

# OKUL VE SEKTÖR ALGISININ ÖĞRENCİLERİN DEVAM ETME NİYETİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA\*

## ARAŞTIRMA MAKALESİ

**Sami Nurtaç TURAN<sup>1</sup>**

\* Bu çalışma yazarın doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>1</sup> Dr. Eğitim Uzmanı, Ankara, turannurtac@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0295-3473.

Geliş Tarihi: 26.04.2021 Kabul Tarihi: 22.09.2021 DOI: 10.37669/milliegitim928355

**Öz:** Bu çalışmada ortaöğretim düzeyinde yiyecek içecek alanında öğrenim gören öğrencilerin, mezuniyetlerinden sonra sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme niyetleri araştırılmaktadır. Bu kapsamda ortaöğretim öğrencilerinin eğitimden aldıkları hizmet kalitesi ile ilgili algılarını etkileyen boyutların memnuniyeti olumlu yönde etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Daha sonra öğrencilerin aldıkları eğitim hizmeti ile ilgili memnuniyetlerinin ve sektöre yönelik algılarının devam etme niyetine olan etkileri analiz edilmiştir. Son olarak öğrencilerin memnuniyetleri ile devam etme niyetleri arasında sektör algısının düzenleyici bir rol oynayıp oynamadığı incelenmiştir. Nicel yöntem tercih edilen çalışmada, yiyecek içecek alanında öğrenim gören 2198 öğrenciden alınan veriler Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, SERVPERF Modelinin boyutları olan fiziksel kalite, güvenilirlik, heveslilik ve empatinin memnuniyeti olumlu yönde etkilediği; memnuniyet ve sektör algısının devam etme niyeti üzerinde etkileri olduğu görülmektedir. Ancak burada devam etme niyeti için memnuniyetten ziyade, sektöre ilişkin algı ön plana çıkmaktadır. Yapısal eşitlik modelinde yapılan analiz sonucunda memnuniyetin, devam etme niyetine olan etkisinde sektör algısının düzenleyici bir rol oynadığı da araştırmanın dikkat çekici sonuçlarındandır. Çalışma okullara ve sektöre, öğrencilerin mesleklerine devam etmesi için birlikte hareket etmeyi, bu doğrultuda da işletmelerde beceri eğitimi (staj), uygulamalı dersler ve öğretim programları gibi içeriklerin birlikte hazırlanmasının önemini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Ortaöğretim, devam etme niyeti, hizmet kalitesi algısı, sektör algısı, yiyecek içecek eğitimi

## A RESEARCH ON THE EFFECT OF THE PERCEPTION OF THE SCHOOL AND THE SECTOR ON STUDENTS' INTENTION TO CONTINUE

### Abstract:

In order not to waste the resources provided for vocational education by both families and the state, graduates are expected to take part in employment or higher levels of education in their fields. In this context, it was examined whether the dimensions affecting the perceptions of secondary school students about the quality of service they receive from education affect satisfaction positively or not. Later, the effects of students' satisfaction with the educational service they received and their perception towards the sector on their intention to continue were analyzed. Finally, it was examined whether the sector perception plays a regulatory role between students' satisfaction and their intention to continue. In the study, in which the quantitative method was preferred, the data obtained from 2198 students studying in the field of food and beverage was analyzed using the Structural Equation Model (SEM). As a result of the research, it was found that the dimensions of the SERVPERF Model, which are physical quality, reliability, responsiveness and empathy, positively affect satisfaction; satisfaction and sector perception seem to have an effect on the intention to continue. However, for the intention to continue here, rather than satisfaction, the perception of the sector comes to the fore. As a result of the structural equation model, one of the remarkable results of the study is that the sector perception plays a regulatory role in the effect of satisfaction on the intention to continue. The study reveals the importance of working together for the schools and the sector in order for students to continue their profession, and in this direction, the preparation of contents such as skills training (internship), practical courses and curriculum together in enterprises.

**Keywords:** secondary education, attendance intention, service quality perception, sector perception, food and beverage training.

### Giriş

Ülkelerin istihdam oranlarına önemli ölçüde katkıda bulunan turizm sektörü, yapısı itibarıyla birçok sektörle de iç içe çalıştığından farklı alanlarda da iş ve istihdam olanağı yaratmaktadır. Sektör dünya genelinde doğrudan ya da dolaylı olarak milyonlarca kişiye iş alanı ve istihdam olanağı sunmaktadır (Pizam ve Shani, 2011; Mihalic, 2011). Sektörün kendi içerisindeki alanlardan en fazla istihdam payına sahip olan ise yiyecek ve içecek alanıdır. Türkiye'de 781.718 kişilik istihdam kapasitesine sahip olan

turizm (konaklama ve yiyecek içecek) sektörünün %75,83'ünü (592.834 kişi) yiyecek ve içecek alanı çalışanları oluşturduğundan, sektörde iş ve istihdam hacmi olarak ilk sırada gelmektedir (TUİK, 2021). Ayrıca bu alan Türkiye'deki tüm mesleki eğitim alanları arasında ilk altıda yer almakta, turizm ile ilgili alanlarda ise birinci sıradadır (MTEGM, 2017). Sektörün ve alanın büyüklüğü, diğer mesleki alanlar için genellemeye daha müsait olduğundan öğrencilerin yükseköğrenime ve/veya sektöre devam etme niyeti ile ilgili çalışmanın bu alan çerçevesinde yapılmasının mesleki eğitime katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Hizmet kalitesi, bir örgütün müşteri beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilme ya da bu beklentinin üstüne çıkabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Bylthe, 2001). Hizmet kalitesi kavramı soyut bir özellikte olduğundan, kişiden kişiye değişen algılama ve değerlendirme ölçütlerine sahiptir (Pena vd., 2013). Bu bağlamda algılanan hizmet kalitesini de hizmet alanların beklentileri ile hizmetin gerçekleşmesi sırasında ve sonrasındaki hizmet performansı arasındaki farklılığın yönü ve derecesi (Akçil Ok ve Girgin, 2015) olarak değerlendirmek mümkündür.

Turizm eğitimi ile ilgili yapılan birçok çalışmada okulların hizmet kalitesini etkileyen boyutlarının (fiziki koşullar, müfredat ve öğretmen) birbirleri ile pozitif yönlü ilişkileri olduğu tespit edilmiştir (Annamdevula ve Bellamkonda, 2016). Shen vd. (2015) ise turizm eğitiminde hizmet kalitesini müfredat ve öğretim, okul, stratejik planlama, idari yönetim, öğrenci başarısı ve kaynakları boyutlarında incelemişlerdir. Tüm bu çalışmalara ek olarak, Şahin ve Şen (2017) kalite ölçüm modellerinden biri olan SERVQUAL ölçeği ile yaptıkları çalışmalarında hizmet kalitesi ve memnuniyetin birbiri ile doğrudan ilgili olduğu tespit etmişlerdir.

Okulların fiziksel kapasite ve yeterliliklerinin öğrenme üzerindeki etkileri ve önemli çeşitli araştırmalar ile ortaya konulmuştur (Edwards, 2006; Hunter, 2006). Türkiye'de de fiziki koşulların öğrencilerin yararı için önemli olduğunu açıklayan çalışmalar literatürde yer almaktadır (Aydoğan, 2012). Eğitim ortamlarının kalitesinin yüksek olması, öğrencinin başarı (Vandier, 2011) ve memnuniyetini artırmakla beraber öğrenciye sağlık, sosyal iletişim, topluma karşı sorumluluk gibi birçok olumlu katkılar sağlamaktadır (Al Şensoy ve Sağsöz, 2015).

Eğitimde başarılı sonuçları olan etkili bir müfredat için; ulusal ve uluslararası normlara uygun, sektörün, yatırımcıların ve toplumun ihtiyaçlarının analiz sonuçlarına göre geliştirilen, yenilik, bilim ve teknoloji ile beraber sunulan bir müfredatın geliştirilmesi ve uygulanması gerekliliği ile ilgili yapılan çalışmalar (Koç vd., 2014; Nikandrou vd., 2009), öğrenci yararı için ikinci bir boyutu ortaya koymaktadır. Turizm eğitiminde öğretmen ve diğer okul çalışanlarının fiziki koşullar ve müfredat konularından daha önemli olduğunu savunan çalışmalara ilave olarak, eğitimde hizmet kalitesinin oluşması için en etkili boyutun öğretmen yeterliliği olduğunu savunan araştırmalar da bu boyutun önemini ortaya koymaktadır (Öztürk ve Tataroğlu, 2017).

Özellikle uygulama, beceri eğitimi ve staj gibi daha yakın, iş birliği içinde ve farklı çalışma ortamlarının olmasından dolayı mesleki eğitim veren öğretmenlerin önemi biraz daha farklı bir komundadır.

