

TÜRK DÜNYASINDAN GELEN ÖĞRENCİLERİN MEMNUNİYET ALGILARIYLA AKADEMİK BAŞARI İLİŞKİSİ: TURİZM ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

Cihan SEÇİLMİŞ*

Arzu KILIÇLAR**

Yaşar SARI***

Özet

Bu çalışmada Türk Dünyası'ndan gelen öğrencilerin Türkiye'de yerleştirildikleri üniversitelerden memnuniyet algılamaları ile akademik başarıları arasındaki ilişki turizm bölümleri bağlamında incelenmiştir. Memnuniyet algılamaları ile ilgili olarak Demirli ve Kerimgil (2009) tarafından geliştirilen *Öğrenci Memnuniyet Ölçeği*, akademik başarı ölçütü olarak da öğrencilerin genel not ortalaması kullanılmıştır. Bu kapsamda 85 adet veri formundan elden edilen verilere araştırmanın amacına uygun olarak çeşitli istatistiksel testler uygulanmıştır. Yapılan korelasyon analizinde *Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi* memnuniyet algısı boyutu ile akademik başarı arasında *düşük düzeyde ve doğru yönlü bir ilişki* tespit edilmiştir. Bununla birlikte *Akademik ve idari personel ile iletişim, Araç-gereç ve laboratuvar, Aidiyet ve rehberlik* gibi memnuniyet algısı boyutlarıyla akademik başarı arasında bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Türk Dünyası, memnuniyet, turizm, akademik başarı

Giriş

1990'lı yılların başında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte Türkiye Cumhuriyeti ile Orta Asya Türk Cumhuriyetleri arasında siyasi, kültürel ve ekonomik ilişkiler gelişmeye başlamıştır. *Yeniden yapılanma* olarak adlandırılan bu yeni dönemde Türkiye Cumhuriyeti ile söz konusu ülkeler arasında çeşitli alanlarda işbirliği anlaşmaları imzalanarak hayata geçirilmeye başlanmıştır (Şahin vd., 1993a, 1993b, 1993c). Bu anlaşmaların başında 1992 yılında uygulamaya konulan *Büyük Öğrenci Projesi* gelmektedir. Bu proje Türk Cumhuriyetleri ile Türk ve Akraba Topluluklarının yetişmiş insan gücü ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olmak, Türkiye dostu genç bir nesil yetiştirmek ve Türk Dünyası ile kalıcı bir kardeşlik ve

* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Meşelik Kampüsü Eskişehir

** Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi-Ankara

*** Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Meşelik Kampüsü Eskişehir

dostluk köprüsü kurmak, Türkçeyi öğretmek ve Türk kültürünü tanıtmak, Türk Dünyası'nda yer alan ülkeleri, bu ülkelerin kendi aralarındaki ilişkileri geliştirerek büyük bir şemsiye oluşturmak amacıyla uygulamaya konulmuştur. Başlangıçta 5 Türk Cumhuriyetini kapsayan, bugün de Türk Cumhuriyetleri ile birlikte Asya ve Balkanlar'daki ülke ve toplulukları da içine alan söz konusu Proje kapsamında ülkelerinden gelen öğrenciler, Türkiye'de öğrenimlerini sürdürmektedirler.

Türkiye'ye öğrenim için gelen bu öğrencilerin Türkiye'deki şartlara kısa sürede uyum sağlayabilmeleri ve kendilerine tanınan eğitim-öğretim olanaklarından çevreyle uyum içerisinde ve en üst düzeyde yararlanabilmeleri ve dolayısıyla akademik anlamda başarılı olmaları; yaşadıkları sosyo-kültürel ortama alışmalarını zorlaştıran olumsuz şartların kısa sürede ve etkili bir biçimde ortadan kaldırılması gayret ve çalışmalara bağlıdır. Öğrencilerin memnuniyet düzeylerini yükseltecek olan bu çalışmaların öğrencilerin akademik başarılarını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada amaç öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişkiyi saptamak ve analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda Türk Dünyası'ndan gelen öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişki turizm alanında öğrenim gören öğrenciler bağlamında araştırılmıştır.

2. Kavramsal Ve Kuramsal Çerçeve

Müşteri memnuniyeti, müşterinin mal ya da hizmet tüketimi boyunca, umduğunu ya da beklediğini elde etmenin verdiği iyi hissetme duygusunu veya hoşnutluğu ifade eden psikolojik bir kavramdır (Pizam ve Ellis, 1999,327; Choi ve Chu, 2000, 119). Bei ve Shang (2006, 3) çalışmalarında müşteri memnuniyetini, mal veya hizmet önerilerinin satın alınmasından sonra müşteri tarafından yapılan değerlendirme süreci olarak ifade etmektedirler. Bunlar gibi literatürde müşteri memnuniyetine ilişkin yapılan tanımlamalar, memnuniyete bakış açısına göre bazı farklılıklar taşısa da, müşteri memnuniyetine ilişkin yapılan tanımlarda ortak olarak vurgulanan noktalar şunlardır (Parasuraman vd., 1988, 13; Eggert ve Ulaga, 2002, 108; Toprak, 2007, 42; Emir ve Kılıç, 2011, 3600):

- Müşteri memnuniyetinin, müşteri bakış açısı ile tespit edilmesi gerekliliği,
- Müşteri memnuniyetinin genel olarak satın alma öncesi beklentilerin satın alma sonrasındaki gerçekleşme oranını ifade ettiği, fakat her durumda müşteri ihtiyaçlarının karşılanmasının müşteri memnuniyetinin yüksek olacağı anlamına gelmeyeceği,
- Müşteri şikâyetlerinin çok düşük olmasının (veya hiç olmamasının) yüksek müşteri memnuniyeti anlamına gelmeyeceği.

