

T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

TURİZM EĞİTİMİ ALAN MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN
TURİZM EĞİTİMİNİ VE TURİZM SEKTÖRÜNÜ
DEĞERLENDİRMELERİ: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ

Volkan CAM
1430241054

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Gülay BULGAN

ISPARTA-2018



SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

Öğrencinin Adı Soyadı	Volkan CAM	
Anabilim Dalı	Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı	
Tez Başlığı	TURİZM EĞİTİMİ ALAN MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİ'NİN TURİZM SEKTÖRÜ ALGISI: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ	
Yeni Tez Başlığı ¹ (Eğer değişmesi önerildi ise)	TURİZM EĞİTİMİ ALAN MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİ'NİN TURİZM EĞİTİMİNİ VE TURİZM SEKTÖRÜNÜ DEĞERLENDİRMELERİ: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ	
Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği hükümleri uyarınca yapılan Yüksek Lisans Tez Savunma Sınavında Jürimiz 4.11.2018 tarihinde toplanmış ve yukarıda adı geçen öğrencinin Yüksek Lisans tezi için; ☒ OY BİRLİĞİ ☐ OY ÇOKLUĞU² ile aşağıdaki kararı almıştır. ☒ Yapılan savunma sınavı sonucunda aday başarılı bulunmuş ve tez KABUL edilmiştir. ☐ Yapılan savunma sınavı sonucunda tezin DÜZELTİLMESİ³ kararlaştırılmıştır. ☐ Yapılan savunma sınavı sonucunda aday başarısız bulunmuş ve tezinin REDDEDİLMESİ⁴ kararlaştırılmıştır.		
TEZ SINAV JÜRİSİ	Adı Soyadı/Üniversitesi	İmza
Danışman	Yrd. Doç. Dr. Güly BULGAN S.D.Ü. / i.i.B.F	
Jüri Üyesi	Yrd. Doç. Dr. Ömer Akyün ZELKİN Süleyman Demirel Üniversitesi / İİBF	
Jüri Üyesi	Yrd. Doç. Dr. Ali AVAN Afyon Kocatepe Üniversitesi / Turizm F.	
Jüri Üyesi		
Jüri Üyesi		

¹Tez başlığının DEĞİŞTİRİLMESİ ÖNERİLDİ ise yeni tez başlığı ilgili alana yazılacaktır. Değişme yoksa çizgi (-) konacaktır.

² OY ÇOKLUĞU ile alınan karar için muhalefet gerekçesi raporu eklenmelidir.

³ DÜZELTME kararı için gerekçeli jüri raporu eklenmeli ve raporu tüm üyeler imzalamalıdır.

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM-ÖĞRETİM VE SINAV YÖNETMELİĞİ Madde 28-(4) Tezi hakkında DÜZELTME kararı verilen öğrenci sınav tarihinden itibaren en geç üç ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur.

⁴Tezi REDDEDİLEN öğrenciler için gerekçeli jüri raporu eklenmeli ve raporu tüm üyeler imzalamalıdır. Tezi reddedilen öğrencinin enstitü ile ilişkisi kesilir.



T.C.

SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Turizm Eğitimi Alan Meslek Lisesi Öğrencilerinin Turizm Eğitimi ve Turizm Sektörünü Değerlendirmeleri: Antalya İli Örneği” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

A blue ink signature of Volkan CAM.

Volkan CAM

11.01.2018

(CAM, Volkan, *Turizm Eğitimi Alan Meslek Lisesi Öğrencileri'nin Turizm Eğitimi ve Turizm Sektörünü Değerlendirmeleri: Antalya İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2018)

ÖZET

Turizm eğitimi; insanın insana hizmet verdiği bir sektör olan, turizm sektöründe çalışacak işgörenlere bilgi, beceri, hoşgörü ve meslek bilinci kazandıran, disiplin altına alınmış, turizm sektörüne yönelik personel ve yönetici yetiştirmeyi amaçlayan çalışmalar bütünüdür. Turizm sektörü; çok yönlü bir sektördür. Bu çok yönlülük, ekonomiyi oluşturan diğer sektörlerle iç içe olduğundan kaynaklanır. Bu nedenle turizm sektörünün diğer sektörlerle olan sınırını çizmek çoğu kez olanaksızdır. Ülkelerin turizm sektörünün gelişmişlik düzeyi diğer sektörlerin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak değişim gösterir. Çünkü turizm sektörü gelişmişliğin yan ürünüdür. Gelişmiş ülkelerin turizm alanında göze batır sorunlarının olmaması, bu ülkelerin turizm pazarından yüksek pay almalarını sağlar.

Bu çalışmanın temel amacı, turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitime ve turizm sektörüne ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılmasıdır.

Çalışmada anket tekniği uygulanmıştır. Anket formları, Antalya'nın Kepez, Konyaaltı ve Muratpaşa ilçelerinde bulunan üç turizm meslek lisesinde öğrenim gören toplam 1600 öğrenci içinden 451 öğrenciye uygulanmıştır. Öğrencilerin en yüksek puan verdikleri maddelerin genel olarak içeriği incelendiğinde, bu maddelerin öğrencinin kendisini geliştirmesi veya yetiştirmesi ile ilgili maddeler olduğu dikkat çekmektedir. Kadın ve erkek öğrencilerin turizm eğitimi ve sektörü hakkındaki görüşlerinin birbirine yakın olduğu, sınıf, yaş, gelir düzeyi, eğitim alınan okul ve diğer değişkenlere bağlı olarak farklı sonuçların da ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Eğitimi, Turizm Sektörü, Meslek Liseleri, Mesleki Eğitim.

(CAM, Volkan, *The Evaluation of Vocational High School Students About Tourism Education and Tourism Sector: Antalya Province Example*, Master's Thesis, Isparta, 2018)

ABSTRACT

Tourism education is the whole set of activities that aim to deliver knowledge, skills, tolerance and vocational awareness to the personnel who are going to work in the tourism sector that where people provide service to other people. It also targets to train personnel and managers for the tourism sector. The tourism sector is a versatile industry. This versatility comes from the fact that it is intertwined with the other sectors that make up the economy. For this reason, it is often impossible to draw the boundaries of the tourism sector with other sectors. The level of development of countries' tourism sectors varies depending on the level of development of other sectors. This is because the tourism sector is a by-product of development. The fact that the developed countries have no obvious problems in the field of tourism, enable these countries to get a high share in the tourism market.

The main objective of this study is to reveal the opinions of the Hotel Management and Tourism vocational high school students regarding the tourism education and the tourism sector.

Questionnaire technique was applied in the study. The questionnaire forms were administered to 451 students amongst a total of 1600 who attend three different Hotel Management and Tourism vocational high schools that locate in Kepez, Konyaalti and Muratpasa districts of Antalya. When the content of the highest rated items is evaluated in general, it is noted that these items are related to the student's self-development or self-training. It is found that students' opinions regarding the tourism education and the tourism sector are quite close to each other's however different results are also noted depending on the class, age, level of income, school of attendance and other variables.

Keywords: Tourism Education, Tourism Sector, Vocational High Schools, Vocational Education.

İÇİNDEKİLER

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	ix
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. EĞİTİMİN TANIMI	3
1.1.1. Eğitimin Amaçları.....	4
1.1.1.1. Farklar Yaklaşımı	5
1.1.1.2. Demokratik Yaklaşım	5
1.1.1.3. Analitik Yaklaşım	5
1.1.1.4. Betimsel Yaklaşım	6
1.1.2. Eğitimin Sınıflandırılması	7
1.1.2.1. Örgün Eğitim.....	8
1.1.2.2. Yaygın Eğitim	8
1.2. MESLEKİ EĞİTİM.....	9
1.2.1. Mesleki Eğitimin Tanımı ve Kapsamı	9
1.2.2. Türkiye'de Mesleki Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezlerine Ait Mevcut Durum.....	10
1.2.3 Avrupa'da Mesleki Eğitim ve Mesleki Turizm Eğitimi	14
1.2.3.1. Almanya	14
1.2.3.2. İngiltere	15
1.2.3.3. İtalya.....	17
1.2.3.4. Fransa	18
1.2.3.5. İsviçre.....	19
1.2.4. ABD'de Mesleki Eğitim ve Mesleki Turizm Eğitimi.....	19
1.3. MESLEKİ EĞİTİMİN SAĞLADIĞI YARARLAR.....	20
1.3.1. Mesleki Eğitimin Öğrenciye Sağladığı Yararlar	20
1.3.2. Mesleki Eğitimin İşverene Sağladığı Yararlar	22
1.3.3. Mesleki Eğitimin Devlete Sağladığı Yararlar.....	23
1.4. TURİZM EĞİTİMİ	24
1.4.1. Turizm Eğitiminin Tanımı	24
1.4.2. Turizm Eğitiminin Önemi.....	25
1.4.3. Turizm Eğitiminin Amaçları.....	26
1.4.4. Turizm Eğitimiyle İlgili Genel Bilgiler	26
1.5. TÜRKİYE'DE TURİZM EĞİTİMİ	28
1.5.1. Türkiye'de Turizm Eğitiminin Tarihçesi	28
1.5.2. Türkiye'de Turizm Eğitiminin Genel Yapısı.....	30
1.5.2.1.Örgün Turizm Eğitimi.....	31

1.5.2.1.1. Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi	33
1.5.2.1.2. Yüksek Öğretimde Turizm Eğitimi	34
1.5.2.2. Yaygın Turizm Eğitimi	36

İKİNCİ BÖLÜM TURİZM SEKTÖRÜ

2.1. TURİZM SEKTÖRÜ	38
2.1.1. Turizm, Turistin Tanımı ve Kökeni.....	39
2.1.2. Turizm Sektörünün Temel Özellikleri.....	40
2.2. TURİZMİN ÜLKE EKONOMİSİNDEKİ YERİ.....	41
2.3. TURİZM TALEBİ	42
2.3.1. Turizm Talebini Şekillendiren Faktörler	42
2.3.1.1. Demografik ve Toplumsal Faktörler	43
2.3.1.2. Ekonomik Faktör.....	43
2.3.1.3 Politik Faktörler	44
2.3.1.4. Psikolojik Faktörler.....	44
2.3.1.5. Eğitim ve Kültür Seviyesindeki Artış	45
2.3.1.6. Kentleşme Düzeyi	46
2.3.1.7. Reklam ve Tanıtım.....	47
2.3.1.8. Boş Zaman	48
2.3.1.9. Bilişim ve Ulaştırma Teknolojisindeki Gelişmeler.....	48
2.4. TURİZM ARZI	50
2.5. HİZMET KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ.....	52
2.6. TURİSTİK ÜRÜN VE TEMEL UNSURLARI.....	53
2.6.1. Çekicilik.....	53
2.6.2. Ulaşılabilirlik	54
2.6.3. Turizm İşletmeleri.....	54
2.6.4. Etkinlikler	55
2.6.5. İmaj	55
2.7. TURİZM ENDÜSTRİSİNİN BİLEŞENLERİ	56
2.7.1. Konaklama İşletmeleri.....	56
2.7.2. Yiyecek İçecek İşletmeleri.....	57
2.7.3. Ulaştırma İşletmeleri.....	57
2.7.4. Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri	58
2.7.5. Rekreasyon İşletmeleri	58
2.8. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ VE SEKTÖRE AİT BİLGİLER.....	59
2.8.1. Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler.....	60
2.8.1.1 Genel Nitelikli Turizm Teşvikleri.....	60
2.8.1.1.1. Devlet Yardımlarıyla Sağlanan Turizm Teşvikleri	60
2.8.1.1.2. Gelir Vergisi Stopajı Desteği	61
2.8.1.1.3. Sigorta Primi İşveren Hissesi ve İşçi Hissesi Desteği	61
2.8.1.1.4. Yatırım Yeri Tahsisi	61
2.8.1.1.5. Vergi İndirimi.....	61
2.8.1.2. Özel Nitelikli Turizm Teşvikleri.....	62
2.8.1.2.1. Turizm kredileri.....	62
2.8.1.2.2. Orman Fonuna Katkının Taksitlendirilmesi.....	62
2.8.1.2.3. Elektrik, Doğalgaz ve Su Ücretleri.....	62

2.8.1.2.4. Haberleşme Kolaylıkları.....	63
2.8.1.2.5. Personel Çalıştırılması.....	63
2.8.1.2.6. Alkollü İçki Satışı.....	63
2.8.1.2.7. Resmi Tatil, Hafta Sonu ve Öğle Tatilleri.....	63
2.8.1.2.8. Kamu Taşınmazlarının Turizm Yatırımları İçin Yatırımcılara Tahsisi	63
2.8.2. Türkiye’de Turizm Sektörüne Ait Güncel Gelir Veriler	63
2.9. DÜNYADA TURİZM SEKTÖRÜ	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM EĞİTİMİ ALAN MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM EĞİTİMİNİ VE TURİZM SEKTÖRÜNÜ DEĞERLENDİRMELERİ

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI, ÖNEMİ, YÖNTEMİ, EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ, PROBLEM CÜMLEŞİ, VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ, KISITLARI, ARAŞTIRMADA UYGULANAN ANALİZ TEKNİKLERİ.....	66
3.1.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı	66
3.1.2. Araştırmanın Önemi	66
3.1.3. Araştırmanın Yöntemi	67
3.1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	68
3.1.5. Araştırmanın Problem Cümlesi	68
3.1.6. Veri Toplama Teknikleri	69
3.1.7. Araştırmanın Kısıtları	69
3.1.8. Araştırmada Uygulanılan Analiz Teknikleri.....	69
3.2. ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR	70
3.2.1. Güvenilirlik ve Geçerlilik	70
3.2.2. Demografik Veriler.....	72
3.2.3. Hipotez Analizleri.....	73
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	83
SONUÇ.....	83
ÖNERİLER	89
KAYNAKLAR	92
ÖZGEÇMİŞ.....	108

KISALTMALAR LİSTESİ

EDD	: En Düşük Değer
EURYDICE	: Avrupa Eğitim Bilgi Ağı
EYD	: En Yüksek Değer
GCSE	: (The General Certificate of Secondary Education) Ortaöğretim Genel Sertifikası
HND	: (Higher National Diploma) Yüksek Ulusal Diploma
M.E.B	: Milli Eğitim Bakanlığı
METARGEM	: Mesleki ve Teknik Eğitim Araştırma ve Geliştirme Merkezi
s	: Sayfa
SA	: Seçenek Aralığı
SPSS	: (Statistical Package for the Social Sciences) Sosyal Bilimler için İstatistik Programı
SS	: Seçenek Sayısı
TDK	: Türk Dil Kurumu
TDK	: Türk Dil Kurumu
TDK	: Türk Dil Kurumu
vd	: Ve Diğerleri

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Turizm Eğitiminin Genel Görünümü	31
Tablo 2. Türkiye Turizm Geliri ve Gideri (2017)	64
Tablo 3. Güvenilirlik ve Geçerlilik	71
Tablo 4. Araştırmaya Katılan Öğrencilere Ait Demografik Veriler.....	72
Tablo 5. Okul Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması	73
Tablo 6. Cinsiyet Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması	74
Tablo 7. Yaş Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması	75
Tablo 8. Sınıf Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması	76
Tablo 9. Bölüm Değişkenine göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması	77
Tablo 10. Ailede Turizmle Uğraşanlar Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması.....	78
Tablo 11. Ailenin Aylık Kazancı Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması.....	79
Tablo 12. Çocukluk Yıllarının Geçirildiği Yer Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması.....	81

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Örgün ve Yaygın Eğitimin Eğitim Sistemi İçindeki Yeri (Ataklı, 1992: 5).....	8
Şekil 2. Turizm Eğitim Piramidi (Orhan, 2015: 15)	32



ÖNSÖZ

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimini ve turizm sektörünü değerlendirme biçimlerinin ortaya çıkarılması amacı ile yapılan bu araştırmada, gerek tez konumun belirlenmesinde gerekse de tez çalışmamın her aşamasında her türlü yardımlarını benden esirgemeyen danışmanım Yrd. Doç. Dr. Gülay BULGAN'a sonsuz teşekkür ederim. Aynı zamanda tez aşamamın çeşitli safhalarında benden yardımlarını esirgemeyen Doç Dr. Mehmet ÖZKARTAL, Öğr. Gör. Zeki ÖZKARTAL, Yrd. Doç. Okan SARIGÖZ ile aile yakınlarıma, hocalarıma ve arkadaşım M. Bilal ALAN'a, ayrıca maddi ve manevi yönden bana her an desteklerini esirgemeyen babam Mahmut CAM, annem Sabahat CAM, abim Fatih CAM ve eşi Hande BERK CAM ile sevgili yeğenim Onur'a da burada teşekkür etmeyi bir borç bilirim.



GİRİŞ

Kişilerin, hayatları süresince verecek oldukları önemli kararlardan birisi; farklı nedenlerden dolayı tercih edeceği meslek kararıdır. Bu karar verme süreci genellikle kişinin en kritik yaş dönemine denk gelmektedir. Gençlik dönemine denk gelen bu karar, kişinin farklı endişeler içinde olmasını ve bu endişe nedeniyle yanlış kararlar vermesine neden olabilmektedir. Verilebilecek bu yanlış kararlar kişinin meslek hayatında hem mensubu olduğu işletmeye hem de sosyal çevreye karşı tutumunu olumsuz etkileyebilmektedir. Bu yüzden meslek hakkında tercih yapılırken okul, kişisel gelişim, aile yapısı ve bilinci, toplumsal çevre, donanım, doğru yönlendirilme gibi birçok faktör etkili olmaktadır (Telman, 2000: 23).

Okul hayatında, kişinin mesleki karar aşamasındayken doğru karar verebilmesinin en önemli faktörü de eğitimidir. Eğitilmiş ve bilinçli birey kendi kararlarını alma aşamasında yeterli donanıma ve bilince sahip olursa iş hayatında da o kadar mutlu ve huzurlu olacaktır. Ayrıca, bu huzur ve güven ortamının, kişinin sosyal çevresine ve aile yaşamına da yansıtacağı düşünülmektedir.

Kişinin mesleki gelişimi öncelikle yaşadığı ülkenin ilgili meslekteki gelişmişliğinin ne derecede olduğuna da bağlıdır. Araştırmanın konusunu oluşturan turizm meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimi ve sektörü hakkındaki görüşleri, öğrencilerin sektör hakkında ne derece ilgili olduklarını ve ne düzeyde bilgi sahibi oldukları konusunda da bazı yorumlara ulaşılmasını sağlamaktadır.

Dünya genelinde her geçen gün gelişmekte olan turizm faaliyetlerine ayak uydurabilmek için, Türkiye'nin sahip olduğu jeopolitik konumu, kültürel mirası, medeniyetlerin birleşme coğrafyası olma özelliği, doğasının her türlü turizm faaliyetine olanak sağlaması gibi zenginliklerin ve potansiyellerin yanı sıra, turizm eğitiminin de kaliteli, çağın gereklerine uygun, teknoloji ve bilgi toplumuna ayak uydurabilecek seviyede olması gerekmektedir. Artan maddi imkanlar ve turistlerin daha kaliteli hizmet anlayışı, sektörde kaliteli işletmeler ve kalifiye eleman ihtiyacını zorunlu kılmaktadır. Bu yüzden hizmet veren personelin ne kadar teorik bilgi aldığı ve bu teorik bilgiyi hangi düzeyde pratiğe dönüştürebildiği önem arz etmektedir. Bilinçli, sektör algısı kuvvetli, mesleğinin farkındalıklarına sahip ve mesleğini seven personel yetiştirmek turizm eğitiminin önemli amaçlarından biri olarak ortaya konulmaktadır.

Eğitimi alınan sektörün içeriği, faaliyetlerinin ne olduğu, iş tanımın ne içerdiği, meslek hakkındaki farkındalık ve en önemli faktörlerden biri olan meslekle ilgili algının ne düzeyde olduğunun bilinci içinde olmak kadar yaşanılan ülkede, tercih edilen meslek grubunun ülke içindeki yeri, toplumsal yapıya, eğitime, kültüre,  evre bilincine, ekonomiye ne ölçüde katkı yaptığıda önemli ölçütler arasında yer almaktadır. Bu yüzden yapılan bu araştırmada demografik değişkenlere ve hazırlanan anket sorularına verdikleri cevaplardan yola çıkılarak, turizm meslek eğitimi alan meslek lisesi  ğrencilerinin turizm eğitimi ve sektör hakkındaki değerlendirmelerinin ne düzeyde olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. EĞİTİMİN TANIMI

Eğitim kavramı hakkında günümüze kadar birçok tanım yapılmıştır. Yapılan tüm tanımlamalara yer vermek mümkün olmasa da genel kabul görmüş tanımların birçoğu bu bölümde açıklanmıştır. Eğitim hakkında yapılan tanımlardan bazılarına aşağıda yer verilmektedir.

Eğitim, kişilerin toplum yaşantısına hazırlanması maksadıyla onun gerekli bilgi, beceri ve tutum kazanmasında ve karakterini genişletmesine yardım etme aşamasıdır (Taymaz, 1992: 2). Eğitim, kişilerin eylemlerinde kendi yaşam tarzının etkisi ve bilinçli olarak işlevlik farklılaştırma yaratma evresi olarak kabul edilmektedir (Varış, 1992: 13). Eğitim kavramı genel anlamda; kişilerin toplum standartlarını, inançlarını ve yaşam tercihlerini kendisine kazandırmasında önemli rol oynayan tüm sosyal kademeleri ifade etmektedir. Eğitim, tercih edilmiş ve bilinçli bir şekilde adım atan çevrenin, çoğunlukla okul hayatının etkisi ile içtimai yeterlilik ve sorunsuz bir biçimde şahsi gelişimi kolaylaştıran toplumsal bir role sahiptir (Bayrak, 2005: 5).

Eğitimin tanımları değerlendirildiğinde, eğitimin yaşam boyu süren bir eylem olduğu söylenebilmektedir. Eğitim; bireylerin doğumlarından başlayarak, tüm hayatlarına tesir eden büyük bir aşama olarak kabul edilmektedir. Ailede başlayan eğitim ile etkileşimde bulunulan çevre bireyin iş yaşamı başta olmak üzere tüm hayatını etkilemektedir (Darling, 1987: 17). Bireyler öğrendikleri vasıtası ile yaşamlarını idame ettirmektedirler. Kişilerin eğitilmesi aşamasında aile, din ve kitle iletişim şeklindeki öğeler etkin olsa da planlı bir faaliyet biçiminde eğitim çalışmaları okullarda gerçekleşmektedir. Bu nedenle okul; eğitim faaliyetlerinin yapıldığı bir organizasyon olarak açıklanabilmektedir (Başaran, 2000: 12). Ayrıca eğitim; öğretmen, öğrenci, öğretmen ve idareci gibi birbirinden farklı konumlara sahip kişilerin karşılıklı diyalog içinde oldukları toplumsal çevrede gerçekleşmektedir. Bu durumda ise yönetici, eğitim kurumlarının eğitim ile ilgili amaçlarını gerçekleştirmesine yönelik faaliyetlerini planlayan, organize eden ve denetlenmesini sağlamaktadır. Yönetici, eğitim politikalarının gerçekleşmesini, okullarda öğretim faaliyetlerinin yerine getirilmesi

biçimindeki eylemlerde önemli bir yere sahiptir. Eğitimin başarıya ulaşmasında okul yöneticilerinin etkisinin fazla olduğu bilinmektedir (Bursalıoğlu, 2002: 34).

Eğitim, en genel ifade ile fertleri belli gayelere göre yetiştirme sürecidir. Bu süreç zarfından geçen bireyin kişiliği değişime uğramaktadır. Bu değişim eğitim sürecinde elde edilen bilgi, yetenek, tutum ve değerler vasıtası ile hayat bulmaktadır. Eğitime geniş anlamda, beşeri bir ifade ile kişileri topluma ayak uydurma ve toplumun bir parçası haline getirme çabası da denilmektedir (Çelikkaya, 1997: 43).

Eğitim bir süreçtir ve bu süreçte kişinin tutumlarını arzu edilen hedefe doğru yöneltmek istenmektedir. Tutumlardaki değişimkasıtlı olarak gerçekleştirilmektedir. Eğitim sürecinde kişinin kendi hayat tarzı ana unsur olarak kabul edilmektedir (Büyükkaragöz ve Çivi, 1999: 54).

Eğitimde amaçlar, açık ve anlaşılır olarak belirlenmelidir. Bireylerin ve toplumun hedefi, toplumda bulunan tüm öğelerin ortak çalışmasıyla ulaşılabilir olmalıdır. Bu durumun gerçekleşebilmesi için önceliklertoplumun kapsadığı tüm öğelerin eğitimin temel amaçlarında ortak bir noktaya gelmeleri gerekmektedir (Çalık, 2003: 541). Amaçlara ulaşmaya çalışılırken, toplumdaki ve teknolojiadaki ilerleme göz ardı edilmeden, yaşanan gelişmelerin sürekli takip edilmesi gerekmektedir (Günay ve Arıdur, 1999: 27). Ulaşılmak istenen noktalar arasında eşgüdüm sağlanmalı ve amaçlar birbirine paralel olarak şekillendirilmektedir. Ayrıca belirlenen amaçların esnek bir yapıda olmasına özen gösterilmektedir. Amaçların hayatta uygulanabilir olması son derece önemlidir. Eğitimin amaçları, okul gruplarında fertlerin güdülenmesini sağlayıcı, eğitim-öğretim ve yönetim faaliyetlerinin planlamasını, yetki devrini ve eşgüdümlemeyi kolaylaştırır bir yapıda olması gerekmektedir. Bu doğrultuda belirlenen amaçlar, okulun, yöneticinin, öğretmenin ve öğrencinin takip edilmesi ve değer yüklenmesine yardım etmektedir (Aypay, 2008: 23).

1.1.1. Eğitimin Amaçları

Eğitim, hayatboyu devam eden bir faaliyettir. Eğitime önem verilerek istenilen hedef ve amaçlara ulaşılabilinmektedir (Barış, 2013: 153). Eğitimin amaçlarının belirlenmesi planlı bir eğitim sisteminin oluşturulması için gerekli ilk basamaktır. Diğer aşamalara geçilebilmesi için bu basamağın aşılması gerekmektedir. Eğitimin, hedefine ulaşabilmesi için eğitime duyulan ihtiyacın sebebi belirlenmeli ve bu ihtiyaç

istikametinde ne tür eylemler yapılacağı bilinmelidir (Doğanay ve Sarı, 2017:43). Eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi için dört aşamanın gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu aşamalar (Demirel, 2005: 78-79):

1.1.1.1. Farklar Yaklaşımı

Bu yaklaşım gözlenen ile beklenen başarı seviyelerin arasındaki farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Farklar yaklaşımına göre ihtiyaç, beklenen beceri seviyesiyle gerçekte olan kabiliyetler arasındaki farkın boyutlarıyla açığa çıkmaktadır. Aradaki farkın derecesi problem varlığını ya da yokluğunu da ortaya çıkarmaya yardımcı olmaktadır. Eğitim sonunda bu farklılıkların ortaya çıkarılması eğitim programının başarısını değerlendirilmesi açısından önemlidir.

1.1.1.2. Demokratik Yaklaşım

Demokratik yaklaşımın merkezinde bazı referans topluluklarının çoğunluğunun istediği değerler/farklılıklar bulunmaktadır. İhtiyaç, toplumdaki baskı gruplarının isteklerinden hareketle ortaya çıkmaktadır. Baskı gruplarının değiştirme/yön verme istekleri talepleri belirlemektedir. Çoğu bireyin ihtiyaç değerlendirme aşamasında olması beşeri ilişkileri ve toplumla bütünleşme özelliğine sahip olması bu tutumun en önemli özelliğidir. Çok sayıda insan topluluğunun dahil olması, ihtiyacı çok geçerli gibi gösterse de bu ihtiyacın önemli olduğu anlamına gelmemektedir. Bu yaklaşım ile eğitim programında toplumun ihtiyaçlarını karşılanması sağlanmaktadır.

1.1.1.3. Analitik Yaklaşım

Bu yaklaşım, ulusal-uluslararası şartlara bağlı değişimlere ait yönelimlerin dikkatli bir incelenme esasına bağlıdır. Bu tutum, gelecekte ortaya çıkabilecek durumlardan hareketle ihtiyacın belirlenmesi aşamasıdır. Bir durumla ilgili günümüzde mevcut duruma ait bilgilerden yararlanılır ve geleceğe yönelik varsayımların/durumların ortaya atılması ile ihtiyacın belirlenmesi sürecidir. Bu tutumda eleştirel düşünceden hareketle çözüm yolu aranmaktadır Bu şekilde toplumun gelecekte karşılaşılabilecek sorunlar ve ihtiyaçların giderilmesi sağlanmıştır.

1.1.1.4. Betimsel Yaklaşım

Bu yaklaşım da belirli bir oluşum ya da eğitim hayatlarından meydana gelen duruma ilgisini yöneltmektedir. Bir maddenin olmayışı, eksikliği ile ortaya çıkan zararlar o nesnenin varlığının meydana getireceği yarardan hareketle ihtiyaç belirleme sürecidir. Mantık çerçevesi içindeki araştırmalarda iki olasılığın gerçekleşebilmesi düşünülmekte ve ihtiyaç belirlenmektedir. Bu şekilde eğitim programına bütüncül bir şekilde bakılmakta ve programın eksikliğinden kaynaklanabilecek durumları ortadan kaldırılması hedeflenilmiştir.

Toplum ihtiyaçlarını belirledikten sonra yapılması gereken bir sonraki basamak eğitimin amaçlarının belirlenmesidir. Eğitimin amaçları, tüm toplumu ilgilendirdiği için oldukça önemlidir. Toplumların gelecekte sağlıklı bireyler yetiştirmesi, demokratik bir yapıya sahip olunması ve toplumdaki becerilerin artması için eğitimin belli amaçları olması ve o amaçlar doğrultusunda hareket edilmesi gerekmektedir (Dewey, 1903: 195). Her örgütün belli amaçları olmak zorundadır. Bu amaçlar doğrultusunda örgütler ilerledikleri yolları belirlemekte ve o yoldan ilerlemeye devam etmektedir. Eğitimin amacına ulaşabilmesinin tek yolu okul içinde eğitim-öğretim etkinlikleriyle gerçekleşmesi ile sağlanmaktadır (Akçay, 2001: 7).

Eğitimin amaçları ne kadar net belirlenirse, amaçlara ulaşmak da o kadar kolay olacaktır. Amaçlar örgütlere bir plan dahilinde ilerleme imkanı sunmakta, örgütlerin bir amaç çatısı altında birleşmesini sağlamaktadır. Örgüt arasında gerçekleşen beraberlik birçok soruna çözüm olmakta ve örgüt üyeleri arasında sorunları fark edilir derecede azaltmaktadır. Bu bağlamda örgüt üyeleri neyi yapmaları ya da yapmamaları gerektiğinin farkına varmaktadır. Tercih edilen bu yol birçok basamakta örgütlerin işini kolaylaştırmaktadır. Böylelikle eğitim amaçları değerlere uyum sağlayarak gelişmektedir. Örgütsel değerlerde düşünce ortaklığı sağlanırsa, eğitimin amacının bu yolla belirlenmesi kolaylaşmaktadır. Türk Milli Eğitimi'nin amaçları aşağıdaki gibi şekillenmektedir (Aypay, 2008: 24):

- Amaçlar anlaşılır olmalıdır.
- Amaçların, toplumun da katılımıyla belirlenmelidir.
- Amaçlar kendinden emin karaktere sahip olmalıdır.
- Amaçlar, oluşumlar göz ardı edilmeden sürekli denetlenmelidir.
- Amaçlar birbirine paralel özellikler taşımalıdır.

