



Turist Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algıları: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği

Career Perceptions of Students in Tourist Guidance Education: Case of Çanakkale Onsekiz Mart University Tourism Faculty

Sinan GÖKDEMİR¹

Halil KORKMAZ²

Sedat BOZDOĞAN³

Dilara KAHRAMAN⁴

¹Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi, ORCID: 0000-0002-9360-086X, sinangokdemir@comu.edu.tr

²Doç, Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi, ORCID: 0000-0002-6795-9289, Sorumlu Yazar (Corresponding Author), halilkorkmaz@comu.edu.tr

³Tezli Y.L. Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, ORCID: 0000-0002-7342-4299, sedat.bozdogan1734@gmail.com

⁴Tezli Y.L. Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, ORCID: 0000-0002-9003-3900, kahramannndilara@gmail.com

Özet

Turist rehberliği mesleğini diğer meslek gruplarından ayıran özellikleri bulunmaktadır. Bu nedenle turist rehberliği eğitimini alan öğrenci grubunun meslek hakkındaki kariyer algılarını tespit etmek ve onların yaşadığı sorunların çözümüne kaynak sağlayabilmek önemlidir. Bu sebeple araştırmanın amacı lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin; kariyer algılarını belirlemek, bu algıların boyutlarını belirlemek ve boyutların demografik özelliklerine göre farklılıklarını incelemektir. Buradan yola çıkarak veriler, 2019-2020 eğitim öğretim yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde lisans Ayvacık Meslek Yüksekokulunda önlisans eğitimi alan 269 öğrenciden anket tekniği kullanılarak Mart 2020 tarihinde veriler toplanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda turist rehberliği mesleği kariyer algısı için dört boyut belirlenmiştir. Katılımcıların demografik özellikleriyle kariyer algısının faktör boyutları arasında belirlenen farklılıklar yorumlanmıştır. Çalışmanın sonucuna göre turist rehberliği

mesleğini isteyerek seçenlerin seçmeyenlere göre kariyer algılarının daha olumlu yönde olduğu, öğrencilerin yaşı arttıkça mesleğin çalışma koşulları hakkında daha kesin algıya sahip olduğu, meslek lisesi eğitimi alan öğrencilerin genel lise alanlara göre mesleğin cazibe unsurlarında daha düşük bir algıya sahip oldukları ve son sınıfa gelen öğrencilerin mesleki kariyerinde çalışma bölgesi olarak diğer sınıflara göre daha fazla bilgi sahibi olduğundan yakın bölgeleri seçtiği ve buna göre planlama yaptığı ortaya çıkmaktadır. Araştırmayla elde edilen bulgular doğrultusunda sonuçlara bağlı olarak çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Turist Rehberliği, Kariyer, Kariyer Algıları*

Abstract

There are some features that distinguish the tourist guiding profession from other profession groups. For this reason, it is important to determine the career perceptions of the students who educate on tourist guidance and to provide resources for the solution of their problems. For this reason, the aim of this research is to provide the students who receive undergraduate tourist guidance education; to determine career perceptions and the dimensions of these perceptions and to examine the differences of dimensions according to demographic characteristics. Based on this, the data were collected from students who received undergraduate education at Çanakkale Onsekiz Mart University Faculty of Tourism and Ayvacık Vocational School in the 2019-2020 academic year using a questionnaire technique. As a result of the factor analysis, four dimensions were determined for the career perception of the tourist guiding profession. According to the results of the study, those who chose the tourist guidance profession willingly have a more positive perception of their career than those who do not, the higher the age of the students, the more precise perception of the working conditions of the profession, the lower perception of vocational high school students than those of faculty students. Moreover, it is revealed that the students who are senior class have more knowledge as a working area in their professional career than other classes, and they choose the nearby regions and plan accordingly. In line with the findings obtained from the research, various suggestions were presented depending on the results.

Keywords: *Tour Guidance, Career, Career Perception*

GİRİŞ

Turizm, dünyada ve Türkiye’de devamlı olarak gelişmekte ve büyümekte olan bir sektördür. Turizm yapısı gereği emek yoğun çalışma sistemine sahiptir. Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm, daha çok nitelikli insan gücüne ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada insan faktörü sektörün gelişmesi açısından oldukça etkili olmaktadır. İstihdam edilecek kişilerin bu yapıya uygun olarak eğitilmesi ve sektör ile ilgili algılarının ölçülüp buna göre iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin (WTTC, 2019a) Dünya raporuna bakıldığında 2018 yılında ekonomik büyüme oranı %3,2 iken seyahat ve turizm sektörünün büyüme oranı %3,9 olmuştur. Sektör olarak toplam iş gücü ise önceki yıllara göre artışla 319 milyon olarak belirlenmiştir. Bunun dışında ülkelerin Gayrisafi Yurt İçi Hasılaya (GSYH) katkısı %10,4 olurken küresel olarak yaratılan işlerin 1/5’i seyahat ve turizm sektörü ile ilgili olmuştur. Bölgesel olarak sektör incelendiğinde ise Afrika ve Asya diğer kıtalara göre daha fazla büyüme göstermiştir (WTTC, 2019a). Türkiye raporuna bakıldığında ise sektörün toplam ekonomiye katkısı %12,1 iken sektörün bir önceki yıla göre büyüme oranı %15 olmuştur. Bunun dışında toplam istihdama oranı %7,7 (2.205 milyon kişi) olurken gelecek on yıldaki beklenen istihdam 2.930 milyon kişi olarak belirlenmiştir (WTTC, 2019b).

Ülkeye gelen turist sayılarına bakıldığında 2016 ve 2017 yılları haricinde 2006 yılından itibaren sürekli bir artış göstermiştir. Buradan hareketle sektörün gelişmekte olduğu düşünülebilir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği’ne (2019) göre toplam gelen turist sayısı ise 45.058.286 kişi olarak tespit edilmiştir. TÜİK’in (2019) verilerine bakıldığında çıkış yapan turist sayısı 51.860.042 kişi olmuştur. Elde edilen turizm geliri ise 34.520.332 milyon dolar olmuştur. Bunların içinde en çok gelen turist grubuna sahip ülkeler ise Rusya, Almanya, Bulgaristan, İngiltere ve İran’ın olduğu anlaşılmaktadır (TÜRSAB, 2019).

Bu verilerden yola çıkarak turizm sektörünün Türkiye’de gelişmekte olduğu anlaşılmaktadır. Turizmin gelişmesine ek olarak sektörde istihdam oranının artmış olduğu görülmektedir (Şit, 2006). Sektördeki gelişmelere bağlantılı olarak turist rehberliği mesleğinin gelişmesine de katkı sunmaktadır. Turist rehberliği mesleğinin verimli bir şekilde icra edilebilmesi için kalifiye meslek adaylarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu da ilgili bölümlerin sağlamış olduğu eğitim ile gerçekleştirilebilir. Eğitim alan kişilerin mesleğe yönelik kariyer planlamasının oluşturulması turist rehberliği mesleğine olduğu gibi turizm sektörüne olumlu katkıların olacağı öngörülebilir.

Kariyer planlamasının gerçekleştirilebilmesi için kariyer algılarının belirlenmesi gerekmektedir. Bireyin kariyer planlamasındaki yanlış eğilimlerin zamanında önüne geçilebilmesi için mesleğe yönelik kariyer algısının, iş gücüne dahil olmadan önce saptanması önemlidir. Çalışmanın amacı turist rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik kariyer algılarının belirlenmesi ve demografik özelliklerine göre farklılıkların incelenmesidir. Böylelikle turist rehberi adaylarında mesleğe katılmadan bir farkındalık yaratmak diğer bir amaç olarak görülmektedir. Ayrıca sadece turist rehberliği öğrencilerini konu alan bir çalışmanın alan yazında bulunmaması sebebiyle çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ TANIMI

Türk Dil Kurumu’na göre (2019) meslek kavramı “Belli bir eğitim ile kazanılan, sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca yine TDK’ye (2019) göre rehber kelimesi “birinin doğruyu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse veya şey, delil” olarak tanımlanmaktadır.

