



Turizm İşletmeciliği Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Tercih Etmek İstedikleri Meslekler ile İş İlanlarının Karşılaştırılması

Comparison of The Professions that Tourism Management Undergraduate Students Want to Prefer in The Tourism Industry with Job Advertisements

Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN¹
Elçin NOYAN²

¹Dr., Bağımsız Araştırmacı, günseli-8148@hotmail.com

²Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, elcinnoyan@hotmail.com

Gönderilme Tarihi / Submitted : 12.05.2019
Kabul / Accepted : 24.06.2020

Özet

Turizm endüstrisi emek yoğun özelliğiyle istihdam yaratmakta ve işgücü eğitiminde de içeren önemli bir yapı sergilemektedir. Üniversiteler işgücü eğitiminde ve endüstriye işgören sağlamada ise önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın amaçları, Turizm İşletmeciliği Bölümü lisans öğrencilerinin turizm endüstrisinde tercih etmek istedikleri meslekleri ortaya çıkarmak, öğrenciler için önemli görülen değişkenleri saptamak ve turizm endüstrisinde yer alan iş ilanlarını belirleyerek elde edilen sonuçları karşılaştırmaktır. Veriler, Yüz Yüze Anket ve Kolayda Örneklem Yöntemi ile toplam 252 katılımcıdan toplanmıştır. Ayrıca Türkiye’de iş ilanları üzerine faaliyet gösteren bir web sitesinde turizm endüstrisine yönelik toplam 832 adet veriye İçerik Analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler genellikle mesleğe ilgilidir ve internet tabanlı uygulamalar aracılığıyla iş ilanlarını takip etmektedir. Öğrencilerin büyük bir kısmının animatör olmayı tercih etmek istedikleri belirlenmiştir. Kümeleme analizi sonucuna göre ortaya çıkan toplam sekiz küme içerisindeki en önemli değişken iş tecrübesidir. İçerik analizi sonucuna göre konaklama, seyahat acentası ve ulaştırma işletmeleri kapsamında toplam üç iş ilanı kategorisi saptanmıştır. Konaklama işletmeleriyle önbüro, yiyecek içecek ve satış-pazarlama bölümlerine yönelik ilanlar öne

çıkılmaktadır. Yüz yüze iletişim içeren meslekler bakımından elde edilen sonuçlar örtüşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Endüstrisi, İş İlanları, Çalışan, Lisans Öğrencisi, Meslek Tercihleri

JEL Sınıflaması: E24, L83, M53

Abstract

Tourism industry creates employment with its labor-intensive feature and displays an important structure including labor force education. Universities play an important role in labor force education and providing employment to industry. Therefore, the aims of this research are to reveal the professions that the undergraduate students of Tourism Management Department want to prefer in the tourism industry, to determine the variables considered important for the students and to compare the results obtained by determining the job advertisements in the tourism industry. Data was collected from a total of 252 participants using face-to-face survey and convenience sampling technique. In addition, a total of 832 pieces of content data analysis for the tourism industry on a website focusing on jobs in Turkey were carried out. In addition, on a website focusing on job advertisements in Turkey, content analysis was carried out on 832 data related to the tourism industry.

According to the research result, students are generally related to the profession and follow job advertisements through internet-based applications. It was determined that most of the students wanted to prefer to be an animator. According to the clustering analysis results, the most important variable in a total of eight clusters is work experience. According to the results of the content analysis, a total of three categories of job advertisement, were determined within the scope of accommodation, travel agency and transportation businesses. Job advertisements for accommodation businesses, and also front office, food and beverage and sales and marketing departments stand out. The results obtained in terms of professions involving face to face communication overlap.

Keywords: Tourism Industry, Job Advertisements, Employee/Staff/Worker, Undergraduate Student, Profession Preferences

JEL Classification: E24, L83, M53

GİRİŞ

Turizm endüstrisi teknolojik gelişmelerle ilerleme kaydetse de emek yoğun özelliğini korumaktadır. Turizm endüstrisi kendi içerisinde birçok iş alanı yarattığı gibi, aynı zamanda birçok sektörle iş birliği içerisinde de çalışarak farklı sektörlerde de istihdam alanı ortaya çıkarmaktadır. Bir taraftan işletmelerin beklentilerinin karşılanması ve diğer taraftan turist memnuniyetinin sağlanması mesleki bilgi ve tecrübenin önemini ortaya çıkarmaktadır. Turizm İşletmeciliği alanında eğitim veren kurumlar arasında yer alan üniversiteler turizm endüstrisine gerekli işgücü kazandırma yönüyle önemli bir paydaştır. Bu bakımdan turizm alanında öğrenim hayatına devam eden aday işgörenlerin çalışmak istedikleri iş alanları ile endüstride açık olan işlere yönelik tercihlerin karşılıklı bir şekilde anlaşılması gerekliliğinin altı çizilebilir. Diğer taraftan aday işgörenlerin genellikle gençlik çağında bir meslek tercihi yapması, bu yönde yanlış bir karar alma endişesini de beraberinde taşımaktadır. Ancak aday işgörenlerin çoğunlukla öğrenim gördüğü alanla ilgili üst düzeyde eğitim alma durumuna bağlı olarak bu iş kollarında kariyerini planlama düşüncesi de ön plana çıkmaktadır (Çavuş ve Kaya, 2015: 102). Bu noktada ise bir lisans programının bir öğrencinin doğru ve iyi yönlendirilmiş kararlar alma konusunda beklentilerine yanıt verme yeteneğine dikkat çekilmektedir (Selçuk et al., 2013: 219). Bu doğrultuda severek ve isteyerek yapılacak görevler, çalışanlar için kendilerini geliştirmeleri açısından motivasyon sağlaması yanında kariyer tercihlerinde ve hedeflerine ulaşmada da yüksek motivasyon yaratmaktadır. Buna örnek vermek gerekirse, Alman ve Hırvat öğrenciler üzerinde gerçekleştirilen bir çalışma sonucuna göre Alman öğrencilerin güvenli işlere, güvene ve yüksek gelire daha fazla değer verdiği belirlenirken Hırvat öğrencilerin ise teşvik edilen görevlere, kariyer fırsatlarına, tanınmış bir mesleğe ve sosyal sorumluluğa daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir (Wüst & Šimić, 2017: 136). Bu açıdan yaklaşıldığında bireyin öğrenim gördüğü bölümü isteyerek seçmiş olması ve mezun olduktan sonra öğrenim gördüğü alana ilişkin mesleği yapma isteği gibi faktörlerin kariyer değerleri üzerinde etkili olduğu görüşü ortaya çıkar (Gezen ve Köroğlu, 2014: 229). Deneyim kazanmadan kariyer sahibi olmayı düşünmek ise pek mümkün görünmemektedir (Bingöl, 2003: 245).

Tüm bu bilgilerden hareketle çalışmada “Turizm İşletmeciliği alanında öğrenim gören öğrencilerin tercih etmek istedikleri meslekler ile turizm endüstrisine yönelik iş ilanlarında belirtilen meslekler nelerdir?” sorularına öncelikle yanıt aranmaktadır. Bu

kapsamda bir kıyaslama gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın diğer bir amacı ise öğrencilerin meslek tercihinde bunun nedenlerini açıklayan değişkenlere yönelik kümelemenin ortaya çıkarılmasıdır. Bu bakımdan çalışma sonuçlarının yol gösterici olma amacıyla alanyazına ve uygulayıcılara katkı sağlaması mümkündür. Çalışma hem Turizm İşletmeciliği Lisans öğrencilerinin hem de iş ilanı veren işletmelerin aradığı işgörenler kapsamında olmak üzere iki taraf açısından meslek sahibi olma yolunda istenilen tercihlerin ortaya çıkarılması yönünden önemlidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm Endüstrisinde İnsan Kaynağı ve İş İlanları

