



Atıfta Bulunmak İçin / Cite This Paper: Kurnaz, A. (2019). “Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: Aşçılık ve Gastronomi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1): 612-627
Geliř Tarihi / Received Date: 07.11.2018 **Kabul Tarihi / Accepted Date:** 28.12.2018

Araştırma Makalesi

ÜNİVERSİTE SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: AŞÇILIK VE GASTRONOMİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Dr. Alper KURNAZ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu

akurnaz@mu.edu.tr

ORCID ID: 0000-0001-5288-0706

Öz

Eğitim sisteminin bir gereği olarak, öğrenciler üniversite sınavına girerek gelecekleri konusunda önemli bir adım atmaktadır. Öğrenciler çeşitli meslek gruplarında çalışmak üzere yükseköğretim tercihlerini yaparak üniversite hayatına başlamaktadırlar. Yükseköğretim kapsamında tercih edilebilecek bölüm sayısı giderek artmaktadır. İstedikleri üniversite eğitimini alabilmek açısından, üniversite tercihlerinin dikkatli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Araştırmanın amacı, aşçılık programı ile gastronomi bölümünü tercih eden üniversite öğrencilerinin üniversite tercihlerini etkileyen faktörleri belirlemektir. Bu bağlamda araştırma kapsamında aşçılık ve gastronomi öğrencilerinin üniversite tercihlerini yaparken dikkate aldıkları faktörler araştırılmıştır. Araştırma evreni, Türkiye ve Kıbrıs'taki üniversitelerde bulunan aşçılık programı ve gastronomi bölümü öğrencileridir. Araştırmanın örneklemini ise Türkiye ve Kıbrıs'ta aşçılık ve gastronomi bölümlerinde okuyan 1213 öğrenci oluşturmuştur. Araştırma kapsamında 30 farklı üniversiteden veri toplanmıştır. Elde edilen veriler, t-testi ve ANOVA analiziyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda örneklem grubunda yer alan öğrencilerin üniversite tercihinde belirledikleri faktörler; saygınlık, iş olanakları ve etkinlikler ile çevre olduğu belirlenmiştir. Elde edilen faktör gruplarının demografik açıdan farklılıkları da incelenmiştir. Gastronomi ve aşçılık programlarının kapsamı açısından önem taşıyan bu araştırma, üniversiteler açısından gelecek planlamasına fikir vermesi, öğrencilere yol göstermesi ve farklı bölümlerde araştırmaların yapılarak karşılaştırma yapılabilmesi açısından önemli olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aşçılık, Gastronomi, Üniversite Seçimi.

FACTORS AFFECTING THE ELECTION OF THE UNIVERSITY: A STUDY ON COOKERY AND GASTRONOMY STUDENTS

Abstract

As a requirement of the education system, students take the university examination and take an important step towards their future. Students begin their university life by making higher education choices in order to work in various occupational groups. The number of departments that can be preferred within the scope of higher education is increasing. In order to get the university education they want, university preferences need to be done carefully. The aim of the study is to determine the factors that affect the university preferences of the university students who prefer the gastronomy department and the cookery program. In this context, the factors that cookery and gastronomy students considered when making their university preferences were investigated. Located in universities in Turkey and Cyprus, culinary and gastronomic part of the program students comprise the universe of the study. The sample of the study consisted of 1213 students studying in the cookery and gastronomy departments in Turkey and Cyprus. Research was conducted at 30 different universities. The data were analyzed by t-test and ANOVA analysis. As a result of the study, the factors determined by the students in the sample group in the university preference; dignity, job opportunities and activities and environment. The demographic differences of the obtained factor groups were also examined. This research, which is important in terms of the scope of gastronomy

and culinary programs, is important in terms of future planning in terms of universities, guiding students and making comparisons in different departments.

Keywords: Cookery, Gastronomy, The Election of the University.

1. GİRİŞ

Gelecek kaygısı ve sevdiği mesleği yapabilmek her öğrencinin içinde yer aldığı bir karmaşık bir süreçtir. Yükseköğretim alanında hem kaliteli eğitim alabilmek hem de sevdiği meslek alanında ilerlemek öğrencilerin hayalidir. Bu hayali gerçekleştirmenin temel basamağı ise bir Yükseköğretim programına kayıt olmaktır. *Türkiye’de yaşayan ve liseden mezun olmuş veya mezun olabilecek durumda olup da yükseköğretime devam etmek isteyen öğrencilerin aşmaları gereken ilk engel üniversiteye giriş sınavıdır* (Akar, 2012: 98).

Türkiye’de ve Kıbrıs’ta hem devlet üniversitelerinde hem de vakıf üniversitelerinde aşçılık programı ve gastronomi bölümü sayıları giderek artmaktadır. Özellikle son yıllarda gastronomi ilgili televizyon programlarının ün kazanması, ünlü şeflerin yükselişi, mezun olduktan sonra istihdamın hızlı olması öğrencileri bu alanlara yöneltilmektedir (Hertzman ve Maas, 2012). Gerek aşçılık gerek gastronomi olsun bu alanlara olan özen ve ilgi, son yıllarda giderek artmış nitelikli işgören ihtiyacı aşçılık eğitimi alan öğrencilerin mesleki tutum geliştirmelerinde oldukça önemli bir konu haline gelmiştir (Kurnaz, Akyurt Kurnaz ve Kılıç, 2014). Hem devlet hem de vakıf üniversitelerinin çoğunda aşçılık programları ile gastronomi, gastronomi ve mutfak sanatları bölümleri yer almaktadır. Türkiye’deki üniversitelerde toplam 52 adet aşçılık programı, 39 adet gastronomi ve mutfak sanatları bölümü, 4 adet gastronomi bölümü bulunmaktadır; Kıbrıs’taki üniversitelerde toplam 4 adet aşçılık programı, 4 adet gastronomi ve mutfak sanatları bölümü, 1 adet gastronomi bölümü yer almaktadır (YÖK Atlas, 2018a; YÖK Atlas, 2018b). Bu bilgiler ışığında bu program ve bölümleri tercih noktasında öğrencilere geniş bir üniversite yelpazesi sunulmaktadır. Söz konusu program ve bölümlere öğrenciler üniversitelerin sahip olduğu özellikler doğrultusunda tercihlerini yapmaktadırlar. Üniversiteye giriş sınavından alınan puanlar baz alınarak yapılan tercihlerde, öğrenciler üniversitelerin mevcut uygulama mutfak durumları, öğretim elemanı sayısı, sosyal programların varlığı gibi durumları göz önünde bulundurarak son kararlarını vermektedirler.