Turist rehberliği mesleği ile ilgili birçok tanım bulunsa da uluslararası anlamda kabul gören tanım World Federation of Tourist Guide Associations (Dünya Turist Rehberliği Birliği Federasyonu- WFTGA) tarafından yapılmaktadır. Tanıma göre turist rehberi “Ziyaretçileri kendi seçtikleri dilde yönlendiren ve normalde kişinin uygun otorite tarafından yayınlanan ve / veya tanınan bölgeye özgü bir niteliğe sahip olduğu bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan bir kişi”dir (WFTGA, 2019). Avrupa Turist

Rehberliği Birliği'ne (FEG, 2019) göre turist rehberi “ziyaretçilere tercih ettikleri dilde rehberlik eden, bir bölgenin kültürel ve doğal mirası ile ilgili bilgiyi tercüme eden, ilgili ülkenin otoritesi tarafından belirli bir bölge ya da konu ile ilgili sertifikaya sahip olan kişi” olarak tanımlanmaktadır.

22 Haziran 2012'de 6326 Sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Turist Rehberliği Mesleği Kanunu'na göre turist rehberliği hizmeti “Seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, evre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tketickiye satıldığı şekilde yrtlp acenta adına yönetilmesi” şeklinde dir (TUREB, 2019). Turist rehberi ise bu hizmeti sunma hak ve yetkisine sahip kişi olarak tanımlanmaktadır.

Turist rehberi, turistlerin tercih ettiği yabancı dili kullanarak, ziyaret edilen bölge hakkında bilgi vermekle, tur süresince turistlere istenilen konularda yardımcı olmakla, ülkenin sosyal, kültürel, ekonomik yapısı hakkında turistleri bilgilendirmekle, tur programını sorunsuz şekilde tamamlamakla ve ilgili ülkeyi temsil etmekle yükümlü olan kişidir (Bykkuru, 2015).

Turist rehberliği mesleği ile ilgili pek çok tanımın olmasının nedeni turist rehberlerinin içinde bulunduğu turizm sektörünün çok yönlü, dinamik ve karmaşık yapıda olmasından kaynaklanmaktadır (Pelit & Gökçe, 2019). Turist rehberliği mesleğinin temel amacı, ülkenin turizm zenginliklerinin tanıtılmasına katkı sağlamak, grup ve bireysel halindeki turistlerin gezdirilmesi ve bu kapsamdaki destek faaliyetlerini içermektedir (Tetik, 2006).

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ EĞİTİMİ

Literatür de eğitim hakkında pek çok tanım bulunmaktadır. Genel tanımıyla eğitim bireyi, hayata hazırlamak amacıyla bireyin tutum, davranış, bilgi ve becerilerinde istendik davranış değişikliği yaratma sürecidir (Hacıoğlu ve diğerleri, 2008). Turist rehberliği eğitim ise eğitimin tanımına ek olarak sektörün ihtiyaçları doğrultusunda nitelikli personelin

yetiştirilmesidir. Turist rehberliği, çok fazla bilgi birikimi ve çok yönlü eğitim gerektiren bir meslektir. Rehberler toplumda olan veya olabilecek değişiklikleri yakından takip etmeli ve fikir sahibi olabilmelidir (Ahipaşaoğlu, 1997). Turist rehberliğinin iş yaşamındaki rollerinden yola çıkarak bir turist rehberinin entelektüel yapıda olması gerekmektedir (Köroğlu, 2013). Rehberin entelektüel yapıya sahip olması hayat boyu öğrenme ve eğitim ile gerçekleşir.

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi, yaygın ve örgün olmak üzere iki şekilde verilmektedir. Üniversitelerin önlisans, lisans ve yüksek lisans programları örgün eğitim olarak ifade edilirken, yaygın eğitim, kurslar ve sertifikalarla verilmektedir (Pelit & Katırcıoğlu,2018). Yaygın eğitim, 2012 yılına kadar Bakanlık tarafından açılan kurslarla verildikten sonra 2012 yılından itibaren turist rehberliği meslek kanununa göre Turist Rehberliği Birliği ve birliğin odaları tarafından ihtiyaç doğrultusunda açılan kurs programlarıyla verilmektedir (TUREB, 2019).

Yüksek Öğretim Kurumu’na (2019) göre Türkiye’deki üniversitelerin 34 tanesi lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi, 4 tanesi yine lisans düzeyinde turist rehberliği ve seyahat işletmeciliği eğitimini fakülteler tarafından vermektedir. Üniversitelerin meslek yüksekokullarının 24 tanesi önlisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi vermektedir. Turist rehberliği uzaktan öğretim programı ise sadece 2 üniversite tarafından verilmektedir.

Turist rehberliği eğitimlerinde ulusal veya uluslararası herhangi bir müfredat birliği yoktur (Pelit & Katırcıoğlu, 2018). Ancak Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliğinin 9. Maddesinde belirlenen sertifika programlarında okutulacak dersler ve konferanslar tablo 1’de gösterilmektedir (TUREB, 2019).

Tablo 1. Turist Rehberliği Sertifika Programlarında Okutulacak Dersler

1	Genel turizm bilgisi ve turizm mevzuatı	9	Dinler tarihi
2	Meslek etiği ve meslek dersi	10	Genel sağlık bilgisi, ilk yardım, sağlık turizmi, turist sağlığı
3	Türkiye’nin tarihi ve turizm coğrafyası	11	İletişim becerileri
4	Genel Türk tarihi ve kültürü	12	Anadolu medeniyetleri tarihi
5	Türk dili ve edebiyatı	13	Türk halk bilimi ve geleneksel Türk el sanatları

6	Arkeoloji	14	Türkiye'nin flora ve faunası, doğa tarihi
7	Mitoloji	15	Turizm sosyolojisi
8	Sanat tarihi, ikonografi	16	Müzecilik

Eğitimini tamamlayan rehber adayları Meslek Kanununun da belirlenen diğer temel koşulları yerine getirmelidir. Bu koşullar adayın, 18 yaşından büyük olması, T.C vatandaşlığına sahip olmasıdır. Ayrıca yine az 1 yabancı dili ana dil seviyesinde bilmeli ve bakanlık tarafından belirlenen yabancı dil sınavlarından istenilen puanı almalı ve eğitim sonunda uygulama gezisini tamamlamış olmalıdır (TUREB, 2019). Meslek kanununun belirlediği bu şartların dışında turist rehberlerinin mesleğini icrasını etmesi için meslekte gerekli olan bilgilere, becerilere ve niteliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikleri tablo 2'deki gibi özetlemek mümkündür.

Tablo 2. Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Özellikler

BİLGİ	Yabancı dil bilgisi	BECERİ	Anlatım becerisi
	Genel kültür bilgisi		İletişim becerisi
	Diğer kültürler hakkında bilgi		Yorumlama gücü
	Yöre hakkında bilgi		Esprî yapabilme becerisi
	İlk yardım bilgisi		Organizasyon yapabilme becerisi
NİTELİKLER VE FİZİKSEL GÖRÜNÜM	Liderlik rolü		Koordinasyon sağlama becerisi
	Dışa dönük olma		İlgi odaklayıcı sorular sorma becerisi
	Misafirperverlik		Sorunlarla başa çıkabilme becerisi
	Rehberin giyimi		Kendini yenileyebilmeleri
	İş ahlakı		

Kaynak: Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Tetik, 2006).

