

**Öğrencilerin Pazarlama Mesleğini Seçme Nedenlerinin İncelenmesi:  
Harmancık Meslek Yüksekokulu Örneği**

Gencay SAATCI\*

**Özet**

Bu araştırma ile Uludağ Üniversitesi Harmancık Meslek Yüksekokulu bünyesinde bulunan Pazarlama Programında öğrenim gören öğrencilerin bu programı tercih etmelerinde etkili olan öncelikli faktörler değerlendirilmiştir. Öğrencilerinin demografik yapısının belirlenmesi, öğrenim gördükleri programı seçme nedenlerinin ortaya konması, gördükleri pazarlama eğitiminin gelecekle ilgili hedeflerine yönelik uyumluluğunun tespit etmek üzere yapılan çalışma, öğrencilerin tutum ve beklentilerinin tespiti; pazarlama müfredatının geliştirilmesi, ders içeriklerine uygun materyallerin belirlenmesi ve uygun öğretim tekniklerinin yaygınlaştırılması adına önem taşımaktadır.

Araştırma sonucunda bu programı tercih edenlerin büyük çoğunluğunun meslek lisesi mezunu olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin büyük çoğunluğu bir meslek sahibi olmak için bu bölümü okuduğu ve dikey geçiş yoluyla bir lisans programına devam etmek istediği anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra öğrencilerin meslekleri ile ilgili yenilikleri ve gelişmeleri takip etme oranının yüksek olması olumlu yöndedir.

**Anahtar Kelimeler:** Meslek Seçimi, Meslek Yüksekokulları, Pazarlama Eğitimi.

**Analysis Of Causes Students Selecting Marketing Profession: A Sample  
Of Vocational School Of Harmancık**

**Abstract**

By this research efficient factors about why students educating Marketing Program of Uludağ University Harmancık Vocational School prefer this department were assessed. To determine demographic structure of students is important in the way of revealing why students prefer their educating department, studies for determination compatibility of their Marketing Department and their targets for future, determination of

---

\* Öğretim Görevlisi, Uludağ Üniversitesi, Harmancık Meslek Yüksekokulu

approach and expectation of students, improving of marketing curriculum, determination of required materials for course contents and dissemination of appropriate teaching techniques.

As a result of this research, it is understood that students who preferred this department were graduated from vocational high school. At the end of the study, it was revealed that students educate at this department to have a job and want to continue with a degree program through external transfer exam. Besides, the rate of student's following innovation and development about their job is positive.

**Key Words:** Choice of Profession, Vocational Schools, Marketing Training.

### Giriş

Rekabet baskısı, teknolojik gelişmeler, işlerin niteliğinin değişmesi ve bunlara bağlı olarak nitelikli personel ihtiyacının artması, insan kaynaklarını işverenlerin öncelikli konularından biri haline getirmiştir (Breugh ve Starke, 2000: 408; Chan ve Ho, 2000: 320). Bununla birlikte tüketici ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak ve pastadan daha fazla pay alabilmek için işletmeler birbiriyle kıyasıya mücadele etmektedirler (Cömert ve Durmaz, 2006: 351). Bu durum işletmelerin teknolojik gelişmelere ayak uydurabilecek bilgi, beceri ve iş alışkanlıklarına sahip iyi eğitilmiş nitelikli iş gücü ihtiyacına olan gereksinimlerini artırmaktadır (Aşkı, 2012: 29).

Ülkemizde farklı alanlarda nitelikli iş gücünün karşılanması amacıyla çıraklık eğitimi, meslek liseleri, meslek yüksekokulları ve üniversite düzeyinde çeşitli eğitim kurumları oluşturulmuştur. Bu kurumlardan meslek yüksekokulları nitelikli ara elemanları yetiştirmesi ve ihtiyacı karşılaması açısından önemli bir yere sahiptir (Aşkı, 2011: 29).