Alanyazında yer alan araştırmalarda öğrencilerin üniversite tercihlerini etkileyen birçok faktörün olduğu görülmektedir. Bu faktörler, Krampf ve Heinlein (1981), Chapman (1981), Hooley ve Lynch (1981), Kallio (1995), Joseph ve Joseph (2000), Soutar ve Turner (2002), Hoyt ve Brown (2003), Veloutsou, Paton ve Lewis (2004), Yamamoto (2006), Kalpaklıoğlu ve Türemez (2010), Maringe, (2006), Joseph, (2013), Çatı, İftar ve Özcan (2016) tarafından yapılan araştırmalarda genel olarak aşağıdaki başlıklar ele alınmaktadır.

- Cinsiyet
- Akademik Saygınlık
- Kampüste Sosyal Çevre
- Üniversitenin Coğrafi Konumu
- Eğitim Kalitesi
- Tercih Edilen Bölümün Mevcudiyeti
- Maliyetler
- İtibarlı Bir Bölümde Okumak
- Finansal Yardım
- Mezunların İş Bulma Oranı
- Verilen Derslerin Çeşitliliği
- Kurumun Büyüklüğü
- Öğrenciyi Çevreleyen Topluluk
- Yüksek Lisans Programlarının Mevcudiyeti

Bu araştırmada aşçılık programı ile gastronomi bölümünü tercih eden üniversite öğrencilerinin üniversite tercihlerini etkileyen faktörlerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde ilgili alanyazın hakkında genel bir bilgi verilmesi amaçlanmış, üçüncü bölümde yöntem açıklanmış, dördüncü bölümde bulgu ve yorumlamaya yer verilmiştir. Beşinci bölümde ise sonuç ve öneriler ele alınmıştır.

2. YÖNTEM

Araştırmanın yöntemi tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Betimsel araştırmaların yapılma amacı, ne ve nasıl sorularına cevap vererek araştırmanın detaylı olarak betimlenmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

2.1. Araştırma Problemi

Aşçılık ve gastronomi bölümlerini tercih eden üniversite öğrencilerinin, üniversite tercihlerinde nelerden etkilendiklerini belirlemeye yönelik amacı olan araştırmanın problemi araştırmanın amacı ile doğru orantılıdır. Bu bağlamda araştırmanın temel problemi üniversite tercihlerinde aşçılık ve gastronomi bölümlerini seçen öğrencilerin üniversite tercihlerini etkileyen farklı etmenler etkili olmuştur.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri, Akar (2012) tarafından yapılan araştırmanın ölçeğinden faydalanarak elde edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk grupta öğrencilerin

tanımlayıcı bilgileri yer alırken, ikinci bölümde öğrencilerin üniversite tercihlerini etkileyen faktörlere yönelik 33 adet 5’li Likert ölçeğiyle hazırlanmış önermeler bulunmaktadır. Soru formunun ikinci bölümünde yer alan bu önermelerden 3’ü araştırmacı tarafından soru formuna eklenmiştir. Katılımcılardan; hiç katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum seçeneklerinden birini seçmeleri istenerek önermelere katılma derecelerini belirtmeleri istenmiştir.

2.3. Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini Türkiye ve Kıbrıs’taki üniversitelerde bulunan açılış programı ve gastronomi bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem ise 25 üniversitenin ilgili program ve bölümlerinde yer alan kolayda örneklem yöntemiyle seçilen 1213 öğrencidir. Kolayda örnekleme kapsamında ankete katılan herkesin örnekleme dahil edilmesi ve öğelerin araştırmacı tarafından elverişli oldukları için seçilmesinden dolayı tercih edilmiştir (Altunışık vd. 2010). Araştırma verileri 24 Eylül – 5 Ekim 2018 tarihleri arasında toplanmıştır. Örneklem grubunun büyük olmasından dolayı söz konusu üniversitelerde yer alan akademik personelden yardım talebinde bulunulmuş ve verilere ulaşılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler doğrultusunda verilerin normal dağılım olup olmadığına $p<0,05$ anlamlılık ifadesine göre normal dağılıma sahip olduğu (Kolmogorov-Smirnov) ve çarpıklık-basıklık katsayılarının da (Skewness-Kurtosis) beklenen aralıklarda olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç doğrultusunda parametrik testler yardımı ile verilerin analizi devam etmiştir.

Üniversite tercihlerini etkileyen faktörleri ölçmeye yönelik hazırlanan anket sorularının yapı geçerliğini görmek amacı ile faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapılmadan önce maddeler arasındaki kısmi korelasyonların ve korelasyon matrisinin faktör analizi için uygun olup olmadığını Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett testi ile test edilmiştir. KMO’nun 0,50’ tan yüksek, Bartlett testinin anlamlı çıkması, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2010). Ön uygulama verilerinin üzerinde yapılan analizde ölçek için KMO değeri 0,926 olarak bulunmuştur.