Müşteri memnuniyeti işletmeler açısından pazarlama faaliyetlerinde odak noktayı oluşturmaktadır. Aldığı mal veya hizmetten memnun kalan müşteri işletmeye olan bağlılığını artırmakta ve bunun sonucunda da işletmelerin gelirlerinde artışlar görülmektedir (Tütüncü ve Doğan, 2008, 130). Firmaların rekabet gücü açısından sadık müşterilere sahip olması vazgeçilmez bir unsurdur (Piplani ve Yonghui, 2005, 598; Avcıkurt ve Köroğlu, 2006, 6). Koşulsuz müşteri memnuniyeti olarak açıklanan müşteri odaklılık, hem satış sırasında ve sonrasında müşterinin ihtiyaç ve beklentile-

rini karşılamayı, hem de müşteri memnuniyetini sürekli kılmayı amaçlar. Bu yolla memnun olan müşterinin ürün ya da hizmeti aynı sağlayıcıdan alma eğilimi göstermesi ve sadık müşteriler haline gelmesi sağlanabilmektedir (Xu vd., 2002, 442; Öçer ve Bayuk, 2001, 26). Böylece eski müşteriyi elde tutma maliyeti, yeni müşteri kazanma maliyetine göre daha düşük ve cazip düzeyde kalacaktır (Lin ve Wang, 2005, 272). Bir işletmenin sadık müşterilerinin olması etkili bir müşteri memnuniyeti stratejisi ile mümkün olmaktadır (Galbreath ve Rogers, 1999, 162).

Her ne kadar eğitimciler pazarlama gibi amacın kar etmek olduğu iş dünyası olgularıyla benzerlikten kaçınırsalar da, müşteri memnuniyeti söz konusu olduğundan her iki dünyanın üç konuda birleştiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Birincisi her organizasyonun ihtiyaçları, istekleri ve beklentileri olan müşterileri vardır. İkincisi her organizasyonun başarısı; bu ihtiyaç, istek ve beklentileri ne denli istenen düzeyde ve mükemmel bir şekilde karşılayabildiği ile anlaşılır. Üçüncü olarak da her organizasyonun iş süreçlerini tasarlaması ve kaynaklarını müşterilerini memnun etmek için etkili ve verimli olarak kullanması söz konusudur. Bu üç doğruyu kabullenmek demek; eğitimcilerin eğitim kurumlarını müşterilerinin (öğrencilerinin) beklentilerine yanıt vermesi ve onların memnuniyet düzeyini göz ardı etmemesi gereken organizasyonlar olarak görmeleri anlamına gelmektedir (Ensari ve Onur,2003, 146). Atay ve Yıldırım (2008) çalışmalarında üniversitelerde verilen eğitim-öğretimin ürün, öğrencilerin de müşteri olarak algılanması eğitim-öğretimin kalitesini ve öğrenci memnuniyetini olumlu yönde etkileyebileceğinden söz etmektedirler.

Eğitim ile ilgili çeşitli branşlarda yapılan birçok çalışmada öğrenci memnuniyetinin eğitim-öğretim kalitesi açısından önemli bir unsur olduğundan söz edilmektedir (Waryszak, 1999; McKercher,2002; Tütüncü ve Doğan, 2003; Scotland, 2006; Koç vd., 2008; Egelioğlu vd.,2011). Ansari (2002) ile Ekinci ve Burgaz (2007) yaptıkları çalışmalarında üniversite tarafından kendilerine sağlanan olanaklar konusunda memnuniyet düzeyi yüksek olan öğrencilerin öğrenimlerine düzenli olarak devam ettiklerinden bunun da akademik başarılarını ve mezuniyet oranlarını olumlu yönde etkilediğinden söz etmektedirler. Demirli ve Kerimgil(2009) ile Şahin (2009) yaptıkları araştırmalarında üniversiteleri tarafından öğrencilerin ilgi, ihtiyaç ve beklentileri karşılandığı süreçte memnuniyetlerinin de artacağı vurgulanmaktadır. Elliot ve Shin (2002) çalışmalarında öğrencilerin ilgi, beklenti ve isteklerinin dikkate alınmasının kurumlarına çok yönlü olanak sağlayacağını savunmaktadırlar. Eğitim kurumlarının ve etkinliklerinin amaçlı, planlı, düzenli, kontrollü ve gelişim güzellikten uzak bir biçimde düzenlenmesi, sistemi etkili ve başarılı kılarak öğrencilerin memnuniyet düzeylerini de yükseltecektir. Sonuç olarak eğitim kurumları nitelikli oldukları ölçüde nitelikli bireylerin yetişmesine olanak sağlayacak (Uzgören ve Uzgören, 2007; Önem vd., 2009) bu da öğrencilerin akademik başarılarını olumlu yönde etkileyecektir.