Ülkemizde Meslek Yüksekokulları, mesleki ve teknik eğitimin yükseköğretim kademesindeki en üst kurumudur. Meslek Yüksekokulları, 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun 20. maddesinde düzenlenen ve iki yıllık ön lisans eğitimi veren yüksekokul statüsünde yükseköğrenim kuruluşlarıdır. Meslek yüksekokullarının üniversite bünyesinde bulunması, bu okulların gelişimi ve vizyonu açısından olumlu bir gelişmedir (Eşme, 2007: 17). Meslek yüksekokulları aslında kendi alanında lise mezunu ile dört yıllık lisans mezunu arasında bir meslekte istihdama yönelik eleman yetiştiren ve aynı zamanda dört yıllık lisans mezunu olabilmek için dikey geçiş yoluyla ileri seviyede yükseköğrenime açık olan yükseköğrenim birimleridir (Çiftçi, 2008: 1).

Meslek seçimi, bireyin yaşamı boyunca yaptığı seçimler arasında çok önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü birey mesleğini seçerken bir bakıma gelecekteki yaşamını da belirlemektedir (Körükçü ve Oğuz, 2011: 78). Bu bağlamda; pazarlama sektöründe çalışmak üzere öğrenim gören öğrencilerin, iş hayatının gerektirdiği biçimde eğitimlerinin verilerek istihdam edilebilirliğinin artırılması ve beceriye sahip vasıflı elemanlar olarak yetiştirilmesinin sağlanması gerekmektedir

### **Yöntem**

#### **Veri Toplama Araç ve Teknikleri**

Araştırmada veri toplama tekniği olarak yüz yüze görüşme, veri toplama aracı olarak ise; araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik ifadelerin yer aldığı anket formu kullanılmıştır. Birinci bölümde öğrencilere ait demografik sorular yer alırken, ikinci bölümde; öğrencilerin öğretim elemanlarının performanslarına bakış açıları ölçülmeye çalışılmış ve son bölümde ise; meslek yüksekokulu tercih etme amacı, gelecekte beklenen, alanında iş bulma ve pazarlama programı hakkındaki genel düşüncelerinin belirlenmesine yönelik önermeler sunulmuştur.

#### **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmada, pazarlama mesleğini ve Harmanlık Meslek Yüksekokulu'nu seçim kriterlerinin belirlenmesine yönelik; (1)“Kesinlikle Katılmıyorum” ile (5)“Kesinlikle Katılıyorum” arasında değişen 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler; birincil veri toplama yöntemlerinden, yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmış olup, soru formu açık ve yapısal olarak düzenlenmiştir. Uygulama yapılan öğrencilerin, araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşme yöntemi uygulanması sonucunda deneklerin yorumlarını almak da mümkün olmuştur. Bu durum da çalışmanın araştırmacılar tarafından yorumlanması aşamasında farklı bakış açıları geliştirmelerini sağlamıştır.

#### **Araştırmanın Çerçevesi**

Harmanlık Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programı öğrencilerinin, pazarlama mesleğini seçme nedenlerinin ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine yönelik oluşturulan çalışma, ilgili yazında konularla ilgili yapılan çalışmaların örnek alınması suretiyle hazırlanmıştır.

### Evren, Örneklem ve Veri Toplama Süreci Yöntemi

Araştırma, Uludağ Üniversitesi Harmanlık Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programı öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın evrenini yüksekokuldaki pazarlama programına kayıtlı olan 90 adet öğrenci oluşturmaktadır. Uygulamanın ana kümesini, pazarlama programına kayıtlı tüm öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak ana kümenin büyüklüğü nedeniyle, çalışmanın örnekleme, Uludağ Üniversitesi Harmanlık Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programı öğrencileri olarak belirlenmiştir.

Elde edilen veriler değerlendirildiğinde; söz konusu öğrencilerin tümünün çalışmayı destekleyecek niteliklerde rasyonel ve sağlıklı veriler verdiği saptanmıştır. Araştırma verileri 2012 yılı Nisan ayında toplanmıştır.

### Çalışmanın Kısıtları

Araştırmanın en önemli kısıtı maliyettir. Anket uygulamasının tüm evrende uygulanabilmesinin maliyeti oldukça yüksek olacağı için örneklem büyüklüğü asgari düzeyde tutulmuştur.