Bilim ve teknolojideki hızlı değişimlerin de etkisiyle öğrencilerin beklentileri ve algıları farklılık göstermektedir (Chui vd., 2016). Öğrencilerin memnuniyeti, beklentilerinin karşılanmasıyla doğrudan ilgilidir (Cronin ve Taylor 1992; Şahin, 2009). Algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilerin olduğu (Annamdevula ve Bellamkonda, 2016; Okumuş ve Duygun, 2008), hatta hizmet kalitesinin tüm boyutlarıyla memnuniyet arasında olumlu ilişkiler olduğunu, ayrıca hizmet kalitesinin fiziksel özellikler, güvenilirlik ve güven algılarındaki artışın memnuniyeti de arttırdığını (Şahin ve Şen, 2017) ortaya çıkaran çok sayıda araştırma da bu ilişkiyi desteklemektedir. Yapılan tüm bu araştırmaların ve tespitlerin odak noktasında öğrencilerin beklenti ve ihtiyaçlarına uygun bir sistem kurgulamanın önemi ortaya çıkmaktadır. Öğrencilerin beklentileri artıkça hizmet kalite algıları artmakta ve beraberinde de memnuniyet artmaktadır.

Algılanan hizmet kalitesini belirlemede kullanılan ve yukarıda açıklanan boyutları yansıması ve diğer ölçeklere göre daha güvenilir olduğu araştırmalarla kanıtlanması sebebiyle seçilen SERVPERF ölçeğinin boyutları (fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslik ve empati) bu araştırmaya göre yeniden şekillendirilmiştir. Bu durumda: *fiziksel unsurlar* boyutu; okul binası, derslikler, araç-gereç gibi unsurları, *güvenirlik* boyutu; öğretmen ve diğer çalışanlara karşı duyulan güvenlerini kapsamaktadır. *Heveslilik* boyutu; okulda hizmet veren öğretmen ve diğer çalışanların kaliteli hizmet verme konusundaki çaba ve gayretlerini, *empati* boyutu ise başta öğretmenler olmak üzere tüm çalışanların öğrencilerin sorun ve beklentileri karşısında empatik davranış oluşturmalarını ifade etmektedir. Öğrencilerin tüm bu boyutlarla ilgili algıladıkları eğitim hizmetinin beklediklerine eşit veya daha nitelikli olması, olumlu hizmet algısını ve buna bağlı olarak memnuniyeti ortaya çıkarmaktadır.

Bireylerin gelecekte aynı mal veya hizmeti tekrar talep edip etmeyeceğini gösteren davranışlar bütünü “davranışsal niyetler” olarak tanımlamak mümkündür (Yang, 2016). Davranışsal bir niyet olan devam etme niyeti; öğrencilerin aldıkları eğitimden algıladıkları kalite, eğitim ile ilgili memnuniyetleri ve sektör algıları olmak üzere üç değişkenin sonucuna bağlı olarak gerçekleşen dördüncü bir değişkendir. Çalışmadaki değişkenlerden biri olan devam etme niyeti ortaöğretim öğrencilerinin yükseköğretime ve/veya sektöre devam etmesini ifade etmektedir. Turizm otelcilik ve yiyecek içecek alanında öğrenim gören öğrencilerle ilgili, memnuniyetin devam etme niyetini olumlu etkilediğini ortaya koyan çalışmalar (Choi ve Kim, 2013; Çevik, 2012; Erdiç, 2012; Saukkonen vd. 2013; Üzümcü vd., 2015) olduğu gibi memnun olmama durumunun devam etme niyetini olumsuz etkilediğini ortaya koyan çalışmalar da (Çatı ve Bilgin 2013; Kırmızı 2017; Özdemir vd., 2005) bulunmaktadır.

Literatürde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer planlamaları ve devam etme niyetleri ile ilgili çalışmalar (Choi ve Kim 2013; Çatı ve Bilgin, 2013; Hsu, 2012; Koç vd., 2014; Saukkonen vd., 2013; Wang vd. 2015) daha çok üniversite öğrencilerine yöneliktir ve sektöre devam etme niyetleri sorulmaktadır.

Ortaöğretimde de öğrencilerin sektörle ilgili olumsuz tutumlarının öğrencileri başka kariyer planlamalarına yönlendirdiği sıklıkla gözlenmektedir. Çevik (2012) ortaöğretimde öğrenim gören 626 turizm öğrencisiyle yaptığı çalışmasında 9 ve 10. sınıf öğrencilerinin sektörü daha yakından tanıyan 11 ve 12. sınıf öğrencilerine göre beceri eğitimi ile ilgili daha olumlu düşündüklerini tespit etmiştir. Yükseköğretime devam etme niyetinde de sektöre devam etme niyetinde olduğu gibi olumsuz tutumlar söz konusudur. Turizm eğitimi veren üniversitelere genel lise mezunlarının yerleşme oralarının meslek liselerinden daha fazla olduğunu gösteren birçok araştırma vardır. Örneğin turizm eğitimi verilen bir üniversitede öğrencilerin %64,8'inin genel lise, %17,8'inin meslek lisesinden geldiği tespit edilmiştir. (Aslan, 2010). Burada her ne kadar akademik başarının rolü olsa da bu durum meslek lisesi mezunlarının alanlarını tercih etmediklerini veya edemediklerini göstermektedir. Bu tespitlerden farklı olarak Finlandiya'da yapılan bir çalışmada Saukkonen vd. (2013) öğrencilerin %71'inin eğitimden önce de sonra da devam etme niyetlerinin olduğunu; Choi ve Kim (2013) ise öğrencilerin sektörde devam etme konusunda daha olumlu tutum geliştirdiklerini tespit etmişlerdir. Öğrenciler yükseköğretim tercihlerini yaparken sektörün gerçeklerini bilerek yapmaktadırlar (Çevik, 2018). Turizm meslek lisesinde öğrenim gören 420 öğrenci ile yapılan çalışmada da öğrencilerin %50,95'inin yükseköğretime devam etme niyetinde olduklarını hatta öğrencilerin %44,52'si alanda yapılacak eğitimin daha eğlenceli olacağını belirtmektedir (Gürkan, 2017).

Öğrencilerin meslek seçimlerini yaparken, turizm sektörü ile ilgili algıları ve bu algı sonucundaki tutumları önemli bir yer tutmaktadır. Öğrencilerin sektör algılarını oluşturan faktörler içerisinde yer alan ücret (Aymanıuy ve Aymanıuy, 2013; Çatı ve Bilgin, 2013); çalışma koşulları (Tuncer ve Yeşiltaş, 2013); sosyal haklar, terfi imkanları ve kariyer gibi faktörler öğrencilerin devam etme niyetlerini de etkilemektedir (Orhan, 2015).

Civelek (2014), 9 ve 10. sınıf öğrencilerinin 11 ve 12. sınıf öğrencilerine göre turizm sektörüne daha olumlu yaklaştığını, benzer şekilde Çevik (2012) beceri eğitimi/staj yapmamış öğrencilerin yapan öğrencilere göre sektörle ilgili daha olumlu tutum sergilediklerini tespit etmiştir. Bu sonuçlar öğrencilerin sektörün çalışma koşullarını ve gerekliliklerini öğrendikçe, sektör stajlarına gittikçe sektörden uzaklaşmaya başladıklarını göstermektedir. Turizm sektörünün ağır çalışma şartları öğrencileri olumsuz etkilemekte, bu etkiyle oluşan olumsuz algı sayesinde de öğrenciler bu alanda bir kariyer planı yapmak istememektedir (Richardson ve Butler 2012). Saukkonen vd. (2013) ile Choi ve Kim (2013) ise olumsuz tutumların tersi sonuçlara ulaşarak öğrencilerin sektöre devam edecekleri sonucuna ulaşmışlardır. Öğrencilerin gerek sektöre gerekse

yükseköğrenime devam etme niyetleri birçok çalışmada düşük seviyede gözlenmiştir. Yükseköğretim Kurumları Sınavına (YKS) başvuran 4.319 otelcilik ve turizm meslek lisesi mezununun; 218'i lisans, 557'si ön lisans, 675'ise açık öğretim programlarına (147 lisans, 528 ön lisans) yerleşirken, 2.869'u hiçbir yükseköğrenim programına yerleşmemiştir (Kaplan, 2020).

Öğrencilerin devam etme niyeti ile ilgili çalışmalar genelde sektör algısı ve staj konuları temel alınarak yapılmış, okulda alınan eğitimin ilgili değişkenler dikkate alınmamıştır. Okulda verilen eğitimin hizmet kalitesi ve boyutlarının önemi ve bunun sonucu olarak memnuniyet ile ilgili çalışmalar ise sektörden bağımsız olarak literatürde yer almaktadır (Annamdevula ve Bellamkonda, 2016; Morkoç ve Erdönmez, 2018; Shen vd., 2015), ancak bu çalışmalar da okul ve sektör bağlantısını bir bütün olarak ele alma konusunda eksik kalmıştır. Araştırmada ana problem tam olarak bu noktada görülmektedir. Mesleki eğitimde okul ve sektör birbirinden bağımsız düşünülemez kadar iç içe geçmiş kuruluşlardır. Okulun sektöre, sektörün okula ihtiyacı vardır. Ortak çalışmaları durumunda her ikisi de amaçlarına daha kolay ulaşacaklardır.