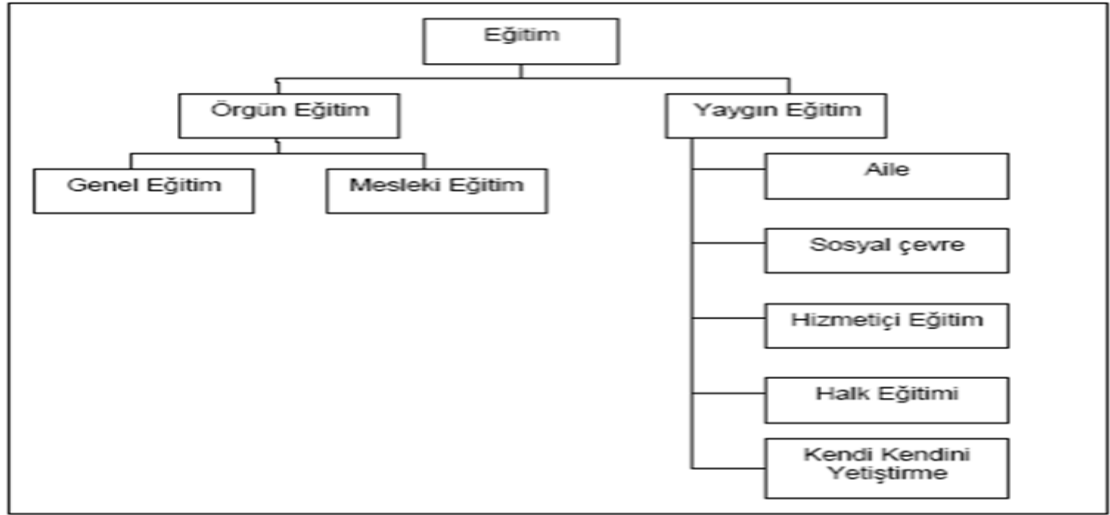
- Amaçlar duruma göre şekil alabilir karaktere sahip olmalıdır.
- Amaçlar ulaşılabilir, hayata geçebilir özellikte olmalıdır.

Eğitimde amaçların ortaya konulabilmesi için görev ve yetkilerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Amaçlanan görev ve yetkiler aşağıdaki şekilde belirlenebilmektedir (Akçay, 2001: 6):

- Bilgi edinme ya da değerlendirme yapılması gerekmektedir. Örneğin, toplumun eğitim kurumlarından ne derecede memnuniyet duyduğunun ölçülmesi,
- Tespit edilen bir sorunun çözüme ulaştırılması gerekmektedir. Örneğin, toplumun eğitim kurumlarından memnun kalma oranının arttırılmaya çalışılması,
- Örgütün etkisinin belirlenmesi gerekmektedir. Örneğin, toplumun eğitim kurumlarından aldığı memnuniyet düzeyini yükseltmede örgütün etkisinin belirlenmesi,
- Örgütsel öğrenmeye katkısı belirlenmektedir. Örneğin, toplumun eğitime olan farkındalığı, bilgi ve beceri derecelerinin yükseltilmesi,
- Örgütsel dönüşüme katkısı belirlenmektedir. Örneğin, bireylerin, eğitim sisteminin dönüşümü (reformu) için hedeflerinin, ana hatlarının, aşamalarının ve kültürünün ilerleme kaydedebilmesi için yöneticilere destek vermesi gerekmektedir.

1.1.2. Eğitimin Sınıflandırılması

Eğitim sistemi incelendiğinde, eğitimin veriliş ve uygulanış şeklinin iki ayrı sınıflandırılmaya tabi tutulduğu görülmektedir. Şekil 1’de bu sınıflandırma verilmektedir.



Şekil 1. Örgün ve Yaygın Eğitimin Eğitim Sistemi İçindeki Yeri (Ataklı, 1992: 5)

1.1.2.1. Örgün Eğitim

Belli bir yaş grubuna dahil olan ve birbirine yakın düzeydeki kişilere yönelik olarak ve belli bir hedef doğrultusunda hazırlanmış programlarla yapılan eğitim olarak tanımlanabilmektedir. Okullarda düzenli bir biçimde yapılan eğitim bu sisteme girmektedir (Fidan, 1986: 13). Türk eğitim sistemi içinde örgün eğitim; okul öncesi eğitimi, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretimi kapsamaktadır. Örgün eğitimin ana amacı; toplumu oluşturan bireylerin koordineli bir şekilde yaşamlarını idame ettirmeleri için gerekli olan esas tutumların geliştirilmesidir (Sezgin, 1998: 28).

1.1.2.2. Yaygın Eğitim

Yaygın eğitim, farklı yaş ve seviyedeki bireylerin hedeflere uygun belirlenmiş programlar ile ihtiyaç duyduğu mekan ve zaman dilimi içinde verilen eğitim olarak tanımlanmaktadır. Eğitim sisteminin, *örgün* ve *yaygın* olarak iki ana başlığa ayrılması sonucunda, meydana gelen en önemli sorunlardan biri, örgün eğitimin temel eğitim sistemi olarak kabul edilerek, yaygın eğitimin geri plana itilmesi olarak belirlenmiştir. Yaygın eğitimin yararları incelendiğinde ise; meslek gruplarında branşlaşmayı ve uzmanlaşmayı sağlaması, teknolojik ilerlemeleri sağlıklı bir şekilde takip edebilmeye olanak sağlaması ve tembelleşmiş işgücüne yeni olanaklar sağlaması gibi olumlu etkileri bulunmaktadır (Öncüler, 2006: 52).

1.2. MESLEKİ EĞİTİM

Son yıllarda ekonomi, sanayi, politik, kültür ve özellikle teknoloji ve bilim alanında meydana gelen hızlı ilerleme ve değişim insan yaşamını değiştirmiş ve nitelikli insan gücüne olan ihtiyacı artırmıştır (Yörük, Dikici ve Uysal, 2002: 305).

Ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmaya etkileyen en önemli unsurlardan biri olan mesleki eğitimin, çeşitli amaçları bulunmaktadır. Ancak mesleki eğitimin temel amacı; bireye bilgi ve beceri kazandırmaktır. Mesleki eğitim ile işyerlerinde çalışabilmeleri için öğrencilere uygun temellerin kazandırılması hedeflenilmektedir (Colley, vd., 2003: 10). Örneğin, örgün eğitim sürecinin bir bölümü, meslek kursları ve iş başında eğitim vermeye yönelik eğitim faaliyetleridir. Mesleki eğitim genel anlamda “iş” ve “kişi” arasında bağ kurma rolü edinmektedir. İşin sürekli değişim içinde olması mesleki eğitime devinim kazandırmaktadır. Çağdaş mesleki eğitim sistemlerinde yapılan işlerdeki değişimler takip edilmekte ve eğitime olan faydaları analiz edilmekte ve buna bağlı olarak mesleki eğitim sistemleri güncel şartlara uyumlu hale getirilmeye çalışılmaktadır (Öksüz, 2010: 8).

1.2.1. Mesleki Eğitimin Tanımı ve Kapsamı

Kişilerin iş yaşamlarında belirlenmiş bir meslek alanında üretici olarak herhangi bir kademe ile yer bulabilmesi için gerekli minimum yeterliliğe ve genel meslek kültürüne sahip olmasını sağlayaneğitime mesleki eğitim denilmektedir. Teknik eğitim uzmanlık seviyesinde fen ve matematik bilgisi ile yetenekler kazanmış mühendislik, tarım, sağlık, ticaret, beslenme vb. farklı alanlarda yer bulabilecek bireyi yetiştirir.

Mesleki ve teknik eğitim; bilim ve teknolojiye paralel olarak, kişilere iş yaşamındaki belirli bir meslekle ilgili bilgi, beceri, tutumlar kazandıran ve kişilerin kabiliyetlerini geliştiren bir aşamadır. Milli Eğitim Temel Kanununun 3. maddesine göre mesleki ve teknik eğitim; ilgi, istidat ve yeteneklerini geliştirerek gerekli bilgi, beceri, tutumlar ve bir arada iş görme alışkanlığı kazandırmak amacıyla hayata hazırlamak ve onların, kendilerini mutlu edecek ve toplumun mutluluğuna katkı sağlayacak bir meslek sahibi olmalarını kolaylaştırmaktır (Yıldız, 2008: 3). Mesleki eğitim; fertlere ilgi, dilek ve yetenekleri doğrultusunda, iş yaşamında genel geçer bir mesleği öğretmek için gerekli bilgi, yetenek ve iş alışkanlığı edindirme ve

bireyi işi bir araç pozisyonunda kullanarak yeteneklerini farklı yönleriyle geliştirme aşaması şeklinde de tanımlanmaktadır.

1.2.2. Türkiye'de Mesleki Eğitim ve Mesleki Eğitim Merkezlerine Ait Mevcut Durum

Türkiye'deki mesleki eğitim ele alındığında, ilk olarak Türk Milli Eğitim Sistemi'nin 1973 yılında kabul edilmiş olan Milli Eğitim Temel Kanunu'na göre "Örgün Eğitim" ve "Yaygın Eğitim" biçiminde iki başlıktan ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kanunun 7. maddesine göre yaygın eğitim *'Örgün eğitime hiç girmemiş ya da herhangi bir kademesinde bulunan veya bu kademelerden çıkmış bireylere; gerekli bilgi, beceri ve davranışları kazandırmak için örgün eğitimin yanında veya dışında onların ilgi, istek ve yetenekleri doğrultusunda ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmelerini sağlayıcı nitelikte, çeşitli süre ve düzeylerde hayat boyu yapılan eğitim, üretim, rehberlik ve uygulama etkinliklerinin tümüdür'* olarak tanımlanmıştır (Yıldırım, 1996: 5). Örgün eğitim sistemi; temel eğitim, okul öncesi eğitim, ortaöğretim ve yükseköğretim merkezlerini içine almaktadır. Yaygın eğitim sistemi ise örgün eğitimle birlikte ya da örgün eğitim haricinde gerçekleştirilen eğitim faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır (Özgül, 1995: 25).

1977 tarihli ve 2089 sayılı kanun olan "Çırak-Kalfa ve Ustalık Kanunu" ile bu kanunu yeniden düzenlemiş olan 3308 sayılı "Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu" sayesinde Türkiye'deki mesleki eğitim alanında yeni bir sisteme kavuşmuştur. Bu kanunlar ışığında Türk Mesleki Eğitim Sistemi ve mesleki eğitimin verilme yöntemleri şu şekildedir (Özgül, 1995: 25):

- Çıraklık Eğitimi ve Yaygın Eğitim
- Mesleki Liseler ve Teknik Anadolu Liseleri
- Üniversiteler (Yüksek Öğrenim)

3308 sayılı Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu, Türkiye'deki meslek eğitimini ve çıraklığı bütün olarak kabul etmiştir. Ayrıca meslek kursları, çıraklık eğitimi ve meslek liselerindeki talebelerin işletmelerde staj eğitimi konusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Kanunun teknik eğitim sistemi ve örgün mesleki eğitim sistemine vermiş olduğu bu faydalarla birlikte teknik eğitim ve yaygın mesleki eğitim sistemine vermekte olduğu katkılar şu şekildedir (Kazu, 1996: 55):

- Çırakların iş yerlerinden okula ulaşarak haftada bir gün olmak şartı ile mesleki eğitime katılmaları,
- Çırak adayı, çırak, kalfa ve usta sıralamasıyla meslek aşamalarının belirlenmesi,
- Çırak adaylarının 13 yaşını bitirene kadar devam etmesi ve ilkokul mezunu olmasını gerektirmesi,
- Çıraklık için mesleğin gereksinimlerine bağlı olarak üç-dört yıl devam etmesi,
- İş yeri açabilmek için ustalık belgesine sahip olunması gerekliliği,
- Kalfa olanların meslek lisesi tamamlama kurslarına katılarak meslek lisesi'nden mezun olabilmeleri gerekmektedir.

Yaygın eğitim, Türk Milli Eğitim Sistemi'nin iki temel sistemden bir tanesidir. Örgün eğitim sisteminin içerisine hiç girmemiş ya da belli bir seviyesine kadar gelmiş bireylerin, örgün eğitim ile birlikte ya da örgün eğitimin dışında düzenlenmekte olan eğitim, öğretim, uygulama ve rehberlik faaliyetlerine katılımına denilmektedir (Fidan,1986: 15). Yaygın eğitim, örgün eğitimle birbirlerini tamamlayacak, gerektiğinde aynı özellikleri kazandıracak ve her iki sistemin bütün olanaklarından faydalanacak şekilde bir bütün içerisinde düzenlenmektedir. Yaygın eğitim kendi içerisinde mesleki teknik yaygın eğitim ve genel teknik yaygın eğitim şeklinde iki temel bölümden oluşmaktadır. Yaygın eğitim uygulamalarının büyük bir bölümü Halk Eğitim Merkezleri'nde yapılmaktadır. Bu merkezlerde meslek kursları, okuma yazma kursları, kültürel ve sosyal kurslar verilmektedir. Yaygın eğitim kurumları şu şekilde sıralanabilir (MEB, 1994: 77):

- Halk Eğitim Merkezleri
- Çıraklık Eğitim Merkezleri
- Pratik Kız Sanat Okulları
- Yetişkinler Teknik Eğitim Merkezleri
- Özel Dershaneler
- Özel Kurslar
- Mesleki Eğitim Merkezleri
- Endüstri Pratik Sanat Okulları
- Olgunlaşma Enstitüleri

Mesleki ve Teknik Liseler, hem meslek ve iş alanlarında eleman yetiştirmekte, hem de bünyesindeki öğrencileri yükseköğretime hazırlamakta olan öğretim kurumlarıdır. Mesleki ve Teknik Liseler dörde ayrılmaktadır (Özgül, 1995: 29-30):

- Erkek Teknik Öğretim Okulları
- Kız Teknik Öğretim Okulları
- Ticaret ve Turizm Öğretimi Okulları
- Din Öğretimi Okulları

Mesleki eğitimin yükseköğretim aşamasındaki hedefi ise yoğun düzeyde insan gücü yetiştirmektir. Yükseköğretim kurumlarına ortaöğretim kurumlarından mezun olan öğrenciler başvurabilmektedir. Ülkemizde Yükseköğretim, önlisans, lisans ve lisansüstü olmak üzere üç farklı programdan oluşmaktadır. Önlisans programı iki yıl, lisans programı ise dört yıl sürmektedir. Doktorluk ve mühendislik gibi bazı bölümlerin lisans programları ise dört yıldan fazla sürmektedir. Ayrıca lisans mezunu öğrenciler isterlerse yüksek lisans eğitimi de alabilmektedir. Bazı mesleklerin edindirilebilmesinde bu zaman yeterli olmaktadır. Lisans öğretimi ise dört yıl sürmektedir. Genellikle üniversiteler lisans öğretimine yönelik olarak kurulmuştur. Pek çok meslek için dört yıllık eğitim süreci yeterli olmaktadır. Yüksek lisans ve doktora ise lisans öğretiminin ardından uzmanlaşmaya yönelik öğretim programlarıdır (Başaran, 1989: 202).

Ülkemizin ortaöğretim seviyesinde okullaşma oranı %46.41'dir. Bu oran kadınlarda %42.41, erkeklerde ise %51.24'tür. Ortaöğretim seviyesinde öğrencilerin yaklaşık olarak %50'sinin okula gitmediği görülmektedir. Bu oran cinsiyete göre ayrıldığında; erkeklerin %49, kadınların ise, %58 civarlarında ortaöğretim okullarına devam etmediği görülmektedir. Gelişmiş ülkelerin oranlarına bakıldığında, genç nüfuslarının neredeyse tamamının ortaöğretim okullarına devam ettikleri görülmektedir. Türkiye'de ortaöğretimdeki öğrenci sayısı 3.039.449 olmakla birlikte genel liselere giden öğrenci sayısı 1.937.055 ve mesleki ve teknik eğitime giden öğrencilerin sayısı ise 1.102.394'dur. Bu veriler ışığında, ülkemizde meslek liselerine giden öğrenci sayısının ihtiyacı karşılamadığı görülmektedir (Alkan, 2008: 4).

Meslek dalları arasındaki farklılıklar nedeni ile öğrencilerin hangi alanlara yöneleceği önceden belirlenmektedir. Mesleki alanlar; kurumsal yönetim süreçleri, pazarlama, satış, insan kaynakları, Ar-Ge, üretim, teknoloji geliştirme, mali yapı, tedarik zinciri, yenilikçilik, bilgi- iletişim teknolojileri ve ortak alanlar olarak

belirlenmektedir. Bunların yanında da her alan kendi içinde bölümlere ayrılmaktadır (Çoban, 2007: 76).

Teknoloji ve bilim alanlarında meydana gelen hızlı gelişim sonucunda bireylerin sosyal, ekonomik ve kültürel ihtiyaçları da değişime uğramış olduğu görülmektedir. Güncel teknolojiyi yakalayıp ayak uydurmak ve teknolojiye yön verebilmek için mesleki eğitimin kendi içinde yetiştireceği bireylere, problem çözme, yaratıcılık ve bilgi dağarcığı ile bunlara ek olarak, el becerisi kazandırılması gerekmektedir. Varlığı açık bir şekilde görülen sorunların genel yapısına göz atıldığında, bu becerilerin kazandırılmasının temel nedeni, işletmelerle uyuşmayan eğitim sistemidir (Tek, 2006: 21).

Mesleki turizm eğitimi, turizm sektöründeki işletme birimlerinin performansını arttırabilmek için çeşitli bilimsel metotları bünyesinde barındırmalıdır. Ayrıca sektörün ilerideki zamanlar için ihtiyaç duyabileceği planlama ve araştırma faaliyetlerini hayata geçirmeye çalışmakta ve buna bağlı olarak da, sektördeki işletmeler için ihtiyaç duyulan donanımına sahip personeller yetiştirmek amacıyla eğitim vermektedir. Turizm penceresinden mesleki eğitime bakıldığında ise, turizm için eğitim ortaöğretim düzeyinden başlaması gerektiği görülmektedir (Akıncı, 2015: 45).

Turizm eğitimi maddelere ayrılmaktadır. Bunlar şu şekildedir (Öncüer, 2006: 65):

- **Halka Yönelik Turizm Eğitimi:** Çeşitli yayın organları tarafından, kurs, konferans, seminer vb., gibi genel anlamda düzenlenen etkinlik ve çalışmalarla halkın turizm hakkında bilinçlendirilmesi amacına yönelik faaliyetlerdir.

- **Genel Turizm Eğitimi:** Turizm meslek okulları ve turizm okulları türevleri haricinde genel eğitim veren okullarında verilen turizm odaklı eğitimidir.

- **Mesleki Turizm Eğitimi:** Turizm alanında ara işgücü için Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri ve Meslek Yüksekokulları gibi okullarda verilen turizm eğitimidir.

- **Akademik Turizm Eğitimi:** Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları'nda ve ayrıca dört yıllık eğitim veren turizm odaklı okullarda, turizm sektöründeki yönetim kadrosu dahilinde işgücü yetiştirme amaçlı verilen turizm eğitimidir.

1.2.3 Avrupa’da Mesleki Eğitim ve Mesleki Turizm Eğitimi

1.2.3.1. Almanya

Almanya’da turizm faaliyeti 19. yüzyılın ortalarından itibaren başlamış ve ikinci dünya savaşına kadar da artarak devam etmiştir. 2. Dünya savaşından sonra kısa bir süreliğine durmakla birlikte daha sonraki yıllarda tekrardan artarak devam etmiştir. Almanya turizm faaliyetlerine erken başlamasına rağmen turizm eğitimiyle ilgili ilk okullarını 1960’lı yıllarda kurmuştur (Freyer, 2006: 178). Turizm; sosyoloji, coğrafya, ekonomi ve tarih gibi farklı konularla ilişkili disiplinler arası bir alan olduğundan Almanya’da turizm ile ilgili doğrudan tek bir bölüm bulunmamaktadır. Ancak ortaöğretim alanında turizm eğitimi verilen belli okullar bulunmaktadır (Munar, 2007:70). Almanya’da meslek okulları iki bölümde faaliyet göstermektedir. Bunlar; temel eğitim ve uzmanlık eğitimidir. Temel bölüm; okulun ilk yılını ihtiva etmektedir. Burada eğitim ya meslek öncesi eğitim olarak tam zamanlı şekilde verilmekte ya da “dual” sistem şeklinde adlandırılan yarı zamanlı olarak verilmektedir (Özcan, 2014: 35).

Tam zamanlı eğitim Berufsfachschule’de(meslek lisesinde) verilmektedir. Bu okullarda bir ile üç yıl arası eğitim verilmektedir. Bu okullarda çok çeşitli meslek gruplarına yönelik eğitim yapılmaktadır. Bu okullarda verilen dersler şunlardır; el sanatlar, iktisat, yabancı dil, ev ekonomisi, sosyal çalışmalar, sağlık hizmetleri, adalet..vb. bu okullardan yüksek derece notlarla mezun olanlar Fachhochschulreife isimli meslek yüksek okullarına geçiş yapabilmektedir. Bu okullarda eğitim iki ya da üç yıl sürmektedir. Bu okullarda, teknoloji, sağlık ve sosyal hizmet, tasarım, beslenme ve ev ekonomisi ile tarım ve çevre mühendisliği alanlarında eğitim verilmektedir (Eurydice, 2017: 1-11).

Genç nüfusun büyük bir bölümü ikili sistemde çalışmaktadır. Bunun anlamı ise, hem okulda hem de iş yerinde görülen mesleki eğitimidir. Okullardaki eğitimi maddi olarak devlet karşılar, iş yerindeki ücreti firmalar karşılamaktadır. İkili sistemde, okul eğitim programını devlet planlamaktadır. İş yerindeki faaliyetler ise, ulusal normlara göre belirlenerek devam ettirilmektedir. İkili sistemin okulun yanı sıra iş yerini de sisteme katması, teorik bilginin dışında, uygulamalı bilginin de eğitime yer verilmesini hedeflemekte olduğu görülmektedir (Özcan, 2014: 35).

Almanya'daki mesleki turizm eğitimi, hükümet vasıtasıyla mesleki eğitim bünyesindeki okullarda, özel kuruluşların ve resmi turizm örgütlerinin hazırladığı kurslarda verilmektedir. Eğitim sisteminin dışında olan ve eğitim seviyesinin hangi aşamasında olursa olsun kişiler, hükümetin belirlemiş olduğu çıraklık eğitimine üç yıl süreyle devam ederse, meslek okullarına giriş yapabilmektedir. Bireysel anlamdaki bu çıraklık eğitiminde haftada dokuz saatlik teorik ders verilmektedir. Çıraklık eğitimi düzeyine ulaşan kişilere ise, aşçı, garson, restoran ve otel görevlisi gibi birtakım unvanlar verilmektedir. Almanya'da mesleki eğitime oldukça fazla önem verilmektedir. Bu nedenle, turizm sektöründe bulunan işverenler için en önemli unsurlardan biri, eğitilmiş işgücüdür (Öncüler, 2006: 120).

Almanya'da turizm eğitiminde yabancı dil eğitimine de çok önem vermektedir. Yarı zamanlı eğitimde (dual) yabancı dil eğitimini, özel sınıflarda (Fachklassen) verilmektedir. Tam zamanlı meslek okullarında ise genişletilmiş ve derinlemesine yabancı dil eğitim verilmektedir. Ayrıca öğrencilerinden yabancı dil bildiklerini göstermelerini sağlayan Avrupa Dilleri Ortak Çerçeve Programı'ndan sertifika almaları istenmektedir (Eurydice, 2017: 2).

Hükümet ve turizm bünyesindeki örgütler vasıtasıyla düzenlenen mesleki eğitim kursları, eğitim sistemine dahil olamamış kişilere odaklanmaktadır. Fakat bunun için hem kişi zorunlu eğitimini tamamlamış olmalı, hem de 16 yaşını doldurmuş olmalıdır (Öncüler, 2006: 121).

1.2.3.2. İngiltere

İngiltere'de turizm eğitimi 1972'li yıllardan itibaren başlamıştır. Bu tarihlerde Strathclyde ve Surrey Üniversiteleri'nde lise sonrası turizm eğitimi programı açılmıştır. Bu tarihten önce turizm eğitim programı, konaklama gibi birçok geleneksel disiplinin bir yan alanı olarak görülmekteydi. 1982 yılında ilk defa lisans programı açılmış ve bu tarihten itibaren turizm eğitimi ayrı bir çalışma alanı olarak görülmeye başlanılmış ve bu tarihten itibaren öğrenci sayısı hızla artmıştır (Airey, 2006: 274).

İngiltere'de ortaöğretim düzeyinde meslek eğitimi ileri eğitim kolleji tarafından yapılmaktadır. Bu okullar ilk defa 1992 tarihinde açılmış ve o dönemlerde genel liseleri bırakmış öğrencilere meslek edindirmek amacıyla kurulmuştur. Ancak günümüzde yapısı değiştirilmiş ve 16 yaşında öğrencilere genel eğitim ve çeşitli

mesleki alanlarda eğitim vermeye başlamıştır. Bu okullarla birlikte bazı genel liseler isteğe bağlı olarak meslek dersleri vermektedir (Eurydice, 2015a: 14). İngiltere'deki bu sistem, Türkiye'deki çıraklık eğitimiyle denk görülebilmektedir. Bu eğitim sertifikaya odaklı ve iş yerinde mesleğe uygun olarak verilmektedir. Kendi alanında dört yıllık bir lisans diploması ve en az üç senelik endüstriyel deneyim ile eğitim formasyon sertifikası gerekmektedir (Türkyılmaz, 2008: 55).

İngiltere eğitim sisteminde staj eğitiminin ayrı bir yeri bulunmaktadır. Her öğrenci en az bir yıl işyerlerinde staj yapmak zorundadır. Bu eğitimler eğitim kurumları tarafından çok sıkı bir şekilde takip edilmektedir (Eurydice, 2015b: 9). Yetişkin odaklı mesleki kurslarında, hizmet içi eğitim ve diğer meslek öğretmenliklerine başvuru için üniversite mezunu ve yüksekokul mezunu olmak gerekmemektedir. Her meslek öğretmenliği için gereken şart, ulusal çapta mesleki sertifikalara sahip olmak olarak belirlenmiştir (Türkyılmaz, 2008: 55). Bu sertifikaların meslek öğretmeliği için şart olmasının sebebi sertifika programlarında uygulamalı eğitimlerin verilmesidir.

1982 yılında sadece 20 turizm alanında lisans eğitimi alan öğrenci bulunurken bu sayı mezunlarla birlikte 2006 yılında 40.000'e çıkmış ve bununla birlikte onbinlerce turizm meslek lisesi öğrencisi yetiştirilmiştir (Airey, 2006: 275). Bu gelişmelere rağmen İngiltere'deki turizm eğitim ve öğretiminde tekrar yeni yapılanmalara gidilmekte ve turizmin alanının her seviyesine turizm eğitimi verebilmek için, kapsamlı bir eğitim sürecine odaklanılmaya başlanılmıştır. Mesleki niteliklerin ulus genelinde geliştirme ve düzenleme faaliyetleri yürütülmüş ve ulusallık bünyesine dahil olan bu turizm eğitimi ile ilgili diploma ve sertifikaların ulusal bir sertifikaya dönüştürülmesine uygun ortam sağlanmıştır (Türkyılmaz, 2008: 36). Bu hamlelerle İngiltere ülkesine daha fazla turist çekmeyi hedeflemekte ve turizmin ülke ekonomisine olan katkısını artırmaya çalışmaktadır.

Turizmin gelişimiyle beraber İngiltere hükümeti de bu alana yoğunlaşmaktadır. Bu sebeple turizm alanındaki eğitim ve öğretim yapısına destek verilmektedir. Buna bağlı olarak turizm ve seyahatte Ortaöğretim Genel Sertifikası (The General Certificate of Secondary Education/GCSE) alanlar, 14 yaşından başlayarak turizm içerikli eğitim programlarına devam edilebilmektedir. Öğrenci 16 yaşına geldiğinde ise, okul dahilinde turizm alanına devam edebilmeleri için, turizm ağırlıklı ileri düzey bir müfredat gösterilmektedir. Yükseköğretimdeki bu düzenleme ile birlikte hem turizm alanında,

hem de sayısı bir hayli çok olan bir veya iki yıllık programlarında ağırlama anlamında, sağlam bir geçmişi bulunmaktadır. 18 yaşını geçkin bireylerce bu program, pek çok derecenin ve Yüksek Ulusal Diploma (Higher National Diploma/HND)'sının verildiği yükseköğretim okullarında, üniversitelerde ve teknik okullarda yer almaktadır. Belirtilen yükseköğretim kurumlarının birçoğunda turizmle ilgili yüksek lisans programları ve doktora programları da bulunmaktadır (Öncüer, 2006: 138).

1.2.3.3. İtalya

İtalya'da mesleki eğitim uygulamalarında, hükümet ve yerel idareler işbirliği içerisinde hareket etmektedir. İtalya'nın güneyindeki yoğun bir şekilde karşılaşılan işsizlik problemi sebebiyle, mesleki eğitim daha çok bu bölgede varlığını sürdürmektedir. Ülke çapında mesleki eğitim, işletmeler açısından da gereksiz olarak tanımlanmamakta, aksine önemli bir konumda görülmektedir. Zorunlu eğitim sonrasında açıkta kalan bireyler ve mesleki eğitim alanında devam etmek arzusunda bulunan gençler için, mesleki eğitim enstitüleri, teknik enstitüleri, bölgesel mesleki eğitim merkezleri ve çıraklık merkezleri bulunmaktadır (Öncüer, 2006: 142-143).

İtalya'da meslek eğitimi beş yıl sürmektedir. Bu eğitim teknik ve meslek enstitüleritarafından sağlanmaktadır. Meslek liselerine 10 yıllık zorunlu eğitimden bir başka deyişle 15 yaşından sonra başlanılmaktadır. Teknoloji enstitüleri ekonomi ve teknoloji konularında mesleki eğitim vermektedir. Ekonomiden iki ve teknolojiden dokuz farklı program bulunmaktadır. Teknik enstitüleri ise hizmet, el sanatları ve sanayi sektörlerine yönelik eğitim vermektedir (Eurydice, 2017: 7).

İtalya'da turizm eğitimi ekonomi enstitülerinde sağlanmaktadır. İlk iki yıl genel liselerde verilen derslerin aynısı verilmektedir. Son üç yıl ağırlıklı olarak meslek eğitimi verilmektedir (Eurydice, 2017: 7). İtalya, sadece Avrupa Birliği dahilinde değil, tüm dünya ülkeleri arasında turizm alanında önemli bir konumdadır. Turizm alanındaki bu başarı sadece ülkenin barındırdığı doğal ve tarihi zenginliklerin bulunmasıyla kalmayıp, turizm alanındaki başarıyla da ilişkilendirilmektedir. Burada turizm eğitimi; enstitüler, yüksekokullar ve fakülteler tarafından yürütülmektedir. Turizm işletmeciliği, rehberlik, otelcilik ve seyahat acentacılığı alanlarında süresi iki veya üç yıl olarak eğitim veren yüksekokullar bulunmaktadır. Turizm okullarına parasal desteğin devlet tarafından kayda değer bir nitelikte yapılmasıyla da bu okullar, çok daha fazla proje üretebilen ve

sektör etkileşimlerinde daha etkin bir konumunda bulunabilen kurumlara dönüşmektedir (Öncüer, 2006: 143).