Dolayısıyla hazırlanan ölçeğin araştırma amacı ile doğru orantılı olduğu nitelendirilmektedir. Analizde elde edilen korelasyon matrisinin birim matris olup olmadığıyla ilgili Bartlett testi sonucuna baktığımızda üniversite tercihi görüş ölçeğinin $p<0,05$ olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, veri grubuna faktör analizi yapılabileceğini göstermektedir. İlk yapılan faktör analizi sonucunda 0,500 değerinin altında kalan (Kalaycı, 2010) toplam 6 önerme (1,2,15,16,29,31) çıkarılmış olup toplam varyansın %63,3’ünü

açıklayan 27 önerme ve altı alt boyuttan oluşan bir ölçme aracı elde edilmiştir. Üniversite tercihi görüş ölçeğinin alt boyutlarının güvenilirlik analizi yapıldığında, tüm boyutların Cronbach alfa değerlerinin 0.70'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler bize üniversite tercihi görüş ölçeğinin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın faktör analizi sonucunda belirlenen altı boyut yer almaktadır. Bu boyutlar; iş olanakları ve etkinlikler, saygınlık, çevre, ekonomi, konaklama ve tercih olarak adlandırılmıştır. Faktörler toplam varyansın % 14,027; % 12,031; % 11,252; % 9,313; % 8,534 ve % 8,157'sini açıklamaktadır. Elde edilen faktörler toplam varyansın oranı ise % 63,314 şeklinde tespit edilmiştir. Genel olarak varyanslar incelendiğinde bu oran uygulama açısından kabul edilebilir olduğunu göstermektedir.

3. BULGULAR

Araştırma bulguları ele alınırken öncelikle Tablo 1'de katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine yer verilmektedir. Tablo 1'de görüldüğü üzere katılımcıların cinsiyet dağılımları birbirine yakın oranlarda gerçekleşmiştir. Kadın katılımcılar (% 51), erkek katılımcılardan (% 49) azda olsa fazladır. Mezun olunan lise türünde ilk sırayı meslek lisesi (% 40) almaktadır. Bu durumu sırasıyla Anadolu Lisesi (% 31,2), imam hatip lisesi (%13,6) ve diğer liseler (% 7,9) izlemektedir. Lise mezuniyet alanı olarak yiyecek içecek hizmetleri-mutfak dalı mezunları (% 35,2) 427 katılımcıyı ifade ederken, 786 katılımcı diğer alanlardan mezun olmuştur. Kaçınıcı tercih sorusuna 515 katılımcı 1. tercihim (% 42,5) cevabını verirken bu durumu sırasıyla 148 katılımcı ile 2. tercihim (% 12,2), 95 katılımcı ile 3. tercihim (% 7,8) takip etmektedir. 455 katılımcı ise diğer (% 37,5) seçeneğini işaretlemiştir. Yaş aralığına bakıldığında ilk sırayı 20-21 yaş aralığı ile 516 katılımcı almaktadır. 18-19 yaş aralığı ile 488 katılımcı ikinci sırada, 22 ve daha büyük aralıkta yer alan 203 katılımcı ise üçüncü sıradadır. Son sırada ise 17 ve daha küçük yaşta yer alan 6 katılımcı yer almaktadır. Aylık gelir durumuna göre ilk sırayı 1200 TL'den az (% 82,8) geliri olan 1004 katılımcı almaktadır. İkinci sırayı 1201-2400 TL arası geliri olan 152 katılımcı almaktadır. Son sırayı 2401 TL'den fazla gelire sahip 57 katılımcı takip etmektedir. Bölgeler sıralamasında ilk sırayı Marmara (% 27,2), son sırayı ise Doğu Anadolu (% 3,1) almaktadır. İkamet durumları incelendiğinde ilk sırada 449 katılımcı ile öğrenci evini (% 37) tercih eden katılımcılar görülmektedir. Sırayla 302 katılımcı özel yurt-pansiyon, 290 katılımcı aile yanı, 172 katılımcı devlet yurdu tercih etmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri

Değişken		N	%
Cinsiyet	Kadın	619	51
	Erkek	594	49
	Toplam	1213	100
Lise Türü	Meslek Lisesi	533	40
	Çok Programlı Lise	40	3,3
	Anadolu Lisesi	379	31,2
	İmam Hatip Lisesi	165	13,6
	Diğer	96	7,9
	Toplam	1213	100
Lise Mezuniyet Alanı	Yiyecek İçecek Hizmetleri/Mutfak	427	35,2
	Diğer	786	64,8
	Toplam	1213	100
Kaçınıcı Tercih	1. Tercihim	515	42,5
	2. Tercihim	148	12,2
	3. Tercihim	95	7,8
	Diğer	455	37,5
	Toplam	1213	100
Yaş	17 ve Daha Küçük	6	0,5
	18-19	488	40,2
	20-21	516	42,5
	22 ve Daha Büyük	203	16,7
	Toplam	1213	100
Aylık Gelir (TL)	1200'den az	1004	82,8
	1201-2400	152	12,6
	2401'den fazla	57	4,6
	Toplam	1213	100
Bölge	Marmara	330	27,2
	Ege	259	21,4
	Karadeniz	197	16,2
	Güneydoğu Anadolu	73	6
	Doğu Anadolu	38	3,1
	Akdeniz	154	12,7
	İç Anadolu	162	13,4
Toplam	1213	100	
İkamet	Öğrenci Evi	449	37
	Aile Yanı	290	23,9
	Devlet Yurdu	172	14,2
	Özel Yurt-Pansiyon	302	24,9
	Toplam	1213	100

Yapılan faktör analizi (Tablo 2) sonucunda 27 önerme ve 6 boyuttan oluşan faktör grupları elde edilmiştir. Faktör grupları yer alan ifadeleri en iyi tanımlayacak şekilde adlandırılmıştır. Bu başlıklar İş Olanakları ve Etkinlikler, Saygınlık, Çevre, Ekonomi, Konaklama ve Tercihdir. Bu adlandırma Akar'ın 2012 yılında yaptığı araştırma ile benzerlik göstermiştir. Tüm faktör gruplarının güvenilirlik analizi sonuçlarına göre yüksek güvenilirlikte olduğu tespit edilmiştir.