Turizm endüstrisi fazla sayıda iş olanağı sunan ekonomik bir faaliyet alanıdır (Herman, 2015: 180). Aynı zamanda turizm endüstrisinin başarısı için en önemli etkenlerden birinin insan kaynağı olduğu belirtilmektedir (Džopalić et al., 2008: 409). Görünür olmayan insan kaynağı sorunları ise küresel turizmin zorlukları bakımından öne çıkmaktadır (Baum, 2015: 204). Buna, sezonluk çalışma (Jolliffe & Farnsworth, 2003: 312), performans yönetiminin bireysel işlere uygun özelleştirilmemesi, çalışan donanımındaki sorunlar (Gruescu et al., 2008: 168), çatışma, iş stresi (Netemeyer et al., 2005: 130), misafir ve çalışanlar arasında sözlü saldırganlık (Karatepe et al., 2009: 72), tükenmişlik (Pienaar & Willemsse, 2008: 1053) örnek verilebilir. Turizm endüstrisinde bir taraftan bu gibi sorunlarla baş etme çabası bulunurken diğer taraftan işlerin sekteye uğramaması için istihdam yaratılmasına yönelik bir çaba harcanmaktadır. Nitekim turizm endüstrisi tamamlayıcı sektörlerle de (tedarikçiler, kongre, mobilya, ekipman, hediyelik eşya, bilgi iletişim teknolojileri vb.) iş birliği içinde çalışmaktadır. Turizm endüstrisinin ne kadar geniş bir yelpazede iş alanı yarattığı Tablo 1’de gösterilmektedir (Republic of Monenegro Ministry of Tourism & Environment, 2007: 11):

Tablo 1. Turizm Endüstrisinde Yer Alan Faaliyet Alanları

Konaklama, Otel ve Yiyecek-İçecek Endüstrisi	Otelcilik Sektörü (Yönetim, Ön Büro, Kat Hizmetleri, Yiyecek-İçecek Hizmetleri vb.) Kamp, Özel Odalar ve Tatil Evleri, Restoranlar, Etkinlik ve Rekreasyon Parkları
---	---

Turizmle İlgili Kamu ve Özel Kurumlar	Bakanlıklar, Turizm Kurulları, Danışma Büroları, Turistik Dernekler ve Organizasyonlar
Ulaştırma İşletmeleri	Demiryolları, Havayolları, Karayolları, Denizyolları, Bölgesel Yolcu Trafiği, Servisler
Operatörler ve Araçlar	Tur Operatörleri, Seyahat Acentaları, Acentalar, Biletleme İşletmeleri, Turist Rehberleri
Diğer Alanlar	Turist Dağ Rehberleri, Animatörler, Teşvik İşletmeleri, Kongre ve Konferans İşletmeleri, Sağlık Turizmi İşletmeleri, Özel İlgi Turizmi İşletmeleri (Rafting, Kayak vb.), Kırsal Turizm İşletmeleri (Köy Turizmi, Tarımsal Turizm vb.), Hazır Yemek (catering) İşletmeleri ve ilgili kurumlar.

Kaynak: Republic of Monenegro Ministry of Tourism & Environment, 2007: 11.

Bu bilgilerle birlikte Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization [UNWTO]) tarafından 2020 yılı için 370 milyon genç turistik tüketicinin 400 milyar Dolar'ı (USD) aşan harcama yapacağı şeklinde yürüttüğü tahmin yanında 2019 yılında dünyada 1,5 milyon turistin dolaştığı göz önüne alınmalıdır (UNWTO, 2016: 10; UNWTO, 2020). Bu veriler dikkate alınırca turizm alanında öğrenim gören lisans öğrencilerinin, genç tüketicilerin beklentilerine yine genç işgörenler olarak ışık tutması da önemli bir noktadır. Bu bilgilerden hareketle turizmde iş ve insan kaynağı sağlanması bakımından iş ilanlarının neler olduğu, diğer bir ifadeyle “ihtiyaç duyulan işgücü nedir?” sorusu ortaya çıkmaktadır. Bu noktada ise iş arayanların iş ilanlarını takip edip etmeme durumuna da vurgu yapılabilir. İş ilanlarının bir kısmı iş ilanlarına yönelik oluşturulan web sitelerinde (Nikolaou, 2014: 179) yer almakla birlikte bunun nedeninin işe uygun çalışanı seçmek üzere daha fazla kişiye en kısa sürede ulaşma amacından ileri geldiği belirtilebilir. Bir başka neden olarak iletişim teknolojileri arasında internet tabanlı uygulamaların artan kullanım alanı sayılabilir. Dolayısıyla günümüzde iş arayanların internet tabanlı uygulamalar aracılığıyla araştırma yapmalarının da göz önüne alınması gerektiği ve bu açıdan iş ilanlarının önem gösterdiği söylenebilir. Nitekim

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2016 yılında gerçekleştirdiği bir araştırma sonucuna göre, 15-34 yaş aralığında Türkiye'de lise düzeyinde eğitim veren liseler, iki veya üç yıllık yüksekokullar ve dört yıllık fakülte eğitimi almış kişilerin, bir okul bitirmeyenlere ve lise altı eğitim alanlara nazaran çoğunluğu (toplam 9.489 kişi arasından 5.500 kişi) oluşturduğu ve ağırlıkla işverene doğrudan başvuru yaparak, akraba, eş ve dost aracılığıyla ve medya, internet veya diğer kanallarda yer alan ilanlar yoluyla mevcut işlerini buldukları açıklanmıştır. Eğitim-öğretim kurumları vasıtasıyla mevcut işini bulanların ise sıralamada daha sonraki sıralarda yer aldığı görülmüştür.

İş ilanları ihtiyaç duyulan işgücüne yönelik ön bilgi sunmaktadır. Sözelimi, Türkiye'nin Bodrum destinasyonu için bir web sitesinde duyurulan iş ilanlarını inceleyen Özdemir, Polat ve Met (2015: 121) destinasyonda alt kademe çalışan ihtiyacının daha fazla olduğunu, insan kaynağı için eğitim kriterinin ve yabancı dil bilme şartının ise pek fazla söz konusu edilmediğini ortaya çıkararak bu yönde gerçekleştirilmesi gereken çalışmalara yönelik bir fikir vermektedir. Ancak turizm işletmelerinin başarısı, eğitimi yüksek, analitik düşünebilen, insan ilişkileri kuvvetli ve kültürler arası iletişim yetenekleri gibi çeşitli yetenek ve özelliklere sahip adayların işletmeye istihdam edilmesiyle yakından ilgilidir. Özellikle turizm işletmeleri her bir çalışanın bir diğer çalışan ile ikame edilebilecek şekilde kadrolamasını ön planda tutabilmektedir (Çetin, 2018: 58). Turizm işletmelerinde istihdam edilen kişilerin işletmede kalmayı istemeleri ise turizm işletmelerinin örgütsel iklimine, üstün performans gösteren çalışanları ödüllendirmelerine ve kariyer olanakları yaratan politikalar üretmelerine bağlı olduğu ifade edilebilir (Çetin ve Polat Üzümcü, 2018: 312).

Alanyazında turizm endüstrisi özelinde yer alan insan kaynakları ile ilgili çalışma konularının ise genellikle çalışan performansının yönetilmesi ve motivasyonları (Knippenberg, 2000: 357; Kusluvan et al., 2010: 171), iş tatmini (Lam et al., 2001: 157), Y Kuşağı bakımından insan kaynağı (Solnet & Hood, 2008: 59), turizmde istihdam ve insan kaynakları yönetimi, iş ve kariyer algısı, iletişim teknolojilerinin iş ve insan kaynaklarına etkisi (Baum, 2007: 1383; Schuler & MacMillan, 1984), sosyo-demografik özellikler kapsamında insan kaynağı (Thrane, 2008: 514), çalışan davranışının müşteri tarafından algılanan hizmet kalitesi üzerindeki etkisi (Kattara et al., 2008: 309), örgütsel bağlılık, çatışma ile iş tatmini ilişkisi (Namasivayam & Zhao, 2007: 1212), algılanan insan kaynakları yönetimi uygulamaları, işle bütünleşme ve çalışan davranışı ilişkisi

(Alfes et al., 2013: 330), iletişim ve psikolojik sözleşme olarak insan kaynakları uygulamaları (Guzzo & Noonan, 1994: 447), psikolojik ve sosyal sermaye yönetimi (Luthans & Youssef, 2004: 143), rol stresi, tükenmişlik ve iş performansı ilişkisi (Karatepe & Uludag, 2008), kapsamında olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda turizm endüstrisinde insan kaynağına yönelik iki taraflı karşılaştırmaya olanak verecek şekilde, diğer bir ifadeyle öğrencilerin hem mesleklerle ilgili istek ve tercihlerinin sınıflandırılması, hem de işverenin aradığı çalışan tercihi veya ihtiyacı konularının birlikte ele alındığı sınırlı sayıda çalışma olduğu belirtilebilir.

