

Turizm Öğrencilerinin Staj Deneyiminde Algıladıkları Motivasyonun Herzberg Kuramına Göre Değerlendirilmesi: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği

Prof. Dr. Zeynep ASLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi
z.aslan@nevsehir.edu.tr

Arş. Gör. Gamze ÇOBAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi
gamzecoban@nevsehir.edu.tr

Arş. Gör. Zeynep ÇOKAL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi
zeynepkabaoglu@nevsehir.edu.tr

Özet

Turizm sektörü açısından motivasyon kuramları önemli bir yere sahiptir. Bu kuramlardan bir tanesi de Herzberg'in Çift Faktör Kuramı'dır. Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe staj yapan öğrencilerin staj süresince, Herzberg'in belirlemiş olduğu Çift Faktör Kuramının güdülenmeleri üzerinde ne derecede etkili olduğunu ortaya koyarak analiz etmektir. Bu çalışma ile öğrencilerin turizm sektörüne bakış açısını ortaya koyarak, sektörde çalışmaya devam edip etmemelerinde Herzberg'in belirlediği faktörlerin etkili olup olmadığı incelenmeye çalışılacaktır. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi turizm işletmeciliği, turizm rehberliği ve gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden en az bir kez staj yapmış olanlar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. 1. sınıf öğrencilerinin henüz üniversite öğrencisi olarak staj yapmadığı göz önünde bulundurularak 1. sınıf öğrencileri araştırmaya dahil edilmemiştir. Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için, öncelikle bir literatür incelemesi yapılmış ve bu bilgilerden yola çıkarak bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. 2013 yılının Aralık ayında beş gün boyunca devam eden araştırmanın sonunda ana kitleye uygun 152 kişiden anket toplanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket metodu seçilmiştir. Araştırma sonucunda, Herzberg'in Çift Faktör Kuramında yer alan hijyen ve motivasyon faktörlerinin genel olarak stajyerler tarafından önemli bulunduğu görülmektedir. Sektörde çalışmak istemeyen öğrencilerin, devam etmek istememe nedenleri incelendiğinde ise etkili ilk üç faktörün hijyen faktörü olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Motivasyon, Herzberg'in Çift Faktör Kuramı, Staj Yapan Turizm Öğrencileri

The Evaluation Of The Education Received By Tourism Students During Internship According To Herzberg's Theory: Case Of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty Of Tourism

Abstract

Motivation theories are important for tourism industry. One of those theories is Herzberg's two-factor theory. The purpose of this study is to discover and analyze the level of two-factor theory's relevance to the students' perception of motivation during their internship period in tourism industry. By discovering the students' perspective on the industry, it is aimed to examine the impact of factors determined by Herzberg on students' decision whether to continue in tourism industry. The sample of the research consists of 2nd, 3rd, and 4th grade students of tourism management, tourism guidance, and gastronomy and culinary arts departments, in Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, who have completed at least one internship period. By considering the fact that 1st graders have not done any internship period as university students yet, they are not included in the research. With the ends of research in view, first a literature review was done, then based on this, a field research was conducted. Questionnaires were gathered from a total number of 152 students who may represent the universe, during five days in December 2013. As the data collection method, face-to-face survey method was preferred. In the results of the research, it can be seen that hygiene and motivation factor in Herzberg's two-factor theory were found significant by most of the interns. When the reasons for the unwillingness of students who were not willing to work in tourism industry were examined, it was determined that the first three factors were the hygiene factors.

Keywords: Motivation, Herzberg's Two-Factor Theory, Tourism Interns

Giriş

Günümüzde yaşanan hızlı teknolojik gelişmelere karşın turizm halen insan gücüne fazlasıyla bağımlı bir sektör olarak varlığını sürdürmektedir. Bu nedenle turizm gibi emek-yoğun sektörlerde insan gücü önemli bir yere sahiptir. Müşteri ile yüz yüze iletişim halinde olan işgörenlerin işlerini sevmesi ve daha iyi hizmet sunabilmesi yani bu sektörde hizmet verenlerin verimli olabilmesi motivasyonları ile ilişkilidir. Motivasyonu bir hedefe ulaşma doğrultusunda; gayrete ilişkin yoğunluk, istikamet ve kararlılık olarak tanımlamak mümkündür (Robbins ve Judge, 2012: 204). İşgörenlerin belirlenen hedefe kararlılık ile ulaşabilmesi onları motive edecek faktörlere bağlıdır. Motivasyon faktörü ile ilgili birçok kuram geliştirildiği görülmektedir. Bu çalışma, sektöre yeni giren ve eğitilmiş olmaları nedeniyle önemli bir yere sahip olan turizm öğrencilerinin motive olması ile motivasyon kuramlarından biri olan Herzberg'in Çift Faktör Kuramı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada motivasyon kavramı, önemi ve Herzberg'in kuramına değinilmektedir. Ayrıca turizm sektöründe staj yapan öğrenciler ile bu hijyen faktörlerinin ilişkisi belirlenmeye çalışılmaktadır. Turizm ve motivasyon ilişkisini ele alan çok sayıda çalışma

olmasına karşın Herzberg'in Çift Faktör Kuramını lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler açısından inceleyen çok fazla çalışmaya araştırma esnasında rastlanmamıştır. Bu anlamda Türkçe yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.Motivasyon Kavramı Ve Önemi

Motivasyon kavramı farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Genel olarak motivasyon “bir veya birden çok insanı, belirli bir yöne (gaye ve amaca) doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır” (Ergül, 2005: 69). Bireyler sadece para ya da kendilerine cazip gelen bir iş ile motive olamamakta ve onları motive eden unsurlar farklılık arz etmektedir. Robbins (1998), ABD'deki çeşitlilikten örnekler vererek, herkesin işten beklentilerinin farklı olduğunu ve motivasyon şekillerinin farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Dolayısıyla, herkesi motive edecek tek bir unsurdan söz etmek mümkün değildir.

Motivasyon olmadan harekete geçmek, başarmak ve sonuca ulaşmak olanaksızdır. Bu yüzden, örgütsel yaşamda başarı için motivasyon şarttır. Bireysel ve örgütsel açıdan başarının en etkili yöntemi olan motivasyon (Aytürk, 2010: 109), genellikle amaca yönelik davranışlarla ilişkili bir süreçtir. Her bireyin sürekli olarak tatmin etmeye çalıştığı bazı ihtiyaçları bulunmaktadır. Bireyde bu ihtiyaçların ortaya çıkmasıyla motivasyon süreci başlamakta ve birey bu ihtiyaçları gidermek için belirli bir davranışta bulunmaktadır. Yönetici açısından önemli olan bireylerin huzurlu ve mutlu olacakları bir iş ortamı sağlamaktır. Çünkü ihtiyaçları tatmin edilen bireyler huzurlu ve mutlu olmaktadır (Küçük, 2007: 77). Bir işgöreni motive eden bir unsur başka bir işgören açısından önemsiz olabilmektedir (Aytürk, 2010: 109). Motivasyonda en önemli konu, işgören davranışlarını ve bunların nedenlerini bilmektir. Bireyleri motive etmek için, onların davranışlarının altında yatan iç ve dış etmenleri, amaçlarını saptamak gerekmektedir. Birey amaçlarına ulaşabildiği ölçüde mutlu olmakta, aksi takdirde birey huzursuzluk ve gerilim yaşamaktadır (Kaplan, 2007: 14).