Bu bağlamda okulda öğrenim gören öğrencilerin okulun fiziksel olanakları ile beraber başta öğretmenler olmak üzere okul çalışanları ile ilgili güvenirlilik, heveslilik ve empati boyutları kapsamında oluşan hizmet kalite algılarının okul ile ilgili memnuniyetlerine etkileri değerlendirilecektir. Daha sonra aynı öğrenci grubunun sektör ile ilgili tutumları incelenerek devam etme boyutunda memnuniyet ve sektör algısının ilişkisi ortaya konulacaktır.

Nitelikli bir mesleki eğitim öğrencilerin başarısında ve kariyer planlamalarındaki anahtar faktörlerden biridir. Nitelikli bir mesleki eğitim aldığı düşünülen, dolayısıyla aldığı eğitimden memnun olan öğrencilerin beklentilerinin sektördeki eğitimsiz işgücünün beklentilerinden daha fazla olduğu belirtilebilir. Sektörün bu nitelikli işgücünü ucuz işgücü olarak görmesi öğrencilerin devam etme niyetlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle öğrencilerin devam etme niyetlerinde, almış oldukları eğitimden duydukları memnuniyet kadar, sektöre yönelik algıları da bir belirleyici olabilmektedir. Dolayısıyla, öğrencilerin aldıkları eğitimden duydukları memnuniyet, devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilese de sektöre ilişkin algılamaları bu etkiyi azaltabilir ya da arttırabilir ve düzenleyici bir rol oynayabilir.

Sonuç olarak bu araştırmada öğrencilerin almakta oldukları eğitime ilişkin algılanan hizmet kalitesi, bunun bir sonucu olarak bu eğitime ilişkin memnuniyet düzeyleri ölçülerek, bu bulgulara ilaveten yine devam etme niyeti üzerinde etkisi olduğu düşünülen, yiyecek ve içecek sektörüne yönelik algıları ve bu değişkenler arasındaki olası ilişkiler analiz edilmiştir. Öğrencilerin eğitim ile ilgili algıladıkları kalite ve memnuniyet faktörü ile sektöre yönelik algıları, çalışmanın araştırma modelinde devam etme niyetini doğrudan etkileyen olgular olarak kabul edilmiştir. Bununla beraber memnuniyet ve devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolünü

ortaya koymak da çalışmanın önem arz eden amaçlarından biridir. Literatürde öğrencilerin sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme niyetlerini bu kapsamda inceleyen çalışmalara rastlanılmaması da araştırmanın problemini destekler niteliktedir. Bu amaç doğrultusunda bu çalışmada aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

1. Öğrencilerin hizmet kalitesi algısı (fiziksel, güvenilirlik, heveslilik ve empati) memnuniyeti olumlu yönde etkilemekte midir?
2. Öğrencilerin memnuniyetleri devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilemekte midir?
3. Öğrencilerin sektöre yönelik olumlu algıları devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilemekte midir?
4. Öğrencilerin memnuniyetleri ile devam etme niyetleri arasındaki ilişkide, sektör algısı düzenleyici bir rol oynamakta mıdır?

Çalışmada devam etme niyeti üzerindeki olası etkenlere çok boyutlu bir yaklaşım sergilenerek; literatüre, eğitim camiasına ve sektöre katkıda bulunmak hedeflenmiştir. Bu katkının mesleki eğitimin kalitesini yükselteceği düşünülmektedir. Ayrıca çalışma sonuçları ortaöğretim düzeyinde yiyecek ve içecek eğitimi alan öğrencilerin, katlanılan tüm maliyetler karşılığında alanlarında yükseköğretime ve sektöre devam etme niyetlerindeki önemli noktaları ortaya koymaktadır.

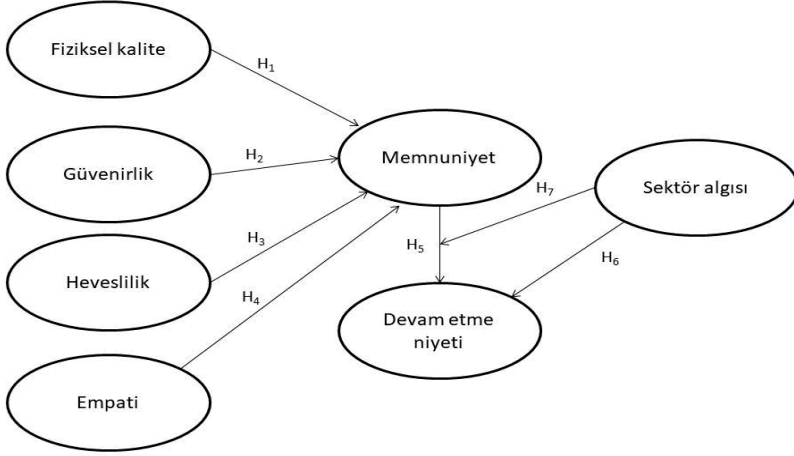
### **Yöntem**

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama yöntemi tercih edilmiştir. İlişkisel tarama yöntemleri iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkilerin birlikte varlığını ve/veya derecesini belirlemek için kullanılan yöntemlerdir (Can, 2019). Bu yöntemin tercih edilmesinin nedeni öğrencilerin algı ve memnuniyetleri ile devam etme niyetlerinin ilişkisinin incelenmesidir.

### **Model**

Araştırma kapsamında, sektöre ilişkin algılama, algılanan kalite ve memnuniyet bağımsız değişkenler olarak; sektöre ve/veya yükseköğretime devam etme niyeti ise bağımlı değişkenler olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda Şekil 1'deki model oluşturularak hipotezler oluşturulmuştur.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Oluşturulan bu model ile öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının (fiziksel kalite, güvenirlik, heveslilik ve empati) memnuniyeti; memnuniyetin ve sektör algısının ise devam etme niyetini olumlu yönde etkileyip etkilemediği oluşturulan hipotezlerle açıklanacaktır. Bu hipotezlere ek olarak öğrencilerin memnuniyetleri ile devam etme niyetleri arasındaki ilişkide, sektör algısının düzenleyici bir rol oynayıp oynamadığı da oluşturulan son hipotez ile ortaya konulmuştur. Model doğrultusunda oluşturulan hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

H<sub>1</sub>: Öğrencilerin fiziksel kalite algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>2</sub>: Öğrencilerin güvenirlik algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>3</sub>: Öğrencilerin heveslilik algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>4</sub>: Öğrencilerin empati algısı, memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>5</sub>: Öğrencilerin memnuniyetleri, devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>6</sub>: Öğrencilerin sektöre yönelik olumlu algıları, devam etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.

H<sub>7</sub>: Öğrencilerin memnuniyetleri ile devam niyetleri arasındaki ilişkide, sektör algısı düzenleyici bir rol oynamaktadır.



## Örneklem

Bu çalışmada Ankara’da yiyecek ve içecek alanında öğrenim gören 4215 öğrencinin ve 47 okulun tamamına ulaşılarak tam sayım hedeflenmiştir. Ancak araştırma kapsamındaki okulların araştırmaya katılmak istememeleri sebebiyle 47 okuldan 39’unda anket uygulaması yapılabilmektedir. Tüm Türkiye’de olduğu gibi Ankara’da da yiyecek içecek alanı öğrencilerinin çoğu mutfak bölümünden oluşmaktadır. Bu sebeple araştırmaya bu meslek dalı dahil edilmiştir. Ankara’da yiyecek içecek alanındaki öğrencilerinin %47,44’ü mutfak, %7,71’i pastacılık, %6,88’i servis ve %1,18’i de hosteslik dalında öğrenim görmektedir (MEB, 2017). 2017 yılında anket formlarının büyük bir bölümü araştırmacı tarafından sınıflarda yüz yüze olarak uygulanmıştır. İkinci bir yöntem olarak anket formları okul müdürlerine elden teslim edilip daha sonra toplanmıştır. Ulaşım açısından uzak okullara ise kargo yoluyla gönderilip karşı ödemeli kargo yoluyla geri toplanmıştır. Sahaya sunulan anketlerden geriye dönen 2505 anketten eksik ve uygun yanıtlanmayanlar elendikten sonra 2198 anket ile analizlere başlanmıştır.

## Ölçme Araçları

Geniş bir literatür taraması yapılarak hazırlanan ölçekler konunun uzmanı akademisyenler ve meslek lisesi öğretmenleri tarafından incelenmiş, gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Daha sonra ise pilot çalışmaya tabi tutulmuştur. SERVPERF ölçeği ile algılanan hizmet kalitesi; öğrencinin hizmet performansını değerlendirmesi ile tespit edilmiştir. Standart SERVPERF ölçeğinde, Parasuraman vd., (1988) SERVQUAL Ölçeği için geliştirdikleri yirmi iki değişken ve beş temel boyut (fiziksel görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati) yer almaktadır (Razak vd., 2016). Araştırmada kullanılan SERVPERF ölçeği Cronin ve Taylor (1992); Okumuş ve Duygun (2008) ve Yıldız ve Erdil’e (2013) ait araştırmaların incelemeleri ve uzman görüşleri sonucunda mesleki eğitime uyarlanmıştır. 96 öğrenciye pilot çalışma olarak sunulan ölçeğin Cronbach’s Alpha katsayısı ,932 olarak tespit edilmiştir. Daha sonra Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett’s test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,891$ ,  $sig=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %89 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. Bu uygunluktan sonra ölçeğe doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan pilot çalışmadan sonra ölçek 4 boyut ve 14 maddeye düşmüş ve açıklanan varyans değerinin %69,823’e yükseldiği görülmüştür. Yapılan faktör analizi ile değişen boyutlar sonrasında ölçeğin güvenilirliği tekrar test edilmiş, Cronbach’s Alpha katsayısı ,892 olarak tespit edilmiştir.

