

LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ VEREN OKULLARIN MEZUN DERNEKLERİNİN WEB SİTELERİNİN İNCELENMESİ

Investigation of The Alumni Associations Websites of Undergraduate Tourism Schools

Gönderim Tarihi: 07.03.2016

Kabul Tarihi: 02.06.2016

Cevdet AVCIKURT*

Canan YILDIRIM**

Öz: Mezun dernekleri, mezunların hem üniversiteyle, hem de birbirleriyle temas noktasını oluşturması, mezunların üniversite ile bağlarının güçlenmesi ve öğrenciler ile mezunları bir araya getirmesi açısından önem taşımaktadır. Buna göre turizm eğitimi veren okulların mezun derneklerinin incelenmesi ve mevcut durumlarının ortaya konması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacına yönelik bilgilere ulaşmak için konuyla ilgili alan yazın taraması yapılmış ve kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Ayrıca sayısal verilere ulaşmak amacıyla ilgili derneklerin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm Eğitimi, Mezun, Mezun Dernekleri, Web Siteleri, İçerik Analizi.

Abstract: Alumni associations are important in terms of creating a point of contact of graduates both university and with each other, strengthen ties of graduates with university and bringing together students and graduates. The purpose of this study is to examine the alumni associations of undergraduate tourism schools and establish the current situation of them. To get informations that will help respond to the objectives of the study, the literature has been reviewed and a conceptual framework has been established. Also, in order to achieve quantitative data, the website of the relevant associations was analyzed by content analysis. Proposals have been made regarding the findings of the research.

Keywords: Tourism, Tourism Training, Graduate, Alumni Associations, Websites, Content Analysis.

* Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı,
e-posta: avcikurt@balikesir.edu.tr

** Balıkesir Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı,
e-posta: canan_aksakalli@hotmail.com

GİRİŞ

Turizm, ekonomik aktivitelerdeki çarpan etkisi ile dünyanın en dinamik ve en büyük endüstrilerinden biridir. Turizmin, ekonomik, kültürel, sosyal, siyasal etkileri bu endüstriye verilen önemin artmasında etkili olmakta, özellikle turizmin yarattığı ekonomik etkiler ülkelerin turizmi geliştirme çabalarını hızlandırmaktadır. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri olmuştur (Cimat ve Bahar, 2003: 2). Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için turizm, önemli bir gelir kaynağıdır (Erdoğan ve Yılmaz, 2012: 19). 2015 yılında 35,592,160 kişi yabancı, 6,025,370 kişi yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçi olmak üzere toplam 41, 617,530 kişi Türkiye'yi ziyaret etmiştir. 2015 yılında dış aktif turizmden elde edilen gelir ise 31,464,777 bin dolar olmuştur (yigm.kulturturizm.gov.tr, 17.02.2016).

Dünya turizmi, turizme katılanlar ve turizm gelirleri açısından her yıl artış göstermektedir. Uluslararası turizm hareketlerinin gelişimi, turizm destinasyonları arasında uluslararası rekabeti arttırmış ve bu gelişme, bir hizmet sektörü olan turizmde, hizmet kalitesinde rekabeti ön plana çıkarmıştır. Dolayısıyla insana dayalı hizmetlerin verildiği turizm sektöründe, insanlar aracılığı ile hizmet kalitesi sağlama ve rekabet etme, önemli kavramlar olarak ortaya çıkmaktadır (Yıldız ve diğerleri, 1997: 7). Turizm sektöründe hem hizmeti üreterek sunan hem de satın alanın insan olduğu göz önüne alınırsa, sektördeki başarının eğitilmiş, diğer bir deyişle vasıflı işgücü ile mümkün kılınabileceği göz ardı edilmemelidir (Erdoğan ve Yılmaz, 2012: 19).

Günümüzde okullar eğitim sürecinin en önemli kısmını oluşturmaktadır. Eğitim en genel anlamıyla insanları belli amaçlarına göre yetiştirme sürecidir. Bu süreçten geçen insanın kişiliği farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma eğitim sürecinde kazanılan bilgi, beceri, tutum ve değerler yoluyla gerçekleşmektedir (Fidan, 2012: 4). Eğitimin bir türü olarak mesleki eğitim, çalışanların ihtiyaç duyduğu genel ve mesleki bilgileri kapsayan; bilgi, beceri, yeterlik, anlayış, tavır ve iş alışkanlığı geliştirmek için düzenlenmiş bir eğitimidir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2008: 5). Türkiye'de eğitim devletin kontrolü altındadır. Üniversitelere girişleri, üniversite sınavı belirlemektedir. Milli eğitim sistemi, farklı düzeylerde turizm öğretimi ve eğitimi sağlamaktadır. Mesleki turizm eğitimi ise Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) sorumluluğundadır (Avcıkurt ve diğerleri, 2009: 58). Bu eğitim şekli, turizm sektörünün ihtiyaç duyacağı, bilgili, becerili, üretken ve dinamik insanlar yetiştirmek amacıyla uygulama ve verimlilik esaslarına göre bilimsel metotlarla yapılan bir eğitim şeklidir (Hacıoğlu, 1990:38). Mesleki turizm eğitimin temel amacı, turizmin ihtiyaç duyduğu mesleki formasyonu vermektir. Turizm eğitimi veren kurumlar turizm işletmelerinin ihtiyacı