Öğrencilerin memnuniyet algılamaları ile ilgili yapılan araştırmaların bazıları ise şunlardır: Tütüncü ve Doğan (2003) öğrencilerin memnuniyet düzeylerini tespit etmeye yönelik yaptıkları araştırmalarında *Dersler, Öğretim üyeleri, İdari personel ve Sistem yönetimi* alt boyutlarını kullanmışlardır. Ünlüönen (2000, 2004) iki ayrı araştırmada turizm işletmeciliği öğretmenlik programı öğrencilerinin öğrenim gördükleri program bazında *öncelik, beklenti ve algılamalarını* yıllar itibarıyla karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Uzgören ve Uzgören (2007) çalışmalarında on memnuniyet alt boyutu kullanmışlardır. Koç vd. (2008) memnuniyet düzeylerini *İletişimden memnuniyet,*

Eğitim-Öğretim niteliğinden memnuniyet, Kurum imajından memnuniyet, Öğretim elamanlarından memnuniyet, Yönetimsel yaklaşımdan memnuniyet ve Arkadaşlardan memnuniyet olmak üzere altı memnuniyet alt boyutunda incelemişler, memnuniyet alt boyutları ile öğrenci başarısı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Atay ve Yıldırım (2008) ise araştırmalarında *Eğitim ortamının yeterliliği, Okul öğrenci ilişkisi, Sosyal, kültürel ve bilimsel etkinlikler, İletişimde internetin etkinliği ve Yabancı dil dersleri etkinliği* olmak üzere beş memnuniyet alt boyutu kullanmışlardır. Demirtaş ve Gökhan (2010) araştırmalarında *Öğretmen, Ders, Etkinlik ve Okul çevresi* olmak üzere dört memnuniyet alt boyutunda öğrencilerin memnuniyet düzeylerini araştırmışlardır. İçli ve Vural (2010) memnuniyet düzeyini belirlemeye yönelik çalışmalarında *Eğitim-Öğretim, Akademik personel ve danışmanlık* ile *Fiziksel koşullar* olmak üzere üç memnuniyet alt boyutunu kullanmışlardır.

Buraya kadar yapılan açıklamalar ve literatür bilgisi hem işletmeler hem de öğretim kurumları için memnuniyet algısının müşteri sadakatinin anahtarı niteliğinde olduğunu göstermektedir. Memnuniyet düzeyi yüksek öğrencilerin, araştırmamızın giriş kısmında söz edilen *Büyük Öğrenci Projesinin* en önemli amaçlarından olan Türk Dünyası'nın yetişmiş insan gücü ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olacağını, Türkiye'den memnun Türkiye dostu nitelikli ve sadık genç bir neslin yetişmesine katkı yapacağını ve bu sayede de Türk Dünyası ile gerçek anlamda kalıcı bir kardeşlik ve dostluk köprüsü kurulabileceğini söylemek mümkündür. Bu bakımdan Türk Dünyası'ndan gelen öğrencilerin memnuniyeti ile ilgili yapılacak çalışmaların son derece önemli olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada amaç Türk Dünyası'ndan gelen ve turizm alanında yüksek öğrenim gören öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişkiyi saptamak ve analiz etmektir. Ayrıca öğrencilerin kişisel değişkenlerine göre memnuniyet algılamaları arasında farklılık olup olmadığı da test edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H₁: Türk Dünyası'ndan gelen öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile akademik başarıları arasında doğrusal bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile araştırma problemi: öğrencilerin memnuniyet algılamaları ile akademik başarıları arasında bir ilişkinin olup olmadığının ortaya konulmasıdır. Öğrenci başarısını etkileyen faktörleri oluşturan memnuniyet boyutları yükseldikçe öğrenci başarısının da yükseleceği öngörülmektedir.

3. Yöntem

Araştırmanın bu bölümünde, çalışma grubu, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, verilerin toplanmasında izlenen yöntem ve verilerin istatistiksel analizlerine yer verilmiştir.

3.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Türk Dünyası'ndan gelip Türkiye'nin çeşitli üniversitelerine yerleştirilen ve turizm öğrenimi gören yükseköğrenim öğrencileri oluşturmaktadır.

3.2. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım, cinsiyet, yaş, geldiği ülke, genel not ortalaması gibi demografik bilgileri ve kişisel değişkenleri kapsamaktadır. Aracın ikinci kısmını, bu araştırmada yer alan yabancı öğrencilerin memnuniyet düzeylerini belirlemek üzere Demirli ve Kerimgil (2009) tarafından geliştirilen *Öğrenci Memnuniyet Ölçeği* oluşturmaktadır. Söz konusu ölçekte toplam otuz önermeden oluşan dört faktör boyutu yer almaktadır. Bu faktör boyutları şunlardır:

- Derslerin Yürütülmesi ve Değerlendirilmesi,
- Akademik ve İdari Personel ile İletişim,
- Araç-Gereç, Laboratuvar,
- Aidiyet ve Rehberlik.

3.3. Verilerin Toplanması

Veri toplama aracı formunun hazırlık ve kontrol işlemlerinin bitmesinin ardından 112 adet veri formu turizm eğitimi veren üniversitelere elden ve posta yoluyla ulaştırılmıştır. Gönderilen veri formu sayısının toplam 112 adet olmasının nedeni Türk Dünyası'ndan gelerek Türkiye'de turizm alanında yükseköğrenim gören öğrenci sayısının 112 adet olmasıdır. Gönderilen veri formu sayısının ilgili üniversitelerin Türk Dünyası'ndan gelen ve turizm eğitimi alan öğrencileri tarafından doldurulan formlar elden ya da posta yoluyla ilgili üniversitede görevli bir öğretim elamanı ya da idari personel tarafından geri gönderilmiştir. Veri formları ilgili üniversitede okuyan Türk Dünyası'ndan gelen öğrencilerin tamamına dağıtılmış ve tamamı tarafından doldurulmasının sağlanmasına çalışılmıştır. Dolayısıyla veri toplama tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Bununla birlikte toplam 85 adet veri formu doldurulmuş olarak elde edilmiştir. Dolayısıyla araştırmada kullanılan veri formu sayısı yani N 85'dir.