İş olanakları ve etkinlikler faktör grubunda 9, saygınlık faktör grubunda 3, çevre faktör grubunda 5, ekonomi faktör grubunda 3, konaklama faktör grubunda 3 ve tercih faktör grubunda 5 ifade yer almıştır.

İş olanakları ve etkinlikler faktöründe en yüksek faktör yükünü alan 19. önerme “Üniversitenin mezunlarına iş bulmada yardımcı olması (kariyer merkezi, mezunlar derneği ile)” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise 17. önerme “Üniversitenin öğrencilere okul içinde part-time iş olanakları sağlaması tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir.

Saygınlık faktöründe en yüksek faktör yükünü alan 4. önerme “Üniversitenin toplumda algılanan akademik saygınlığı tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise 5. önerme “Üniversitenin öğretim kalitesi tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir.

Çevre faktöründe en yüksek faktör yükünü alan 14. önerme “Üniversite kampüsünün şehir merkezine yakınlığı tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise 12. önerme “Üniversite kampüsünün güvenli olması tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir.

Ekonomi faktöründe en yüksek faktör yükünü alan 28. önerme “Üniversitenin bulunduğu kentte ev kiralarının ucuz olması tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise 27. önerme “Üniversitenin burs, yemek gibi ekonomik yardım sağlaması tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir.

Konaklama faktöründe en yüksek faktör yükünü alan 8. önerme “Üniversitenin ailemin ikametgâhına yakınlığı tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise 30. önerme “Ailemin üniversitenin bulunduğu kentte ikamet etmesi ya da üniversitenin bulunduğu kentte yanında kalabileceğim akrabamın olması tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir.

Tercih faktöründe en yüksek faktör yükünü alan 22. önerme “Arkadaşlarımın tavsiyeleri tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise 24. önerme “Üniversitenin web sayfasından edindiğim bilgiler tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir.

Faktör analizi sonuçlarına göre faktör gruplarına bakılmaksızın en yüksek faktör yükünü alan önerme “Üniversitenin ailemin ikametgâhına yakınlığı tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise “Üniversitenin web sayfasından edindiğim bilgiler tercihimde etkili olmuştur.” şeklinde ifade edilmiştir.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları

Önerme No	Faktör	Önermeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans (%)	Güvenilirlik Katsayısı
S19	İŞ OLANAKLARI VE ETKİNLİKLER	Üniversitenin mezunlarına iş bulmada yardımcı olması (kariyer merkezi, mezunlar derneği ile) tercihimde etkili olmuştur.	,767	14,027	,867
S20		Üniversitenin öğrencilere staj imkânı sağlaması tercihimde etkili olmuştur.	,719		
S9		Üniversitenin bulunduğu kentte mezuniyet sonrası iş olanaklarının çok olması tercihimde etkili olmuştur.	,630		
S6		Üniversitenin mezunlarının iş bulma imkânları tercihimde etkili olmuştur.	,594		
S18		Üniversitenin mezunlarına uluslararası geçerliliği olan diploma eki vermesi tercihimde etkili olmuştur.	,579		
S32		Üniversitenin ulusal ve uluslararası yarışmalara katılması tercihimde etkili olmuştur.	,550		
S33		Üniversitenin yapmış olduğu etkinlikler (workshoplar, sektör temsilcileri ile yapılan paneller, vb.) tercihimde etkili olmuştur.	,533		
S17		Üniversitenin öğrencilere okul içinde part-time iş olanakları sağlaması tercihimde etkili olmuştur.	,498		
S4		SAYGINLIK	Üniversitenin toplumda algılanan akademik saygınlığı tercihimde etkili olmuştur.		
S3	Üniversitenin marka olarak ismi tercihimde etkili olmuştur.		,766		
S5	Üniversitenin öğretim kalitesi tercihimde etkili olmuştur.		,742		
S14	ÇEVRE	Üniversite kampüsünün şehir merkezine yakınlığı tercihimde etkili olmuştur.	,724	11,252	,831
S7		Üniversitenin bulunduğu kentin yaşanılır olduğunu düşünmem tercihimde etkili olmuştur.	,703		
S13		Üniversite kampüsünün sosyal olanakları (eğlence, topluluk vb.) tercihimde etkili olmuştur.	,662		
S11		Üniversite kampüsünün fiziksel olanakları (bina, kütüphane, kantin vb.) tercihimde etkili olmuştur.	,637		
S12		Üniversite kampüsünün güvenli olması tercihimde etkili olmuştur.	,600		
S28	EKONOMİ	Üniversitenin bulunduğu kentte ev kiralalarının ucuz olması tercihimde etkili olmuştur.	,757	9,313	,775
S26		Üniversitenin bulunduğu kentin ekonomik olarak ucuz yaşam koşullarına sahip olması tercihimde etkili olmuştur.	,728		
S27		Üniversitenin burs, yemek gibi ekonomik yardım sağlaması tercihimde etkili olmuştur.	,662		
S8	KONAKLAMA	Üniversitenin ailemin ikametgâhına yakınlığı tercihimde etkili olmuştur.	,908	8,534	,807
S10		Üniversitenin bulunduğu şehirden ailemin ikametgâhına ulaşım imkânları tercihimde etkili olmuştur.	,872		
S30		Ailemin üniversitenin bulunduğu kentte ikamet etmesi ya da üniversitenin bulunduğu kentte yanında kalabileceğim akrabamın olması tercihimde etkili olmuştur.	,679		
S22		Arkadaşlarımın tavsiyeleri tercihimde etkili olmuştur.	,751		
S21	TERCİH	Ailemin tavsiye ve telkinleri tercihimde etkili olmuştur.	,706	8,157	,744
S25		Öğretmenlerimin telkin ve tavsiyeleri tercihimde etkili olmuştur.	,607		
S23		Üniversite hakkında dergi, gazete veya internette okuduğum bilgiler tercihimde etkili olmuştur.	,488		
S24		Üniversitenin web sayfasından edindiğim bilgiler tercihimde etkili olmuştur.	,429		
		Açıklanan Toplam Varyans Oranı	%63,314		
	KMO	0,926			
	Bartlett (p<0,05)	0,00			

Faktör grupları ile katılımcıların demografik bilgileri arasında herhangi bir anlamlı ilişkinin olup olmadığına yönelik olarak t testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır.