### Analiz ve Bulguların Yorumlanması

Yapılan anketler SPSS (Statistical Package for Social Sciences, Version 20) programına aktarılmış ve araştırma analizleri bu programda tamamlanmıştır. Buna göre; elde edilen ham verilerin analizinden sonra ortaya çıkan istatistikî sonuçlar ve yorumları şu şekildedir:

**Tablo 1: Güvenilirlik Analizi Testi**

Cronbach's Alpha	N of Items
,755	33

Program, analizleri ortalama % 76 güven düzeyinde gerçekleştirmektedir. Bu durum da; yapılan çalışmanın istatistikî olarak kabul edilebilir sınırlar dâhilinde şekillendiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

**Tablo 2: Uygulama Yapılan Öğrencilere Ait Değişkenler**

Öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları, genel not ortalamaları, mezun oldukları lise türleri, ailelerinin yaşadığı yerleşim yerleri ve gelir

düzeylerine ilişkin değerleri tespit edilmiştir. Tablo 2’de ise öğrencilerin demografik özellikleri ile ilgili veriler sunulmaktadır.

<i>Değişkenler</i>	<i>Sıklık (N)</i>	<i>Yüzde Değeri (%)</i>
<b>I. BÖLÜM</b>		
<b><i>Cinsiyet</i></b>		
Kadın	37	41,1
Erkek	53	58,9
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b><i>Öğrenim Türü</i></b>		
Örgün Öğretim	69	76,7
İkinci Öğretim	21	23,3
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b><i>Yaş</i></b>		
16–20 Arası	38	42,2
21–25 Arası	51	56,7
26–30 Arası	1	1,1
31 ve Üzeri	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b><i>Genel Not Ortalaması</i></b>		
0,00–0,99 Arası	11	12,2
1,00–1,99 Arası	35	38,9
2,00–2,99 Arası	33	36,7
3,00–4,00 Arası	11	12,2
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b><i>Mezun Olunan Lise Türü</i></b>		
Düz Lise	40	44,4
Meslek Lisesi	47	52,2
Anadolu Lisesi	3	3,3
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b><i>Aile İkamet Yeri</i></b>		
Büyükşehir	49	54,4
Şehir	18	20,0
İlçe	19	21,1
Belde	1	1,1
Köy	3	3,3
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b><i>Ailede Pazarlama Mesleği Yapan Birey</i></b>		

Evet	19	21,1
Hayır	71	78,9
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b>Öğrenci İkamet Yeri</b>		
Aile Yanı	16	17,8
Öğrenci Evi	39	43,3
Devlet Yurdu	24	26,7
Özel Yurt	11	12,2
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b>Bölüm Memnuniyet Durumu</b>		
İsteyerek Yazdım Memnunum	44	48,9
İsteyerek Yazdım, Memnun Değilim	13	14,4
İstemeyerek Yazdım, Memnunum	23	25,6
İstemeyerek Yazdım, Memnun Değilim	10	11,1
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b>Aile Gelir Düzeyi</b>		
250-500 TL	1	1,1
501-750 TL	8	8,9
751-1000 TL	26	28,9
1001-1250 TL	32	35,6
1251 TL ve üzeri	23	25,6
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b>Aylık Harçlık</b>		
0-250 TL	17	18,9
251-500 TL	50	55,6
501-750 TL	17	18,9
751-1000 TL	5	5,6
1001 TL ve üzeri	1	1,1
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b>II: BÖLÜM</b>		
<b>Öğretim Elemanlarını Değerlendirme</b>		
<b>Öğretim Elemanlarının Performansı</b>		
Yeterli	52	57,8
Kısmen Yeterli	35	38,9
Yeterli Değil	3	3,3
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b>Öğretim Elemanlarının Ders İçi İlişkileri</b>		

Yeterli	50	55,6
Kısmen Yeterli	35	38,9
Yeterli Değil	5	5,6
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
<b>Öğretim Elemanlarının Ders Dışı İlişkileri</b>		
Yeterli	35	38,9
Kısmen Yeterli	30	33,3
Yeterli Değil	25	27,8
<b>TOPLAM</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