Örgütteki işgörenlerin, görevinde başarılı ve verimli olabilmesi için ekonomik, fiziki ve psikolojik yönden motive edilmeleri gerekmektedir. (Genç, 2007: 261). Örgüt üyeleri kendilerine verilen görevleri yapmaya istekli olmadıkça, örgütte verimlilik ve etkinlik sağlanamamaktadır. İşgörenin emeği ve zamanı satın alınabilir iken; yaratıcılığı, girişimci ruhu, sadakati, bedeneni, fikren ve zihnen kendisini örgüte adanması parayla satın alınamamaktadır. Bunlar ancak örgütte iyi bir motivasyonun varlığı ve kullanılmasıyla elde edilebilmektedir (Sarıkurt, 2007: 8). Örgütler, amaçlarına iş görenleri sayesinde ulaşabilmektedir. Dolayısıyla örgütün verimi üzerinde en güçlü etkiye sahip olanlar da yine

işgörenlerdir. İşgörenlerin yetenekleri ve motivasyonları, eğitim düzeyleri kadar önemlidir (Yumuşak, 2008: 242). Örgütsel yaşamda bir yöneticinin işgörenini etkili ve verimli olarak çalıştırabilmesi için, öncelikle yönetimde etkili motivasyon tekniklerini bilmesi ve uygulaması gerekmektedir. Örgütlerde işgörenleri motive etme (güdüleme), onları etkili ve verimli çalışmaya ve başarılı olmaya sevk etme konusunda uygulanması önerilen yol ve yöntemler uygulanmalıdır (Aytürk, 2010: 116). Motivasyon kavramının içine; bireyin amacı, yeterliliği ile ilgili inancı, duyguları, değerleri, beceri ve ilişkileri girmektedir. Ancak motivasyonu dış ödüle bağlı olarak yaratma gayreti, yaratıcılığı zedelemekte, kendiliğinden ortaya çıkan olumlu ve iyi davranışları azaltarak kısa dönemli odaklanmaya yol açmaktadır (Baltaş, 2012: 28). Yönetimin temel görevlerinden birisi, örgütü oluşturan bireylerin amaçları ile örgütün amaçlarının etkin ve verimli bir şekilde uyumunun gerçekleşmesini sağlamaktır. İnsanlar kendi ihtiyaçlarını ve amaçlarını karşılama konusunda daha gayretli ve daha istekli görünürler. Ancak örgütün amaçlarını gerçekleştirme noktasında aynı gayreti ve isteği göstermeyebilirler (Küçük, 2007: 76). İşgörelere yaptıkları işi isteyerek yaptırmak için, işletme türü ne olursa olsun motivasyon araçlarını kullanmak gerekmektedir (Uçkun ve Pelit, 2003: 49). Bireyleri motive eden unsurların neler olduğu uzun süre araştırmalara konu olmuş, işgörenleri motive eden faktörleri belirlemeye yönelik çeşitli kuramlar geliştirilmiştir. Bu kuramlar içinde önemli bir yere sahip olan Herzberg'in Çift Faktör Kuramı'dır. Frederick Herzberg'in 1960'larda yaptığı araştırmalardan geliştirdiği kurama göre, işyerinde iki tür etmen işgörenin güdülenmesini etkilemektedir. Bunlardan birincisi motivasyon faktörü olarak da bilinen içsel faktörler, diğeri de hijyen faktörleri de denilen dışsal faktörlerdir (Yüksel, 2007: 139). Bunlardan hijyen faktörleri olarak adlandırılan faktörler, motivasyon sağlamamakta ancak memnuniyetsizliği önlemektedir. Türkçe literatürde iç faktörler olarak adlandırılan faktörler ise kişiyi motive eden faktörlerdir (Luthans, 1995: 152).

Motive edici faktörler olarak da bilinen içsel faktörler; işin kendisi, sorumluluk, ilerleme olanakları, statü, başarıma ve tanınma gibi faktörleri kapsamaktadır. Bu faktörlerin varlığı, kişiye kişisel başarı hissi verdiği için, kişiyi motive edecektir (Koçel, 2010: 626). Hijyen faktörleri olarak da bilinen dışsal faktörler; ücret artırma, yan ödemeler, teşvik primleri, çalışma koşullarının geliştirilmesi gibi faktörleri kapsamaktadır. Hijyen faktörleri, işletmede bulunması gereken asgari faktörlerdir. Bu faktörlerin varlıkları, motivasyon için gerekli ortamı yaratır. Motivasyon, motive edici faktörler sağlanırsa gerçekleştirilebilir (Güzel, 2010: 3419).

İşgörenleri motive eden etmenler; başarı, tanınma, işin kendisi, gelişme imkanları, ilerleme imkanları, sorumluluk ve geri bildirim gibi işlerin içeriği ile

ilgili iken, motivasyon düşüklüğüne neden olan faktörler ise, denetim kalitesi (tarzı), şirket kuralları ve politikası, ücret, iş güvenliği, kişisel yaşantı, statü ve bireyler arası ilişkiler (astlarla, üstlerle, akranlarla) gibi işin içeriği ile ilgili olmayıp daha çok çevresel ve örgütün yapısı ile ilgilidir (Gökçe, Şahin, Bulduklı, 2010: 237). Bunlar; şirket politikası, yönetim anlayışı, denetim, kişilerarası ilişkiler, çalışma koşulları, ücret, statü ve güvenlidir. Hijyen faktörleri motivasyonu etkileyerek iş tatminsizliğine yol açar, fakat bulunmaları halinde iş tatmini oluşturmaz, ancak iş tatminsizliğini engelleyebilir (Bassett-Jones ve Lloyd, 2005: 930-931).

Herzberg'e göre, örgütte işgörenlerin kötümser olmasına yol açan ve işten ayrılmasına ve tatminsizliğe neden olan "hijyenik açıdan negatif etmenler" ile, işgörenleri mutlu eden ve doyuma ulaştıran "özendirici etmenler" in birbirinden ayrılması bunların, işgöreni çalıştığı yerden koparan, ayıran etmenler olmasındandır (Sarıkurt, 2007: 15-16). Hijyen faktörlerinin motive edici özelliklerinin nispeten daha az olması nedeniyle bu faktörlerin varlığı bireyleri daha fazla çalışmaya sevk etmek için yeterli olmamaktadır (Küçük, 2007: 77). Hijyen faktörlerin negatif olması durumunda (örneğin, çalışma koşullarının çok iyi olmaması, aile yaşamının çok düzenli olmaması) motivasyonel etki ortadan kalkmaktadır. Herzberg'e göre hijyen faktörleri pozitif ise bu sadece işgörenler tarafından kabul görülür, motive edici olabileceği gibi motive edici etki göstermeyebilir (Kaplan, 2007: 39). McKerna ise hijyen faktörlerinin tek başına motive edici olmadığını ise "hastalığı önleyebilir ama iyileştirmez" ifadesi ile belirtmektedir (Gökçe, Şahin, Bulduklı, 2010: 237).

Özetle Herzberg tarafından ileri sürülen Çift Faktör Kuramı'na göre, her iki faktörün de düşük olduğu bir işte çalışan işgörenlerin motivasyonu düşük olmakta ve işgörenler işle ilgili sürekli şikayette bulunmaktadır. Bir örgütte içsel faktörlerin yüksek, hijyen faktörlerinin düşük olması durumunda ise; örgüt işgörenlerinin motivasyonlarının düşük ancak şikayet oranlarının yüksek olması beklenmektedir. Tam zıttı bir durum olan yüksek motivasyon, düşük hijyen faktörü durumunda ise; işgörenlerin motivasyonlarının yüksek, ancak çalışma ortamı hakkında şikayet oranlarının da yüksek olması beklenmektedir.