Turizm Endüstrisine Yönelik Eğitim-Öğretim ve İstihdam Durumu

Turizm eğitiminin turizm endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığı tartışılan konular arasında yer almaktadır (Wang, 2008). Nitekim turizm eğitimi alan öğrencilerin de seçtikleri alanla ilgili kariyer beklentileri bulunmaktadır. Bir çalışmada bu beklentilerin aldıkları turizm eğitimi ve stajlarından elde ettikleri algılar (turizm işletmelerinin çalışma koşulları, işletmedeki arkadaşlık ortamı, yöneticilerin tutum ve davranışları, konukların iş görenlere karşı tutum ve davranışları, sosyal haklar ve ücret gibi iş tatminini doğrudan etkileyen unsurlar) yoluyla oluştuğunun ortaya çıkarılması önemlidir (İnce ve Kendir, 2016: 20). Bu bakımdan turizm eğitiminde teorik altyapı ve endüstride yer alan işletmelerle iş birliğinin göz önüne alınması gerektiği vurgulanabilir. Bunun nedeni, turizm ve beşerî sermaye arasındaki ilişkide birbirine bağlılık durumunun söz konusu olmasıdır (Gruescu et al., 2008: 168). Bu noktada işgörenlerin işlere uygun beceri/yetenek, bilgi ve tutumlarla donatılması gerekir. Her ne kadar çalışan seçiminde deneyime önem atfedilse de stratejik insan kaynakları yönetimi açısından turizm işletmelerinin artık birer yetenek avcısı oldukları da göz önüne alınmalıdır (Çetin ve Polat Üzümcü, 2018: 312). Bu yüzden öğrencilerin iş görüşmelerinden, stajlarından, çalıştıkları işlerden ve işletmelerden elde ettikleri algıların ve deneyimlerin üzerinde durulması bir diğer önemli husustur.

İnsan kaynağının ihtiyaç duyulan sayıda (niceliksel) ve donanımda (niteliksel) elde edilmesi isteği doğrultusunda turizm endüstrisi üzerine, eğitilmiş insan kaynağı ve insan kaynağının eğitilmesi (Amoah & Baum, 1997: 5; Zagonari, 2009: 2), potansiyel ve çalışan insan kaynağının turizm endüstrisine karşı tutumu ve algıları (Kusluvan & Kusluvan, 2000: 251), diğer çalışanlarla ve işverenlerle karşılıklı beklentileri (Kelly-

Patterson & George, 2001: 311) bakımından turizm eğitimi alan ya da genel çalışanlar kapsamında sınırlı da olsa bir dizi araştırmaya temel oluşturduğu söylenebilir.

İnsan kaynağı üzerine yapılan çalışmalar ise göstermektedir ki yaşanan döneme, kültüre ve çevreye göre beklentilerin, becerilerin veya isteklerin değişmesinin tüketici ve üretici boyutlarında insan öznesinin ağırlık bulduğu bu endüstride kuşaklararası farkların ortaya çıkarılmasını da zorunlu koştuğu yöndedir (Çetin ve Karalar, 2016; Bresman & Rao, 2017). Bunun bir diğer nedeni ise tarihsel süreçte yapılandırılan politikaların (teknolojik gelişme düzeyi vb.) bu farklılıkları şekillendirmesi veya farklılıkların göz ardı edilmesi ya da başka bir ifadeyle yeterli olacak şekilde ele alınmaması (işyeri veya dış çevrede tarafından) sonucunda farklı bir boyuttan daha kapsamlı bir bakış açısının geliştirilmesini gerekli kılmasıdır (Solnet & Hood, 2008: 61; Zopiatis et al., 2011: 6).

Türkiye nüfusunun (2018 yılında toplam nüfus: 81.867.223 kişi) 2018-2019 yıllarında 10-25 yaş arasında 19.248.872 kişi olduğu ve yasal çalışma koşullarındaki alt yaş sınırı göz önüne alınırsa 15-24 yaş aralığında ise toplam 12.926.652 kişi (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2018a) bulunduğu ve bu yaş aralığında 2016 yılında kurumsal olmayan sivil nüfusun (yurt, hastane, hapisane, kılla vb. yerlerde ikamet eden ve yabancı uyruklu kişiler dışındaki nüfus) eğitime devam eden kısmının ise toplam 6.426 kişi olarak kayıtlarda yer aldığı belirtilmektedir. Bunun içinden 2.581 kişinin ise istihdamı oluşturduğu anlaşılmaktadır (TÜİK, 2018b). Öte yandan Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2018) sunduğu rapora göre, seyahat ve turizm endüstrisinin 2017 yılında toplam 185 ülke genelinde küresel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın %10,4'ünü (8.272.3 milyar USD) ve toplam istihdamın %9,9'unu (313.221.000 iş) oluşturduğu, toplam istihdam içerisinde ise doğrudan 118.454.000 iş yarattığı açıklanmıştır. 2015 yılı Mayıs ayı verilerine göre Türkiye'de sigortalı toplam 13.830.000 kişi arasından 1.066.726 kişinin turizm endüstrisinde sigortalı çalışan olarak yer aldığı ve bu sayı içerisinde ise en fazla çalışanı sırasıyla yiyecek içecek (590.690 çalışan) ve konaklama hizmetlerindeki (348.766 kişi) çalışanların oluşturduğu belirlenmiştir. Başka bir ifadeyle, o yıllarda dalgalanma görüntüsü çizen turizmin yarattığı Türkiye istihdamı içindeki payı 7,71%'dir (Turizm gazetesini.com, 2015).

Türkiye'de toplam 206 üniversite yer almaktadır (Yükseköğretim Kurulu [YÖK], 2019). “Konaklama İşletmeciliği”, “Seyahat İşletmeciliği ve/ya Turizm Rehberliği” üzerine yaklaşık 25 üniversitede ve “Turizm İşletmeciliği” üzerine ise yaklaşık 70

üniversitede lisans düzeyinde eğitim verilmesi (YÖK, 2018) ve aynı zamanda turizm ile ilgili eğitim veren ön lisans, açık öğretim ile lise eğitimleri de hesaba katılırsa staj yapan ve mezun öğrenci sayısının önemli bir oranı oluşturması söz konusudur. Tüm bu bilgilerden hareketle önümüzdeki yıllarda ağırlıklı ve potansiyel işgücünü oluşturan üniversite öğrencilerinin turizm endüstrisindeki çalışma isteklerinin ve tercihlerinin ortaya çıkarılması önem arz etmektedir.

ARAŞTIRMANIN PROBLEMLERİ VE AMAÇLARI

Turizm endüstrisinde eğitimli insan kaynağı ihtiyacının bir kısmını turizm eğitimi veren kurumlar karşılamaktadır. Türkiye’de turizm ile ilgili eğitim veren kurumların sınav sonucuna göre tercih edilmesinde bölüm kontenjanları incelendiğinde, 2015 yılı için %97,3’tür (Çoban, Dilek ve Harman, 2016). 2017 yılında özellikle Turizm İşletmeciliği bölümlerinde doluluk oranının %50,05 (YÖK, 2017) şeklinde azalması söz konusudur. Turizm endüstrisinde yer alan meslekler arasında aşçı, turist rehberi gibi meslek edinimine yönelik son yıllarda eğitim alma isteğindeki artışın bu durumun ortaya çıkmasında bir etken olduğu söylenebilir. Turizm İşletmeciliği alanı ise spesifik bir alandan ziyade geniş bir faaliyet alanı sunmaktadır. Bir tarafta bu bilgiler yer alırken, diğer tarafta ise işe uygun çalışan seçmek üzere iş ilanlarının fazlalığı içerisinde eğitimli işgücüne olan ihtiyacın zorunluluk olmaması da bir sorundur. Turizm İşletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin konaklama işletmesi, seyahat acentası, ulaştırma işletmesi veya yiyecek içecek işletmesinde deneyimleri ise gelecekte istedikleri meslekleri şekillendirebilmektedir. Bu kapsamda eğitimli aday işgören ile işletmeciler tarafından karşılıklı tercihlerin tespit edilmesi önemlidir.