olan pek çok hizmeti sağlayabilecek alt kademedeki insan gücünü, ara insan gücünü tamamlayacak orta kademe ve turizmle ilgili kamu ve özel sektör kurumlarına yönetici, araştırmacı ve planlayıcı elemanları yetiştirmek amacıyla üst kademe insan gücünü sağlamaktadır (Avcıkurt ve Karaman, 2002: 53).

Türkiye’de mesleki turizm eğitimi, örgün eğitim ve yaygın eğitim şeklinde uygulanmaktadır. Örgün eğitim bir diplomaya yönelik olarak eğitim öğretim kurumlarında yapılan eğitim türüdür. Yaygın turizm eğitimi ise turizm işletmelerinde çalışmalarına rağmen mesleki eğilimleri olmayan kişilere meslekleri ile ilgili bilgilerin verilmesi, yeteneklerin kazandırılması yönünde yapılan eğitim olup, geniş halk kitlelerinin turizmle ilgili belirli konularda eğitilmesidir. Örgün mesleki turizm eğitimi; orta öğretim ve yükseköğretim düzeyinde iki aşamalı olarak gerçekleştirilmektedir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2008: 12). Türkiye’de lisans düzeyinde örgün turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları; fakülte, yüksekokul ve uygulamalı bilimler olarak dağılım göstermektedir. Dört yıllık turizm eğitimi veren 57 fakülte, 26 yüksekokul ve 17 uygulamalı bilimler olmak üzere toplamda 100 yükseköğretim kurumu bulunmaktadır (ösym.gov.tr, 05.01.2016).

Turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının temel işlevlerinden birisi de kurumsal-akademik bilgiye yönelerek araştırma yapmak, diğeri ise toplumu aydınlatmak ve kamunun gereksinimlerine çözümler aramak şeklinde belirtilebilir. Dolayısıyla her üniversitenin bir kurum olarak ve öğretim elemanlarının birer bilim insanı olarak insanlığa ve topluma dönük sorumluluklar yüklenmesi beklenmektedir. Bu sorumluluklar öğretim, araştırma ve yönetim olarak belirtilmektedir. Ancak öğretim ve yönetim görevi, öğrencilerin mezuniyeti ile sona ermekte; mezunların izlenmesi ve üniversite ile bağlarını sürdürmeleri konusu ihmal edilmektedir. Bu bağlamda üniversitelerin görevlerinden biri “mezunların izlenmesi” olarak ortaya çıkmaktadır (Bakıoğlu ve diğerleri, 2011: 66). Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından 2015–2019 Stratejik Planı kapsamında temel stratejik hedefler belirlenmiştir. Mezun olan öğrencilerin istihdam edildikleri sektörlerle yönelik araştırmalar yapılmasını sağlamak için belirlenen hedefler arasında; yükseköğretim kurumlarında mezunları izleme ve değerlendirme birimleri kurulmasını sağlamak, mezunlara ilişkin güncel bir veri tabanı oluşturulmasını sağlamak, yükseköğretim kurumlarının kalite/akreditasyon sistemleri doğrultusunda mezunların nitelikleri ve sektörlerin insan kaynağı ihtiyaçları üzerine araştırmalar yapılmasını sağlamak ve yükseköğretim kurumlarında kariyer merkezleri kurulmasını teşvik etmek gibi stratejiler yer almaktadır (yok.gov.tr, 17.01.2016).