4. Bulgular

Elde edilen veriler önce SPSS (Statistical Packages for Social Sciences) paket programında oluşturulan veri dosyasına aktarılmıştır. Bu dosyada yer alan veriler araştırmada elde edilmek istenen amaçlara uygun olarak yeniden kodlanmış ve istatistiksel analizler yapmaya elverişli hale getirilmiştir. Araştırma bulgularından ilk olarak güvenilirlik analizi sonuçlarına, sonra tanımlayıcı istatistiklerin sonuçlarına, daha sonra da hipotezin test sonuçlarına ve kişisel değişkenler ile memnuniyet algılamaları arasında bir farklılığın olup olmadığına ilişkin test sonuçlarına yer verilmiştir.

4.1. Güvenilirlik

Öğrenci Memnuniyet Ölçeği ile elde edilen veriler SPSS paket programına aktarılarak Cronbach-Alpha yöntemi kullanılarak güvenilirlik testine tabi tutulmuş ve güvenilirlik değeri 0,919 bulunmuştur. Bu değer araştırmada kullanılan ölçeğin istatistik literatüründe belirtilen en yüksek güvenilirlik aralığında yer aldığını göstermektedir.

4.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan öğrencilerin kişisel değişkenlere göre dağılımı Tablo 1'de görülmektedir. Buna göre ankete katılanların %69,4'ü erkek %30,6'sı ise kız öğrenci-

lerden oluşmaktadır. Yaş gruplarına göre dağılıma bakıldığında %67,1 ile 21-25 yaş grubu en yüksek orana sahiptir. Gelineen ülkelere bakıldığında Ahıska, Kırgızistan ve Kazakistan'dan gelenlerin toplam sayısı araştırmaya katılanların yarısından fazlasını oluşturmaktadır. En az öğrenci ise Özbekistan'dan gelmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık %70'i 1. ve 2.sınıfta okumaktadırlar.

Tablo 1:Araştırmaya Katılanların Kişisel Değişkenlere Göre Dağılımı

	Cinsiyet	N	%
	Erkek	59	69,4
Kız		26	30,6
Toplam		85	100,00
	Yaş		
15-20		23	27,1
21-25		57	67,1
26-30		4	4,7
31 üstü		1	1,1
Toplam		85	100,0
	Geldiği Ülke		
Ahıska		18	21,2
Kazakistan		17	20,0
Kırgızistan		13	15,3
Azerbaycan		12	14,1
Moğolistan		6	7,1
Kırım		5	5,9
Tataristan		4	4,7
Türkmenistan		4	4,7
Moldova		3	3,5
Buryat		2	2,4
Özbekistan		1	1,2
Toplam		85	100,00
	Okuduğu Sınıf		
1.Sınıf		34	40,0
2.Sınıf		26	30,6
3.Sınıf		14	16,5
4.Sınıf		11	12,9
Toplam		85	100,00

Araştırmaya katılan öğrencilerin memnuniyet boyutu istatistikleri Tablo 2'de görülmektedir. Buna göre en yüksek memnuniyet ortalamasından başlayarak sıralandığında; birinci sırada *Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesinden* memnuniyet (3,60), ikinci sırada *Aidiyet ve rehberlik hizmetlerinden* memnuniyet (3,46), üçüncü sırada *Akademik ve idari personel ile iletişimden* memnuniyet (3,40) ve dördüncü sırada da *Araç-gereç, laboratuvar*dan memnuniyet (3,32) değerlerinin geldiği görülmektedir. Tablo-2'den de anlaşılacağı gibi araştırmaya katılan Türk Dünyası'ndan gelen öğrencilerin *Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesinden* memnuniyet algılamaya düzeyinin diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Öğrenci Memnuniyet Ölçeği Önermelerine İlişkin Ortalama ve Güvenirlilik Değerleri

Önermeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Cronbach-Alpha Değ.
Derslerin Yürütülmesi ve Değerlendirilmesi	3,60	0,70	0,817
1. Genelde etkin bir şekilde derslere katılma fırsatı verilmektedir.	4,02	0,96	
2. Derslerde yeteneklerimi ortaya çıkaracak çalışmalara fırsat verilmektedir.	3,40	1,08	
3. Öğretim elemanlarıyla ve yönetimle yapılan görüşmelerde kendimi rahat hissetmekteyim.	3,84	1,10	
4. Dersler yürütülürken dersin içeriğine uygun yöntemler, teknikler ve materyaller kullanılmaktadır.	3,51	1,08	
5. Derslerimizi yürüten öğretim elemanları alanlarında yeterli bilgi birikimine ve deneyime sahiptir.	3,66	1,08	
6. Dersler güncel sorunları çözmeye dönüktür.	3,36	1,12	
7. Sınavlar uygun yöntem ve tekniklere göre hazırlanmaktadır.	3,58	1,06	
8. Başarım objektif bir şekilde değerlendirilmektedir.	3,45	1,06	
Akademik ve İdari Personel ile İletişim	3,40	0,70	0,795
9. Akademik ve idari personel bana yetişkin bir insana davranır gibi davranmaktadır.	3,87	1,04	
10. Öğretim elemanlarıyla düşüncelerimi aynı görüşte olmak da açıkça paylaşabilemekteyim.	3,36	1,09	
11. Akademik ve idari personelin benim yanımda oldukları hissedilmektedir.	3,24	1,03	
12. Öğretim elemanları herhangi bir konuda bana olabildiğince adil davranmaktadırlar.	3,55	1,06	
13. Öğretim ortamı zorlayıcı ve sıkıcı bir ortamdan ziyade, rahat ve zevklidir.	3,35	0,10	
14. Bölümümüzle aramızda "BİZ" ruhu vardır.	3,17	1,18	
15. Öğretim elemanları – öğrenci – yönetim arasında işbirlikli çalışma ortamı vardır.	3,24	,905	
Araç – Gereç, Laboratuvar	3,32	0,81	0,807
16. İhtiyaç duyulduğunda araç – gereçlere ve materyallere rahatlıkla ulaşabiliyorum.	3,60	1,20	
17. Araç – gereçleri ve materyalleri etkin bir biçimde kullanabilmek için gerekli yardımlar yapılmaktadır.	3,58	1,24	
18. Laboratuvar / atölyelerin sayısı etkin yararlanılabilecek şekildedir.	3,33	1,05	
19. Laboratuvar / atölyelerin fiziki yapısı ve düzenleme biçimi etkin yararlanılabilecek şekildedir.	3,32	1,02	
20. Laboratuvar / atölyelerdeki donanım ve ekipmanlar yeterli değildir.	2,93	1,00	
21. Laboratuvar / atölyelerden ders dışında da etkili	3,11	1,17	
Aidiyet ve Rehberlik	3,46	0,68	0,817
22. İstedğim bir meslekle ilgili bir bölümde öğrenim görmekteyim.	4,01	1,02	
23. Mesleğimle ilgili becerileri ve yeterlilikleri kazandığımı düşünmekteyim.	3,51	1,10	
24. Bölümde kendimi huzurlu hissetmekteyim.	3,69	1,07	
25. Bölümde eleştiri ve kritik yapma imkânı tanınmaktadır.	3,35	1,04	
26. Bölümle ilişkilerde ilgi, ihtiyaç, kişisel gelişim ve bireysel farklılıklar dikkate alınmaktadır.	3,32	0,92	
27. Öğrenim sırasında çeşitli konularda (ders, alan	3,38	1,12	
28. Okula ilk kayıta verilen tanıtım (oryantasyon) hizmeti yeterlidir.	3,25	1,08	
29. Öğretim programlarında bireysel öğrenme dikkate alınmaktadır.	3,26	1,09	
30. Öğretim programları mesleki bilgilerin yanında sosyal hayata da hazırlamaya yöneliktir.	3,39	1,12	

Ayrıca Tablo 2’de memnuniyet alt boyutlarına ilişkin Cronbach-Alpha güvenirlik değerleri, *Öğrenci Memnuniyet Ölçeğinin* genel güvenirlik testinde olduğu gibi, araştırmada kullanılan söz konusu ölçeğin istatistik literatüründe belirtilen en yüksek güvenirlik aralığında yer aldığını göstermektedir.

4.3. Hipotez Testi

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın temel amacına yönelik olarak Türk Dünyası’ndan gelen öğrencilerin memnuniyet algılamaları ile akademik başarıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı ilişki analizi (korelasyon testi) ile belirlenmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin akademik başarı ölçütü olarak genel not ortalamaları kullanılmıştır. Araştırmanın amacına yönelik olarak ileri sürülen H_1 hipotezi *Öğrenci Memnuniyet Ölçeğinde* yer alan memnuniyet alt boyutları bağlamında korelasyon analizi ile test edilmiş olup sonuçlar Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Memnuniyet Algısı ile Genel Not Ortalaması Korelasyon Analizi sonuçları

		Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi	Akademik ve idari personel ile iletişim	Araç-gereç laboratuvar	Aidiyet ve Genel not rehberlik ortalaması
Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi	Pearson Korelasyon p N	1 85			
Akademik ve idari personel ile iletişim	Pearson Korelasyon p N	,682(**) ,000 85	1 85		
Araç-gereç laboratuvar	Pearson Korelasyon p N	,579(**) ,000 85	,437(**) ,000 85	1 85	
Araç-gereç laboratuvarp	Pearson Korelasyon N	,665(**) ,000 85	,707(**) ,000 85	,467(**) ,000 85	1 85
Genel not ortalaması	Pearson Korelasyon p N	,201(*) ,046 85	,111 ,312 85	,042 ,701 85	,116 ,291 85

* $p < 0.05$

Söz konusu tablodaki değerler *Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi* memnuniyet algısı alt boyutu ile genel not ortalaması arasında bir ilişkinin var olduğunu göstermektedir ($p=0,046 < 0,05$). Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Söz konusu memnuniyet alt boyutu ile ilgili korelasyon katsayısı ($,201$) ile genel not ortalaması arasındaki ilişki *düşük düzeyli ve doğru yönlüdür*. Yani *Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi* ile ilgili öğrencilerin memnuniyeti algısı yükseldikçe genel not ortalaması da yükselmektedir. Tablo 3’deki diğer memnuniyet algısı alt boyutları ile ilgili p değerleri bu boyutlar ile genel not ortalaması arasında bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla *Akademik ve idari personel ile iletişim*, *Araç-gereç*, *laboratuvar ve Aidiyet ve rehberlik* memnuniyet boyutlarıyla ilgili memnuniyet algılamaları öğrencilerin akademik başarılarını etkilemediği söylenebilir.

