştür. Üniversite seçim sürecinde ise arkadaş tavsiyeleri ve üniversitelerin konumu öne çıkmıştır.

#### ABSTRACT

Educational tourism makes a significant economic contribution to the countries. The United States (USA), Canada, Australia, Great Britain, France and Germany are among the strongest countries in the educational tourism Sunday. Turkey, which is one of the most tourist-welcoming countries in the world, can not show an important presence in the field of educational tourism.

The main purpose of this study is to reveal the factors that are effective in making this decision for foreign students who come to Turkey for higher education within the scope of educational tourism. In addition, it was aimed to reveal the general outlook of educational tourism in Turkey and to reveal the positive and negative experiences of these students after they decided to study in Turkey.

After a literature review, a semi-structured interview form was prepared using the findings obtained from in-depth interviews in the study, on which a qualitative approach was based. The data obtained from 27 foreign students studying at 10 different foundation universities in Istanbul province were subjected to content analysis.

As a result of the research, it was found that family reasons, recommendations, sociocultural and religious proximity, the image of Istanbul, ease of visa and low tuition fees were very effective in the country and city selection process. In the university selection process, friend recommendations and the location of universities were highlighted.

#### Geliş Tarihi:

14.02.2022

#### Kabul Tarihi:

13.09.2022

#### Yayın Tarihi:

30.09.2022

#### Anahtar Kelimeler:

Eğitim,  
Eğitim Turizmi,  
Destinasyon Seçimi

#### Keywords:

Education,  
Education Tourism,  
Choice of Destination

DOI: <https://doi.org/10.30783/neysosbilen.1073344>

Atıf/Cite as: Hançer, F.H. ve Aydın, Ş. (2022). Eğitim Turizmi Kapsamında Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(3), 1815-1832.

## Giriş

Ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemelerin sonucunda yükseköğrenim amacıyla farklı ülkelere yapılan seyahatlerin sayısı giderek artmıştır. Bu seyahatlerin ilerleyen yıllarda da süreceği söylenebilir.

Öğrenim amaçlı seyahatlerde yapılan harcamalar, eğitim sektörünün yanı sıra konaklama, ulaşım, sağlık, haberleşme ve gayrimenkul hizmetleri başta olmak üzere birçok alanı doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. ABD, İngiltere, Kanada, Avustralya, Fransa ve Almanya uluslararası öğrenci hareketliliğinin yol açtığı ekonomik kazançtan en çok faydalanan ülkelerin başında gelmektedir (Ger vd., 2017; Ghazarian ve Keller, 2016; Bümen, 2016).

Uluslararası öğrenci hareketliliğinin sağladığı fırsatlardan birisi olan eğitim turizmi, ekonomik katkıların yanında sosyokültürel ve siyasi alanlarda getireceği kazanımlar nedeniyle birçok ülkenin dikkatini çekmektedir. Bu durum, uluslararası eğitim turizmi pazarında yoğun bir rekabet yaratmaktadır (Lanegran, 2005; Becker ve Kolster, 2012). Uluslararası öğrencilere ilişkin olarak üniversitelerce yapılan bir takım çalışmalara ait sonuçlar, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yabancı uyruklu öğrenci sayısının giderek arttığını doğrulamaktadır. Asya ve Afrika’da ilgi ve etki alanlarının artması, üniversite sayısının özellikle son 15 yılda önemli oranda yükselmesi, Türkiye’nin potansiyelini açığa çıkarmasına imkân sağlamış, bu sayede 2013-2014 eğitim-öğretim yılında yaklaşık 48.000 olan yabancı uyruklu öğrenci sayısı, 2020-2021 eğitim-öğretim yılı itibarıyla 125.138’e yükselmiştir. Bu yükselişe rağmen jeo-stratejik konumu ve mevcut potansiyeli göz önüne alındığında Türkiye’nin eğitim turizmi pazarından yeterince faydalanamadığı görülmektedir. Turizmin pek çok türünde olduğu gibi eğitim turizminde de yüksek bir potansiyele sahip olan Türkiye eğitim turizmi alanında bu potansiyelini yeterince kullanamamaktadır. Coğrafi konum, sosyokültürel benzerlikler ve gelişmiş batı ülkelerine göre daha uygun ekonomik şartlara sahip olmasına rağmen Türkiye’nin az sayıda yabancı uyruklu öğrenci tarafından eğitim destinasyonu olarak seçilmesi, çalışmanın temel problemi olarak kabul edilmiştir. Eğitim turizmi kapsamında yükseköğrenim amacıyla Türkiye’yi tercih eden yabancı uyruklu öğrencilerin, karar alma sürecinde dikkate aldığı faktörlerin tespiti amaçlanmıştır.

Araştırma ile eğitim turizmi konusunda literatüre katkı sağlanması ve bu konuyla ilgilenen müteakip araştırmacılara yol gösterilmesi hedeflenmektedir. Eğitim turizmi kavramının doktora düzeyinde ilk defa araştırılıyor olması nedeniyle alanyazındaki önemli bir boşluğun doldurulması beklenmektedir. Ülkemizde, vakıf yükseköğretim kurumları başta olmak üzere birçok üniversite, yükseköğretimde uluslararasılaşmaya yönelik çalışmalarını sürdürmekte ve uluslararası öğrencileri kendi bünyesine çekmeye çalışmaktadır. Ayrıca uluslararası öğrencilere danışmanlık ve aracılık hizmeti veren çeşitli kurumların sayısı giderek artmakta, uluslararası eğitimlere yönelik etkinlikler (fuar, kongre vb.) düzenlenmektedir. Bu nedenle araştırma sonuçlarının, üniversiteler başta olmak üzere uluslararası eğitim sürecinde rol alan tüm paydaşlara katkı sağlayacağı ön görülmektedir. Araştırma konusunun, eğitim, turizm, iletişim, kültür, dil, ekonomi ve diploması gibi çok sayıda bileşen ile etki ve ilgi alanına sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu nedenle, yükseköğretim kurumlarının yanı sıra diğer kamu kurumları ile yabancı dil kursları, mesleki eğitim kursları, konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, seyahat acenteleri, yurtdışı eğitim hizmeti üzerinde yoğunlaşan aracı kurumlar ve yeni araştırmacılar, araştırma sonuçlarından faydalanabileceklerdir. Araştırma sonucunda ortaya çıkacak sorunlara ilişkin olarak ilgili kurumlarca uygulanabilir politika önerilerinin geliştirilmesi, eğitim turizminin ilerlemesine katkı sağlayacaktır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Eğitim Turizmi ve Eğitim Turisti

Son yıllarda fazlaca duyulan eğitim turizmi kavramı aslında yeni bir olgu değildir. Herhangi bir konuda eğitim alma veya belirli bir konuyu öğrenme amacıyla yapılan seyahatler çok eskilerden beri süregelmektedir (Smith ve Jenner:1997). Ancak bu seyahatler 17’nci yüzyıldan itibaren görece daha planlı bir şekilde gerçekleştirilmeye başlamıştır. Eğitim turizmi kavramının başlangıcı niteliğini taşıyan ‘Grand Tour’ (Büyük Tur) isimli seyahatler, ilk olarak İngiltere’de ortaya çıkmıştır. İngiltere’de yaşayan soylu aileler, bu seyahatlerle çocuklarını Almanya, Fransa, İtalya ve İsviçre gibi ülkelere göndermiştir (CTC, 2001; Hibbert, 1987: 14). Bu süre zarfında uluslararası ilişkiler, sanat, spor ve dil eğitimi başta olmak üzere çeşitli konularda eğitim alan genç bireyler, buldukları destinasyonlarda ‘turist’ olarak isimlendirilmiştir (Theobald, 1995).

Bireyler, eğitim amacının daha fazla ön plana çıktığı ‘Büyük Tur’ gibi seyahatler sonrasında, merak duygusunu gidermek veya farklı destinasyon ve insanları gözlemlemek amacıyla da çeşitli yolculuk ve gezilere katılmaya başlamıştır (Burkart ve Medlik: 1981). Bu geziler sayesinde farklı kültürleri ve coğrafi güzellikleri deneyimleyen insanlar, bu tecrübelerinin ne kadar özel ve değerli olduğunu fark etmiştir. Seyahat sürecinde

eğitim ve öğrenme motivasyonuna atfedilen değeri, 20'nci yüzyılda öncelikle Avrupa ülkelerinde ardından ABD'de yükseköğretimde hareketliliğinin gelişiminde pay sahibi olmuştur (Kalinowski ve Weiler, 1992). İlerleyen yıllarda Büyük Tur'a (*Grand Tour*) benzer nitelikteki eğitim turizmi kavramı yeniden gündeme gelmiştir (Gibson, 1998: 32).

Ulaşım ve iletişim teknolojilerinin yanı sıra eğitim ve öğrenme süreçlerinde önemli değışimler yaşanmaktadır. Bu değışimler doğrultusunda eğitim turisti ve eğitim turizmi kavramları günümüz koşullarına göre açıklanmaya çalışılacaktır. Bir grup bireyin veya bir kişinin, herhangi bir şeyi öğrenme veya bir konuda bilgi edinme amacıyla farklı ülke veya bölgelere seyahat etme süreci, eğitim turizmi olarak isimlendirilir. Bu sürece katılan kişiler de eğitim turistidir (Bodger, 1998). Daha farklı bir tanımla, yolculuk sürecinin herhangi bir aşamasında, öğrenme veya eğitim alma amacının esas veya ikincil nitelik taşıdığı turizm çeşidi, eğitim turizmi olarak adlandırılmaktadır. Eğitim turizmi, örgün lisans/lisansüstü öğrenim programları, mesleki gelişim kursları, okul seyahatleri, yabancı dil kursları ve öğrenci değışim hareketliliği gibi türleri içerebilmektedir (Ritchie vd. 2003). Guo (2000: 4) herhangi bir konuda bilgi edinmeyi veya öğrenmeyi amaçlayan ve genellikle öğrenci ve öğretmenlerin katıldığı turizm çeşidini eğitim turizmi olarak açıklarken Ritchie ve Simon ise (2009) Guo'nun (2000) aksine, eğitim turizminin sadece öğrenci ve öğretmenlerle sınırlandırılmayacağını, toplumdaki tüm bireyleri kapsayıcı nitelik taşıdığını ileri sürmektedir.

Eğitim turizmine ilişkin yukarıda yapılan açıklamalar kapsamında, öğrenme ve/veya eğitim alma amacını seyahat sürecinde birincil veya ikincil motivasyon kaynağı olarak benimseyen ve en az bir gece asıl ikamet edilen destinasyondan (şehir/ülke) ayrılan kişiler eğitim ziyaretçisi (*educational stayover*) veya eğitim turisti (*educational tourist*) olarak adlandırılabilir. Öğrenme ve/veya eğitim alma sürecinde yolculuğa çıktığı yerde geceleme yapmadan esas ikametine dönen kişiler ise günübirlik eğitim turisti/ziyaretçisi (*same-day educational tourist*) veya eğitim gezgincisi (*excursionist*) olarak isimlendirilebilmektedir (Ritchie vd. 2003). Dünya Turizm Örgütü (2012) esas ikameti dışındaki yerlerde 24 saatten daha uzun ve bir yıldan az bir süreyle, eğitim, öğrenme, iş, eğlence ve diğer faaliyetlerde bulunma nedeniyle seyahat eden birey ve/veya grupları eğitim turisti olarak tanımlamaktadır.