**Not:** Yüzdeler en yakın değere yuvarlanmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %41,1'i (37 kişi) kadın, %58,9'u (53 kişi) erkektir. Öğrenim türlerine göre ayırım yapıldığında ise %76,7'si (69 kişi) örgün öğretim, %23,3'ü (21 kişi) de ikinci öğretim öğrencisidir. Yaş aralıklarına göre incelendiğinde ise; 16–20 yaş arası 38 (%42,2) kişi, 21–25 yaş arası 51 (%56,7) kişi, 26–30 yaş arası 1 (%1,1) kişi bulunmaktadır. Öğrencilerin genel not ortalamaları incelendiğinde de; 0,00–1,00 arası 11 kişi (%12,2), 1,01–2,00 arası 35 kişi (%38,9), 2,01–3,00 arası 33 kişi (%36,7), 3,01–4,00 arası 11 kişi (%12,2) yer almaktadır. Mezun olunan lise türüne göre sınıflandırıldığında; %52,2 (47 kişi) meslek lisesi, %44,4 (40 kişi) düz lise, %3,3 (3 kişi) anadolu lisesi mezuniyetine sahiptir.

Öğrencilerin aile ikamet yerleri incelendiğinde ise; %54,4'ü (49 kişi) büyükşehirde, %20'si (18 kişi) şehirde, %21,1'i (19 kişi) ilçede, %1,1'i (1 kişi) beldede ve %3,3'ü de (3 kişi) köyde ikamet etmektedir. Öğrencilerin Harmancık'ta ikamet ettikleri yerler ise sırasıyla şu şekildedir; %43,3'ü (39 kişi) öğrenci evi, %26,7'si (24 kişi) devlet yurdu, %17,8'si (16 kişi) aile yanında ve %12,2'si (11 kişi) de özel yurttadır. Öğrencilerin ailelerinde pazarlama mesleğini yapan birey olup olmadığı araştırıldığında ise; %78,9'u (71 kişi) olmadığını, %21,1'i (19 kişi) de olduğunu belirtmişlerdir.

Bölüm memnuniyet durumları incelendiğinde ise; %48,9'u (44 kişi) isteyerek yazıp memnun olduklarını, %25,6'sı (23 kişi) istemeyerek yazıp memnun olduklarını, %14,4'ü (13 kişi) isteyerek yazıp memnun olmadıklarını ve %11,1'i (10 kişi) de istemeyerek yazıp aynı zamanda da memnun olmadıklarını vurgulamışlardır. Aile gelir düzeyleri incelendiğinde ise; %35,6'sı (32 kişi) 1001–1250 TL, %28,9'u (26 kişi) 751–1000 TL, %25,6'sı (23 kişi) 1251 TL ve üzeri, %8,9'u (8 kişi) 501–750 TL, %1,1'i (1 kişi) de 250–500 TL gelirleri olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin aylık ortalama

harçlıkları sorulduğunda ise; %55,6'sı (50 kişi) 251–500 TL, %18,9'u (17 kişi) 501–750 TL, yine %18,9'u (17 kişi) 0–250 TL, %5,6'sı (5 kişi) 751–1000 TL, %1,1'i (1 kişi) de 1001 TL ve üzeri harcamaları olduğunu belirtmişlerdir.

Öğretim elemanlarını değerlendirmeleri aşamasında ortaya çıkan sonuçlar ise şu şekildedir; öğretim elemanlarının performansını 52 kişi, (%57,8) yeterli, 35 kişi (%38,9) kısmen yeterli ve 3 kişi (%3,3) de yetersiz bulmuştur. Öğretim elemanlarının ders içi ilişkilerini 50 kişi (%55,6) yeterli, 35 kişi (%38,9) kısmen yeterli ve 5 kişi (%5,6) de yetersiz bulmuştur. Öğretim elemanlarının ders dışı ilişkileri incelendiğinde ise; 35 kişi (%38,9) yeterli, 30 kişi (%33,3) kısmen yeterli, 25 kişi (%27,8) de yetersiz bulmuştur.