2.Turizm Sektöründe Yer Alan Stajyerler Ve Motivasyon İlişkisi

Emek-yoğun bir sektör olan turizm sektörü içinde yer alan işletmelerde işgücünün önemi diğer sektörlerle göre daha fazladır. Hizmeti satın alan müşteri ile hizmeti sunan işgörenin yüz yüze iletişim halinde olduğu bir sektörde, iş tatmini düşük olan işgörenin müşterisine tatmin edici bir düzeyde hizmet sunması ve müşteri tatmini sağlaması mümkün değildir (Akıncı, 2002: 2). Turizm işletmelerinde insan unsurunun önemi göz önüne alındığında, işgörenlerin iş tatmininin ve motivasyonunun da yüksek düzeyde tutulması

gerekmektedir. Turizm işletmeleri, günümüzdeki teknolojik ilerlemelere karşın hala işgücüne bağımlı işletmelerdir. Bu işletmelerde hizmetlerin yürütülmesi ve müşterilerin tatmin edilmesi, teknolojiden yararlanma olanaklarının sınırlı olmasından dolayı yoğun olarak işgörenlere bağlıdır (Akçadağ ve Özdemir, 2005: 167). Ayrıca turizm işletmelerinde, hizmetler heterojen olduğu için bu hizmetlerin yerine getirilmesi, makine ve teçhizatla birlikte daha çok insan gücüne dayanmaktadır. Bununla birlikte farklı bölümlerin beraber çalışmasıyla ancak hizmetlerin yerine getirilmesi mümkündür. Motivasyon ise, işgörenlerin iş yaşamında karşılaşacakları zorlukların üstesinden gelmesi için en uygun araçlardan biridir (Alkış ve Öztürk, 2009: 214).

İşgören bir örgütün örgüt olmasını sağlayan temel nedenlerin başında gelmektedir. Özellikle emek-yoğun işletmeler için işgören olmadan işletmenin var olması mümkün değildir. Turizm işletmeleri her ne kadar teknolojiden yararlı olsa da hizmetin kaliteli ve düzenli olarak yerine getirilmesinde işgörene ihtiyaç duyulmaktadır. İşgörenlerin de işletmenin kendilerinden bekleneni verebilmeleri için, istek ve beklentilerinin karşılanması gerekmektedir. İşgörenin beklentileri fizyolojik olduğu gibi sosyal ve psikolojik de olabilmektedir. Bu ihtiyaçları da ancak motivasyon araçları ile sağlamak mümkündür (Alkış ve Öztürk, 2009:214).

Her sektörde olduğu gibi hizmet sektöründe de yöneticinin başarısı işgörenin başarısına bağlıdır. Hizmeti yerine getiren kişi, doğrudan olarak hizmeti satın alan kişi (müşteri) ile etkileşim içerisinde olmaktadır. Bu etkileşim biçiminin kalitesi hizmet sektöründe satışların temelini ve sürekliliğini sağlayan faktörlerden biridir. İşte burada hizmeti sunan işgörenin içinde bulunduğu fiziksel ve psikolojik durum ön plana çıkmaktadır. İşletmenin başarısı ya da başarısızlığı işgörene bağlı olabilmektedir (Uçkun ve Pelit, 2003: 49-50). Turizm sektöründe, ekonomik faktörlere nazaran, psiko-sosyal faktörlerin, iş görenin iş tatmini üzerindeki etkisi daha fazladır. Örgütlerin iş görenlere sağladığı olanaklar arttıkça, iş görenlerin de iş tatmini düzeylerinin yükseldiği saptanmaktadır (Sarıçay, 2005: 31). Turizm sektörünün daha fazla gelişmesi için, tanıtıma, çeşitlendirmeye ve pazarlamaya ilişkin makro turizm politikalarının yanında; sektörde işgörenlerin iş verimliliğinin artırılmasına, iş tatmininin ve motivasyonlarının sağlanmasına yönelik özel ve mikro hedeflerin olması da gerekmektedir. Çünkü, turizm sektörü bir hizmet sektörüdür ve insan psikolojisi üzerine kuruludur (Sarıçay, 2005: 31).

Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de bu mesleğin eğitimini alan bireyler mesleğe atılmadan önce mesleğin gerekliliklerini öğrenmek durumundadır. Bu da sadece teorik bilgilerle olmamakta, uygulamayı da gerektirmektedir. Bu uygulama da en verimli olarak staj döneminde yapılmaktadır. Staj, bir meslek veya sanat dalı ile ilgili alınan eğitimi uygulamak

ve deneyim sahibi olmak amacıyla yürütülen etkinliktir. Stajyer, eğitim kurumunda öğrenim gören, mesleki beceri ve tecrübesini arttırmak üzere bir işletme bünyesinde gelişimini devam ettiren işgörendir (Uysal, 2013: 93). Staj çalışmaları, ülkemizde ortaöğretimden, meslek yüksekokullarından ve fakültelerden mezun olabilmek için yerine getirilmesi gereken şartlardan biridir (Karacan ve Karacan, 2004: 169). Eğitim öğretim programlarına ciddi bir destek niteliği taşıyan staj, birçok avantajı bünyesinde barındırmasına karşın, görev alanı ile ilgili tanımlama oluşturulmadığı için yaşanan çeşitli uyumsuzluklar sonucu öğrencinin motivasyonunu olumsuz etkilemektedir (Benli ve Karaosmanoğlu, 2005: 16). Stajyerler de işçi gibi işverene bağımlı olarak çalışmakta, ancak bilgisini artırma, uygulama yapma ve deneyim sahibi olma amaçlarına dönük olarak kısa dönemli istihdam edildiklerinden iş kanunu kapsamı dışında tutulmaktadır (www.turizm gazetes i .com, 2014). Turizm sektöründe ucuz iş gücü olması nedeniyle tercih edilen öğrenciler, staj döneminde yoğun ve ağır şartlar altında çalıştırılmaktadır. Düşük maaş ve zor şartlarda çalışan stajyer öğrencilerin motivasyon düzeyi, buna bağlı olarak da verdikleri hizmetin kalitesi düşmektedir. Turizmin mevsimsellik özelliği göz önünde bulundurulduğunda Herzberg'in Çift faktör Kuramı içinde yer alan iş güvenliği faktörünün turizm sektöründe ortaya çıkma ihtimali yüksek olmaktadır. Ülkemizde turizmin kıyı bölgelerde yoğunlaşması nedeniyle öğrenciler tarafından bu bölgeler staj için tercih edilmektedir. İkamet ettikleri bölgelerden turizmin yoğun olduğu bu bölgelere giden stajyerler konaklama açısından da büyük sorunlar yaşamaktadır. Herzberg'in çift faktör kuramında yer alan fiziksel koşul şartı sağlanamadığı için bu durum motivasyonun düşmesine neden olmaktadır.

Konuyla ilgili literatürde birçok çalışma yapılmış ve öğrencilerin sektörü tercih etmeme nedenleri belirtilmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda sektörün tercih edilmek istenmemesinin nedenleri arasında; sektördeki birçok işin mevsimlik olması, yarı zamanlı olması, yetersiz sosyal güvence olanakları, stresli çalışma ortamı, düzensiz ve uzun çalışma saatleri, ücretlerin düşüklüğü, yetkilendirmede yaşanan güçlükler gibi faktörler sayılmıştır (İçöz,1991; Eren, 2000; Ayman kuy ve Ayman kuy, 2002; Pelit ve Güçer, 2006; Benli ve Karaosmanoğlu, 2005). Örneğin Staj, öğrencinin sektörü tanıması ve adapte olması için uygulanan bir yöntem olmasına karşın, Ayman kuy ve Ayman kuy'un (2002) çalışmasında staj süresince karşılaştıkları zorlu ve olumsuz çalışma koşulları ve diğer faktörlerin öğrencileri sektörde kariyer yapmaktan uzaklaştırdığı sonucuna varılmıştır.

Çimen (2008) tarafından turizm lisans öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada sektörü seçmede cinsiyetin önemli bir faktör olduğu, öğrencilerin bağımsız çalışma, saygı görme ve iş güvencesine önem verdikleri bulgusuna

ulaşmıştır. Üngüren ve Ehtiyar'ın (2008) turizm eğitimini ve öğrencilerin tutumlarını belirlemeye yönelik yaptıkları araştırmalarda, turizm eğitimi almış mezunların sektörü terk etme eğiliminde olduğu ve başka sektörlerde çalışmak istedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler ışığında, stajyer öğrencilerin motivasyonunu artırmak için Herzberg'in Çift Faktör Kuramını başarı ile işletmede uygulamak etkili olabilmektedir.