Tablo 4’de kişisel değişkenler ile memnuniyet algılamaları alt boyutları arasında bir farklılığın olup olmadığını gösteren test sonuçları görülmektedir. Analiz

sonuçları; *Cinsiyet* kişisel değişkeni ile *Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi* alt boyutu ve *Araç-gereç, laboratuvar* memnuniyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını gösterirken, *Cinsiyet* kişisel değişkeni ile *Akademik ve idari personel ile iletişim* ($p=0,034<0,05$) ve *Aidiyet ve rehberlik* ($p=0,006<0,05$) memnuniyet alt boyutları arasında anlamlı bir farklılığın olduğunu göstermektedir. Tablo 4'deki değerler, *Yaş* kişisel değişkeni ile memnuniyet alt boyutlarından sadece *Araç-gereç, laboratuvar* alt boyu arasında ($p=0,040<0,05$) anlamlı bir farkın olduğunu, diğer memnuniyet boyutlarıyla *Yaş* kişisel değişkeni arasında anlamlı bir farkın olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte Tablo 4'deki değerlere göre *Okuduğu sınıf* kişisel değişkeni ile memnuniyet alt boyutlarından hiçbirinin arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 4: *Kişisel Değişkenlere Göre Memnuniyet Algılamaları Farklılık Analizi Sonuçları*

Memnuniyet Algısı Alt Boyutları	T Testi	ANOVA (p)	
	Cinsiyet (p)	Yaş (p)	Okuduğu Sınıf (p)
Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi	0,307	0,181	0,420
Akademik ve idari personel ile iletişim	0,034	0,910	0,849
Araç-gereç, laboratuvar	0,861	0,040	0,914
Aidiyet ve rehberlik	0,006	0,123	0,870

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Türk Dünyası'ndan gelen öğrencilerin Türkiye'de yerleştirildikleri üniversitelerde memnuniyet algılamalarının turizm öğrencileri bağlamında akademik başarılarına etkisi araştırılmıştır. Araştırmaya katılanların çoğunluğunu Ahıska, Kazakistan ve Kırgızistan'dan gelen 21-25 yaş arasındaki erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada ayrıca araştırmaya katılan öğrencilerin kişisel değişkenlerine göre memnuniyet algılamalarında farklılaşma olup olmadığı hakkında da bilgi elde edilmiştir.

Araştırma ölçeği olarak Demirli ve Kerimgil (2009) tarafından geliştirilen Öğrenci Memnuniyet Ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu ölçekte otuz önermeden oluşan Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi, Akademik ve idari personel ile iletişim, Araç-gereç, laboratuvar ve Aidiyet ve rehberlik olmak üzere dört adet memnuniyet alt boyutu yer almaktadır. Bu memnuniyet boyutları ile öğrencilerin akademik başarıları karşılaştırılmış, Derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi memnuniyet alt boyutu ile öğrencilerin akademik başarıları arasında düşük düzeyli ve doğru yönlü bir ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir. Yani derslerin yürütülmesi ve değerlendirilmesi ile ilgili memnuniyet düzeyi arttıkça öğrencilerin başarıları da artmaktadır. Bu sonuç Koç vd. (2008) yaptıkları araştırma sonuçları ile uyusmaktadır. Öğrencilerin memnuniyet düzeylerini artırmak için derslere daha etkin bir şekilde katılmalarına fırsat verilmesi, derslerin işlenişinde öğrencilerin yeteneklerini ortaya çıkarmak şeklinde planlamalara daha çok ağırlık verilmesi yerinde olacaktır. Bunlara ek olarak öğretim elamanlarının ve okul yönetiminin öğrenci görüşmelerinde resmiyetten uzak samimi davranması, dersler yürütülürken mümkün olduğunca dersin içeriğine uygun yöntemler, teknikler ve materyaller ile zenginleştirilmesi, her dersin yürütülmesi için o dersin uzmanı öğretim elamanının seçimine dikkat edilmesi, ders materyallerinin ve içeriğinin güncel tutulmasına özen gösterilmesi, sınavların bilimsel

anlamda ölçme-değerlendirme teknik ve usullerine göre hazırlanmasına dikkat edilmesi ve öğrencilerin başarılarının mümkün olan en objektif kriterlere göre değerlendirilmesi öğrenci memnuniyet algılarını yükseltecektir. Bununla birlikte diğer üç memnuniyet algısı alt boyutu ile öğrencilerin akademik başarıları arasında bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla Akademik ve idari personel ile iletişim, Araç-gereç, laboratuvar ve Aidiyet ve rehberlik memnuniyet boyutlarıyla ilgili memnuniyet algılamaları öğrencilerin akademik başarılarını etkilemediği söylenebilir. Bu sonuç iletişimle ilgili memnuniyet alt boyutu konusunda Koç vd. (2008) yaptıkları araştırma ile uyumlu iken, diğer iki boyutla farklılık göstermektedir.