**Tablo 3: Önermelere İlişkin Analiz Sonuçları**

ÖNERMELER	A.O.	S.S.
<b>STAJLAR</b>		
1. Çalışma yaşamına hazırlanmak için bir fırsattır.	4,47	,902
2. Sektörü tanıma şansı yaratır.	4,42	,749
3. Yeni bilgiler öğrenme imkânı sunar.	4,39	,817
4. Okulda öğrenilen bilgilerin uygulamada nasıl işlediğini görme şansı yaratır.	3,91	1,186
5. Stajlar sadece yapılması gereken bir zorunluluktur.	2,54	1,367
<b>MYO OKUMADAKİ AMAÇ</b>		
6. Bir meslek sahibi olmak istiyorum.	4,27	1,140
7. Ailem istediği için okuyorum.	3,83	1,343
8. DGS yoluyla bir fakülteye yerleşmeyi düşünüyorum.	3,56	1,462
9. Üniversite eğitimi almak için okuyorum.	1,80	1,144
10. Mesleğimde kariyer yapmak istiyorum.	3,60	1,322
<b>MYO OKUMANIN SAĞLADIĞI KATKI</b>		
11. Toplumda statü kazanma sağlar.	2,48	1,292
12. Mesleki açıdan gelişim yaratır.	4,00	1,218
13. Sadece diplomaya sahip olunur.	2,79	1,285
14. Bir katkı sağlamayacağını düşünüyorum.	2,00	1,236
<b>GELECEKTEN BEKLENTİ</b>		
15. Mesleğim ile ilgili bir işte çalışabilirim.	2,46	1,447
16. Herhangi bir işte çalışabilirim.	3,12	1,297
17. Bu alanda başarısız olacağımı sanıyorum.	1,87	1,073
<b>MEZUN OLDUKTAN SONRA ALANINDA İŞ BULMA</b>		



18. İş bulamayacağımı düşünüyorum.	3,72	1,209
<b>19. İş bulma konusunda özgüvenimin eksik olduğunu düşünüyorum.</b>	<b>2,03</b>	<b>1,575</b>
20. Piyasa şartlarının çok zorlu olduğunu düşünüyorum.	3,14	1,481
<b>21. Fakülte mezunlarının tercih edilebilirlik oranları daha yüksektir.</b>	<b>3,77</b>	<b>1,218</b>
<b>HARMANCIK MYO SEÇİM NEDENLERİ</b>		
22. Kişisel özelliklerim pazarlama mesleğine yatkındır.	3,94	1,174
<b>23. Uludağ Üniversitesinin eğitim kalitesinin ve mezunlarının iş bulma kapasitesinin yüksek olmasıdır.</b>	<b>4,01</b>	<b>,989</b>
<b>24. Aldığım LYS puanının bu bölüme girmeye yetmesidir.</b>	<b>3,67</b>	<b>1,315</b>
25. Harmancık ilçesinin memleketim olması / memleketime yakın olmasıdır.	3,74	1,362
<b>PAZARLAMA PROGRAMI GENEL DEĞERLENDİRME</b>		
26. Pazarlama dersleri, toplum ve tüketici ilişkisini kavrayabilmek açısından faydalıdır.	3,07	1,261
27. Pazarlama derslerinde öğretilen konular günlük hayatta kullanılabilir niteliktedir.	3,94	1,284
<b>28. Pazarlama dersleri uygulamadan çok teori ağırlıklıdır.</b>	<b>4,47</b>	<b>,902</b>
29. Pazarlamanın diğer işletme unsurları ile olan ilişkisini öğrenmek açısından pazarlama dersleri faydalıdır.	4,42	,749
30. Pazarlama derslerini zorunlu olmasa da almak isterdim.	4,39	,817
31. Pazarlama programının kariyer imkânları oldukça geniştir.	3,91	1,186
<b>32. Pazarlamada etik olmayan birçok uygulama vardır.</b>	<b>2,54</b>	<b>1,367</b>
33. Satış ve pazarlama zor değildir ve eğlencelidir.	3,94	1,284

Önermeler; stajlar, MYO okumadaki amaç, MYO okumanın sağladığı katkı, gelecekte beklenen, mezun olduktan sonra alanında iş bulma, Harmancık MYO seçim nedenleri ve pazarlama programı genel değerlendirme adı altında sıralanmış ve bu sıralamaya göre analiz edilmiştir. Yapılan değişken analizi sonucunda verilen başlıklara göre

aritmetik ortalama ve standart sapmalarına göre ön plâna çıkan önermeler şu şekildedir:

Stajlar başlığı altında “Çalışma yaşamına hazırlanmak için bir fırsattır.” ifadesine en yüksek oranda katılım gözlenmiştir. “Stajlar sadece yapılması gereken bir zorunluluktur.” ifadesine de en düşük oranda katılım gözlenmiştir.