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ KARIYERİ

Fransızca kökenli olan kariyer, kelime anlamı olarak TDK'ye (2019) göre "bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık" demektir. Bir başka tanıma göre kariyer; kişinin bireysel veya örgütsel olarak koyduğu hedeflerle bağlantılı

olarak, kişinin yaşamı süresince kendi yönelimleriyle ve iş deneyimleriyle ilgili olan süreçtir (Sabuncuoğlu, 2000). Kısacası bir insanın hayatı süresince mesleki olarak attığı adımların tamamını içermektedir. Kariyer birtakım aşamalardan oluşmaktadır. Bunlardan ilki olan keşif aşaması, kişinin yaklaşık 15 yaşında kendini tanımaya çalışması ve başarılı olabileceği iş fırsatlarını araştırmasıdır (Sabuncuoğlu, 2000). Bu noktada kişi kendi sınırlarını ölçme çabası içine girebilmektedir. İkinci aşama olan kariye başlangıcı; iş arayışı ile başlayıp devamında ilk iş deneyimi ve öğrenimlerini elde ettiği ayrıca gerçek olarak iş ortamıyla tanıştığı bölümdür (Barutçugil, 2004). Niteliksel olarak kendini ispatlama ve yeterliliğini gösterme çabasına girer. Bir sonraki aşama olan kariyer ortası ise; kişinin mesleki öğrenimleri doğrultusunda görev ve sorumluluklarının farkında olarak başarı ve saygı gibi ihtiyaçlara yöneldiği dönemdir (Can vd., 2005). Dördüncü aşama olan kariyer sonu; kişinin ulaşmak istediği hedeflerini gerçekleştirdiği zirvedir. İş hayatındaki konumunu korumaya çalışan birey önceki dönemlere göre fiziksel olarak yaşlanmanın etkisi altındadır (Bayraktaroğlu, 2006). Sürecin son aşaması olan emeklilikte birey, kendisini geliştirebileceği farklı faaliyetlere yönelir ayrıca aile ile ilgili sorunlara daha fazla eğilim gösterebilir (Can vd., 2005).

Kariyer aşamalarında turist rehberliği mesleğini tercih eden bireylerin kanuna göre uyması gereken birtakım zorunluluklar bulunmaktadır. 6326 sayılı TRMK'ya göre bunlar yedi madde altında toplanmaktadır (TUREB, 2019). Kariyerinde Türkiye'de bu mesleği yapmayı tercih eden kişi kanuna uygun olarak kariyer planlaması yapması gerekmektedir.

Kariyer planlamasını Erdoğmuş (2003) "bireylerin; beceri, ilgi ve değerlerini dikkate aldığı, bunlara uygun amaçlar belirlediği ve bu amaçlara ulaşmak için planlama yaptıkları süreç" olarak tanımlamaktadır. Bireyin kariyer beklentileri doğrultusunda ileriye dönük hedeflerine yönelik gereksinimlerini karşılamak için kendi adına yaptığı planlama olarak kabul edilir. Kariyer planlamasını etkileyen unsurlar vardır. Bunlardan aile, özellikle anne ve baba kişinin kariyerinde nasıl bir yol izlemesi gerektiği konusunda yönlendirici rol üstlenir (Seçer ve Çınar, 2011). Demografik olarak yaş ve cinsiyette kariyer planlamasında bireyin seçimlerini etkiler. Ayrıca bireyin sahip olduğu kişisel özellikler ve yetenekleri, sosyal çevre, kültürel değerleri ve ekonomik düzeyi kariyerini etkileyen unsurlar içinde yer almaktadır (Özen, 2011). Birebir etkilendiği bu faktörler içerisinde birey, istediği yaşam

standartlarına ulaşabilmek ve psikolojik olarak tatmin olmak için tercihlerde bulunur (Karaarslan ve Altuntaş, 2016). Birey bu doğrultuda yaptığı planlama sonrasında kariyerine şekil verir ve buna göre hareket eder.

Kişinin yaptığı kariyer seçimini etkileyen faktörler bulunmaktadır. Örneğin turizm öğrencileri üzerine yapılan bir araştırma sonucuna bakıldığında; özellikle çalışma alanı seçiminde öğrenci temel olarak bölgenin sahip olduğu kariyer fırsatları, sosyal ve ekonomik kazanımları değerlendirip ona göre hareket ettiği anlaşılmıştır (Türkay ve Tüzemen, 2009). Turizm sektörü özellikle sahip olduğu iş dinamiği, yapısı ve istihdam olanakları açısından diğer sektörlerden farklılıklar göstermektedir (Yıldız, 2011). Tabii bununla beraber kariyer hedefleri doğrultusunda bireyin, turizm sektörü ile kendi kişisel özellikleri arasında uyum sağlaması gerekir. Turizm eğitimi alan öğrencilere yapılan araştırmada, ön planda olan kişilik özelliklerinin “sorumluluk ve yumuşak başlılık” olduğu görülmüştür (Aslan vd., 2012). Turist rehberliği öğrencilerine yapılan araştırmaya göre ise kişilik özellikleri “gelişime açıklık, öz denetim ve sorumluluk” olduğu ayrıca kişilik özellikleri ile mesleki seçimler arasında olumlu bir ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir (Köroğlu, 2014). Bunların dışında yapmayı planladığı işin değerlerine önem verme ve çalışma isteği, aldığı eğitim ve hedeflediği sektör açısından bireyler arasında farklılıklar göstermektedir (Avcı, 2011).

Kişinin almış olduğu eğitim, kariyerini şekillendirmesine yardımcı olur. Bu noktada akademik yapı, öğrencinin kariyer planlamasını etkilediği yönleri bulunur. Yapılan araştırmaya göre öğrencilerin akademisyenlere yönelik memnuniyet düzeyleri ile beklentileri kariyer planlaması üzerinde etkilidir ve bunların arasında zıt bir ilişki mevcut olduğu ortaya çıkmıştır (Demir ve Şen Demir, 2016). Öğrencilerin geleceğe yönelik kariyer tercihlerini etkileyen unsurlar incelendiğinde ise lisans düzeyinde en çok öğretim elemanları ve fakültenin düzenlediği kariyer günlerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Eşitti ve Buluk, 2017). Tercih ettikleri bölümün fırsat ve olanakları kişinin kariyer hedeflerini etkileyebilmektedir. Örneğin seyahat acentacılığı ve turizm rehberliğini tercih eden kişi seyahat acentası, turist rehberliği, eğitim kurumları, havayolu işletmeciliği vb. alanlarına yönelik kariyer tercihlerinde bulunabilir. Bunun dışında bireyin cinsiyeti de mezuniyet sonrası amaçları doğrultusuyla iş alanlarını seçmesini etkileyebilmektedir (Zengin vd., 2011). Genel olarak öğrencinin almış olduğu eğitim mesleki kariyerine yönelik tutumunu

etkilediği ve sektöre uygun olarak hareket ettiği sonucuna varılabilir (Tekin ve Çidem, 2017).

Turizm sektörü genel olarak hizmet odaklı faaliyet gösterir. Bireyler bu alanda gerçekleştirebileceği mesleki tercihlerini kariyer planlaması aracılığıyla yapmaktadır. Bu noktada kariyer planlaması hem bireysel hem de kurumsal açıdan birtakım sorumluluklar yaratmaktadır (Çatır ve Karaçor, 2016). Ayrıca turizm eğitimi alan öğrencilerde mesleki olarak kariyer algılarının turizm sektörü açısından genel olarak olumlu olduğu ve tercihlerini planlayarak hareket ettiği söylenebilir (Uluma vd., 2015). Kariyer planlaması ve değerleri, öğrenciye iş alanında kendisine fikir verip mesleki olarak yönelimlerinde yol gösterici ipuçları verir (Çarıkçı ve Erdoğan Morçin, 2014). Bu konuda öğrenci attığı adımlarında bundan faydalanarak hareket eder ve bireysel olarak yapması gerekenlerin neler olduğunun tespit edilmesinde yararlanabilir.

YÖNTEM

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Bu kapsamda birincil verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Öğrencilerin çoğunluğuna ulaşılması için anketler, öğrencilerin zorunlu aldığı derslerde uygulanmış ve mevcut tüm öğrencilerin dahil edilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın evrenini, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği lisans programı ve Ayvacık Meslek Yüksekokulu bünyesinde Turist Rehberliği önlisans programının 2019-2020 eğitim öğretim yılı içerisinde kayıtlı olan tüm öğrencileri oluşturmaktadır. Verilen bilgilerin doğrultusunda; bu bölümlerde 2019-2020 eğitim öğretim yılında 480 öğrenci olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada örnekleme gidilmeden tam sayım yöntemi kullanılmış, bu kapsamda veriler Mart 2020 tarihinde toplanmıştır. Öğrencilerden toplanan 290 anketten, 269 tanesi eksiksiz ve tutarlı olduğu için örneklem analize tabi tutulmuştur. Evrendeki eleman sayısına bağlı olarak örneklemin %95 güvenirlilikte evreni temsil etmekte yeterli olduğu söylenebilir.