Alan yazın taramasında diğer alanlarda ve ilgili alanlarda kurulmuş dernekler ile karşılaşmıştır. Diğer alanlarla ilgili çalışmaya örnek vermek gerekir-

se, Toplu (2009) “Mesleki Bir Örgüt Olarak Türk Kütüphaneciler Derneği’nin Altmış Yıllık Gelişim Çizgisi” başlıklı çalışmada, kütüphanecilik alanındaki mesleki örgütlenmelerin 1876 yılında American Library Association (ALA)’nın kurulması ile birlikte başladığını, ALA’nın kuruluşu olan 1876 yılından 2009 yılına kadar geçen 133 yıllık zaman içerisinde, 150’den fazla ülkede kütüphanecilik dernekleri kurulduğu ifade edilmiştir. Türkiye’de ilk kütüphanecilik derneğinin 1949 yılında Türk Kütüphaneciler Derneği (TKD) adıyla kurulduğunu, 1978 yılında Şube sayısı 51’e kadar yükselirken, 2009’da bu sayının 23’e gerilediği vurgulanmıştır. Çalışmada, TKD Merkezi’nin ve Ankara Şubesi’nin, yayınları, mesleki etkinlikleri ve dernek konusunda yapılan diğer çalışmalar incelenerek tarihsel bakış açısı ile değerlendirme yapıldığı belirtilmiştir.

Diğer taraftan ilgili alanlarda ise Bakioglu ve diğerleri (2011)’nin yaptığı “Yükseköğretimde Mezun İzleme Sistemi: Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Mezunları Üzerine Bir Araştırma” da Mezun izleme sistemlerinin mezunlara ve yükseköğretim kurumuna olan yararları vurgulanmıştır. Akadal (2013), üniversitelerin mezunları hakkında bilgi sahibi olabilmesi için mezun takip sisteminin gerekliliği vurgulamış; İstanbul Teknik Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi gibi mezun derneği bulunan üniversiteleri incelemiş, İstanbul Üniversitesi için bir mezun takip sistemi uygulamaları geliştirmiştir.

Mezunların izlenmesi yönünde etkili kullanılabilecek araçlardan biri de mezun derneklerinin kurulması ve faaliyet göstermesidir. Mezunların üniversiteyle ve birbirleriyle buluşma noktasını oluşturan, mezunların üniversite ile olan bağlarını güçlendiren ve öğrenciler ile mezunları bir araya getiren mezun derneklerinin varlığı büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de ise lisans düzeyinde turizm eğitimi veren 100 okul içerisinde turizm mezun derneği bulunan sadece 6 okulun mevcut olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, turizm eğitimi veren okulların mezun derneklerinin incelenmesi ve mevcut durumlarının ortaya konmasıdır.

YÖNTEM

Bu çalışmada lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okulların mezun derneklerinin ortaya konulması ve mevcut durumlarının incelenmesi esas alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel verilerden yararlanmak ve derinlemesine çıkarımlar yapmak için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi, bir metindeki değişkenleri ölçmek amacıyla, sistematik tarafsız ve sayısal olarak yapılan analizdir (Wimmer ve Dominick,

2000: 135). Çalışma, araştırma amaçlarına uygun tarama modeli kullanılarak yapılmıştır. Tarama modeli var olan mevcut bir durumu değiştirmeye kalkışmadan var olduğu biçimiyle betimlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 1998: 77). Bu bağlamda ilgili alan yazın taraması yapılmış, yükseköğretimde turizm eğitimi veren okulların dağılımı belirlenmiş ve bu okullar içerisinde turizm mezun dernekleri bulunanlar araştırma kapsamına alınmıştır. Mezun dernekleri olmayan okullar bu araştırmanın dışında bırakılmıştır. Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren turizm fakülteleri, yüksekokullar ve uygulamalı bilimler olmak üzere toplamda 100 yükseköğretim kurumu olduğu tespit edilmiştir (ösym.gov.tr, 05.01.2016).

Turizm eğitimi veren 100 yükseköğretim kurumunun web siteleri incelenmiş ve araştırma sonunda 100 okuldan yalnızca 6 tanesinin turizm mezun derneğinin olduğu tespit edilmiştir. Gazi Üniversitesinin Ticaret Turizm Derneğinin kapatılmış olması nedeniyle diğer 5 mezun derneğinin web sitesi ve sosyal medya grupları içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın kısıdı, mezun derneği bulunan okulların tespiti ve web sitelerinin incelendiği tarih (1 - 15 Ocak 2016) aralığıdır. Web sitelerinin belli aralıklarla revize edilmesi ve dinamik bir yapıya sahip olması nedeniyle belirtilen tarih aralığından sonra web sitelerinde güncelleme yapılmış olabilir.

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırmanın bulguları ve bulgular doğrultusundaki yorumlar yer almaktadır. Tablo 1'de turizm mezun derneği bulunan üniversiteler ve mezun dernekleri yer almaktadır.

Tablo 1: Turizm Mezun Derneği Bulunan Üniversiteler

ÜNİVERSİTE ADI	MEZUNLAR DERNEĞİ ADI
Adnan Menderes Üniversitesi	Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (ATİOYOMED)
Akdeniz Üniversitesi	Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (ATMED)
Balıkesir Üniversitesi	Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (BTİOYOMD)
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (ÇATİOD)
Mersin Üniversitesi	Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (METİOD)

Mezun derneği bulunan üniversiteler; Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (ATİOYOMED), Akdeniz Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve

Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (ATMED), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (BTİÖYOMD), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (ÇATİOD) ve Mersin Üniversitesi, Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği (METİOD)'dir.