Memnuniyet ölçeği, Aydın (2010) ve Şahin’e (2009) ait çalışmalardan elde edilen ifadelerle oluşturulmuştur. Pilot çalışma sonrasında ölçeğin Cronbach’s Alpha katsayısı ,898 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Memnuniyetle ilgili maddelerin faktör analizine uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett’s test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,844$ ,  $sig=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %84 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğe son olarak Varimax Rotasyonlu Faktör Analizi

uygulanmış, maddelerin tek boyut altında toplandığı ve açıklanan varyans değerinin %72,157 olduğu tespit edilmiştir.

Sektör algısı ölçeği, Özdemir vd., (2005) ve Tekin ve Çidem'in (2015), çalışmalarından elde edilen ifadelerle oluşturulmuştur. Pilot uygulama sonrasında ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı ,879 olarak tespit edilmiştir. Bununla beraber Sektör algısı verilerinin faktör analizine uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,804$ ,  $sig=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %80 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonrasında ölçek tek boyut ve %51,203 açıklanan varyans değeri ile son halini almıştır.

Devam etme niyeti ölçeğinde ise temel olarak Özdemir ve diğerlerinin (2005) öğrencilerin yiyecek ve içecek bölümüne yönelik tutumlarını ölçen çalışmasından yararlanmakla beraber Kırmızı (2017) ve Organ ve Soydaş (2012) çalışmalarındaki ifadelerden de yararlanılmıştır. Pilot çalışma sonrası ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı ,940 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin yüksek bir oranla güvenli olduğu görülmektedir. Daha sonra Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's test yapılmış ve elde edilen sonuca göre ( $p=,754$ ,  $sig=,000$ ) ölçeğin örneklem değeri %75 ile yeterli ve faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğe son olarak Varimax Rotasyonlu Faktör Analizi uygulanarak maddelerin tek boyut altında toplandığı ve açıklanan varyans değerinin %89,373 olduğu tespit edilmiştir.

### **Ölçüm Modeli ile İlgili Veriler**

Pilot çalışma sonrasında saha sunulan ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmış olup; SERVPERF ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,911; memnuniyet ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,902; sektör algısı ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,917 ve devam etme niyeti ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı; ,932 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç kullanılan ölçeklerin son derece güvenilir olduğunu göstermektedir.

YEM'de iki aşamalı yaklaşım tercih edilmiştir. Öncelikle doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış olup, bunu takiben yapısal modele geçilmiştir (Anderson ve Gerbing, 1988). DFA araştırmacının gizil değişkenlerin yapısı hakkında bilgi sahibi olduğu durumlarda kullanılan bir tekniktir. Doğrulayıcı faktör analizinde araştırmacının faktör modelindeki tüm ilişkileri önceden kurgulamış olması gerekmektedir (Albayrak, 2018). DFA ilk olarak tahminlendikten sonra bazı revizyonlar yapılmıştır. İlk olarak faktör yükü .7 değerinin altında kalan ve geçerlik ile güvenilirlik için olumsuz etkide bulunan (Hair, 2009), hizmet kalitesi ölçeğine ait 3 ifade analizden çıkarılarak model tekrar tahminlenmiştir. DFA sonuçları ve ölçüm modeline ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Doğrulayıcı Faktör Analizi-DFA Sonuçları

BOYUT	İFADELER	Std. Faktör Yükleri	t	Yapı Güvenirliği	AOV
FİZİKSEL	Okulum modern görünüşlü donanımına sahiptir.	.732	Sabitlendi*	.813	.593
	Okulumun binası, sınıfları ve atölyeleri göze hoş görünür.	.809	33.323		
	Okulumda eğitim verilirken kullanılan araç gereçler göze hoş görünür.	.766	32.144		
GÜVENİRLİK	Öğrencinin bir sorunu olduğunda okul çalışanları bu sorunu çözmek için samimi bir ilgi gösterir	.761	Sabitlendi*	.748	.597
	Okulum doğru eğitimi ilk seferde verir.	.784	33.815		
HEVESLİLİK	Öğretmenlerim eğitimleri plana uygun şekilde ve hızda verirler.	.750	Sabitlendi*	.837	.632
	Öğretmenlerim her zaman öğrencilere yardımcı olmak isterler.	.786	31.826		
	Öğretmenlerim öğrencilerin soru ve taleplerini karşılama konusunda isteklidirler.	.846	33.375		
EMPATİ	Okulum her öğrenciyle tek tek ilgilenir.	.871	Sabitlendi*	.856	.666
	Okulum, her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenen eğitim kadrosuna sahiptir	.811	40.367		
	Okulum öğrencilerinin menfaatini her şeyin üstünde tutar	.762	35.877		

## Okul ve Sektör Algısının Öğrencilerin Devam Etme Niyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma

MEMNUNİYET	Okulmda eğitim görmekten gurur duyuyorum	.803	Sabitlendi*		
	Okulmda eğitim görmeyi başkalarına öneririm.	.819	43.343		
	Okulmda aldığım hizmetten genel olarak memnunum.	.849	45.565	.904	.653
	Okulmdan aldığım eğitimden genel olarak memnunum.	.840	44.892		
	Okulum bizlere kaliteli hizmet sunar.	.723	36.815		
SEKTÖR ALGISI	Yiyecek-içecek bölümü benim için ilgi çekicidir.	.791	Sabitlendi*		
	Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işten yüksek düzeyde doyum almak mümkündür.	.769	38.761		
	Yiyecek- içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna düşünüyorum.	.795	40.396		
	Yiyecek-içecek bölümünün çalışma koşulları aile yaşantıma uygundur.	.740	36.818		
	Yiyecek-içecek bölümünde çalışmam yakın çevrem tarafından desteklenir.	.730	36.153	.911	.532
	Yiyecek-içecek bölümünde yer alan iş pozisyonlarının toplumdaki statüsü yüksektir.	.681	33.298		
	Yiyecek-içecek bölümünün daha iyi kariyer imkanları sunduğunu düşünüyorum.	.740	36.466		
	Otel müşterisinin memnuniyetinde, yiyecek-içecek bölümünün çok önemli katkısı vardır.	.678	33.233		
	Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarı ya da başarısızlığında büyük öneme sahiptir.	.632	30.527		

DEVAM ETME NİYETİ	Mezun olunca yiyecek-içecek alanında çalışacağım.	.883	Sabitlendi*		
	Mezun olunca yiyecek-içecek alanında yükseköğretime devam edeceğim	.915	63.047	.933	.822
	Mezun olunca yiyecek-içecek alanında yükseköğretime devam edip, iş hayatımı bu alanda sürdüreceğim.	.921	63.852		
$\chi^2=1808.108$ df= 324; RMSEA= .046; CFI=.963 SRMR= .032; NFI= .955 GFI= .943					

\*1'e sabitleme yapılmıştır.

Tablo 1'de gösterilen modelin uyum değerlerine bakıldığında, kabul edilebilir değerlerin olduğu anlaşılmaktadır (RMSEA= .046; CFI=.963 SRMR= .032; NFI= .955 GFI=.943) (Hair vd., 2009; Marsh ve Hocevar, 1985; Schermelleh-Engel vd., 2003).

Geçerlik ve güvenilirlik için bazı ek kanıtlara ihtiyaç olduğundan ilk olarak yapı güvenilirliği değerleri verilmiştir. Her bir yapı için bu değer Bagozzi ve Yi'nin (1988) .60 eşliğini aşmıştır. Ayrıca açıklanan ortalama varyans (AOV) değerleri .50 sınırını aşmıştır. Bu bulgular, ölçüm modelinin durumu hakkında bilgi vermekte ve ölçüm modelinin hem iyi uyum gösterdiğini hem de geçerlik ve güvenilirlik için önemli kanıtlar sunduğunu göstermektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Ancak bu bilgilere ek olarak ayırt edici geçerlik de incelenmelidir (Hair vd., 2009).

**Tablo 2.** Faktörler Arası Korelasyon ve Ayırt Edici Geçerlik

BOYUTLAR	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Heveslilik (1)	<b>.795</b>						
Empati (2)	.682	<b>.816</b>					
Güvenirlilik (3)	.760	.739	<b>.773</b>				
Fiziksel (4)	.503	.533	.650	<b>.770</b>			
Memnuniyet (5)	.646	.714	.756	.692	<b>.808</b>		
Sektör Algısı (6)	.483	.299	.434	.389	.510	<b>.730</b>	
Devam Etme Niyeti (7)	.286	.199	.283	.268	.373	.678	<b>.907</b>

Not: Kalın olarak biçimlendirilmiş değerler AOV değerinin kareköküdür.