Bu bilgilere göre bu çalışmada iki araştırma temelinde bir kıyaslama mümkün olmaktadır. Ayrıca Kümeleme Analizi için öncelikle frekans dağılımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada aşağıdaki problemlere çözüm aranmaktadır:

- Turizm İşletmeciliği Bölümü’nde öğrenim gören öğrencilerin turizm endüstrisinde tercih etmek istedikleri meslekler nelerdir? (Birinci araştırma sorusu)
- Öğrencilerin tercih etmeyi istedikleri meslek konusuna ışık tutan eğilim, tutum veya davranış değişkenlerinin kümelenmesi nasıldır? (Birinci araştırmanın sorusu)
- Turizm endüstrisinde ortaya çıkan iş ilanları nelerdir? (İkinci araştırmanın sorusu)
- Öğrencilerin meslek tercihleri ile turizm endüstrisinde yer alan internet tabanlı uygulamalar aracılığıyla verilen iş ilanlarının örtüşme durumu nedir?

Bu çerçevede ilk araştırmanın temel amacı, Turizm işletmeciliği alanında öğrenim gören öğrencilerin endüstrideki çalışma tercihlerini tespit etmek ve öğrencilerin tercih etmek istedikleri mesleklere yönelik nedenlerini açıklayan değişkenler üzerinde kümeleri ortaya çıkarmaktır. İkinci araştırmanın temel amacı, Türkiye’de turizm endüstrisinde iş ilanı üzerine faaliyet gösteren bir web sitesinde yer alan ilanlar arasında öne çıkan meslekleri belirlemektir. Bu doğrultuda araştırmanın diğer bir amacı, turizm endüstrisinde iş ilanı üzerine bir web sitesinde tespit edilen iş ilanlarının ve turizm işletmeciliği alanında öğrenim gören öğrencilerin turizm endüstrisindeki tercih etmeyi istedikleri mesleklerin karşılaştırılmasıdır. Bu bakımdan çalışma sonuçlarının yol gösterici olması amacıyla alanyazına ve uygulayıcılara katkı sağlaması beklenmektedir. Çalışma bu kapsamda önemlidir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Tarama modeli araştırma yönetimini teşkil etmektedir. Tarama modeli, bir durumu olduğu gibi betimlemeyi amaçlayan bir yaklaşım içerir. Buna göre amaçların ifade edilişi, ‘‘nedir?’’, ‘‘nelerden oluşmaktadır?’’ gibi sorularla belirlenir. Örneğin, ‘‘yerli turistlerin tatil eğilimleri nedir/nelerdir?’’ gibi ortaya çıkar (Karasar, 2008). Birinci araştırmada nicel araştırma yaklaşımı temel alınmıştır. İkinci araştırmada ise nitel araştırma yaklaşımına başvurulmuştur.

Araştırmanın Anakütlesi ve Örneklem Seçme Yöntemi

Araştırmanın anakütlesini, Muğla Üniversitesi Fethiye İşletme Fakültesi’nin Turizm İşletmeciliği Bölümü’nde öğrenim gören öğrenciler (2014 yılında ilk kez öğrenci alan bölümde 2019 yılında toplam 526 öğrenci kayıtlıdır) oluşturmaktadır. Ana kütlelerin hepsine ulaşmanın güç olmasından dolayı örneklem seçme işlemi gerçekleştirilmiştir. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden yaş aralığı ve eğitim kriterlerine göre kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örneklem tesadüfi olarak seçilen, aynı zamanda çalışmaya katılmaya gönüllü olan ve kendilerine ulaşılabilen öğrencilerden oluşmuştur. Toplam 252 katılımcı örneklemi teşkil etmektedir. Anakütlenin %48’ini oluşturduğu belirtilebilir.

Türkiye’de iş ilanlarının araştırılmasında turizm alanında ilan veren web siteleri anakütleyi oluşturmaktadır. Tüm web sitelerinde yer alan iş ilanlarının içeriğinin anahtar sözcüklerle taranma gücünden ötürü Türkiye’de iş ilanları kapsamında öne çıkan ‘‘www.kariyer.net’’ web sitesinde 21 Ocak 2020 yılında bir tarama gerçekleştirilmiştir.

İş ilanları sitelerinde en son üç aylık ilanların yer almaktadır. Buradan hareketle web sitesinde yer alan son üç aylık ilanlar arasında turizm alanında verilen toplam 832 iş ilanı örnekleme oluşturmuştur.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada ikincil veriler bakımından alanyazında yer alan çalışmalardan, istatistiki bilgilerden ve internet kaynaklı veri türü kapsamında iş ilanları üzerine faaliyet gösteren bir web sitesinin verilerinden faydalanılmıştır. Birincil veri olarak Yüz Yüze Anket Yöntemi ile Turizm İşletmeciliği Bölümünde öğrenim gören öğrencilerden veriler toplanmıştır. Toplam 11 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Soru formunda katılımcıların demografik bilgilerini, eğitim, çalışma, kariyer ve internet tabanlı iş ilanlarını takip etme durumlarını ortaya çıkarmak için toplam dokuz soru yer almıştır. Ayrıca turizm endüstrisinde öğrencilerin çalışmak istedikleri turizm işletmesi ve bölümü üzerine toplam iki soruya yer verilmiştir. Bu sorulardan çalışmak istenilen turizm işletmesine yönelik kapalı uçlu çoktan seçmeli ve kategorik sorular kapsamında konaklama işletmesi, yiyecek içecek işletmesi, seyahat acentası, turist rehberliği, temalı park-plaj işletmesi, kurvaziyer ve günübirlik tekne işletmesi gibi toplam dokuz yanıt seçeneği verilmiştir. Çalışmak istenilen bölüme ve tercih etmek istenilen mesleğe yönelik ise açık uçlu sorular oluşturulmuştur. Dolayısıyla yanıtlar arasındaki tutarlılığın kontrol edilmesi de sağlanmıştır. Soru formu Ross (1993); Roney Akış & Öztin (2007); Güzel vd. (2014) ile Çavuş ve Kaya'nın (2015) çalışmalarından faydalanılarak oluşturulmuştur. Veriler, Ocak, Şubat ve Mart 2019 tarihlerinde toplanmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada web sitesinde yer alan iş ilanlarının son üç aylık dönem için bilgi vermesinden dolayı araştırma verilerinin bir kısmı bu verilerle ve diğer bir kısmı ise örneklem kapsamında Turizm İşletmeciliği alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinden elde edilen verilerle sınırlıdır. Ayrıca araştırma amacı ve araştırmada kullanılan veri toplama aracında yer alan sorular diğer bir sınırlılığı ortaya çıkarmaktadır.

Analiz Yöntemi

Araştırmada kullanılan verilerin bir kısmı anket yolu ile toplanmıştır. Veriler Sosyal Bilimler için İstatistiki Paket Programı (Statistical Package for the Social Sciences [SPSS]) 20 kullanılarak analiz edilmiştir. Dolayısıyla demografik ve meslek tercihi gibi bilgiler frekans analizine tabi tutulmuştur.

Verilerin kendi içerisinde homojen ve diğer gruplara göre heterojen olan etmenlere göre analiz gerçekleştirilmesi yönünde Kümeleme Analizi uygulanmıştır. Ayrıca veri çeşitlendirmeye bağlı olarak iş ilanları içerisinde kategorilerin tespit edilmesi için İçerik Analizi Yöntemi kullanılmıştır. İş ilanları üzerinde anahtar sözcükler/kavramlar aracılığıyla en çok aranan mesleklerin tespit edilmesi sağlanmıştır. Bu bakımdan “www.kariyer.net” üzerinde ‘turizm’, ‘konaklama’, ‘otel’, ‘otelcilik’, ‘acenta’ sözcükleri aracılığıyla meslekler kapsamında kategoriler belirlenmiştir. Elde edilen veriler üzerinde Excel Ofis Programı aracılığıyla frekans dağılımı analizi gerçekleştirilmiştir.