Tablo 2'de araştırma kapsamında yer alan turizm mezun derneklerinin web sitelerinde bulunan tüzüklerinde ifade ettikleri kuruluş amaçları yer almaktadır. Mezun derneklerinin kuruluş amaçları her ne kadar farklı ifade edilse de hepsinin kuruluş amacının mezunları bir araya getirmek ve iletişimin devam ettirilmesini sağlamak gibi ortak hedeflerinin olduğu görülmektedir. Araştırma dahilindeki 4 mezun derneğinin tüzüğü web sitesinde yer alırken, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği'nin (ATMED) tüzüğü web sitesinde yer almamaktadır.

Tablo 2: Mezun Derneklerinin Kuruluş Amaçları

MEZUN DERNEĞİ	KURULUŞ AMACI
ATİÖYOMED	Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu mezunlarını tüzük ve yasalar doğrultusunda ortak amaçlar için bir çatı altında toplayarak bir birlik oluşturmaktır.
ATMED	ATMED; mezunları bir araya getirerek, iletişimin devam etmesini sağlamayı, bu şekilde turizmde bilgi paylaşımını güçlendirmeyi ayrıca tüm mezunlara bireysel avantajlar sunmayı hedef olarak belirlemiş bir dernektir.
BTİÖYOMD	B.T.İ.O.Y.O mezunu olan kişilerin birbiriyle, haberleşme, bir araya gelme, dayanışma ve yardımlaşma amacıyla faaliyetlerde bulunmak ve bu konularda çalışma yapmaktır.
ÇATİOD	Mezunların ortak bir platformda bir araya gelmesini sağlayarak mezunlar arasında dayanışma işbirliği ruhunu arttıracak faaliyetlerde bulunmak, ÇATİÖY öğrencileri ve mezunlarının, turizm sektöründeki diğer paydaşlara etkin bir şekilde iletişime geçmesini sağlayıp tüm iş sahalarında kurumsal itibarı yüksek bir ÇATİÖY kültürü yaratmak amacı ile kurulmuştur.
METİOD	Derneğin amacı, Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu mezunlarının kendi aralarında ve ayrıca, mezunlar ile Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencileri, turizm sektöründe faaliyet gösteren dernek, birlik, kuruluş ve işletmeler arasındaki dayanışmayı artırmaktır.

Mezun derneklerinin kuruluş amaçları ile birlikte tüzüklerinde yer alan bir diğer bilgi ise derneğin merkezi ve şubesinin belirtilmesidir. Mezun derneklerinden ATİÖYOMED, BTİÖYOMD, ÇATİOD ve METİOD'un tüzüklerinde mezun derneklerinin merkezi ve şubesi yer alırken, ATMED'in web sitesinde tüzüğünün olmaması ile birlikte derneğin merkezi ve şubesi bilgisine

de ulaşamamıştır. Mezun dernekleri içerisinde şubesi olan tek dernek BTİ-OYOMD'dir. BTİOYOMD'nin Antalya merkez olmak üzere İstanbul'da da bir şubesi bulunmaktadır. Mezun derneklerinin merkez ve şubeleri Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3: Mezun Derneklerinin Merkez ve Şubeleri

MEZUN DERNEĞİ	MERKEZ	ŞUBE
ATİOYOMED	İstanbul	Bulunmamaktadır.
ATMED	Belirtilmemiştir.	Belirtilmemiştir.
BTİOYOMD	Antalya	İstanbul
ÇATIÖD	Çanakkale	Bulunmamaktadır.
METİÖD	Mersin	Bulunmamaktadır.

Mezun dernekleri, mezunlarla bağlarını koparmamak, mezunların birbiri ile iletişimini sağlamak, elektronik ortamda bilgi paylaşımları gerçekleştirmek nedeniyle resmi web siteleri oluşturmuşlardır. Kurumsallaşmak adına kurmuş oldukları resmi web siteleri ile mezunlarla ortak bir platformda örgütlenmektedirler. Araştırma esnasında dikkat çeken husus mezun derneklerinin, web sitelerinden daha çok sosyal medya üzerinden kurmuş oldukları gruplarda daha aktif olduklarıdır. Tablo 4'de de mezun derneklerinin resmi web siteleri ve sosyal medya üzerinde oluşturmuş oldukları grupları yer almaktadır.