Eğitim turizmi kavrama ilişkin ilk tanımlarda süre, amaç, yöntem ve mesafe gibi ölçütlerde getirilen bazı sınırlamaların günümüzde çok geçerli olmadığı görülmektedir. Dünya Turizm Örgütü, eğitim turizminin kişisel gelişim, araştırma-geliştirme, öğrenme, mesleki tecrübe edinimi gibi amaçlarla yapılabildiğini ve örgün eğitim, dil kursları, okul gezileri, mesleki kurslar gibi yöntemlerle sürece katılımın mümkün olduğunu belirtmektedir. Örgüt, eğitim turizmi kavramına ilişkin yaptığı güncel tanımda önceki tanımlardan farklı bir şekilde süreden bahsetmemiştir (UNWTO, 2016).

Tanımlarda farklılık olsa da eğitim turizmi kavramının aşağıdaki üç unsuru barındırdığı görülmektedir (Huang, 2008):

- Eğitim turistlerinin esas amacı para kazanmak değildir.
- Seyahat sürecinde herhangi bir konuda öğrenme ve/veya eğitim alma amacı vardır.
- Eğitim seyahatinin sonunda asıl ikamete dönüş hedeflenmektedir.

Sonuç olarak, eğitim turizminde süreye yönelik sınırlamaların artık bulunmadığı, süreç esnasında öncelikle öğrenme/eğitim alma motivasyonunun önem kazandığı ve seyahat sonunda asıl ikamete dönüş amacı bulunduğu söylenebilir.

## **2.2. Eğitim Turizminin Önemi**

Öğrenci hareketliliğinin artması ve mesafelerin kısılmasıyla birlikte eğitim turizminin önemi de giderek kendini hissettirmektedir. Eğitim turizmi pazarında oldukça güçlü olan ABD, İngiltere, Kanada ve Avustralya gibi ülkeler, yükseköğretimde rekabetin gerektirdiği gelişmeleri takip etmektedir. Bu kapsamda, hedef pazarlara ulaşmak için rekabet stratejileri titizlikle uygulanmaktadır (Hemsley-Brown ve Izhar, 2006).

Gelişmiş ülkelerin yanı sıra gelişmekte olan ülkeler de eğitim turizmi pazarından faydalanmak ve diğer ülkelerle rekabet edebilmek amacıyla stratejik çalışmalara başlamıştır (Varghese, 2011). Eğitim turizmi pazarında yer edinebilmek için iyi uygulama örneklerini yakından takip etmek gerektiği ifade edilmektedir (Becker ve Kolster, 2012).

Yabancı uyruklu öğrencilerce ödenen öğrenim ücretleri ve diğer masraflar bir arada değerlendirildiğinde, eğitim turizminin çok boyutlu ve önemli bir ekonomik pazar oluşturduğu görülmektedir. Bu pazar, ekonomik katkılarının yanı sıra doğrudan ve dolaylı olarak istihdamı da etkilemektedir. Eğitim ve turizm

endüstrileriyle beraber ulaşım, konaklama, sağlık, sigorta, iletişim gibi birçok sektör bu alandan faydalanmaktadır (Altbach vd., 2009: 7-8).

Turizm ve eğitim sektöründe son yıllarda yaşanan gelişmeler, etkileşim düzeyini yükselterek uluslararası öğrenci hareketliliğini daha görünür hâle getirse de bu hareketliliğin boyutunun ve öneminin yeterince anlaşılmadığı söylenebilir (Smith ve Jenner, 1997: 60). Turizm ve eğitim arasındaki bağlantı ve ilişkilerle henüz araştırılmamış birçok konu bulunmaktadır (Roppolo, 1996: 191).

### **2.3. Eğitim Turizmi Alanındaki Fırsatlar ve Sorunlar**

Eğitim turizmi, beraberinde birçok fırsat ve sorunu getirebilmektedir. Eğitim seyahatleriyle yükseköğretimde ülkeler arası hareketlilik artırmakta, ilişkili projelerin de katkısıyla özellikle genç bireylerin sosyokültürel gelişimi etkilenmektedir (Alemu, 2014: 74).

Teknoloji transferi, eğitimde finansman kolaylığı, ulusal düzeyde eğitim kalitesinin artması, sosyokültürel kazanımlar, iletişim becerilerinin artması, uluslararası standartlara erişimin sağlanması, uluslararası eğitim turizmi sayesinde ortaya çıkan fırsatlar olarak sıralanabilir (Bostrom, 2010). Ülkeler arasında kurulan stratejik ortaklıkları neticesinde artan doğrudan ve dolaylı yabancı sermaye yatırımları da eğitim turizminin faydalarındandır (Knight, 2014: 55-56). Bu sürecin en önemli faydalarından bir tanesi de yabancı dil öğrenimi ve kullanımının yaygınlaşmasıdır (Altbach ve Knight, 2007).

Yukarıda açıklanan fırsatların yanı sıra bir takım sorunlar da bulunmaktadır. Stratejik seviyelerde yanlış kararlar alınması ve planlama eksikleri, eğitim turizmi sürecinde yaşanan sorunların temelini oluşturmaktadır (Arabkheradmand vd., 2015: 3-6). Uluslararası eğitim hareketliliğinin önündeki engeller kurumsal, kültürel ve kişisel boyutlarda kendini gösterebilir (Leask, 2015). “Beyin göçü” sorunu birçok araştırmada ön plana çıkan sorunların başında gelmektedir (Knight, 2003). Bürokratik aksaklıklar, müfredat uyumsuzlukları, iletişim sorunları, kabul ve vize sürecinde yaşanan sorunlar, eğitim seyahatlerinin önündeki diğer engellerden bazılarıdır (Hudzik, 2015: 76-77). İngilizcenin eğitim sürecinde aşırı baskın olması birçok araştırmacı tarafından eleştirilmektedir. Yükseköğretimde sadece İngilizcenin kullanılması ve diğer dillerin önemsenmemesinin, öğrenci ve akademisyenlerce itici bulunabileceğine dair değerlendirmeler yapılmaktadır (Svensson ve Wihlborg, 2010; Choudaha ve De Wit, 2014: 19-34). Olumlu bir sonuç olarak görülen eğitim turizmine katılan öğrenci sayısındaki artış ise eğitimin kalitesinin düşüşüne ilişkin endişeleri beraberinde getirmektedir. Ayrıca, uzaktan eğitim teknolojisinin yaygınlaşması, geleneksel eğitim seyahatlerine olan talebi olumsuz etkileyebilmektedir. Talebin azalmasının yanı sıra örgün eğitimin en önemli kazanımlarından birisi olan sosyokültürel etkileşim de uzaktan eğitimle olumsuz etkilenmektedir (Salmi, 2001; Friedman, 2013). Bir bölgedeki eğitimin tamamen yabancı uyruklu öğrencilere odaklı olmasının ve yabancı uyruklu öğrenci sayısının aşırı artmasının da önemli sakıncaları olabilir. İngiltere’deki yabancı uyruklu öğrenci sayısının giderek artması, birçok üniversitenin neredeyse tamamen yabancılara bağımlı olması sorununu beraberinde getirmektedir. 1990’larda Asya ülkelerinde görülen ekonomik kriz sonucunda bu ülkelerden İngiltere’ye gelen öğrenci sayısı oldukça azalmıştır. Bunun sonucunda ülkedeki birçok lisans ve lisansüstü bölüm ile araştırma merkezi kapanma tehlikesi yaşamıştır (Baty, 2000).

Yabancı uyruklulara sergilenen olumsuz tutum ve davranışlar, iletişim ve yabancı dil kaynaklı sorunlar ile maddi sıkıntılar bu süreçte görülen olumsuz durumlardandır. Din ve inanç eksenli olumsuz tutum ve davranışların son yıllarda bazı ülkelerde belirgin bir problem haline geldiği görülmektedir. Yabancı uyruklu öğrenciler, yaşam tarzları, kıyafetleri, dini inançları veya uyrukları gibi sebeplerden dolayı ırkçı tutumlarla karşılaşabilmektedir (Taşçı, 2018: 33).

## **3. YÖNTEM**

Araştırmanın temel amacı, yükseköğrenim için Türkiye’ye gelen yabancı uyruklu öğrencilerin destinasyon ve üniversite seçiminde etkili olan faktörlerin ortaya çıkarılması olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır:

- Yükseköğrenim için Türkiye’ye gelen yabancı uyruklu öğrencilerin ülke ve şehir seçimini etkileyen faktörler nelerdir?
- Yabancı öğrencilerin üniversite seçimini etkileyen faktörler nelerdir?
- Seçim sürecinde başvuru bilgileri kaynakları nelerdir?
- Öğrenim öncesinde Türkiye’ye yapılan seyahatlerin karar verme sürecinde herhangi bir etkisi var mıdır?

- Yabancı öğrencilerin bu süreçte yaşadığı olumlu/olumsuz deneyimler nelerdir?
- Yabancı öğrencilerin öğrenim sonrasında Türkiye’de kalmaya yönelik düşünceleri nelerdir?
- Yabancı öğrencilerin Türkiye’yi tercih etmesi için neler yapılmalıdır?

Araştırma sorularından anlaşılacağı üzere araştırmada tercih sürecini etkileyen faktörlerin yanı sıra, faydalanılan bilgi kaynaklarının ve önceki seyahatlerin etkili olup olmadığının belirlenmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, öğrencilerin olumlu ve olumsuz deneyimleri, öğrenim sonrasına yönelik hedefleri ve Türkiye’nin yabancı uyruklu öğrencilerce tercih edilmesine ilişkin önerileri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Araştırmanın vakıf üniversiteleri başta olmak üzere yabancı uyruklu öğrencileri bünyesine çekerek eğitim turizmi pazarında rekabet etmek isteyen tüm yükseköğretim kurumlarına katkı sağlaması beklenmektedir. Araştırma sonuçları ile ilgili kurum ve kuruluşlara politika önerileri sunulması, bu sayede eğitim turizminde ilerleme kaydedilmesi hedeflenmektedir.

Araştırmada sürecinde nitel veri toplama yöntemi esas alınmıştır. Öncelikle alanyazın taranmış ardından vakıf üniversitelerinde öğrenim gören beş yabancı uyruklu öğrenci ile derinlemesine ön görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler ve alanyazında kullanılan bazı görüşme formlarından (Bodycott, 2009; Lee, 2008) yararlanılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır.