1.2.3.4. Fransa

Fransa’da mesleki eğitim, eğitim sisteminde ortaokuldan sonra verilmektedir. Öğrenciler, başarı seviyelerine göre aldıkları ortaokul diplomaları ile meslek okulları, teknik okullar ya da liseyi tercih etmektedir. Meslek liselerini tercih eden öğrenciler (15 yaşında bu okullara başlamaktadır) iki ya da dört yıl arasında eğitim almaktadır. Fransa’da meslek liseleri yönetmelikler çerçevesinde sınırları çizilmiş özelliklere sahiptir. Bu okullar yönetimlerini, ders programlarını ve bütçelerini tamamen kendileri belirlemektedir. Fransa’da ortaokulu bitiren öğrencilerin %25’i bu mesleki okullara devam etmektedir (Eurydice, 2015a).

Fransa’daki eğitim sisteminde, mesleki eğitim tam zamanlı olarak verilmektedir. Öğrenciler, iki yıllık mesleki eğitim gördükten sonra çıraklık meslek sertifikası veya temel mesleki eğitim sertifikası almaktadır. Çıraklık sözleşmesi ise; 16-25 yaş arası gençlerle yapılmaktadır. Zorunlu eğitimi alamamış gençler içinde bu yaş aralığında olması durumunda bu sözleşmeye dahil olabilmektedir. Sözleşme, bir ve üç yıl arasında yapılan özel bir sözleşmedir. Bu sözleşmeyle birlikte alınan mesleki eğitimden sonra öğrenciler, bu sürece ayrıca iki yıllık ek bir eğitim alarak mesleki yönlerini geliştirip iş hayatlarını sürdürmektedir (Özcan, 2014: 35-36).

Fransa’daki turizm programları geniş bir yelpazeye sahiptir. Bu hale gelmesinin nedeni, her yıl turizme yeni projeler eklenmekte, turizmin nitelikleri geliştirilmekte ve geliştirilen nitelikler öğretim programlarına eklenmektedir. Fransa’daki turizm eğitimi, iki yıllık bir programdır (Bagnall, 2010). Bu program bir yılda yaklaşık olarak beş bin öğrenci almaktadır. Genellikle turizm sektörüne girmek isteyen herhangi biri için temel turizm eğitimi niteliğindedir ve Fransa’da oldukça popüler bir programdır. Her yıl yenilenen bu programında 2001 yılından itibaren öğrenciler, iki alandan birini tercih etmektedir. Bu alanlardan biri üretim ve satışken, diğeri ise, hizmet ve organizasyondur (Öncüer, 2006: 132).

1.2.3.5. İsviçre

İsviçre’de melek eğitimi iki farklı sistemden oluşmaktadır. Bunlardan biri tam zamanlı meslek liseleri diğeri ise ikili eğitim sistemidir. Tam zamanlı eğitimde eğitim süresi iki ile dört yıla kadar sürmektedir. Bu eğitim sisteminde hiçbir şirket ile ortaklaşa yapılamamaktadır. İkili sistemde ise okullarda haftada bir ya da iki gün teorik derslerde (mesleki ya da genel eğitim) eğitim verilmektedir. Geri kalan günlerini ise eğitim bakanlığı tarafından onaylanan ortak olan bir şirkette staj eğitimi yapılmaktadır (Eurydice, 2016: 6). Meslek eğitimi almak isteyen öğrenciler, mesleki eğitim birimlerini kendileri bulmaktadır. Kendi iş yerlerini kendileri seçmeleri bakımından, iş yerlerine kendilerini kabul ettirebilme çabalarına girmektedir. Ama bu şekilde gençler istedikleri mesleklerden çok kabul edildikleri meslekte devam etmektedir (Arı, 2006: 31).

1.2.4. ABD’de Mesleki Eğitim ve Mesleki Turizm Eğitimi

Amerika Birleşik Devletleri’nde mesleki eğitiminin başlangıç zamanı, ülke içerisindeki eyaletlere ve eyaletlerde yürütülen eğitim sistemine göre 9. ve 12. sınıflar arasında değişiklik göstermektedir. Meslek lisesi öğrencileri seçenekleri arasından birisine yönelmek durumundadır. Genelde seçenekleri; meslek yüksekokullarına gitmek ya da diğer yükseköğrenim kurumlarından birine gitmeyi tercih etmek ve çıraklık eğitimi almaktır. Mesleki ve teknik eğitim burada genelde meslek liselerinden ziyade iki yıllık bir sürece sahip ön lisans programlarına dahildir. Amerika Birleşik Devletleri’nde mesleki ve teknik eğitim kurumları, kişiye bir veya birden daha çok meslek olanağını sunmaktadır. Bu eğitim programları genellikle uygulamaya dayanmakta ve birkaç haftadan başlayarak birkaç yıla kadar uzayabilme esnekliğindedir. Bu eğitim birimleri meslek okulları olarak tanımlanmakta olup, bireylere mesleki anlamda yeterlilik kazandırmayı amaçlamaktadır (Özcan, 2014: 140).

Amerika’da turizm eğitimi 1940’larda başlamasına rağmen asıl olarak 1980’li yıllarda bir eğitim alanı olarak görülmeye başlanılmıştır (Koh, 1994: 853). Amerika’da turizm eğitimi birden fazla kurumda verilmektedir. Turizm konulu dersler genel liselerde verildiği gibi, turizm konusunda eğitim veren meslek liseleri de bulunmaktadır. Bununla birlikte Amerikan Seyahat Acenteleri Derneği, Sertifikalı Seyahat Acentaları Enstitüsü, Amerikan Otel ve Konaklama Birliği Eğitim Enstitüsü ve Ulusal Restoranlar Derneği Eğitim Vakfı gibi kurumlar okul dışında turizm konularında eğitim ve diploma

verme hakkına sahiptir. Ayrıca üniversite seviyesinde işletme okulları, otel ve restoran idaresi okulları, doğal kaynaklar kolejleri ve üniversitede bulunan ticari rekreasyon, sosyoloji, coğrafya ve antropoloji gibi bölümlerde turizm ile ilgili eğitimler verilmektedir (Hudson, 2007). Bu eğitimler hem öğrencilerin turizm eğitiminde gerekli olan temel bilgilerini arttırmak hem de turizm eğitimi ile ilgili öğrencilerin genel kültürlerini arttırabilmek içindir.

1.3. MESLEKİ EĞİTİMİN SAĞLADIĞI YARARLAR

Eğitim alanına bakıldığında, eğitim sırasında yapılan uygulamaya dayalı faaliyetler, öğrencilerin öğrenme verimini ve kalitesini arttırmaktadır. Bu bağlamda; meslek liselerinde özgüven, iletişim, çalışma alışkanlığı, teorisi pratikte uygulama, beceri gelişimi gibi yararları bulunmaktadır (Catterall, 1984: 19). İş hayatı ve okulun ortaklaşa hareket etmesi temelli eğitim ile birlikte, öğrencide bireysel gelişim ve değerler üstünde birtakım değişimler gerçekleşmektedir. Bu veriye ulaşan en etkili araştırma 1974 tarihinde Wilson tarafından yapılmıştır. Bu araştırmaya göre; bireysel ve sosyal değerler ile başka insanlara sergilenen tavır ve tutumlar açısından mesleki eğitime dahil olanlar ve dahil olmayanlar arasında bir karşılaştırma yapılmaktadır. Verilerde, işbirlikli yöntemle çalışan bireyler, yoğun çalışma ortamlarında daha uyumlu olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, bireylerin meslek seçimleri konusunda daha bilinçli davrandıkları ve kendi ilgi alanlarını ve yeteneklerini daha tanıdıkları ortaya çıkmaktadır (Kazu, 1996: 23).

1.3.1. Mesleki Eğitimin Öğrenciye Sağladığı Yararlar

Mesleki eğitim; teorik eğitim ile işyeri ortamı arasında köprü kurarak öğrencileri işgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda donatır, istihdam edilebilirliğini sağlar ve çalışma hayatına hazırlar. Mesleki eğitim almak isteyen öğrencilerde bazı yeterliklerin gelişmiş olması zorunludur. Öğrencilerin sözlü ve yazılı iletişim becerileri kazanması, fiziki, sosyal ve biyolojik çevreyi tanınması, mesleki eğitim yönünden mesleklere ve çalışmaya karşı ilgi duyması, geçerli sosyal değerler geliştirmesi gerekmektedir (Doğan, 1983: 167).

Mesleki eğitimin öğrenciye sağladığı yararlar aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Sosyal güvenliğin sağladığı olanaklarla hastalık sigorta primleri, iş kazası ve meslek hastalıklarının parasal kısmını devlet karşılamaktadır.

- Askerlikle ilgili işlemler, öğrencinin çıraklık eğitiminin sonuna kadar otomatik olarak tecil edilmektedir.
- İş gördükleri iş yerlerinden asgari ücretin %30 payından aşağı olmamak kaydıyla ücret almaları sağlanmaktadır.
- Meslek eğitimi veren okulların dışındaki örgün eğitimdeki öğrencilerin haklarından da yararlanmaları sağlanmaktadır.
- Mesleki eğitim, öğrencinin mezun olmasından önceki sürede geleceği konusunda daha bilinçli ve sorumlu kararlar ve tercihler yapmasında yardımcı olmaktadır.
- Sınıf içerisinde öğrendiği verileri sadece teorik alanda bırakmayıp, gerçek hayata yansıtarak iş ortamında ya da gerçek iş ortamına yakın kurulmuş ortamlarda uygulama alanına dökmektedir.
- Öğrencinin, seçtiği alanda daha profesyonel olmasını sağlamaktadır
- Endüstri ve sektörlerdeki teknolojik ilerlemeleri, sadece teori eğitimi ile öğrenilmesi yeterli değildir. Meslek liselerinde uygulamalı eğitim verilmesi ile teoriği uygulamaya nasıl dökebileceğini öğretir. Bu durumda öğrenciye alanından mezun olduktan sonra gireceği iş ortamında hazır ve deneyimli bir çalışan olmasında yardımcı olmaktadır (Valde ve Cooper, 2000: 86-87).
- Öğrenciler genelde mesleki eğitim sayesinde teorik ile götürülen pratik alan sayesinde belli bir kazançları bulunmaktadır. Bu şekilde de öğrenci kendi eğitim masraflarını karşılayabilmektedir.
- Endüstri ve sektörlerdeki üretim ve idari gidişatını okul süresince öğrenmektedir.
- Öğrenci, iş ortamında yeteneklerin ve becerinin ne kadar önemli olduğunu fark etmektedir. Öğrenciler sadece okuma yazma gibi bilişsel bilgiyi gelişimin öneminin yanında sosyal beceri, çalışma alışkanlığı, birlikte çalışma gibi becerilerin önemine de farkına varırlar. Özellikle staj ortamları bu becerilerin gelişimini sağlar. Bu durumda öğrencilerin okulda sadece geçmek için değil birşeyler öğrenmeleri için çalışma motivasyonu sağlamaktadır.
- Meslek eğitimi ayrıca öğrenciye işçilerin sosyal alandaki hak ve dayanışmaları, ücretlendirme, işletmecilik ve çalışan ve işveren arasındaki ilişki konusunda bilgi sağlamaktadır.

- Öğrenci, eğitimini aldığı mesleğe devam ederse kazancı %7 ile %8 arasında artacağı düşünülmektedir.
- Öğrenci ile potansiyal arasında yakın iletişim kurmasını sağlar, bu şekilde bilgi akışı sağlanmış olur. Dezavantajlı öğrenciler için bu çok önemlidir çünkü akrabaları ve komşuları orta sınıf ailelerinden oluşmaktadır ve bundan dolayı çalışma dünyasındaki temaslardan yoksun kalmaktadır (Bishop, 1989: 110-111).
- İstihdam açısından önemli olan kaliteli çalışma alışkanlıkları, iş için gereken tecrübeler ve temel kişilik özellikleri kazandırılmasında yardımcı olmaktadır.
- İş için en önemli şey olan sorumluluk duygusunun ve liderlik vasfının kazandırılmasına katkı sağlamaktadır.
- Koordinatör öğretmenler, mesleki danışman ve rehberler ve payı oldukça büyük olan öğrencilerin arasında sağlanan iletişim ile iş ortamı için gerekli mesleki teknik eğitim programları hazırlanmaktadır.
- Öğrenciler, eğitim içerisinde seçtikleri alanda iş deneyimiyle birlikte mesleklerin ne olduğunu tanımakta ve seçimlerini daha rahat yapabilmektedir (Kazu, 1996: 24).

1.3.2. Mesleki Eğitimin İşverene Sağladığı Yararlar

Bilişim sektöründeki hızlı değişim, sanayinin yüksek nitelikli ara insan gücüne olan ihtiyacını arttırmıştır. Endüstri kuruluşları, öğrencilerden üretim bilgisi ve becerisi, teknolojinin yakın takibi gibi bir takım isteklerde bulunmaktadırlar. Meslekî eğitim sistemi, iş dünyasının gereksinim duyduğu kadar kaliteli ve rekabet edebilir bir eğitim vermelidir. Bu eğitimde, iş dünyasına yüksek öğretimden geçiş sırasında genel rekabetin ve meslekî yeteneklerin ön planda tutulması gerekir. İstihdamda, işin gerektirdiği genel rekabet ortamı yaratılmalıdır (Binici, 1999).

Mesleki eğitimin işverene sağladığı yararlar aşağıda belirtilmiştir:

- Mesleki eğitim, devamlı olarak işe alma kararı verilmesine temel oluşturabilme açısından, kişinin iş alanındaki performansını sınayarak, iş için ihtiyaç duyulan personelin seçim süreçlerini geliştirmektedir.
- Meslek liseleri verimli bir iş gücü kaynağı sağlamaktadır (Bishop, 1989: 35).
- İş içerisinde istihdam edilen devamlı olarak çalışanların kalmaları için gereken koşullar sağlanmaktadır.

- Çırak öğrenciler için ödenen ücretler, hiçbir vergi ücretlendirilmesine tabi tutulmamaktadır. Bu ücretler de işverenin gider olarak gösterilmesine katkıda bulunmaktadır.
- Öğrencilerin sigortalarının, iş güvenlik primlerinin ödenmesini üstlenen devlet tarafından, işverenin eğitim gören öğrenciler için maddi yükümlülüğü ortadan kalkmaktadır.
- İş yerindeki eğitime başlanırken yapılan sözleşmeyle birlikte, öğrencinin sürekli olarak iş değişimi yapması engellenmekte ve iş alanındaki disipline dayalı çalışmanın öğretilmesi sağlanmaktadır.
- Çırakların teorik meslek eğitimi iş yeri için yararlı olmaktadır. Bu şekilde iş yerinin verimi artmakta ve üretim kalitesinde artış gözlenmektedir.
- İş yerlerinin rastgele açılmaması için belli şartlar gözetilmektedir. Bu şekilde iş yeri ile okul yönetimi ortaklaşa hareket etmekte ve iş sahasının ihtiyaç duyduğu eleman profiline göre eğitimde düzenlemeye ve yapılandırmalara gidilmektedir (Kazu, 1996: 26).

1.3.3. Mesleki Eğitimin Devlete Sağladığı Yararlar

Her ülke sahip olduğu üretim elemanlarını en yararlı şekilde kullanarak, ulaşılması mümkün olan en yüksek üretim seviyesine ulaşabilmek ister. Sahip olunan üretim faktörlerinin en verimli şekilde kullanımının gerçekleşmesinde mesleki eğitimin rolü büyüktür. Dolayısıyla, mesleki eğitim faaliyetlerinin çoğalmasını sağlamak maksadıyla devletin, çeşitli ekonomi politikaları uygulaması gerekmektedir (Erdoğan, 2006: 19). Sanayileşme, ekonomik kalkınmanın önemli unsurlarındandır. Ülkemizde hizmet ve üretim alanlarında teknolojik gelişmelere uyumlu, mesleki ve teknik bilgi ve becerilere sahip insan gücüne ihtiyaç artmaktadır. Çağdaş teknoloji metodlarını bilen, yorumlayan, kullanan, geliştiren ve yeniliklere ayak uyduran nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi için mesleki ve teknik eğitim okullarına ihtiyaç vardır. Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücünün işletmelerle iş birliği yapılarak yetiştirilmesi, mesleki ve teknik eğitim sistemi bütünlüğü içerisinde desteklenerek geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerekmektedir (Yörük, vd., 2002: 304).

Mesleki ve teknik eğitim; hızlı kalkınma, istihdam yaratma ve küresel rekabet gücünün yükseltilmesi açısından çok önemlidir. Teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek için, ülkemizde de mesleki ve teknik eğitime yeterli ilginin gösterilmesine gerek vardır (Sezgin,1999:195-196).

Mesleki eğitimin devlete sağladığı yararlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Mesleki eğitim işsizlik oranını düşürmektedir.
- Mesleki eğitim, sektörler ve endüstrilerin ihtiyaç duyduğu vasıflı ara eleman gücünü hızlı bir biçimde, aktif ve ekonomik olarak karşılayarak bu konuda kolaylık sağlamaktadır.
- Birçok nedenden dolayı eğitimini yarıda kesmek durumunda kalıp, iş hayatına giren bireyler için ise, eğitim gereksinimlerinin karşılanabilmesi için eğitimde fırsat eşitliğinin geniş kitlelere ulaştırılması sağlanmaktadır (Kazu, 1996: 26).

1.4. TURİZM EĞİTİMİ

1.4.1. Turizm Eğitiminin Tanımı

Bayar (1998: 145), turizm eğitimi kavramını *“Kişilerin turizm ve turizm kaynaklarının önemini anlamaları ve bu önemi muhafaza etmeleri, turizm hizmetini yerine getirecek olan personelin turistin ekonomik, ırk, dil, din, statü ayrımı yapmaksızın kaliteli bir biçimde hizmet üretebilmesi ve turizmin uzun süreli planlanarak doğru davranış sergileyebilmelerinin sağlanması bilincinin oluşturulmasıdır.”* şeklinde tanımlamaktadır.

Ünal (2002), turizm eğitim kavramını, teorikle uygulamanın aynı anda gerçekleştirilmesini mecburi kılan mesleki eğitim şeklinde açıklamaktadır. Bu nedenle eğitimcilerin yalnızca iyi bir öğretmen olarak değil, aynı anda dikkatli ve gözlemci birer konuk, tüketici şeklinde olmaları gerekmektedir.

Turizm eğitimi; insanların birbirlerine direk olarak hizmet vermesine olanak sağlayan, kişiye bilgi, beceri, beşeri ilişkilerde sevgi, hoşgörü ve meslek bilinci aşılacaktır (Gürdal, 2002: 57). Turizm eğitimi, turizm olayının öğrenim gören gençlere öğretilerek, turizm konusunda bilgili ve tecrübeli personel ve yönetici yetişmesini sağlayan tüm çalışmalar bütünüdür (Sezgin, 2001: 41).

Türkiye’de sunulan turizm eğitim programları değerlendirildiğinde, program süreleri ve içerikleri açısından oldukça farklı olduğu görülmektedir. Süresine bağlı olarak turizm programları belli gruplar altında toplanabilmektedir. Bunlar; meslek yüksekokulları bünyesinde eğitim veren ön lisans programları, yüksekokul veya fakülte bünyesinde eğitim veren lisans bölümleri, enstitü bünyesinde eğitim veren yüksek lisans ve doktora programlarıdır (Demirkol, 2002: 87).

1.4.2. Turizm Eğitiminin Önemi

Turizmden elde edilen gelir ülkenin gelişmişlik seviyesiyle doğru orantılı olup, gelişmiş ülkeler uluslararası turizm sektöründen en fazla payı almaktadır. Gelişmekte olan ülkeler ise ekonomik gelişimine katkı sağlamak, işsizlik oranlarını ve cari açıklarını düşürmek amacıyla turizm sektörüne yatırım yapmaktadır (Bahar ve Bozkurt, 2010: 258). Sürekli olarak artan rekabet ortamında üstünlük elde etmek amacıyla firmalar müşteri memnuniyetine ve hizmet kalitesine ayrıca önem arz etmektedir. Turizm sektörü tamamen insan ilişkilerinden oluşan bir sektör olduğu için müşteri memnuniyeti ve kalite kavramları ayrıca önem arz etmektedir. Bu alanda müşterilerin memnun edilmesi adına birçok yol izlenmektedir. Turizm eğitiminin önemi özellikle şu alanlarda ortaya çıkmaktadır (Dağdeviren, 2007: 15-16):

1. Turizm eğitimi sektöre kalifiye ve yeterli sayıda eleman sağlamakla yükümlüdür.
2. Global piyasada faaliyet gösteren işletmelerde istihdam edilen personelin kalifiye olması önemlidir. Örneğin; tur operatörleri, personelinden memnun kalmadıkları işletmelere misafir göndermekten kaçınmaktadır.
3. Turizmde sadece üretim sürecinde değil, pazarlama, reklam ve satış sürecinde de bilgi sahibi ve becerili personele gereksinim duyulmaktadır. Özellikle küresel turizm pazarında kalifiye personellere duyulan ihtiyaç oldukça fazladır.
4. Mesleki eğitim seviyesinde kalite ile ekonomik gelişme arasındaki; yetki, sorumluluk, verimlilik arasındaki bağımlılık kaliteli turizm eğitimi ve öğretimi mecbur kılmaktadır.
5. Turizm işletmelerinde personel giderinin işletme maliyetleri içinde önemli rol alması sebebiyle, birim personel başına kazanılan verimin yükseltilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla turizm personelinin kalitesini yükseltecek eğitim ve öğretimin verilmesi oldukça önem arz etmektedir.
6. Turizmde eğitim sadece işletmelerde çalışanlar için değil, turizm sektöründe planlama ve politika alanlarında söz sahibi olan kişiler ve bu konularda araştırma yapan akademisyenleri yetiştirme bakımından da hayati bir öneme sahip bulunmaktadır.

1.4.3. Turizm Eğitiminin Amaçları

Turizm eğitimi genel eğitimin bir parçasıdır. Turizmin eğitimin bu özelliğinden dolayı genel eğitim dahilinde değerlendirilmektedir. Çağdaş eğitimin, bireylerin bilgiyi üreten, bilgiyi kullanan, yaratıcı niteliklere kavuşturulması temel amacı olarak ortaya koymaktadır (Yılmaz, 2007: 161). Toplum içinde bireylerin düzgün bir yere gelmesi eğitimin asıl hedefini oluşturmaktadır. Toplumsal seviyede verilen turizm eğitiminin amacı, genel olarak toplum içinde turizm bilincini ve kaynaklarını koruma anlayışını geliştirmektir. Turizm eğitim kurumlarının asıl amacı ise, turizm sektöründe fark yaratabilecek elemanların yetiştirilebilmesidir. Turizm eğitiminin temel amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Dağdeviren, 2007: 17):

1. Turizm sektörüne alanında uzman ve deneyimli eleman yetiştirmek
2. Eğitim vasıtasıyla teorik ve pratik bilgi arasında uyum sağlamak
3. Turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmak
4. İnsan sevgisi ve doğa bilincini geliştirmek suretiyle bireyler arasında değerleri pekiştirmek
5. Turizm işletmelerinde çalışanların bilgi ve becerilerini çoğaltmak
6. Turizmin ekonomik kalkınmadaki rolünü ve değerini kanıksatmak
7. Bireylerin turizm faaliyetlerine yönlendirilmesini sağlamak
8. Kişilere pozitif yönde bir turizm bilinci sağlamak ve turizm sektöründe emek veren personellere mesleki bir formasyon kazandırmak.

1.4.4. Turizm Eğitimiyle İlgili Genel Bilgiler

20. yüzyıldan itibaren turizm dünya ekonomisinde en fazla gelişen ve ülkelerin kalkınması için bir araç olarak kullanılan bir sektördür (Çimat ve Bahar, 2003: 2). Uluslararası turizmde gün geçtikçe çoğalan rekabet ortamında söz sahibi olmak, çoğunlukla müşterinin memnun kalmasına ve kaliteli hizmete bağlı olmaktadır. Müşteri memnuniyet kazanılması ve hizmet kalitesinin yakalanması da, turizm sektörünü oluşturan faktörlerin fiziksel yapıları kadar bunlara değer katan misafirin umduğu seviyede hizmet veren insan gücü de büyük öneme sahiptir. İnsan faktörüne yatırım yapılmadığı sürece, fiziksel ve teknolojik içeriğin geliştirilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması pek bir anlam ifade etmemektedir. Bundan dolayı turizmin bir hizmet sektörü olması ve hizmeti satın alan ile hizmeti arz eden kişilerin birbirleriyle doğrudan

iletişimde bulunması, sektörde istihdam edilen bireylerin eğitiminin ne kadar gerekli olduğunu ortaya koymaktadır.

Turizmin yaygınlaşması ile turizm hedefi olarak görülen ülkelerin sayısı artmaktadır. Turizme yatırım yapan bu ülkelerin çoğunluğu gelişmekte olan ülkelerdir. Bu ülkeler, turistler için gerekli altyapı ve üst yapı sağlamaya çalışırken, aynı zamanda tercih edilebilir bir hizmet potansiyelini ortaya çıkarmak için yoğun çaba sarf etmektedirler. Fiyat ve fiyat dışı faktörlere bağlı olarak girişimde bulunduğu rekabet ortamında, modern turizm anlayışının istediği kaliteli hizmetin verilmesi ve turist ile turiste hizmet verenler arasındaki etkileşimlerin sağlıklı ve kaliteli olarak gerçekleştirilmesi; önemli derecede, sektörde istihdam edilen bireylerin meslekî ve teknik eğitim seviyelerinin yüksek olmasına bağlı olarak şekillenmektedir (Papatya, vd., 2013: 89). Herhangi bir ülkenin turizm sektöründe rekabet edebilmesi için iyi bir şekilde yetiştirilmiş insan gücüne ihtiyaç duymaktadır. Kalifiye insan gücüne sadece etkili ve kaliteli turizm eğitimi ve öğretimiyle ulaşılabilir. Turizm eğitimi, sektörü doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen bir unsur olarak kabul edilmektedir. Tüketici tatmini sağlama, sektörün ve bölgenin rekabet gücünü artırma potansiyelini taşımaktadır. Uluslararası turizm pazarındaki payını büyütme isteyen ve sınırlı kaynaklara ve yetersiz eğitim fırsatlarına sahip olan ülkeler için gerekli olan turizm eğitimi ve öğretimi önemli bir sorun olarak görülmektedir (Gharamaleki, 2011: 25).

Toplumun en önemli ögesi olan birey, tüm ekonomik ve sosyal faaliyetlerin odağında yer almaktadır. Kalkınmak ve daha çok gelir elde etmek için; kaynakların yerinde ve sağlıklı olarak kullanılması kalifiye insan gücüne bağlı olarak şekillenmektedir. Eğitilmiş insan gücünden yararlanılarak, ileri düzeyde üretim yapmak bir ülkenin gelişimi için çok önemlidir (Sun,1998). Turizm sektöründe kalifiye insan gücü sadece mevcut standarttan daha üst seviyede turizm eğitimi ve öğretimiyle sağlanabilmektedir. Gerek mesleki ve teknik bilgilerin aktarılabilmesi ve gerekse turizmde üst seviyede hizmet standardının yakalanabilmesi için toplumsal düzeyde turizm eğitiminin verilmesi ve turizm bilincinin yerleştirilmesi hedeflenmektedir (Kızılırmak, 2000: 1).

Üretim faktörlerinden olan maddi imkanlar ne kadar çok olursa olsun, sadece geniş bağlamda bir işgücü ile beraber değer görmektedir. Turizm sektöründe otomasyon ve makineleşmenin yanı sıra insan gücü de ağırlıklı olarak kullanılmaktadır (Kozak,

2009: 4). Bu açılardan düşünüldüğünde, Türkiye'nin dünya turizmi ile başa çıkabilmesi için, kalifiye personel yetiştirilmeli ve istihdam ettirilmelidir. Turizm sektöründe, planlama faaliyetlerinden başlamak üzere turistik mal ve hizmetlerin turiste arz edilmesini içine alan zaman zarfında en yetkili kişiden, tabandaki topluluğa kadar her mertebede, turizm eğitime ihtiyaç duyan birçok unsur bulunmaktadır. Turizm eğitime duyulan ihtiyacın sebepleri şu şekilde sıralanabilir (Çevik, 2012: 13):

- Turizmin beşeri bir yönü vardır. Bu beşeriyeti geliştirmek için turizm eğitimi verilmesi gerekmektedir.
- Turizm eğitimi; turizmin ana unsurlarından olan doğal ve tarihi eserlerin korunması bilincini insanlara yerleştirmektedir.
- Turizm eğitimi kişilere işbirliği yapabilmeleri için ihtiyaç duydukları bilgi ve deneyimi aşlamaktadır.
- Turizm ana kaynaklarını muhafaza ederek, turizme sürdürülebilirlik kazandırabilmek için turizm eğitime ihtiyaç duymaktadır.
- Turizm faaliyetlerinde bulunan kişilere, turizm endüstrisinde içinde bulundukları olayları değerlendirmek, sorunlara ön yargısız çözüm aramak, sonuçları kontrol altına alma becerisini kazandırabilmek için turizm eğitimi verilmesi gerekmektedir.
- Turizm endüstrisinde kuvvetli, enerjik bir pazarlama anlayışı edinmek; uluslararası ilişkilerde Türkiye lehine bir lobi, kamuoyu oluşturmada; modern tanıtımda, halkla ilişkiler ve pazarlamada meydana gelen karışık sorunlara çözüm üretmek için turizm eğitimi verilmesi gerekmektedir.

1.5. TÜRKİYE'DE TURİZM EĞİTİMİ

1.5.1. Türkiye'de Turizm Eğitiminin Tarihçesi

Türkiye'de turizm alanına bakıldığında, turizm ile alakalı çalışma ve faaliyetler 1940'lı yıllarda başlamaktadır. Turizm çalışmalarının eğitime yansımaları ise, 1950'leri bulmaktadır. 1953 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, İzmir ve Ankara'da bulunan ticaret meslek liseleri bünyesinde turizm meslek kuruluşları açmıştır. Turizm derneklerinin bir kısmı ise, tercüman rehberlik kursları açmıştır (Ünlüöner ve Boylu, 2005: 13-14). Bunların devamında 1955 yılında İstanbul'da, 1960 yılında ise İzmir'de turist rehberliği alanında kurslar açılmıştır. 7334

sayılı İktisadi ve Ticari İlimler Akademileri Kanunu'na göre; ihtisas dalı olarak turizm bölümlerinin açılması planlı döneme ait hazırlık evresinde meydana gelen gelişmelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bir diğeri ise; 1961 ve 1962 eğitim-öğretim yıllarında açılan Ankara Otelcilik Okulu'dur (Gharamaleki, 2011: 54-55).