MYO okumadaki amaç kategorisinde “Bir meslek sahibi olmak istiyorum.” önermesine en yüksek katılım gerçekleşirken; “Üniversite eğitimi almak için okuyorum.” önermesinin en düşük katılım oranına sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

MYO okumanın sağladığı katkı başlığı altında “Mesleki açıdan gelişim yaratır.” ifadesine yüksek bir katılım gözlenirken, “Bir katkı sağlamayacağımı düşünüyorum.” ifadesine de en düşük oranda katılım söz konusudur.

Gelecekte beklenen sınıflandırması altındaki önermeler incelendiğinde de “Herhangi bir işte çalışabilirim.” ifadesi büyük oranda katılımın sağlandığı ifade olurken “Bu alanda başarısız olacağımı sanıyorum.” ifadesi de düşük bir oran göstermektedir.

Mezun olduktan sonra alanında iş bulma başlığı altında, “Fakülte mezunlarının tercih edilebilirlik oranları daha yüksektir.” önermesi en yüksek katılımlı önerme olurken, “İş bulma konusunda özgüvenimin eksik olduğunu düşünüyorum.” önermesi de en düşük katılımlı önerme olarak göze çarpmaktadır.

Harmancık MYO seçim nedenleri kategorisi incelendiğinde de; “Uludağ Üniversitesinin eğitim kalitesinin ve mezunlarının iş bulma kapasitesinin yüksek olmasıdır.” ifadesine yüksek bir katılım gözlenirken, “Aldığım LYS puanının bu bölüme girmeye yetmesidir.” ifadesinin düşük bir katılıma sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Son olarak pazarlama programı genel değerlendirme kategorisinde, “Pazarlama dersleri uygulamadan çok teori ağırlıklıdır.” önermesi en yüksek oranda katılıma sahip olurken; “Pazarlamada etik olmayan birçok uygulama vardır.” önermesi de en düşük katılımlı önerme olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. Değişkenlerin Regresyon Analizleri

Not Ortalaması		
<b>İş Bulma 1</b>	<b>Pearson Correlation</b>	- ,371(**)
<i>İş bulamayacağımı düşünüyorum.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,000
Not Ortalaması		
<b>İş Bulma 2</b>	<b>Pearson Correlation</b>	-,235(*)
<i>İş bulma konusunda özgüvenimin eksik olduğunu düşünüyorum.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,026
Not Ortalaması		
<b>İş Bulma 3</b>	<b>Pearson Correlation</b>	-,209(*)
<i>Piyasa şartlarının çok zorlu olduğunu düşünüyorum.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,048
Not Ortalaması		
<b>MYO Seçim 3</b>	<b>Pearson Correlation</b>	-,260(*)
<i>Aldığım LGS puanı bu bölüme girmeye yetmesidir.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,013
Not Ortalaması		
<b>Pazarlama 4</b>	<b>Pearson Correlation</b>	,211(*)
<i>Pazarlamanın diğer işletme unsurları ile olan ilişkisini öğrenmek açısından pazarlama dersleri faydalıdır.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,046
Not Ortalaması		
<b>Pazarlama 5</b>	<b>Pearson Correlation</b>	,264(*)
<i>Pazarlama derslerini zorunlu olmasa da almak isterdim.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,012
Aile Yerleşim		
<b>İş Bulma 3</b>	<b>Pearson Correlation</b>	,238(*)
<i>Piyasa şartlarının çok zorlu olduğunu düşünüyorum.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,024
Memnuniyet		
<b>Amaç 5</b>	<b>Pearson Correlation</b>	-,231(*)
<i>Mesleğimde kariyer yapmak istiyorum.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,028
Memnuniyet		
<b>MYO Seçim 1</b>	<b>Pearson Correlation</b>	- ,274(**)
<i>Kişisel özelliklerim pazarlama mesleğine yatkındır.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,009
Memnuniyet		
<b>MYO Seçim 2</b>	<b>Pearson Correlation</b>	-,246(*)
<i>Uludağ Üniversitesinin eğitim kalitesinin ve</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	,019