Araştırmanın evrenini İstanbul ilindeki vakıf üniversitelerinde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem belirleme sürecinde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde, önceden belirlenen bir dizi ölçüt bulunmaktadır. Ölçütler, araştırmacı tarafından oluşturulabildiği gibi önceden hazır olan bir ölçüt listesi de kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 140). Bu çerçevede, örneklemin oluşturulması sürecinde araştırma amacıyla örtüşecek şekilde araştırmacı tarafından hazırlanan ölçütler şunlardır:

- Vakıf üniversitelerinde lisans düzeyinde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler olması,
- Öğrencilerin değişim hareketliliği (Erasmus, Mevlana vb.) kapsamında olmaması ve bizzat öğrenim ücreti ödemesi,
- Zorunlu sebeplerden (Suriye’deki savaş sebebi gibi) dolayı Türkiye’de bulunmaması,
- Katılımcı gruptaki öğrencilerin olabildiğince çeşitlilik (Ülke, milliyet, üniversite, bölüm, sınıf ve cinsiyet gibi) içermesi

Vakıf üniversiteleri, devlet üniversitelerine kıyasla çok daha yüksek öğrenim ücretleri talep ettiğinden ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlamaktadır (Erçek, 2017). Ücretli öğrenim veren bu kurumların yabancı uyruklu öğrenci çekmek için devlet üniversitelerine göre daha fazla çaba sarf etmesi ve birbirleriyle rekabet içerisinde olmaları beklenen bir durumdur. Bu nedenle, araştırmanın evrenini İstanbul ilindeki vakıf üniversitelerinde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler oluşturmaktadır.

Veri toplama sürecinde 20’nci görüşmeden itibaren önceki verilerin tekrar edilmeye başladığı görülmüştür. 27’nci görüşme sonrasında da yeterli boyutta veri toplandığı değerlendirilerek görüşmeler sonlandırılmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri beraber kullanılmıştır.

Araştırmada geçerlik ve güvenilirliği güvence altına almak amacıyla alınmış olan önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- Araştırma soruları açık şekilde tanımlanmıştır.
- Araştırmacının konumu belirgin biçimde ifade edilmiştir. Veri toplama süreci sadece araştırmacı vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir.
- Veriler, araştırma sorularına cevap verecek ayrıntıda ve amaca uygun şekilde elde edilmiştir.
- Görüşme formunun oluşturulması ve görüşmelerin yapılması esnasında esnek bir yaklaşım sergilenmiştir. Görüşmeler, derinlemesine ve yüz yüze gerçekleştirilmiştir.
- Ham şekilde saklanan görüşme kayıtları sayesinde teyit mekanizmaları çalıştırılabilmektedir.
- Değerlendirme ve sonuç aşamasına temel oluşturması için görüşmecilerden elde edilen verilerin bir kısmı doğrudan sunulmuştur.
- Nitel veri toplama yöntemleri konusunda uzman olan akademisyenlerden destek alınmıştır. Uzman eleştiri ve önerileri, özellikle görüşme formunun hazırlanması ve veri analizi süreçlerinde araştırmaya çok önemli katkılar sağlamıştır.

Araştırma kapsamında İstanbul ilindeki vakıf üniversitelerinde öğrenim gören 27 öğrenci ile görüşülmüştür. Katılımcılara ilişkin tanıtıcı bilgiler, Tablo 1’de sunulmuştur:

**Tablo 1:** Görüşmeye Katılan Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Dağılımı

Sıra No	Cinsiyet	Yaş	Ülke	Üniversite	Bölüm	Sınıfı	Yıllık Öğrenim Ücreti	Aylık Ortalama Harcamaya Miktarı
1	E	23	Afganistan	A	Uluslararası İlişkiler (İng)	3	5.500 \$	3.500 TL
2	E	21	Suriye	B	Mimarlık (İng)	3	3.400 \$	3.800 TL
3	K	19	Suriye	B	Mimarlık (İng)	2	3.570 \$	2.700 TL
4	E	21	Lübnan	B	Mimarlık (İng)	3	3.000 \$	4.500 TL
5	K	23	Ukrayna	C	Ekonomi (İng)	2	2.000 \$	4.800 TL
6	E	32	S. Arabistan	D	Mimarlık (İng)	3	9.000 \$	5.500 TL
7	E	22	Lübnan	E	Endüstri Müh. (İng)	3	7.900 \$	3.500 TL
8	E	19	İran	E	Endüstri Müh. (İng)	2	7.900 \$	3.400 TL
9	K	20	Filistin	E	Halkla İlişkiler (İng)	2	5.500 \$	3.000 TL
10	K	20	Özbekistan	E	İşletme Yön. (İng)	3	7.900 \$	2.500 TL
11	K	20	Almanya	E	Psikoloji (İng)	2	7.900 \$	3.000 TL
12	E	19	İngiltere	E	Enerji Sis. Müh. (İng.)	2	7.900 \$	1.200 TL
13	K	27	İran	E	Psikolojik Dan. ve Reh. (İng)	2	6.000 \$	2.500 TL
14	K	19	Tunus	E	Moleküler Biy. ve Gen. (İng)	2	7.900 \$	3.000 TL
15	E	21	Azerbaycan	E	Siyaset Bilimi ve UA İliş.(İng)	3	7.110 \$	2.900 TL
16	E	19	Libya	F	İşletme (İng)	1	7.500 \$	4.500 TL
17	E	25	Irak	G	UA Ticaret ve Finans(İng)	4	4.000 \$	2.300 TL
18	E	26	Etiyopya	G	UA Ticaret ve Finans(İng)	4	4.000 \$	1.800 TL
19	K	38	Ürdün	H	İç Mimarlık (İng)	1	3.800 \$	7.500 TL
20	E	24	Senegal	I	İşletme (İng)	3	2.200 \$	2.000 TL
21	K	18	Suriye	E	İletişim Tasarımı (İng)	1	5.600 \$	3.500 TL

Sıra No	Cinsiyet	Yaş	Ülke	Üniversite	Bölüm	Sınıfı	Yıllık Öğrenim Ücreti	Aylık Ortalama Harcama Miktarı
22	K	20	Fas	E	İletişim Tasarımı (İng)	1	5600 \$	2.500 TL
23	E	19	Filistin	E	Mekatronik Müh. (İng.)	1	7.000 \$	2.500 TL
24	E	21	Ruanda	E	İnşaat Müh. (İng.)	3	7.000 \$	2.800 TL
25	K	22	Pakistan	J	El.-Elektronik Müh. (İng.)	2	3.500 \$	2.500 TL
26	E	28	Mısır	J	İşletme (İng.)	1	6.000 \$	3.200 TL
27	K	32	Dağıstan	J	Halkla İlişkiler ve Rek.(İng.)	1	6.000 \$	2.500 TL

Tablo 1’de araştırmaya katılan 27 öğrenciye ilişkin tanıtıcı bilgiler özetlenmiştir. Buna göre katılımcıların 15’i erkek, 12’si kadın olup yaş ortalaması 22,59’dur. Görüşülenlerin 7’si 19, 4’ü 20, 4’ü 21, 2’si 22, 2’si 23, 2’si 32, diğerleri ise 18, 24, 25, 26, 28 ve 38 yaşındadır. Yaşı en büyük öğrenci 38, en küçük öğrenci 18 yaşındadır. Katılımcıların 17’si Asya, 7’si Afrika, 3’ü Avrupa’da yer alan ülkelerden gelmiştir. Katılımcıların genellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerden geldiği gözlemlenmiştir. Öğrencilerin 7’si birinci, 9’u ikinci, 9’u üçüncü ve 2’si dördüncü sınıfta öğrenim görmektedir.

Öğrenim için ödenen yıllık ücretlere bakıldığında 7’sinin 7.900 dolar, 2’sinin 4.000 dolar, 2’sinin 5.500 dolar, 2’sinin 5.600 dolar, 2’sinin 6.000 dolar, 2’sinin 7.000 dolar ödediği, ortalama ücretin ise 5.799 dolar olduğu görülmektedir. Türkiye’de aylık harcama miktarlarına bakıldığında ise 5’inin 2.500 TL, 4’ünün 3.000 TL, 3’ünün 3.500 TL, 2’sinin 2.500 TL, kalan 13’ünün ise 1.200, 1.800, 2.000, 2.300, 2.700, 2.800, 2.900, 3.200, 3.400, 3.800, 4.800, 5.500, 7.500 TL harcadığı, aylık ortalama harcama miktarının 3.255 TL olduğu görülmektedir.

#### 4.ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

##### 4.1.Ülke ve Şehir Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular

Bulguların değerlendirilmesi sürecinde görüşmelere katılan yabancı uyruklu öğrenciler “K1,K2,K3.....K25” şeklinde kodlanarak ifade edilmiştir.

Ailevi nedenler, tavsiyeler ve ülkeler arası benzerlik, öğrenim için Türkiye ve İstanbul’un seçilmesinde öne çıkan faktörlerdir. Bunları, vize kolaylığı, İstanbul ilinin imajı, coğrafi yakınlık ve ulaşım kolaylığı ile öğrenim ücretleri izlemektedir.

Ailevi nedenler ve tavsiyeler 10’ar, ülkeler arası benzerlik 8, vize kolaylığı 6, kent imajı 4, coğrafi yakınlık 4, öğrenim ücretleri 3, ulaşım kolaylığı 2 katılımcı tarafından ifade edilmiştir.

Ailevi nedenleri vurgulayan 10 öğrencinin ikisi süreçte babasının karar alıcı pozisyonunda bulunduğunu, dördü ise ailedeki diğer bireylerin eğitimi nedeniyle Türkiye’yi seçtiklerini belirtmiştir.

Kimlerden tavsiye aldıkları hususu söz konusu olduğunda 10 öğrencinin baba tavsiyesinden, iki öğrencinin Türkiye’de öğrenim gören arkadaşlarından, iki öğrencinin de İstanbul’da yaşayan aile dostlarından etkilendiği görülmüştür. Diğer öğrencilerden farklı bir konuya işaret eden Ruanda uyruklu K24, ülke ve şehir seçim sürecinde Ruanda’da yatırım yapan bir Türk şirketinin varlığının etkili olduğu bilgisini şu sözlerle paylaşmaktadır:

*“Ruanda’da bir Türk inşaat şirketi var. Çok meşhurlar. Summa inşaat isimli. İlk defa onlardan duyduk. Onlar tavsiye etti İstanbul’da üniversite okumam.” (K24)*

8 öğrenci Türkiye ile kendi ülkeleri arasındaki benzerlikleri vurgularken özellikle kültürel benzerlik, yaşam biçimleri ve inanç özgürlüğünden söz etmiştir. Filistin uyruklu K9 Türk dizilerinden çok etkilendiğini ve İstanbul'u çok merak ettiğini belirtmiştir. K16, Türkiye'de yemek konusunda çok rahat ettiğini beyan etmiştir. Fas uyruklu K22 de dini hususları vurgularken başörtülü olmasından dolayı Türkiye'de rahat ettiğini, kıyafet konusunda kimsenin ayrımcılığa maruz kalmadığını ifade etmiştir.