Tablo 3. Faktör Grupları ile Cinsiyet İlişkisi (t Testi)

	Cinsiyet	N	Ortalama	SS	t	P
Çevre	Kadın	619	-,083	,057	-1,449	,009
	Erkek	594	-,083	,057	-1,447	

p<0,05

Örneklemin cinsiyet değişkenine göre yapılan t testi sonuçlarına göre; faktör gruplarından sadece bir faktör grubunun cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda çevre faktör grubu ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık olduğu incelenmiştir. Cinsiyet farklılıklarının çevre ile ilgili ifadeleri etkilediği görülmüştür.

Tablo 4. Faktör Grupları ile Mezun Olunan Lise Arasındaki İlişki (ANOVA)

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	f	P
Çevre	Gruplar arası	14,897	4	3,724	3,758	,005
	Grup içi	1197,103	1208	,991		
	Toplam	1212,000	1212			
Konaklama	Gruplar arası	21,718	4	5,430	5,510	,000
	Grup içi	1190,282	1208	,985		
	Toplam	1212,000	1212			

p<0,05

Araştırmaya katılan öğrencilerin mezun olunan lise ve faktör grupları arasındaki ilişki incelendiğinde çevre ve konaklama faktör grupları ile mezun olunan lise arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yapılan Tukey testi sonuçlarına göre; çevre faktör boyutunda Meslek Liseleri ile Anadolu Liseleri arasında (Ortalama Farklılık: -,214) ve Meslek Liseleri ile diğer liseler arasında (Ortalama Farklılık: -,305) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Konaklama faktör boyutunda ise Meslek Liseleri ile Anadolu Liseleri (Ortalama Farklılık: ,219); İmam Hatip Liseleri ile Anadolu Liseleri (Ortalama Farklılık: ,330) ve diğer liseler ile Anadolu Liseleri (Ortalama Farklılık: ,336) arasında anlamlı farklılıkların olduğu incelenmiştir. Mezun olunan lisenin türü çevre ve konaklama faktör boyutlarından anlamlı birer değişken olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5. Faktör Grupları ile Mezuniyet Alanı Arasındaki İlişki (ANOVA)

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	f	P
İş Olanakları ve Etkinlikler	Gruplar arası	27,975	8	3,497	3,556	,000
	Grup içi	1184,025	1204	,983		
	Toplam	1212,000	1212			
Çevre	Gruplar arası	26,105	8	3,263	3,313	,001
	Grup içi	1185,895	1204	,985		
	Toplam	1212,000	1212			

p<0,05

Tablo 5 doğrultusunda iş olanakları ve etkinlikler faktör grubu ile çevre faktör grubunun mezuniyet alanı ile arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu incelenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin mezuniyet alanlarına verdikleri cevaplar ile iş olanakları-etkinlikler ve çevre faktör grupları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Yapılan Tukey testi sonuçlarına göre homojen bir dağılım olmamasından dolayı faktör boyutları değerlendirme dışı bırakılmıştır.

Tablo 6. Tercih sırası ile Faktör Grupları Arasındaki İlişki (ANOVA)

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	f	P
Çevre	Gruplar arası	50,203	25	2,008	2,052	,002
	Grup içi	1161,797	1187	,979		
	Toplam	1212,000	1212			
Tercih	Gruplar arası	50,524	25	2,021	2,065	,002
	Grup içi	1161,476	1187	,978		
	Toplam	1212,000	1212			

p<0,05

Öğrencilerin bölümü tercih sırası ile faktör grupları arasında ilişkinin belirlenmesine yönelik yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre; tercih etme sırası ile çevre ve tercih faktör grupları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin tercih etme sıralarının çevre ve tercih faktörü üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir. Tukey testine göre çevre faktör boyutunda 1. Tercih ile 4. Tercih (Ortalama Farklılık: ,577) ve 1. Tercih ile 5. Tercih (Ortalama Farklılık: ,504) arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Tercih faktör boyutunda p<0,05 anlamlılık düzeyinde fark olmasına rağmen gruplar arasında homojen bir dağılım olmaması yapılan Tukey testi sonuçlarında görülmüş ve değerlendirme dışı bırakılmıştır.

Tablo 7. Yaş ile Faktör Grupları Arasındaki İlişki (ANOVA)

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	f	P
İş Olanakları ve Etkinlikler	Gruplar arası	19,067	3	6,356	6,441	,000
	Grup içi	1192,933	1209	,987		
	Toplam	1212,000	1212			
Konaklama	Gruplar arası	36,921	3	12,307	12,662	,000
	Grup içi	1175,079	1209	,972		
	Toplam	1212,000	1212			

p<0,05

Yaş ile faktör grupları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan ANOVA analizine göre; öğrencilerin yaş grupları ile iş olanakları-etkinlikler ve konaklama faktör boyutları arasında p<0,05 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu bağlamda belirlenen faktör grupları üzerinden iş olanakları-etkinlikler ve konaklama gruplarında yaş önermesi anlamlı bir değişkendir. İş olanakları ve etkinlikler faktör boyutunda yapılan Tukey testine göre; 18-19 yaş ile 22 ve daha büyük yaş aralığı (Ortalama Farklılık: ,348) ve 20-21 yaş aralığı ile 22 ve daha büyük yaş aralığı (Ortalama Farklılık: ,262) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Konaklama faktör

boyutunda ise, 18-19 yaş aralığı ile 20-21 yaş aralığı (Ortalama Farklılık: -,271) ve 18-19 yaş aralığı ile 22 ve daha büyük yaş aralığı (Ortalama Farklılık: -,457) arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda yaş değişkeni iş olanaklar ve etkinlikler ile konaklama faktör boyutlarında anlamlı bir değişkendir.