Sonuç olarak, öğrencilerin staj döneminde yaşadığı sorunların başında, ucuz işgücü olarak görülmeleri gelmektedir. Ayrıca öğrenciler stajları sırasında sosyal haklardan yeterince yararlanamamaktadır. İşgörenlerin beslenme ve barınma olanakları çok kısıtlı ve kalitesiz olabilmektedir. Bir çok işletmede öğrencilerin eğitim aldıkları alanlardan farklı alanlarda ve uzun saatler boyunca çalıştırılmaları da staj yapan öğrencilerin daha işin başlangıcında sektörden soğumasına yol açabilmektedir (www.turizm gazetesi.com, 2014). Tüm bunlar Herzberg'in Çift Faktör kuramında yer alan hijyen ve motivasyon faktörleri nedeniyle motivasyon düşüklüğüne ve dolaylı olarak işletmenin performansının düşmesine neden olabilmektedir.

3.Yöntem

Araştırmanın Ana Kitle, Örneklemi ve Veri Toplama Süreci

Bu araştırmanın ana kitesini Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi'ne kayıtlı olan ve en az bir kez staj yapmış turizm işletmeciliği, gastronomi ve mutfak sanatları ile turizm rehberliği bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme yönteminde en kolay bulunan denek en ideal olanıdır. Denek bulma işlemi arzu edilen örnek büyüklüğüne ulaşıncaya kadar devam etmektedir. Ulaşılabilen ve arzu eden herkes ankete katılabilmektedir. Öğrencilere ulaşmanın kolay olması nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir (Altunışık vd. 2012:142).

Bu araştırmada hem birincil hem de ikincil verilerden yararlanılmıştır. Birincil veri toplama tekniklerinden anket yöntemi tercih edilmiştir. Veri toplama aracı olarak 5'li likert ölçeği ile hazırlanmış anket formu kullanılmıştır. Araştırmanın anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların profilini belirlemeye yönelik demografik sorular, ikinci bölümünde beş başlık halinde önem derecesini ve stajyer öğrencilere göre işletmenin yeterliliğini ölçen motivasyon ile ilgili sorular içeren 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Üçüncü bölümde ise, katılımcılara turizm sektöründe çalışmaya devam edip etmeyecekleri sorulmuştur. Sektörde çalışmayı düşünmeyen öğrencilerin nedenlerini ortaya çıkarabilmek amacıyla hijyenik ve motivasyon faktörlerini içeren 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Anket uygulaması 2013 yılının

Aralık ayında beş gün boyunca devam etmiştir. 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin toplamı 353 olmasına karşın bunlardan 195 öğrenci en az bir dönem staj yapmıştır. Staj yapan 195 öğrencinin 152 tanesi ankete katılmıştır. Bu da staj yapanların %77,9'unu oluşturmaktadır.

4. Analiz Ve Bulguların Yorumlanması

Güvenilirlik Analizi

Anket formunda yer alan faktörlerin önem derecesini ve stajyer öğrencilere göre işletmenin yeterliliğini ölçen motivasyon ile ilgili sorular üzerinde yapılan güvenilirlik analizi sonucu, soruların iç tutarlılığını gösteren Cronbach Alfa katsayısı 0,93 olarak bulunmuştur. Bu nedenle ölçeğin içsel tutarlılığına sahip olduğu ve ölçek soruları arasında mükemmel yakın bir uyum olduğu söylenebilir.

4.1. Katılımcılar Hakkında Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

| Kişisel Özellikler | n | Yüzde (%) |
|----------------------------|----------|------------------|
| Cinsiyet | | |
| Kadın | 79 | 52,00 |
| Erkek | 73 | 48,00 |
| Yaş | | |
| 17-19 | 11 | 7,20 |
| 20-22 | 113 | 74,30 |
| 23-25 | 22 | 14,50 |
| 26 yaş ve üzeri | 6 | 3,90 |
| Mezun Olunan Lise | | |
| Turizm Lisesi | 62 | 40,80 |
| Süper Lise- Anadolu Lisesi | 26 | 17,10 |
| Normal Lise | 64 | 42,10 |

| Sezonda Çalışılan Süre | | |
|--------------------------------|----|-------|
| 1 Yıdan Az | 63 | 41,40 |
| 1-2 Yıl | 21 | 13,80 |
| 3-4 Yıl | 24 | 15,80 |
| 4 Yıdan Fazla | 44 | 28,90 |
| Bölüm | | |
| Turizm Rehberliği | 32 | 21,10 |
| Turizm İşletmeciliği | 77 | 50,70 |
| Gastronomi ve Mutfak Sanatları | 43 | 28,30 |
| Çalışılan İşletme Türü | | |
| Konaklama İşletmesi | 95 | 62,50 |
| Seyahat İşletmesi | 21 | 13,80 |
| Yiyecek- İçecek İşletmesi | 36 | 23,70 |
| Çalışılan Departman | | |
| Önbüro | 26 | 17,10 |
| Servis/Bar | 52 | 34,20 |
| Tur Bölümü | 7 | 4,60 |
| Operasyon (acenta) | 13 | 8,60 |
| Kat Hizmetleri | 9 | 5,90 |
| Mutfak | 45 | 29,60 |

Yapılan anket sonuçlarına göre katılımcıların %52,00' si (n= 79) kadın, %48,00'ı (n= 73) ise erkektir. Elde edilen verilere göre, katılımcıların yaş gruplarında ilk sırayı %74,30 (n=113) ile 20-22 yaş grubu, ikinci sırayı %14,50 (n=22) ile 23-25 yaş grubu, üçüncü sırayı ise %7,20 (n=11) ile 17-19 yaş grubu almıştır. Katılımcıların mezun olduğu lise türüne bakıldığında ilk sırayı %42,10 (n=64) oranla normal lise, %40,80 (n=62) ile turizm lisesi ve son sırayı %17,10 (n=26) ile süper lise-anadolu lisesinin aldığı görülmektedir. Bu durumda katılımcıların önemli bir oranının sektörü tanıyarak bu alana yöneldiği söylenebilir. Stajyerlerin çalıştıkları süreye bakıldığında % 41,40'nın bir yıldan

az, %28,90'nın da 4 yıldan fazla bir süre çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ankete katılanların %50,70'inin (n=77) turizm işletmeciliği bölümünde, %28,30'unun (n=43) gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde, % 21,10'unun (n=32) da turizm rehberliği bölümünde öğrenim gördüğü bulgusuna ulaşılmıştır. Öğrencilere hangi tür işletmede staj yaptıkları sorulmuş ve en çok staj yapılan işletme türünün % 62,50 ile konaklama işletmesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu oranı % 23,70 ile yiyecek-içecek işletmeleri takip etmektedir. Katılımcıların staj yaptıkları bölüm incelendiğinde ise, çoğunluğu % 34,20 ile servis – bar bölümünün, % 29,60 ile mutfak bölümünün ve %17,10 ile de önbüro bölümünün oluşturduğu görülmektedir.