*"Ailemle 2 kez İstanbul'a gelmiştik. Ailem kültürel açıdan burayı çok sevdi. İnsanlarını da çok sevdi. Türk dizilerini çok seviyorduk. Çok merak ediyorduk. Özellikle İstanbul'u. Diğer ülkeleri de araştırdım ama İstanbul'a özellikle konsantre oldum."* (K9)

*"Libya'daki iç savaş nedeniyle yurtdışında okuma kararı almıştık. Lise eğitimini Romanya'da bitirdim. Üniversite için İstanbul'u düşündüm. Daha önce 4 kez tatil için gelmiştik Türkiye'ye. Kültürel ve dini açıdan rahat olabileceğimiz için İstanbul'u seçtim. Helâl yemek konusunda Romanya'da çok zorlanmıştım"* (K16)

*"...Kültürel açıdan da Fas'a benziyor. Başörtülülere karşı olumsuz bir şey yok. Dini konularda hoşgörülü. Fas'tan gelenlere vize de istenmiyor."* (K22)

Vize kolaylığı, öğrencilerce sıkça vurgulanan (6 öğrenci) faktörlerden bir diğeridir. Öncelikle, ABD ve Avrupa ülkelerini tercih eden bazı öğrenciler, vize sürecinde yaşadıkları sorunlardan dolayı Türkiye'ye yönelmiştir. Bu durum, vize kolaylığının eğitim turizmi açısından Türkiye'ye bir avantaj sağladığını göstermektedir.

Coğrafi yakınlık ve ulaşım kolaylığı, Türkiye ve İstanbul'un tercih edilmesinde öne çıkan ve birbiriyle ilişkili olan faktörlerdir. Bu hususu vurgulayanlar (6 öğrenci) Türkiye'nin kendi ülkelerine yakınlığından ve yeterli miktarda uçak seferi olmasından memnuniyetlerini dile getirmiştir.

İstanbul'un imajından söz eden 4 öğrenci, şehrin turistik yönü, tanınırlığı ve büyüklüğünden etkilendiklerini belirtmiştir. Ayrıca üniversite, bölüm ve yabancı öğrenci sayısının fazlalığı ile yabancı öğrenci profilinin çeşitlilik içermesi olumlu faktörler olarak paylaşılmıştır.

Öğrenim ücretlerinin uygunluğu ve gündelik yaşam maliyetleri, 4 öğrenci tarafından vurgulanmıştır. Bu öğrenciler, öncelikle ABD ve Avrupa ülkelerini araştırdıklarını ancak öğrenim ücretlerinin ve gündelik yaşam maliyetlerinin çok yüksek olmasından dolayı Türkiye'ye yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Öğrenim ücretleri ve gündelik yaşam maliyetlerinin düşük olması da eğitim turizmi açısından Türkiye'nin avantajlı yönlerindedir.

Bu veriler hep birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların genellikle kültürel ve dini yakınlığı göz önüne alarak ailelerinin tavsiye ve etkisiyle Türkiye'de öğrenimi tercih ettikleri bu tercihte Türkiye'deki öğrenim ücretlerinin düşüklüğünün ve vize kolaylığının da oldukça etkili olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

#### **4.2. Üniversite Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular**

Arkadaş tavsiyeleri ve üniversitenin konumu, üniversite seçim sürecinde öne çıkan faktörlerdir. Bu faktörleri sırasıyla öğrenim görülmek istenen bölümlerle ilgili değerlendirmeler, öğrenim ücretleri, eğitim dili, lisansüstü eğitim imkânları, internet ve sosyal medya, burs ve indirim seçenekleri, yabancı öğrenci sayısı ve akademik kadro izlemektedir. Öğrencilerden 13'ü arkadaş tavsiyesi, 9'u konum, 6'sı öğrenim görülmek istenen bölüm, 6'sı öğrenim ücretleri, 6'sı eğitim dili, 4'ü lisansüstü eğitim imkânları, 4'ü internet ve sosyal medya, 4'ü burs ve indirim seçenekleri, 4'ü yabancı öğrenci sayısı, 3'ü akademik kadro gibi faktörlerle ilgili değerlendirmelerde bulunmuştur. Ayrıca 2'şer kez başvuru sürecinin kolaylığı, yabancı öğrenci çeşitliliği, çift ana dal ve yan dal imkânları ile üniversite sıralama ve derecelendirmelerinin etkisi faktörleri katılımcılarca dile getirilmiştir.

Arkadaş ve tanıdık tavsiyelerine vurgu yapanların Türkiye'de yaşayan arkadaşlarından /aile yakınlarından bilgi topladığı ve onların tavsiyelerinden etkilendiği bulgulanmıştır. Katılımcıların neredeyse tamamının, soydaşlarının tavsiyelerinden etkilendiği, başka ülke vatandaşlarından herhangi bir bilgi almadığı görülmüştür. Bu kapsamda, üniversite yönetimlerinin kayıtlı yabancı öğrencileri arasından birer temsilci seçmesinin ve bu temsilcilerin vize alımı, başvuru, kayıt, dersler, ulaşım, konaklama ve diğer gündelik meseleler konusunda aday öğrencileri bilgilendirmesinin tanıtım sürecine olumlu katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Üniversitelerin konumunun önemini vurgulayan 9 öğrencinin cevapları irdelendiğinde konumun ilk aşamada çok fazla dikkate alınmadığı ancak süreç içerisinde oldukça önemli bir etken hâline geldiği, hâlihazırda öğrencilerin büyük çoğunluğunun kampüsün konumunu oldukça önemseydiği görüşmeler esnasında dikkat



çekmiştir. Birden fazla üniversiteden kabul alan öğrencilerin bir kısmının karar aşamasında kampüsün konumunu ve etrafındaki yerleşim birimlerini dikkate aldıkları bulgulanmıştır.

*“...Babamın kiraladığı ev Bostancı’da olduğu için eve de yakın bir okul olmasını istedik.” (K5)*

*“İstanbul’da 8 tane daha üniversiteyi araştırdım. Uluslararası üniversite sıralamalarını kontrol ettim. Birçok açıdan yapılmış sıralamalarda yer aldığını görünce şimdiki okulumu seçtim. Sosyal medyada öğrenciler arasında da oldukça popüler olduğunu gördüm. Ama özellikle konumunu çok sevdim.” (K9)*

*“Bu okulda İşletme okuyan Afgan bir arkadaşım da tavsiye etmişti. Özellikle ulaşım imkânları, konumun ve yabancı öğrenci sayısının çok olmasından söz etmişti. Bu yüzden bu okulu seçtim.” (K13)*

*“...Üniversitenin konumunu beğendim. Oturduğumuz eve yakın....” (K19)*

*“Babam burada kendi ülkemizden bir gençle tanışmış. Üniversite öğrencisi. O üç tane üniversiteyi önermiş babama. B....., A.... ve G.... Üniversiteleri. Fiyat ve konum olarak burası daha mantıklı geldiği için burayı seçti babam” (K20)*

*“İki tane üniversiteye başvurmuştum. İkisinden de kabul aldım ama sosyal medyadaki yorumları okuyunca ve okulun yerini görünce şimdiki okulumu seçtim.” (K23)*

Bölümle ilgili değerlendirmelerinin tercih sürecindeki en önemli faktör olduğunu vurgulayan öğrenciler öğrenim görecekleri bölümü belirledikten sonra farklı üniversitelerin o bölüme yönelik sunduğu imkânları (akademisyenlerin niteliği, çalışmalarını, laboratuvar ve lisansüstü öğrenim imkânlarını, yan dal ve çift ana dal seçenekleri vb.) araştırdıklarını ve bu unsurların genel bir değerlendirmesini yaptıktan sonra nihai kararlarını verdiklerini belirtmişlerdir.

Öğrenim ücretleri üniversite tercihinde etkili olan bir diğer önemli husustur. 6 öğrenci öğrenim ücretlerinin makul olduğunu ifade ederken, birden fazla üniversiteden kabul alan 4 öğrenci bu aşamada, öğrenim ücreti daha düşük olan üniversiteye yöneldiğini belirtmiştir. Öğrenim görülecek programın dilinin İngilizce olması, üniversite tercihinde öne çıkan bir diğer önemli kriterdir. İnternet ve sosyal medya platformlarında edinilen bilgilerin etkili olduğunu ifade eden 4 öğrenci araştırma sürecinde interneti kullandıklarını, üniversiteler hakkındaki haberleri ve çeşitli mecralardaki yorumları okuduklarını hatta e-posta vb. yollarla üniversitelerden bilgi almaya çalıştıklarını belirtmiştir.

Görüşmecilerin önemli kısmı, üniversitelerin resmi web sitelerinin, tercih sürecinde araştırma yapan yabancı öğrenciler için çok kullanışlı olmadığı yönünde eleştirilerde bulunmuştur. Ayrıca, üniversiteye uzaktan başvuru konusu başta olmak üzere bazı çevrim içi işlemlerle ilgili memnuniyetsizlikler gözlemlenmiştir. Öğrenciler başvuru işlemleri için zor ve karmaşık bir yazılıma sahip olanlar yerine kısa sürede ve kolayca başvuru sistemine sahip üniversiteleri tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

Lisansüstü programların bulunması, akademisyenlerin niteliği, yabancı öğrenci çeşitliliği, yan dal ve çift ana dal imkânlarının bulunması üniversite tercihinde etkili olan diğer faktörlerdir. Ayrıca uluslararası derecelendirme kuruluşlarınca yapılan sıralamaların da başarılı öğrencilerce dikkate alındığı görülmüştür.

### **4.3. Karar Verme Sürecinde Başvurulan Bilgi Kaynaklarına İlişkin Bulgular**

Karar verme sürecinde öne çıkan bilgi kaynaklarının internet ve sosyal medya ile arkadaşlar olduğu, bu ikiliyi yakın çevrelerinin (ebeveyn, aile ve akraba) izlediği bulgulanmıştır. Öğrencilerin 16’sı internet ya da sosyal medya araştırması, 4’ü üniversitelerin kurumsal web siteleri, 15’i arkadaş tavsiyesi, 6’sı tanıdık/akraba tavsiyesi, 4’ü ebeveyn tavsiyesi, 2’si de eğitim acentesi ve fuarlarından yararlandığını belirtmiştir. Bu durum, öğrencilerin yakın çevresindeki (aile, arkadaş, tanıdık, akraba) insanlardan aldıkları bilgiye güven duyduklarını göstermektedir. Tavsiyesine başvuru alanların 15’i arkadaş, 10’u akraba ya da aile yakınıdır. Öğrenciler bilgi toplamaya başladıklarında konuyu ailelerine açmakta ya da arkadaşları ile iletişime geçerek karar verme sürecinde onlardan yardım almaktadır. Arkadaş tavsiyesi, ülke ve şehir seçiminde de etkili bir faktördür, ancak üniversite ve bölüm seçiminde neredeyse en önemli faktör olarak öne çıkmaktadır.

16 öğrenci çok önemli bir diğer faktör olan internet ve sosyal medya platformlarından yararlandığını beyan etmiştir. Bu noktada öğrenciler, web siteleri aracılığıyla Türkiye’nin yanı sıra diğer ülkelerle ilgili bilgi toplamakta, üniversitelerin sosyal medya hesaplarını araştırmakta ve bu hesaplarda paylaşılmış yorumları okumaktadır. 4 öğrenci üniversitelerin resmî web sitelerini incelediğini ve şeffağça bilgilendirme yapılan üniversiteleri tercih ettiklerini ifade etmiştir.