Kümeleme Analizi, birimlerin benzerliklerine göre belirli gruplar içinde toplanmasını ve bu doğrultuda sınıflandırılmasını sağlayan ve ortak özelliklerin belirlenmesine yönelik genel tanımlar yapmayı amaçlayan bir yöntemdir (Kaufman & Rousseeuw, 1990). Kümeleme Analizi'nde verilerin normal dağılım göstermesi gereği varsayımı aranmamaktadır (Tatlıdil, 2002: 329).

Çalışmada, Kümeleme Analizi'nin kullanılmasının amacı; Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin tercih etmek istedikleri meslekler konusunda tercih nedenlerini açıklayan tutum ve davranış değişkenlerinin kümelenebilirliğini; değişkenlerin hangi değişkenler tarafından açıklandığının ve hangi sınıflara ait olduklarının belirlenmesidir. Kümeleme Analizi, dört adımda gerçekleştirilir, bunlar; veri matrisinin oluşturulması, gözlenen nesnelere arasındaki benzerlik ve uzaklıkların belirlenmesi, Kümeleme Yöntemi'nin seçimi ve uygulanması, dendogram (ağaç grafiği) ile birbirine benzeyen nesnelere kümelemesidir (Dura vd., 2004: 15).

Kümeleme analizinde hiyerarşik olan ve hiyerarşik olmayan iki tür Kümeleme Yöntemi vardır. Hiyerarşik Kümeleme Yöntemi'nde küme sayısı bilinmemektedir. En yakın iki küme birleştirilip küme sayısı bir indirgenerek yinelenmiş uzaklıklar matrisi elde edilir. Hiyerarşik Küme Yöntemi'nde kullanılan teknikler: Tek Bağlantı Tekniği, Tam Bağlantı Tekniği, Ortalama Bağlantı Tekniği, Küme Merkezleri Tekniği ve Ward's Tekniği'dir (Antalyalı, 2006: 359; Sharma & Wadhawan, 2009: 12). Bu çalışmada Ward's Tekniği uygulanmıştır.

İçerik Analizi ise elde edilen iş ilanları kapsamındaki verilerin işlenmesi, kodlanması, temaların bulunarak düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması ile gerçekleştirilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

BULGULAR

Çalışma bulguları, öncelikle katılımcıların cinsiyet gibi demografik bilgileri, bölüm tercihi, kariyer tercihi ve seçmek istedikleri meslekler ve mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri alanlara yönelik bulgulardan, ikinci olarak Kümeleme Analizi sonucu elde edilen bulgulardan ve üçüncü olarak iş ilanlarının İçerik Analizi'ne tabi tutulması sonucu elde edilen bulgulardan oluşmaktadır. Araştırma bulguları aşağıda ayrıntılı şekilde açıklanmıştır.

Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcıların demografik özellikleri bakımından cinsiyetleri, doğum yılları, mezun oldukları liseler, kaçınıcı sınıfta öğrenim gördükleri, Turizm İşletmeciliği Bölümü'nü tercih etme sebepleri, daha önce tecrübelerinin olup olmadığı, bildikleri yabancı diller, mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri meslekler, internet tabanlı uygulamalar yoluyla iş ilanlarını takip edip etmedikleri belirlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Bilgileri, Bölüm, Meslek ve Kariyer Bulguları

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Sınıf			Meslek		
Kadın	98	38,9	1	133	52,8			
Erkek	154	61,1	2	54	21,4	Önbüro	21	8,3
Doğum Yılı			3	31	12,3	Animatör	34	13,5
1995	21	8,3	4	34	13,5	Misafir İlişkileri Yetkilisi	11	4,4
1996	34	13,5	Tecrübe			Muhasebe Finans Uzmanı	13	5,2
1997	39	15,5	Evet	132	52,4	Fitness Eğitmeni	7	2,8
1999	54	21,4	Hayır	120	47,6	Pazarlamacı	3	1,2
2000	66	26,2	Dil			Eğitmen	18	7,1
2001	34	13,5	İngilizce	178	70,6	Turizm Rehberi	18	7,1
2002	4	1,6	Almanca	3	1,2	Hostes/ Host	31	12,3
Lise			Arapça	8	3,2	Havaalanı Çalışanı	12	4,8
			Diğer	12	4,8	Garson	32	12,7

Fen Lisesi	4	1,6	Bilmiyorum	51	20,2	Yönetici	30	11,9
Anadolu Lisesi	119	47,2	Sebepler			Kasa Sorumlusu	4	1,6
Meslek Lisesi	76	30,2	Puanıma Göre	78	31,0	Kaptan	7	2,8
Açık Öğretim	9	3,6	Geçerli Meslek	32	12,7	Girişimci	11	4,4
Diğer	44	17,5	Seçeneğim Yoktu	15	6,0			
			Yakınlarımla Tavsiyesi	10	4,0			
Kariyer			Mesleğe İlgi Var	80	31,7	İlan		
Evet	200	79,4	Aile Mesleğini Sürdürmek İçin	4	1,6	Evet	169	67,1
Hayır	52	20,6	Diğer	33	13,1	Hayır	83	32,9

Tablo 2'deki veriler incelendiğinde, örnekleme 98'i kadın, 154'ü erkek olmak üzere toplamda 252 katılımcı yer almıştır. Katılımcıların çoğunluğu, 2000 yılında doğmuş (%26,2), Anadolu Lisesi mezunu (%47,2), Turizm İşletmeciliği Bölümü 1. sınıf öğrencisi (%52,8), turizm endüstrisinde tecrübeli (%52,4), İngilizce dilini bilen (%70,6), mesleğe ilgisi olan (%31,7), mezun olduktan sonra öncelikle animatör (%13,5), ikinci sırada garson (%12,7) ve üçüncü sırada ise host/hostes (%12,3) olmak isteyen ve ağırlıklı internet tabanlı uygulamalar aracılığıyla iş ilanlarını takip eden (%67,1) kişilerden oluşmaktadır.

Kümeleme Analizi Bulguları

Tablo 3'te meslek tercihinin etki eden değişkenlerin her bir kümeyle yönelik farklılıklarını incelemek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonuçları incelenebilir.

Tablo 3. ANOVA Tablosu

ANOVA Tablosu			
Değişkenler	Kümeler		p
	Ortalamalar	F	
Cinsiyet	,831	3,748	0,000*
Kariyer	,223	1,373	,217
Meslek	569,143	253,102	0,000*
Sebep	129,038	115,870	0,000*
Dog.Yil	12,903	6,095	0,000*
Lise	3,788	3,188	0,003*
Sınıf	4,723	4,393	0,000*
Tecrübe	1,538	7,205	0,000*
Dil	127,500	143,127	0,000*
İlan	,386	1,780	,092

* İstatistiksel açıdan anlamlı olan değişkenler belirtilmiştir ($p < 0.05$).

Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin öğrenim gördükleri aynı alanda kariyer yapmak istedikleri ve internet tabanlı uygulamalar yoluyla iş ilanlarını takip ettikleri tüm küme oluşumlarında ortak olan etkili değişkenlerdir.

Tablo 4'te öğrencilerin meslek tercihine yönelik iki aşamalı kümeleme analizi dağılım sonuçları incelendiğinde sekiz adet küme tayin edilmiştir. Bu kümeler arasında en yüksek değeri 'sekiz numaralı küme' oluşturmaktadır.

Tablo 4. Öğrencilerin Meslek Tercihine Yönelik İki Aşamalı Kümeleme Analiz Dağılım Sonuçları

		Toplam İçindeki Yüzde
Kümeler	1	38,000
	2	36,000
	3	23,000
	4	22,000
	5	11,000
	6	41,000
	7	34,000
	8	47,000

Tablo 4'te önem sırasına göre değişkenler incelendiğinde; tecrübe, sınıf, doğum yılı, bilinen yabancı dil, mezun olunan lise, iş ilanlarını takip edip etmeme durumu, cinsiyet ve öğrenim görülen bölümde kariyer yapmayı isteme şeklinde sıralanmaktadır. Kümeleme analizinde en önemli değişkenin iş tecrübesi olduğu görülmektedir. Öğrenim görülen bölümde kariyer yapma değişkeni ise son sırada yer almaktadır.