Ayırt edici geçerlik bir yapının diğerleri ile gerçek anlamda mesafeli olması ile ilgilidir. Ayırt edici geçerlik, bir yapının benzersiz olduğunu ve diğerlerinden farklı bir ölçüm yaptığını göstermektedir (Hair vd., 2009). Tablo 2’de faktörler arasındaki korelasyon değerleri verilmiş ve bu değerlerin AOV değerlerinin karekökü ile kıyası yapılmıştır. Bütün yapılarda ayırt edici geçerlik sağlanmıştır. Çünkü AOV değerlerinin karekökü, yapıların arasındaki korelasyon değerini aşmıştır (Fornell ve Larcker, 1981). Ölçüm modelinde gerekli şartların sağlanmasını takiben, ikinci aşama olarak yapısal modele ilişkin bulguların değerlendirilmesi uygundur (Anderson ve Gerbing, 1988).

### **Veri Analizi**

Bu çalışmada araştırma modelindeki hipotezleri test etmek amacıyla Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılmıştır. Araştırmacılar zeka, güdü ve tutum gibi gizil değişkenleri ve bunların diğer faktörlerle ilişkisini yapısal eşitlik modeliyle (YEM) ile inceleyebilir (Doğan ve Yılmaz, 2017; Yılmaz ve Doğan, 2016). YEM’in birincil amacı, araştırmacı tarafından belirlenmiş olan ilişkilerin verilerce desteklenip desteklenmediğini belirleyebilmektedir (Şimşek, 2007). YEM kapsamındaki modelin veriler ile olan uyumu eş zamanlı olarak, istatistiksel bir şekilde test edilebilmektedir. Eğer model uyum değerleri istenilen sınırlarda ise modelin makul ilişkileri barındırdığı anlaşılmaktadır. Aksi durumda ise modeldeki ilişki yapıları reddedilmektedir (Byrne, 2010). Değişkenlerin  $\pm 2$  sınırları dahilinde basıklık çarpıklık değerlerine sahip olması verilerin normal dağıldığını göstermektedir (Kline, 2011). Bu çalışmada da bütün gözlenen değişkenler  $\pm 2$  sınırları dahilinde basıklık çarpıklık değerlerine sahiptir.

### **Katılımcılara Yönelik Demografik Bilgiler**

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik bilgileri Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3.** Araştırmaya Katılan Öğrencilerle İlgili Bazı Tanıtıcı Bilgiler

	Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	462	21,0
Kız	1736	79,0
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Sınıf</b>		
10. Sınıf	863	39,3
11. Sınıf	747	34,0
12. Sınıf	588	26,8
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>
<b>Dal</b>		
Mutfak	1059	48,2
Servis	110	5,0
Pastacılık	118	5,4
Hosteslik	48	2,2
Dal seçimi yapılmadı	863	39,3
<b>Toplam</b>	<b>2198</b>	<b>100,0</b>

Tablo 3'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin %79'u kız, %21'i erkektir. Turizm öğrencilerine yönelik araştırmalarda kız öğrenci sayısının fazla çıkması gerek ortaöğretim gerekse yükseköğretimde çeşitli araştırmacılar (Akoğlu vd., 2017; Bölükbaş ve Boylu, 2018) tarafından da tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %39,3'ü 10. sınıf, %34'ü 11. sınıf ve %26,8'i ise 12. sınıfta öğrenim görmektedir. Özellikle sektöre ilişkin algılama ve eğitimle ilgili değerlendirme açısından öğrencilerin %60,8'inin 11 ve 12. sınıflarda olmaları verilen cevapların güvenilirliğini arttırmaktadır. Öğrenciler 12. sınıfa yaklaştıklarında sektörün gerçekleriyle karşılaşmış ve ona göre tutum ve davranış geliştirmektedirler (Olçay ve Düzgün, 2015). Araştırmaya katılan öğrencilerin %48,2'si mutfak, %5,4'ü pastacılık, %5'i servis ve %2,2'si ise hosteslik dallarında öğrenim görmektedir. Bu oranlar mutfak dalının alan dalları arasında en çok tercih edilen dal olduğunu ve araştırmaya yön vereceğini göstermektedir.

### Yapısal Eşitlik Modeli ile İlgili Bulgular

Modelin iyi uyum göstermesinin ardından hipotez sonuçlarına bakılmış sonuçlar Tablo 4 ve Şekil 2'de verilmiştir.

**Tablo 4.** Yapısal Model Sonuçları

Hipotez	İlişki	$\beta$	t	p	Sonuç
H <sub>1</sub>	Fiziksel → Memnuniyet	.322	12.327	.000	Desteklendi
H <sub>2</sub>	Güvenirlilik → Memnuniyet	.313	6.755	.000	Desteklendi
H <sub>3</sub>	Heveslilik → Memnuniyet	.086	2.743	.006	Desteklendi
H <sub>4</sub>	Empati → Memnuniyet	.246	8.472	.000	Desteklendi
H <sub>5</sub>	Memnuniyet → Devam etme niyeti	.042	2.077	.038	Desteklendi
H <sub>6</sub>	Sektör algısı → Devam etme niyeti	.656	27.468	.000	Desteklendi

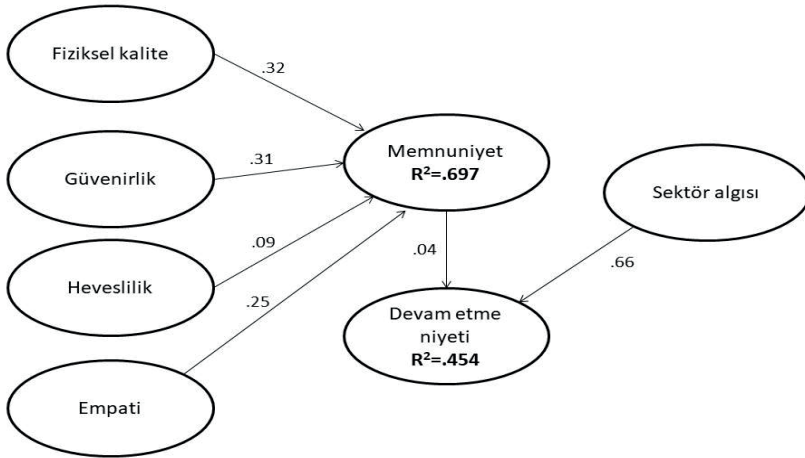
$\chi^2=1938.456$  df= 329 RMSEA= .047; CFI=.960 SRMR= .032; NFI= .952 GFI= .940

İlk olarak fiziksel kalite algısının, öğrencilerin memnuniyet düzeylerini olumlu yönde etkilediği görülmektedir ( $\beta = .322$ ,  $t = 12.327$ ,  $p < .05$ ). Buna göre H1 hipotezi desteklenmiştir. Öğrencilerin güvenirlilik algıları, onların memnuniyet düzeylerine olumlu olarak etki etmektedir ( $\beta = .313$ ,  $t = 6.755$ ,  $p < .05$ ). H2 hipotezi desteklenmiştir. Öğrencilerin heveslilik konusundaki algısı memnuniyeti olumlu yönde etkilemiştir ( $\beta = .086$ ,  $t = 2.743$ ,  $p < .05$ ). Sonuç olarak H3 hipotezi desteklenmiştir. Empatinin memnuniyeti olumlu yönde etkilediği gözlenmiştir ( $\beta = .246$ ,  $t = 8.472$ ,  $p < .05$ ). Bu durumda H4 hipotezi de desteklenmiştir. Kalite boyutlarının memnuniyete olan etkisi genel itibari ile değerlendirildiğinde, heveslilik bu konuda en az etkisi olan değişkendir. Öğrencilerin memnuniyet oluşumunda diğer kalite boyutları daha fazla etkili olmuştur (bkz. Tablo 4, Şekil 2). Tüm bu sonuçlar, alınan eğitime ilişkin hizmet kalitesi algılamasının eğitimden memnuniyeti olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

“Öğrencilerin aldıkları eğitimden memnuniyetleri, bu alanda devam etmelerinde etkili midir?” sorusunun yanıtına bakıldığında, sonucun olumlu olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, memnuniyet devam niyetini olumlu yönde etkilemektedir ( $\beta = .042$ ,  $t = 2.077$ ,  $p < .05$ ). Bu durumda H5 hipotezi desteklenmektedir. Ancak memnuniyetin devam etme niyeti üzerindeki etkisi anlamlı olsa da bu etkinin çok güçlü olduğu ( $\beta = .042$ ,  $t = 2.077$ ) söylenemez. Ancak bu etkiyi sektör algısı ile yorumlamak daha doğru bir yönlendirme sağlayacaktır. Öğrencilerin sektöre ilişkin algıları, devam etme niyetlerinde etkili olmuştur ( $\beta = .656$ ,  $t = 27.468$ ,  $p < .05$ ). H6 hipotezi desteklenmektedir.



Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları



Bu araştırmada, memnuniyet ile devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolü de incelenmektedir. Bu incelemenin yapılabilmesi için ilk olarak k-ortalamalar kümeleme analizi kullanılarak, örneklem sektör algısı görece “daha olumlu olanlar” ve “daha olumsuz olanlar” olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Burada, sektör algısını oluşturan ifadeler kullanılmıştır. Sonuç olarak 1458 öğrencinin sektör algısı yüksek olan grupta yer aldığı ve 740 öğrencinin ise sektör algısı daha düşük düzeyde yer alan grupta bulunduğu görülmüştür. Analizlere bu gruplama üzerinden devam edilmiştir.

Düzenleyici etki, iki değişken arasındaki ilişkiyi değiştiren bir değişken tarafından ortaya çıkan etki ile ilgilidir. Bu durumun tespitinin yapılabilmesi için ilk olarak, ölçüm modelinde metrik farksızlığın kısmi olarak da olsa gerçekleşmesi gerekmektedir (Hair vd., 2009).

Tablo 5. Ölçüm Modelinde Farksızlık

Modeller	$\chi^2$	df	CFI	$\Delta \chi^2$	Metrik Farksızlık Durumu
Temel Model	996.1	270	.97		
Kısmi Metrik Farksızlık	1017.73	282	.97	$\Delta \chi^2 (12) 20.9 - p > .05$	Kısmi metrik farksızlık

Tablo 5'te görüldüğü üzere ilk olarak temel modelin tahminlemesi yapılmıştır. Bu model faktör yüklerinin serbest bir şekilde tahminlendiği modeldir ( $\chi^2=996.1$ ,  $sd=270$ ). Bu model ile faktör yüklerinin iki grup için de eşitlenerek tahminlendiği model için gerekli analiz yapılmıştır ( $\chi^2=1019.2$ ,  $sd=283$ ). Bu iki model arasında anlamlı bir farklılığın olmaması gereklidir. Böylece metrik farklılık durumunu desteklenebilir. Ancak iki modelin arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır ( $\Delta\chi^2$  (13)-23.1  $p<.05$ ). Bu yüzden en azından kısmi metrik farklılık durumunun sağlanması gerekir. Sadece bir ifadede faktör yükü sabitlemesi kaldırılmıştır ve kısmi farklılık modeli sınanmıştır ( $\chi^2=1017.73$ ,  $sd=282$ ). Temel prensip olarak hiçbir faktörde iki ifadenin altında sabitleme yapılmamalıdır. Bu durumda, bu prensibe de uyulmuştur. Sonuç olarak kısmi metrik farklılık sağlanmıştır ( $\Delta\chi^2$  (12)-20.9  $p>.05$ ). Böylece, bir ileriki aşamada bu ölçüm modeli üzerinden devam edilmiştir (Bagozzi ve Yi, 1989; Hair, 2009).

**Tablo 6.** Düzenleyici Etkinin Test Edilmesi

Hipotezler	İlişki	Gruplar	$\beta$	t	Temel Model	İç İçe Model	$\Delta\chi^2$
H <sub>7</sub>	Memnuniyet→ Devam etme niyeti	Sektör Algısı Yüksek	.12	4.235	$\chi^2(290)$ 1027.9	$\chi^2(291)$ 1062.7	(1)- 34.8 $p<.05$
		Sektör Algısı Düşük	.36	9.245			

İlk olarak, her iki grup için temel bir model mevcuttur. Bu temelde, tüm yollar serbest bırakılmıştır. Başka bir ifade ile her iki grup için serbest bir biçimde tahminleme yapılmıştır ( $c^2=1028.9$ ,  $sd=290$ ). Sonrasında bu modelde memnuniyetin devam etme niyetine olan etkisi sabitlenmiştir ve bu iki model arasında kıyaslama yapılmıştır. Ortaya anlamlı bir farklılığın olduğu çıkmıştır ( $\Delta\chi^2$  (1)-34.8  $p<.05$ ). Buna göre, H7 hipotezi desteklenmektedir. Memnuniyetin, devam etme niyetine olan etkisinde sektör algısı düzenleyici bir rol oynamaktadır. Sektör algısı yüksek olan grup için memnuniyetin devam niyetine olan etkisi ( $\beta = .12$ ,  $t = 4.235$ ,  $p < .05$ ), düşük olan gruba göre ( $\beta = .36$ ,  $t = 9.245$ ,  $p < .05$ ) daha zayıf kalmıştır. Daha açık bir ifade ile sektöre yönelik olumlu algı düştükçe, sektörde kalmak için memnuniyet daha fazla önem kazanırken, aksi durumda (sektör algısının yüksek olduğu durumda) memnuniyetin etkisi azalmaktadır.

### Tartışma ve Sonuç

Yapılan bu çalışmada Ankara'da yiyecek ve içecek alanında öğrenim gören öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesinin memnuniyete etkileri, memnuniyetin ve sektör algısının devam etme niyetine etkileri ve memnuniyet ile devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Amaçlar doğrultusunda yapılan analizlerde hizmet kalitesinin memnuniyeti önemli ölçüde

etkilediği, bu olumlu etkilenmenin de en çok fiziksel koşullardan en az heveslilikten oluştuğu görülmektedir. Öğrenciler güvenilirlik ve empati boyutlarına da memnuniyet kapsamında önem vermişlerdir.

Araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin %58,1'i sektöre; %55,3'ü alanında yükseköğretime ve %57,2'si de önce yükseköğretime devam edeceklerini, eğitimin ardından da sektöre devam edeceklerini belirtmişlerdir. Sonuçlar, öğrencilerin yükseköğrenim yaparak veya yapmadan sektöre devam etme niyetinde olduklarını göstermektedir. Bölükbaş ve Boylu (2018) yaptıkları çalışmada mezuniyet sonrasında alanında yükseköğretim programına devam etmek isteyenlerin oranının %52,8, yiyecek içecek alanıyla ilgili bir işte çalışmak isteyenlerin oranının da %13,7 olduğunu tespit etmişlerdir. Bu durum öğrencilerin yükseköğretime devam etmeyi sektörden daha fazla tercih ettiklerini ve sektörde çalışmak isteyenlerin oranlarının daha az olduğunu göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen diğer bir sonuç; algılanan hizmet kalitesinin tüm boyutlarının memnuniyete olumlu etkisi olmakla beraber, fiziksel kalite en yüksek ( $r_2: .322$ ), heveslilik ise en düşük ( $r_2: .086$ ) etkiye sahip olarak belirlenmiştir. Bu durum, okulda görevli öğretmen ve diğer çalışanların kaliteli hizmet verme noktasındaki isteklilik ve gayretlerinin, öğrencilerin memnuniyetlerini etkileme noktasında o kadar da etkili olmadığını göstermektedir. Hizmet kalitesinin diğer boyutlarına bakıldığında ise; güvenirliliğin ( $r_2: .313$ ) ve empatinin ( $r_2: .246$ ) memnuniyeti etkilediği görülmektedir. Tüm bu analizlerin ışığında öğrencilerin eğitim hizmeti kalite algılarında en önem verdikleri faktörün eğitim ortamının fiziksel yapısı, öğretmen ve diğer okul çalışanlarının güvenirliliği ve empati kabiliyeti olduğu ifade edilebilir.

Okumuş ve Duygun (2008) eğitim alanında yaptıkları çalışmalarında algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyet düzeyi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Literatürde de algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyetin arasındaki ilişkiyi açıklayan birçok çalışma (Boshoff ve Gray, 2004; Coulthard, 2004; Cronin vd., 2000) vardır. Bu çalışmada da literatürü destekler nitelikte bir sonuç elde edilmiştir. Bu çalışmada da hizmet kalitesinin tüm boyutlarının memnuniyeti olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Böylelikle hizmet kalitesinde ortaya çıkan olumlu bir gelişme memnuniyeti etkileyerek devam etme niyetine katkıda bulunacaktır.

Analiz sonuçlarına göre memnuniyetin devam etme niyetine olumlu etki ettiği tespit edilmiştir. Literatürdeki benzer çalışmalarda da (Choi ve Kim, 2013; Çevik, 2012; Erdinç, 2012; Olcay ve Düzgün, 2015; Saukkonen vd. 2013; Üzümcü vd., 2015) bu sonucu destekleyen sonuçlarla karşılaşmıştır. Ancak bu çalışmada memnuniyetin devam etme niyetine olumlu yönde ama düşük ( $\beta = .042$ ,  $t = 2.077$ ,  $p < .05$ ) bir düzeyde etki ettiği tespit edilmiştir. Bu sonuç öğrencilerin eğitim hizmeti kalite algısından ziyade başka faktörlerin de etkili olabileceğini göstermektedir. Bu faktörlerin başında gelenlerden biri de sektör algısıdır.