Bu tarihten sonra 1967-1968 yılları arasında İstanbul, 1975-1976 tarihleri arasında Kuşadası'nda Otelcilik okulları açılmıştır. 1975 yılında bu okulların isimleri “Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi” olarak değiştirilmiştir (Ünlüönen ve Boylu, 2005). 1984-1985 eğitim-öğretim yıllarında yabancı dil ağırlıklı “Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi” açılmıştır. 1993-1994 eğitim-öğretim yılında ise artık bu okullarda servis, resepsiyon, mutfak, kat hizmetleri, seyahat acenteciliği gibi bölümler okutulmaya başlanmıştır ve bunlara farklı bölümler eklenmiştir. 2005-2006 eğitim-öğretim yılıyla birlikte bu turizm okullarının yapısı içerisinde birçok değişikliğe gidilmiştir. Geçilen yeni sistemle birlikte “yeterliliğe dayalı modüler çerçeve öğretim programları” uygulanmaya başlanmıştır (Gharamaleki, 2011: 54).

Yüksek öğretim alanında ise ilk defa 1965-1966 tarihlerinde Ankara Ticaret Yüksek Öğretmen Okulu'ndaturizm dersleri müfredata girmiş ve bölümünün de açılması ile birlikte ismi değişerek Ankara Ticaret ve Turizm Öğretmen Okulu olmuştur. 1992 yılında bu okul Gazi Üniversitesi'ne bağlanarak lisans eğitimine başlamıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2005). Bu gelişmelerin paralelinde; Ege, Hacettepe, Erciyes Üniversiteleri ve Bursa İktisadi ve Ticari İlimler, Adana İktisadi ve Ticari İlimler akademilerinin de turizm eğitime başlamış olup, bu okulların devamı gelmiş, adları zamanla değişime uğramış ve birçok mezun vermiştir (Orhan, 2015: 11).

Türkiye'nin genelinde turizm üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında, uluslararası çerçevede yapılan turizm çalışmalarından farklı olduğu görülmektedir. Uluslararası turizm eğitiminin “mesleki turizm eğitimi” ve “turizm öğretimi” olarak iki ayrı dala ayrılmış olduğu görülmektedir. Bu ayrım Türkiye'de birleştirilerek, bütünsel bir yapı ortaya konmaktadır. Bu sisteme göre ise; örgün eğitimde görülebileceği gibi orta öğretim ve yükseköğretim yapısındaki kurumlar tarafından yürüttüğü mesleki turizm eğitim ve öğretimiyle yaygın eğitimde baskın olan bir mesleki turizm eğitimi olgusu bulunmaktadır (Gharamaleki, 2011: 55).

1.5.2. Türkiye’de Turizm Eğitiminin Genel Yapısı

Turizm eğitim sistemi, turizm sektörünün gereksinimlerini ilk hedef olarak belirleyerek, değişime ve gelişime açık, esnek yapıda, ülkenin ekonomik ve sosyal gereksinimlerini gideren bir yapıya sahip olmaktadır. Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri, turizm alanında ve birim sektörlerinde gereksinim duyulan yabancı dile hakim, vasıflı ara kademeye ait çalışan yetiştirmektedir. Bunun yanı sıra, turizm eğitimi öğrencilerini mesleğinin gerekliliklerini öğretirken, aynı zamanda yükseköğretime hazırlayan dört yıllık eğitim vermektedir (Sarı, 2007: 13).

Turizm eğitim sistemi bütüncül bir yapıya sahip olup, örgün eğitim ve yaygın eğitim olarak ikiye ayrılan alt sistemden oluşmaktadır. Örgün eğitim sisteminin, belli bir aralıktaki yaş grubuna ait öğrencilere ve aynı seviyedeki bireylere, bireylerin ve öğrencilerin amaçlarına yönelik hazırlanıp, turizm meslek liseleri tarafından verilen eğitim olarak nitelendirilmektedir. Yaygın eğitim sistemi ise; farklı yaş gruplarına ve düzeylerine göre bireylere yöneldikleri amaçlarına göre hazırlanıp, çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenmiş kurslarda verilen eğitimidir (Ünlüöner ve Boylu, 2005: 15). 3308 Sayılı Kanun hükmünce Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri’nde düzenlenen eğitim çalışmaları, Türkiye’nin turizm sezonlarına uygun olarak gerçekleştirilmektedir. Bu sebeple turizm okullarından genellikle öğrenciler, yılın ekim-mayıs ayları arasındaki uygulamaya ve teoriye dayalı eğitimlerini okul içerisinde almaktadır. Nisan-eylül ayları arasında ise, uygulama eğitimlerini kendi alanlarına ait turizm işletme, kurum ve kuruluşlarında gerçekleştirmektedir. Öğrenciler, işletme içerisindeki uygulama eğitimleri süreci dahilinde, çalıştıkları işletmelerden asgari ücretin en az %60’ını almaktadır. Öğrencilere ait sigorta işlemleri, işletmelere ait olmadığından Milli Eğitim Bakanlığı tarafından karşılanmaktadır (Sarı, 2007: 18). Dolayısıyla devlet kurumları turizm eğitimine adım atacak olan öğrencilere daha sektöre adım atmadan kısmen de olsa destek vermektedir.

Tablo 1.Turizm Eğitiminin Genel Görünümü

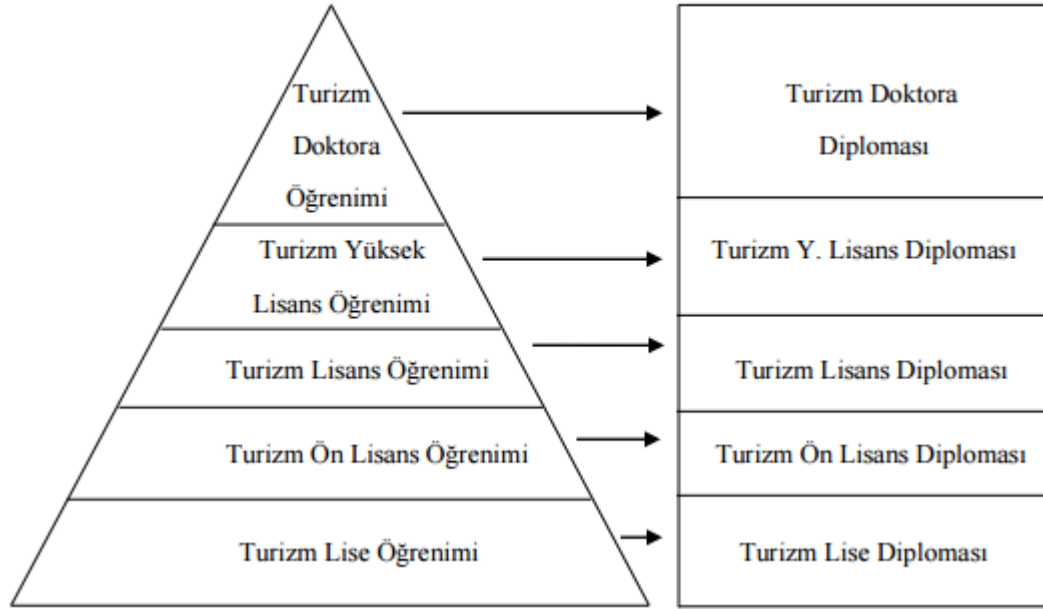
TURİZM EĞİTİMİ		
Örgün Turizm Eğitimi		Yaygın Turizm Eğitimi
MEB Bünyesinde	YÖK Bünyesinde	Farklı Kurumlar
Anadolu Ticaret Meslek Liseleri Anadolu Otelcilik ve Turizm M.L Anadolu Meslek Liseleri Özel Mesleki Ortaöğretim Okulları	Önlisans (MYO) Lisans Lisansüstü	Turizm Bakanlığı (TUREM vb.) MEB (Çıraklık Eğt. Merkezleri) İŞKUR (Çeşitli Kurslar) Meslek Kuruluşları (TOBB vb.) AÖF (Uzaktan Eğitim) Sosyal Kuruluşlar (TUGEV vb.) Üniversiteler(Sertifika Programları) Belediyeler Sendika (TOLEYİS vb.) Özel Eğitim Kurumları (Kurslar) Halk Eğitim Merkezleri İşletmeler (Hizmetiçi Eğitim) Diğer

Kaynak: Türk Eğitiminin Genel Çerçevesi, Yağcı, (2001: 25).

1.5.2.1.Örgün Turizm Eğitimi

Örgün turizm eğitimi, belli bir aralıktaki yaş grubuna ait bireylere okul sistemi içerisinde verilen eğitimdir (Ünlüönen ve Boylu, 2005: 15). Bu eğitimin programları Milli Eğitim Bakanlığı'na hazırlanmaktadır. Örgün turizm eğitimin amacı, turizm sektörü için turizmin çeşitli alanlarında gereksinim duyulan elemanları, yetenekli, bilinçli, bilgili bir şekilde yetiştirilmesinde temel rol oynamaktır. Örgün eğitim; personelin yetenek ve sorumluluk sahibi, iş konusunda doğru kararlar veren, herhangi bir problem karşısında çözümleyici özelliğe sahip ve alanın gereği vereceği hizmet için gerekli karakter özelliklerine sahip bireyler olarak turizmin verimliliğini ve kalitesini arttırmak için sağlanan eğitimdir (Tahtalıoğlu, 2012: 19).

Türkiye’de örgün turizm eğitiminin Milli Eğitim Bakanlığı bünyesindeki liselerde, fakülteler ile iki yıl öğrenim sürecini kapsayan ve “turizm rehberliği”, “turizm ve otelcilik”, “yiyecek-içecek işletmeciliği”, “turizm işletmeciliği”, “turizm işletmeciliği ve otelcilik”, “turizm yönetimi”, “mutfak yönetimi”, “otel yöneticiliği”, “seyahat işletmeciliği”, “seyahat işletmeciliği ve tur operatörlüğü”, “seyahat ve tur işletmeciliği”, vb. bölümleri bulunan Meslek Yüksekokulları (Ünlüönen ve Boylu, 2009: 959), Türkiye Cumhuriyeti Yükseköğretim Kurulu bünyesindeki üniversitelerdeki dört yıllık öğrenim süreci olan Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulları’nda gerçekleştirildiği görülmektedir (Orhan, 2015: 15).



Şekil 2. Turizm Eğitim Piramidi (Orhan, 2015: 15)

Turizm eğitim piramidine bakıldığında; piramidin ilk basamağında “turizm lise öğrenimi” bulunmaktadır. Amacı ise, turizm sektörünün içerisinde gereksinim duyulan alt kademedeki pozisyonlar için eleman yetiştirmektir. Piramidin ikinci basamağında ise; “turizm ön lisans öğrenimi” yer almaktadır (Ünlüönen ve Boylu, 2009: 959). Bu basamaktaki öğrenimin amacı, turizm sektörünün gereksinim duyduğu ara kademedeki pozisyonlar için çalışanlar ve yöneticiler yetiştirmektir. Üçüncü basamakta ise; “turizm lisans öğrenimi” bulunmaktadır. Bu eğitim öğretim kademesinin amacı ise, turizm

sektöründeki başlangıç düzeyindeki yönetici pozisyonlarına yönetici yetiştirmektedir. Piramidin dördüncü basamağına gelindiğinde, “turizm yüksek lisans öğrenimi” yer almaktadır. Bu basamağa ait turizm öğrenimi iki amaca yönelmektedir. İlki, öğrencilerin kariyer sahibi olmasına yardımcı olmaktır. İkincisi ise, turizm sektöründeki orta ve üst kademelerdeki yönetici, danışman, eğitmen ve araştırma görevlisi pozisyonlarına öğrenci yetiştirebilmektir. Piramidin son basamağına gelindiğinde, “turizm doktora öğrenimi” eğitim seviyesi görülmektedir. Bu seviyede öğrenim genel olarak özel ve kamuya ait sektör, kurum ve kuruluşlarda akademik anlamda kariyer yapmak ve öğrencilerin, araştırma yetenek ve becerilerini geliştirmeleri için verilen eğitimidir (Orhan, 2015: 16). Tüm piramit kümülatif olarak incelendiğinde turizm eğitiminin ciddi bir eğitim süreci istediği ve pratik ve teorik uygulamanın turizm eğitiminde ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır.

1.5.2.1.1. Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi

Örgün turizm eğitiminin ortaöğretim seviyesinde, Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde verilmektedir. En son 2014 yılında çıkan bir genelgeyle “Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi” ve “Çok Programlı Anadolu Lisesi” olmak üzere ikiye ayrılmıştır (Kozak, 2012: 38). Dört yıllık bir öğrenim sürecinin bir yılı İngilizce hazırlığa ayrılmış, teorik ve uygulamalı olmak üzere iki yüzü olan örgün eğitimidir. Turizm meslek liselerinden mezun olan öğrenciler ya öğrenim hayatlarına devam ederek üniversitelerdeki kendi alanları doğrultusundaki bölümlere girerek okumaya devam etmekte ya da alanları doğrultusunda istihdam edilmektedirler. Turizm meslek liselerinin genel amacına bakıldığında, teknik ve mesleki bilgi konusunda donanımlı ve ilgili alanı konusunda nitelikli iş gücüne sahip eleman yetiştirebilmektir. Turizm alanında eğitim veren okullar ise şunlardır:

- Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi
- Özel Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi
- Anadolu Kız Meslek ve Anadolu Meslek Lisesi
- Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi
- Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi

Ortaöğretimdeki dört yıllık sisteme göre; 2005-2006 öğretim yılında uygulamaya dökülen yeni turizm eğitimi; konaklama hizmetleri alanı, yiyecek-içecek

hizmetleri alanı, eğlence hizmetleri ve seyahat işletmeciliği olarak dört temel bölüme ayrılmıştır. Yeni program düzenlemesine göre, öğrencilere beceri, yetenek ve bilgiler dışında kazandırılmak istenen özellikler; kişinin çevresindekilerle sağlıklı bir iletişim ve etkileşim içerisinde olabilmesi, mesleki yeterlilik vasıflarına uygun, yaratıcı zekaya sahip olmak, belirlenen hedefler doğrultusunda doğru hareket etmeyi bilen, yeniliklere ve değişimlere ayak uydurabilmesi olarak sıralanmaktadır. Ortaöğretim turizm eğitiminden mezun olan öğrenci, iş hayatına atılabileceği gibi öğrenime de devam edebilmektedir. Mezun konumunda olmayan, yani öğrenim sürecinin herhangi bir düzeyinde bırakmış öğrenciler için, edinmiş oldukları yeterlilikler, o öğrenci sertifika öğrenimine giren programlara dahil edilmektedir. Bu programlar, meslek standartlarına ve eğitim standartlarına uygun ve mesleklerinin yeterliklerine göre, uluslararası meslek sınıflandırılması temelli olarak hazırlanmaktadır (Sarı, 2007: 20).

1.5.2.1.2. Yüksek Öğretimde Turizm Eğitimi

2547 sayılı Yükseköğretim Kurulu Kanunu'na göre; ön lisans eğitimi, en az dört yarı yıllık bir program planı dahilinde ortaöğretime dayanan ve ara eleman yetiştirme amacı güden eğitim seviyesidir. Genellikle lisans eğitiminin ilk düzeyi olarak kabul edilen yükseköğretimdir. Ön lisans düzeyindeki turizm eğitime bakıldığında, aynı şekilde turizm sektörü için gereksinim duyulan ara kademe iş gücünü yetiştirmeye dayalı ve öğrenciye teorik ve uygulamalı bilgi ve beceri kazandırmaya dayalı nitelikler bütünü sağlamaya çalışan bir öğretim programları olarak kabul edilmektedir. Bu programlar, turizm sektörüne ara kademe yönetici yetiştirme hedefinde olan ve üniversitelere bağlı yüksek öğretim dahilindeki programlar olarak nitelendirilmektedir (Tahtalıoğlu, 2012: 21).

Turizm sektörünün gelişmesi ile birlikte bu sektörde istihdam edilecek personel niteliklerinde de beklentilerin arttığı gözlemlenmektedir. Nitekim müşteri taleplerindeki artış ve daha iyi hizmet sunma eğilimi sektör aktörlerinin daha rekabetçi olmaları gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu anlamda turizme yönelik eğitim veren kurumların müfredatları talebi karşılayacak ölçüde iyileştirilmeli ve geliştirilmelidir. İki yıllık turizm eğitimi veren meslek yüksekokullarına ait bölümler şu şekildedir:

- Turizm Yönetimi
- Turizm İşletmeciliği

- Turizm-Otelcilik
- Turizm Rehberliği
- Turizm ve Seyahat İşletmeciliği
- Turizm Animasyon
- Yiyecek-İçecek İşletmeciliği
- Yatçılık ve Yat İşletmeciliği
- Otel Yöneticiliği
- Aşçılık
- Mutfak Yönetimi
- Host ve Hosteslik
- Hazır Yemek ve Aşçılık (Akoğlan ve Kozak, 1995).

2547 sayılı Yükseköğretim Kurulu Kanunu'na göre fakültenin tanımı, yüksek seviyede eğitim ve öğretim veren, bilimsel araştırmalar ve çalışmalar yapan, bünyesindeki araştırma ve çalışmaları yayınlayan, yapısının içerisinde birçok dala ayrılabilen yükseköğretim kurumudur. Yüksekokul ise, eğitim ve öğretim içerisinde belli bir meslek alanına yoğunlaşan yükseköğretim kurumudur. Lisans seviyesindeki turizm eğitimi, minimum sekiz yarıyıllık bir program süreci olup, ortaöğretime dayalı bir yükseköğretim türüdür. Lisans eğitiminin temel amacı, turizm sektörü içerisindeki orta ve üst kademe yönetim pozisyonları için yönetici yetiştirmektir. Turizm sektörünün ve kamunun gereksinim duyduğu, mesleğin yapısında bulunan bilgi, beceri ve yeteneğe sahip, araştırmacı yapıya sahip, yabancı dile sahip, planlama, düzenleme ve yönetim konularına hakim eğitici ve yönetici adayların yetiştirilmesi odaklanmaktadır (Orhan, 2015: 18-19).

Lisansüstü düzeyde verilen eğitimde ise, turizm sektörü için orta ve yüksek kademedeki yönetici yetiştirmek hedeflenmektedir. Bu yönetici adaylığındaki öğrenciler, modern turizm standart ve koşullarına göre iktisadi, teknik ve sosyal yapının içindeki oluşabilecek problemleri çözebilecek özelliklere sahip, farklı tarzlardaki etkenlerin etki alanlarındaki birimleri üzerinde değerlendirme yaparak sentez, soyutlama ve karar alma özelliklerine sahip olmaları beklenmektedir. Lisansüstü eğitim, yüksek lisans ve doktora olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Yüksek lisans düzeyinde sektöre yönetici, eğitmen, araştırmacı danışman yetiştirilirken; doktora düzeyinde akademiye bağlı yol izlenmektedir (Tahtalıoğlu, 2012: 27).

1.5.2.2. Yaygın Turizm Eğitimi

Yaygın eğitim, örgün öğretim bünyesine girmemiş ya da belli bir aşamasında bulunmakta olan veya bu aşamaların herhangi birisinde ayrılmış olan bireyler için ihtiyaç duydukları, ilgi ve yetenek alanlarına girdikleri alanlarda örgün öğretime yan bir kurum olarak veya örgün öğretimin dışında gerçekleştirilen eğitim etkinlik ve çalışmaları olarak kabul edilmektedir. Yaygın eğitim, mesleki ve genel olarak iki kola ayrılmaktadır. Yaygın eğitime bağlı kurumlar ise şunlardır:

- Halk Eğitim Merkezleri
- Mesleki Eğitim Merkezleri
- Çıraklık Eğitim Merkezleri
- Pratik Kız Sanat Okulları
- Endüstri Pratik Sanat Okulları
- Olgunlaşma Enstitüleri
- Özel Kurslar
- Yetişkinler Teknik Eğitim Merkezleri
- Özel dershaneler
- Eğitim ve Uygulama Okulları (Özel Eğitim)
- Mesleki Eğitim Merkezleri (Özel Eğitim)
- Meslek Okulları (Özel Eğitim)
- Bilim ve Sanat Merkezleri (Özel Eğitim)
- Açık İlköğretim Okulu
- Açık Öğretim Lisesi (Gharamaleki, 2011: 51).

265 sayılı Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bağlı kanunun 8. ve 26. maddelerine gereğince, yaygın turizm eğitimi programlarının uygulandığı kurumlarından biri, Turizm Eğitim Merkezleri (TUREM)'dir. Bu kurum, özellikle konaklama ve restoran işletmeleri ile ilgili 7 aylık eğitim verilerek eleman yetiştirilmektedir. Bu kurumlarda dört farklı bölümde dersler verilmektedir. Bunlar ön büro bölümü, resturant ve bar gibi servis bölümleri, mutfak bölümü, temizlik ve bakım hizmetleri gibi kat bölümleri bulunmaktadır. Bu kurslarda eğitim alabilmek için en az ortaokul mezunu olmak gerekmektedir (Kozak, 2012: 45). Bunun yanı sıra Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde çalışan personele seminerler ve kurslar vererek hizmet içi eğitim sağlamaktadır. Turizm Eğitim Merkezleri, turizm sektöründe çalışmak isteyen bireylere

ücretsiz ve iş garantili olarak “Turizm İşletmelerinde Personel Yetiştirme Temel Eğitim Kursları” adı altında turizm eğitime dayalı programlar vermektedir. Bu kurslar, yiyecek-içecek servisi, yiyecek üretimi, ön büro ve kat hizmetleri olmak üzere dörde ayrılmaktadır. Bu bölümler dışında da verilen diğer kurs ve seminerler şu şekildedir:

- **Sosyal Davranışlar Semineri:** Turizm işletmelerinde çalışacak olan personelin sunacağı hizmet ortalamasının yüksek seviyelere çıkarılabilmesi için gerekli olan iletişim kuralları ve teknikleri konularında biçimlenim verilerek, çalışan personel kitlesinin sosyal yeteneklerini geliştirmek amacıyla eğitim vermektedir.

- **Yöneticileri Eğitici Olarak Yetiştirme Kursu:** Turizm işletmeleri bünyesindeki yönetici kadroda bulunan bölüm müdürü, müdür yardımcısı ve şef konumundaki personele iş başında verilen kurslardır. Bu kurslarda amaç kendi deneyimlerini ve bilgilerini alt kademedeki personele daha verimli anlatabilmeleri için etkili eğitim yöntemlerinin verilmesidir (Kozak, 2012: 57).

- **İşbaşı Eğitim Kursu:** Ön büro, kat hizmetleri, yiyecek üretimi ve yiyecek-içecek servisi bölümlerinde çalışmakta olan personelin becerilerini ve mesleki bilgi dağarcığını geliştirmek amacıyla verilen kurslardan biridir.

- **Liderlik ve İşgücü Geliştirme Seminerleri:** Birinci sınıf tatil köyleri ve dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan bölüm şefi ve üst kademelere ait yönetici kesimin yönetici beceri ve bilgilerini eğitici biçimlenim sağlamak amacıyla verilen seminerlerdir.

- **Ev Pansiyonculuğu Eğitim Kursu:** Bir turizm sektörüne veya kurumuna bağlı olmayan ve ev pansiyonculuğunu seçip orada çalışmakta olan bireyler için bu alanda işlerini daha iyi ve kaliteli bir şekilde yapabilmeleri adına, gerekli biçimlenme sağlanması için verilen kurslardır (Tahtalıoğlu, 2012: 29).

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜ

2.1. TURİZM SEKTÖRÜ

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizm sektörü batı medeniyeti tarafından önemi fark edilmiş ve gelişen sektörlerden biri olmuştur. Bundan dolayı turizm sektörü önce batı medeniyeti ve sonradan da gelişen ülkeler tarafından kendi kalkınmaları için bir araç olarak görülmüştür (Çimat ve Bahat, 2003: 2). Özellikle 21. yüzyılda bilgi, teknoloji ve iletişim araçlarının gelişmesiyle turizm sektörü en fazla gelişen sektörlerden biri hale gelmiştir (Çimat ve Bahar, 2003: 2). Bu gelişmelerle birlikte turizm sektörünün yarar sağladığı ulaşım, konaklama, ikram, eğlence ve perakende sektörlerinde, son yıllarda hızlı değişimler ve dönüşümler yaşanmaya başlanmıştır (Cho, 2003: 330). Bu noktada turizm sektörünün dünya genelinde en hızlı gelişim kaydeden sektörlerinden biri olduğunu söylemek mümkündür.

Dünya geneline bakıldığında; gelişmiş ülkelerin turizm sektörünün gelir yaratıcı etkisinden, gelişmekte olan ülkeler ise turizm sektörünün istihdamı artırıcı ve döviz kazandırıcı gücünden fayda sağlamak istemekte oldukları görülmektedir. Gelişmekte olan ülkeler için ayrı bir önemi olan turizm sektörü; hem ithalat yapımını hızlandırıcı döviz girdisi sağlayan bir sektör olarak, hem de yeni iş imkanları yaratan, işsizlik oranlarını düşüren bir sektör olarak ülke ekonomilerine oldukça olumlu katkıda bulunmaktadır (Yıldız, 2011: 54-55).

Turizm sektörü insanların eğlenmek, dinlenmek, sağlık, iş gibi maksatlar ile seyahat etmeleri esnasında turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve hizmetler başta olmak üzere tüketim faaliyetinde bulundukları bir sektördür. Turizm sektörü bu anlamda hem ekonomik hem de sosyo-kültürel etkileri içinde barındıran, ekonomik anlamda yeni yatırımların ve iş imkanlarının olduğu, sosyo-kültürel anlamda da kültürlerarası paylaşımların yoğun olarak yaşanmakta olduğu bir sektördür (Demir, 2017: 3).

Turizm tüm yönleri ile toplumları kuşatan bir sektördür. Ekonomik, sosyo-kültürel yönlerinin yanı sıra var olan doğal ve tarihsel dokuyu da içine alarak kuşatan bir sektördür. Bu noktada, kendisiyle birlikte farklı sektörleri ve ülke gelişimini de

etkisi altına alan bu sektörün, derinlemesine incelenmesi ve sorunların belirlenmesi önem arz etmektedir.

2.1.1. Turizm, Turistin Tanımı ve Kökeni

Turizm kelimesi İbranice dilinde araştırma ve öğrenme anlamına gelen “tora” kelimesinden geliştirilmiştir (Kalağan, 2008: 44). Başka bir kaynağa göre turizm kelimesinin kökeni latince dönme anlamına gelen “tornus” kelimesine dayanmaktadır. İngilizceye turizm kelimesi hareket edilen yere geri dönme “tour” olarak geçmiştir (Akat, 1997: 100). “Tour” kelimesi daha sonra “tourizm” yani turizm ve “tourist” kelimesi turist olarak dilimize geçmiştir. Turizm faaliyeti tarihsel olarak Eski Roma’ya dayanmaktaydı. Bu dönemlerde zengin vatandaşlar iklimsel faktörler doğrultusunda kendilerine göre daha uygun alanlara seyahat etmekteydi. Bu dönemde evler yapıyor ve yazlarını ya da kışlarını bu bölgelerde geçiriyorlardı (Friendlanders, 1965: 29). Roma İmparatorluğunun yıkılmasından sonra uzun süre boyunca turizm faaliyeti durmuştur. Turizm faaliyetlerindeki bu durgunluk İngiltere Victoriya dönemine kadar devam etmiştir. Bu dönem İngiltere’nin koloniler kurduğu ve ulaşımında buharlı makinelerin kullanılmaya başlanıldığı dönem olup sadece 1848 yılının 3 günlük Paskalya tatilinde 15.000 kişi tatil için başka yerlere gitmiştir. Bu tarihten sonra dünyada turizm faaliyeti artmaya başlamış olduğu gözlemlenmektedir (Eralp, 1983: 78).

Turizm ile ilgili faaliyetler gittikçe artış gösterip, değiştikçe turizm tanımını yapmak da oldukça güçleşmektedir. En temel kabul görmüş bir tanımla turizm; insanların daimi ikamet ettikleri yerler dışına seyahat etmeleri ve seyahatleri esnasında gerçekleştirdikleri faaliyetler ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kurulmuş olan turizm tesislerinden fayda sağladıkları olaylar bütünüdür (Tuna, 2016: 5). Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Derneği (AIENT)’in tanımına göre turizm; yabancıların sürekli ikamet etmeye ve kazanç sağlamaya dönüşmemek kaydı ile seyahat etmeleri ve konaklamalarından doğan ilişkiler toplamıdır (Holloway, 1986; Ardahan, 2016: 190). Bu tanımlar doğrultusunda turizm olayı yorumlanacak olunursa, turizm, bireylerin yaşadıkları yerler dışında en az 24 saat kalmak şartı ile iş, eğlenme, dinlenme, sağlık vb. maksatlarla seyahat etmeleri ve bu seyahatleri esnasında da çoğunlukla turizm işletmelerinin üretmiş oldukları mal ve hizmetlerden faydalanmaları ve seyahatleri esnasında farklı kişi ve gruplar ile etkileşim içinde oldukları olaylar bütünüdür.

Eğlenme, dinlenme, sağlık, din, iş vb. nedenler ile seyahat eden ve seyahatlerini daimi ikametlere ve para kazanma amacına taşımayan bireylere turist denilmektedir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken husus turist olarak kabul edilen bireylerin iş seyahati maksadı ile seyahatlerinden herhangi bir maddi gelir elde etmemeleri gerekliliğidir (Inkson ve Minnaert, 2012: 31).

Bu durumda diplomatlar, işçiler, öğrenciler turist olarak kabul edilmemektedir. Seyahatin süresi de yine turist olarak kabul edilip, edilmemeyi etkilemekte olup en az bir gün konaklama yapan bireyler turist olarak kabul edilmektedir. Ancak kurvaziye gezi ile seyahat eden bireyler 24 saatten az bile olsa bulundukları tatil yöresinde turist olarak kabul edilmektedir (Tripathi ve Siddiqui, 2012: 35).

2.1.2. Turizm Sektörünün Temel Özellikleri

Turizm ürünü soyut bir yapıdadır. Bundan dolayı hizmeti alan kişinin turizm üzerindeki zevk ve beğeni algısı kişiden kişiye göre değişmektedir. Bundan dolayı yoğun emek isteyen bir sektör olup fiyat ve ücretlendirme yere, kişiye göre değişmektedir (Birjakov, 2007: 33). Bu durum alınan turistik ürün ve hizmetin yorumlanmasının tamamen sübjektif olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle turizm işletmeleri maksimum kalitede mal ve hizmet üretmek zorunda olan ve ancak bu yolla müşteri memnuniyetini yakalayabilecek işletmelerdir. Turizm işletmelerinin rekabet güçlerini arttıracak bir diğer husus ise insanın insana hizmet vermekte olduğu, makineleşme ve otomasyonun az olduğu bir sektörde yer almalarından ötürü nitelikli eleman istihdam ettirmek zorunda olmalarından kaynaklanmaktadır (İçöz ve Kozak, 1998: 219; Ünlüöner, vd., 2007: 165). Çünkü turizm eğitimi almış çalışanların müşteri memnuniyetinin sağlanması hususunda oldukça önemli katkılarının olduğu göz önünde bulundurulması gereken oldukça önemli bir unsurdur.

Turizmin bir başka özelliği tatile gidilen ortamların kültürünü etkilemesidir. Özellikle kültür turizmlerinde insanların yeni kültürleri öğrenmesinde ve yerel halkla iletişim halinde olup o toplumun kültürel yapısını belirli düzeyde değişime uğratmaktadır (Kozak, 2012: 55). Bu durumda bazı toplumlar direnç gösterirken, bazı toplumlar ise direnç göstermeksizin gelen turistlere karşı son derece hoşgörülü yaklaşabilmektedirler (Avcıkurt, 2015: 34-35). Turizm faaliyeti içerisinde olan kişiler yaşamadıkları ortama seyahat ederler, bundan dolayı seyahat ettikleri ortamın kültürü

ile kendi kültürleri farklıdır. Turizm faaliyeti içerisinde bulunan bireyler para kazanma amacı gütmemektedir. Genellikle psikolojik rahatlama hedeflenmektedir (Pehlivan, 2006: 6).