Araştırma anketi iki bölümden oluşmaktadır. Araştırma anketinin ilk bölümünde yer alan soru formunun oluşturulmasında, Ulama vd.'nin (2015); Kuşluyan ve Kuşluyan

(2000); Duman vd. (2006); Sarıışık (2007); İstanbullu Dinçer, Akova ve Kaya (2013) çalışmalarından yararlanarak geliştirdiği kariyer algısı ölçeğinden faydalanılmıştır. Çalışmada bulunan 6 boyut; cazibe unsurları (8 ifade), olumsuz özellikler (5 ifade), olumlu özellikler (5 ifade), bireysel nitelikler (5 ifade), çalışma koşulları (3 ifade) ve hareketlilik (2 ifade) şeklindedir (Ulama vd., 2015). Çalışmadaki anket formu araştırmaya göre uyarlanmış olup 30 ifadeli kariyer algısı ölçeği kullanılmıştır. Ölçekteki 3 ifade araştırmada staj yapanları incelemek üzerine tasarlanmıştır. Bu ifadeleri ölçmek için beşli Likert tipi ölçüm aracı tercih edilmiştir; 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum. İkinci bölümde ise öğrencilerin demografik özelliklerini ölçmek için tasarlanmış 11 ifade yer almaktadır.

Anket formu oluşturulduktan sonra Seyahat işletmeciliği ve Turist Rehberliği bölümündeki akademisyenlerle görüşülmüş, uyarılar dikkate alınarak anket formuna son hali verilmiştir. Anketin son halini test etmek için Turizm Fakültesi'nde Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği okuyan 40 öğrenciden toplanan verilere ön pilot test yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0.648 olarak bulunmuş olup araştırma için yeterli (Altunışık vd., 2012) kabul edilmiştir. Ölçekte yer alan ifadelerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde ölçekte yer alan 2. ve 3. ifadelerin normal dağılımı ihlal ettiği (>1,96) görülmüştür. Ancak veri sayısının 30'un üstüne çıkıldıkça normale yaklaştığı (Wilcox, 2012; Privitera, 2015) için verilerin normal dağılım sağladığı kabul edilmiştir.

Araştırma verileri, sosyal bilimler için geliştirilen istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen verilere frekans ve yüzde analizleri, Faktör Analizi, T-Testi, ANOVA Testi ve Ki Kare testi uygulanmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik değişkenleri tablo 3'te verilmiştir. Katılım sağlayan öğrenciler önlisans ve lisans düzeyinde öğrenim almaktadır. Yapılan frekans analizi sonucunda katılımcıların yaklaşık olarak %56,5'ini erkekler, %43,5'ini kadınların oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	117	43,5
	Erkek	152	56,5
Yaş	18-19	36	13,4
	20-21	85	31,6
	22-23	101	37,5
	24 ve üzeri	47	17,5
Lise Eğitimi	Genel Lise	193	71,7
	Meslek Lisesi	55	20,4
	Turizm Meslek Lisesi	21	7,8
Sınıf	1. Sınıf	54	20,1
	2. Sınıf	98	36,4
	3. Sınıf	55	20,4
	4. Sınıf	62	23,1
Turist Rehberliği Mesleğini İsteyerek Seçme	Evet	232	86,2
	Hayır	37	13,8
Staj Yapma Durumu	Evet	151	56,1
	Hayır	118	43,9
Mezuniyet Sonrası Çalışma Tercihi	Seyahat Acentası	76	19,7
	Turist Rehberliği	186	48,3
	Kültür ve Turizm Bakanlığı	43	11,2
	Havayolu İşletmeciliği	44	11,4
	Eğitim Kurumları	18	4,7
	Diğer	18	4,7
Çalışmayı Planladıkları Bölge	Marmara	112	22,2
	Ege	122	24,2
	Karadeniz	33	6,5
	Akdeniz	103	20,4
	İç Anadolu	17	3,4
	Doğu Anadolu	8	1,6
	Güneydoğu Anadolu	14	2,8
	Ülkesel	95	18,9

Toplam Anket Sayısı	269
----------------------------	-----

Yaş dağılımına bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun 22-23 yaşında (%37,5) olduğu, 20-21 yaşında %31,6; 24 yaş ve üzerinde %17,5 ve 18-19 yaşındaki %13,4 kişilerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyi açısından büyük çoğunluğunun (%71,7) Genel Lise mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların sınıf dağılımına bakıldığında 1. sınıf katılımcı sayısı 54 (%20,1), 2. sınıf sayısı 98 (%36,4), 3. sınıf sayısı 55 (%20,4), son olarak 4. sınıf öğrenci sayısı 62 (%23,1) olarak bulunmuştur. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%86,2) turist rehberliğini isteyerek seçtiği belirlenmiştir. Staj yapan öğrenci sayısının (%56,1) staj yapmayanlara (%43,9) oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Öğrencilerin mezuniyet sonrası çalışma tercihi ise %48,3 ile en çok turist rehberliği alanıdır. Bunu daha sonra %19,7 ile seyahat acentası takip etmektedir. Son olarak katılımcı öğrencilerin çalışmayı planladıkları bölgeler yaklaşık olarak Marmara %22, Ege %24, Karadeniz %7, Akdeniz %20, İç Anadolu %3, Doğu Anadolu %2, Güneydoğu Anadolu %3 ve Ülkesel anlamda ise %19 olarak belirlenmiştir (Tablo 3).

Kariyer planlama algısı ölçeği geçerliliği için ilk olarak yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir. Öncelikli olarak verilerin açıklayıcı faktör analizi için uygunluğunu test etmek amacıyla yapılan Bartlett Küresellik testi ve KMO örneklem büyüklüğü testlerine bakılmıştır. Veriler Bartlett Küresellik testi sonucuna göre sig. (p değeri)= 0,000 düzeyinde anlamlı, KMO testine (0,828) göre ise yeterli örneklem büyüklüğüne sahip bulunmuştur. KMO'nun 0,70'in üzerinde olması örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (Altunışık vd., 2012: 268). Bartlett değerinin anlamlılık düzeyine göre örneklemin faktör analizinde ifadelerin birbirinden fazla ayrılmamış ve aynı zamanda boyutların kendi içindeki korelasyonun uygun olduğu görülmektedir.

Faktör analizinde extraction değeri 0,50'nin üzeri araştırmacılar tarafından normal olarak kabul edilmektedir. İlk yapılan analizde 'extraction' değerlerine bakıldığında 0,50'nin altında olduğu veya korelasyonda uyum sağlamayan ifadeler görülmüştür

(Yaşloğlu, 2017). Bu ifadelerden; ‘Yurt dışında çalışma fırsatı sunmaktadır’, ‘Turist rehberliği mesleğinde kazanılan ücretlerin yüksek olduğunu düşünüyorum’ ve ‘Turist rehberliği mesleğinde cinsiyet ayrımcılığının olmadığını düşünüyorum’ extraction değeri 0,50’ın altında olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. AFA’da bir ifadenin en yüksek iki faktör değeri arasında en az (0,10) fark olması önerilmektedir. Eğer faktör yükleri arasında 0,10’dan küçük bir değer tespit edilirse bu ifade ‘binişik madde’ olarak adlandırılmaktadır (Demir ve Koç, 2013: 1770). Bu husus dikkate alınarak ‘Turist rehberleri arasında işbirliğinin olduğunu düşünüyorum’ ve ‘Turist rehberliğinde mesleki gelişiminin desteklendiğini düşünüyorum’ binişik madde ayrıca ‘Meslekte kendi işimi kurabilme imkânı mevcuttur’ ve ‘Turist rehberliği mesleğinde eğitime önem verilmektedir’ ifadeleri ölçekte boyutların uyumluluğu ve varyans değerinin daha uygun olması için ölçekten çıkarılmıştır.