Tablo 8. Gelir ile Faktör Grupları Arasındaki İlişki (ANOVA)

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	f	P
Konaklama	Gruplar arası	36,352	4	9,088	9,338	,000
	Grup içi	1175,648	1208	,973		
	Toplam	1212,000	1212			

$p < 0,05$

Tablo 8'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin gelir durumu ile konaklama faktör grubu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bağlamda öğrencilerin gelir grupları bölümü tercih etme nedenlerini etkileyen bir faktördür. Anlamlı farklılıkların hangi faktör gruplarından tespit etmeye yönelik yapılan Tukey testine göre; 600 TL ve daha az ile 1801-2400 TL (Ortalama Farklılık: -,645), 600 TL ve daha az ile 2401 TL ve daha fazlası (Ortalama Farklılık: -,654) arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Ayrıca 1201-1800 TL ile 1801-2400 TL (Ortalama Farklılık: -,564); 1201-1800 TL ile 2401 TL ve daha fazlası (Ortalama Farklılık: -,573) arasında anlamlı ilişki görülmüştür. Konaklama faktör boyutunda gelir anlamlı bir değişkendir.

Tablo 9. Gelinen Coğrafi Bölge ve Faktör Grupları Arasındaki İlişki (ANOVA)

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	f	P
İş Olanakları ve Etkinlikler	Gruplar arası	17,984	6	2,997	3,027	,006
	Grup içi	1194,016	1206	,990		
	Toplam	1212,000	1212			
Saygınlık	Gruplar arası	12,738	6	2,123	2,135	,047
	Grup içi	1199,262	1206	,994		
	Toplam	1212,000	1212			
Çevre	Gruplar arası	13,005	6	2,168	2,180	,043
	Grup içi	1198,995	1206	,994		
	Toplam	1212,000	1212			

$p < 0,05$

Öğrencilerin geldikleri coğrafi bölge ile faktör grupları arasında herhangi bir anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ANOVA analizine göre; üç faktör grubunda anlamlı bir sonucun çıktığını görmek mümkündür. Bu faktör grupları iş olanakları ve etkinlikler, saygınlık ve çevredir. Bu açıdan incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin geldikleri coğrafi bölge bölümü seçme nedenleri arasında yer alan iş olanakları ve etkinlikler, saygınlık ve çevre faktör boyutlarının üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Tukey testine göre İş Olanakları ve Etkinlikler faktör boyutunda Marmara ve İç Anadolu Bölgeleri (Ortalama Farklılık: ,340) ile Ege ile İç Anadolu Bölgeleri (Ortalama

Farklılık: ,373) arasında anlamlı farklılık olduğu incelenmiştir. Saygınlık faktör boyutunda Akdeniz ve Ege Bölgeleri (Ortalama Farklılık: ,336) arasında anlamlı bir ilişki görülmüştür. Çevre boyutunda gruplar arasında homojen bir dağılım olmamasından dolayı Tukey sonuçları incelenmiş ve değerlendirme kapsamına alınmamıştır.

Tablo 10. İkamet Yerleri ile Faktör Grupları Arasındaki İlişki (ANOVA)

		Kareler Toplamı	Sd	Karelerin Ortalaması	f	P
İş Olanakları ve Etkinlikler	Gruplar arası	24,278	3	8,093	8,237	,000
	Grup içi	1187,722	1209	,982		
	Toplam	1212,000	1212			
Saygınlık	Gruplar arası	17,878	3	5,959	6,033	,000
	Grup içi	1194,122	1209	,988		
	Toplam	1212,000	1212			
Çevre	Gruplar arası	22,383	3	7,461	7,583	,000
	Grup içi	1189,617	1209	,984		
	Toplam	1212,000	1212			
Ekonomi	Gruplar arası	16,340	3	5,447	5,507	,001
	Grup içi	1195,660	1209	,989		
	Toplam	1212,000	1212			
Konaklama	Gruplar arası	296,395	3	98,798	130,457	,000
	Grup içi	915,605	1209	,757		
	Toplam	1212,000	1212			