Turizm Endüstrisinde Yer Alan İş İlanlarına Yönelik Bulgular

İçerik analizi sonucu konaklama işletmeleri kapsamında iş ilanları, seyahat acentaları kapsamında iş ilanları ve ulaştırma işletmeleri kapsamında iş ilanları olmak üzere toplam üç kategori saptanmıştır. Tablo 5'ten anlaşılacağı üzere turizm endüstrisinde yer alan iş ilanları kapsamında öncelikle konaklama işletmelerinde çalışmak üzere işgören arandığı, aranılan pozisyon bakımından ise ilk üç sırada önbüro, yiyecek içecek ve satış-pazarlama bölümlerinin öne çıktığı, turizm endüstrisinde en az sıklıkta ise havuz bakım görevlisi ve kaptan için ilanların yer aldığı belirlenmiştir.

Tablo 5. Turizm Endüstrisinde Yer Alan İş İlanları

İş İlanları	Sıklık	Yüzde	İş İlanları	Sıklık	Yüzde
Resepsiyonist	92	11,0	İnsan Kaynakları Uzmanı	11	1,0
Garson- Komi	85	10,0	Yönetici Asistanı	11	1,0
Restoran Sorumlusu	80	10,0	Meydancı	10	1,0
Satış Pazarlama Sorumlusu	65	8,0	Fitness Eğitmeni	9	1,0
Misafir İlişkileri Sorumlusu	55	7,0	Genel Müdür	9	1,0
Kat Hizmetleri Sorumlusu	51	6,0	Kasiyer	9	1,0
Rezervasyon Elemanı	44	5,0	Gece Müdürü	8	1,0
Muhasebe Finans Sorumlusu	41	5,0	Bulaşikhane Elemanı	7	1,0
Operasyon Destek Elemanı	29	3,0	Stajyer	7	1,0
Teknik Servis Görevlisi	25	3,0	Barista	6	1,0
Barmen/Barmaid	24	3,0	Otel Rehberi	6	1,0
Seyahat Danışmanı	23	3,0	Çamaşırhane Elemanı	5	1,0
Bellboy	21	2,0	Satın alma Sorumlusu	3	1,0
Yönetici	17	2,0	Güvenlik Görevlisi	3	1,0
Animatör	16	2,0	Depo Sorumlusu	2	0
Aşçı	15	2,0	Masaj Terapisti	2	0
Bilgi İşlem Destek Uzmanı	13	2,0	Cankurtaran	1	0
Spa Terapisti	13	1,0	Golf Saha Görevlisi	1	0
Gelirler Kontrolörü	11	1,0	Havuz Görevlisi	1	0
			Kaptan	1	0
Toplam				832	100

Kaynak: <https://www.kariyer.net/is-ilanlari> adresinden faydalanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Erişim

Tarihi: 21.01.2010.

Tablo 5’te özetlenen iş ilanlarında, yönetici ve sorumlu kapsamında restoran, satış-pazarlama, misafir ilişkileri ve kat hizmetleri bakımından yöneticilerin/sorumlularının aranılması dikkat çeken bir bulgudur. Bu bakımdan çalışma hayatına bu bölümlerden başlayacak öğrencilerin dikey kariyer planlaması da yapabilecekleri anlaşılmaktadır. Nitekim Tablo 2’de yer alan bulgulara istinaden resepsiyonist, rezervasyon elemanı, barmen/barmaid gibi pozisyonlarda çalışmaya yönelik iş ilanlarının öne çıkması da bu bilgiyi destekler niteliktedir. Aynı zamanda konaklama işletmelerinde yer alan iş ilanlarının ağırlıkta olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan bu bulguların turizm endüstrisinin yarattığı iş kollarına da işaret ettiği belirtilebilir. Örneğin muhasebe ve finans sorumlusu, teknik servis görevlisi, bilgi işlem destek uzmanı, güvenlik görevlisi veya cankurtaran gibi meslekler burada sayılabilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Üniversitelerin Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenimini sürdüren öğrenciler turizm endüstrisinde çalışma deneyimi de kazanmaktadır. Dolayısıyla öğrenciler, mesleklere yönelik fikir ve algılara sahip olmaktadır. Özellikle turizm endüstrisinde meslek ve kariyer tercih nedenleri, yurtdışında çalışma fırsatı vermesi, ek kazanç sağlaması, sosyalleşmeyi sağlaması, farklı kültürleri tanımaya fırsat vermesi ve hayat boyu kendilerini geliştirmeyi sağlaması yanında tecrübe edinimi gibi ortaya çıkmaktadır (Güzel vd., 2014). Turizm İşletmeciliği kavramı içerisinde birçok meslek yer almaktadır. Bu bakımdan öğrencilerin tercih etmek istedikleri mesleklerin ortaya çıkarılması önemli bir konudur. Ancak Türkiye’de son yıllarda lisans eğitimi veren özellikle Turizm İşletmeciliği ve Konaklama İşletmeciliği bölümlerine yönelik öğrenci tercihlerinde ise bir düşüş göze çarpmaktadır. Bu durum çalışmaya yön veren etkenler arasındadır. Nitekim üniversiteler endüstrilere işgücü kazandırma bakımından önemli paydaşlar arasında yer alır. Bu bakımdan çalışma, Turizm İşletmeciliği lisans öğrencilerinin tercih etmek istedikleri mesleklerin ortaya çıkarılması açısından önemlidir. Diğer taraftan turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu işgörenlerin hangi alanlarda çalıştırılmaya yönelik olduğunun ilanlar üzerinden tespit edilmesi ise karşılıklı beklentilerin ortaya çıkarılması kapsamında önemli görülmüştür. Bu bakımdan çalışmada iki ayrı araştırma gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla çalışmada elde edilen sonuçların bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayırarak alanyazına ve uygulayıcılara katkı sağladığı belirtilebilir.

Bu çalışmanın sonuçlarından ilki, öğrencilerin %31,7'sinin turizm eğitimi almaya yönelik bölüm tercihinde mesleğe ilgilerinin olmasıdır. Bu sonuç, çalışma güvenilirliği açısından öğrencilerin tercih etmek istedikleri mesleklere yönelik önemli bir öncülü olarak gösterilebilir. Bu sonuç ile Gezen ve Köroğlu'nun (2014) gerçekleştirdikleri bir çalışmada yer alan öğrencilerin turizme yönelik mesleği yapma isteklerinin öne çıkması sonucu tutarlıdır. Çavuş ve Kaya'nın (2015) yaptıkları bir çalışma sonucunda da öğrencilerin çoğunluğunun turizm ile ilgili mesleklere olan sevgileri nedeniyle Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nu seçtikleri belirlenmiştir.

Bu çalışma sonuçlarından bir diğeri, öğrenciler arasında en çok animasyon bölümü çalışmanı olma isteğinin öne çıkmasıdır. Bunu garson, host/hostes ve yönetici olma isteği izlemiştir. Bu tercihlerin nedenleri olarak animasyonun öncelikle eğlence ve spor faaliyetlerini içermesi, çalışma şartlarının diğer mesleklere göre daha esnek olması ve turistlerle yüz yüze iletişim kurma özelliğini içermesi yönünden olduğu belirtilebilir. Tercih etmek istenilen garson, host/hostes mesleklerinin ise elde edilecek gelir ve özellikle yüz yüze iletişim içeren görev ve sorumlulukları barındırması bakımından öncelikli olarak ilgi görmesine işaret ettiği söylenebilir. İş ilanlarında ise en çok aranan mesleklere yönelik ilk sırada “garson” ortaya çıkmıştır. Bu sonuca göre öğrencilerin iş bulma beklentilerinin karşılanabileceği anlaşılmaktadır. Öğrencilerin %12,3'ü ise host/hostes olmayı isterken, incelenen web sitesinde host/hostes aranan herhangi bir ilan ile karşılaşmamıştır. Ortaya çıkan bu çalışma sonuçları, Roney Akış & Öztin'in (2007) çalışma sonucunda öğrencilerin ağırlıkla konaklama, seyahat acentası ve ulaştırma sektöründe çalışma tercihlerinin bulunmasıyla benzerken eğlence alanında çalışmak isteyenlerin ise daha arka sırada yer alması sonucu bakımından farklılaşmaktadır. Diğer taraftan Ross'un (1993) çalışma sonucunda o dönemki öğrencilerin yönetici olma tercihinin ilk sırada olmasına kıyasla bu çalışmada ortaya çıkan sonuç farklılık göstermektedir. Bu hususta kuşak farklılığı bir etken olarak belirtilebilir.

Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin %79,4 oranında kariyerlerine aynı bölümde devam etmek istedikleri belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin %67,1 oranında internet tabanlı uygulamalar aracılığıyla iş ilanlarını takip ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Turizm endüstrisinde yer alan iş ilanları kapsamında ise kat hizmetlerine yönelik var olan ihtiyacın öğrenciler tarafından tercih edilmek istenmediği anlaşılmıştır. Çalışmanın diğer bir sonucu ise iş ilanları arasında özellikle konaklama işletmelerinde yöneticilerin

aranmasıdır. Buna göre öğrenciler arasında kariyerlerini konaklama işletmelerinde sürdürmek isteyenlere dikey kariyer yapma fırsatının sunulduğu ifade edilebilir.

Öğrencilerden elde edilen verilere uygulanan Kümeleme Analizi sonucunda iş tecrübesinin önemli bir kriter olarak belirlenmesi doğrultusunda turizm endüstrisinde deneyim sahibi olmanın önemli olmasının altı çizilebilir. Ancak Kümeleme Analizi sonucuna göre öğrenim görülen Turizm İşletmeciliği alanında kariyer yapma değişkeninin son sırada yer alması sonucundan hareketle elde edilen puana göre bölüme yerleşen öğrencilerin de bulunması söz konusudur. Bu doğrultuda araştırmacılara bunun nedenlerinin daha ayrıntılı belirlenmesi gerektiği önerilebilir. Dolayısıyla olumsuz algılar varsa bunların ortaya çıkarılması ve bu bakımdan turizm endüstrisi ile akademik iş birliğinin artırılması; çalışma hayatının ilk yıllarında yaşanan sorunların neler olduğunun öğrencilerin bakış açısıyla araştırılarak bu sorunların çözüme kavuşturulması önemlidir. Nitekim Köşker ve Unur (2017) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmanın sonucuna göre turizm lisans öğrencileri arasında staj/mesleki deneyim sahibi olmayanların, deneyim sahibi olanlara kıyasla turizm endüstrisinde çalışma eğilimlerine yönelik tutumlarının anlamlı bir şekilde yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda farklı değişkenleri içeren verilere kümeleme analizi gerçekleştirilmesi önerilir.

Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda sözel değişkenlerin de uygulamalara ilave edilmesi ile Bulanık Mantık Yöntemine ve Odak Grup Çalışmasına başvurulabilir. Uygulayıcılar tarafından ise turizm öğrenimi gören öğrencilerin yaşadıkları sorunlara (çalışma saatlerinin uzun ve şartların ağır olması, kazancın beklenen düzeyde olmaması vb.) (Duman, Tepeci ve Unur, 2006) yönelik gerekli teşviklerin sunulması, ödül-performans sisteminin adil olması, görev ve sorumlulukların karşılıklı beklentileri karşılayacak şekilde yapılması, iş tanımının ve sorumluluğunun açık bir şekilde yazılı ve sözlü olarak ifade edilmesi, mesleğe ilginin artması açısından önem taşımaktadır. Nitekim genellikle işgören devir hızının yüksek olduğu turizm işletmelerinde bu durumun olumsuz yansımaları bulunmaktadır (Kuşluvan ve Kuşluvan, 2004). Bu kapsamda daha dikkatli davranılması ve karşılıklı beklentilerin baştan anlaşılması gerektiğinin altı çizilebilir. Diğer taraftan bu çalışmada internet tabanlı uygulamalar aracılığıyla iş ilanlarının takibinin toplam sekiz kümede de ortak ve etkili bir şekilde yer alması önemlidir. İnternet yoluyla verilen iş ilanlarının üzerinde titizlikle durularak varsa eksikliklerin tanımlanması gerekir. Karşılıklı güvenin oluşmasında ilan içeriğinin adayın

merak ettiği konulara yanıt vermesi fayda sağlayacaktır. Örneğin, aşçılara yönelik iş ilanlarının İçerik Analizi ile araştırılması sonucu en çok İstanbul için ilan verildiği belirlenmiştir. Aynı çalışmada İş ilanlarının içeriğinin profesyonel bir mesleği tanımlayacak nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılması, başka bir sorunu ortaya çıkarmaktadır (Çetin ve Akar Şahingöz, 2019).

KAYNAKÇA

Alfes, K., Shantz, A. D., Truss, C. & Soane, E. C. (2013). The Link Between Perceived Human Resource Management Practices, Engagement and Employee Behaviour: A Moderated Mediation Model. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(2): 330-351.

Amoah, A. V. & Baum, T. (1997). Tourism education: policy versus practice. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(1): 5-12.

Antalyalı, Ö. L. (2006). *Kümeleme Analizi*. İçinde. 2. Editör: Ş. Kalaycı, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. ss: 359, Ankara: Asil Yayın.

Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28: 1383-1399.

Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change?-A 2015 reprise. *Tourism Management*, 50: 204-212.

Bingöl, D. (2003). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 5. Baskı. İstanbul: Beta Yayınevi.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization, UNWTO). (2016). *Global Report on The Power of Youth Travel*. Vol. 13. Retrieved from https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report_Power-of-Youth-Travel_2016.pdf. 15.09.2019.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2020). *World Tourism Barometer*, No:18. January. Retrieved from [https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020#:~:text=International%20tourist%20arrivals%20\(overnight%20visitors,and%202018%20\(%2B6%25\)](https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020#:~:text=International%20tourist%20arrivals%20(overnight%20visitors,and%202018%20(%2B6%25).). 18.06.2020.

Bresman, H. & Rao, D. V. (2017). A Survey of 19 Countries Shows How Generations X, Y, and Z Are -and Aren't -Different. *Generational Issues*, Harvard

Business Review. Retrieved from <https://hbr.org/2017/08/a-survey-of-19-countries-shows-how-generations-x-y-and-z-are-and-arent-different> 22.10.2019.

Çavuş, Ş. ve Kaya, A. (2015). Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Planları ve Turizm Sektörüne Yönelik Tutumu. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5): 101-117.

Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). X, Y ve Z Kuşağı Öğrencilerin Çok Yönlü ve Sınırsız Kariyer Algıları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28): 157-197.

Çetin, İ. (2018). *Turizm İşletmelerinde Kadrolama*. İçinde Editörler: Bekir Eşitti ve Erol Duran, Turizm İşletmelerinde Yetenek Yönetimi. ss: 57-80. Çanakkale: Paradigma Akademi..

Çetin, İ. ve Polat Üzümcü, T. (2018). *Turizm İşletmelerinde Stratejik Yetenek Yönetimi*. İçinde Editörler: Bekir Eşitti ve Erol Duran, Turizm İşletmelerinde Yetenek Yönetimi. ss: 293-316. Çanakkale: Paradigma Akademi.

Çetin, M. ve Akar Şahingöz, S. (2019). İnsan Kaynakları Web Sitelerinde Aşçılara Yönelik İş İlanları Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(64): 726-734.

Çoban, Ö., Dilek, E. S. ve Harman, S. (2016). *Turizm Bölümlerini Tercih Eden Adayların Tercih Eğilimleri: Yükseköğretim Lisans Atlası Üzerine Bir Araştırma*. 17. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı. Ankara: Detay Yayıncılık. ss. 1072-1087.

Duman, T., Tepeci, M. ve Unur, K. (2006). Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), Bahar: 51-69.

Dura, C., Atik, H. ve Türker, O. (2004). *Beşeri Sermaye Açısından Türkiye’nin Avrupa Birliği Karsısındaki Kalkınma Seviyesi*, ss. 13-203. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı. Eskişehir.

Džopalić, M., Zubović, J. & Domazet, I. (2008). *Human Resource Management-Developing Force of Tourist Industry*. In International Scientific Conference Challenges of Economics Sciences in the 21st century, Institut ekonomskih nauka, Belgrade, pp: 409-416.

Gezen, T. ve Koroğlu, Ö. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Seçimine Etki Eden Kariyer Çapalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2): 213-234.