Ayrıca özdeğer grafiğine bakılarak geri kalan 20 ifadeli ölçeğin 4 boyut altında toplanmasının faktör analizi için uygun olduğu kararlaştırılıp tekrar analize tabi tutulmuştur. Kalan ifadeler “Cazibe Unsurları”, “Olumsuz Özellikler”, “Çalışma Koşulları” ve “Mesleki Nitelikler” olarak dört boyut altında toplanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	A.O.	Standart Sapma	1. Faktör	2. Faktör	3. Faktör	4. Faktör
Cazibe Unsurları (A.O= 4.357)						
Turist rehberliği mesleğinde çalışmak eğlencelidir.	4,25	0,820	,799			
Turist rehberliği mesleği kişisel gelişime olanak sağlamaktadır.	4,56	0,680	,740			
Çalışma ortamı güzeldir.	3,94	0,876	,726			
Turist rehberliği mesleğinde yeni insanlarla tanışma olanağı fazladır.	4,74	0,578	,701			
Yeteneklerimi kullanabilme imkânı sağlamaktadır.	4,24	0,750	,674			
Topluma fayda sağlayabileceğim bir meslektir.	4,21	0,811	,672			
Turist rehberliği mesleği kişisel özelliklerime uygundur.	4,17	0,946	,667			
Turist rehberliği mesleğinde yeni yerler	4,76	0,602	,621			

görme olanağı fazladır.						
Olumsuz Özellikler (A.O= 2.982)						
Turist rehberlerinin hakları yeterli seviyede gelişmemiştir.	3,23	1,038		,784		
Turist rehberliği mesleğinde sosyal güvence yetersiz olduğunu düşünüyorum.	3,05	1,070		,773		
Meslek ile ilgili yasal zeminde boşluklar mevcut olduğunu düşünüyorum.	3,23	1,029		,741		
Turist rehberliği mesleği kırılğan bir yapıya sahiptir.	2,90	1,012		,625		
Turist rehberliğinin toplum nezdinde olumsuz imajı vardır.	2,49	1,180		,567		
Çalışma Koşulları (A.O= 3.527)						
Turist rehberliği mesleğinin iş yükü fazla olduğunu düşünüyorum.	3,51	0,928			,755	
Çalışma koşullarının aile yaşamını olumsuz etkilediğini düşünüyorum.	3,29	1,175			,723	
Meslekte çalışma saatlerinin uzun ve düzensiz olduğunu düşünüyorum.	3,78	1,029			,691	
Mesleki Nitelikler (A.O= 3.837)						
Turist rehberliği mesleğinde iş bulmak kolaydır.	3,19	0,813				,666
Meslek hareketli ve dinamik bir yapıya sahiptir.	4,48	0,672				,568
Turist rehberliği mesleğinin geleceği parlaktır.	3,86	0,859				,539
Turist rehberliği mesleğinde nitelikli işgücüne önem verilmektedir.	3,82	0,858				,466
Kariyer Algısı Ölçeği Genel	3,79					
Cronbach's Alpha (0,782)			0,866	0,757	0,698	0,599
Açıklanan Varyans (%55)			22,03	12,87	11,28	8,809
Özdeğer			4,406	2,574	2,258	1,762
KMO Örneklem Büyüklüğü					0,828	
Bartlett Küresellik Testi (Ki kare)					1,820	
df.					190	
p değeri (Sig.)					0,000	

Analizler sonucunda boyutların toplam açıklanan varyansın %55'i içerisinde %22'sinin cazibe unsurları olarak açıkladığı görülmektedir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda duygusal emek ölçeğinin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı 0,782

bulunmuştur. Alt ölçeklerden cazibe unsurları ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,866, olumsuz özellikler ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,757, çalışma koşulları ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,698 ve mesleki nitelikler ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,599 bulunmuştur (Tablo 4). Dolayısıyla ölçeğin orta derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Faktör yüklerine bakıldığı zaman en yüksek faktör yükünün “Turist rehberliği mesleğinde çalışmak eğlencelidir.” (0,799), “Turist rehberlerinin hakları yeterli seviyede gelişmemiştir.”(0,784), “Turist rehberliği mesleğinde sosyal güvence yetersiz olduğunu düşünüyorum.” (0,773) olduğu, en düşük faktör yükünün ise “Turist rehberliği mesleğinde nitelikli işgücüne önem verilmektedir.”(0,466) olduğu tespit edilmiştir.

Faktör analizi sonucunda faktör boyutlarının, demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak amacıyla t-testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan analize göre anlamlı farklılık gösteren faktörler tablolar halinde verilmiştir. Turist rehberliği kariyer ölçeğine yönelik algılamaların turist rehberliği mesleğini isteyerek seçmeye göre farklılık olup olmadığının anlaşılması için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. T testi öncesinde varyansların homojenliğinin anlaşılması için Levene testinden faydalanılmıştır. Turist rehberliği mesleğini isteyerek seçme kariyer planlama algısı ölçeğinin boyutları arasındaki fark ilişkisi için yapılan testte ise cazibe unsurları ve mesleki nitelikler boyutlarında farklılıklar incelenmiştir. Levene testinde p değerinin (sig.) 0,05’ten küçük olması veya t testinde t değerinin $+1,96$ üstünde olması grup içerisinde farklılık olduğunu göstermektedir (Altunışık vd., 2012). Yapılan analiz sonucunda cinsiyet ve staj yapma durumunun herhangi bir istatistiksel fark yaratmadığı görülmüştür.

Tablo 5. Turist Rehberliği Mesleğini İsteyerek Seçmeye Göre Algılama Farklılıkları

Turist Rehberliği Mesleğini İsteyerek Seçme		N	A.O.	Standart Sapma	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	Sig. (2-uçlu)
Cazibe Unsurları	Evet	232	4,41	,518	1,52	0,21	4,0	0,000
	Hayır	37	4,03	,586	8	8	6	
Mesleki Nitelikler	Evet	232	3,86	,526	1,96	0,16	2,0	0,040
	Hayır	37	3,66	,592	4	2	6	

Tablo 5’te görüldüğü üzere cazibe unsurları içerisinde katılımcıların turist rehberliği mesleğini isteyerek seçme arasında istatistiksel farklılık tespit edilmiştir. Bu fark cazibe unsurları boyutunda turist rehberliği mesleğini isteyerek seçenlerin (4,41) turist rehberliği mesleğini isteyerek seçmeyenlere göre daha yüksek bir ortalama göstermiştir. Buradan yola çıkarak turist rehberliği mesleğini isteyerek seçenlerin isteyerek seçmeyenlere göre daha fazla cazibe unsurlarından etkilendiği yorumu yapılabilir. Bunun dışında diğer fark ise mesleki nitelikler boyutunda olup yine turist rehberliği mesleğini isteyerek seçenlerin x (3,8642) ile isteyerek seçmeyenlere göre daha yüksek bir ortalama göstermiştir. Buradan yola çıkarak turist rehberliği mesleğini isteyerek seçenlerin isteyerek seçmeyenlere göre mesleki nitelikler boyutundan daha fazla etkilendiği yorumu yapılabilir.

Yaş değişkeni turist rehberliği kariyer planlama algısının boyutları arasında fark olup olmadığını görmek amacıyla Anova tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Test sonucunda olumsuz özellikler ve çalışma koşulları boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuş ve Tablo 6’da verilmiştir. Yaş değişkeni içerisindeki farklılığın yaş grupları arasındaki ilişkiyi daha net bir şekilde ortaya koyması için Post-Hoc testlerinden LSD testi uygulanmıştır.