Tablo 4: Mezun Derneklerinin Web Siteleri ve Sosyal Medya Kullanım Biçimleri

MEZUN DERNEĞİ	WEB SİTE	SOSYAL MEDYA
ATİOYOMED	www.atioyomed.org	Facebook / Atioyomed Grubu
ATMED	www.atmed.org.tr	Facebook / Atmed Atmed Grubu
BTİOYOMD	www.btiyomd.com	Facebook / Bityo – Btiyo Grubu
ÇATIÖD	www.catiod.org	Facebook / Catiod Grubu
METİÖD	www.metiod.org	Facebook / www.metiod.org Grubu

Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezun Derneği'ne (ATİOYOMED) ait 'com' ve 'org' uzantılı iki farklı web sitesi ile karşılaşmıştır. İki farklı web sitesi olması nedeniyle dernek ile iletişime geçilmiş ve nedeni sorgulanmıştır. ATİOYOMED "derneğin resmi web sitesinin 'org' uzantılı olan www.atioyomed.org olduğunu, 'com' uzantılı olan www.atioyomed.com sitesini ise daha çok tanıtım ve faaliyet amaçlı kullandıklarını" ifade etmiştir.

Tablo 5'de mezun derneklerinin web sitelerindeki ve sosyal medyadaki üye sayıları yer almaktadır. Derneklerin web sitelerinde mevcut üye sayıları ile ilgili bilgiler, bazı dernekler tarafından belirtilmişse de bazı dernekler tarafından da mevcut üye sayısı belirtilmemiştir. Derneklerin yalnızca web sitelerini

kullanmamaları aynı zamanda da sosyal medya üzerinden kurmuş oldukları grupları da aktif olarak kullanmaları nedeniyle web sitelerindeki üye sayısı ve sosyal medyadaki üye sayısının mukayese edilebilmesi açısından sosyal medyadaki üye sayıları da çalışma kapsamı içerisinde değerlendirmeye alınmıştır. Sosyal medyada yer alan gruplardaki mevcut üye sayısının, web sitelerdeki mevcut üye sayısından daha fazla olduğu görülmektedir. Sosyal medya gruplarındaki üye sayısının, web sitesinde bulunan üye sayısına oranla daha fazla olması nedeniyle derneklere, gruba dahil olmak isteyen bireylerde aranan özellikler sorulmuş ve dernekler sosyal medya gruplarına üye olmak isteyen herkesi kabul etmek yerine, üye olmak isteyen kişilerde, okulun mezunu olma şartı aradıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 5: Mezun Derneklerinin Mevcut Üye Sayısı

MEZUN DERNEĞİ	WEB SİTEDEKİ ÜYE SAYISI	SOSYAL MEDYADAKİ ÜYE SAYISI
ATİÖYOMED	205 Üye	1.510 Üye
ATMED	172 Üye	1.034 Üye
BTİÖYOMD	Belirtilmemiştir.	3.595 Üye
ÇATİOD	Belirtilmemiştir.	28 Üye
METİOD	Belirtilmemiştir.	2.718 Üye

Tablo 6’da mezun derneklerinin web sitelerinde yer alan bilgiler verilmektedir (atoyomed.org, atmed.org.tr, btioyomd.com, catiod.com, metod.org, 15.01.2016). Mezun derneklerinin web siteleri incelendiğinde, sitelerin birbirinden farklılık gösterdiği görülmektedir. Dernek sitelerinin kurumsal bilgileri bazı sitelerde “Anasayfa”, bazılarında “Hakkımızda”, bazılarının da ise “Derneğimiz” sekmesinde yer almaktadır. Derneğe üyelik için gerekli bilgiler ve yapılması gerekenler, tüm derneklerin web sitesinde bulunmaktadır. Dernekler hakkında medyada yer almış haberler, tüm derneklerin farklı bilgi başlığı sekmesi adı altında yer alırken, ATİÖYOMED’in resmi web sitesinde değil de ‘com’ uzantılı tanıtım ve faaliyet hizmetleri sundukları web sitesinde yer almaktadır.