Turizmin yeme-içme, seyahat, konaklama, tarım, sanayi ve eğlence sektörleriyle ilişki halindedir ve bu sektörlerin gelişmesine ve yeni sektörlerin oluşmasına katkıda bulunduğu bilinmektedir (Hazar, 2014: 38). Turizm taşımakta olduğu yapısal özellikler nedeniyle diğer sektörler ile sıkı ilişkiler içinde bulunan bir sektördür. Turizm sektörü'nün turistik ihtiyaçları karşılayabilmek için birçok alt sektör ile ilişki içinde olduğu bilinmektedir. Başarı ile sunulan her turistik mal ve hizmetin altında yatan sebep, koordineli bir şekilde çalışan farklı sektörlerin uyum içinde çalışmasından kaynaklanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 155).

Turizm sektörü ülkelerin sahip olduğu doğal ve tarihi değerleri hammadde olarak kullanabilen bir sektör olduğu için bu yönü ile dışa bağımlılığı azalmakta olan bölgesel kalkınmayı sağlayabilen bir sektördür. Ayrıca üretilen ürün üretildiği noktada tüketilmek zorunda olduğu için bireyleri seyahate yönlendiren bir özelliğe de sahiptir. Turizm sektöründe üretilen mal ve hizmet stoklanamadığı için eş zamanlı tüketilmek zorundadır (Ardahan, 2016: 192-193).

2.2. TURİZMİN ÜLKE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ekonomik büyümenin önemli bir unsuru olarak kabul gören turizm sektörünün döviz kazandırıcı, istihdamı ve yatırımları arttırıcı, gelir yaratıcı özellikleri özellikle gelişmekte olan ülkeler için ön planda yer almış ve bu tür ülkelerin kalkınmalarını arttırıcı yönde önemli bir sektör haline dönüşmüştür. 1970'li yıllara gelindiğinde turizm sektöründe özellikle kitle turizminin gelişmesi ile birlikte büyük işletmelere fayda sağlayan sektör yerel halka çok da fazla pay bırakmamaya başlamıştır. Bu durumda uluslararası büyük işletmelerin bulunduğu ve çoğunlukla turist gönderen ülkeler konumunda olan gelişmiş ülkeler turizm sektöründen, gelişmekte olan ülkelere göre daha fazla pay almaya başlamıştır. 1980'lere gelindiğinde ise tüm dünya'da turizm sektörünün hızla gelişmekte olduğu görülmektedir (Roney, 2011: 59).

Turizm İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişmiştir. 1950 yılında 25 milyon turist turizm faaliyetlerinde aktif olarak bulunurken, geçen 66 yıl sonunda, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2017)' ye göre: 2017 yılında

dünya genelinde 1.2 milyar kişi turizm faaliyetinde bulunmuş ve 698 milyar dolardan fazla harcama yapmışlardır.

Turizm sektörü ülkelerde farklı sektörleri de etkileyen istihdamı artırmakta olan bir güce de sahiptir (Uçar, vd., 2010: 67). Ayrıca turizm sektörü gelişme gösterdiği destinasyonlarda alt ve üst yapı yatırımlarını da hızlandırıcı bir etkiye sahip olan bir sektördür. Genel olarak sahip olduğu tüm özellikleri ile turizm sektörü, diğer sektörlerin aksine kısa sürede ekonomiye katkı sağlayabilmektedir (Kozak, vd., 2008: 35). Bununla birlikte turizm bir bölgede mal ihtiyacını artıracığından dolayı ürünlerin fiyat artışına neden olabilmektedir. Bu şekilde enflasyonist baskılara neden olabileceği de bir gerçektir (Pekin, 1996: 39).

2.3. TURİZM TALEBİ

Turistik ihtiyaçların karşılanması noktasında turizm yatırımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak herhangi bir talep olmaksızın yapılan yatırımlarında bir anlamı olmamaktadır. Bu nedenle turizm arz kaynaklarının ve talebinin bir dengede tutulması önem arz etmektedir.

2.3.1. Turizm Talebini Şekillendiren Faktörler

Turizm talebi; bir bireyin harcayabileceği gelir ile gidebileceği ortamlar arasındaki en fazla ilgi çekeninin tercih edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Turizm talebi daha çok bireyin gelirine bağlı olarak şekillenmektedir (Sinclair, 1997: 12). Turizm talebi başka bir kaynakta; turist gönderen bir merkezden turist kabul eden başka bir destinasyona olan akım olarak nitelendirilmektedir. Bu talep üç şekilde olabilmektedir. Birincisi gerçek (fiili) talep, ikincisi potansiyel talep, üçüncüsü ise ertelenmiş taleptir. Fiili talebi; seyahat eden turistler oluşturmaktadır. Potansiyel turizm talebi ise seyahat etmek isteyen ancak yeterli para veya zamanı bulamayan turistler oluşturmaktadır. Ertelenmiş talebi ise seyahat etmek için her türlü imkana sahip ancak farklı nedenlerle seyahatlerini erteleyen turistler temsil etmektedir (Cooper, vd., 1993: 15).

Turizm talebi kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Her insanın seyahat etmesinin nedeni farklı olabilir ve bundan dolayı her insanın turizm tercihinde farklı talepleri olabilmektedir. Öncelikle bireyin kendi zorunlu kişisel ihtiyaçlarını gidermiş olması gerekmektedir. İhtiyaçlarının karşılanmasından sonra bireyin boş zamana

ihtiyacı olmalıdır. En son belli bir bütçesi ve boş zamanı olan bireyin turizm faaliyetine katılması için isteği olması gerekmektedir (Hozak, 2013: 220). Turizm şirketlerinin artması, turizm talebi doğrultusunda birbiriyle rekabet halinde olmaktadır. Bu durumda turizmin ekonomik, sosyal ve politik faktörleri bireyin turizm işletmelerine yönelik tercihini etkilemektedir (Oktayer, Susam ve Çak, 2007: 107).

2.3.1.1. Demografik ve Toplumsal Faktörler

Ekonomik faktörlerin yanında turizmi etkileyen demografik ve toplumsal faktörlerde bulunmaktadır. Bu faktörler; bireyin eğitim seviyesi, meleği, aile yapısı bir başka deyişle kültürü, dil bilgisi ve kentleşme yapısı olarak sıralanabilmektedir (Çelikkıran, 2012: 25).

2.3.1.2. Ekonomik Faktör

Turizm talebini etkileyen en önemli faktörlerden biri ekonomik faktördür. Özellikle gelir seviyesi, fiyatlar ve reel döviz kuru oranları turizm talebinin oluşması için çok önemlidir. Birey en temel ihtiyacını giderdikten sonra kalan bütçesiyle turizm etkinliğe katılabilmektedir. Çünkü temel ihtiyacını sağlayan birey hayatını ve anılarını zenginleştirmek için eğlence ve seyahati önemli bir araç olarak kullanmaktadır (Ryan, 2003: 27). Bundan dolayı turizm gideri ile bireyin gelirinin doğru orantılı olduğu söylenebilmektedir (Vanhove, 2005: 51).

Ekonomi faktörünü etkileyen bir diğer konu ise fiyattır. Fiyatlarda gözlenen değişikliklerin turizm sektörüne etkisi gelir değişikliklerinin etkisinden çok daha karmaşık bir yapıya sahiptir (Bull, 1995: 38). Turizm şirketinin verdiği hizmet için istediği ücret ile talep arasında ters orantılı bir ilişki vardır. Bir turizm tesisinin ücretinin artması buraya olan talebi azaltacaktır. Tam tersi bir durumda ise turizm tesisine olan talebi artıracaktır. Bununla birlikte turistik tesisin fiyat artışı bireylerin lüks beklentilerinin artmasına neden olacaktır (Ünlüönen, vd., 2014: 56).

Turistik faaliyet uluslararası yapıldığı zaman döviz kuru bireylerin kararını etkileyen diğer bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü döviz kurları turizm şirketi tarafından sunulan hizmet ve mal fiyatını etkileyecektir. Tatile gidilen ülkenin para birimin değer kaybetmesi durumunda rakip ülkelerde kaymalar meydana gelecektir.

Tam tersi para birimin artması durumunda alım gücü azalacağından ülkenin turizm sektörüne olan ilgi azalacaktır (İçöz, 2005: 26).

Ekonomik uzaklık bireylerin turizm faaliyetlerinde bulunmaları noktasında talepleri üzerinde oluşacak bir diğer etkidir. Eğer uluslararası turizmde gidilen ülke uzak ve ulaşımı masraflı ise bu ülkeye yönelim daha az olacaktır. Özellikle boş zaman konusunda sıkıntı yaşayan bireyler daha yakında bulunan ülkeleri tercih edecektir.

Bir başka etken ise gidilen ülkenin alt yapı ve turizm şirketlerinin yapısı, kalitesi ve çeşididir. Bununla birlikte fiyat aralığının fazla olması farklı yapıda ve bütçede turisti çekecek ve ülkenin turizm gelirini artıracaktır. Hem kaliteli mal ve hizmet sunulan hem de uygun fiyatlarla satışa sunulan yerlere turistler yönelecektir (Çeken, 2014: 81).

2.3.1.3 Politik Faktörler

Hem turist gönderen hem de turist alan ülkeler küresel politik olaylardan etkilenmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde meydana gelen 11 Eylül saldırısı, bu dönemde uçakla seyahati azaltmış ve bu ülkeden başka ülkelere giden ya da gelen turist sayısını azaltmıştır. Benzer şekilde 1970 yılında Arap-İsrail savaşından sonra petrol ambargosu ulaşımı pahalandırmış ve tekrar küresel ölçekte turist sayısında ciddi azalmalara neden olmuştur (İçöz, 2005: 156). 24 Kasım 2015 tarihinde Türk hava sahasını ihlal etmesi nedeniyle Türkiye'nin Rus savaş uçağını Hatay, Yayladağı Bölgesi'nde (Suriye sınırında) düşürmesi ile Türkiye-Rusya uçak krizi ortaya çıkmıştır. Bu olay, Türkiye turizmini olumsuz yönde etkilemiş, Türkiye'ye gelen Rus turist sayısında gözle görülür bir gerileme olmasına yol açmıştır (Bulgan ve Aktel, 2017: 213). Turizm sektörü ülkelerarasında yaşanan politik gelişmelerden son derece etkilenmektedir. Bu nedenle, potansiyel turizm talebinin, efektif turizm talebine dönüşmesinin önündeki en önemli engellerden biri de ülkelerin izledikleri politikalardan kaynaklanmakta olduğu söylenebilmektedir.

2.3.1.4. Psikolojik Faktörler

Turizm talebini etkileyen bir diğer faktör psikolojidir. Psikolojik faktörler kişilik, öğrenme, algı, tutum, motivasyon, moda, zevk ve alışkanlık gibi alanlardan oluşmaktadır. Psikolojik faktörün, fiyatın etkisini nisbeten azaltan bir etkisi vardır (Güneren, 2015: 191).

Motivasyon bir bireyin pasif turizm ihtiyacını aktif turizm ihtiyacına dönüştüren en önemli faktördür. Kişiyi turizme yönelten motivasyon çeşitleri bulunmaktadır. Fiziksel motivasyon bunların başından gelmektedir. Fiziksel dinlenme, sağlık, spor faaliyetlerine katılma, eğlence ve alışveriş gibi etkinlik yapma isteğinden kaynaklanmaktadır. Kültürel motivasyon farklı kültür ve insan tanıma, geleneklere tanıma isteğidir. Kişisel motivasyon ise yeni kişilerle tanışma, aile bireylerine yaklaşma ya da tam tersi aile bireylerden uzaklaşma gibi isteklerden meydana gelen motivasyondur. Prestij ya da statü motivasyonu, bireylerin bulunduğu konum ya da iş nedeniyle kendisini yapmak zorunda olduğunu hissettiği seyahatleri kapsamaktadır (Sharples, 2006: 31).

Bir başka faktör kişisel özelliklerdir. İnsanların dışa dönük ya da içe dönük olması, tutucu olması, yenilikleri seven bir yapıda olması ya da en ufak şeyi sorun hale getiren bir yapıda olması kişilerin beklentilerini ve turizm ihtiyaçlarını etkilemektedir (Güneren, 2015: 191).

Bir diğer faktör kültürel uzaklıktır. Kültürel uzaklık kişinin yapısına göre olumlu ya da olumsuz etkisi bulunmaktadır. Farklı insanlar ve kültürler tanımak isteyen bireyler kültürel olarak uzak yerlere gitmek isteyecektir. Bunun dışında kültürel farklılıklarla fazla ilgilenmeyen bireyler ise kültürel olarak uzak yerlere gitmek istemeyecektir. Son dönemlerde ise turist profilinde farklı kültürler tanıma isteğinin artmış olduğu gözlemlenmektedir (Kozak, vd., 2015: 105).

Kişinin zevk, moda ve alışkanlıkları turizm talebini etkileyen başka bir faktör olup, ekonomik nedenleri azaltan hatta yok eden bir özelliğe sahiptir. Özellikle turizm ve spor ilişkisinde bu açıkça görülmektedir. İnsanlar olimpiyat ya da dünya futbol kupasını düzenlendiği ülkelere fiyatı ne olursa olsun gitmektedir. Golf gibi lüks spor faaliyetlerinde bulunmak için çok yüksek ücretler ödemektedir (İçöz, 2005: 149).

2.3.1.5. Eğitim ve Kültür Seviyesindeki Artış

Eğitim ile turizm arasında çok güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin kültür seviyesi yükselecek ve bundan dolayı beklentileri değişecektir. Gittikleri ortamda farklı şeyler görüp yaşamak isteyeceklerdir. Bununla birlikte eğitim seviyesi ile ekonomik durum arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkiden dolayı eğitim seviyesi yüksek birey turizme daha fazla

bütçe ayırabilecektir. Ayrıca eğitim seviyesi düştükçe bireylerin kitle turizme yöneldikleri de görülmektedir (Kozak, vd., 2015: 102). Kısacası turizm faaliyetlerine katılım noktasında eğitim seviyesi ile turizm talebi arasında sıkı bir ilişki olduğunu söylemek mümkündür. Bireyin sahip olduğu meslek turizm talebine doğrudan etki eden bir diğer faktördür. Sanayi, ticaret ve eğitim alanında çalışan bireyler genellikle aynı dönemlerde, yani çoğunlukla yaz döneminde tatil yapma fırsatına sahiptir. Ancak ziraat ile uğraşan bireyler tatil zamanı ile çalışma zamanları çakıştığı için kış dönemi tatil yapabilmektedir. Ayrıca eğitim ve ticaret alanında çalışan insanlar boş vakitleri daha fazla olduğu için turizme daha fazla zaman ayırabilmektedir (Kozak, 2012: 103).

Ayrıca düşük gelire sahip mesleklerde çalışan bireylerin yüksek gelire sahip mesleklerde istihdam edilen bireylere göre daha az seyahat ettikleri de bilinmektedir (Civelek, 2010: 336). Bireyin turizm talebini etkileyen faktörlerden biri de, bireyin sahip olduğu aile yapısı ve kültürel değerleridir. Bireyin tatil tercihi evli ve bekar olması ya da çocuklu ve çocuksuz olmasına göre değişiklik göstermektedir. Bekar ve çocuksuz aileler boş zamanı daha fazla olacağından tatil yapma imkanı daha yüksek olacak ve tatile harcadıkları süre daha yüksek olacaktır. Bununla birlikte ataerkil toplumlarda bayram gibi özel günleri anne, baba gibi aile büyüklükleri ile geçirme bir zorunluluk olarak kabul görmektedir. Bu durum bireylerin boş zamanlarını azaltan ve bayram tatillerinde ailesi ile birlikte zaman geçirmek durumunda kalmasına neden olmaktadır (İçöz, 2005: 141).

Yurtdışına çıkmak isteyen ancak gideceği ülkenin dilini bilmeyenler için turizm talebinin bir diğer şekillendiricisi bireyin dil yetisinin yetersiz olmasıdır.

Dil zorluğu yaşayan bireylerin yurtdışına gitmekte isteksiz oldukları görülmektedir. Bu durum uluslararası turizm hareketliliğini engelleyen en önemli faktördür. Bu nedenle bireyler birbiriyle aynı ya da yakın dilleri konuşulan ülkelere gitme eğilimindedir (Çeken, 2014: 82).

2.3.1.6. Kentleşme Düzeyi

Turizmi etkileyen diğer bir faktör ise kentleşmedir. Kentleşmenin artmasıyla bir bölgenin ticaret ve sanayi sektörlerinin gelişmesi doğru orantılıdır. Bu durum bireylerin kazandığı ücretin artmasına neden olacaktır. Ayrıca kentleşme ile trafik sorunu, ses, hava kirliliği arasında doğru orantı bulunmaktadır. Bu durum bazı bireylerde belli

zamanlarda bu ortamdan uzaklaşma hissi yaratmaktadır. Bu da bireyleri turizme yöneltecek olan en önemli etkilerden biri olarak kabul edilmektedir (Güneren, 2015: 191). Kentleşmenin ortaya çıkarmış olduğu sorunlar, bireyde bulunduğu ortamdan kaçma hissi yaratmakta, bulunduğu ortamdan uzaklaşmak isteyen birey ise genellikle turizm faaliyetlerine yönelmektedir.

2.3.1.7. Reklam ve Tanıtım

Turizmde tanıtım kavramı, halkla ilişkiler, reklam, lobicilik, vb. teknik ve yöntemlerle gerçekleştirilmekte olup, temelinde bulundurduğu bilgi ve iletişim vasıtasıyla, ülke içinde ve dışında ülkeye yönelik olumlu imaj geliştirme faaliyetleri toplamı olarak değerlendirmek mümkündür. Turizm soyut bir kavram olduğu için turizm talebini tetikleyici en önemli etmenlerden biri reklam ve tanıtım kampanyaları olarak görülmektedir. Turizm sektöründe bireyin bir bilinmeze doğru yolculuk yapmayı talep etmesinde belirleyici bir etki sürdürülen reklam ve tanıtım kampanyaları ile desteklenmelidir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus reklam kampanyalarının hedef kitlesinin sahip olduğu kültürel yapı, ahlak anlayışı, yaşam tarzı, zevk ve alışkanlıkları vb. hususlardır. Hedef kitleye uygun olarak düzenlenen reklam ve tanıtım kampanyalarının daha etkin olduğunu söylemek ve tüketici talebini harekete geçirebildiğini belirtmek mümkündür. Örneğin, kış sporları ile ilgilenilmeyen bir ülkede kış sporları ile ilgili yapılan reklam kampanyaları beklenen etkiyi yaratmayabilir.

Turistik reklamların en önemli amaçlarından biri turistler üzerinde olumlu imaj yaratma çabasıdır. İmaj; çeşitli kanallardan elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi yoluyla bireyin aklında oluşan imgedir. Turistik talebin oluşmasında imajın oldukça önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu nedenle turizm sektörüne yönelik olarak hazırlanan reklamlarda olumlu imaj yaratabilmek önem arz etmektedir. Ulusal ve uluslararası alanda meydana gelen rekabetten dolayı şirketler ya da ülkeler bireylerin dikkatini çekebilmek için imaj yaratma ve kendilerini tanıtmaya çabaları içine girmektedir. Bu hususta reklam en önemli aracı pazarlama kavramı olarak dikkati çekmektedir (Çetinel, 2001: 152). Reklamın en önemli özelliği ülke hakkında bireylere bilgi vermesi ve bunun sonucunda turizm gelirlerini arttırıcı etki yaratabilmesidir (Ünlüönen, vd., 2014: 61). Olumsuz imaja sahip olan ülkeler, reklam ve tanıtım

kampanyalarına ağırlık vererek sahip oldukları olumsuz imajı olumlu yönde değiştirebilmektedir.

2.3.1.8. Boş Zaman

Boş zaman; bireyin çalışma zamanı ve temel gereksinimlerinin giderildiği zaman dışında kalan serbest zaman diliminde yer alan bir zaman aralığı olarak tanımlanmaktadır (Uğurlu, 2005: 6). İnsanların tatil yapabilmesi için boş zamana ihtiyacı vardır. Özellikle sanayi devrimi sonrasında makineleşme insanların boş zamanı artırmış ve bundan dolayı turizme yönelik talepte gözle görülür bir artış yaşanmıştır (Kozak, vd., 2015: 107). Sanayi devriminden sonra işlerin büyük bir kısmı makineler tarafından yapılmış, eskiye oranla insanlar daha az emek ve zaman harcamak durumunda kalmıştır. Otomasyona geçişi sağlayan bu faydalar insanların boş zamanında gözle görülür bir artış meydana gelmesine zemin hazırlamıştır. Ayrıca ücretli izin süreleri uzayan bireyler sahip oldukları boş zamanı seyahat ederek geçirebilir hale dönüştürmüştür (Karaküçük, 2005: 102).

Turizm ve turist tanımlarında karşımıza çıkan en önemli iki faktörden biri boş zamandır. Eğer bireyin yeterli boş zamanı yok ise turizm faaliyetlerinde bulunması mümkün değildir. Bu nedenle bireylerin sahip oldukları boş zaman turizmin olmazsa olmazı konumunda yer almaktadır. Ancak bazı durumlarda bireyin boş zamanı olmasına rağmen turizme ayırabileceği yeterli bütçesinin olmaması gibi durumlar da söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle herhangi bir turizm faaliyetinin gerçekleşebilmesi için bireylerin öncelikle boş zamanları daha sonrasında ise turizme ayırabilecekleri bir bütçelerinin olması gerekmektedir.

2.3.1.9. Bilişim ve Ulaştırma Teknolojisindeki Gelişmeler

Tarım temelli geleneksel toplum yapısından, endüstriyel temelli topluma geçiş uzun seneler almasına karşın, endüstri toplumundan bilgi toplumuna geçiş oldukça hızlı gerçekleşmiştir. Bunun temelnedeni, güncel teknolojilerin gelişme hızı ile bireylerin bu teknolojilere ayak uydurma eğilimlerinin güçlü olmasından kaynaklanmaktadır. Bilgi insanlar arası iletişimden beslenerek artmaya devam eden bir kavramdır. İnsanın tabiattan edindiği bilgileri aile bireyleri ile paylaşması zincirin ilk halkalarını

oluşturmuştur. Zaman geçtikçe büyüyen bu zincir günümüze aktararak ulaşmıştır (İpçioğlu, 2004: 2).

Örgütlerin kalbi olarak nitelendirilen bilgi, karar verme aşamasında da stratejik bir önem sunmakta, bu bağlamda bilgi karar verme sırasında belirsizliklerin en aza indirilmesinde önemli bir ölçüt olarak yer almaktadır. Bilgiye dayalı bir ekonomik ve sosyal dönüşüm sürecinin devam ettiği günümüzde kurumsal planlama ve kontrol açısından da bilginin hafife alınamaz bir öneme sahip olduğu bilinmektedir. Bilgi günümüz şartlarında işletmeler için de önemli bir unsur olarak kabul görmektedir (Baytekin, 2006: 165).

Bilgi, işletmeler arasında rekabet avantajı ve bu avantajı sürdürülebilir hale getirmek için gerekli bir faktördür. Faaliyetlerin çoğu, günümüzde bilgi temelli olmaktadır. Örgütler bilgi temelinde yarışmakta, ürünler ve hizmetler çok önemli bilgi unsurları ile birlikte günden güne değer kazanmakta ve yaşam boyu öğrenme, kurumların sorumluluğu haline gelmektedir. Küreselleşmenin gereği olarak, bilgi toplumu ve bilginin değer kazanımı, bilgi sektörünü meydana çıkarmasıyla birlikte bilgisayara duyulan ihtiyaç bilişim ve iletişim teknolojilerini geliştirmiştir. Elektronik araçlar, haberleşme, robotlar, gelişmiş malzeme teknolojileri ortaya çıkmış, bütün bu teknolojiler sayesinde farklı coğrafyalarda üretilen bilginin dünyanın her yerine ulaşmasına olanak sağlanmıştır (Rodoplu, 2006: 8).

İletişim, bilgisayar teknolojisi ve ulaştırma alanlarındaki hızlı gelişmeler dünyayı küçültmekte ve küreselleşme olarak adlandırılan akıma hız kazandırmaktadır. Küreselleşme ekonomiden politikaya hukuktan insan haklarına çevre politikalarından kültürel değişime kadar çeşitli alanlarda tüm birey ve toplumları ilgilendiren bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar içerisinde en önem taşıyanı ekonomik alandaki küreselleşme olgusudur. Birçok sektör gibi turizm sektörü de küreselleşme sürecine bağlı olarak dünya genelinde hızlı bir gelişme sergilemiştir. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği, iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler uluslar arası turizmin gelişmesine büyük bir ivme kazandırmıştır. Ayrıca uluslar arası seyahatin basitleşmesi ve serbestleşmesi, yabancı sermaye yatırımlarını arttırmış, turizm alanındaki yatırımlarla birlikte turizm bilincinin gelişmesini sağlamış ve seyahat formalitelerini en aza indirerek uluslar arası turizmin gelişimini olumlu yönde etkilemiştir. Tüm bu

gelişmelere paralel olarak, ülkeler arasında çeşitli iktisadi ve siyasi birliklerin kurulması ve 1991 yılından sonra SSCB'nin dağılması ve soğuk savaşın sona ermesi turizmin tüm dünyada yayılmasına yol açmıştır (Latin, 1998: 1049).

2.4. TURİZM ARZI

Turistik ürün; çekicilik, yararlılık ve kolay elde edilebilirlik gibi unsurların bileşimi olarak ele alınırsa, turizm arzı; Turizm işletmeleri aracılığıyla turistlere sunduğu manevi ve maddi değerlerdir (Smith, 1988: 179). Başka bir tanıma göre; bir ülke veya destinasyonun turistlere satmaya hazır olduğu turistik zenginlikler bütünüdür (Ünlüöner vd., 2014: 75). Turizm arzı, iç ve dış turizm talebini karşılamak için, ekonomik amaçlarla, turistik hizmet işletmeleri ve diğer kurumlar tarafından sunulan tüm hizmetleri kapsamaktadır (Marcouiller ve Prey, 2005: 23). Bu yaklaşım bir kapasite sınırını işaret eder. Kapasitenin göstergesi olarak alınabilecek ölçülebilir veriler arasında; turistik işletme sayısı, oda ve yatak sayıları gibi değişkenler sayılabilir. Ticari malların tipik arz fonksiyonu; fiyat, teknolojik bilgi düzeyi, üretim faktörlerinin maliyeti, iklim koşulları, zevk ve tercihler, geleceğe yönelik beklentiler gibi çok sayıda faktörden oluşmaktadır (Perloff, 2008: 18). Turizm arzını oluşturan unsurlar temelde, turizme bağımlı ve turizmden bağımsız olmak üzere ikiye ayrılabilir. Turizme bağımlı arz unsurlarında; doğrudan turizm ürünü üreten ve sunan işletmeler, ulaştırma işletmeleri, konaklama işletmeleri, özel mal ve hizmet üreten pazarlayan işletmeler, pazarlama ve tanıtım kuruluşları ve turizmi destekleyen işletmeler yer alır. Turizmden bağımsız arz unsurları olarak da; kumsal, deniz, iklim vb. doğal özellikler, arkeolojik kalıntılar ve tarihi yapı, yöresel giysi ve yemekler, fuar gibi etkinlikler söylenebilir (Lubbe, 2003: 72-86). Turizm arz fonksiyonunda yer alabilecek ekonomik nitelikli faktörlerden bazıları şunlar olabilir:

Fiyat: Ticari mallarda fiyat yükseldiğinde arz artmakta, fiyat düştüğünde arz da düşmektedir. Fiyat ile arz arasındaki bu pozitif ilişkiye arz kanunu denmektedir (Stone, 2008: 60).

Yatırım ölçeği: Turizm tesislerinin kapasite-proje büyüklüğüne ve coğrafi bölgelere göre farklılaşmakla birlikte, genelde yatırımlar büyük ölçekli finansman gerektirmektedir (Eröz, 2014: 32).

Tüketici zevk ve tercihleri: Tüketicilerin zevk ve tercihlere uygun hizmet sunumu en önemli faktörlerden birisidir. Zevk ve tercihlerine uygun hizmet alan tüketicilerin memnuniyet dereceleri yükselir, sadakat ve bağımlılığı artar. Her turist tipinin sosyo-ekonomik, sosyodemografik ve psikolojik özelliklerine göre, farklı mal ve hizmet sunumu gerekmektedir (Ünlüöner, vd., 2014: 78).

Beklentiler ve stoklama: Mal piyasalarında, gelecekle ilgili fiyat beklentileri yükselme yönündeyse, firmalar mallarının bir kısmını stoklarında bekletip gelecekte yüksek fiyattan satma yoluna gidebilir, yani stoklarını arttırabilirler. Bu ise arzın azalmasına neden olur. Fiyatlar yükselince stoklardaki mal piyasaya sunulur (Stone, 2008: 62). Diğer yandan gelecekte piyasayla ilgili olumlu beklentiler, arzı arttırıcı etki yaparken, olumsuz beklentiler arzı azaltmaktadır. Ticari hizmetler ve turizm hizmetlerinde ise stoklama yoktur. Hizmetler üretildiği anda ve yerde tüketilir, stok yapılamaz (Cruz, 2006: 11).

Rakip veya ikame hizmetler: Normal koşullarda, piyasada üretilen bir mala rakip olan diğer mal fiyatları yükseldiğinde, kaynaklar fiyatı yükselen malın üretimine kaydırılmakta, fiyatı sabit kalan malın arzı ise daralmaktadır (Ertek, 2009: 67). Uluslararası turizm dikkate alındığında, aynı coğrafyada yer alan ülkelerde, rakip hizmet sunucuların arzındaki artış, diğer ülkelerin payını azaltıcı etki yapacaktır. Turizmde, gerek ulusal gerekse uluslararası bazda, rakip veya ikame hizmet sunucuları sayıca çok fazladır, dolayısıyla aralarında şiddetli ve yoğun bir rekabet söz konusudur. İkame olanaklarının fazla olması, satıcıları çeşitli riskler üstlenmek zorunda bırakmaktadır (Ünlüöner, vd., 2014: 78).

Teknolojik yenilikler: Yeni buluş ve üretim yöntemlerinin geliştirilmesi, verimliliği arttırıp üretim maliyetlerini düşürerek arzı arttırmaktadır (Mankiw, 2012: 76). Turizm, genel yapı itibariyle, teknolojik yenilik ve gelişmelere uyumlu bir sektördür (Eröz, 2014: 32).

Mevsimsel etkiler ve iklim koşulları: Mevsimsellik ve iklim, turizm hizmetleri üzerinde önemli etkiye sahiptir. Turizm mevsimsel bir faaliyettir (Cruz, 2006:11).

Firma sayısı: Piyasada faaliyet gösteren firma sayısı, turizm arzını etkileyen önemli bir faktördür. Teorik olarak, turizm hizmeti sunan işletme sayısı arttıkça, turizm arzının da artacağı söylenebilir (Stone, 2008: 62).

Vergi ve teşvikler: Ürün üzerine uygulanan vergilerin düşmesi ve üreticilere verilen teşviklerin artması arzı arttırırken, vergilerin yükselmesi ve teşviklerin azalması arzı düşürmektedir (Yıldırım, vd., 2011: 85).