Tablo 6. Yaş Gruplarına Göre Algılama Farklılıkları

Yaş Grupları		N (s=269)	A.O.	Standart Sapma	F	p	Farkın Kaynağı	
Olumsuz Özellikler	1	18-19	36	3,06	,827	2,971	0,032	2 < 3,4
	2	20-21	85	2,79	,774			
	3	22-23	101	3,03	,707			
	4	24 ve üzeri	47	3,16	,726			
Çalışma Koşulları	1	18-19	36	3,35	,876	2,024	0,021	1 < 4
	2	20-21	85	3,49	,841			
	3	22-23	101	3,50	,796			
	4	24 ve üzeri	47	3,77	,786			

Test sonucunda olumsuz özellikler boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Değişkenin boyutlar arasındaki fark ilişkisine bakıldığında 22-23 yaş arası ve 24 ve üzeri yaş arasından 20-21 yaş arasına gidildikçe olumsuz özelliklerden etkilenme eğilimi azalmaktadır. Bir diğer değişle 22-23 yaş arası ve 24 yaş üzeri öğrenciler mesleğin sahip olduğu olumsuz ifadelerle daha fazla katılım göstermiştir. Ayrıca LSD testinde birkaç anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Teste göre çalışma koşulları boyutunda 24 yaş ve üzeri yaş 18-19 yaş grubuna göre daha fazla katılım göstermiştir.

Lise eğitime göre turist rehberliği kariyer planlama algısının boyutları arasında fark olup olmadığını görmek amacıyla Anova tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Test sonucuna göre cazibe unsurlarında anlamlı farklılık bulunmuş ve Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Lise Eğitime Göre Algılama Farklılıkları

Lise Eğitimi		N (s=269)	A.O.	Standart Sapma	F	P	Farkın Kaynağı	
Cazibe Unsurları	1	Genel Lise	193	4,41	,467	4,427	0,013	2 < 1
	2	Meslek Lisesi	55	4,17	,772			
	3	Turizm Meslek Lisesi	21	4,42	,338			

Test sonucunda cazibe unsurları boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Lise eğitim değişkeni içerisindeki farklılığın bu gruplar arasındaki ilişkiyi daha net bir şekilde ortaya koyması için Post-Hoc testlerinden LSD testi uygulanmıştır. Değişkenin boyutlar arasındaki fark ilişkisine bakıldığında meslek lisesi eğitimi alanların genel lise eğitimi alanlara göre mesleğin cazibe unsurları boyutundan etkilenme eğilimi azalmaktadır. Bir diğer değişle Genel lise eğitimi alan bireyler cazibe unsurlarına daha fazla katılım sergilemektedir denilebilir.

Sınıflara göre turist rehberliği kariyer planlama algısının boyutları arasında fark olup olmadığını görmek amacıyla Tek yönlü varyans analizi (Anova) yapılmıştır. Test sonucuna göre olumsuz özellikler ve çalışma koşulları boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuş ve Tablo 8’de verilmiştir. Test sonucunda olumsuz özellikler boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Sınıf değişkeni içerisindeki farklılığın bu gruplar arasındaki ilişkiyi daha net bir şekilde ortaya koyması için Post-Hoc testlerinden LSD testi uygulanmıştır.

Tablo 8. Sınıfa Göre Algılama Farklılıkları

Sınıf		N (s=269)	A.O.	Standart Sapma	F	p	Farkın Kaynağı	
Olumsuz Özellikler	1	1. Sınıf	54	3,06	,809	3,76	0,011	2 < 1,4
	2	2. Sınıf	98	2,81	,764			
	3	3. Sınıf	55	2,97	,705			
	4	4. Sınıf	62	3,20	,691			
Çalışma Koşulları	1	1. Sınıf	54	3,19	1,053	6,881	0,000	1<2< 3,4
	2	2. Sınıf	98	3,46	,748			
	3	3. Sınıf	55	3,62	,729			
	4	4. Sınıf	62	3,84	,668			

Test sonucunda olumsuz özellikler boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Sınıf değişkeni içerisindeki farklılığın bu gruplar arasındaki ilişkiyi daha net bir şekilde ortaya koyması için Post-Hoc testlerinden LSD testi uygulanmıştır. Değişkenin boyutlar arasındaki fark ilişkisine bakıldığında 1. Sınıf ve 4. Sınıf öğrencilerin 2. Sınıf öğrencilere göre mesleğin olumsuz özelliklerinden etkilenme eğilimi daha fazladır. Ayrıca LSD testinde birkaç anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Değişkenin boyutlar arasındaki fark

ilişkinine bakıldığında sırasıyla 3. Sınıf ve 4. Sınıf öğrenciler, 2. Sınıf ve 1. Sınıf şeklinde bir sıralamayla mesleğin çalışma koşulları boyutunda verilen ifadelere katılım eğilimi azalmaktadır. Bu farkın sebebi mesleğin çalışma şartlarının üst sınıflara çıkıldıkça ve uygulama alanları görüldükçe daha iyi anlaşılması olabilir.

Tablo 9. Çalışmayı Planladıkları Bölgelere Ve Seçim Sayısına Göre Farklılıklar

Ki-Kare Testi		Bölge Sayısı					Toplam
		1	2	3	4	7	
1. Sınıf	Miktar	15	1	7	5	26	54
	Sınıf Grubunda %	%27,80	%1,90	%13,00	%9,30	%48,10	%100,00
	Bölge Sayısında %	%22,40	%2,80	%14,00	%23,80	%27,40	%20,10
2. Sınıf	Miktar	21	13	21	3	40	98
	Sınıf Grubunda %	%21,40	%13,30	%21,40	%3,10	%40,80	%100,00
	Bölge Sayısında %	%31,30	%36,10	%42,00	%14,30	%42,10	%36,40
3. Sınıf	Miktar	12	12	12	6	13	55
	Sınıf Grubunda %	%21,80	%21,80	%21,80	%10,90	%23,60	%100,00
	Bölge Sayısında %	%17,90	%33,30	%24,00	%28,60	%13,70	%20,40
4. Sınıf	Miktar	19	10	10	7	16	62
	Sınıf Grubunda %	%30,60	%16,10	%16,10	%11,30	%25,80	%100,00
	Bölge Sayısında %	%28,40	%27,80	%20,00	%33,30	%16,80	%23,00
Toplam	Miktar	67	36	50	21	95	269
	Sınıf Grubunda %	%24,90	%13,40	%18,60	%7,80	%35,30	%100,00
	Bölge Sayısında %	%100,00	%100,00	%100,00	%100,00	%100,00	%100,00
Pearson Ki-kare	Değer	Serbestlik Derecesi			P. (2-uçlu)		
	23,864	12			0,021		

Öğrencilere mezuniyet sonrasında çalışmak istedikleri bölgelerin seçimi için birden fazla seçim yapabilecekleri bir alan sunulmuştur. Bu alanda yedi bölge haricinde ülke genelinde çalışmak isteyenlerin işaretleyebileceği bir ifade yer almaktadır. Seçim yapılan bölgelere frekans analizi yapıldıktan sonra seçilen bölge sayısı ile sınıf grupları arasındaki farkın ve ilişkinin ortaya koyulması için ki kare testi uygulanmıştır. Tablo 9’da verilen sonuçlarda, bölge sayısı kısmı öğrencinin kaç adet bölge seçimi yaptığını ifade etmektedir. Bu test aracılığıyla sınıf grupları içinde kariyer planı yapan öğrencilerin, mezuniyet sonrasında hangi bölgelere eğilim gösterdiğine bakılarak birtakım çıkarımlarda bulunulmuştur.