*“Çoğunlukla internette ve sosyal medya hesaplarından araştırdım. Buradaki yorumların hepsini okumaya çalıştım. Çok farklı ülkelerden öğrencilerin paylaşımlarını inceledim” (K4)*

*“Özellikle internette araştırma yaptım. Üniversitelerin çeşitli açılardan derecelendirildiği uluslararası sıralamaları internette inceledim. Sosyal medyadaki paylaşımları okudum” (K9)*

*“Arkadaşlarımın tavsiyesi sonrasında internet ve sosyal medyada okulla ilgili yorumları okudum” (K14)*

*“...İnternette de çok araştırdım. B... Üniversitesinin web sitesi de oldukça bilgilendiriciydi.” (K6)*

*“Arkadaşımın tavsiyesinden sonra internette araştırdım. Okulu web sitesinden online başvuru yaptım. Başvuru çok kolaydı...” (K7)*

*“Arkadaşlarımın tavsiyesine ve internete başvurduğum. Özellikle okulun web sitesini inceledim. Bölümüm ve akademisyenlerle ilgili araştırma yaptım” (K12)*

*“...Okulun web sayfasına baktım. Özellikle bölümü tanıtan bilgiler oldukça açıklayıcıydı.” (K15)*

Öğrencilerden sadece birinin eğitim fuarında, birinin de eğitim acentesi aracılığıyla üniversiteler hakkında bilgi topladığı tespit edilmiştir. Yabancı uyruklu öğrencilere ulaşma sürecinde önemli tanıtım mecralarından olan eğitim fuarları ve acentelerin daha etkili bir şekilde kullanılmasının Türkiye’deki üniversitelerin tanınırlığına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Üniversitenin iletişim kaynakları (telefon, e-posta vb.) aracılığıyla bilgi toplamaya çalışan sadece bir katılımcının olması ve onun da bu süreci aşağıdaki sözlerle açıklaması dikkat çekicidir.

*“Burada okuyan Afgan arkadaşım tavsiye etti. Ben de internette çok araştırdım. Diğer başvurduğum okulları da araştırdım. Diğer okullara yolladığım e-postalara cevap alamadım. Ama şimdiki okulumla ilgili talep ettiğim her konuda cevap aldım.” (K13)*

#### **4.4. Öğrenim Öncesinde Yapılan Seyahatlerin Etkisine İlişkin Bulgular**

Katılımcı 27 öğrenciden 18’inin yükseköğrenim öncesinde Türkiye’yi ziyaret ettiği, 9’unun etmediği tespit edilmiştir. Ziyaretlerin genellikle tatil amacı taşıdığı, 3 katılımcının birer kez diğer 15 katılımcının ise birden çok kez Türkiye’yi ziyaret ettiği görülmüştür. Öğrencilerin neredeyse tamamı, bu ziyaretlerin yükseköğrenim öncesinde Türkiye’yi seçme kararını olumlu etkilediğini vurgulamış, sadece K8, ziyaretlerinin karar verme sürecini herhangi bir şekilde etkilemediğini ifade etmiştir.

Türkiye’yi ziyaret etmeyen 9 öğrenciden 8’i yakın akraba veya arkadaşlarının Türkiye’yi ziyaret ettiğini, kendi tecrübeleri olmasa dahi bu kişiler vasıtasıyla Türkiye hakkında topladıkları bilgilerin tercihlerini olumlu etkilediğini belirtmiştir. Üniversitelerin öğrencilere ulaşması gerekirken öğrencilerin yakın çevresi (akraba, tanıdık ve arkadaşları) aracılığıyla üniversitelere erişmesi dikkat çekicidir.

#### **4.5. Üniversiteye Giriş ve Eğitim Süresince Yaşananlara İlişkin Bulgular**

Görüşmenin 5’inci sorusu “Üniversiteye giriş ve eğitim süresince varsa yaşadığımız olumlu/olumsuz şeyleri anlatır mısınız?” şeklindedir. Bu soruyla yabancı uyruklu öğrencilerin üniversitelere başvuru sürecinden itibaren gözlemlediği veya deneyimlediği olumlu ve olumsuz tecrübelerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Olumlu deneyimlere ilişkin cevapların irdelenmesi sonucunda öğrencilerin genel olarak süreçten memnun olduğu gözlemlenmiştir. Bu noktada, başvuru sürecinin kolaylığı, İstanbul’daki ulaşım imkânlarının çeşitliliği, yeme-içme imkânları ve öğretim elemanlarıyla kurulan iletişimden duyulan memnuniyet ön plana çıkmaktadır. Ayrıca gündelik yaşam maliyetleri, sağlık sistemi, yabancı öğrenci çeşitliliği ve İstanbul’un güvenli olması gibi konularla ilgili de olumlu deneyimlerinden söz edilmiştir.

Türkiye’de öğrenci olmaktan dolayı çok önemli bir derecede memnuniyetsizlik yaşayan katılımcı gözlenmemiştir. Araştırmaya katılan 27 öğrenciden 15’i olumsuz herhangi bir deneyimden söz etmemiştir. Ancak kalan 12 öğrenci, olumlu deneyimlerin yanında bazı olumsuz deneyimler de yaşadığını ifade etmiştir. Yabancılarla yönelik antipati ve yabancı dilden kaynaklanan sorunlar, öğrencilerin en önemli olumsuz deneyim alanları olarak dikkat çekmektedir.

Misafirperverlik ve hoşgörüsü ile tanınan Türkiye’de yabancılarla yönelik bir antipatinin var olduğunun ileri sürülmesi önemli bir husustur. Bu konuda olumsuz tecrübeleri olan 4 öğrenciden 3’ü Arap, 1’i de Afgan kökenlidir ve tamamı yaşadıkları negatif deneyimlerin mülteci zannedilmelerinden kaynaklandığını belirtmiştir. Suriye uyruklu K2 ve K3, gözlemledikleri antipatinin bizzat Suriyeli olmalarından

kaynaklandığını algılamaktadır. Afgan uyruklu K1'in ise Suriyelilere benzetilmekten rahatsız olması ve ücretsiz eğitim almadığını vurgulaması dikkat çekicidir. Ayrıca Suudi Arabistan uyruklu K6 ve Fas uyruklu K22, Arap uyruklulara karşı özellikle okul dışında, toplu taşıma araçlarında dik dik bakmak gibi bazı antipatik davranışlar gözlemlediklerini anlatmışlardır. Bununla birlikte öğrencilerin tamamı, okul ve kampüs içerisinde olumsuz herhangi bir tutum ve muameleye maruz kalmadıklarını belirtmiştir. Son yıllarda sığınmacılara yönelik olumsuz tutumların arttığı söylenebilir. Özellikle Arap kökenli öğrencilerin sığınmacı olmadıklarını vurgulaması dikkat çekicidir. Büyük bir sığınmacı kitlesine ev sahipliği yapan bir ülkede münferit bazı sorunlar yaşanması ve bunun bazı yabancı öğrencilere olumsuz yansımalarının olması şaşırtıcı değildir. Nitekim öğrenciler olumsuz deneyimlerinin genel bir tavırdan değil, bireysel davranışlardan kaynaklandığını ifade etmiştir.

*“Genel olarak Türkiye’de çok şey olumlu ama olumsuz şeyler de var. Mesela, vize süreci çok uzun sürüyor, evraklarla uğraşyoruz. Oturma için işleri çok uzun sürüyor. Okulun istediği evraklar çok. Her şeyimiz yasal ve tam olmasına rağmen böyle. Biz mülteci değiliz, ben okul için geldim buna rağmen zor. Ben buraya göç etmedim, okul için geldim. Bu işlemler çok garip geldi bana. Mesela Avrupa ülkelerini seçsem bu kadar uğraşmazdım, zorlanmazdım. Türkiye’de zaten yabancılar ile Türklere farklı muamele uygulanıyor, her açıdan. Mesela nüfus idaresine gittiğimizde bize farklı davranıldığını hissediyoruz, mülteci olmadığımızı anlatmaya çalışıyoruz. Suriyeli sığınmacılara karşı gösterilen antipati bize de sergileniyor. Sizden maddi bir talebimiz, istegimiz yok ama sanki mülteciymiş gibi görülüyoruz, şuramıza kadar geldi (Katılımcı elini boğazına götürerek işaret etti). Özellikle son zamanlarda bunu daha fazla hissediyoruz.” (K1)*

*“Buradaki öğrencilerin %90’ı bize karşı çok iyi. Yabancı gibi davranmıyor bize. Hocalar da çok iyi. Aslında olumsuz çok fazla şey yaşamadım. Ancak bazı insanların Suriyeli olduğumuzdan dolayı bize biraz antipati beslediğini hissediyorum. Biz mülteci değiliz. Babamın Suriye’de ve Türkiye’de kuyumcu dükkânı var. Türkiye’deki dükkân nedeniyle Türk devletine vergi ödüyor. Ben de kendimi Türk gibi hissediyorum. Bizim bir suçumuz yok.” (K2)*

*“Genelde herkes bize iyi davranıyor. Yabancı olmamızdan değil ancak Suriyeli olmamızdan ötürü biraz rahatsızlık duyulduğunu hissediyorum. Bazıları, bizim mülteci olduğumuzu ve Türkiye’ye çaresizlikten geldiğimizi zannediyor. Böyle bir şey yok. Ailem Suriye’de. İstesem orada da okuyabilirdim ancak para ödeyerek Türkiye’de okuyorum. Türkiye devleti bana herhangi bir para yardım yapmıyor. Kendi paramızla hayatımızı sürdürüyoruz.” (K3)*

*“Okula girişte hiçbir sorun yaşamadım. Ama günlük hayatta Araplara karşı hoşgörüsüzüğüm arttığını düşünüyorum. Suriyeli sığınmacıların karıştığı olaylar yüzünden hem Suriyeli hem de diğer Arap ülkelerinden gelen öğrencilere karşı okul dışında biraz garip bakıldığını hissediyorum. Kötü örnekler yüzünden biz de zarar görüyoruz. Ama üniversite içerisinde olumsuz hiçbir şey yaşamadım hiç. Yabancı gibi hissetmiyorum kendimi okul içinde.” (K6)*

*“Nadiren de olsa Araplara karşı özellikle toplu taşımada önyargılı bakışları hissediyorum. Bunun baricinde olumsuz bir şey yok. Hatta çok şey olumlu. Yemekler çok lezzetli ve ucuz. Öğrenciler için çok güzel bir şehir. Restoranlarda ve ulaşımda öğrenci indirimleri çok güzel uygulamalar. Ayrıca çok güvenli. Gece saat 01:00’de bile metrobüs kullanıyorum rabatlakla. Kiralar Avrupa ülkelerinden çok daha uygun fiyatlı.” (K22)*

Yabancı dille ilgili olumsuz deneyimlerini aktaran öğrenciler, üniversite içinde ve dışında iletişimde zorlandıklarını, yabancı öğrenci ofisinde yabancı dil bilen personel sayısının yetersiz olduğunu ve bundan dolayı çeşitli sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir. K4 ve K18’in cevapları dikkat çekicidir.