Tablo 6: Mezun Derneklerinin Web Sitelerinde Yer Alan Bilgiler

MEZUN DERNEĞİNİN ADI	WEB SİTEDE YER ALAN BİLGİLER	
	WEB SİTESİNDE YER ALAN ANA SEKMELER	ANA SEKMELER İÇERİSİNDE YER ALAN BİLGİLER
ATİOYOMED Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği	-ANASAYFA	-Yönetim/Faaliyetler/Duyurular /Tüzük /Banka Bilgileri
	-HAKKIMIZDA	-Tarihçe/Kaybedilenler Ormanı
	-ÜYELERİMİZ	-
	-İLETİŞİM	- Açık Adres/Mail Adresi
	-ÜYELİK FORMU	-
ATMED Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği	-ANASAYFA	-Vizyon/Misyon/Değerler
	-HAKKIMIZDA	-
	-ÜYELİK FORMU	-
	-ÜYELER	-
	-GALERİ	-Medya/Basında ATMED
BTİOYOMD Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği	-ANASAYFA	-
	-KURUMSAL	-Hakkımızda/Misyon ve Vizyon/ Yönetimden Mesaj / Geçmiş Yönetimler /Tüzük / Hesap No /Merkez ve Şubeler / Anlaşmalı Kurumlar/Logo
	-ÜYELİK	-Niçin Üye Olmalıyım?/Nasıl Üye Olurum?/ Üyelik Formu/Siteye Üyelik İşlemleri
	-HABERLER	-Duyurular/Etkinlikler/Haber/Basında BTİOYO
	-ÜYELERE ÖZEL	-Aidat Ödemeleri/Kim Nerde/Komiteler
	-İLETİŞİM	-Merkez/Açık Adres/Telefon/Web Site Adresi/ İletişim Formu
	-GİRİŞ	-Yönetici
ÇATİOD Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği	-ANASAYFA	-
	-ÇATİOD	-Faaliyetlerimiz/Tüzük/Yönetim Kurulu
	-ETKİNLİKLERİMİZ	-
	-GALERİ	-
	-HABER	-Duyurular/Haberler
	-MEZUNLARIMIZ	-
	-ÜYELİK	-Üyelik Formu/Hesap No
	-BASINDA ÇATİOD	-
	-İLETİŞİM	-Açık Adres/Mail Adresi
METİOD Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlar Derneği	-ANASAYFA	-
	-DERNEĞİMİZ	-Okulumuz/Misyon/Vizyon/Tüzük/ Yönetim Kurulu/Denetim Kurulu/Doğa ve Çevre
	-İÇERİK	-Haberler/Duyurular/Köşe Yazıları
	-KİŞİLER	-
	-PLATFORM	-Giriş/Üyelik Formu-

Ayrıca derneklerin iletişim bilgilerinin yer aldığı sekmede, derneklerin farklı iletişim bilgileri verdiği görülmektedir. ATİOYOMED ve ÇATİOD'un "İletişim" sekmesinde yalnızca açık adres ve mail adresi yer alırken, ATMED'de mail adresi ve konum haritası, BTİOYOMD'de açık adres, telefon, web site adresi ve iletişim formu bulunmaktadır. Fakat METİOD'un "İletişim" adı altında sekmesi bulunmamakla beraber "Platform" sekmesi adı altında yalnızca sosyal medya ile siteye giriş yapılabilen form ile kayıt formu yer almaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya'da büyük bir gelişme gösteren turizm endüstrisi Türkiye için de önemli gelir kaynağı oluşturan endüstridir. Türkiye sahip olduğu turizm potansiyeli ile turizm endüstrisi içerisinde önemli rol oynamaktadır. Turizm, otomasyonun yer almadığı ve tamamen insan gücüne dayanan emek yoğun sektördür. Turizm sektöründe; ürünün üretiminden başlayıp, tüketiciye sunulana kadar geçen süre içerisinde insan önemli bir unsurdur. Çünkü ürün veya hizmeti sunan kişi insandır ve sunulan ürün veya hizmetin kalitesi doğrudan insanla ilgilidir. Bu nedenle sektörde yer alacak kişilerin eğitilmiş olmaları çok önemlidir. Sektörde var olabilmek ve gelir elde edebilmek için kaliteli hizmet sunumuna ve nitelikli işgücüne odaklanılmalıdır. Kaliteli hizmet ve nitelikli işgünün sağlanması da eğitim ile gerçekleştirilebilecek bir durumdur. Bu konuda, mesleğin eğitimini veren kurumlar devreye girmektedir. Çünkü sektörün işgücü ihtiyacını karşılayan mesleki eğitim kurumlarıdır. Sunulan ürün veya hizmetin kalitesi ve nitelikli işgücü eğitimle doğru orantılıdır. Sektörde yer alan eğitilmiş kişilerin istihdamı arttıkça, sahada görev alan nitelikli işgücü ve buna bağlı olarak sunulan ürün veya hizmetin kalitesinde de artış yaşanacaktır.