$p < 0,05$

İkamet yerleri ile faktör grupları arasındaki ilişki incelendiğinde beş faktör grubu ile ikamet yerleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda öğrencilerin ikamet yerleri; İş olanakları ve etkinlikler, saygınlık, çevre, ekonomi ve konaklama faktör grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. İkamet yerleri açısından verilen cevapların iş olanakları ve etkinlikler, saygınlık, çevre, ekonomi ve konaklama faktör gruplarını etkilediği tespit edilmiştir. İş olanakları ve etkinlikler faktör boyutunda öğrenci evi ile aile yanı (Ortalama Farklılık: ,274), devlet yurdu (Ortalama Farklılık: ,372) ve özel yurt-pansiyon (Ortalama Farklılık: ,230) arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Saygınlık faktörü kapsamında devlet yurdu ile öğrenci evi (Ortalama Farklılık: ,305) ve aile yanı (Ortalama Farklılık: ,393) arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Çevre faktör boyutunda aile yanı ile öğrenci evi (Ortalama Farklılık: ,222), devlet yurdu ile öğrenci evi (,400) arasında anlamlı farklılıkların olduğu görülmüştür. Diğer bir faktör boyutu olan ekonomi faktöründe ise öğrenci evi ile özel yurt-pansiyon (Ortalama Farklılık: ,252) ve devlet yurdu ile özel yurt-pansiyon (Ortalama Farklılık: ,286) arasında anlamlı farklılıklar incelenmiştir. ANOVA testine göre anlamlı ilişki çıkan Konaklama faktör boyutuna göre ise, aile yanı ile öğrenci evi (Ortalama Farklılık: 1,093), devlet yurdu (Ortalama Farklılık: 1,154) ve özel yurt-pansiyon (Ortalama Farklılık: 1,236) arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu bağlamda ikamet yerleri değişkeni belirlenen faktör gruplarından anlamlı bir değişkendir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada aşçılık programı ve gastronomi bölümü öğrencilerinin üniversite seçimini etkileyen faktörler ele alınmıştır. Alanyazının taranması neticesinde üniversite seçimini etkileyen faktörlerle ilgili olarak birçok araştırmanın yürütüldüğü görülmüştür. Bu araştırmalarda birçok faktör değerlendirilmiş ve genellikle cinsiyet, akademik saygınlık, kampüste sosyal çevre, üniversitenin coğrafi konumu, eğitim kalitesi, tercih edilen bölümün mevcudiyeti, itibarlı bir bölümde okumak gibi etmenlerin öğrenciler tarafından göz önünde bulundurulduğu dikkati çekmiştir. Akar (2012) tarafından yapılan araştırmada kullanılan ölçek derlenerek bu araştırma yürütülmüştür. Araştırma sonuçları faktör analizi, t-testi ve ANOVA aracılığıyla incelenmiştir. Araştırma sonucunda alanyazında geçen diğer araştırmalarda elde edilen faktör başlıkları ile örneklemden elde edilen faktör başlıkları arasında benzer özellikler gösterdiği tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen demografik bulgular doğrultusunda katılımcıların cinsiyet konusunda birbirine yakın oranlar çıktığı tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların %51, erkek katılımcıların ise %49 olarak belirlenen katılımcıların mezun olunan lise türünde ilk sıranın meslek lisesine ait olduğu görülmüştür. Araştırmanın kapsamı konusunda bu sonucun beklenen bir sonuç olmuştur. Tercih sırasında 1. Tercih olarak yazan katılımcı sayısı 515 olmakla birlikte bu oran katılımcıların neredeyse yarısının bilinçli ve isteyerek bölümlere geldiği düşüncesini oluşturmaktadır. Katılımcıların öğrenci olmasından dolayı aylık gelirlerinin 1200 TL ve daha az olması beklenen bir sonuçtur. Bölgeler sıralamasında Marmara bölgesinden gelen öğrenci sayısının birinci sırada yer almaktadır. İkamet durumu olarak öğrenci evini tercih eden katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmüştür.

Araştırmada faktör analizi sonucunda 27 önerme ve 6 boyuttan oluşan faktör grupları elde edilmiş ve incelenmiştir. Faktör grupları; İş Olanakları ve Etkinlikler, Saygınlık, Çevre, Ekonomi, Konaklama ve Tercih şeklinde isimlendirilmiştir. Bu faktör grupları Akar'ın 2012 yılında yaptığı araştırma ile benzerlik göstermiştir. Tüm faktör gruplarının güvenilirlik analizi sonuçlarına göre yüksek güvenilirlikte olduğu tespit edilmiştir. Faktör grupları tek tek aşağıda ele alınmaktadır.

İş olanakları ve etkinlikler faktöründe en yüksek faktör “üniversitenin mezunlarına iş bulmada yardımcı olması” şeklinde ifade edilirken, en düşük yüklü faktör ise “üniversitenin öğrencilere okul içinde part-time iş olanakları sağlaması”dır. Saygınlık faktöründe en yüksek faktör yükünü alan önerme “üniversitenin toplumda algılanan akademik saygınlığı” şeklinde ön plana çıkarken en düşük faktör yükünü alan önerme ise “üniversitenin öğretim kalitesi tercihimde etkili olmuştur” önermesidir. Çevre faktöründe en yüksek faktör yükünü alan

önerme “üniversite kampüsünün şehir merkezine yakınlığı” önermesidir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise “üniversite kampüsünün güvenli olması tercihimde etkili olmuştur.” önermesidir. Ekonomi faktöründe “üniversitenin bulunduğu kentte ev kiralarının ucuz olması” önermesi en yüksek faktör yükünü alan önermeyken, “üniversitenin burs, yemek gibi ekonomik yardım sağlaması” önermesi ise en düşük yüklü önermedir. Konaklama faktöründe en yüksek faktör yüklü önerme “üniversitenin ailemin ikametgâhına yakınlığı” önermesidir. En düşük faktör yüklü önerme ise “ailemin üniversitenin bulunduğu kentte ikamet etmesi ya da üniversitenin bulunduğu kentte yanında kalabileceğim akrabamın olması” önermesidir. Tercih faktöründe “arkadaşlarımın tavsiyeleri” en yüksek yüklü önerme iken “üniversitenin web sayfasından edindiğim bilgiler” önermesi ise en düşük yüklü faktörü alan önermedir. Bu bağlamda üniversite tercihleri konusunda arkadaş çevresinin önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Faktör analizi sonuçlarına göre tüm önermeler değerlendirildiğinde, “üniversitenin ailemin ikametgâhına yakınlığı” en yüksek faktör yükünü alan önermedir. En düşük faktör yükünü alan önerme ise “üniversitenin web sayfasından edindiğim bilgiler” şeklinde ifade edilen önermedir.