*“Bence en önemli sorun uluslararası öğrencilerle iletişim kurma biçimi ve onların sorunlarının çözülmemesi. Özellikle idari birimlerde çalışanlar bu konuda çok yetersiz. Çalışanların çok azı İngilizce biliyor. Bütün herkesin Türkçe veya İngilizce bilmesi bekleniyor ama bu mümkün değil. Ana dili Fransızca olan arkadaşlarım var ve çok zorlanıyorlar. Ben 5 dilde kendimi ifade edebiliyorum ama herkesin böyle olması beklenemez. Çalışanlar İngilizceyi daha etkin olarak kullanmalı ve diğer dilleri de az da olsa konuşabilmeli. Bütün problemlerin temelinde bence dil var. Kayıt esnasında kimlik, iletişim bilgilerimi yanlış kayıt ettiler. 3 kere kendim gidip uğraşmak zorunda kaldım. Bundan daha büyük sorunlar da yaşanabilirdi. Uluslararası öğrenci ofisinde çalışan görevliler bile İngilizceyi iyi konuşamıyorlar. Ofiste sadece 1 kişi İngilizce konuşabiliyordu.” (K4)*

*“Olumsuz herhangi bir şey yaşamadım. Ancak en büyük sorun dil sorunu. Bürokratik işlemleri ve kayıt işlemlerini yaparken görevlilerle anlaşabilmek çok zordu. Benim ana dilim Fransızca ve Arapça. Biraz da İngilizce biliyorum. Okulda da dışarıda da hiç kimse Fransızca ve Arapça bilmiyor. Ana dili Fransızca veya*

*Arapça olan çok arkadaşım var. Hepsi de aynı sorundan şikâyetçi, ama Türkler çok çok iyi insanlar. Çok yardımseverler. Misafirperverler” (K18)*

*“Yabancı dil problemi büyük problem. Türkçe bilmiyorsanız çok zor iletişim kurmak. Sadece okul içinde değil okul dışında da. Çok az kişi İngilizce konuşabiliyor. Fransızca bilen hiç yok. Benim anadilim Fransızca.” (K20)*

#### **4.6. Öğrenim Sonrasında Türkiye’de Kalma Fikrine İlişkin Bulgular**

Bu soruda, mevcut yabancı öğrencilerin öğrenim sonrasında ilişkin planlarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Cevap içeriklerinden öğrencilerin neredeyse tamamının, lisans öğrenimi sonrasında ilişkin henüz karar veremediği ve Türkiye’deki son senelerinde planlarının netleşeceği anlaşılmıştır. Lisans öğrenimi sonrasında Türkiye’de ve özellikle İstanbul’da kalmayı planlayan 10 öğrencinin iş hayatına atılmayı hedeflediği, yüksek lisans düşünmediği görülmüştür. Lisansüstü öğrenime sıcak bakan 14 öğrenciden sadece 4’ü Türkiye’yi kalan 10’u ise Avrupa ülkeleri ile ABD ve Kanada’ya hedeflemektedir. 13 öğrenci ise öğrenim sonrasında kendi ülkelerine dönerek çalışmak istediğini açıkça belirtmiştir.

Türkiye’de yüksek lisans fikrine sıcak bakmayan öğrencilerin “İngilizce yüksek lisans programı çeşitliliğinin yetersizliği, lisans öğreniminde beklenen kalitenin yakalanamaması, derslerin İngilizce anlatılmaması” gibi konularda yakınması dikkat çekicidir.

#### **4.7. Eğitim Turizminde Türkiye’nin Tercih Edilmesi Sürecinde Uluslararası Öğrencilerin Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular**

Görüşmenin 7’nci sorusu “*Sizce, yabancı öğrencilerin Türkiye’yi tercih etmesi için neler yapılmalıdır?*” şeklindedir. Bu soruyla, eğitim turizmi alanında tüketici konumunda bulunan yabancı öğrencilerin nihai görüşlerinin tespit edilmesi ve bu doğrultuda önerilerde bulunulması amaçlanmıştır.

Öğrencilerin üzerinde en çok durduğu husus, Türkiye’deki yabancı öğrencilere yarı zamanlı çalışma olanağının verilmemesidir. Bu konuyu vurgulayan 8 öğrenci başka ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de öğrencilere öğrenim gördükleri sürece yarı zamanlı olarak çalışma izni verilmesini istemektedir.

Derslerin İngilizce işlenmesi talebi 7 öğrenci tarafından ifade edilmiştir. Ayrıca yabancı dil ofisinde ve diğer bürokratik birimlerde İngilizce iletişim kurmada yaşanan sorunlar 7 kez vurgulanmıştır. Katılımcılar, yabancı dilde öğrenim veren programlarda öğrenimin gerçekten İngilizce yapılması halinde Türkiye’ye yönelik talebin artacağını ifade etmekte, ayrıca yabancı dilde öğrenim veren lisansüstü program sayısının Türkiye’de yetersiz olduğunu belirtmektedir. Araştırma bulguları, yabancı öğrencilerin en önemli sorunlarının yabancı dil kaynaklı olduğunu göstermektedir.

Yerli ve yabancı öğrenciler arasındaki iletişimin zayıf olduğu ve etkileşimin artırılması gerektiği konusu, katılımcılarca ifade edilen önemli hususlardan birisidir. Konaklama, ulaşım ve sağlık hizmetlerine ilişkin olarak yaşanan sorunlar da çok fazla vurgulanamasa da kısmen dikkat çekmektedir. Nadiren olsa da yabancılara yönelik olumsuz uygulamaların varlığı, vize işlemlerinde yaşanan sorunlar, Türk üniversitelerinin tanıtım eksikliği ve başarısızlığı, bilgi kaynaklarının yetersizliği, staj ilişkin yaşanan sorunlar, öğrenciler tarafından dile getirilmiştir.

### **5. SONUÇ ve ÖNERİLER**

Bu çalışmada, Türkiye’de eğitim turizminin genel görünümünün incelenmesi, yükseköğrenim için Türkiye’ye gelen yabancı öğrencileri etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi ve öğrencilerin yaşadığı deneyimlerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda dikkat çeken sonuçlar aşağıda özetlenmiştir.

Yabancı öğrencilerin ülke ve şehir seçiminde öncelikle dikkate aldığı faktörlerin ailevi nedenler, tavsiyeler, ülkeler arası benzerlik olduğu bulgulanmıştır. Vize kolaylığı, İstanbul’un imajı, coğrafi yakınlık ve ulaşım kolaylığı ile öğrenim ücretleri, etkili olan diğer faktörlerdir.

Ülke ve şehir seçimine ilişkin verilen karar sonrasında öğrencilerin üniversite seçiminde öncelikle arkadaş ya da aile yakınlarından aldığı tavsiyelerin çok etkili olduğu bulgulanmıştır. Bu etkeni üniversitelerin konumu, bölümle ilgili değerlendirmeler, öğrenim ücreti, eğitim dili, lisansüstü eğitim imkânları, internet ve sosyal medya, burs ve indirim seçenekleri, yabancı öğrenci sayısı ve akademik kadro gibi etkenler izlemektedir.

Ülke, şehir, üniversite ve bölüm seçim sürecinde yabancı öğrencilerin başvurduğu bilgi kaynakları değerlendirildiğinde internet tarayıcıları, sosyal medya platformları ve arkadaş tavsiyelerinin öne çıktığı tespit edilmiştir. Çok az sayıda öğrencinin de eğitim acentesi veya fuarları vasıtasıyla bilgi topladığı bulgulanmıştır. Öğrenim öncesinde yapılan ziyaretler üniversite sürecinde Türkiye'yi seçme kararını olumlu etkilemektedir. Öğrencilerin, kendi gayretleri veya yakınları vasıtasıyla bilgi topladığı görülmüştür. Başvuru sürecinin kolaylığı olumlu deneyim olarak öne çıkmakta, yabancı dil sorunu ve yabancılara yönelik var olduğu ileri sürülen antipati ise en önemli olumsuz deneyim alanları olarak dikkat çekmektedir. Özellikle, yabancı öğrenci ofisi başta olmak üzere idari personelle kurulan iletişim kaynaklı problemler göze çarpmaktadır. Öğrenciler lisansüstü öğrenim için ülkemize sıcak bakmamaktadır. Bu noktada “İngilizce öğrenim verilen lisansüstü program sayısı ve çeşitliliğinin yetersizliği, devam edilen lisans öğreniminin kalitesinin düşüklüğü ve derslerin Türkçe işlenmesi” gibi konular eleştirilmektedir.

Yabancı dil kaynaklı sorunların çözümü halinde Türkiye'nin daha fazla tercih edileceği görüşü hâkimdir. Ülkeler arası krizler sonucunda Türkiye'de öğrenim gören yabancı öğrencilerin tedirginlik yaşamaları ve bazı öğrencilerin politikacıların söylemlerine dikkat etmeleri gerektiğine vurgu yapması, dikkat çekicidir. Diğer ülkelerde yabancı öğrencilere verilen çalışma izni ve staj imkânlarının Türkiye'deki yabancı öğrencilere sunulması önemli önerilerdendir.

Yabancı öğrencilerin karar verme sürecinde etkili olan internet sitelerinin önemi konusunda Türk üniversiteleri oldukça sorunludur. Resmi web siteleri çoğunlukla Türkçe hazırlanmış, yabancı dilde hazırlanan sitelerin önemli bölümünde içerik bilgisi yetersizdir. Türkiye'deki üniversitelerin iletişim politikalarının gözden geçirilmesi, farklı dillerde kullanıcı dostu web sayfaları hazırlanması ve sosyal medya hesaplarının etkili yönetilmesi durumunda daha fazla yabancı öğrenciye ulaşılabilecektir.

Araştırma sonucunda geliştirilen öneriler; “Eğitim Turizmi Yönetişi”, “Yükseköğretim Kurumları”, “Turizm İşletmeleri”, “Müteakip Araştırmalar” başlıkları olmak üzere dört ana bölümde ele alınarak aşağıda sunulmuştur:

### **5.1. Eğitim Turizminin Yönetişimine Yönelik Tavsiyeler**

- Eğitim turizmine yönelik ulusal ve kapsamlı bir strateji oluşturulabilir. Bu strateji çerçevesinde gerekli program, eylem planları ve alt faaliyetlere ilişkin bütçe hazırlanabilir.

- Eğitim turizminin etkin yönetimi amacıyla kurulacak bir üst yapı sayesinde paydaşlar arasında koordinasyon sağlanabilir, ilgili kurumlara eğitim ve danışmanlık hizmeti verilebilir. Ayrıca bu yapı yabancı ülkelerde gerçekleştirilecek destek tanıtım faaliyetlerine önderlik edebilir.

- Paydaşların farkındalık düzeyi artırılmalıdır. Üniversitelerde öğrenim gören Türk öğrenciler ile akademik ve idari personel başta olmak üzere yabancı öğrencilerin gündelik hayatta iletişim kurabileceği kişilerin farkındalık düzeyinin yükseltilmesi ve muhtemel olumsuz olayların önüne geçilmesi hedeflenmelidir.

- Karar alma süreçlerini kolaylaştırıcı, standart veri toplama sistemleri kurulabilir. Tüm üniversiteleri kapsayacak ve kişisel verilerin güvenliğini ihlal etmeyecek şekilde yabancı öğrencilerden temin edilecek verilerin standart bir şekle getirilmesi gerekmektedir. Bu veriler sayesinde yabancı öğrenci beklenti, talep, öneri, şikâyet ve tutumları daha sistemli şekilde gözlenerek karar alma süreçlerinde kullanılabilir.