Mesleki eğitim kurumlarından mezun olan öğrencilerin takip edilebilmesi için mezun dernekleri kurulmuştur. Mezun derneklerinin; mezunların ve öğrencilerin bir araya getirilmesi, aynı zamanda mezunların okul ile iletişimini devam ettirerek okula bağlılığın sağlanması yönünde ortak amaçları bulunmaktadır. Bu ortak amaç doğrultusunda; mezun- öğrenci buluşması, sektör ve tecrübe deneyimlerinin paylaşımı, mezunların lisans öğrenimini tamamlayan yeni mezun olacak öğrencilere iş imkanı sağlaması yönünde mezun dernekleri köprü konumundadır. Mezunlar derneği bulunan üniversiteler, mezunlarının takibini yaparak sektördeki mezun profilini oluşturabilir, elde ettiği veriler doğrultusunda kurumunu değerlendirebilir ve sektördeki başarılarıyla da gurur duyabilirler. Ayrıca okula kazandırılacak kurumsal bir kimlikle (Örneğin: BİTYO-BTİOYO Ruhu/BİTYO-BTİOYO'lu olmak) mezunlar üzerinde bir aidiyet duygusu yaratarak okula olan bağlılıkları artırılabilir.

Elektronik ortamda bilgi paylaşımını gerçekleştirmek ve mezunların iletişimini sağlamak amacıyla oluşturulmuş olan mezun derneklerinin web sitelerinin, amacına ulaşabilmesi için web sitelerinde yer alması gereken bazı nitelikler bulunmaktadır. Fakat web siteleri için belli bir standart olmaması nedeniyle farklı şekillerde site tasarımı ve içerikleriyle karşılaşılmaktadır. Bu nedenden dolayı web sitelerinin taşınması gereken bazı temel özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler; üyelerin güncel bilgiye ulaşabilmesi için sitenin belli aralıklarla revize edilmesi, web sitesinin tasarımında bilginin kullanım kolaylığı sağlayacak biçimde kategorize edilmesi, sitede kullanılan görsellerin yüklenirken siteyi yavaşlatmaması aynı zamanda tasarımda kullanılacak rengin doğru renkler olması ve kurumu yansıtmaması gerekmektedir.

Yapılan bu çalışmada mezun derneği bulunan üniversitelerin, mezun derneklerinin web siteleri incelenmiş olup, web sitelerini etkin kullanmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Hiçbir derneğin web sitesinde, sitenin güncellendiği en son tarih belirtilmemiştir. Ayrıca site içinde arama yapmaya olanak sağlayan "site içi arama motoru" bulunmayan dernekler ATİÖYOMED ve BTİÖYOMD'dir. Derneklerin etkinlik ve faaliyetlerini sergiledikleri görseller (fotoğraflar, davetiyeler) kolaylıkla açılmakla birlikte ATMED, BTİÖYOMD, ÇATİOD VE METİOD'un web sitesinde yer alırken ATİÖYOMED'in ".org" uzantılı resmi web sitesinde herhangi bir görselle karşılaşmamıştır. Web sitelerinde tüm derneklerin kuruluş amaçlarının, mezunların ortak bir platformda bir araya gelmesi, mezun-öğrenci buluşmasının sağlanması gibi aynı yönünde olduğu, merkez/şube bilgisi konusunda dernekler içerisinde yalnızca ATMED'in merkezini belirtmediği ve şubesi olan tek derneğin BİTYO/BTİÖYO olduğu, ATİÖYOMED ve ATMED'in derneğe üye olan üye sayısı hakkında bilgi yer alırken diğer derneklerde üye sayısı hakkında bilgiye ulaşılammış ve mezun dernekleri tarafından gerçekleştirilecek faaliyet ve etkinlikler web sitelerinden duyurulsa da sosyal medya üzerinden oluşturulmuş olan grupların da daha aktif oldukları ayrıca bazı mezun derneklerinin web sitelerinde iletişim bilgileri eksik olmakla beraber, iletişim bilgisi olan web sitelerinde de iletişim bilgilerine gönderilen mesajları takip etmedikleri ve yanıtlamadıkları görülmüştür.

Tüm bu bilgiler doğrultusunda;

- Yükseköğretim kurumları, öğrenimini tamamlayıp mezun olan öğrencilerle ilgili veri tabanı oluşturulmalıdırlar.
- Mezunlarla iletişim mezuniyet sonrası devam ettirilmeli, üniversitede gerçekleştirilecek her türlü etkinlik ve organizasyona mezunlar davet edilmeli, bilgilendirilmelidir.

- Mezun dernekleri ve üniversite işbirliğiyle mezun-öğrenci bağının oluşturulması için ortak bir platformda çeşitli faaliyetler düzenlenmelidir.
- Katılım sağlanan etkinliklerde mezunlara önem verilmeli, mezun olacak öğrencilerin istihdamı için turizmde aktif rol alan sektör temsilcileri bir iş kapısı olarak görülmelidir.

Üniversite ve sektör arasında sürekli bir akış söz konusu olması nedeniyle mezun dernekleri, üniversite-sektör arasında yaşanabilecek sorunların önlenmesi ya da çözülmesinde önemli rol oynayacağı düşünülmelidir.