Araştırmanın iki kısıtı söz konusudur. Birincisi araştırmaya sadece Türk Dünyası'ndan gelen öğrenciler, ikincisi de bu öğrencilerin sadece turizm bölümlerinde öğrenim görenleri dahil edilmiştir. Turizmin kendine has sosyo-kültürel yapısı ve bu bağlamda memnuniyet algılamalarının diğer bölümlerden farklılaşabileceğinin düşünülmesi bu bölümün seçilmesine neden olmuştur.

Araştırmada verilerin yalnızca turizm bölümlerinde öğrenim gören öğrenciler ile sınırlandırılması elde edilen sonuçların genelleştirilmesini engellemektedir. Bununla birlikte söz konusu kısıtlarına rağmen araştırma yabancı öğrencilerin Türk üniversitelerine yönelik memnuniyetlerine ilişkin algı düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişki hakkında fikir verecek ve gelecek çalışmalara referans oluşturacak niteliktedir. İleride yapılacak araştırmalar için, diğer bölümlerde öğrenim gören yabancı öğrencilerin de katılımıyla araştırma evreni genişletilmiş farklı bölümlerdeki farklı ülkelerden gelen öğrencilere odaklanmış ve belirli zaman aralıkları ile yapılacak çalışmalar önerilebilir. Her ne kadar öğrenci görüşleri değişik faktörlerden etkilense de bu tip çalışmaların öğrencilerin memnuniyet düzeylerini koyması açısından önemli olduğu ve tekrarlanması gerektiği düşünülmektedir.

Kaynakça

- ANSARI, Walid El (2002). "Student Nurse Satisfaction Levels With Their Courses: Part I Effects of Demographic Variables", **Nurse Education Today**, 22(2), pp.159-169.
- ATAY, Lütfi ve YILDIRIM, H. Mehmet (2008). "Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Memnuniyetlerine Yönelik Bir Araştırma", **Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, 5(3), ss.6-14.
- AVCIKURT, Cevdet ve KÖROĞLU, Özlem. (2006). "Termal Otel İşletmelerinde Müşteri Sadakatini Artıran Nitelikleri Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması", **Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, 3(1), ss.5-16.
- BEL, Lien-Tiand SHANG, Cian-Fong(2006). "Building Marketing Strategies for State-Owned Enterprises Against Private Ones Based on the Perspectives of Customer Satisfaction and Service Quality", **Journal of Retailing and Consumer Services**, 13 (1), pp.1-13.
- CHOI, Tat Y. and CHU, Raymond (2000). "Levels of Satisfaction Among Asian and Western Travelers", **International Journal of Quality and Reliability Management**, 17 (2), pp.116-131.
- DEMİRLİ, Cihad ve KERİMGİL, Seda (2009). "Yükseköğretimde Eğitim Öğretimle İlgili Öğrenci Memnuniyeti Ölçeğinin Geliştirilmesi", **E-Journal of New World Sciences Academy Education Sciences**, 4(4), ss.1392-1403.
- DEMİRTAŞ, Zülfü ve KAHVECİ, Gökhan (2010). "İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Okullarına Yönelik Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri", **E-Journal of New World Sciences Academy**, 5(4), ss.2150-2161.
- EGELİOĞLU, Nuray, ARSLAN, Sümeyye ve BAKAN, Gülcan (2011). "Hemşirelik Öğrencilerinin Memnuniyet Durumlarının Akademik Başarıları Üzerine Etkisi", **Hemşirelikte Araştırma Geliştirme Dergisi**, 1, ss.14-24.
- EGGERT, Andreas and ULAGA, Wolfgang (2002). "Customer Perceived Value: A Substitute for Satisfaction in Business Markets?", **Journal of Business-Industrial Marketing**, 51 (3), pp.134-139.
- EKİNCİ, C. Ergin ve BURGAZ, Berrin (2007). "Hacettepe Üniversitesi Öğrencilerinin Bazı Akademik Hizmetlere İlişkin Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri", **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 33, ss.120-134.
- ELLIOTT, Kevin M. and SHIN, Dooyoung (2002). "Student Satisfaction: an Alternative Approach to Assessing this Important Concept", **Journal of Higher Education, Policy and Management**, 24(2), pp.197-209.
- EMİR, Oktay ve KILIÇ, İbrahim (2011). "Müşterilerin Memnuniyet Düzeyleri İle Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama", **Journal of Yasar University**, 21(6), ss.3598-3621.
- ENSARİ, Hoşcan ve ONUR, Vildan (2003). "Kaliteye İlişkin Öğrenci Beklentileri: Eğitim Fakülteleri Örneği", **Amme İdaresi Dergisi**, 36(3), ss.145-153.
- GALBREATH, Jeremy and ROGERS, Tom (1999). "Customer Relationship Leadership: A Leadership and Motivation Model for The Twenty-First Century Business", **The TQM Magazine**, 11(3), pp.162-171.
- İÇLİ ETİ, Gülnur ve VURAL, Burcu B. (2010). "Toplam Kalite ve Yönetimi ve Uygulamaları Çerçevesinde Kırklareli Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Öğrenci Memnuniyeti Araştırması", **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 28(1), ss.335-349.
- KOÇ, Hakan, ARSLANTÜRK, Yalçın ve ARSLAN, Sıddık (2008). "Yüksek Öğretimde Öğrenci Tatmin Düzeyleri ile Başarı Ortalamaları Arasındaki İlişki: Hazırlık Sınıfı Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama", **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 1, ss.57-69.
- LIN, Hsin-Hui and WANG, Yi-Shun (2006). "An Examination of The Determinants of Customer Loyalty in Mobile Commerce Contexts", **Information & Management**, 43, pp. 271-282.
- MCKERCHER, Bob (2002). "The Future of Tourism Education: An Australian Scenario?", **Tourism and Hospitality Research**, 3(3), pp.199-210.
- ÖÇER, Abdullah ve BAYUK, Nedim (2001). "Müşteri Memnuniyeti", **Pazarlama Dünyası**, 15(2), ss.26-29.