Test sonucunda, bu gruplar arasında bölge sayısı seçiminde birtakım farklılıkların olduğu anlaşılmıştır. Pearson ki kare değeri 23,864 ve p değeri 0,021 olarak tespit edilmiştir. 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin daha çok mesleğini ülke genelinde gerçekleştirmek istedikleri 4. sınıf öğrencilerinin ise ağırlıklı olarak tek bölge seçimi yaptıkları görülmektedir. Ayrıca son sınıf öğrencilerin tek bölge olarak seçtikleri bölgenin Marmara bölgesi olduğu anlaşılmıştır. Bunun sebebi olarak öğrencinin üst sınıflara çıkıldıkça kariyer planında daha gerçekçi eğilimlerde bulunduğu düşünülmektedir. Seçimlerde lisans öğrenimlerini aldıkları bölgeye yakın tercihler yapması öğrenci gruplarının bu bölgelere daha fazla hâkim oldukları düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Frekans analizinde Marmara, Ege ve Akdeniz bölgesi seçimlerinin fazla olması bu düşüncüyü desteklemektedir. Sonuç olarak araştırma öncesinde beklenildiği gibi üst sınıflara çıkıldıkça çalışma alanı seçiminde bilgi sahibi olduğu yakın bölgelerin seçildiği ve planlamasının yapıldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 10. İçerik Analizi Bulguları

Temalar	Frekans	Yüzde
Mesleki uygunluk	14	7,6
Yabancı dil	8	4,3
Eğlence	41	22,2
Gezmek	36	19,4
Bilgi	40	21,6
Cazibe unsurları	46	24,9
Toplam	185	100

Anket içeriğinde öğrencilerin turist rehberliği mesleğini seçme nedeni ve turist rehberliği mesleğinin tek kelime ile neyi ifade ettiğini belirten iki tane soru yöneltilmiştir. Verilen cevaplar frekans analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz sonucunda iki soruya anlam olarak birbirine yakın verilen cevaplar gruplandırılarak içerik analizi yapılmıştır. Yapılan temalandırma sonrasında cazibe unsurları 46 frekansla en yüksek yüzdeye sahiptir. Bunu eğlence (%22,2) sonrasında bilgi (%21,6) ile takip ederken en düşük frekansa sahip tema ise yabancı dildir (%4,3). Buradan yola çıkarak öğrencilerin mesleği seçme nedeni olarak özellikle mesleğin sahip olduğu cazibe unsurlarının ön plana çıktığı görülmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bireylerin geleceğe yönelik meslek ve kariyer alanlarını etkileyen çeşitli etmenler bulunmakla birlikte, özellikle lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin eğitim gördükleri sektöre ilişkin kariyer yapmaya yönelik algıları önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi'nde lisans düzeyinde ve Ayvacık Meslek Yüksekokulu bünyesinde önlisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin kariyer algıları incelenmiştir. Araştırma bulgularından yola çıkarak öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik kariyer algılarının olumlu yönde olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda çalışma, diğer araştırmalarla (Şahin ve Acun, 2016; Çakıcı ve Eser, 2017; Çeşmeci vd., 2020; Köroğlu, 2014; Yılmaz, 2011) benzerlik göstermektedir. Ayrıca Tolga vd., (2015) tarafından yapılan araştırmada 'Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği' bölümünde öğrenim gören öğrencilerin 'Turizm Rehberliği' bölümündeki öğrencilere göre sektörde kariyer yapma isteklerinin daha fazla olduğu bulunmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin turist rehberliğine yönelik kariyer algılarını belirleyen faktörler örnek çalışmalar doğrultusunda dört boyut belirlenmiştir; cazibe unsurları, olumsuz özellikler, çalışma koşulları ve mesleki nitelikler (Tolga vd. 2015; Uluma vd., 2015).

Turist rehberliği mesleğine yönelik kariyer algısı boyutlarının; turist rehberliğini isteyerek seçme, yaş, lise eğitimi ve sınıf gibi demografik değişkenlerle farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Turist rehberliğini isteyerek seçenler seçmeyenlere göre sektöre daha olumlu bakmaktadır. Bunun nedeni mesleği isteyerek seçenlerin kendilerinde turist

rehberliği mesleğini yapmak için uygun özellikler görmeleri olabilir. Ayrıca daha küçük yaştaki öğrencilerin diğerlerine göre ve genel lise eğitimi alanların meslek lisesi eğitimi alanlara göre sektöre daha olumlu bakmaktadır. Bununla paralel olarak üst sınıftaki öğrencilerin alt sınıftaki öğrencilere göre mesleğin çalışma koşullarından daha çok etkilendiği görölmektedir. Bu durum staj yapan öğrencilerin meslek hakkında edindiği tecrübelerden ve bilgilerden kaynaklandığı düşünölebilir. Bu sonuç turist rehberliği öğrencilerine yönelik olarak, mesleği isteyerek tercih eden ve hakkında bilgi toplayan öğrencilerde 1. sınıfta olanların mesleğe yönelik tutumunun daha pozitif olduğu sonucunu bulan Şahin ve Acun (2016) tarafından yapılan çalışma ile örtüşmektedir. Bunun sebebi olarak eğitim sürecinde staj ve uygulamalara dahil olan öğrencilerin mesleğin özelliklerini ve olumsuz yönleri hakkında daha fazla tecrübe edinmesi olabilir. Bu anlamda yapılan bir araştırmada üst sınıflara doğru gidildikçe staj ile edinilen tecrübeler doğrultusunda öğrencilerde kararsızlığın arttığı görölmüşür (Çakıcı ve Eser, 2017). Bu çalışma sonucunda ise son sınıfa doğru gidildikçe kariyer planlarının, bilgi sahibi olduğu bölgeler yönünde değiştigi ve daha uygulanabilir kararlar aldıkları anlaşılmıştır. Diğer yandan katılımcıların cinsiyetleri ile sektöre yönelik kariyer algısı arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu sonuç önceki araştırmalarla (Çuhadar ve Çetintürk, 2016; Şahin ve Acun, 2016; Aksu ve Köksal, 2005) benzerlik göstermektedir. Bunun dışında öğrencilerin çoğunluğunu mesleği isteyerek seçenlerin ve mesleğin sahip olduğu olumsuz ve eksik yönlerine rağmen kariyer algılarının olumlu yönde bulan Yılmaz (2011) tarafından yapılan çalışmayla benzerlik göstermektedir. Bu noktada bölüm tercihinde öğrencinin meslek hakkında bilgi sahibi olmasının ve mesleği isteyerek seçmesinin kariyer algısını etkilediği söylenebilir.

Araştırmada, Çatır ve Karaçor (2016) ile Çeşmeci vd., (2020) tarafından yapılan önceki çalışmalarda olduğu gibi öğrencilerin, mesleğe yönelik kariyer yapma istekleri doğrultusunda kariyer planlamasının önemli olduğu sonucu görölmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%48,3) gelecekle ilgili kariyerinde turist rehberliği mesleğini tercih edeceği görölmüşür. Daha sonrasında ise bölüme uygun olarak seyahat acentasında çalışma isteği gelmektedir (%19,7). Yapılan içerik analizinde de öğrencilerin turist rehberliği mesleğini seçme nedeni olarak mesleğin cazibe unsurlarının ön plana çıktığı görölmüşür. Bu durum öğrencilerin mesleğe olumlu baktıklarını ortaya

koymaktadır. Ancak yine de öğrencilerin %32'si turist rehberliği mesleğinde ve seyahat acentasında çalışmayı istemeyerek turizmin diğer sektörlerine yönelmeyi planlamaktadır.

Turist rehberliği mesleğini icra etmek istemeyen veya seyahat acentasında çalışmayı planlamayan öğrencilerin de mesleğe kazandırılmasıyla nitelikli iş gücünün artırılması gerekmektedir. Bunun için mesleğin çalışma koşullarının aile ve sosyal yaşamı olumsuz etkilediği düşünüldüğünde çalışma koşulları iyileştirilmeli, çalışma saatleri azaltılmalı, turist rehberlerinin haklarında ve sosyal güvencelerinde düzenlemelere gidilmeli ve işletmeler tarafından nitelikli iş gücü olarak turist rehberleri tercih edilmelidir. Diğer bir yandan öğrencilere lisans eğitiminin ilk yılında mesleğin çalışma koşulları, mesleğin nitelikleri, mesleğin yapısı ve öğrencilerin kariyer planlamaları hakkında bilgiler verilmelidir. Bu şekilde mesleki kariyerini daha düzgün bir şekilde algılaması ve planlama yaparken mesleğin şartlarını bilerek hareket etmesi sağlanabilir.