4.2. Hijyen ve Motivasyon Faktörlerine İlişkin Ölçek Maddelerinin Değerlendirilmesi

Tablo 2: Hijyen ve Motivasyon Faktörlerine İlişkin Önem ve Yeterlilik Değerlendirmesi

| Motivasyon Faktörlerine Yönelik Önem Derecesi | | | Faktörler | Motivasyon Faktörlerinin Yeterlilik Derecesi | | |
|---|----------|----------------|--|--|----------|----------------|
| n | Ortalama | Standart sapma | <u>Hijyen Faktörleri</u> | n | Ortalama | Standart sapma |
| Ücret | | | | | | |
| 152 | 1,16 | ,49426 | İşletmenin verdiği maaş | 152 | 2,20 | ,90867 |
| 152 | 1,36 | ,67647 | Bahşiş – Komisyon gibi ekstra gelirler | 152 | 2,23 | ,88203 |
| İşletme Yönetimi Ve Politikası | | | | | | |
| 152 | 1,14 | ,46618 | Yöneticilerin astlara davranışı | 152 | 1,95 | ,93028 |
| 152 | 1,15 | ,45688 | Yöneticilerle olan iletişim | 152 | 1,90 | ,91605 |
| 152 | 1,16 | ,48067 | İşgörene verilen değer ve gösterilen saygı | 152 | 2,12 | ,88634 |
| 152 | 1,23 | ,58385 | Özel hayata gösterilen saygı | 152 | 2,09 | ,91173 |

| İşgörenler Arası İlişki | | | | | | |
|--------------------------------|------|--------|--|-----|------|--------|
| 152 | 1,33 | ,64002 | Eski işgörenlerin yaklaşımı | 152 | 1,92 | ,84200 |
| 152 | 1,16 | ,48067 | İş arkadaşları arasındaki iletişim | 152 | 1,72 | ,88548 |
| İş Güvenliği | | | | | | |
| 152 | 1,13 | ,45578 | Sigorta – Emeklilik imkânları | 152 | 1,90 | ,90444 |
| 152 | 1,11 | ,41517 | Sağlık imkânları | 152 | 1,88 | ,88351 |
| Çalışma Koşulları | | | | | | |
| 152 | 1,15 | ,48970 | Çalışma odası fiziksel şartları (ısı, havalandırma) | 152 | 1,83 | ,91669 |
| 152 | 1,19 | ,55034 | Çalışma saatleri | 152 | 2,28 | ,87963 |
| 152 | 1,16 | ,48067 | Çalışma araç gereçleri ve ekipmanları | 152 | 1,84 | ,86969 |
| 152 | 1,20 | ,55599 | Konaklama imkânları | 152 | 2,02 | ,88361 |
| 152 | 1,15 | ,45688 | Servis / Ulaşım | 152 | 1,92 | ,90694 |
| Motivasyon Faktörleri | | | | | | |
| İşi Başarma | | | | | | |
| 152 | 1,05 | ,29988 | Üstlendiğiniz işi yerine getirebilme | 152 | 1,28 | ,64508 |
| 152 | 1,11 | ,38056 | Gerekli tecrübeye sahip olma | 152 | 1,54 | ,78764 |
| 152 | 1,17 | ,48965 | Yeterli yabancı dil konuşabilme | 152 | 1,86 | ,90656 |
| İşin Niteliği (Kendisi) | | | | | | |
| 152 | 1,30 | ,58871 | Bağımsız hareket edebilme olanağı | 152 | 1,93 | ,80290 |
| 152 | 1,11 | ,40770 | Yaptığınız işi | 152 | 1,51 | ,80550 |

| | | | | | | |
|--|------|--------|--|-----|------|--------|
| | | | benimseme ve gurur duyma | | | |
| 152 | 1,18 | ,48036 | Turizmin karakterinize ve değer yargılarınıza uygunluğu | 152 | 1,85 | ,86436 |
| Sorumluluk Yetki | | | | | | |
| 152 | 1,15 | ,43223 | Çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluk | 152 | 1,67 | ,79549 |
| İşde İlerleme Pprofesyonelleşme | | | | | | |
| 152 | 1,16 | ,48067 | Kendinizi geliştirme imkânı sağlaması | 152 | 1,76 | ,88950 |
| 152 | 1,17 | ,44239 | Kariyerinizi ilerletme imkânı | 152 | 1,84 | ,89224 |
| Terfi | | | | | | |
| 152 | 1,24 | ,56377 | Terfi olanağı | 152 | 2,01 | ,82567 |
| Takdir Edilme | | | | | | |
| 152 | 1,21 | ,55250 | İşi başarma zamanında bitirme gibi koşullar üzerine sözlü ya da yazılı takdir edilme | 152 | 1,85 | ,89738 |
| 152 | 1,17 | ,49869 | Başarılarınızdan dolayı ödüllendirilme | 152 | 1,99 | ,88771 |
| Tanınma | | | | | | |
| 152 | 1,19 | ,48881 | Çalışmalarınızdan dolayı kurum içinde tanınma | 152 | 1,71 | ,81078 |
| 152 | 1,22 | ,54222 | Kararlara katılabilme imkânı | 152 | 1,84 | ,86204 |
| 152 | 1,18 | ,50718 | Fikirlerinizin dinlenmesi | 152 | 1,83 | ,89475 |

Araştırmanın veri toplama aşamasında elde edilen ham veriler kimi zaman yapılmak istenen analiz için yeterli olmayabilir. Değişkenlerin yeniden tanımlanması bazen çalışma amacına daha iyi hizmet edebilir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2012: 159). Önem ve yeterlilik ölçmek amacıyla kullanılan beşli likert ölçeğindeki maddelerin üç kategori (Katılıyorum, Kararsızım, Katılmıyorum) altında toplanması nedeniyle kategori sayısı üçe düşürülmüştür.

Katılımcılara işlerinde motive olmaları için Herzberg'in hijyen faktörleri ve motivasyon faktörleri ile ilgili olarak 15'er ifade yönlendirilmiştir. Hijyen faktörlerinin öğrenciler için önem düzeyleri ve staj yaptıkları işletmelerde yeterlilik düzeyleri, aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 2'de verilmiştir. Hijyen faktörlerinin önem düzeyleri genel olarak incelendiğinde, sunulan maddelerin hepsinin motive olma açısından önemli faktörler olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ekonominin hayatı yönlendiren önemli bir etken olması nedeniyle, ücret faktörü ve iş güvenliği işgörenler açısından önemli bulunmuştur. Ayrıca, işini icra ederken buldukları çalışma ortamı motivasyonu ve verimliliği etkilediği için çalışma koşulları da önemli bir yere sahiptir. Katılımcılar açısından staj yapılan işletmelerin yeterlilik düzeyleri incelendiğinde; yöneticilerin astlara davranışı, yöneticilerle iletişim, eski işgörenlerin yaklaşımı, iş arkadaşlarıyla iletişim, sağlık imkanları, çalışma odasının fiziksel şartları ve çalışma araç gereçlerinin yeterliliği faktörleri yeterli bulunmuştur. İşletmenin verdiği maaş, bahşiş komisyon gelirleri, işgörene verilen değer ve gösterilen saygı, özel hayata gösterilen saygı, eski işgörenlerin yaklaşımı, sigorta-emeklilik imkanları, çalışma saatleri, konaklama imkanları, ulaşım/servis faktörleri hakkında ise kararsız oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Alkış ve Öztürk'ün çalışması sonucunda Herzberg'in hijyen etmenleri olarak belirlediği; "çalışma koşullarından yönetici ve yönetici ile ilişkiler, ücret, statü, iş güvenliği, şirket politikaları ve uygulaması, işgörenler arasındaki ilişkiler, işgören yaşamı" faktörleri ile iş tatmini arasında ilişkinin var olduğu kabul edilmiştir. Bu nedenle, konaklama işletmelerinde hijyen olarak kabul edilen faktörlerin birer motivasyon aracı olarak kullanılabileceği ortaya çıkmıştır.