- İzleme ve değerlendirme sistemi kurulabilir. Yabancı öğrencilerin çeşitli ölçütlere göre periyodik olarak değerlendirilmesi, bu bilgiler ışığında yıllık veya birkaç yıllık raporlar hazırlanması gerekebilir. Bu sistem hedef pazarlara yönelik tanıtım faaliyetlerine temel teşkil edecek birçok bilgiye erişimi kolaylaştıracaktır.

### **5.2. Yükseköğretim Kurumu (YÖK) ve Üniversitelere Yönelik Öneriler**

- Üniversiteler, yabancı öğrencilerin öğrenimi konusunu stratejik düzeyde ele almalıdır. Stratejik plan hazırlama sürecinde yabancı öğrencilerle ilgili hedeflere yer verilebilir.

- Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı tarafından yönetilen “Study in TURKEY” portalı kullanıcı dostu bir web sitesine dönüştürülmeli ve ihtiyaç duyulan bilgilerle donatılmalıdır. Ayrıca, İngilizce, Arapça ve Türkçe olarak hazırlanan portala Rusça ve Fransızca dilleri eklenebilir.

- Eğitim programları çeşitlendirilebilir. Her üniversite, kapasitesi doğrultusunda yabancı öğrencilerin ilgisini çekecek lisans ve lisansüstü programların açılması için gayret göstermelidir. Hâlihazırda, özellikle yabancı dillerde eğitim verilen lisansüstü programların çok az olduğu görülmektedir. İngilizcenin yanında

diğer yabancı dillerde (Fransızca, Almanca, Arapça gibi) bazı programların açılması, bu dilleri iyi derecede bilen öğrencilerin tercihlerini olumlu etkileyebilir.

- Yabancı öğrencilerin yaşadığı dil kaynaklı sorunlar ivedilikle ele alınmalıdır. Eğitim dili İngilizce olan bölümlerde derslerin Türkçe işlenmemesi için gerekli tedbirler alınmalıdır. Akıcı bir şekilde İngilizce konuşamayan öğretim üyeleri için ücretsiz kurslar düzenlemeli ve özellikle öğretimin devam etmediği yaz aylarında yurt dışındaki üniversitelere dil öğrenmek üzere gönderilmelidir.

- Uluslararası öğrenci ofislerinde istihdam edilecek personel, İngilizce yanında en az bir yabancı dili daha akıcı şekilde konuşabilen ve yazabilen, bilgi teknolojileri konusunda ileri seviyede bilgi sahibi kişilerden seçilmelidir. Ayrıca üniversiteler, tercih eden öğrencilerin geldiği ülkeleri dikkate alarak farklı yabancı dilleri (Fransızca, Rusça, Arapça, Çince vb.) konuşabilen tam zamanlı ya da yarı zamanlı personel istihdam etmelidir. İletişim sorunlarının büyük ölçüde çözülmesi sonucunda Türkiye daha fazla tercih edilebilecektir.

- Uluslararası öğrenci ofisleri tüm üniversitelerde resmi bir statüyle kurularak yeterli fiziki olanaklar ve nitelikli insan kaynağı istihdam edilebilir. Bazı üniversitelerde bu ofislerin çok yetersiz kaldığı, fiziki olanak ve insan kaynaklarının yabancı öğrencilerin sorununu çözmekten ziyade daha fazla sorunun kaynağı olduğu görülmüştür.

- Doğrudan YÖK Başkanına bağlı, yarı özerk niteliğe sahip, “Türkiye Uluslararası Öğrenci Ofisinin kurulmasının sorunları büyük ölçüde çözeceği değerlendirilmektedir. Ofis, Türkiye’deki yabancı öğrenci hareketliliğini yönetecek şekilde teşkilatlandırılabilir. Ofis, muhtemel yabancı öğrencilerin taleplerini ve sorularını yanıtlayabilmek için 7 gün 24 saat esasına göre çalışan ve gelen telefon, e-posta ve mesajları anında cevaplayabilecek bir sistem kurulabilir. Bu sistemi destekleyecek şekilde yabancı öğrenci kabul eden tüm üniversitelerde rektör veya rektör yardımcılarına doğrudan bağlı bir birim kurulabilir. Ofis tarafından kurulacak sistem sayesinde başvuru, seçim ve kayıt işlemlerinde yaşanan sorunlar ve farklı uygulamalar önenebilir. Bu sistemle yabancı öğrencilerle ilgili işlemlerde hem bir eşgüdüm hem de denetim sağlanabilir.

- Üniversitelerin resmi web siteleri ve sosyal medya hesapları etkin şekilde yönetilmelidir. Web sitelerinde yer alan ana sayfaların yanı sıra alt sayfalar ve sayfa içerikleri mutlaka Türkçe, İngilizce ve uygun görülecek diğer dillerde oluşturulmalı ve periyodik olarak güncellenmelidir.

- Başvuru sistemleri, bürokratik karmaşadan uzak olmalı ve sadece gerekli bilgi ve belgeleri talep etmelidir. Talep, şikâyet ve sorulara zamanında cevap verebilecek iletişim mecraları (web.whatsapp.com vd.) aktif şekilde kullanılmalıdır. Son yıllarda giderek yaygınlaşan sosyal medya hesapları etkin şekilde yönetilmelidir. Başvuru ücretleri makul seviyede tutulmalı, kayıt olmayan öğrencilere iade edilmelidir. Üniversiteler, başvuru ve kayıt sürecinde yabancı dil bilen ve iletişim becerisi yüksek personeli görevlendirmelidir.

- Akreditasyon ve denklik konularıyla ilgili bilgilendirici bir sistem kurulabilir. İlgili bölümden alınacak diplomaların hangi ülkelerde tanındığına ilişkin güncel ve şeffaf bilgiler öğrencilerin bilgisine sunulabilir. Türkiye’de verilen diplomaların özellikle Avrupa ülkelerinde ve ABD’de daha fazla alanda tanınması için girişimlerde bulunulabilir.

- Ücret politikaları gözden geçirilerek burs ve indirim seçenekleri genişletilebilir. Çift ana dal bursu, aile bursu, spor bursu, başarı bursu, tavsiye bursu, erken kayıt indirimi vb. gibi çeşitli alternatifler sağlanabilir.

- Yabancı öğrencilerin sağlık hizmetlerinden yararlanmaları için YÖK Başkanlığı ve Sağlık Bakanlığı arasında iş birliği yapılabilir. Konaklama imkânları genişletilmelidir. Farklı bir ülke ve kültür içerisine giren bir öğrencinin, alışma sürecinde yaşadığı barınma sorunu ciddi mağduriyetler doğurabilir. Bu nedenle, üniversiteler intibak sürecinde yabancı öğrencilere düşük ücretler karşılığında konaklama hizmeti sağlamak için girişimlerde bulunabilir.

- Yabancı öğrencilerin stajına yönelik bir koordinasyon makamı bulunmamaktadır. Böyle bir birimin kurulması ve bu konuda bir mevzuat hazırlanması staj sürecinde yaşanan sorunları çözebilecektir. Birçok öğrencinin talebi olan yarı zamanlı çalışma izni konusu ise ülkemizde artan genç işsizlik nedeniyle çok olası değildir. Yabancı öğrencilere çalışma izni verilmesi, tepkilere yol açabilir.

- Kampüs konum ve imkânları daha çekici hale getirilmelidir. Görüşmeler esnasında, öğrencilerin bir kısmının kampüsün konumuyla ilgili çok memnun olduğu, bir kısmının hiç memnun olmadığı gözlenmiştir. Mevcut kampüs yerinin değiştirilmesi mümkün değildir. Ancak, bazı üniversitelerin kampüsten merkezi semtlere sağladığı ücretsiz ulaşım hizmeti bütün üniversitelerce yapılabilir.

### 5.3.Tanıtım Faaliyetlerine Yönelik Öneriler

- Eğitim fuarları, yabancı öğrenci sayısını artırmak için en etkili mecralardan biridir. Üniversiteler bu fuarlara azami düzeyde katılmalı ayrıca eğitim acenteleriyle iş birliği yapmalıdır.
- Tanıtım filmleri ve sosyal medya aracılığıyla hedef kitleye ulaşılmalıdır. Tanıtım filmlerinde mevcut öğrencilerle birlikte o üniversiteden mezun olmuş kariyerli kişilerin deneyimlerine yer verilebilir.
- Sinema ve dizi turizminden faydalanılmalıdır. Özellikle kültürel yakınlığımız olan eski Osmanlı coğrafyasında ve Orta Asya'da Türk dizileri oldukça popüler durumdadır. Bu bölgelerde, Türk dizilerinin yayın saatlerinde ürün yerleştirme veya doğrudan reklamlarla Türk üniversiteleri tanıtılabilir.
- Turizm sektörünün paydaşlarıyla işbirliği yapılmalıdır. Üniversiteler, turizm işletmeleriyle işbirliği yaparak görünürlüklerini artırabilir ve daha fazla öğrenci veya ailelerin ilgisini çekebilir.

### 5.4.Müteakip Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- Hem gönderen hem de kabul eden ülke olma niteliği taşıyan Türkiye, eğitim turizminde çok önemli destinasyonlardan biridir. Eğitim turizmi, ekonomik katkılarının yanı sıra göç, beyin göçü, sığınma, ekonomi ve sosyokültürel etkiler gibi pek çok boyutla ilişkilendirilmektedir. Boyutların her biri, eğitim turizmi alanında yapılacak araştırmaların öznesi olabilir. Müteakip araştırmacılara eğitim turizminde gelişmiş ülkelerin (İngiltere, Kanada vb.) incelenmesi, devlet-vakıf üniversitelerindeki yabancı öğrencilerin sorunlarının mukayese edilmesi, Türkiye'den başka ülkelere giden öğrencilerin irdelenmesi, eğitim turizminin etkileri gibi konularda çalışılması önerilmektedir.
- Hâlihazırda, ülkemizde eğitim turizminin öneminin yeterince kavranmadığı ve pazarda etkili olamadığı söylenebilir. Bu nedenle, süreç, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi stratejik bir bakış açısıyla ele alınmalıdır. Çözüm odaklı plan ve politikaların uygulanması durumunda Türkiye, uluslararası eğitim turizmi pazarından önemli bir pay elde edebilecektir.