Turistlerin ulaşım, yeme-içme, konaklama, eğlence gibi çeşitli mal ve hizmetleri karşılayan tüm maddi ve manevi değerler turizm arzını oluşturmaktadır. Bir başka tanıma göre ülkenin ya da şirketin belirli bir ücret karşılığında turistlere sundukları zenginliklerin tümüdür (Olalı ve Timur, 1988: 177).

Turizm arzının iki tane kaynağı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi doğal turizm arz kaynağı ikincisi ise insan yapımı arz kaynağıdır. Bunlardan en etkili olanı ve arz talebini en fazla etkileyeni doğal arz kaynağıdır. Doğal kaynaklar, iklim, kaplıca şifalı sular ve deniz, göl, akarsu ve plajlar bu kategoriye girmektedir (Olalı, 1990: 163).

İnsan yapımı arz kaynağı genel olarak ikiye ayrılmaktadır. Bunlar kültür sanat varlıkları ve turizm endüstrisidir. Kültür sanat varlıklarına gelenek, görenek, tarihi eserler ve anıtlar, müzeler, fuar, sergi, festivaller, baraj, köprü gibi unsurlar örnek gösterilebilir. Turizm endüstrisine ise ulaşım, konaklama, eğlence donanımı ve turizm organizasyonlarının yapısı girmektedir (Olalı, 1990: 163).

2.5. HİZMET KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

Hizmet, İktisat Terimleri Sözlüğü'nde, "Gereksinimleri karşılama ve üretildiği anda tüketilme özelliklerine sahip her türlü etkinlik" olarak tanımlanırken, Ana Britannica'da "ekonomide, elle tutulur maddi ürünler dışında her türlü yararlı çalışma ve etkinliğin üretildiği sektör" olarak tanımlanmaktadır.

Kotler (2003), hizmeti "*bir tarafın diğerine sunduğu, mülkiyeti gerekli kılmayan soyut bir faaliyet veya hareket*" olarak tanımlarken, Tek (1999), ise "*satışa sunulan faaliyetler, fayda veya tatminlerdir*" şeklinde tanımlamaktadır. Soyut bir kavram olan hizmet; envanteri tutulamayan, saklanamayan, standartlaştırılamayan, üreticiden tüketiciye doğrudan geçen ve görsel, nesnel ve mülkiyet ilişkisi bulunmayan bir yapıya sahiptir (Assael, 1993: 368).

Hizmetin kendine has bazı özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler:

- **Soyut yapıdadır:** Hizmetler duyu organlarıyla algılanamadığı için fiziki boyutu olmayan ürünlerdir. Performans ile ortaya konan faaliyetlerdir (Malley ve Prothero, 2004: 1286-1294).

- **Heterojendir:** Malların üretiminde standartlaşmaya karşın, hizmetler üretim süresine ve kişiye göre değişkenlikler ortaya çıkarır. Tüketicilerin deneyimleri hizmeti algılamalarını etkiler. Tüketici hizmeti aldığıda önceki sahip olduğu hizmetlerle kıyaslayacak ve karara varacaktır. Sonuç olarak hizmetin kalitesi hizmeti sunanla hizmeti satın alan arasındaki etkileşimin türü ve gücüne bağlı olarak değişkenlikler gösterir (Palmer, 1997: 319-321).

- **Eş zamanlıdır:** Hizmet üretildiği anda tüketilir (Blois, 2000: 505).

- **Depolanamaz:** Hizmetler eş zamanlığı olduğu için, depolanmaya ve muhafaza edilmeye uygun değildir.

2.6. TURİSTİK ÜRÜN VE TEMEL UNSURLARI

Turistik ürün, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla karşılanan mal ve hizmetlerin ve ya mal ve hizmet karışımının tümüdür (Olalı ve Timur, 1988: 421). Bir başka tanıma göre turistik ürün turistin aldığı her şey olup ulaşım, çekicilik ve ulaşım gibi ürünlerin bir araya gelerek oluşturduğu bileşenlerin tümüdür (Medlik, 1988: 134). Kısacası turistik ürün, turistlerin turizm ile ilgili zorunlu olan ya da olmayan tükettikleri mallardır (Shaw ve Williams, 1996: 267).

Turistik ürün ile ilgili bu kavramların ışığında belli bir takım özellikleri bulunmaktadır. Öncelikle turistik ürün ne olacağı ya da ne olmayacağı turist tarafından belirlenir bundan dolayı işletmeciler herkese yönelik ürün oluşturmalıdır (Olalı, 1983: 8). Turistik ürün turist tarafından önceden görünüp değerlendirilemez, gittiği yerden alınması gerekmektedir (Usta, 1988: 109). Turistik ürün alımı ve tüketimi genellikle aynı zamanda olmaktadır (Olalı, 1983: 8). Turizm ürünleri, yoğun-emek şeklinde üretilen ürünler olup, makineleşme ve otomasyona uygun değildir. Bundan dolayı turizm ürünleri birbirine benzemesine rağmen aynı değildir. Turistik ürünler de belli bir yöreye aittir (Hacıoğlu, 2008: 39). Bu özelliklerle birlikte turistik ürünü oluşturan beş faktör bulunmaktadır. Bu faktörler; çekicilik, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri, etkinlik ve imajdır (Middleton, 1988: 79).

2.6.1. Çekicilik

Bir ürünün turistik ürün olarak tanımlanması için öncelikle çekici olması gerekmektedir. Turistin bir yeri başka bir yer yerine tercih edebilmesi o bölgenin

çekiciliğine bağlıdır (Kozak, vd., 2000: 108). Bir yerin tarihi, kültürü, dini, yapılan sportif faaliyetler, doğal güzellikler gibi değerler bir yerin çekiciliğini ve tercih edilebilirliğini etkilemektedir (Yağcı, 2007: 28). Çekicilik kavramı kendi içerisinde ikiye ayrılmaktadır. Bunlar yer çekiciliği ya da olay çekiciliği olmak üzere iki tanedir. Yer çekiciliği turistlerin bir yere gitmek için harekete geçiren özellikleri olup, o yerin tarihi, dini, özellikleri bu gruba girmektedir (Rızaoğlu, 2004: 27). Olay çekiciliği ise bir turistleri bir yere gitmeleri için harekete geçiren o yerin özelliği yerine o yerde meydana gelen etkinliğin etkili olmasıdır. Buna örnek olarak olimpiyat oyunlarının düzenlendiği ülkeye giden turistler gösterilebilir (Olalı, 1990: 26). Çekiciliği etkileyen dört temel unsur bulunmaktadır. Bunların başında doğal unsurlar gelmektedir. Bu unsur bir yerin doğal güzellikleri, güneşli gün sayısı, bitki örtüsü, hayvan türleri sayısı gibi özellikleri barındırmaktadır. Sosyo-kültürel unsur, bir yerin kültürel yapısıyla ilgili olan unsurdur. Ekonomik unsurlar, paranın değeri, fiyatı gibi faktörler buna girmektedir. Bir diğer unsur ise psikolojik unsurlar, bunlar bir yere yönelik turistlerin algısını içerir, bir yere gidişin moda olup olmaması bu gruba girer, birçok ünlünün Paris'e gitmesinden dolayı turistlerin burayı tercih etmesi bu duruma örnek olarak verilebilir (Kozak, 2008: 102).

2.6.2. Ulaşılabilirlik

Bir yerin çekiciliği yeterli değildir. Bununla birlikte bu yerin kolay ulaşılabilir olması da önemlidir. Kısaca ulaşılabilirlik, çekiciliği olan bir yerin hedef kitleye olan uzaklığı olarak tanımlanmaktadır. Nüfus yoğunluğu fazla olan şehirlerin kendine yakın tatil bölgelerini hedef olarak seçmesi bu duruma bir örnektir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008). Bir yerin ulaşılabilirliği, bir yere ulaşım ücreti, zamanı ve alt yapıları olarak değerlendirilir. Bir yerin yer ya da olay çekiciliği fazla olmasına karşın alt yapıda yetersizlik olduğunda bu yerlere olan ilgi azalmaktadır (Hacıoğlu, 2000: 26).

2.6.3. Turizm İşletmeleri

Turizm işletmeleri genel olarak bir yere yapılan üst yapı yatırımlarıdır (Yarcan, 1994: 29). Üst yapı yatırımları çekicilik unsuru olmadan bir önemi yoktur ama çekiciliği olan bir yerin üst yapı ya da başka bir deyişle turizm işletmeleri olmadan turizm ürünü oluşmayacaktır (Hacıoğlu, 2000: 25). Turizm işletmelerinde ilk sırayı ulaştırma şirketleri alacaktır. Ulaştırma şirketleri olmadan bir yerin turizminden bahsetmek

imkansızdır. Bundan sonra konaklama işletmeleri gelmektedir. Bir yerdeki hotel ya da tatil köyleri bu sektöre girmektedir. Bundan sonraki bir diğer sektör ise yeme-içme sektörüdür. Bir diğer sektör ise paket tur programları ya da seyahat acenteleridir. Seyahat acenteleri, aracılık hizmeti veren firmalardan oluşmaktadır (Kozak, vd., 2000: 108).

2.6.4. Etkinlikler

Son zamanlarda etkinlikler turizm talebini oluşturan en önemli faktörlerinden biri hale gelmiştir. Özellikle şirketler ve devletlerin turizmde hedeflediklere ekonomik ve sosyal hedeflere ulaşmalarında lokomotif görev haline gelmektedir (Arcodia and Robb, 2000). Etkinlikler artan rekabette rakip ülkelerin ya da şirketlerin önüne geçilmesi için önemli bir faktör haline gelmiştir. Özellikle uluslararası yapılan spor etkinlikleri bir bölgenin tercih edilebilirliğini yüksek oranda artırmıştır (Jago, vd., 2002: 112). Spor etkinliklerinin dışında sosyal, kültürel ya da tarihi etkinliklerde ortamın turizme yönelik imajını düzeltmektedir. Etkinlikler sadece dışarıdan gelen turist sayısını etkilememektedir ayrıca farklı etkinlikler ülke ya da şehir içi vatandaşların dışarı çıkmasını engellemektedir. Bu özelliklerinden dolayı etkinlikler turizm sektöründe en hızlı gelişen birimdir (Peters ve Pikkemaat, 2005: 5).

2.6.5. İmaj

İmaj, bir ülkenin, şehrin, ilçenin, hotelin, yapılan etkinliklerin, yol durumu ya da ulaşım hakkında turistlerde var olan fikirdir (Olalı, 1983: 8). Bundan dolayı turizm ürünlerinin en önemli ögesidir. Birçok turizm merkezi kendilerini imajlar üzerinde pazarlamaktadır (Kozak, 2008: 102). Bir bölgenin imajı zamanla oluşmaktadır. Olumlu bir imaj oluşturduktan sonra imajın hedefi turistleri çekmek ve daha fazla harcama yapmalarını sağlamaktır (Usta, 1988: 102).

İmaj, psikolojik bir durumdur. Fazla tanınmamış bir yere ünlü bir kişinin gitmesi turistlerin dikkatini çekebilir ve o bölgenin imajını artırabilir (Sarkım, 2007: 161). Kısacası bir yerin imajı zihinde oluşmaktadır. Olumsuz imaj bir yere çekilen turist sayısını azaltacağı gibi olumlu imaj ise bir yerin turist sayısını artıracaktır (Doswell, 1997).

2.7. TURİZM ENDÜSTRİSİNİN BİLEŞENLERİ

Bir endüstrinin olmazsa olmazları arasında yer alan unsur, o endüstriyi oluşturan işletmelerin varlığıdır. Turizm endüstrisi ise bu bakımdan oldukça zengin bir konuma sahiptir. Turizm endüstrisini oluşturan başlıca işletmelere aşağıda yer verilmektedir.

2.7.1. Konaklama İşletmeleri

Konaklama işletmeleri ve otel işletmeleri kavramları sıklıkla karıştırılan kavramlardır. Konaklama işletmeleri otel işletmelerini de içinde barındıran daha makro bir kavramdır. Konaklama işletmeleri; turistlerin geçici konaklama, yeme, içme, eğlenme ve diğer sosyal ihtiyaçlarını karşıladıkları işletmelerdir. Turizm sektöründe turist beklentileri, gelir durumları ve zevkleri farklılık arz etmekte olduğundan konaklama işletmeleri de kendi içinde farklı özelliklere sahip olarak sınıflandırılabilir (Zengin ve Demirkol, 2015: 105). En genel sınıflandırma ile konaklama işletmelerini dörde ayırmak mümkündür. Bu ayrımда ilk sırada oteller, ikinci sırada moteller, üçüncü sırada tatil köyleri dördüncü sırada ise diğer konaklama işletmeleri (pansiyon, apart otel, hostel, kamping) yer almaktadır (Batman, 2015: 20). Bir diğer sınıflandırmaya göre konaklama işletmeleri;

- Gelişme aşamaları bakımından: Lüks, Vasat ve Yan Konaklama Tesisleri
- Karşıladıkları konaklama ihtiyacı türü bakımından: Merkezi oteller, Kıyı/sayfiye oteller, Dağ ve Spor otelleri, Kaplıca/kür otelleri, Tatil köyleri
- Faaliyet sürelerine göre sınıflandırma: Mevsimlik ve Yıl boyu açık oteller
- Ulaştırma araçları ile olan bağlantılarına göre: Havalanı, İstasyon, Liman ve Karayolları kavşak noktalarındaki oteller
- Ölçek bakımından sınıflandırma: 25'den az odaya sahip olan küçük oteller, 25-99 odaya sahip olan küçük oteller, 100-299 odaya sahip olan orta büyüklükteki oteller, 300 ve daha fazla odaya sahip olan büyük oteller olarak sınıflandırılmaktadır (Zengin ve Demirkol, 2015: 116-118).

Konaklama işletmesi olarak işletilebilen bazı tesisler de bulunmaktadır. Bu tesisler; butik oteller, özel tesisler, çiftlik evi/köy evi, yayla evi, dağ evi, golf tesisleri, termal tesislerdir. Ancak turizm sektöründe en fazla konaklama talebini karşılamakta olan işletmeler otel işletmeleridir. Otel işletmeleri, yolcuların seyahatleri boyunca ücret

karşılığında konaklayabilecekleri ve beslenme ihtiyaçlarını giderebilecekleri işletmelerdir (Olalı ve Korzay, 1989; Zengin ve Demirkol, 2015: 114). Konaklama endüstrisi turizm sektörünün bel kemiği olan en önemli sektörlerden biridir. Bu sektörün başarılı olması insan gücüne dayanmaktadır. Müşterilerle yüz yüze iletişim bu sektörde en fazla gerçekleşmekte bundan dolayı sektör çalışanlarının eğitimi ve gelişimi, iş doygunluğu ve mutluluğu çok önemli olmaktadır. Tüm ihtiyaçları karşılanmış çalışanların daha verimli çalışması beklenmektedir (Tarlan ve Tütüncü, 2001: 146). Bunun için öncelikle yapılması gereken yöneticilerin eğitilmesidir. Yöneticiler, farklı kurumlarla rekabet edebilmesi ve şirketlerinin başarılı olabilmesi için geleneksel eğitim yöntemlerinden kurtulup çağın ihtiyaçlarını karşılayan ve bilişim teknoloji kullanımının öğretildiği eğitim verilmelidir (Tütüncü ve Demir, 2003: 147). Bununla birlikte; konaklama sektörünün başarısızlığın dışsal etkileri de bulunmaktadır. Enflasyonun artması, faiz oranları ve ekonomik durgunluk, gelir dağılımının bozulması özellikle konaklama sektörünü olumsuz etkilemektedir (Altman, 1989: 460).

2.7.2. Yiyecek İçecek İşletmeleri

Günümüz insanları her geçen gün yedikleri ve içtikleriyle daha fazla ilgili olmaya başlamışlardır. Her geçen gün farklı yemek programları, yemek tarifleri TV ve gazetelerin en önemli konulardan biri olmaya başlamıştır (Kesici, 2012: 35). Birçok turist gideceği tatil alanını seçerken o bölgenin mutfağını da incelemekte ve bu duruma göre tercih yapmaktadır (Küçükaltan, 2009: 24). Artık turistler bir yerin tarihi, kültürü ve doğal güzelliklerin yanında yeni tatları tanıma ve farklı lezzetler tatma isteği de bulunmaktadır (Doğdubay vd., 2005: 400). Artık birçok turlar, Avrupa ve uzak doğu asya'ya gastronomi gezileri düzenlemekte ve bu ülkelerdeki farklı tatları tanıtmaktadır (Kivela ve Crotts, 2005: 52). Gastronomi konusunda özellikle ülkemiz dünya üzerinde çok önemli ve şanslı bir yeri vardır. Dört iklimin yaşandığı ülkemizde farklı sebze ve meyve yetişmekte, farklı medeniyetlerin buluşma noktası olan Anadolu farklı yemek kültürünü bir arada yaşatmaktadır (Kesici, 2012: 35).

2.7.3. Ulaştırma İşletmeleri

Ulaştırma işletmeleri, turizmin en önemli bileşenlerinden bir tanesidir. Eğer bir ülke turizm sektörünü geliştirmek ve turizmden aldığı payı artırmak isterse ulaşırma

giderelerini artırmak ve çeşitlendirmesi gerekmektedir. Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının birbirine benzemesi ulaşım işletmelerini zor durumda bırakmış ve bu şirketlerin birbirinden fark yapamaz duruma gelmiştir (Yüzbaşıoğlu, 2012: 33). Ulaşımında rekabeti artırmak için kişi başı ulaşım masrafını artırarak misafirlerin tatmin edici unutulmaz hatıralar sunan etkinlikler süslenmesi ulaşım şirketlerinin varlığını etkin bir şekilde sürdürmesini sağlarken gelecek nesiller için turizm sektörünün varlığını korur (Ritchie ve Crouch, 2003: 52). Ulaşım sektörünü geliştirmek için gerekli olan bir diğer nokta üst yapısıdır. Turistin ulaşım için kullandığı araç, dinlenme noktaları, havaalanları, aracın geldiği yol ve bu yapıları destekleyen kuaför, gazete bayı, kitapçı, kuru temizleme, çamaşırhane üst yapıya girmekte ve bu hizmetlerin taşıma kapasiteleri özellikle kitle turizminin gelişimi açısından büyük önem taşımaktadır (Dwyer ve Kim, 2003: 407).

2.7.4. Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri

Seyahat acentaları kişilerin turizm ihtiyaçlarını karşılanmasına yardımcı olan ticari amaçlı seyahat şirketleridir (Hacıoğlu, 1989: 26). Bir başka tanıma göre turizm mal ve hizmet pazarlaması yapan ve bunun karşılığında ücret alan şirketlerdir (Çolakoglu ve Çolakoglu, 2007: 11). Seyahat acentaları turizm sektörüne ait planlar yaparak bireylerin turizm üzerine işlerini kolaylaştırmaktadır.

Tur operatörleri ise turizm ile ilgili konaklama, yeme-içme ve ulaşım gibi farklı tatil unsurlarının bir araya getirilip satılmasını sağlayan organizasyon şirketleridir (Hacıoğlu, 1989: 70). Son zamanlarda paket turlarına olan ilgi artmış ve artmaya da devam etmektedir (Lep ve Gibson, 2003: 621). Tur operatörleri her hangi bir yeri veya yerleri gezmek isteyen kişilere konaklama, seyahat, yeme-içme hizmetine aracılık yapan ve gezecekleri yerlerdeki tarihi veya önemli yerleri anlatan, bu konularda bilgi aktaran, planlı bir şekilde organizasyon yapan ve tüm bunları pazarlayan operatörlerdir.

2.7.5. Rekreasyon İşletmeleri

Bilim ve teknolojinin gelişmesiyle, insanlara kullanabilecekleri daha fazla boş zaman kalmıştır. Bu çalışma dışı zamanın etkili bir şekilde kullanılmasına da rekreasyon denilmektedir (Can, vd., 2005: 28). Kısaca rekreasyon; katılımın gönüllü olduğu ve boş zamanını sosyal ve kültürel etkinlikler, müzikal etkinlikler, sportif

etkinlikler, oyunlar, sanatsal etkinlikler, beceri gerektiren etkinlikler, doğa etkinlikleri gibi etkinliklerle değerlendirilmesine denilmektedir (Serarslan ve Bakır, 1988: 28). Turizm şirketleri diğer şirketlerle rekabet edebilmesi için rekreasyon etkinliklerine önem vermelidir. Rekreasyon etkinlikleri ne kadar bir amaca yönelik ve yeni şeyler kazandırmaya yönelik olursa turistlerin ilgisini o kadar çekmektedir (Farrel ve Lundergen, 1999: 25).

Turizm sektöründe rekreasyon etkinliğinin yapabilmek için belli bir alana, malzemelere ve özellikle iyi eğitilmiş uzmanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Rekreasyon etkinliklerini yöneten uzmanlar ne kadar iyi eğitilmiş olursa etkinliğe bir amaç kazandırması ve turistlerin ilgisini o ölçüde kazanacak ve turizm işletmesine turistlerin gözünde artı puan kazandıracaktır (Tolukan, 2010: 42).

2.8. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ VE SEKTÖRE AİT BİLGİLER

Birçok medeniyete ev sahipliği yapan ülkemizde, mevcut tarihi kültürel varlıklarıyla çok fazla çeşitliliğe sahiptir. Dört mevsimin yaşandığı ülkemizde güneşli gün sayısı birçok ülkeden daha fazladır. Ayrıca ülkemizin üç tarafının denizlerle çevrili olması ve farklı iklimsel özelliklerinden dolayı çok çeşitli doğal güzellikleri ve bitki örtüsü bulunmaktadır. Türkiye bulunduğu bu konum neticesinde özellikle Avrupa ülkelerinin turizm açısından hedef ülkesi durumundadır (Bahar ve Kozak, 2005: 165-166). Turizm sektörü, ülke ekonomisine büyük oranda katkı sağlamakla birlikte, turizm sektörüne yapılan yatırımlar geri dönüşü uzun zaman alan, sermaye/hasıla oranı yüksek, siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik gelişmelerden etkilenen yatırımlardır. Dünyada bu tür yatırımlar desteklenmekte ve turizm sektörüne ilişkin teşvikler devam ettirilmektedir (Ataer, vd., 2003: 21).

Turizmin ulusal ekonomi bakımından önemi ve turizm işletmeleri açısından ortaya çıkan bazı sorunlar, Türkiye'de de turizm sektörünün devlet tarafından teşvik edilmesine ve devletin birtakım önlemler almasına sebep olmuştur. İstihdam yaratıcı etkisinin olması, ödemeler dengesine katkıda bulunması, vergi gelirlerini arttırması, yatırımlar sayesinde katma değer yaratılması vb. gibi nedenlerden dolayı turizm sektörü teşvik edilmelidir (Toker, 2007: 82).

2.8.1. Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler

Turizmin gelişmesi için sektörün teşvik edilmesine yönelik mevzuatda çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerin bir kısmı 2634 sayılı Turizm Teşvik Yasasında ve bir kısmı da vergi yasaları ve diğer yasalarda yer almaktadır (Tezcan, 2003: 253).

Ülkemizde turizm sektörüne sağlanan teşvikler, çıkarılmış mevzuat hükümleri gereğince başlıca iki grupta toplanabilir. Bunlar; Genel Nitelikli Turizm Teşvikleri ve Özel Nitelikli Turizm Teşvikleri olarak sınıflandırılabilir.

2.8.1.1 Genel Nitelikli Turizm Teşvikleri

Genel nitelikli turizmi teşviklerinin genel ilkeleri, Beş Yıllık Kalkınma Planları ve her yıl hazırlanan Yıllık Programlarla belirlenmektedir. Bakanlar Kurulu'nun çıkardığı yatırım ve dış ticareti teşvik edici bazı kararlar, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlıkları tarafından çıkarılmış yatırımları, ihracatı, döviz kazandırıcı hizmetleri ve işletmeleri teşvik edici tebliğler ve özel nitelikli yasalar, turizmi teşvik edici tedbirlerin başlıca kaynaklarını oluşturmaktadır (Andaç, 2006: 217-218).

2.8.1.1.1. Devlet Yardımlarıyla Sağlanan Turizm Teşvikleri

Yatırımlarda devlet yardımları yoluyla yapılan turizm teşvikleri, 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkındaki Kanun ve 2012/3305 Sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkındaki hükümleri çerçevesinde yürütülmektedir.

Teşvik sistemi ile işletmelerin yüksek katma değer yaratan yatırımlara yönlendirilmesi, istihdam ve üretim artışı sağlanması, uluslararası rekabet gücünün artırılması ve stratejik yatırımların özendirilmesi, uluslararası yatırımların artırılması, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılması ile araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır (Akdeve ve Karagöl, 2013: 341).

2012/3305 sayılı Bakanlar Kurulu Kararına göre uygulanacak olan teşviklere/desteklere ilişkin detaylı bilgiler aşağıdaki gibidir.

2.8.1.1.2. Gelir Vergisi Stopajı Desteği

Yeni teşvik sisteminde yatırımların ekonomik ve sosyal açıdan diğer bölgelere göre geri kalmış bölgelere kaydırılması sağlanarak, söz konusu bölgelerde istihdamı artırmak ve bölgesel gelişmişlik farklılıklarını azaltmak amacıyla bazı illerde yapılacak yatırımlar için istihdam edilen işçi ücretlerine Gelir Vergisi Stopajı desteği öngörölmüşür. Asgari ücret üzerinden hesaplanan vergi ile sınırlı olmak kaydıyla, hesaplanan gelir vergisi stopajının ilgili dönem muhtasar beyannamesi ile beyan edilmesi ve asgari ücret üzerinden hesaplanan vergi tutarı kadar kısmın muhtasar beyanname üzerinde terkin edilmesi gerekecektir. Böylelikle istihdam yaratan yatırımcı asgari ücret üzerinden hesaplanacak gelir vergisi stopajı tutarı kadar gelir vergisi stopajını devlete ödemeyecek olup, yatırım için ödemediği tutar kadar devletten destek almış olacaktır (Gökmenve Kartaloğlu, 2012: 360-363).

2.8.1.1.3. Sigorta Primi İşveren Hissesi ve İşçi Hissesi Desteği

Bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında desteklenen yatırımlar ile büyük ölçekli ve stratejik yatırımlar bu destek unsurundan faydalanabilmektedir (Küçükkahraman, 2013: 58).

2.8.1.1.4. Yatırım Yeri Tahsisi

2012/3305 sayılı ‘Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar’ın 16. maddesine göre, teşvik belgesi Ekonomi Bakanlığı tarafından düzenlenmiş olan büyük ölçekli, stratejik ve bölgesel desteklerden yararlanacak yatırımlar için, 4706 sayılı Kanun’un ek üçüncü maddesi çerçevesinde Maliye Bakanlığı tarafından belirlenen usul ve esaslara göre yatırım yeri tahsis edilebilecektir (Gökmen ve Kartoğlu, 2012: 398).

2.8.1.1.5. Vergi İndirimi

Bu teşvik ile teşvik belgesine ilişkin olarak elde edilen yatırım kazançlarına % 20’den daha düşük bir oranda kurumlar vergisi uygulanmak suretiyle yatırımların Devlet tarafından desteklenmesi sağlanmaktadır. Sağlanan vergisel teşvikten kurumlar vergisi mükellefleri ile birlikte gelir vergisi mükellefleri de yararlanma imkanına sahiptir (Gümüş, 2013: 112).

2.8.1.2. Özel Nitelikli Turizm Teşvikleri

Turizm sektöründe düzenleme yapacak, sektörü geliştirecek, dinamik hale getirecek önlemlerin alınmasını sağlamak adına düzenlenen 2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu” yukarıda sözü geçen genel nitelikli turizmi teşvik tedbirleri yanında turizme özgü teşvik tedbirlerini de ortaya çıkarmıştır (Andaç, 2006: 271).

2.8.1.2.1. Turizm Kredileri

Turizm kredileri, özel ve kamu fonlarının turizm endüstrisine aktarılması yoluyla turistik işletmelerin finansman gereksinimlerini karşılama imkanı veren finansal araçlardır. Turizm kredileri; iç kaynaklı krediler ve yurt dışı kaynaklı krediler olmak üzere iki grupta toplanmaktadır (Kandır, Önal, vd., 2007: 123). Banka kaynaklarından kredi verilebilecek yatırım ve hizmet konuları; konaklama tesisleri, golf turizmi tesisleri, sağlık ve termal turizmi tesisleri, yat limanları, yat çekek yerleri, turizm amaçlı yatlardır. (Gökdeniz, Kurgun, vd., 2008: 159). Gerçekleştirilmesi planlanan turizm yatırımları için yurtdışı kaynaklı kredi verebilecek kuruluşlar arasında; Dünya Bankası, Uluslararası Finans Kurumu, Avrupa Yatırım Bankası ve AB Yapısal Fonları sayılabilir. Bu kuruluşlar projeleri destekleyici krediler kullanılmaktadırlar (Kandır, Önal, vd., 2007: 130-132).

2.8.1.2.2. Orman Fonuna Katkının Taksitlendirilmesi

Turizmi Teşvik Kanunu’nun 15. maddesi uyarınca ormanlarda kurulacak turizm yatırımı belgeli tesisler, ödemek zorunda oldukları bedeli, üçüncü yıldan itibaren beş yıl vadeli şekilde öderler (Can ve Güner, 2000: 151-152).

2.8.1.2.3. Elektrik, Doğalgaz ve Su Ücretleri

Elektrik, havagazı ve su ücretlerini turizm belgeli yatırım ve işletmelerin o bölgedeki sanayi ve meskenler için geçerli olan tarifelerden en düşüğü üzerinden ödemeleri esasına dayanan bir teşviktir.

2.8.1.2.4. Haberleşme Kolaylıkları

Telefon ve teleks taleplerine ilişkin her türlü işlem ve tahsislerin belgeli yatırım ve işletmeler için öncelikli olarak yapılması esasına dayanan bir teşviktir.

2.8.1.2.5. Personel Çalıştırılması

Belgesi olan işletmelerde, kalifiye yabancı uzman ve sanatkarların çalıştırılmasına olanak sağlayarak, sektörün gelişmesine hizmet eden bir teşvik türüdür.

2.8.1.2.6. Alkollü İçki Satışı

Belgeli işletmelerin, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın iznine bağlı olarak alkollü içki satışı ve ruhsatlarına ilişkin hükümlerin dışında olmasını sağlayan bir teşviktir.

2.8.1.2.7. Resmi Tatil, Hafta Sonu ve Öğle Tatilleri

Belgesi olan işletmelerin Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan alınan belge üzerinde tespit edilen çalışma süresi içinde resmi tatil, hafta sonu ve öğle tatillerinde de faaliyetlerini devam ettirebilmelerini sağlayan bir teşviktir.

2.8.1.2.8. Kamu Taşınmazlarının Turizm Yatırımları İçin Yatırımcılara Tahsisi

Turizmi Teşvik Kanunu'nun 8. maddesine göre, kamu taşınmazları turizm amaçlı kullanım için, yatırımcılara tahsis edilebilir. Bu amaçla Hazine arazileri, uzun sürelerle turistik yatırımlara tahsis edilmektedir. Turizm yatırımlarında yatırımcılara tanınan bu özendirme, finansman gereksinimi yönünden yatırımcıya büyük kolaylıklar sağlamaktadır.