- Öğrencilerin üniversitelerden mezun olduktan sonraki ikinci temsilcileri olan mezun dernekleri, web sitelerine sahip çıkmalı ve sosyal medyada kullandıkları gruplar kadar aktif olmalıdır. Sosyal medya üzerinde mezun derneği adı altında grup oluşturmak ne kadar kolay ise, mezun derneğinin oluşması için gerçekleştirilmesi gereken prosedürler bir o kadar zordur. Çünkü bir mezun derneğinin oluşması için tüzüğünün, yönetim ve denetim kurulu gibi dernek organlarının olması gerekmektedir. Fakat sosyal medya üzerinde adı mezun derneği grubu olan sanal gruplar kolaylıkla oluşturulabilmektedir.
- Mezun dernekleri, üyelik aidatlarını faaliyetlerde kullanmak üzere tahsil etmektedir. Web sitesi üzerinden üye olan mezunlar, derneğe üyelik aidatı ödeyerek katkı sağlamakta fakat sosyal medya üzerinden dernek adı altında oluşturulmuş gruplarda bulunan üyeler üyelik aidatı ödememektedir. Web sitelerindeki üyeliklerin, sosyal medya üzerinden oluşturulmuş gruplara kaymasının temel nedeni üyelik aidatı olabilmektedir.

Bundan sonra bu konuda yapılabilecek araştırmalarda, mezun dernekleri ve yükseköğretim kurumlarının, mezunların okula ve mezun derneğine aidiyetlerini arttırıcı ne tür faaliyetlerde buldukları araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Avcıkurt, C., ve Karaman S., (2002), Lisans Eğitimi Veren Turizm Okullarının Ders Programları Karşılaştırması, *Turizm Eğitimi Konferans- Workshop. 11 – 13 Aralık 2002: (53-65)*. Ankara.
- Avcıkurt, C., Alper, B., ve Geyik, S. (2009). Education and Training of Tourist Guides in Turkey, *Management and Education* 5(1), 57 – 63.
- Akadal, E. (2013). *Mezun Takip Sistemlerinin Gerekliği Ve İstanbul Üniversitesi İçin Mezun Takip Sistemi Uygulaması: Eyoka*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Bakioğlu, A., Yüksel, M., Akdağ, B., ve Canel A. (2011). Yükseköğretimde Mezun İzleme Sistemi: Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Mezunları Üzerine Bir Araştırma, *Marmara Üniversitesi Yükseköğretim Dergisi*, 1(2), 65 – 79.
- Cimat, Ali., ve Bahar, O. (2003), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 3(6), 1-18.
- Erdinç, S., ve Yılmaz, G. (2012), Günümüzde Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçerisindeki Yeri, *Turizm Eğitimi Konferansı – Tebliğler: 17 – 19 Ekim 2012: (17 – 31)*. Ankara:, Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Fidan, N. (2012). *Okulda Öğrenme ve Öğretme*, (3. Basım), Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S., ve Tetik, N. (2008), *Türkiye’de Turizm Eğitimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, Necdet (1990), Örgün Turizm Eğitimi ve Sorunları, *I. Ulusal Turizm Kongresi. 16-18 Kasım 1990: (38)*. Kuşadası.
- Karasar, N. (1998). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Toplu, M. (2009), Mesleki Bir Örgüt Olarak Türk Kütüphaneciler Derneği’nin Altmış Yıllık Gelişim Çizgisi, *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 23 (4), 678-741.
- Yıldız, R., Kuşlvan, S., ve Şenyurt, Y., (1997), Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV, 7-36.
- Wimmer, D.D. ve Dominick, J.R. (2000), *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- 17 Şubat 2016 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,72942/turizm-gelir-gider-ve-ortalama-harcama.html> adresinden erişildi.
- 05 Ocak 2016 tarihinde <http://www.osym.gov.tr/belge/1-23560/2015-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki-.html> adresinden erişildi.

- 15 Ocak 2016 tarihinde <http://www.atioyomed.org/> adresinden erişildi.
- 15 Ocak 2016 tarihinde <http://www.atmed.org.tr/> adresinden erişildi.
- 15 Ocak 2016 tarihinde <http://www.btioyomd.com/> adresinden erişildi.
- 15 Ocak 2016 tarihinde <http://www.catiod.org/catiod/> adresinden erişildi.
- 15 Ocak 2016 tarihinde <http://www.metiod.org/> adresinde erişildi.
- 17 Ocak 2016 tarihinde http://yok.gov.tr/documents/10279/14571052/yukse-kogretim_kurulu_2015_2019_stratejik_plani.pdf/0eb5d6db-565b-495e-a470-8823f7e6f6b9 adresinden erişildi.