Sektör algısı da öğrencilerin devam etme niyetlerini etkileyen öncelikli faktörlerden biridir. Yapılan analiz sonucunda sektör algısının öğrencilerin devam etme niyetinde yüksek düzeyde etkili olduğunu göstermektedir. Literatürde bu sonucu destekleyen çok sayıda çalışma (Aymankuy ve Aymankuy, 2013; Choi ve Kim, 2013; Çatı ve Bilgin, 2013; Orhan, 2015; Richardson ve Butler, 2012; Saukkonen vd., 2013; Tuncer ve Yeşiltaş, 2013) yer almaktadır. Bu sonuç öğrencilerin devam etme niyetlerinde sektör algısının eğitimdeki hizmet kalitesinden daha önemli bir rolü olduğunu göstermektedir. Yang (2016) tarafından Çin’de turizm mezunlarının deneyimsel öğrenme etkinliklerinin istihdamı kolaylaştıran becerileri ile öğrenme memnuniyetleri üzerine yapılan çalışmada yapısal eşitlik modeli kullanılarak bu iki değişken arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Bununla beraber istihdamı kolaylaştıran becerilerin deneyimsel öğrenme ile öğrenme memnuniyeti arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli sayesinde değişkenler arasındaki ilişkilerin aracılık rolleri de tespit edilebilmektedir. Bu çalışmada da benzer şekilde memnuniyet ve sektör algısının devam etme niyeti üzerindeki etkileri tespit edildikten sonra memnuniyet ile devam etme niyeti arasındaki ilişkide sektör algısının düzenleyici rolü de test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda memnuniyetin, devam etme niyetine olan etkisinde sektör algısı düzenleyici bir rol oynamıştır. Buna göre sektör algısı yüksek olanlar için memnuniyetin devam etme niyetine olan etkisi, sektör algısı düşük olanlara göre daha düşük düzeyde görülmüştür. Bu bulgu sektör algısının olumlu olduğu durumda memnuniyetin devam niyetine etkisinin azaldığını göstermektedir. Başka bir deyişle, eğitimde memnuniyet önemli olmakla birlikte, sektör algısı olumlu olduğu takdirde devam niyeti için memnuniyet daha az belirleyicidir. Sektör algısının, algılanan hizmet kalitesinden doğan memnuniyetten daha fazla etkili olması ve memnuniyetle devam etme niyeti ilişkisinde düzenleyici rol oynaması, okul-sektör iş birliğinin önemini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak algılanan hizmet kalitesinin memnuniyet üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Ortaya çıkan bu memnuniyetin düşük de olsa devam etme niyetine etkisi görülmektedir. Bununla beraber sektör algısının devam etme niyetine etkisinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sektör algısı öğrencilerin devam etme niyetlerinde önemli bir ölçüt olmakla beraber öğrencilerin memnuniyeti ile devam etme arasındaki ilişkide de düzenleyici rol oynamaktadır.

### Öneriler

Okulların fiziksel yeterliliklerine önem vermeleri, sektör iş birliğini artırmaları ve alandaki kariyer yollarını öğrencilere aktarmaları devam etme niyetlerini olumlu etkileyen unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla beraber gerek bu çalışmada gerekse daha önce yapılan çalışmalarda özellikle mutfak ve ilgili alanlarda kız öğrenci sayısının fazla olduğu tespit edilmiştir. Ancak sektör mutfaklarında kadın çalışanların sayısının az olduğu bilinen bir durum olduğundan öğrencilerin sektöre ve/veya yükseköğrenime devam etme oranlarının artırılması için alan seçimi yapılırken öğrenci ve sektör arasındaki özelliklerin mutlaka karşılaştırılması gereklidir.

Öğrencilerin devam etme niyetlerinin sektör algısıyla yüksek oranda ilgili olması, sektör temsilcilerine, yöneticilerine ve çalışanlarına büyük sorumluluk yüklemektedir. Öğrencileri sektöre kazandırmak için doğru bir planlama ile okullarla iş birliği yapılmalıdır. Bununla beraber işletmede çalışan öğrencileri ilgilendiren ücret, çalışma saatleri, sosyal haklar, olanaklar gibi konuların beklentilerinin karşılanması sektör algısını olumlu etkileyeceğinden devam etme niyetini de artıracaktır.

Yapılan bu çalışma zaman ve imkan kısıtlarından ötürü sadece Ankara ilinde ve tek bir meslek alanı ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmanın benzeri başka illerde ve/veya ülke genelinde hatta mesleki eğitimin diğer alan ve dallarında da uygulanabilir. Bu sayede mesleki eğitimin amaçlarından biri olan istihdam konusunda kapsamlı bir genelleme yapılabilecektir. Devam etme niyetiyle ilgili olarak ön lisans ve lisans düzeyinde nicel, lisansüstü düzeyde nitel olarak yapılabilir. Bu çalışmayla beraber daha bütünsel bir literatür oluşturulabilir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin ayrı ayrı Cronbah's Alpha değerleri oldukça yüksek çıkarak, yapı güvenilirliği ve açıklanan ortalama varyans değerleri gerekli eşikleri aşmıştır. Bunun yanı sıra, ayırt edici geçerlik de sağlanmıştır. Bu şartların sağlanması, ikinci aşama olarak yapısal modele geçilmesinin uygun olduğunu göstermiş ve ikinci aşamaya geçildikten sonra da modelin bir bütün olarak iyi uyum değerlerine sahip olduğu anlaşılmıştır. Tüm bu sonuçlar, yiyecek ve içecek hizmetleri alanında öğrenim gören turizm öğrencilerine uyarlanan ve uygulanan bu ölçeğin ve modelin özellikle tüm ortaöğretim alanlarına uygulanabileceğini göstermektedir.

Bu çalışma ile gerek öğrencilerin mesleğe adım atarken öğrenim gördükleri okullar gerekse mesleklerini icra edecekleri sektörler ile ilgili öğrenci görüşleri ve bu görüşlere göre gerekli ilişkiler incelenmiştir. İncelenen alana katkı sağlayacağı düşünülen bu çalışmanın benzerleri gerek ülke genelinde gerekse sektörel veya bölgesel kapsamda, mesleki ve teknik eğitimin diğer alanları da düşünülerek uygulanabilir.

## Kaynakça

- AKÇİL OK, M. ve Girgin, F. M. (2015). *Ankara'da iki özel yurt işletmesinde SERVQUAL yöntemi ile hizmet kalitesinin ölçülmesi*. Yönetim Bilimleri Dergisi, 13(25): 295-323.
- AKOĞLU, A., Cansızoğlu, S., Orhan, N. ve Özdemir, Z. (2017). *Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin sektörde çalışmaya yönelik bakış açıları*. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(2): 146-159.
- AL ŞENSOY, S. ve Sağsöz, A. (2015). *Öğrenci başarısının sınıfların fiziksel koşulları ile ilişkisi*. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 16(3): 87-104.
- Albayrak, B. (2018). Hizmet kalitesinin servperf metodu ile ölçümü ve sonuçların doğrulayıcı faktör analizi ile desteklenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale.