Araştırmanın kısıtlılığı ise uygulamanın sadece Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Ayvacık Meslek Yüksekokulu öğrencileri örnekleminde yapılmış olması, belirli zamanda uygulanmış olması ve sonuçları genelleymeyecek sayılması olabilir. Bundan dolayı gelecekte yapılacak çalışmalar için örneklemin büyütülmesi, araştırmanın daha fazla üniversitede uygulanması, üniversitelerin önlisans ve yüksek lisans programlarına da uygulanması, öğrencilerin yanı sıra sektörle ilgili kişi ve kurumların (öğretim elemanları, okul yöneticileri, sektör temsilcileri vb.) araştırma kapsamına dahil edilerek daha geniş kapsamlı uygulamalar önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Ahipaşaoğlu, H. S. (1997). “*Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması ve Yönetimi, Rehberliğin Meslek Olarak Seçilmesinin Nedenleri Üzerine Bir Uygulama*”. Ankara: Varol Matbaası.

Aksu A., ve Köksal, C. (2005). “Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 436-447.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Aslan, Z., Ünüvar, Ş., ve Başoda, A. (2012). “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi ve Turizm Sektörüne Uyumu Açısından Değerlendirilmesi”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 203-219.

Avcı, N. (2011). “Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin İş Değerleri: Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 7-18.

Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*, İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Bayraktaroğlu, S. (2006). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Büyükkuru, M. (2015). “Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma”. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.

Can, H., Akgün, A., ve Kavuncubaşı, Ş. (2005). *Kamu ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi*, Ankara: Siyasal Kitapevi.

Çakıcı, C., ve Eser, S. (2017). “Lisans Düzeyindeki Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleğe Dönük Tutumlarına Göre Kümelenmesi”. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 48-66.

Çarıkcı, İ. H. ve Erdoğan Morçin, S. (2014). “Önlisans Turizm Öğrencilerinin Kariyer Değerleri: Sarıkamış Örneği”. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 2, 67-81.

Çatır, O. ve Karaçor, M. (2016). “İnsan Kaynaklarında Kariyer Planlama: Turizm Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması”. *Çatalhöyük, Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 201-220.

Çeşmeci, N., ve Çalışkan, N., Özsoy, A. (2020). "Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Bireysel Kariyer Hedefleri ve Mesleğe Yönelik Tutumları". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 852-869.

Çuhadar, M. ve Çetintürk, İ. (2016). “Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyere Yönelik Algıları: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 51-69.

Demir, M. ve Şen Demir, Ş. (2016). “Akademik Beklenti, Akademik Memnuniyet ve Kariyer Planlaması İlişkisi: Turizm Lisans Öğrencileri Örneği”. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 46-59.

Demir, S. B. ve Koç, H. (2013). Coğrafya Dersi Tutum Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Electronic Turkish Studies*, 8(8), 1765-1777.

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), 51-69.

Eker, N. ve Zengin, B. (2016). “Turizm Rehberliği Eğitimi Müfredatlarının Uygulama Yeterliliğinin Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla İrdelenmesi”. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 5(2), 4-19.

Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2008). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Erdoğan, N. (2003). *Kariyer Geliştirme Kuram ve Uygulama*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Eşitti, B. ve Buluk, B. (2017). “Öğrencilerin Geleceğinde Kariyer Günleri Etkinliklerinin Rolü: Turizm İşletmeciliği ve Rehberlik Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 38-56.

FEG, Avrupa Turist Rehberliği Federasyonu. <https://www.feg-touristguides.com/> (Erişim Tarihi: 19.12.2019).

İstanbul Dinçer, F., Akova, O. ve Kaya, F. (2013). “Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği”. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 42-56.

Karaarslan, M. H. ve Altunbaş, B. (2016). “Kariyer Tercihini Etkileyen Faktör Düzeylerinin Öneminin Konjoint Analizi ile Belirlenmesi”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 5(7), 1972-1988.

Köroğlu, Ö. (2013). “Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 91-112.

Köroğlu, Ö. (2014). “Meslek Seçimi ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 137-157.

Kuşluvan, S. ve Kuşluvan, Z. (2000). “Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in The Tourism Industry in Turkey”. *Tourism Management*, 21(3), 251-269.

Özen, Y. (2011). “Kişisel Sorumluluk Bağlamında Kariyer Seçimini Etkileyen Sosyal Psikolojik Faktörler”. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama*, 2(3), 81-96.

Pelit, E. ve Gökçe, F. (2019). “Turist Rehberliğinde İstihdam Alanları ile İlgili Sorunlar.” *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(1), 1-9.

Pelit, E. ve Katırcıoğlu, E. (2018). “Turist Rehberliği Mesleğinde Taraflar Açısından Yaşanan Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme”. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 74-94.

Privitera, G. J. (2015). *Statistics For The Behavioral Sciences (Second edition)*. United States: SAGE Publications.

Sabuncuoğlu, Z. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Bursa: Ezgi Kitapevi.

Sarıışık, M. (2007). “Turizm Sektöründe Meslek Sahibi Olmaya Yönelten Etkenler: Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Çalışma”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 143-160.

Seçer, B. ve Çınar, E. (2011). “Bireycilik ve Yeni Kariyer Yönelimleri”. *Yönetim ve Ekonomi*, 18(2), 49-62.

Seymen, O. A. (2004). “Geleneksel Kariyerden, Sınırsız ve Dinamik/Değişken Kariyere Geçiş; Nedenleri ve Sonuçları Üzerine Yazınsal Bir İnceleme”. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 79-114.

Şahin, S., ve Acun, A. (2016). “Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumları”. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2), 563-580.

Şit, M . (2016). “Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı”. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1) , 101-117.

TDK, Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=> (Erişim Tarihi: 17.12.2019).

TDK, Türk Dil Kurumu. <https://Sozluk.Gov.Tr/?Kelime=Meslek> (Erişim Tarihi: 19.12.2019).

Tekin, Ö. A. ve Çidem, G. (2017). “Önlisans Turizm Öğrencilerinin Mutfak Departmanında Kariyere Yönelik Tutumları: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 33-51.

Tetik, N. (2006). “Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği).” Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.

Tolga, Ö., Korkmaz, H., ve Atay, L. (2015). Lisans Düzeyindeki Turist Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2), 26–41.

TRMK, Turist Rehberliği Meslek Kanunu. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm> (Erişim Tarihi: 19.12.2019).

TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> (Erişim Tarihi: 06.03.2019).

TUREB, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/62> (Erişim Tarihi: 19.12.2019).

TUREB, Türkiye Turist Rehberleri Birliği. <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60> (Erişim Tarihi: 17.12.2019).

Türkay, O. ve Tüzemen, A. (2009). “Turizm Öğrencilerinin Çalışma Bölgesi Seçimleri Üzerine Bir Uygulama”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 215-229.

TÜRSAB, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri> (Erişim Tarihi: 06.03.2019).

TÜRSAB, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.

<https://www.tursab.org.tr/istatistikler/milliyetlerine-gore-gelen-yabanci> (Erişim Tarihi: 06.03.2019).

Uluma, Ş., Batman, O. ve Uluma, H. (2015). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği”. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12), 339-366.

WFTGA, Dünya Turist Rehberliği Federasyonu. <http://www.Wftga.Org/Tourist-Guiding/What-Tourist-Guide> (Erişim Tarihi: 19.12.2019).

Wilcox, R. R. (2012). *Modern Statistics for The Social and Behavioral Sciences: A Practical Introduction*. United States: Chapman & Hall/CRC Press.

WTTC. (2019a). World Travel & Tourism Council. <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/> (Erişim Tarihi: 06.03.2019).

WTTC. (2019b). World Travel & Tourism Council. <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/region-data/> (Erişim Tarihi: 06.03.2019).

Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 46, 74-85.

Yıldız, Z. (2011). “Turizmin Sektörün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.

Yılmaz, G. Ö. (2011). “Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakış açılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26), 281-298.

YÖK, Yüksek Öğretim Kurumu. <https://yokatlas.yok.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 11.10.2019).

Zengin, B., Şen, L. M. ve Taşar, O. (2011). “Marmara Bölgesinde Turizm Lisans Öğrencilerinin Konaklama Sektöründe Cinsiyete Göre Kariyer Düşünceleriyle İlgili Bir Araştırma”. *International Conference On Eurasian Economies*, Bishkek - Kyrgyzstan 12-14 October 2011, 217-225.