<i>mezunlarının iş bulma kapasitesinin yüksek olmasıdır.</i>		
<b>Memnuniyet</b>		
<b>Pazarlama 5</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>-,213(*)</b>
<i>Pazarlama derslerini zorunlu olmasa da almak isterdim.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	<b>,044</b>
<b>Aile Gelir Düzeyi</b>		
<b>İş Bulma 3</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>-,243(*)</b>
<i>Piyasa şartlarının çok zorlu olduğunu düşünüyorum.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	<b>,021</b>
<b>Aylık Harçlık</b>		
<b>Amaç 1</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>-,227(*)</b>
<i>Bir meslek sahibi olmak istiyorum.</i>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	<b>,031</b>

Yapılan regresyon analizi sonucunda ise; bağımsız değişkenler, genel not ortalaması, aile yerleşim yeri, bölüm memnuniyet durumu, aile gelir düzeyi ve aylık harçlık ile bağımlı değişkenler olan, stajlar, MYO okumadaki amaç, MYO okumanın sağladığı katkı, gelecekte beklenen, mezun olduktan sonra alanında iş bulma, Harmanlık MYO seçim nedenleri ile pazarlama programının genel olarak katkısını belirlemeye yönelik önermeler arasındaki ilişki düzeyleri şu şekilde ortaya çıkmıştır:

Genel not ortalaması ile “İş bulamayacağımı düşünüyorum.”, “İş bulma konusunda özgüvenimin eksik olduğunu düşünüyorum”, “Piyasa şartlarının çok zorlu olduğunu düşünüyorum.” ve “Aldığım LYS puanı bu bölüme girmeye yetmesidir.” önermeleri arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Yine genel not ortalaması ile “Pazarlamanın diğer işletme unsurları ile olan ilişkisini öğrenmek açısından pazarlama dersleri faydalıdır.”ve “Pazarlama derslerini zorunlu olmasa da almak isterdim.” önermeleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Aile yerleşim yeri ile “Piyasa şartlarının çok zorlu olduğunu düşünüyorum.” önermesi arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir.

Bölüm memnuniyet durumu ile “Mesleğimde kariyer yapmak istiyorum.”, “Kişisel özelliklerim pazarlama mesleğine yatkındır.”, “Uludağ Üniversitesinin eğitim kalitesinin ve mezunlarının iş bulma kapasitesinin yüksek olmasıdır.” ve “Pazarlama derslerini zorunlu olmasa da almak isterdim.” önermeleri arasında negatif yönlü ilişki olduğu saptanmıştır.

Aile gelir düzeyi ile “Piyasa şartlarının çok zorlu olduğunu düşünüyorum.” önermesi ve öğrencinin aylık harçlık durumu ile “Bir

meslek sahibi olmak istiyorum.” önermesi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Çalışmada Uludağ Üniversitesi Harmancık Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programındaki öğrencilerin genel yapısının, bu programı tercih etme nedenlerinin, derslerle ilgili görüşlerinin ve gelecekle ilgili planlarında meslek yüksekokulunun etkisinin ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi için anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Ankete verilen yanıtlar değerlendirilerek şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Bireyin yaptığı mesleği sevmesi ve saygı duyması, bireyin kendine güven duyarak, yaptığı işten doyum duymasını ve hayattan zevk almasını sağlar. Pazarlama mesleğine karşı meslek saygısı oluşması için, mesleğin sosyal ve ekonomik koşullarının daha iyi hale getirilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Ülkemizde meslek yüksekokullarının, mesleki ve teknik eğitimin yükseköğretim kademesindeki en üst kurumu durumunda olmasının yanında; bir meslekte istihdama yönelik eleman yetiştiren ve dikey geçiş yoluyla yükseköğrenime açık olan birimlerdir. Kariyer tercihi konusunda, LYS sonucuna göre öğrenciler kimi zaman arzu ettikleri, kendilerine uygun olan bölümlerde, kimi zamanda puanlarının yettiği, ama kendilerine çok da uygun olmayan bölümlerde eğitimlerine devam etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu durum da öğrencilerin memnuniyet düzeylerini azaltan bir etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat diğer taraftan ankete katılan öğrencilerin mezun oldukları lise türünün çoğunluğunun meslek lisesi olması da önceden belirlenmiş bir kariyer hedeflerinin olduğunun göstergesidir.