Gruescu, R., Nanu, R. & Pirvu, G. (2008). Human Resource Management in The Tourism Industry. *Bulletin UASVM, Horticulture*, 65(2): 168-173.

Guzzo, R. A. & Noonan, A. K. (1994). Human resource practices as communications and the psychological contract. *Human Resource Management*, 33(3): 447-462.

Güzel, T., Akdağ, G., Güler, O. ve Şener, S. (2014). *Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizmde Kariyer Algulamaları: Çanakkale, Mersin ve Kıbrıs'ta Bir Araştırma*, 18 Nisan 2014, 3. Doğu Akdeniz Sempozyumu Kitabı, ss:176-187, Mersin. ISBN:978-605-4940-06-6.

Herman, S. (2015). *Management of Human Resources in Tourism*. Interdisciplinary Management Research, Josip Juraj Strassmayer University of Osijek, Faculty of Economics, Croatia, XI, pp: 180-188.

İnce, C. & Kendir, H. (2016). Turizm Öğrencilerinin Kariyer Beklentilerine Yönelik Düşünceleri: Stajyer Öğrenciler Örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 2(3):13-23.

Jolliffe, L. & Farnsworth, R. (2003). Seasonality in Tourism Employment: Human Resource Challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(6): 312-316.

Karatepe, O. M. & Uludag, O. (2008). Role Stress, Burnout and Their Effects on Frontline Hotel Employees' Job Performance: Evidence from Northern Cyprus. *International Journal of Tourism Research*, 10: 111-126.

Karatepe, O. M., Yorgancı, I. & Haktanir, M. (2009). An Investigation of the Role of Job Resources in Mitigating Customer-Related Social Stressors and Emotional Exhaustion. *Services Marketing Quarterly*, 31, 72-88.

Kariyer.Net. (2020). *İlanlar*. <https://www.kariyer.net/is-ilanlari/#&ct=c34,c7,c82,c48,c35,c6,c54,c9,c16,c41,c3&cs=019000000,019001000,019002000&kw=turizm&lg=01&cp=19> adresinden 21.01.2020 tarihinde alınmıştır.

Kattara, S. H., Weheba, D. & El-Said, A. O. (2008). The Impact of Employee Behaviour on Customers' Service Quality Perceptions and Overall Satisfaction. *Tourism and Hospitality Research*, 8(4): 309-323.

Kaufman, L. & Rousseeuw, P. J. (1990). *Finding groups in data: An Introduction to Cluster Analysis*. New York: John Wiley and Sons.

Kelly-Patterson, D. & George, C. (2001). Securing graduate commitment: an exploration of the comparative expectations of placement students, graduate recruits and human resource managers within the hospitality, leisure and tourism industries, *International Journal of Hospitality Management*, 20: 311-323.

Knippenberg, D. V. (2000). Work Motivation and Performance: A Social Identity Perspective. *Applied Psychology*, 49(3): 357-371.

Köşker, H. ve Unur, K. (2017). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2): 126-141.

Kusluvan, S. & Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21: 251-269.

Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Ilhan, I. & Buyruk, L. (2010). The Human Dimension: A Review of Human Resources Management Issues in the Tourism and Hospitality Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51: 171-210.

Kuşluvan, S. ve Kuşluvan, Z. (2004). Turizm İşletmelerinde İşgören Devri: Anlamı, Türleri ve Nedenleri, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Temmuz-Ağustos-Eylül, 1(1): 28-36.

Lam, T., Zhang, H. & Baum, T. (2001). An investigation of employees' job satisfaction: the case of hotels in Hong Kong. *Tourism Management*, 22(2): 157-165.

Luthans, F. & Youssef, M. C. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2): 143-160.

Namasivayam, K. & Zhao, X. (2007). An investigation of the moderating effects of organizational commitment on the relationships between work-family conflict and job satisfaction among hospitality employees in India. *Tourism Management*, 28(5): 1212-1223.

Netemeyer, R. G., Maxham III, J., G. & Pullig, C. (2005). Conflicts in the Work-Family Interface: Links to Job Stress, Customer Service Employee Performance, and Customer Purchase Intent. *Journal of Marketing*, 69, April: 130-143.

Nikolaou, I. (2014). Social Networking Web Sites in Job Search and Employee Recruitment. *International Journal of Selection and Assessment*, 22(2): 179-189.

Özdemir, S. S., Polat, E. ve Met, Ö. Ü. (2015). Bodrum'da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerince Verilen İş İlanlarındaki İşgören Niteliklerinin Analizi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Bahar, 34: 121-138.

Pienaar, J. & Willemse, S. A. (2008). Burnout, Engagement, Coping and General Health of Service Employees in The Hospitality Industry. *Tourism Management*, 29(6): 1053-1063.

Republic of Monenegro Ministry of Tourism and Environment. (2007). *Human Resources Development Strategy for the Tourism Sector in Montenegro*, Podgorica, May.

Roney Akış, S. & Öztin, P. (2007). Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6(1): 4-17.

Ross, F. G. (1993). Tourism and Hospitality Employment and Career Perceptions Among High School Students. *Visions in Leisure and Business*, 12 (1), Article: 3: 13-33.

Schuler, S. R. & MacMillan, I. C. (1984). Gaining Competitive Advantage through Human Resource Management Practices. *Human Resource Management*, Fall, 23(3): 241-255.

Selçuk, N. G., Erdoğan, M. & Güllüce, A. Ç. (2013). A Research into Career Considerations of Students Enrolled in Tourism Degree Programs. *International Journal of Business and Social Science*, 4(6): 218-226.

Sharma, M. & Wadhawan, P. (2009). A Cluster Analysis Study of Small and Medium Enterprises. *IUP Journal of Management Research*, 8(10), 7-23.

Solnet, D. & Hood, A. (2008). Generation Y as Hospitality Employees: Framing a Research Agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 15: 59-68.

Tatlıdil, H., (2002). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*. Ankara: Akademi Matbaası.

Thrane, C. (2008). Earnings differentiation in the tourism industry: Gender, human capital and socio-demographic effects. *Tourism Management*, 29: 514-524.

Turizm gazetesi.com. (2015). *Turizmde İstihdam Artışı Yavaşladı*. Haber Tarihi: 01.09.2015. <https://www.turizm gazetesi.com/news.aspx?id=78125> adresinden 19.11.2019 tarihinde alınmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2016). *İşgücü İstatistikleri*. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 adresinden 05.09.2019 tarihinde alınmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2018a). *Nüfus Projeksiyonları, 2018-2080*. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30567> adresinden 17.11.2019 tarihinde alınmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2018b). *İşgücü İstatistikleri*. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 adresinden 17.11.2019 tarihinde alınmıştır.

Wang, J. (2008). *Is tourism education meeting the needs of the tourism industry? An Australian case study*. Unpublished Master of Arts in Tourism (Research) Thesis, University of Canberra, Australia: Australian Capital Territory.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2018). *Economic Impact 2018*. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf>. <https://www.wttc.org/economic-impact/> 20.11.2019.

Wüst, K. & Šimić, L. M. (2017). Students' Career Preferences: Intercultural Study of Croatian and German Students. *Economics & Sociology (Recent Issues in Sociological Research)*, 10(3): 136-152.

Yükseköğretim Kurulu (YÖK). (2017). *2017 LYS: Tercihler Kalite ve İstihdam Odaklı*. http://yok.gov.tr/documents/10279/35516479/YOK_2017_Lys_Yerlestirme_Analizi.pdf / adresinden 15.11.2019 tarihinde alınmıştır.

Yükseköğretim Kurulu (YÖK). (2018). *YÖK Atlas*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/netler-tablo.php?b=20083> adresinden 12.12.2018 tarihinde alınmıştır.

Yükseköğretim Kurulu (YÖK). (2019). *Üniversitelerimiz*. <https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz> adresinden 22.11.2019 tarihinde alınmıştır.

Zagonari, F. (2009). Balancing Tourism Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1): 2-9.

Zopiatis, A., Kapardis, K.-M., Varnavas, A. & Pavlou, I. (2011). *Generational Differences in the Hospitality Industry: An issue of concern?*, International CHRIE Conference-Refereed Track. 4. University of Massachusetts-Amherst ScholarWorks@UMass Amherst. pp: 1-10.