## Kaynakça

- Abubakar, A.M., Shneikat, B.H.T., Oday, A. (2014). Motivational factors for educational tourism: A case study in Northern Cyprus. *Tourism Management Perspective*, 11: 5862
- Alemu, S. (2014). An Appraisal of the internationalisation of higher education in SubSaharan Africa. *Journal CEPS* 4 .(2), [www.cepsi.si](http://www.cepsi.si)
- Altbach, P.G., Knight, J. (2007). The internationalization of higher education: motivations and realities. *Journal of Studies in International Education*, 11(3), 290-305.
- Altbach, P.G., Reisberg, L., Rumbley, L.E. (2009). Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution. *UNESCO World Conference on Higher Education*, 2009, pp. 1-246.
- Arabkheradmand, A., Shabani, E.A., Zand-Moghadam, A., Bahrami, H.S., Derakhshesh, A., Golkhandan, A.R. (2015). *An introduction to the internationalization of higher education: Essential topics*. University Press of America.
- Baty, P. (2000). Dependence on foreign fees poses threat to UK research. *The Times Higher Education Supplement*.
- Becker, R., Kolster, R. (2012). *International Student Recruitment: Policies and Developments in Selected Countries*. The Hague: Nuffic.
- Bodger, D. (1998). Leisure, learning, and travel. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 28-31.
- Bostrom, C.A. (2010). Diffusion of internationalization in Turkish higher education. *Journal of Studies in International Education*, 14 (2), 143-160.
- Burkart, A.J., Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Bümen H. (2015) Eğitim Hizmetleri Pazarlaması: Uludağ Üniversitesi'nde Öğrenim Gören Yabancı Uyraklı Öğrenciler Üzerinde Bir Alan Araştırması. Yüksek Lisans Tezi Uludağ Üniversitesi.
- Canadian Tourism Commission (CTC) (2001). *Learning Travel: 'Canadian EdVentures' Learning Vacations in Canada: An Overview*. Ontario: Canadian Tourism Commission.
- Choudaha, R., De Wit, H. (2014). Challenges and Opportunities for Global Student Mobility in the Future: A Comparative and Critical Analysis. pp. 19-34. In: Bernard Streitweiser, Editor, *Internationalization of Higher Education and Global Mobility*. Oxford Studies in Comparative Education Series, Symposium Books, Oxford
- Erçek M.K. (2017) Yeni Bir Kavram Olarak Eğitim Turizminde Küresel Anlamda Türkiye'nin Durumunun Değerlendirilmesi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi 47(5) 668-677
- Friedman, T. (2013). *Revolution hits the universities*. The New York Times, 26 (1)
- Ger, A.M., Ertepinar, H., Sayı, A.K., Suna, H.T., Türk, Z., Akdemir, Z.G. (2017). *Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Ve Ülke Seçimini Etkileyen Faktörler* <https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/akademik/fakulteler/egitim/Documents/Uluslararasılaşma%20Raporu.pdf> Erişim: 01.03.2019
- Ghazarian, P.G., Keller, D.R. (2016). Country image and ideal destination choice in study abroad: Evidence from the Republic of Korea. *International Education Journal: Comparative Perspectives*, 15(4), 20-34.
- Gibson, H. (1998). The educational tourist. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 32-34.
- Guo, Y. (2000). *Vocation Economy*. Guangzhou: Guangzhou Economics Press.
- Hemsley-Brown, J., Izhar, O. (2006). "Universities in a competitive global marketplace: A systematic review of the literature on higher education marketing." *International Journal of public sector management*
- Hibbert, C. (1987). *The Grand Tour*. London: Methuen.
- Huang, R. (2008). Mapping Educational Tourists Experience in the UK: Understanding International Students. *Third World Quarterly*, 29(5): 1003-1020
- Hudzik, J.K. (2015). *Comprehensive Internationalization. Institutional Pathways to Success*. New York: Routledge.
- Kalinowski, K., Weiler, B. (1992). Educational travel. In C. M. Hall and B. Weiler (eds) *Special Interest Tourism* (pp. 15–26). London: Belhaven.
- Knight J. (2003) Internationalization of Higher Education Practices and Priorities: 2003 IAU Survey Report. International Association of Universities, 1-31, Paris, France. <http://www.unesco.org/iau>
- Knight, J. (2014). Three generations of crossborder higher education: New developments, issues and challenges. In: B. Streitwieser (Eds.). *Internationalization of Higher Education and Global Mobility*, 43-58.



- Lanegrn, D. (2005). *Discussion on Question: What Makes a Good Field Trip?* With B. Hecht. St. Paul, MN.
- Leask, B. (2015). *Internationalising the Curriculum*. London: Routledge.
- Lee J.J. (2008) Beyond borders: International student pathways to the United States. *Journal of Studies in International Education*, 20(10), 1–20.
- Ritchie J.R., Simon H. (2009) Understanding and Meeting the Challenges of Customer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research*, 11: 111-126
- Ritchie, B.W., Carr, N., Cooper, C.P. (2003). *Managing educational tourism* (Vol. 10). Channel View Publications.
- Roppolo, C. (1996). International education: What does this mean for universities and tourism? In M. Robinson, N. Evans and P. Callaghan (eds) *Tourism and Cultural Change* (pp. 191–201). Sunderland: *Centre for Travel and Tourism and Business Editorial Press*.
- Salmi, J. (2001). Higher education at a turning point. Tertiary education in the 21st Century: Challenges and opportunities. *Higher Education Management*, 13(2),105-131.
- Smith, C., Jenner, P. (1997). Market segments: Educational tourism. *Travel and Tourism Analyst* 3, 60–75.
- Svensson, L., Wihlborg, M. (2010). Internationalising the content of higher education: the need for a curriculum perspective. *Higher Education*, 60(6),595-613.
- Taşçı, G. (2018). *Yükseköğretimde Uluslararasılaşma: Türkiye Örneği (1995-2014)* Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Theobald, W. F. (1995). The context, meaning and scope of tourism. *Global tourism: the next decade.*, 3-19.
- UNWTO (2016). *“Guide For Local Authorities on Developing Sustainable Tourism.”* Paris: OECD.
- Varghese, N.V. (2011). Globalization and cross-border education: Challenges for the development of higher education in Commonwealth countries. *Kuala Lumpur: International Institute for Educational Planning (IIEP)*.
- Yıldırım A, Şimşek H (2013) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

## EXTENDED SUMMARY

### Introduction

Educational tourism provides very serious economic contributions to the national economies. The USA, Canada, Australia, England, France and Germany are among the strongest countries in the educational tourism market. Turkey, which is one of the countries hosting the most tourists in the world, can't show a serious presence in the field of educational tourism.

### Purpose

The main purpose of this study is to reveal the factors that are effective in making this decision of foreign students who come to Turkey for higher education within the scope of educational tourism. In addition, it is aimed to reveal the general view of educational tourism in Turkey and to reveal the positive and negative experiences of these students after they decided to study in Turkey.

Foundation universities contribute more to the country's economy as they charge much higher tuition fees compared to state universities. For this reason, the universe of the research consists of foreign students studying at foundation universities in Istanbul.

### Methodology

In the research process, the qualitative research method was used. A semi-structured interview form was prepared by making use of in-depth preliminary interviews and some interview forms used in the literature. In the data collection process, after the 27th interview, it was evaluated that sufficient data was collected and the interviews were concluded. In the analysis of the data obtained from the participants, descriptive analysis and content analysis methods were used together.

### Conclusion and Discussion

The prominent factors in country and city selection are family reasons, recommendations, and similarities between countries. Visa convenience, image of the province of Istanbul, geographical proximity and ease of transportation, and tuition fees come after the first three factors.

The most influential factor in choosing a university is the advice received from friends or family. This factor is followed by factors such as location, department-related evaluations, tuition fees, language of instruction, postgraduate education opportunities, internet and social media, scholarship and discount opportunities, number of foreign students and academic staff.

Internet/social media and friends come to the fore in the referenced information sources. Rarely is information collected through training agencies or fairs.

Visits made before education positively affect the decision to choose Turkey during the university process. It has been observed that students gather information through their own efforts or their relatives. Universities in Turkey can't make enough efforts to reach foreign students.

The ease of the application process stands out as a positive experience, while the foreign language problem and the alleged antipathy towards foreigners draw attention as the most important negative experience areas. In particular, problems arising from communication with the administrative staff, especially the foreign student office, stand out.

Students do not look forward to our country for postgraduate education. At this point, issues such as "the inadequacy of the number and diversity of postgraduate programs taught in English, the low quality of the undergraduate education continued and the teaching of the courses in Turkish" is criticized.

There is a prevailing opinion that Turkey will be preferred more in the case of solving problems originating from foreign languages. It is remarkable that foreign students studying in Turkey experience anxiety as a result of international crises and that some students emphasize that they should pay attention to the discourses of politicians. Providing work permits and internship opportunities given to foreign students in other countries to foreign students in Turkey is an important recommendation.

Turkish universities are quite problematic about the importance of websites that are effective in the decision-making process of foreign students. Official websites are mostly prepared in Turkish, and content information is insufficient in most of the websites prepared in foreign languages. More foreign students can be reached if the communication policies of universities in Turkey are reviewed, user-friendly web pages are prepared in different languages, and social media accounts are managed effectively.

Thanks to a superstructure to be established for the effective management of educational tourism, coordination between stakeholders can be ensured and training and consultancy services can be provided

to relevant institutions. In addition, this structure can lead the support promotion activities to be carried out in foreign countries. Standard data collection systems should be established to facilitate decision-making processes. The data to be obtained from foreign students should be brought into a standard form in a way that covers all universities and does not violate the security of personal data. Thanks to these data, the expectations, demands, suggestions, complaints and attitudes of foreign students can be observed more systematically and used in decision-making processes. A monitoring and evaluation system should be established. It is necessary to periodically evaluate foreign students according to various criteria and to prepare annual or several annual reports in light of this information. This system is for promotional activities for target markets.

Every university should strive to open undergraduate and graduate programs that will attract the attention of foreign students in line with their capacities. International student offices should be established in all universities with an official status, sufficient physical facilities and qualified human resources should be created. Official websites and social media accounts of universities should be managed effectively. In addition to the main pages on the websites, sub-pages and page contents must be created in Turkish, English and other languages that are deemed appropriate and periodically updated. Application systems should be free from bureaucratic complexity and only request necessary information and documents. Communication channels that can respond to requests, complaints and questions promptly (For example: web.whatsapp.com) should be actively used. Social media accounts, which have become increasingly widespread in recent years, should be managed effectively. Application fees should be kept at a reasonable level and returned to unregistered students. Universities should assign personnel who speak a foreign language and have high communication skills during the application and registration process. An informative system on accreditation and equivalence issues should be established. Attempts should be made to make the diplomas awarded in Turkey more recognized, especially in European countries and the USA. Scholarship and discount opportunities should be expanded by reviewing wage policies. Double major scholarship, family scholarship, sports scholarship, achievement scholarship, referral scholarship, early registration discount etc. various alternatives should be provided. Campus locations and facilities should be made more attractive. During the interviews, it was observed that some of the students were very satisfied with the location of the campus, and some were not at all. It is not possible to change the current campus location. However, free transportation services provided by some universities from campus to central districts can be provided by all universities.

To be effective in promotion and marketing activities, high participation in education fairs should be ensured and cooperation should be made with education agencies. In addition, social media platforms should be used effectively. Cinema and TV series tourism, which has been very popular in recent years, should be benefited from.

Turkey is one of the most important destinations in educational tourism. The process has socio-cultural dimensions as well as economic contributions. In this context, educational tourism in Turkey should be investigated in the future with all its dimensions and relations. Each of these dimensions and relations (Example: Migration, Asylum, Brain Drain, Economic Effects, Socio-Cultural Effects, etc.) can be the subject of a research topic in itself. The following researchers; It is expected to work on subjects such as examining developed countries in educational tourism, comparing the problems of foreign students in state-foundation universities, examining students who go to other countries from Turkey, and the effects of educational tourism.

As a result, it can be said that the importance of educational tourism is not sufficiently understood in Turkey. Therefore, the process should be approached from a strategic point of view, as in developed countries. If solution-oriented plans and policies are implemented, Turkey will be able to obtain a significant share in the international education tourism market.