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre yapılan t-testi sonuçları incelendiğinde; faktör gruplarından sadece çevre faktör grubu ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Faktör grupları ile ilgili olarak ANOVA analizlerinde ise katılımcıların mezun olunan lise ve faktör grupları arasındaki ilişki incelendiğinde çevre ve konaklama faktör grupları ile mezun olunan lise arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların mezuniyet alanları ile iş olanakları ve etkinlikler ile çevre faktör grupları arasında anlamlı farklılık görülmüştür. Fakat yapılan Tukey testi sonuçlarına göre herhangi bir anlamlılık elde edilememiştir. Katılımcıların tercih sırası ile faktör grupları arasında ilişkinin belirlenmesine yönelik yapılan analizde tercih etme sırası ile çevre ve tercih faktör grupları arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir. Tercih faktör boyutu Tukey testi sonucuna göre değerlendirme dışı bırakılmıştır. Yaş ile faktör grupları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan ANOVA analizinde katılımcıların yaş grupları ile iş olanakları ve etkinlikler ile konaklama faktör boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Katılımcıların gelir durumu ile tercih faktör grubu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Katılımcıların geldikleri coğrafi bölge ile faktör grupları ANOVA analizine göre; iş olanakları ve etkinlikler, saygınlık ve çevre faktör grupları arasında anlamlı farklılık görülmüştür. Tukey testi sonucuna göre dağılımın homojen olmamasından dolayı çevre faktör grubu bu faktör boyutunda değerlendirilmemiştir. İkamet yerleri ile faktör grupları arasındaki ilişki

incelendiğinde sadece tercih faktör grubu ile anlamlı bir farklılık tespit edilememiş diğer beş faktör grubu ile anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.

Araştırmanın sonuçları doğrultusunda önerileri de belirlenmiştir. Araştırma kapsamında yer alan açıcılık programı ve gastronomi bölümü öğrencilerinin ailesine yakın okulları tercih ettikleri görülmektedir. Bu doğrultuda bölge okullarında yapılacak tanıtım faaliyetleri okulların tercih edilmesinde rekabet avantajı sağlayabilir. Üniversitelerin web sayfaları aktif şekilde kullanılmadığı görülmektedir. Bu durum iki şekilde ele alınabilir. Birincisi, öğrenciler web sayfası kullanmış fakat yeterli bilgiye sahip olamamış olabilirler, ikincisi ise sosyal medyanın daha aktif kullanılması sonucu web sayfalarının çokta ilgi görmemesi şeklinde nitelendirilebilir. Öğrenciler özellikle mezun olduktan sonra iş olanaklarına önem vermektedirler. Bu durumun gereği mezun istihdamı konusunda okullar daha hassas olmalı, okul-sektör birlikteliğine önem verilmelidir. Tercihlerde arkadaş tavsiyesi önemli bulunmaktadır. Bu sebeple mevcut öğrencilerin birer tanıtım elçisi olduğu unutulmamalıdır. Konaklama noktasında en önemli faktör kira olarak değer görmüştür. Özellikle okulların devlet yurdu imkanı bu noktada önemli olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akar, C. (2012). Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), 97-120.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. 6. Baskı, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Chapman, D. W. (1981). A model of student college choice, *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490-505.
- Çatı, K., İstar, E. ve Özcan, H. (2016). Üniversite Tercihlerine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi: Türkiye Geneline Bir Alan Araştırması, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 6(2), 163-177.
- Dunnett, A., Moorhouse, J., Walsh, C., and Barry C. (2012). Choosing a university: A conjoint analysis of the impact of higher fees on students applying for university in 2012. *Tertiary Education and Management*, 18(3), 199-220.
- Hertzman, J. L., and Maas, J. (2012). The value of culinary education: Evaluating educational costs, job placement outcomes, and satisfaction with value of associate degree culinary and baking arts program graduates. *Journal of Culinary Science & Technology*, 10(1), 53-74.
- Hooley, G. J., and Lynch, J. E. (1981). Modelling the student university choice process through the use of conjoint measurement techniques, *European Research*, 9(4), 158-170.
- Hoyt, J.E., and Brown, A.B. (2003). Identifying college choice factors to successfully market your institution. *College and University*, 78(4), 3-10.
- Joseph S. K. M. (2013), University choice: Implications for marketing and positioning. *Education*, 3(1), 7-14.
- Joseph, M., and Joseph, B. (2000), Indonesian students' perceptions of choice criteria in the selection of a tertiary institution: strategic implications. *The International Journal of Educational Management*, 14(1), 40-44.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5 Baskı, Ankara: Asil Basın Dağıtım.
- Kallio, R. E. (1995). Factors Influencing the college choice decisions of graduate students. *Research in Higher Education*, 36(1), 109-124.
- Kalpaklıoğlu, N. Ü. ve Türemez, Y. (2010), Üniversite Adaylarının Vakıf Üniversitesi Tercihlerinde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Etkisi, *AMBYO Dergisi*, 17, 47-58.
- Krampf, R. F., and Heinlein, A. C. (1981). Developing marketing strategies and tactics in higher education through target market research, *Decision Sciences*, 12, 175-192
- Kurnaz, A., Akyurt Kurnaz, H., ve Kılıç, B. (2014). Önlisans Düzeyinde Eğitim Alan Açıcılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(Bahar), 41-61.

- Maringe, F. (2006). University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. *International Journal of Educational Management*, 20(6), 466 – 479.
- Soutar, G. N., Turner, J. P. (2002). Students preferences for university: a conjoint analysis, *International Journal of Educational Management*, 16(1), 40-45.
- Veloutsou, C., Lewis, J. W., and Pton, R. A. (2005). Consultation and reliability of information sources pertaining to university selection: some questions answered?, *International Journal of Educational Management*, 19(4), 279-291.
- Yamamoto, G.T. (2006). University evaluation-selection: A Turkish case. *International Journal of Educational Management*, 20(7), 559-569.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 5. Baskı. Seçkin Yayıncılık.
- YÖK Atlas (2018a). Gastronomi ve mutfak sanatları programı bulunan tüm üniversiteler. 23.10.2018 tarihinde <<https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=11407>> adresinden erişildi.
- YÖK Atlas (2018b). Aşçılık programı bulunan tüm üniversiteler. 23.10.2018 tarihinde <<https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=30002>> adresinden erişildi.