Motivasyon faktörlerinin öğrenciler için önem düzeyleri ve staj yaptıkları işletmelerde yeterlilik düzeyleri, aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 2'de verilmiştir. Motivasyon faktörlerinin önem düzeyleri genel olarak incelendiğinde, motivasyon için bu 15 ifadenin önemli olduğu görülmektedir. Gerekli tecrübeye sahip olma ve yapılan işi benimseme faktörlerine verilen önemin büyük olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Stajyerlerin sektörde ilerlemeyi düşünmesi nedeniyle gerekli tecrübeyi edinmeyi önemsedikleri ve buna bağlı olarak yaptıkları işi benimsedikleri çalışma ile

ortaya çıkarılmıştır. Aynı motivasyon faktörlerinin staj yapılan işletmelerin katılımcıları açısından yeterlilik düzeyleri incelendiğinde genel olarak yeterli bulunmuştur. Üstlendiği işi yerine getirebilme, yaptığı işi benimseme, gurur duyma, gerekli tecrübeye sahip olma faktörlerinin yeterliliğinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3: Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik İstek Durumları

| | n | Yüzde (%) |
|--------|-----|-----------|
| Evet | 61 | 40,10 |
| Hayır | 91 | 59,90 |
| Toplam | 152 | 100,00 |

Araştırmaya katılan 152 öğrenciye, turizm sektöründe çalışıp çalışmama durumlarını ölçmek için yöneltilen soruya verilen cevapların ortalamaları Tablo 3'te yer almaktadır. Tabloya göre, katılımcıların %40,10'u sektörde çalışmaya devam etmeyi düşündüklerini belirtmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik İstek Durumları İle Hijyen ve Motivasyon Faktörlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

| Kriterler | n | Aritmetik Ortalama | Standart Sapma |
|--|----|--------------------|----------------|
| Hijyen Faktörleri | | | |
| Ücret yetersizliği | 91 | 1,64 | ,90883 |
| Yöneticilerin asllara kötü davranışı | 91 | 1,72 | ,86575 |
| Yöneticilerle olan iletişim yetersizliği | 91 | 1,78 | ,99257 |
| İşgörene verilen değer ve gösterilen saygı eksikliği | 91 | 1,78 | 1,01447 |
| Özel hayata gösterilen saygının eksikliği | 91 | 1,94 | 1,08298 |

| | | | |
|--|----|------|---------|
| Eski işgörenlerin kötü yaklaşımı | 91 | 2,25 | 1,12538 |
| İş arkadaşları arasındaki iletişim eksikliği | 91 | 2,13 | 1,08149 |
| Sigorta ve emeklilik imkanlarının yetersizliği | 91 | 1,78 | 1,02524 |
| Sağlık imkânları yetersizliği | 91 | 1,93 | 1,02501 |
| Çalışma odası fiziksel şartları (ısı, havalandırma) kötü olması | 91 | 2,14 | 1,21873 |
| Çalışma saatlerinin kötü olması | 91 | 1,61 | ,95896 |
| Çalışma araç gereçleri ekipmanları eksikliği | 91 | 2,03 | 1,16214 |
| Konaklama imkanları eksikliği | 91 | 1,98 | 1,16255 |
| Servis / Ulaşım eksikliği | 91 | 1,89 | 1,13347 |
| Motivasyon Faktörleri | | | |
| Üstlendiğiniz işi yerine getirebilme | 91 | 2,05 | 1,10308 |
| Gerekli tecrübeye sahip olma eksikliği | 91 | 2,25 | 1,27206 |
| Yeterli yabancı dili konuşabilme eksikliği | 91 | 2,16 | 1,25161 |
| Bağımsız hareket edebilme olanağı eksikliği | 91 | 2,13 | ,98580 |
| Yaptığınız işi benimseme ve gurur duyma eksikliği | 91 | 2,06 | 1,01423 |
| Turizmin karakterinize ve değer yargularınıza | 91 | 2,04 | 1,13789 |

| | | | |
|---|----|------|---------|
| uygunsuzluğu | | | |
| Çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluk verilmesi eksikliği | 91 | 2,04 | 1,03683 |
| Kendinizi geliştirme imkanı sağlama eksikliği | 91 | 2,00 | 1,03775 |
| Kariyerinizi ilerleme imkanı eksikliği | 91 | 1,96 | 1,02122 |
| Terfi olanağı eksikliği | 91 | 2,06 | 1,14646 |
| İşi başarma zamanında bitirme gibi koşullar üzerine sözlü yada yazılı takdir edilme eksikliği | 91 | 2,08 | 1,12565 |
| Başarılarınızdan dolayı ödüllendirilme eksikliği | 91 | 2,04 | 1,06815 |
| Çalışmalarınızdan dolayı kurum içinde tanınma eksikliği | 91 | 2,30 | 1,19283 |
| Kararlara katılabilmek eksikliği | 91 | 2,17 | 1,03360 |
| Fikirlerinizin dinlenmesi eksikliği | 91 | 1,98 | 1,18131 |

Sektörde çalışmak istemediklerini belirten 91 öğrenciye Herzberg'in hijyen ve motivasyon faktörleri neden olarak sunulmaktadır. Çıkan ortalamalar ve standart sapmaları Tablo 4'te gösterilmektedir. Katılımcıların sektörde çalışmaya devam etmeme konusunda hijyen ve motivasyon faktörlerinin etkisine bakıldığında, kesinlikle etkili ve etkili seçeneğini işaretleyenlerin oranının en yüksek olduğu kriterlerin sırasıyla; yöneticilerin astlara kötü davranışı (%54,6), ücret yetersizliği (%52,00) ve yöneticilerle olan iletişim yetersizliği (%51,30) olduğu görülmektedir. Buradan da anlaşıldığı üzere, birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de ast-üst ilişkisi verimli bir çalışma ortamı açısından önem arz eden bir konudur. Astların yöneticiler ile iletişim konusunda sıkıntı yaşamaması, üst tarafından astın sorunu olduğu takdirde iletişim kurarak engelleri ortadan kaldırması işgörenin motive olmasını sağlamaktadır.

Katılımcıların en az etkilendiği ilk üç faktörün ise sırasıyla; tecrübe eksikliği (%39,50), eski işgörenlerin kötü yaklaşımı (%38,90), çalışmalarından dolayı kurum içinde tanınma eksikliği (%38,10) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin stajyer konumunda çalışmalarından dolayı tecrübe eksikliğinin çok önemli olmadığı, bu nedenle gerekli tecrübe eksikliğine önem vermedikleri görülmektedir. Ayrıca, sezonluk çalışmaları nedeniyle de çalışmalarından dolayı kurum içinde tanınmaya çok önem vermedikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Yapılan çalışmada normallik testi (Shapiro-Wilk) sonucunda verilerin normal dağılmadığı görülmüştür ve hipotez kurulmaması nedeniyle non-parametric analizler tercih edilmiştir. İki ayrı grubun belirli bir değişkene ait ortalamalarını karşılaştırmak için (Eymen, 2007: 153) Mann-Whitney U testi kullanılmasına karar verilmiştir. Yapılan analizler sonucu anlamlı ilişki bulunan faktörler ile ilgili istatistiksel bilgi tablolastırılmadan aşağıda ifade edilmektedir.

Örneğe ait p değeri 0,05 ten küçük olduğundan işgörenler arası ilişki (eski işgörenlerin yaklaşımı, iş arkadaşları arasındaki iletişim), çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluk, işte ilerlemeye verilen önem (kendinizi geliştirme imkanı sağlaması, kariyerinizi ilerletme imkanı) ve tanınmaya verilen önem (çalışmalarından dolayı kurum içinde tanınma, kararlara katılabilme imkanı, fikirlerinin dinlenmesi) ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle stajyerler açısından işgörenler arası ilişkiye verilen önem, çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluk, işte ilerlemeye verilen önem ve tanınmaya verilen önem cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Ranks tablosundaki mean rank (sıra ortalaması) değerlerine bakıldığında, erkeklerin kadınlara oranla işgörenler arası ilişkiye, çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluğa, işte ilerlemeye ve tanınmaya daha fazla önem verdiği görülmektedir. Erkeklerin daha kariyer odaklı kadınların ise daha çok mevcut işlerine odaklanmaları nedeniyle böyle bir sonuca ulaşıldığı düşünülmektedir.