2.8.2. Türkiye'de Turizm Sektörüne Ait Güncel Gelir Veriler

Aşağıda son döneme ait, ülkemizin turizm sektörüne ait gelirini ve giderini içeren bazı sayısal veriler gösterilmiştir:

Tablo 2.Türkiye Turizm Geliri ve Gideri (2017)

Yıl	Çeyrek	Çıkış yapan ziyaretçiler			Giriş yapan vatandaşlar (Yurt içi ikametli)		
		Turizm geliri (Bin \$)	Kişi sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)	Turizm gideri (Bin \$)	Kişi sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)
2016	Yıllık	22 107 440	31 365 330	705	5 049 793	7 891 909	640
	I	4 066 384	5 107 553	796	1 537 627	1 825 187	842
	II	4 981 318	7 495 035	665	1 509 693	2 035 818	742
	III	8 277 009	12 063 311	686	1 131 773	2 234 774	506
	IV	4 782 729	6 699 430	714	870 700	1 796 130	485
2017	I	3 369 753	4 844 761	696	855 786	1 897 554	451
	II	5 413 048	8 863 391	611	1 386 362	2 294 588	604
	III	11 391 668	16 663 265	684	1 560 756	2 514 317	621
	Temmuz	3 468 884	5 032 488	689	557 481	919 606	606
	Ağustos	4 270 002	6 323 888	675	505 853	837 828	604
	Eylül	3 652 782	5 306 888	688	497 423	756 884	657

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Turizm İstatistikleri, III. Çeyrek: Temmuz - Eylül, (2017).

Tablo'ya göre; turizm geliri %37,6 artarak 11 milyar 391 milyon 668 bin \$ olmuştur. Turizm gelirinin %77'si yabancı ziyaretçilerden, %23'ü ise yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilmiştir.

Yabancı ziyaretçilerin ortalama harcaması 684 \$ olmuştur. Yurt içinde ikamet edip başka ülkeleri ziyaret eden vatandaşlarımızın harcamalarından oluşan turizm gideri 1 milyar 560 milyon 756 bin \$ olmuştur. Bunun 1 milyar 217 milyon 678 bin \$'ını kişisel, 343 milyon 78 bin \$'ını ise paket tur harcamaları oluşturmuştur. Bu çeyrekte yurt dışını ziyaret eden vatandaş sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %12,5 artarak 2 milyon 514 bin 317 kişi, bunların kişi başı ortalama harcaması 621 \$ olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2017).

2.9. DÜNYADA TURİZM SEKTÖRÜ

Dünyada ilk seyahat M.Ö. 4000 yılında tekerlek ve paranın bulunmasıyla başladığını söyleyebiliriz. Bu dönemlerde yapılan seyahatlar genellikle ticaret amacıyla olup belli tüccarların para ve mal karşılığında kalabilecekleri ve yemek yiyip içecekleri yerler kurulmaya başlamıştır (Kozak, vd., 2001: 8). Bir yerin kültürünü tarihini ya da doğal güzelliklerini görmek amacıyla seyahat eden ilk kişi Marco Polo'dur. İlerleyen yıllarda Marco Polo'nun anlattıklarından etkilenen İngiliz asilzadeler vakitlerini şato ya da saraylarda değil gezerek ve farklı yerler tanıyarak geçirmeye başlamıştır. Zaman içerisinde ise bireysel yapılan bu seyahatler teknoloji sayesinde organize hale gelmeye başlamıştır (Bahar ve Kozak, 2005: 61-62).

Turizm tanımı ilk defa 1937 tarihinde Roma konferansında yapılmıştır. En son

tanımını ise 1963 yılında BM’de yapılmıştır. Bu tanıma göre meslek edinme amacı dışında yapılan tüm seyahatler turizm faaliyeti olarak tanımlanmıştır (İçöz ve Kozak, 1998: 167). Turizm özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısından sonra inanılmaz bir gelişim göstermiştir. Şu anda Dünya dış ticaret hacminin %10’nunu turizm oluşturmakta olup gelişmiş ülkelerde bu oran daha yüksektir. Zaman içerisinde turizm sektörünün daha da artacağı düşünülmektedir (Usta, 2001: 1).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM EĞİTİMİ ALAN MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM EĞİTİMİNİ VE TURİZM SEKTÖRÜNÜ DEĞERLENDİRMELERİ

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI, ÖNEMİ, YÖNTEMİ, EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ, PROBLEM CÜMLESİ, VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ, KISITLARI, ARAŞTIRMADA UYGULANAN ANALİZ TEKNİKLERİ

3.1.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu araştırmanın konusunu, turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimini ve sektörünü değerlendirmelerinin ortaya çıkarılması oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacı, turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimi ve sektörü hakkındaki değerlendirmelerinin bazı demografik değişkenlere göre (cinsiyet, sınıf düzeyi, bölüm türü, yaş, okul, ailede turizmle uğraşanlar, ailenin aylık kazancı ve çocukken yaşanılan yer) incelenmesidir.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Araştırmanın turizm alanında çalışan personel ve ilerde çalışacak olan öğrenciler için kaynak ve rehber olması düşünülmektedir. Bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre; Anadolu Meslek Liseleri'nde turizm eğitimi verilirken turizm sektörünün gereksinimlerinin de göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir. Bu amaçlar doğrultusunda derslerin daha dikkatli, duyarlı, düzenli, planlı bir şekilde verilmesi gerekmektedir. Yapılan bu araştırma ile turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin aldıkları eğitim ile turizm sektörünü değerlendirmeleri arasında bir olumlu ya da olumsuz bağlantının olup olmadığının ortaya çıkarılması bakımından araştırma önemli bulunmakta olup, literatüre bu doğrultuda olumlu bir katkının sağlanacağı düşünülmektedir.

3.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan araştırmada; turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm sektörü hakkındaki değerlendirmeleri bazı demografik değişkenler de incelenerek belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada kullanılan ölçek, Güneş (2014)'e ait ölçekten biçim, içerik, hazırlanış ve uygulanış yönünden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Çalışmada *Turizm Eğitimi ve Turizm Sektörünü Ölçmeye ve Değerlendirmeye Yönelik Anket* formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan *Turizm Eğitimi ve Turizm Sektörünü Ölçmeye ve Değerlendirmeye Yönelik Anketin* geçerlilik ve güvenirlik çalışmaları hesaplanarak, 30 maddeden oluşan anketin Birinci alt boyutu olan *eğitime yönelik değerlendirmeler* alt boyutu ve *sektöre yönelik değerlendirmeler* alt boyutu olarak ölçek iki alt boyuttan oluşmaktadır. *Turizm Eğitimi ve Turizm Sektörünü Ölçmeye ve Değerlendirme Ölçeğinin* güvenirlik katsayısı ise 0.92 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket 8 maddeden oluşan demografik değişkenler ve 5'li Likert türünde (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde 30 maddeden oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan anketin genel değerlendirmesi aşağıdaki gibidir (Özkartal, 2016a-2016b; Sarıgöz ve Dönger, 2016-2017):

$$SA = \frac{EYD - EDD}{SS} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

SA: Seçenek Aralığı

EYD: En Yüksek Değer

EDD: En Düşük Değer

SS: Seçenek Sayısı

Araştırmada betimsel tarama yöntemlerinden 'Genel Tarama Modeli' ve 'Karma Model' kullanılmıştır. Genel Tarama Modeli, çok sayıda eleman bulunan bir evrende, evren hakkında bir yargıya varmak için, evrenin tamamı veya ondan alınacak bir grup, örnek veya örneklem üzerinde yapılan tarama çalışmalarıdır (Karasar, 2010: 79). Karma Model, bir çalışma içerisindeki aynı temel olgulara ilişkin nitel ve nicel veriler toplamayı, bu verileri analiz edip ve yorumlamayı ifade etmektedir

(Leech ve Onwuegbuzie, 2007: 564). Çalışmada hem ölçek kullanarak nicel bir veri toplama yöntemi hem de öğrencilere açık uçlu sorular sorularak nitel veri toplama yöntemi kullanılmıştır.

3.1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Antalya ilinde bulunan turizm meslek liselerinde okuyan 4130 öğrenci (MEB, 2013) oluşturmaktadır. Çalışmada tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini; Tez Tur Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile Döşemealtı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde okuyan 1600 öğrenci olduğu tespit edilmiştir. Çalışma basit rastgele örnekleme yöntemi ile %5 hata ve %95 güven ile 405 katılımcının yeterli olacağı hesaplanmıştır. Çalışma Antalya ilinde üç farklı bölgede seçilen, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip, üç farklı okul içinden 451 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Bu okulların seçilmesinin nedeni ise; Antalya'daki üç merkez ilçede bulunan tek turizm meslek lisesi olmaları ve aynı zamanda ilçelerin yaşam standartlarındaki farklılığın bu araştırmada ki bulgulara ayrıca katkı sağlayabilecek yorumların yapılabileceği düşünülmüştür. Bu üç okulun seçilme nedenlerinin arasında okulların sosyo-ekonomik yapısı farklı olan ilçelerde bulunması ve Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin aynı zamanda bir uygulama oteline sahip olmasıdır. Uygulama otelinin eğitim verilen lise ile birlikte faaliyet göstermesi öğrencilerin aldıkları teorik bilgiyi aynı anda otel vasıtası ile pratikle pekiştirme şanslarını ortaya çıkarmaktadır. Bu durumun, turizm eğitimi ve turizm sektörünün değerlendirilmesi aşamasında sektör ile eğitim kurumunun her an temas içinde olmasının ne tür sonuçlar çıkartabileceğini yorumlayabilmemize olanak sunabileceği düşünülmüştür.

3.1.5. Araştırmanın Problem Cümlesi

Araştırmanın problem cümlesini; 'Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerin turizm eğitimi ve turizm sektörü hakkındaki değerlendirmelerinin, öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine göre (cinsiyet, sınıf düzeyi, bölüm türü, yaş, okul, ailede turizmle uğraşanlar, ailenin aylık kazancı, çocukken yaşanılan yer) farklı mıdır?' ifadesi oluşturmaktadır.

3.1.6. Veri Toplama Teknikleri

Veri toplama kaynağı olarak kullanılacak anket için öncelikle literatür taraması yapılmış ve araştırmaya yönelik olarak öğrenci görüşlerini belirleyebilmek amacıyla çeşitli sorular geliştirilmiştir. Daha sonra Mesleki Anadolu Liseleri'nde okuyan öğrenciler ile görüşmeler yapılarak, öğrencilere önceden hazırlanmış açık uçlu sorular sorulmuş ve öğrencilerin sorulara verdikleri cevaplar kaydedilmiştir. Öğrenciler tarafından verilen bu cevaplardan hareketle bir soru havuzu oluşturulmuştur. Alandaki öğretim üyelerinin görüşleri de alınarak maddeler anket haline getirilmiş ve anket amaca uygun olarak dört alt boyuta ayrılmıştır. Anket maddeleri ile ilgili olarak kavram kargaşalarını ortadan kaldırabilmek amacıyla dört Türkçe öğretmeninden yardım alınmış, maddelerin gerekli yerleri düzeltilerek, araştırmada uygulanan ankete son hali verilmiştir.

Bu araştırmada; Anadolu Meslek Lisesi'nde öğrenim gören öğrencilerin turizm eğitimi ve sektörü hakkındaki değerlendirmeleri, demografik değişkenler de dikkate alınarak belirlenmeye çalışılmıştır. Veri toplama işlemi 2016 yılının Nisan ayında başlamış 2017 yılı Kasım ayında sonlandırılmıştır. Anket uygulamasında seçilen zaman aralığının, öğrencilerin okullarda eğitim öğretimlerine devam ettiği bir süreç olmasına dikkat edilmiştir. Bu nedenle anket uygulaması için bu şekilde bir tarih aralığı belirlenmiştir. Veri toplama işlemi Antalya il merkezindeki üç farklı Anadolu Meslek Lisesi'ne bizzat gidilerek anket formlarının doldurulması yoluyla gerçekleştirilmiştir.

3.1.7. Araştırmanın Kısıtları

Zaman kısıtı ve maddi olanakların yetersizliği sebebi ile araştırma, Antalya'da üç merkez ilçe (Konyaaltı, Muratpaşa ve Kepez)'de bulunan üç Anadolu Meslek Lisesi'nde okuyan öğrenciler ile sınırlı tutulmuştur. Ayrıca araştırmalarda anketi cevaplayanlardan kaynaklanabilecek eksikliklerin olması nedeniyle araştırma sonuçlarının etkilenmesi olasılığı da her zaman geçerli bir kısıt durumundadır.

3.1.8. Araştırmada Uygulanılan Analiz Teknikleri

Çalışmada turizm eğitimi ve turizm sektörünün değerlendirilmesi amacı ile tasarlanan ölçekteki ifadeler likert tipi ölçekler kullanılarak tasarlanmıştır. Çalışmadaki

soru gruplarının güvenilirliğinin test edilmesi için C. Alpha analizi ve yapıların testi için (Geçerlilik) Açıklayıcı faktör analizi uygulaması yapılmıştır.

Verilerin analizi konusunda; Tanımlayıcı istatistikler frekans, yüzde, ortalama, standart sapma değerleri ile sunulmuştur. Çalışmada elde edilen eğitim ve sektör boyutlarının normal dağılım göstermediği normallik testleri sonucunda (Kolmogrov-Simironov) görülmüştür ($p < 0,05$). Boyutlar ile iliği karşılaştırmalarda parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Elde edilen boyutlardaki iki grubun ölçüm değerleri arasındaki farkın analizinde Mann U testi kullanılmıştır. Üç evre grubun karşılaştırılmasında Kruskal-Wallis testi ve ikili karşılaştırmalar (Mann U) testi kullanılmıştır. Çalışmada 0,05'den küçük p değerleri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir($\alpha=0,05$). Analizler SPSS 22.0 paket programı ile yapılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR

Bu bölümde turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimi ve turizm sektörü hakkındaki görüşlerine yönelik bulgu ve yorumlara yer verilmiştir. Araştırmanın amacına yönelik olarak öğrencilere ‘Turizm Eğitimi ve Turizm Sektörünü Değerlendirme Ölçeği’ uygulanmış ve öğrencilerin ankete verdikleri yanıtlar tablolar eşliğinde yorumlanmıştır.

3.2.1. Güvenilirlik ve Geçerlilik

Çalışmada kullanılan ölçeğe ait güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine ait sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur. Anket çalışmasında öğrencilerin Turizm Eğitimi ve Turizm Sektörünü Değerlendirme Ölçeği ile ilgili 30 adet ifadenin güvenilirliğinin test edilmesi amacı ile güvenilirlik analizi uygulanmıştır.

Tablo 3. Güvenilirlik ve Geçerlilik

Boyutlar	İfade Sayısı	Açıklanan Varyans	İç tutarlılık	KMO
Eğitime Yönelik				
Değerlendirmeler	13	% 48	0,91	
Boyutu				0,91
Sektöre Yönelik				
Değerlendirmeler	17	% 32	0,84	
Boyutu				

KMO: Kaiser-Mayer-Olkin

Analiz sonucunda ölçeğin güvenilirlik düzeyinin $\alpha=0,94$ (C. Alpha katsayısı) olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen katsayı, ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Bunun sonucu olarak çalışmadan herhangi bir soru çıkarmaya gerek olmadığı görülmektedir. Güvenilirlik analizinin ardından yapı geçerliliğinin test edilmesi amacı ile 30 ifadenin bulunduğu ölçeğe faktör analizi uygulaması yapılmıştır.

Faktör analizi sonucunda iki tane boyut tespit edilmiştir. Bu boyutlar Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu olarak adlandırılmıştır.

Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun açıklanan varyans düzeyi %48 ve iç tutarlılığının 0,91 olduğu tespit edilmiştir. Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun açıklanan varyans düzeyi %32 ve iç tutarlılığının 0,84 olduğu tespit edilmiştir.

Faktör analizinde hesaplanan Kaiser Mayer Olkin (KMO) örneklem yeterlilik katsayısı 0,91 olarak tespit edilmiştir. Örneklem (n=451) varyansının açıklanması konusunda yeterli sayıda olduğunun göstergesidir. Ayrıca faktör yapılarının anlamlılığının test edildiği Bartlet testi sonucuna göre ($p=0,01$; $p<0,05$) elde edilen boyutların yapısal olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

3.2.2. Demografik Veriler

Çalışmaya katılan meslek lisesi öğrencilerinin %64'ünün (n=64), Tez Turizm Meslek Lisesi, %25'inin Falez Anadolu Meslek Lisesi ve %11'inin Döşemealtı Meslek Lisesi öğrencileri oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin %46'sı (n=207) kadın ve %54'ünün (n=244) erkek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin %5'i (n=23) 15 yaş, %32'si (n=144) 16 yaş, %44'ü (n=200) 17 yaş ve %19'u (n=84) 18 yaş ve üzerindedir. Öğrencilerin %8'inin (n=38) 9. sınıf, %32'sinin (n=143) 10. sınıf, %43'ünün (n=194) 11. sınıf ve %17'sinin (n=76) 12. sınıf olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin %44'ünün (n=197) yiyecek içecek, %55'inin (n=249) konaklama, %1'inin (n=5) seyahat bölümlerinde öğrenim gördüğü tespit edilmiştir. Öğrencilerin %44'ünün (n=197) yiyecek içecek, %55'inin (n=249) konaklama, %1'inin (n=5) seyahat bölümlerinde öğrenim gördüğü tespit edilmiştir. Öğrencilerin ailelerinin %1'inin (n=3) 0-1000 TL, %3'ünün (n=14) 1001-1500 TL, %4'ünün (n=19) 1501-2000 TL ve %24'ünün (n=108) 2001-2500 TL, %68'inin (n=307) 2501 TL ve üzerinde aylık gelire sahip olduğu görülmüştür. Öğrencilerin %41'inin (n=186) il, 41'inin (n=187) ilçe ve %17'sinin (n=78) köylerde çocuk yıllarını geçirdiği tespit edilmiştir.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Öğrencilere Ait Demografik Veriler

Okul	n	%
Tez Turizm Meslek Lisesi	287	64
Falez Anadolu Meslek Lisesi	113	25
Döşemealtı Meslek Lisesi	51	11
Cinsiyet	n	%
Kadın	207	46
Erkek	244	54
Yaş	n	%
15 Yaş	23	5
16 Yaş	144	32
17 Yaş	200	44
18 Yaş ve Üzeri	84	19
Sınıf	n	%
9 sınıf	38	8
10 sınıf	143	32
11 sınıf	194	43
12 sınıf	76	17
Bölüm	n	%
Yiyecek içecek	197	44
Konaklama	249	55
Seyahat	5	1
Ailede turizm sektörüyle uğraşan bireyler	n	%
Baba	52	12
Anne	44	10
Kardeş	160	35

Diğer	195	43
Ailenin aylık kazancı	n	%
0-1000 TL	3	1
1001-1500 TL	14	3
1501-2000 TL	19	4
2001-2500 TL	108	24
2501 TL ve üzeri	307	68
Çocukluk Yıllarının Geçirildiği Yer	n	%
İl	186	41
İlçe	187	41
Kasaba köy	78	17
Toplam	451	100

3.2.3. Hipotez Analizleri

Tablo 5. Okul Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyut	Okul	n	Ortalama	s.s.	χ^2	p	İkili Karşılaştırma
Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Tez Tur Meslek Lisesi (1)	287	3,55	0,90	45,55	0,01	1<2,3
	Falez Anadolu Meslek Lisesi (2)	113	4,20	0,32			
	Döşemelatı Meslek Lisesi (3)	51	3,93	0,27			
Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Tez Tur Meslek Lisesi (1)	287	3,37	0,74	31,22	0,01	1,3<2
	Falez Anadolu Meslek Lisesi (2)	113	3,61	0,25			
	Döşemelatı Meslek Lisesi (3)	51	3,20	0,26			

Öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının öğrenim gördüğü okullara göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada Falez Anadolu Meslek Lisesi ve Döşemelatı Meslek Lisesi öğrencilerin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının, Tez Tur Meslek Lisesinde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 45,55$, $p=0,01$, $p<0,05$). Farklılığın nedeninin; Falez Anadolu Meslek Lisesi ve Döşemelatı Meslek Lisesi öğrencilerinin turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerin, Tez Tur Meslek Lisesi öğrencilerine göre daha olumlu olduğundan kaynaklandığı görülmüştür. Falez Anadolu Meslek Lisesi ve Döşemelatı Meslek Lisesi öğrencileri Tez Tur Meslek Lisesi öğrencilerine göre turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha

iyi olması gerektiğini düşünürken; turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir ($p=0,01$).

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının öğrenim gördüğü okullara göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada Falez Anadolu Meslek Lisesi öğrencilerinin sektöre yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının, Döşemealtı Meslek Lisesi ve Tez Tur Meslek Lisesi öğrencilerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 31,22$, $p=0,01$, $p<0,05$). Çalışmada Falez Anadolu Meslek Lisesi öğrencilerinin turizm sektörü konusundaki değerlendirmelerin, Döşemealtı Meslek Lisesi ve Tez Tur Meslek Lisesi öğrencilerine göre daha olumlu düzeyde olduğu görülmüştür. Falez Anadolu Meslek Lisesi öğrencilerinin, Döşemealtı Meslek Lisesi ve Tez Tur Meslek Lisesi öğrencilerine göre turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik değerlendirmelerinin daha olumlu olduğu; turizm sektörünün bulunduğu çevreye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden olanaklar sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet ve personel yeterliliğinin daha iyi olduğunu düşündükleri söylenebilir ($p=0,01$).

Tablo 6. Cinsiyet Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ortalama	s.s.	Mann.U z	p
Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Kadın	207	3,81	0,81	-1,68	0,09
	Erkek	244	3,71	0,77		
Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Kadın	207	3,46	0,61	-1,65	0,10
	Erkek	244	3,36	0,62		

Öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının cinsiyetlerine göre farklılıklar göstermediği, kadın ve erkek katılımcıların eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının benzer olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkek katılımcıların turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerin farklı olmadığı tespit edilmiştir ($Mann.U z = -1,68$; $p=0,09$; $p>0,05$).

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının cinsiyetlerine göre farklılıklar göstermediği, kadın ve erkek katılımcıların turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının benzer olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkek katılımcıların turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel, hizmete yönelik değerlendirmelerin farklı olmadığı tespit edilmiştir (Mann.U $z = -1,65$; $p = 0,10$; $p > 0,05$).

Tablo 7. Yaş Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyutlar	Yaş	n	Ortalama	s.s.	χ^2	p	İkili Karşılaştırma
Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	15 yaş	23	3,83	0,90	9,54	0,02	16, 17<18
	16 yaş	144	3,70	0,81			
	17 yaş	200	3,71	0,77			
	18 yaş üzeri	84	3,96	0,74			
Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	15 yaş	23	3,66	0,85	6,70	0,08	
	16 yaş	144	3,38	0,63			
	17 yaş	200	3,35	0,59			
	18 yaş üzeri	84	3,52	0,59			

Öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının yaşlarına göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada 15, 16, 17 ve 18 yaş üzerindeki katılımcıların turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2 = 9,54$; $p = 0,02$; $p < 0,05$). Farkı tespit etmek amacı ile uygulanan ikili karşılaştırma testlerine göre 18 yaş ve üzerindeki katılımcıların 16-17 yaşında olan katılımcılara göre turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerinin daha olumlu olduğu görülmüştür ($p = 0,01$). Çalışmada 18 yaş ve üzerindeki katılımcıların 16-17 yaşında olan katılımcılara göre turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiği; turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim verilmesi yönünde görüş bildirmişlerdir.

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının yaşlarına göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Araştırmada 15, 16, 17 ve 18 yaş üzerindeki öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu

puanlarının farksız olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 6,70$, $p=0,08$, $p>0,05$). Farklı yaşlarda olan öğrencilerin turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel, hizmete yönelik değerlendirmelerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür.

Tablo 8. Sınıf Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyutlar	Sınıf	n	Ortalama	s.s.	χ^2	p	İkili Karşılaştırma
Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	9 sınıf (1)	38	3,93	0,88	13,92	0,01	2,3<4
	10 sınıf (2)	143	3,70	0,79			
	11 sınıf (3)	194	3,68	0,78			
	12 sınıf (4)	76	3,98	0,72			
Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	9 sınıf (1)	38	3,78	0,82	15,94	0,01	2,3<4
	10 sınıf (2)	143	3,38	0,62			
	11 sınıf (3)	194	3,32	0,56			
	12 sınıf (4)	76	3,51	0,57			

Öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının öğrenim gördüğü sınıflara göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada 12. sınıf öğrencilerinin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının, 10-11. sınıfta öğrenim gören katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 13,92$, $p=0,01$, $p<0,05$). Farklılığının nedeninin 12. sınıf öğrencilerinin eğitimi konusundaki değerlendirmelerin 10-11. sınıf öğrencilerine göre daha olumlu olduğu görülmüştür. 12. sınıf öğrencilerinin 10-11. sınıf öğrencilerine göre turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiğini düşünürken, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir ($p=0,01$).

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının öğrenim gördüğü sınıflara göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada 12. sınıf öğrencilerin sektöre yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının, 10-11. Sınıfta öğrenim gören katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 15,94$, $p=0,01$, $p<0,05$).

Çalışmada 12. sınıf öğrencilerinin turizm sektörü konusundaki değerlendirmelerin 10-11. sınıf öğrencilerine göre daha olumlu düzeyde olduğu görülmüştür. 12. sınıf öğrencilerinin 10-11. sınıf öğrencilerine göre turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik değerlendirmelerinin daha olumlu olduğunu, turizm sektörünün bulunduğu çevreye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden olanaklar sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet kalitesinin ve personel yeterliliğinin daha iyi olduğunu düşündükleri söylenebilir ($p=0,01$).

Tablo 9. Bölüm Değişkenine göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyut	Bölüm	n	Ortalama	s.s.	z	p
Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Yiyecek-içecek	197	3,94	0,70	18,35	0,01
	Konaklama	249	3,62	0,82		
Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Yiyecek-içecek	197	3,55	0,58	12,93	0,01
	Konaklama	249	3,30	0,62		

Öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının öğrenim gördüğü bölümlere göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada yiyecek, içecek bölümünde öğrenim gören katılımcıların eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının, konaklama bölümünde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($Mann.U z= 18,35$, $p=0,01$, $p<0,05$).

Yiyecek, içecek bölümü öğrencilerinin turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerin konaklama bölümü öğrencilerine göre daha olumlu olduğu görülmüştür. Yiyecek, içecek bölümü öğrencileri konaklama bölümü öğrencilerine göre turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiğini düşünürken, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir.

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının öğrenim gördüğü bölümlere göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada yiyecek, içecek bölümünde öğrenim gören öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının, konaklama bölümünde öğrenim gören

katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (*Mann.U* $z = 12,93$; $p = 0,01$; $p < 0,05$).

Yiyecek, içecek bölümü öğrencilerinin konaklama bölümü öğrencilerine göre turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel, hizmete yönelik değerlendirmelerinin daha olumlu olduğunu tespit edilmiştir. Yiyecek-içecek bölümü öğrencileri konaklama bölümü öğrencilerine göre turizm sektörünün bulunduğu çevreye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden olanaklar sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet, personel yeterliliğinin daha iyi olduğunu düşündükleri söylenebilir.

Tablo 10. Ailede Turizmle Uğraşanlar Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyutlar	Sektörde çalışan	n	Ortalama	s.s.	χ^2	p	İkili karşılaştırma
Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Baba (1)	52	3,87	0,70	6,57	0,09	
	Anne (2)	44	3,78	0,79			
	Kardeş (3)	160	3,64	0,80			
	Diğer (4)	195	3,82	0,80			
Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	Baba (1)	52	3,53	0,69	8,31	0,04	3<1,2,4
	Anne (2)	44	3,45	0,73			
	Kardeş (3)	160	3,28	0,57			
	Diğer (4)	195	3,47	0,60			

Öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının sektörde çalışan yakınlarına göre farklılıklar göstermediği, turizm sektöründe babası, annesi, kardeşi ve diğer yakınları çalışan öğrencilerin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının benzer olduğu tespit edilmiştir. Sektörde babası, annesi, kardeşi ve diğer yakınları çalışan katılımcıların turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerin farklı olmadığı tespit edilmiştir ($\chi^2 = 6,57$, $p = 0,09$, $p > 0,05$).

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının sektörde çalışan yakınlarına göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada turizm sektöründe babası, annesi, kardeşi ve diğer yakınları çalışan

öğrencilerin sektöre yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 8,31$, $p=0,04$, $p<0,05$). Çalışmada sektörde kardeşi çalışan katılımcıların turizm sektörü konusundaki değerlendirmelerinin babası, annesi ve diğer yakınları çalışan katılımcılara göre daha olumsuz düzeyde olduğu görülmüştür. Turizm sektöründe babası, annesi ve diğer yakınları çalışan öğrencilerin turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel, hizmete yönelik değerlendirmelerinin sektörde çalışan yakınları kardeşleri olan öğrencilere göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda turizm sektörünün bulunduğu çevreye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden olanaklar sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet, personel yeterliliğinin daha iyi olduğunu düşündükleri söylenebilir ($p=0,01$).

Tablo 11. Ailenin Aylık Kazancı Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyut	Gelir düzeyi	n	Ortalama	s.s.	χ^2	p	İkili karşılaştırma
Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	0-1500 (1)	17	4,47	0,52	16,38	0,01	1>3,4
	1501-2000 (2)	19	3,91	0,72			
	2001-2500 (3)	108	3,75	0,79			
	2501 üzeri (4)	307	3,71	0,79			
Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutu	0-1500 (1)	17	4,21	0,64	24,27	0,01	1>3,4
	1501-2000 (2)	19	3,93	0,74			
	2001-2500 (3)	108	3,37	0,66			
	2501 üzeri (4)	307	3,35	0,55			

Öğrencilerin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının ailelerinin aylık gelir durumuna göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada aileleri farklı düzeylerde gelirlere sahip olan öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 16,38$, $p=0,01$, $p<0,05$).

Farklılığının nedeninin; ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan öğrencilerin turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerinin, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerinde aylık geliri olan katılımcılara göre daha olumlu olmasından kaynaklandığı

görülmüştür. Ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan öğrencilerin, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerin aylık geliri olan öğrencilere göre; turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiğini düşünürken, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir ($p=0,01$).

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının ailelerinin aylık gelir durumuna göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Çalışmada aileleri farklı düzeylerde gelirlere sahip olan öğrencilerin turizm eğitimine yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu görülmüştür ($\chi^2= 24,77$, $p=0,01$, $p<0,05$).

Çalışmada ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan öğrencilerin turizm sektörü konusundaki değerlendirmelerin, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerinde aylık geliri olan öğrencilere göre daha olumlu düzeyde olduğu görülmüştür. Ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan katılımcıların, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerinde aylık geliri olan öğrencilere göre turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel, hizmete yönelik değerlendirmelerin daha olumlu olduğu görülmüştür. Turizm sektörünün bulunduğu çevreye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden olanaklar sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet ve personel yeterliliğinin daha iyi olduğunu düşündükleri söylenebilir ($p=0,01$).