Kaliteli eğitimin önkoşullarından biri olan öğrencilerin derse ilgilerinin artırılması ve öğrencilerin başarı oranlarının yükseltilmesi için her öğrencinin kendi ilgi ve yetenekleri doğrultusunda bir mesleğe yönlendirilmesi için ilköğretimden itibaren mesleki yönlendirme programlarının daha işlevsel duruma getirilmesi için çalışmalar yapılabilir.

Genel olarak bakıldığında da öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun programlarını isteyerek yazdıkları ve memnun olduklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte öğretim elemanlarını değerlendirme aşamasında verilen yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda, genel olarak öğretim elemanlarının performansını, ders içi ve ders dışı ilişkilerini yeterli bulduklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla bu faktörler de öğrencilerin

memnuniyet düzeylerini doğrudan etkiledikleri için her kurumun kendi bünyesinde belirli aralıklarla bu tür değerlendirmeler yaparak mevcut durum hakkında veriler elde ederek aksayan taraflar hakkında düzeltme yapma imkânı bulabileceklerdir.

Uygulamaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun aile ikamet yerinin büyükşehir olması ve fakülte mezunlarının tercih edilebilirlik oranlarının daha yüksek olması öğrencilerin gelecekte beklenenleri ve iş bulma konusunda özgüven eksikliklerinin ortaya çıktığının göstergesidir. Bu durum karşısında, iş hayatlarında karşılarına çıkabilecek rakiplerinin niteliklerinden daha fazlasını elde etmeleri gerektiği, öğrencilerin eğitimlerine lisans düzeyinde devam etmeleri ya da kendi bilgi, beceri ve niteliklerini olabildiğince geliştirmeleri gerektiği konusunda bilinçlenmeleri sağlanmalıdır.

Genel olarak değerlendirildiğinde ise; öğrencilerin Harmançık Meslek Yüksekokulu'nu seçim kriterleri arasında Uludağ Üniversitesi'nin eğitim kalitesinin ve mezunlarının iş bulma kapasitesinin yüksek olması bulunmaktadır. Söz konusu durum öğrencilerin geleceğe daha güven ile bakmalarını sağlarken öğrenim gördükleri programdan memnuniyet düzeylerini artırmakta ve mesleklerini sevmelerini sağlamaktadır.

### Kaynakça

- AŞKI, Ayşin, (2012), Myo Mobilya ve Dekorasyon Programı Öğrencilerinin Bu Programı Tercih Etme Nedenlerinin ve Memnuniyet Durumlarının Araştırılması: Çomu Örneği. *Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi, Ormanlık Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 2, 28–38.
- BREAUGH, J. A. ve STARKE, M. (2000), Research on Employee Recruitment: So Many Studies, So Many Remaining Questions. *Journal of Management*, 26: 405–434.
- CHAN, S. Y. ve HO, S. M. (2000), Desired Attributes of Public Accounting Firms in The Job Selection Process: An Empirical Examination Of Accounting Graduates' Perceptions. *Accounting Education*, 9 (4) s.315–327.
- CÖMERT, Yavuz ve Yakup DURMAZ, (2006), Tüketicinin Tatmini İle Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Bütünleşik Yaklaşım ve Adıyaman İlinde Bir Alan Çalışması. *Journal of Yasar University*, 1 (4), 351–375.

ÇİFTÇİ, Ahmet, (2008), Önlisans Eğitimi Veren Meslek Yüksekokulları Üzerine Bir Değerlendirme Raporu, *III. Ulusal Meslek Yüksek Okulları Müdürler Toplantısı*  
<http://myotoplantisi.cu.edu.tr/komisyon1/yanikogludenktaskomisyonI.doc.>,  
Erişim Tarihi: 12.06.2012.

EŞME, İsa, (2007), Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitimin Bugünkü Durumu ve Sorunları. *Uluslararası Mesleki ve Teknik Eğitim Konferansı Bildiri Kitabı*, Yükseköğretim Kurulu Yayını.

KÖRÜKÇÜ, Özlem ve Vuslat OĞUZ, (2011), Okul Öncesi Eğitimi Öğretmen Adaylarının Mesleki Benlik Saygıları. *Kurumsal Eğitimbilim*, 4 (2), 77–85.