Stajyerlerin ücrete verdiği önem ve işi başarmaya verdiği önem ile öğrencilerin öğrenim gördüğü bölümler (turizm rehberliği, turizm işletmeciliği ve gastronomi ve mutfak sanatları) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin diğer iki bölüm öğrencilerine göre ücrete ve işi başarmaya daha fazla önem verdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların öğrenim gördüğü bölüm ile işi başarma, çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluk, işte ilerleme, profesyonelleşme ve terfi olanağı faktörleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Yani stajyerlerin işletmeyi yeterli bulmaları açısından bu dört faktör ile öğrenim gördükleri bölüm arasında anlamlı bir farklılık olduğu söylenebilir. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü

öğrencilerinin diğer iki bölüm öğrencilerine göre çalıştıkları işletmeleri daha fazla yeterli bulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gastronomi alanında sektörün ücret ortalamalarının nispeten yüksek olması nedeniyle bu bölüm öğrencilerinin staja başlarken yüksek beklenti içerisinde olduğu ileri sürülebilir. İşletmelerde mutfak bölümü ayrı bir uzmanlık gerektirdiği için işin profesyonelleri üst kademeyi uzmanlık alanlarına dahil etmek istememektedir. Bu nedenle yetki ve sorumluluk verilmesi diğer bölümlere göre daha fazla önemlidir.

Katılımcıların staj yaptıkları işletme türü ile işin niteliği, çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluk ve işte ilerleme, profesyonelleşme arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Stajyerlerin bu faktörler açısından işletmeyi yeterli bulduğu görülmektedir. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında yiyecek-içecek işletmelerinin diğer iki işletmeye göre bağımsız hareket edebilme olanağı, yapılan işi benimseme ve gurur duyma, turizmin işgörenlerin kişilik özelliğine ve değer yargılarına uygunluğu, kendini geliştirme imkânı sağlaması, kariyerini ilerletme imkanı ve çalışma başarısını etkileyecek yetki ve sorumluluk açısından stajyerler tarafından daha yeterli bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Herzberg, hijyen faktörlerinin (ücret artırma, yan ödemeler, teşvik primleri ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi gibi çevresel faktörler) yokluğunda tatminsizliğe neden olduğunu ancak motive edici faktörlerin (başarı, tanınma, terfi, ilerleme, takdir edilme gibi) işe, işin içeriğine ve özüne yönelik olması nedeniyle işletmede olması gerektiğini belirtmiştir. Turizm, hizmeti satın alan müşteri ile hizmeti sunan işgörenin yüz yüze iletişim halinde olduğu bir sektördür. Bu nedenle, işletmenin amaçlarına ulaşabilmesi için işgörenin tatmin edilmesi ve işgörenlerin motivasyonunun sağlanması önem taşımaktadır. Turizm sektörünün gelecekte başarılı sektörlerden biri olabilmesinde mesleğin inceliklerini öğrenen stajyer öğrenciler çok önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle, mevcut çalışmada sektörde en az bir kere staj yapmış öğrencilerin iş tatmini ve motivasyon süreçleri Herzberg kuramına göre değerlendirilmiştir.

Konu ile ilgili istatistiksel analizlerin sonucunda motivasyon faktörleri ve hijyen faktörlerinin önem düzeyleri yüksek çıkmıştır. Bu faktörlerin staj yapılan işletmelerin katılımcıları açısından yeterlilik düzeyleri incelendiğinde; yöneticilerin astlara davranışı, yöneticilerle iletişim, eski işgörenlerin yaklaşımı, iş arkadaşlarıyla iletişim, sağlık imkanları, çalışma araç gereçlerinin yeterliliği ve çalışma odasının fiziksel şartları maddeleri yeterli bulunmuştur. Aynı motivasyon faktörlerinin staj yapılan işletmelerin katılımcıları açısından yeterlilik düzeyleri incelendiğinde de genel olarak yeterli bulunmuştur. Üstlendiği işi yerine getirebilme, yaptığı işi benimseme gurur duyma, gerekli

tecrübeye sahip olma faktörlerinin yeterliliğinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Stajyerlerin geçici olarak çalışmaları nedeniyle hijyen ve motivasyon faktörlerini yeterli buldukları ileri sürülebilir. Araştırma sonucunda turizm sektöründe devam etmek istemeyen öğrencilerin nedenleri incelendiğinde, hijyen faktörlerinden; yöneticilerin astlara kötü davranışı, ücret yetersizliği ve yöneticilerle olan iletişim yetersizliği faktörlerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

Sonuç olarak hijyen ve motivasyon faktörlerinin genel olarak stajyerler tarafından önemli bulunduğu görülmektedir. Sektörde çalışmak istemeyen öğrencilerin oranı %59,90 olarak bulunmuştur. Sektöre devam etmek istememe nedenleri incelendiğinde ise etkili ilk üç faktörün hijyen faktörü olduğu görülmektedir. Hijyen faktörlerinin kötüleşmesi motivasyon ve iş tatminini olumsuz etkilemesi nedeniyle işletmeler tarafından dikkate alınması gereken unsurlardır. Turizm eğitimi almış ve sektörü tanımak amacıyla staja başlamış kalifiye işgörenin daha mesleğinin başı kabul edilen staj döneminde kaybedilmemesi için, stajyerlerin alacakları maaşların tatminkar bir seviyede olması, üst yönetim tarafından değer görmesi sektörün geleceği açısından olumlu bir adım olacaktır. İş tatminini de etkileyen söz konusu bu olanaklardan hoşnut olmayan öğrencinin mesleğe ilk adım attığı sırada, bu yetersizliklerle karşılaşması, onu bu sektörden uzaklaştıracaktır.

Emek-yoğun bir sektör olan turizm açısından hizmetin kalitesi işgörene bağlıdır ve bu açıdan nitelikli işgücü büyük önem taşımaktadır. Hizmet içi eğitimler her ne kadar önemli olsa da bu işin eğitimini alan işgören her zaman daha nitelikli olmaktadır. Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm işletmelerinde yaptıkları stajlar da, öğrencilerin gelecekteki kariyer yaşamlarının planlanması ve sektörde çalışıp çalışmayacaklarıyla ilgili karar vermelerinde önemli bir etkidir. Çünkü işletmede gerçekleştirilen staj sayesinde, öğrenci çalışma yaşamının içerisinde yer almakta, işletmede stajyer olduğu dönemde yürüttüğü göreve bağlı olarak da bizzat sorumluluk almayı gerektiren görevler üstlenebilmektedir. Konu ile ilgili yapılan literatür taraması ve araştırma sonucunda stajyerlerin motive edilebilmesi için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Sezonluk stajlardan sonra öğrencilerden mutlaka geri bildirim alınmalıdır. Böylece yaşanan sorunları ortadan kaldıracak önlemler almak mümkün olacaktır.
- Turizm sektöründe hizmet veren işgörenlerin genel olarak istihdamlarının sürekli olmaması motivasyonlarını olumsuz yönde etkilemektedir. İstihdamı tüm yıla yaygın politikaların geliştirilmesi etkili olacaktır. Alternatif turizm türleri bu açıdan etkili bir yöntemdir.

- Turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin işgören devir hızını düşürmek ve verimliliği artırmak istedikleri takdirde bazı noktaları göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.
- Turizm mevsimlik bir sektör olarak algılandığı için işgörenlerin sosyal güvenceleri ihmal edilmektedir. Bu da işgören motivasyonunu dolayısıyla da işletmenin karlılığını düşürmektedir. İşverenlerin turizmde çalışan işgörenlerin sağlık, sigorta gibi güvencelerini sağlamaları konusunda daha titiz davranmaları önerilmektedir. Ayrıca sektörde staj yapan öğrencilerin bu mesleği ileride yapmak istememe nedenlerinin başında ast-üst ilişkilerinin kötü olması gelmektedir. İşverenlerin bunu da göz önünde bulundurmalarının ileride eğitilmiş ve işini seven işgörenlerle çalışmalarını sağlayacağı düşünülmektedir.
- Stajyerlerin birçoğu ücret politikalarından da memnun olmadıklarını belirtmektedir. İşletmelerin nitelikli eleman yetiştirmek amacıyla stajyerler için ortak ücret politikaları belirlemeleri stajyerlerin motive olması açısından yararlı olacaktır. Bunlar için de meslek birliklerinin ortak çalışmalar yaparak turizm sektöründe staj yapan işgörenler için ücret, sağlık, sosyal güvence ve mesai saatleri gibi konularda standartlar getirmesi önerilmektedir.
- Stajyerlerin motivasyon düzeylerinin artırılması için kararlara katılmalarına imkan tanınması gerekmektedir.
- Stajyerlere kurum içinde yetki ve sorumluluk verilmesi sağlanabilir.
- İşgörenlerin kariyerlerini geliştirmeye uygun bir organizasyon yapısına geçmesi ile ileride mevcut pozisyonlarından daha iyi bir konuma gelecekleri vurgulanarak motive edilebilir.

Sonuç olarak bu araştırma, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin staj süresince, Herzberg'in belirlemiş olduğu Çift Faktör Kuramının güdülenmeleri üzerinde ne derecede etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmanın sadece Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi ile yapılmış olması, sonuçların diğer bölgelerdeki üniversite öğrencilerine genellenememesi araştırmanın en önemli kısıtlılığını oluşturmaktadır. Bu araştırmanın daha geniş katılımcı grupları ile farklı illerde tekrar edilmesi konu ile ilgili yazını zenginleştirecektir.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

Akçadağ, S. ve Özdemir, E. (2005). İnsan Kaynakları Kapsamında 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde İş Tatmini: İstanbul'da Yapılan Ampirik Bir Çalışma. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2(10): 167-193.

Akıncı, Z. (2002). Turizm Sektöründe İşgören İş Tatminini Etkileyen Faktörler: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi. (4): 1-25.

Alkış, H. ve Öztürk, Y.(2009). Otel İşletmelerinde Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi.8(28): 212-236.

Aymankuy, Y. ve Ş. Aymankuy. (2002). Önlisans ve Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Buldukları Yerlerin Analizi ve Turizm Eğitimi İçin Öneri Bir Model. Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını: 29-42.

Aytürk, N. (2010). Örgütsel ve Yönetimsel Davranış. Ankara: Detay Yayıncılık.

Basset-Jones, N. ve Lloyd, G.C. (2005). Does Herzberg's motivation theory have staying power?. The Journal of Management Development. 24(10): 929.

Batlaş, A., (2012). Motivasyon: İnsanlar Nasıl Daha İyi Çalışır?.

http://www.dijimecmua.com/kariyer/6640/index/1262784_insanlar-neden-calisir-insanlar-nasil-daha-iyi-calisir-prof-dr-acar-baltas-edward-deci-icel-motivasyon-f-w-taylor/, Erişim Tarihi: 10.12.2013.

Benli, T. ve Karaosmanoğlu, K. (2005). Turizm Sektöründeki İşletmelerde Meslek Stajını Yapan Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerinin Sorunlarına İlişkin Bir Alan Çalışması. Mevzuat Dergisi, 8(88), 1-18.

Çimen, H. (2008). Turizm Lisans Öğrencilerinin Mesleki Yönelimleri: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 194-202.

Emir, O., Pelit, E., Arslan, S. (2010). Turizm Alanında Önlisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Staj Öncesi Ve Sonrası Görüşlerinin Karşılaştırılması (Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33),141-165.

Eren, D. (2000). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletme Yöneticilerinden Beklentileri: Literatür Taraması, Nevşehir Kapadokya Toplantıları VII, 18 Nisan, 37-41.

Ergül, F.(2005). Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*.4 (14): 67-79.

Eymen, E.U. (2007). SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri, www.istatistikmerkezi.com, Erişim Tarihi: 30.01.2014.

Genç, N. (2007).Yönetim ve Organizasyon-Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar-.Ankara: Seçkin Yayın.

Güzel, Ö. (2010). Turizm Öğrencilerinin Staj Döneminde Edindikleri Motivasyonun Herzberg Teorisine Göre Değerlendirilmesine Yönelik bir Araştırma. *Journal of Yasar University*. 20(5): 3415-3429.

Gökçe, G., Şahin, A., Bulduklu, Y. (2010). Herzberg'in Çift Faktör Kuramı Ve Alt Gelir Gruplarında Bir Uygulama: Meram Tıp Fakültesi Örneği. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi - Selçuk Üniversitesi*. 14(20): 233-246.

İçöz, O (1991). Turizm Sektörünün Gelişmesinde İnsan Unsurunun Önemi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Kasım-Aralık: 15-18

Kaplan, M. (2007). Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İş gören Performansına Etkisi ve Bir Uygulama (Yüksek Lisans tezi). Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karacan, S. & Esin K. (2004). Meslek Yüksekokullarında (MYO) Yapılan Staj Uygulamalarına İlişkin Bir Araştırma: Kalite ve Verimlilik İçin İş Yerleri – MYO İşbirliğinin Gereği. *Kocaeli Üniversitesi SBE Dergisi*, 8(2), 168-184.

Karasar, N. (2011). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Koçel, T. (2010). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Küçük, F. (2007). Çalışanlarının İşe Güdülenmesinde Herzberg'in Motivasyon – Hijyen Faktörlerinin Önemi: Belediye Çalışanlarına Yönelik Bir Uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*. 44(511): 75-94.

Luthans, F. (1995). *Organizational Behavior*. Boston: McGraw-Hill College.

Pelit, E. ve Güçer, E. (2006). Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1,139-164.

Robbins, S.P. (1998). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.

Robbins, S.P. ve Judge, T. A. (2012). *Örgütsel Davranış*. (Çev: İnci Erdem). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Sarıçay, N. Y. (2005). Turizm Sektörü Genel Değerlendirmesi ve Sektörde Çalışanların İş Tatmini. İzmir Ticaret Odası Ar-ge Bülteni sitesinden alınmıştır.

http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/turizm_sektoru_genel_deg_eriendirmesi_n_saricay_26.04.2012%2022-57-24.pdf, Erişim Tarihi: 10.12.2013.

Sarıkurt, T. (2007). Çalışanların Motivasyonu'nu Etkileyen Faktörler ve Banka İç Kontrol Elemanları Üzerine Yapılan Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Staj Dosyası (I): Öğrencilerin Yaşadıkları Sorunları. (2012). *Turizm gazetesesi.com* sitesinden alınmıştır. <http://www.turizm gazetesesi.com/articles/article.aspx?id=24947>, Erişim Tarihi, 15.11.2009.

Tetik, D. ve Pala, T. (2009). Turizm İşletmelerinde Motivasyon. İçinde Z. Sabuncuoğlu (Editör), *Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış*. Bursa: MKM Yayınları, 83-100.

Uçkun, G. ve Elbeyi, P.(2003), Hizmet İşletmelerinde İşgören Motivasyonunun Önemi ve Verimliliğe Etkisi. *Standart Dergisi*. Staj Dosyası (I): Öğrencilerin Yaşadıkları Sorunları, <http://www.turizm gazetesesi.com/articles/article.aspx?id=24947> Erişim Tarihi: 15.12.2013.

Uysal, T.H. (2013). Stajyer Çalışanların Mesleki Bağlılık Gelişimine Örgüt Kültürünün Etkisi. *Business and Economics Research Journal* 4(3), 93-100.

Üngüren, E. ve Ehtiyar, R. (2008). Geleceğin Turizmcilerinin Umutsuzluk Tipolojilerinin Belirlenmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7(24), 201-219.

Yumuşak, S. (2008). İşgören verimliliğini Etkileyen faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 13(3): 241-251.

Yüksel, Ö. (2007). İnsan Kaynakları Yönetimi. Ankara: Gazi Kitabevi.