- ÖNEM, Ebru, POLAT, Mümin, NAYIR, Tufan ve EROĞLU, Füsün (2009).“Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Genel Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Yaşam Dergisi**, 1(1), ss.4-6.
- PARASURAMAN, Ananthanarayanan, ZEITHAML, Valerie A. and BERRY, Leonard L.(1988). “SERVQUAL: A Multiple-item Scalefor Measuring Consumer Perception of Service Quality”, **Journal of Retailing**, 64 (1), pp.12-40.
- PIPLANI, ajeshand YONGHUI, Fu. (2005). “A Coordination Framework for Supply Chain Inventory Alignment”, **Journal of Manufacturing Technology Management**, 16(6), pp.598-614.
- PIZAM, Abraham and ELLIS, Taylor (1999). “Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 11 (7), pp.326-339.
- SCOTLAND, Miriam (2006). “Higher Education Program Curricula Models in Tourism and Hospitality Education: A Review of theLiterature”, **Paper Presented at the Academy of Human Resource Development International Conference (AHRD)**, 38 (3), pp.801–808.
- ŞAHİN, Ali Ekber (2009).“Eğitim Fakültesinde Hizmet Kalitesinin Eğitim Fakültesi Öğrenci Memnuniyet Ölçeği (EF-ÖMÖ) İle Değerlendirilmesi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 37, ss.106-122.
- ŞAHİN, Tahir E., ESMERAY, Fatma Z. ve AKGÜNEY , Metin(1993a). **Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri ve Türk Toplulukları arasında yapılan anlaşmalar, ilişkiler ve faaliyetler**, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Türk Cumhuriyetleri ve Türk Toplulukları Dairesi Yayın No: 1/1.
- ŞAHİN, Tahir E.,ESMERAY, Fatma Z. ve AKGÜNEY , Metin(1993a).**Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri ve Türk Toplulukları arasında yapılan anlaşmalar, ilişkiler ve faaliyetler**, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Türk Cumhuriyetleri ve Türk Toplulukları Dairesi Yayın No: 1/2.
- ŞAHİN, Tahir E.,ESMERAY, Fatma Z. ve AKGÜNEY , Metin(1993a).**Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri ve Türk Toplulukları arasında yapılan anlaşmalar, ilişkiler ve faaliyetler**, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Türk Cumhuriyetleri ve Türk Toplulukları Dairesi Yayın No: 1/3.
- TOPRAK, Tayfun (2007). **Hizmet Sektöründe Kalite Değer ve Müşteri Memnuniyetinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TÜTÜNCÜ, Özkan ve İPEKGİL DOĞAN, Özlem. (2003). “Müşteri Tatmini Kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulaması”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 5(4), ss.130-151.
- UZGÖREN, Nevin ve UZGÖREN, Ergin (2007),“Dumlupınar Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Memnuniyetini Etkileyen Bireysel Özelliklerin İstatistiksel Analizi – Hipotez Testi, Ki-Kare Testi ve Doğrusal Olasılık Modeli”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 17, ss.173-193.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban (2000). “Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Değerlendirilmesi”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 3, ss.218-238.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban (2004). “Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Karşılaştırılması”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 1, ss.108-130.
- WARYSZAK, Robert Z. (1999). “Students’ Expectations from Their Cooperative Education Placements in the Hospitality Industry: An International Perspective”, **Education& Training**, 41(1), pp.33-40.
- XU, urong, YEN, David C., LIN, Binshanand CHOU, David C. (2002). “Adopting Customer Relationship Management Technology”, **Industrial Management & Data Systems**, pp.442-452.

THE RELATION BETWEEN THE PERCEPTION OF SATISFACTION AND ACADEMIC SUCCESS IN STUDENTS FROM TURKIC WORLD: THE CASE OF TOURISM STUDENTS

Cihan SEÇİLMİŞ*

Arzu KILIÇLAR**

Yaşar SARI**

Abstract

This survey examines the relation between the Turkic World students' perception of satisfaction from their universities they have been placed in Turkey in the context of tourism departments. The *Student's Satisfaction Scale* which was developed by Demirli and Kerimli (2009) was used as a scale for *satisfaction perception and students' grade point average* was used as a scale for their academic success. In this context the data gathered from 85 forms were applied different statically tests in accordance with the aim of the study. In the correlation test applied *a positive and low levelled relation was found between academic success and the way courses thought and evaluated*. In addition to this it was found that there is no relation between the academic success and the satisfaction perception of the communication with academic and administrative staff, equipment, laboratory, belonging and counselling

Key Words: Turkic World, satisfaction, tourism, academic success

* Eskişehir Osmangazi University School of Tourism and Hotel Management Meşelik Campus Eskişehir

** Gazi University Faculty of Commerce and Tourism Education-Ankara

*** Eskişehir Osmangazi University School of Tourism and Hotel Management Meşelik Campus Eskişehir