## Okul ve Sektör Algısının Öğrencilerin Devam Etme Niyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma

- ANDERSON, J. C. ve Gerbing, D. W. (1988). *Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach*. Psychological Bulletin, 103, 411–423.
- ANNAMDEVULA, S. ve Bellamkonda, R. S. (2016). *Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in indian universities: Development of HiEduQual*. Journal of Modelling in Management, 11(2): 488-517.
- ASLAN, H. (2010). Gastronomi turizminin turizm eğitim programlarındaki yeri ve önemi-bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- AYDIN, H. (2010). Eğitimde stratejik planlama meslek lisesi ve genel lise uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- AYDOĞAN, İ. (2012). *Okul binalarının özellikleri ve öğrenciler üzerine etkileri*. Milli Eğitim Dergisi, (193): 29-43.
- AYMANKUY, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). *Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki istihdamla ilgili görüşleri ve sektördeki kariyer beklentileri: Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu örneği*. Akademik Bakış Dergisi, (35): 1-21.
- BÖLÜKBAŞ, R. ve Boylu, Y. (2018). *Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi yiyecek-içecek hizmetleri alanında öğrenim gören öğrencilerin 'mutfak uygulamaları' dersine yönelik tutumları*. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(4): 1062-1075.
- BAGOZZİ R.P. ve Yi, Y. (1988). *On the evaluation of structural equation models*. Journal of the Academy of Marketing Science, 16(1): 74-94.
- BOSHOF, C. ve Gray, B. (2004). *The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry*. S.Afr.Journal of Business Management, 35 (4): 27-37.
- BYRNE, B. M. (2010). *Structural equation modeling with amos: basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). Taylor and Francis Group.
- BYLTHE, J. (2001). *Pazarlama ilkeleri*, Çev: Yavuz Odabaşı, Bilim Teknik Yayınevi.
- CAN, A. (2019). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi* (8. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.
- CHOİ, K. ve Kim, D. Y. (2013). *A cross cultural study of antecedents on career preparation behavior: learning motivation, academic achievement, and career decision self-efficac*. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, (13): 19–32.
- CHUI T. B., Ahmad, M. S., Bassım, F. A. ve Zaimi, N. A. (2016). *Evaluation of service quality of private higher education using service improvement matrix*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, (224): 132-140.
- CİVELEK, H. (2014). Ortaöğretim düzeyindeki turizm öğrencilerinin, turizm sektörüne ilişkin görüşleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- COULTHARD, L. J.M. (2004). *Measuring service quality a review andcritique of research using*. International Journal of Market Research, 46 (4): 479-497.
- CRONİN, Joseph J., Brady, Michael K. ve Hult, Tomas M. (2000). *Assessing the effects of quality, value, customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service*. Journal of Marketing, 59(1): 78-94.
- CRONİN, J.J. ve Taylor, S.A. (1992). *Measuring service quality: a reexamination and extension*. Journal of Marketing. (6): 55-68.
- ÇATI, K. ve Bilgin, Y. (2013). *Turizm lisans öğrencilerinin turizm sektöründe çalışma eğilimleri*. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, (14): 23-45.
- ÇEVİK, R. (2012). Ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin beceri eğitimine bakış açılarının değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ÇEVİK, S. (2018). *Turizm ve otel işletmeciliği bölümü ön lisans öğrencilerinin turizm eğitiminden beklentileri*. Social Sciences Studies Journal. (4): 5731-5744.
- DOĞAN, R. Ş. ve Yılmaz, V. (2017). *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerinin betimlenmesine yönelik bir yapısal eşitlik modeli önerisi*. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2): 655-675.
- EDWARDS, N. C. (2006). School facilities and student achievement: student perspectives on the connection between the urban learning environment and student motivation and performance. Doctorate Thesis, Philosophy Department of the Ohio State University, Ohio, America.
- ERDİNÇ, S. B. (2012). *Determining of college students' trends about tourism sector: a case study at Akdeniz University*. Procedia Social and Behavioral Sciences, 1573-1577.
- FORNELL, C. ve Larcker, D.F. (1981). *Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error*. Journal of Marketing, 18(1): 39-50.
- GÜRKAN, A. S. (2017). *Ortaöğretim öğrencilerinin lisans düzeyinde turizm eğitimini tercih etmelerine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- HAIR, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- HSU, M. (2012). *A study of internship attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and career planning of hospitality vocational college students*. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 11(1): 5-11.
- HUNTER, M. A. (2006). *Public school facilities: providing environments that sustain learning*. NY: Teachers College Columbia University, National Access Network.
- KAPLAN, P. (2020).2020 YKS. <http://www.pervinkaplan.com/detay/2020-yks-iste-lise-turlerine-gore-universiteye-yerlesme-basarisi-en-basarili-liseler/12988> (erişim tarihi: 26.08.2020).

- KIRMIZI, A. (2017). Turizm eğitimi alan lisans ve ön lisans öğrencilerinin turizm endüstrisine yönelik görüşlerinin karşılaştırılması: Sakarya Üniversitesi örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.
- KLİNE, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3th Ed). The Goulford Press.
- KOÇ, E., Yumuşak, S., Uluköy, M., Kılıç, R. ve Toptaş, A. (2014). Are internship programs encouraging or discouraging? A viewpoint of tourism and hospitality students in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, (15): 135-142.
- MARSH, H. W. ve Hocevar, D. (1985). *Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: first- and higher-order factor models and their invariance across groups*. *Psychological Bulletin*, 97(3): 562-582.
- MİHALİC, T. (2011). *Slovenia. an international handbook of tourism education* (Ed. Airey, D. ve Tribe, J.), Routledge.
- MORKOÇ, D. K. ve Erdönmez, C. (2018). Ön lisans eğitimi yeterliliğinin, ön lisans mezunları tarafından değerlendirilmesi. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3(2): 39-60.
- NIKANDROU, I., Brina, V. ve Bereri E. (2009). *Trainee perceptions of training transfer: An empirical analysis*. *Journal of European Industrial Training*, 33(3): 255-270.
- OKUMUŞ, A. ve Duygun, A. (2008). Eğitim hizmetlerinin pazarlamasında hizmet kalitesinin ölçümü ve algılanan hizmet kalitesi ile öğrenci memnuniyeti arasındaki ilişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 8(2): 17-38.
- OLCAY, A. ve Düzgün, M. (2015). Turizm sektörünün istihdam niteliğinin öğrencilerin kariyer planları üzerindeki etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12 (3): 49-72.
- ORGAN, A. ve Soydaş, M. E. (2012). Yerli turistlerin hizmet kalitesi ve tekrar ziyaret niyetlerine yönelik tutumları: Karahayıt'ta bir uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12): 63-72.
- ORHAN, A. (2015). Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörü ile ilgili algılarının çalışma niyetleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- ÖZDEMİR, B., Aktaş, A. ve Altıntaş, V. (2005). Turizm ve otelcilik eğitimi görmekte olan lisans düzeyindeki öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1): 46-58.
- ÖZTÜRK, H. ve Tataroğlu, M. (2017). Meslek Yüksekokullarında Hizmet Kalitesi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 19(40): 162-179.
- PARASURAMAN, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988). "SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 64(1): 12-40.



- PENA, M. M., Santos Da Silva, E.M., Tronchin, D. M. R. ve Melleiro, M. M. (2013). *The Use of The Quality Model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in Health Services*. Rev Esc Enferm USP, 47(5): 1227-1232.
- PİZAM, A. ve Shani A. (2011). *The nature of the hospitality industry: present and future managers' perspective*. (Çeviren: Türksoy, A.). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 22(1): 76-86.
- RAZAK, M., Razak, S., Ilias, A. ve Abdul Rahman, R. (2016). *Experiencing Fast-Food Restaurant Service Quality: An In-Depth Analysis On Customer*. Conference: International Symposium & Exhibition on Business and Accounting. Malaysia: 1-7.
- RİCHARDSON, S., ve Butler, G. (2012). *Attitudes of Malaysian tourism and hospitality students' towards a career in the industry*. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 17(3): 262-276.
- SAUKKONEN, P., Honkanen, A. ve Pesonen R. U. (2013). *Multidisciplinary tourism studies in Finland can a minor subject steer career development?* Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, (13): 260-265.
- SCHERMELLEH-ENGEL, K., Moosbrugger, H., ve Müller, H. (2003). *Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures*. Methods of Psychological Research, 8(2): 23-74.
- SHEN, H., Luo, J. M. ve Lam, C. F. (2015) *Evaluating the quality of hospitality and tourism education in Vocational Institute in China*. International Journal of Marketing Studies, Published by Canadian Center of Science and Education, 7(3): 12-18.
- ŞAHİN, A. ve Şen S. (2017). *Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi*. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(52): 1176-1184.
- ŞAHİN, A. E. (2009). *Eğitim fakültesinde hizmet kalitesinin eğitim fakültesi öğrenci memnuniyet ölçeği (EF-ÖMÖ) ile değerlendirilmesi*. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (37): 106-122.
- ŞİMŞEK, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellenmesine giriş temel ilkeler ve lisrel uygulamaları*. Ekinoks, Ankara.
- T.C. MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI (MEB, 2017). *Alan ve Dallarda Öğrenim Gören Öğrenci Sayıları*. Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.
- T.C. MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü (MTEGM, 2017), (<http://mtegm.meb.gov.tr/kurumlar/?ara> ), (erişim tarihi: 10.03.2017).
- TEKİN, Ö. A. ve Çidem, G. (2015). *Turizm öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumları ölçeği: bir geçerlilik ve güvenilirlik çalışması*. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8 (39): 975-986.
- TUNCER, M. ve Yeşiltaş, M. (2013). *Çalışma yaşam kalitesinin otel işletmesi çalışanları üzerindeki etkileri*. İşletme Araştırmaları Dergisi, 5(1): 57-78.
- TUİK (2021). İstatistik Veri Portalı (<https://data.tuik.gov.tr/>). (erişim tarihi: 25.04.2021).

Okul ve Sektör Algısının Öğrencilerin Devam Etme Niyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma

- ÜZÜMCÜ, T. P., Alyakut, Ö. ve Günsel, A. (2015). *Turizm eğitimi alan öğrencilerin, mesleğin geleceğine ilişkin bakış açıları*. Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute, 18(33): 179-199.
- VANDİER, B. (2011). The impact of school facilities on the learning environment. Doctorate Thesis, Capella University, America.
- WANG, Y., Luor, T., Luarn, P. ve Lu, H. (2015). *Contribution and trend to quality research a literature review of SERVQUAL model from 1998 to 2013*. Informatica Economica, 19(1): 34-45.
- YANG, H. (2016). *Catherine cheung, haiyan song, enhancing the learning and employability of hospitality graduates in China*. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, (19): 85-96.
- YILDIZ, O. ve Erdil, S. (2013). *Türkiye Hava yolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçümlenmesi*. Öneri Dergisi, 10 (39): 89-100. Retrieved from <https://dergi-park.org.tr/tr/pub/maruoneri/issue/17900/187805>.
- YILMAZ, V. ve Doğan, M. (2016). *Planlanmış davranış teorisi kullanılarak önerilen bir yapısal eşitlik modeli ile geri dönüşüm davranışlarının araştırılması*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(5): 191-205.