Tablo 12. Çocukluk Yıllarının Geçirildiği Yer Değişkenine Göre Eğitime Yönelik Değerlendirmeler Ve Sektöre Yönelik Değerlendirmeler Boyutunun Karşılaştırılması

Boyutlar	Çocukluğun Geçtiği Yer	n	Ortalama	s.s.	χ^2	p	İkili karşılaştırma
Eğitime Yönelik	İl (1)	186	3,95	0,68			
Değerlendirmeler	İlçe (2)	187	3,55	0,86	21,24	0,01	1>2
Boyutu	Kasaba köy (3)	78	3,79	0,72			
Sektöre Yönelik	İl (1)	186	3,55	0,59			
Değerlendirmeler	İlçe (2)	187	3,29	0,64	19,76	0,01	1>2
Boyutu	Kasaba köy (3)	78	3,36	0,58			

Öğrencilerin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının çocukluk yıllarının geçtiği bölgelere göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada il, ilçe ve köy bölgelerinde çocukluk yıllarını geçiren öğrencilerin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 21,24$, $p=0,01$, $p<0,05$). Farklılığının nedeninin; illerde çocukluk yıllarını geçiren öğrencilerin turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerin, çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren katılımcıların katılımcılara göre daha olumlu ve yüksek olmasından kaynaklandığı görülmüştür. Çocukluk yıllarını geçiren illerde geçiren katılımcıların, çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren katılımcılara göre; turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiğini, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir ($p=0,01$).

Katılımcıların turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının çocukluk yıllarının geçtiği bölgelere göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada il, ilçe ve köy bölgelerinde çocukluk yıllarını geçiren katılımcıların turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2= 19,76$, $p=0,01$, $p<0,05$).

Çalışmada illerde çocukluk yıllarını geçiren katılımcıların turizm sektörü konusundaki değerlendirmelerin, çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren katılımcılara göre daha olumlu düzeyde olduğu görülmüştür. Çocukluk yıllarını ilde geçiren katılımcıların çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren katılımcılara göre turizm sektörünün sosyo ekonomik, kültürel-çevresel, hizmete yönelik değerlendirmelerinin daha olumlu olduğu

turizm sektörünün bulunduğu çevreye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden olanaklar sağladığını, bölgenin kalkınmasın da önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet ve personel yeterliliğinin daha iyi olduğunu düşündükleri söylenebilir ($p=0,01$).



SONUÇ VE ÖNERİLER

SONUÇ

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimi ve turizm sektörü hakkındaki değerlendirmelerinin *cinsiyet* değişkenine göre kadın öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Araştırma verilerinden hareket ile kadın öğrenciler ile erkek öğrencilerin turizm eğitimi ve sektörü hakkındaki görüşlerinin birbirine yakın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç, turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin farklı cinsiyetlerde de olsa turizm eğitimini ve sektörünü değerlendirme seviyelerini etkilemediğini ortaya çıkarmaktadır.

Cinsiyet değişkeni bulguları incelendiğinde; kadın ve erkek öğrencilerin eğitim ve sektör boyutunda değerlendirme ve görüşlerinin hemen hemen aynı düzeyde olduğu, dolayısıyla eğitimi ve sektörü değerlendirme, bu yönde görüş belirtme konusunda öğrencileri *cinsiyet* değişkeninin etkilemediği yorumuna ulaşabilmektedir.

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimi ve turizm sektörü hakkındaki değerlendirmelerinin *sınıf düzeyi* değişkenine bağlı olarak; 12.sınıfta okuyan öğrencilerin diğer sınıf düzeyindeki öğrencilere oranla turizm eğitimi hakkındaki görüşlerinin daha olumlu olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. 12.sınıfta okuyan öğrencilerin; meslek eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi seviyede olmasının gerektiğini, aynı zamanda turizm liselerinin daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiğini düşündükleri anlaşılmaktadır.

12.sınıfta okuyan öğrencilerin turizm sektörü hakkındaki görüşlerinin diğer sınıflarda okuyan öğrencilere göre daha olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sınıftaki öğrenciler turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik değerlendirmelerinin daha olumlu olduğu gözlemlenmiş, sektörün; bulunduğu çevreye sosyal ve ekonomik açıdan farklı olanaklar sağladığını, bölgenin kalkınmasında etkin ve turizm sektörünün hizmet kalitesi ve nitelikli personel açısından yeterli seviyede olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

Sınıf düzeyi değişkeni incelendiğinde; mezun olma seviyesinde olduklarından öğrencilerin hem aldıkları eğitimi hem de sektördeki deneyimlerini yorumlayabildikleri, eğitim ve sektör hakkındaki genel görüşlerinin olumlu yönde geliştiği anlaşılmaktadır.

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitimi ve turizm sektörü hakkındaki değerlendirmelerinin *bölüm türü* değişkenine bağlı olarak; Yiyecek-içecek bölümünde okuyan öğrenciler ile konaklama bölümünde okuyan öğrenciler arasında eğitime yönelik değerlendirme boyutu ortalama puanlarının farklılık gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Yiyecek-içecek bölümünde okuyan öğrencilerin, konaklama bölümünde okuyan öğrencilere oranla eğitime yönelik değerlendirme boyutu puanlarının ortalamalarının daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu farklılık yiyecek-içecek bölümü öğrencilerinin eğitime yönelik görüşlerinin, konaklama bölümü öğrencilerinin eğitime yönelik görüşlerine göre daha olumlu olduğunu göstermektedir. Yiyecek-içecek bölümü öğrencilerinin; meslek eğitim alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi seviyede olmasının gerektiğini, aynı zamanda turizm liselerinin daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiğini düşündükleri sonucuna varılabilmektedir.

Turizm sektörünü değerlendirme boyutlarının puan ortalamaları da *bölüm türü* değişkenine göre farklılık göstermiştir. Bu farklılığın yine yiyecek-içecek bölümü öğrencilerinin verdikleri cevapların puan ortalamalarının, konaklama bölümü öğrencilerinin sektör boyutu puan ortalamalarından daha yüksek olmasından meydana geldiği söylenebilir. Bu sonuç yiyecek-içecek bölümü öğrencilerinin görüşlerinin, konaklama bölümü öğrencilerinin görüşlerinden daha olumlu olduğunu göstermektedir. Yiyecek-içecek bölümü öğrencilerinin turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik değerlendirmelerinin daha olumlu olduğu gözlemlenmiş, turizm sektörünün; bulunduğu çevreye sosyal ve ekonomik yönden olumlu katkı sağladığını, bölgenin kalkınmasında olumlu etkilere sahip olduğunu, hizmet kalitesi ve nitelikli personel açısından yeterli düzeyde olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır.

Bölüm türü değişkeni incelendiğinde; yiyecek-içecek bölümünde eğitimini sürdüren öğrencilerin turizm eğitimi ve turizm sektörüne bakış açılarının olumlu seviyede olduğunun gözlemlendiği, sektöre daha ilgili oldukları, bölümlerini benimsedikleri ve dolayısıyla eğitim ve sektör arasında olumlu bir bağ kurabildikleri düşünülmektedir.

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puan ortalamalarının *yaş* değişkenine bağlı olarak farklılıklar gösterdiği gözlemlenmiştir. 15,16, 17 ve 18 yaş seviyesindeki öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirme boyutu puan ortalamalarının farklı seviyelerde olduğu

tespit edilmiş, bu farkın tespiti için uygulanan ikili karşılaştırma testine göre 18 yaş seviyesindeki öğrencilerin turizm eğitimi değerlendirme boyutunda, 16 ve 17 yaş seviyesindeki öğrencilere oranla daha olumlu görüşleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan bu sonuca göre 18 yaş seviyesindeki öğrenciler, 16 ve 17 yaş seviyesindeki öğrencilere göre, turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiğini, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde daha büyük oranda görüş bildirmiş oldukları anlaşılmaktadır.

Öğrencilerin turizm sektörü boyutundaki değerlendirmelerinin puan ortalamalarında farklılık görülmüştür. 15, 16, 17 ve 18 yaş seviyesindeki öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının birbirine yakın olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç; farklı yaş seviyesindeki öğrencilerin turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik görüşlerinin benzer seviyelerde olduğunu göstermiştir.

Yaş değişkeni sonuçları incelendiğinde elde edilen bulguların *sınıf düzeyi* değişkeni sonuçlarına paralellik gösterdiği yorumuna ulaşılabilir. Bu değişken; 18 yaş ve üstü seviyesinde ki öğrencilerin daha bilinçli, görüşlerinin daha olumlu, sektörden beklentilerinin pozitif yönde geliştiği sonucuna ulaşabilmemize olanak sağlamaktadır.

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puan ortalamalarının *okul* değişkenine göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin eğitime yönelik değerlendirme boyutu puanlarının, Döşemealtı Anadolu Meslek Lisesi ve Tez Tur Anadolu Meslek Lisesi öğrencilerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu farklılığın, Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde okuyan öğrencilerin diğer iki lisede okuyan öğrencilere göre turizm eğitime yönelik değerlendirmelerinin daha olumlu olduğundan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri diğer iki lisede okuyan öğrencilere göre, turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiğini düşünürken, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde daha olumlu görüş bildirmiş oldukları tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sektöre yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının *okul* değişkenine göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin sektöre yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının, Döşemealtı Anadolu Meslek Lisesi ve Tez Tur Anadolu Meslek Lisesi öğrencilerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde okuyan öğrencilere göre, turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik boyutlarını değerlendirmelerinin daha olumlu seviyede olduğu, turizm sektörünün bulunduğu çevreye sosyal ve ekonomik yönden katkı sağladığı, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığı, turizm sektörünün hizmet kalitesinin ve nitelikli personel yeterliliğinin iyi seviyede olduğu görüşüne daha yüksek düzeyde sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Okul değişkeni sonuçları incelendiğinde; öğrencilerin sosyo-ekonomik düzeylerinin, eğitim gördükleri okulun bulunduğu çevrenin sosyo-ekonomik düzeyi ile paralellik gösterdiğinin düşünülebilmesinin yanı sıra, farklı merkezlerde bulunan üç okulun içinde Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin diğer okulların fiziki yapısına göre farklı bir özelliğe sahip olması, yani okulda aynı zamanda bir uygulama otelinin bulunması, öğrencilerin teorikle pratiği aynı anda gerçekleştirebilmesine olanak verdiğinden bu durumun öğrenciler açısından bir şans olduğu söylenebilir ve öğrencilerin sektör ile iç içe olmaları sebebiyle aldıkları eğitimi ve sektör hakkındaki görüşlerini olumlu yönde ve seviyede değerlendirebildikleri de saptanmıştır.

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerin turizm eğitimine yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının *ailede turizmle uğraşanlar* değişkenine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Turizm sektöründe babası, annesi, kardeşi ve diğer yakınları çalışan öğrencilerin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının benzer olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sektörde babası, annesi, kardeşi ve diğer yakınları çalışan öğrencilerin turizm eğitimi konusundaki görüşlerinin birbirine yakın düzeyde ve olumlu olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının *ailede turizmle uğraşanlar* değişkenine göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada turizm sektöründe babası, annesi, kardeşi ve diğer yakınları çalışan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir. Turizm sektöründe kardeşi çalışan öğrencilerin turizm

sektörü konusundaki değerlendirmelerinin, sektörde babası, annesi ve diğer yakınları çalışan öğrencilere oranla daha olumsuz seviyede olduğu görölmüştür. Turizm sektöründe babası, annesi ve diğer yakınları çalışan öğrencilerin turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmet kalitesine yönelik değerlendirmelerinin, sektörde çalışan yakınları kardeşleri olan öğrencilere göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Turizm sektöründe babası, annesi ve diğer yakınları çalışan öğrencilerinin, turizm sektörünün; bulunduğu çevreye sosyal ve ekonomik yönden katkı sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını, turizm sektörünün hizmet kalitesinin ve nitelikli personel yeterliliğinin iyi seviyede olduğu görüşüne daha yüksek düzeyde sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Ailede turizmle uğraşanlar değişkeni incelendiğinde; anne, baba, kardeş ve diğer yakınların sektörde çalışıp çalışmamalarının eğitim boyutuna pek etki etmediği söylenebilir. Fakat turizm sektörü boyutunda bunun farklı olduğu görölmüştür. Kardeşleri turizm sektöründe çalışan öğrencilerin sektör hakkında olumlu seviyede değerlendirme yaptıkları ve olumlu görüş bildirdikleri söylenebilir. Bu durum öğrencilerin eğitim ve sektör hakkında en yakınında ki kişiler ile yani kardeşleri ile olumlu yönde etkileşime girdikleri yorumuna ulaşılabilinmektedir.

Turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının *çocukluk yıllarının geçirildiği yer* değişkenine göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada il, ilçe ve köy bölgelerinde çocukluk yıllarını geçiren öğrencilerin eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir. Farklılığının nedeninin; çocukluk yıllarını ilde geçiren öğrencilerin turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerinin, çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren katılımcılara göre daha olumlu ve yüksek düzeyde olmasından kaynaklandığı görölmüştür. Çocukluk yıllarını illerde geçiren öğrencilerin, çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren öğrencilere göre; turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi olması gerektiğini, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde daha olumlu görüş bildirmiş oldukları tespit edilmiştir.

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının *çocukluk yıllarının geçirildiği yer* değişkenine göre farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada il, ilçe ve köy bölgelerinde çocukluk yıllarını geçiren

öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir. İllerde çocukluk yıllarını geçiren öğrencilerin turizm sektörü konusundaki değerlendirmelerin, çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren öğrencilere göre daha olumlu düzeyde olduğu görülmüştür. Çocukluk yıllarını illerde geçiren öğrencilerin, çocukluk yıllarını ilçelerde geçiren öğrencilere göre turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik değerlendirmelerin daha olumlu olduğunu, turizm sektörünün bulunduğu çevreye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden katkılar sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet kalitesi ve nitelikli personel yeterliliğinin daha iyi düzeyde olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır.

Çocukluk yıllarının geçirildiği yer değişkeni incelendiğinde; ilde büyüyen öğrencilerin hem eğitim boyutunda hemde sektör boyutundaki değerlemeleri'nin ve görüşleri'nin, ilçe'de ve kırsal'da büyüyen öğrencilere göre daha olumlu ve yüksek seviyede olduğu görülmektedir. Ayrıca il'de büyümenin sağladığı olumlu yorum ve görüşlerin, turizm eğitimi'nin ve turizm sektörü'nün; ulaşım, haberleşme, altyapı, uygulanabilirlik, sosyal imkanlar vb. gibi birçok faktöre ihtiyaç duymasını bu durumla ilişkilendirebilmemize olanak sağlamaktadır.

Öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının *ailelerinin aylık kazancı* değişkenine göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada aileleri farklı düzeylerde gelirlere sahip olan öğrencilerin turizm eğitime yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Farklılığının nedeninin; ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan öğrencilerin turizm eğitimi konusundaki değerlendirmelerin, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerinde aylık geliri olan öğrencilere göre daha olumlu olmasından kaynaklandığı görülmüştür. Ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan öğrencilerin, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerinde aylık geliri olan öğrencilere göre, turizm eğitimi alan öğrencilerin kişisel ve mesleki özelliklerinin daha iyi seviyede olması gerektiğini düşünürken, turizm liselerinin de eğitim konusunda daha koordineli ve etkin bir eğitim vermesi gerektiği yönünde, yüksek düzeyde görüş bildirmiş oldukları tespit edilmiştir.

Öğrencilerin turizm sektörüne yönelik değerlendirmeler boyutu ortalama puanlarının ailelerinin aylık gelir durumuna göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada aileleri farklı düzeylerde gelirlere sahip olan öğrencilerin turizm sektörüne

yönelik değerlendirmeler boyutu puanlarının farklı olduğu tespit edilmiştir. Ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan öğrencilerin turizm sektörü konusundaki değerlendirmelerin, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerinde aylık geliri olan öğrencilere göre daha olumlu düzeyde olduğu görülmüştür. Ailesi 0-1500 TL aylık gelire sahip olan öğrencilerin, ailesi 2001-2500 TL ve 2501 TL üzerinde aylık geliri olan katılımcılara göre turizm sektörünün sosyo-ekonomik, kültürel-çevresel ve hizmete yönelik değerlendirmelerin daha olumlu olduğunu, turizm sektörünün bulunduğu bölgeye daha yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik yönden fayda sağladığını, bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığını ve turizm sektörünün hizmet kalitesi ve nitelikli personel yeterliliğinin daha iyi olduğunu düşündükleri bilinmektedir.

Ailenin aylık kazancı değişkeni incelendiğinde; ailesinin aylık kazancı diğer ailelere göre daha düşük olan öğrencilerin hem eğitim hemde sektör boyutlarındaki puanlama ve ortalamalara sahip oldukları ve diğer öğrencilere göre daha olumlu ve yüksek düzeyde değerlendirme yaptıkları, görüş bildirdikleri görülmektedir. Bu durum bizi, gelir seviyesi düşük ailelere mensup öğrencilerin turizm sektöründen beklentilerinin maddi anlamda yüksek olduğu yorumuna ulaştırabilinmektedir.

Meslek eğitimi alan turizm öğrencilerin ‘turizm eğitimi ve turizm sektörü hakkındaki değerlendirmelerini’ *Ölçmeye ve Değerlendirmeye Yönelik Anket Maddeleri*’ ‘ne verdikleri cevapların aritmetik ortalamalarından öğrencilerin *en yüksek* puan verdikleri maddelerin genel olarak içeriği incelendiğinde, bu maddelerin öğrencinin kendisini geliştirmesi veya yetiştirmesi ile ilgili maddeler olduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla öğrencilerin değerlendirmeleri ile ilgili olarak yapmaları gerekenlerin bilişsel ve davranışsal boyutta farkında oldukları saptanmıştır.

ÖNERİLER

Avrupa Birliği ülkelerinde genel olarak Anadolu Meslek Liselerini erkek öğrenciler tercih etmektedir. Bu nedenle Avrupa’nın birçok ülkesinde Meslek Lisesini tercih eden kadın öğrencilere ek puanlar veya çeşitli avantajlar sağlanmaktadır (Eurydice, 2015a-2015c-2016a-2017a-2017c). Bu durum ülkemizde de göz önünde bulundurulmalı ve kadın öğrenciler de mesleki eğitime yönlendirilmelidir.

Araştırmada erkek öğrenciler ile kadın öğrencilerin turizm eğitimi ve turizm sektörü ile ilgili olarak değerlendirme seviyeleri birbirine denk çıkmıştır. Ancak

öğrencilerin turizm eğitimi ve sektörünü değerlendirme seviyelerine bakıldığında; anket maddelerine verdikleri yanıtların olumlu yönde ortaya çıkmasına rağmen ortalamaları farklılık göstermektedir. Bu nedenle öğrencilerin turizm eğitimi ve sektörü hakkındaki değerlendirme yetilerini yükseltebilmek, görüş bildirme özelliklerini zenginleştirilebilmek için öğrenciler kongre, konferans, seminer gibi etkinliklere yönlendirilerek, turizm eğitimi ve sektörü hakkında daha sağlıklı, bilimsel, eğitici, ilgi çekici, teşvik edici tedbirler uygulanmalıdır.

Araştırmada bölüm türleri incelendiğinde, yiyecek-içecek ve konaklama bölümlerinin yoğun olarak tercih edildiği görülmektedir. Oysa ki; turizm sektörü içinde çalışılabilecek, meslek edinilebilecek o kadar çeşitli ve farklı bölüm ve meslek pozisyonu vardır ki, bunların sadece yiyecek-içecek ve konaklama bölümleriyle sınırlı olmadığı, hatta bu bölümlerden daha çok ekonomik kazanç elde edilebilecekleri, öğrencilerin kendi ilgi ve alakalarına uyabilecek diğer bölümlerin de olduğu ısrarla ve ve sağlıklı yöntemlerle öğrencilere anlatılmalıdır. Her bir bölümün bütünün bir parçası olduğu vurgulanmalı ve bölümlere gereken değerin yüklenmesi önem arz etmektedir.

18 yaştaki ve son sınıf düzeyindeki öğrencilerin eğitim ve sektörle ilgili bilinçlerinin yüksek olduğunu, boyutlar çerçevesinde analiz sonuçları ortaya çıkarmıştır. Bu bilinç seviyelerinin son sınıf öğrencilerinin yanı sıra başlangıç seviyesindeki ve ara sınıflardaki öğrencilere de kazandırılması çok önemlidir. Bu bilinçlendirme girişimleri sadece okulda verilen eğitim ile yeterli seviyeye ulaşmalarını olanaklı kılmaz. Ailelerin, sosyal çevrenin, toplumsal çevrenin, sektör çalışanlarının, devletin, firmaların, vb. diğer faktörlerin de turizm eğitime ve sektörüne ilgi ve alakalarının teşvik edilmesi gerekir.

Gelir seviyesi düşük ailelere mensup öğrencilerin sektörden beklentilerinin maddi anlamda yüksek olduğu düşüncesine, araştırmada kullanılan *ailenin aylık kazancı* değişkeninin analizi yardımıyla varabildiğimiz için; öğrencilerin, sosyal imkanları çok olan okullarda eğitim alabilmesi sağlanmalı, eğitim giderleri gerek devlet gerekse de sektör tarafından imkan olduğunca karşılanmaya çalışılmalı, böylece turizm sektörü daha cazip hale getirilerek toplumun her kesiminden kişilerin ilgisi çekilmeye çalışılmalıdır.

Yapılan bu araştırmada elde edilen sonuçlardan biri de ailelerde turizmle uğraşanların oranının düşüklüğüdür. Bu nedenle gerek lise mezunlarına gerekse de turizm ile ilgilenmek isteyen yetişkinlere yaşam boyu öğrenme kriterleri de göz önüne

alınarak, çeşitli eğitimler verilmeli, sektör daha cazip hale getirilmeye çalışılmalı, bu alanda istihdam edilebilecek eğitimli birey sayısı arttırılmaya çalışılmalıdır.

Turizm eğitimi çok elemanlı bir eğitim dalıdır. Turizm sektörünün; ülke ekonomisine döviz girdisi sağlaması, iç pazarda diğer sektörlerle olan yoğun ilişkisi, istihdam yaratmada büyük role sahip olması, ülkenin küresel ekonomi sahnesinde rekabet gücünü arttırabilecek potansiyele sahip olması gibi bir çok özelliğinden dolayı sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli, bilinçli ve istekli insan gücüne turizm eğitimi ile ulaşılabilir. Turizm eğitiminin geniş yelpazeli bir eğitim dalı olması; emek yoğun bir sektöre nitelikli personel kazandırma sorumluluğu, ekonomiye yön verebilme potansiyeline sahip olma, diğer sektörlerin içinde bulunduğu durumlardan, politik kararlardan, uluslararası gelişmelerin her türlü sonucundan etkilenme gibi birçok hassas konuya temasını kaçınılmaz kılmaktadır.

Bu yüzden hem turizm eğitimi hem de turizm sektörü faktörleri ülkenin genelini ilgilendirebilecek, olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilecek yapıda olmasından dolayı ülkemizin geleceği olan gençlerin arasında sektöre ilgili olan bireylerin teşvik edilmesi, en yararlı eğitim sistemi uygulanarak, uluslararası seviyelere ulaşabilecek nitelikli turizm personelleri yetiştirmek önemli amaçlarımızdan biri olmalıdır.

KAYNAKLAR

- Airey, D., (2006). United Kindom. In: D. Airey and J. Tribe (eds.) An International Handbook of Tourism Education. Oxford: Elsevier, 271-282.
- Akat, C., (1997). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*, Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akçay, C., (2001). Türk Milli Eğitim Sisteminin Amaç Boyutundaki Sorunları, *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5.
- Akdemir, B., (2006). 6-12 Yaş Arası Zihinsel Engelli Çocukların Görsel Algı Becerilerinin Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Akdeve, E., ve Karagöl, E. T., (2013). Geçmişten günümüze Türkiye'de teşvikler ve ülke uygulamaları, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 329-350.
- Akoğlu, M., ve Kozak, N., (1995). Meslek Yüksekokulu Bünyesindeki Turizm Bölümlerinde Uygulanan Müfredat Programları Üzerine Bir Durum Değerlendirmesi, *Turizmde Seçme Makaleler Dergisi*, 23, 1-27.
- Akoğlu, M., ve Kozak, M., (2012). Akademik Turizm Eğitimi Üzerine Bir Durum Analizi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(22), 1-20.
- Alkan, A., Çarkoğlu, A., Filiztekin, A., ve İnceoğlu, F., (2008). *Türkiye Ortaöğretim Sektöründe Katma Değer Oluşumu: Üniversiteye Giriş Yarışı*, TÜBİTAK, Proje No. SOBAG-104K092.
- Altman, J., (1989). Tourism dilemmas for aboriginal Australians, *Annals of Tourism Research*, 16(4), 456-476.
- Andaç, F., (2006). Turizm hukuku. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Apak, S., (1984). *Sinir ve Kas Sistemi Hastalıkları Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları*, İstanbul: İstanbul Tıp Fakültesi Vakfı Bayda Yayınları.
- Arcodia, C., ve Robb, A., (2000). A Future For Event Management: A taxonomy Of Event Management Terms. *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*, 154-160.
- Ardahan, F., (2016). *Her Yönüyle Rekreasyon*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arı, A., (2006). *İsviçre (Basel) Okul Sistemi, Okul Sistemleriyle İlgili Farklı Bir Model*, Ankara: PegemA Yayınları.
- Assael, H., (1993). Marketing, Sec.Ed., The Dryden Press, Orlando, 1993, p.368.
- Ataer, M. U., Erdemli, S., ve Varışlı, A., (2003). Turizm sektörüne sağlanan devlet yardımları, *Hazine Dergisi*, 16, 21-31.

- Ataklı, A., (1992). *Eğitim ve Mesleki Başarı*, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi (MPM) Yayını.
- Avcıkurt, C., (2015). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydınlı, S., (1992). *Mimarlıkta Görsel Analiz*, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi.
- Aypay, A., (2008). Methodological Competencies of Educational Researchers in Turkey, *International Social Sciences Education Symposium*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 13-15 Mayıs, Çanakkale, Türkiye.
- Bagnall, N. F., (2000). The Balance Between Vocational Secondary and General Secondary Schooling in France and Australia. *Comparative Education*, 36(4), 459-475.
- Bahar, O. ve Kozak, M., (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslar Arası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Bozkurt, K., (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 255-265.
- Barış, E. T., (2013). Türkiye'nin AB Üyeliği Sürecinde Hayat Boyu Öğrenmede Yetişkin Eğitimcisi Yeterlikleri, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 38(38), 149-166.
- Başaran, İ. E., (1989). *Eğitime Giriş*, Ankara: Sevinç Yayın Evi.
- Başaran, İ. E., (2000). *Eğitim Yönetimi Nitelikli Okul*, Ankara: Feryal Matbaası.
- Batman, O., (2015). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bayer, E., (1998). Türkiye Meslek Yüksekokulları Turizm Eğitimi Kalitesinin Geliştirilmesinde Sanal Yöntemlerin Rolü, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3, 145-156.
- Baytekin, E. P., (2006). Bir Halkla İlişkiler Görevi Olarak Örgütsel Verimliliğin Artırılmasında Bilgi Yönetimi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Berkley, B. J., ve Gupta, A., (1994). Improving Service Quality With Information Technology, *International Journal of Information Management*, 14, 109–21.
- Bishop, J. H., (1989). Making Vocational Education More Effective for At-Risk Youth, *Articles & Chapters*, 15, 95-119.
- Bishop, J. H., (1995). Vocational Education and At-risk Youth in the United States, *CAHRS Working Paper Series*, 209, 1-17.

- Blois, K., (2000). The Oxford Text Book of Marketing, Oxford University Press. 2000, s.505
- Brown, T., (2008). Factor Structure of the Test Visual Perception Skills-Revised (TVPS-R), *Hong Kong Journal of Occupational Theraphy*, 18(1), 1-11.
- Bulgan, G., ve Aktel, M., (2017). Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Kriz Yönetimine Yönelik Bir Araştırma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 18(2), 205-232.
- Bull, A., (1995). *The Economics of Travel and Tourism*, Melbourne: Longman.
- Bursalıoğlu, Z., (2002). *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Büyükkaragöz, S., ve Çivi, C., (1999). *Genel Öğretim Metodları*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Catterall, J. S., (1984). Assessing the Economic Outcomes of Vocational Education, *Studies in Educational Evaluation*, 10(1), 17-26.
- Can, F., Ergun, N., Yılmaz, Y., Bayrak, C., Konukman, F., Agbuga, B., ve Zorba, E., (2005). Effects of a 10-Week Swimming Program on the Respiratory Functions of Children With Mental Retardation, *Research Quarterly For Exercise and Sport*, 76(1), 27-28.
- Can, H., ve Güner, S., (2000). *Turizm Hukuku*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cho, V., (2003). A Comparison of Three Different Approaches to Tourist Arrival Forecasting, *Tourism Management*, 24(3), 323-330.
- Civelek, A., (2010). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 13(1), 331-350.
- Colley, H., James, D., Diment, K. ve Tedder, M., (2003). Learning As Becoming in Vocational Education and Training: Class, Gender and the Role of Vocational Habitus, *Journal of Vocational Education and Training*, 55(4), 471-498.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S., (1993). *Tourism Principles and Practices*, London: Pitman.
- Cronin, J. J., ve Taylor, S. A., (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, 6, 55-68.
- Cruz, Z. L., (2006). *Principles of Tourism: Part I*, Manila (Philippines): Rex Book Store
- Çalık, T., (2003). Eğitimde Değişimin Yönetimi: Kavramsal Bir Çözümleme, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 9(4), 536-557.
- Çeken, H., (2014). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çelikkaya, H., (1997). *Eğitime Giriş, Pedagojik Formasyon Amaçlı*, İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.

- Çevik, R., (2012). Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Beceri Eğitimine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çımat, A., ve Bahar, O., (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 1-18.
- Çoban, A. E., (2007). Mesleki Olgunluk ve Mesleki Kararsızlığın Akılcı Olmayan İnançlarla İlişkisi, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 27(3), 31-42.
- Çolakoğlu, O. E., ve Çolakoğlu, Ü., (2007). *Seyahat Acentaları Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dağdeviren, A., (2007). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açından Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Darling, C. A., (1987). *Family Life Education. In Handbook of Marriage and the Family*, Springer: Boston, MA.
- Demir, M., (2017). *Genel Turizm Kavramlar ve Farklı Boyutları ile Değerlendirme*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demirel, Ö., (2005). *Eğitimde Program Geliştirme*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Demirkol, Ş., (2002). Turizm Alanındaki Lisansüstü Programların Analizi ve Sektörel Uyumlaştırma Yönelik Görüşler, *Turizm Eğitimi Konferansı ve Workshop*, 11-13 Aralık, Ankara.
- Dewey, J., (1903). *Democracy and Education*, Courier Corporation: New York.
- Doğan, H., (1983). *Mesleki ve teknik eğitimin ilkeleri ve gelişmesi*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- Doğdubay, M., ve Yıldırım, Ö., (2005). Termal Turizm Tesislerinde Müşteri ilişkileri Yönetimi Uygulamaları (Balıkesir Yöresinde Bir Uygulama), Balıkesir Sempozyumu Tebliğler Kitabı, 399-408.
- Dursun, Y., ve Çerçi, M., (2004). Algılanan Sağlık Hizmeti Kalitesi, Algılanan Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyet İlişkileri Üzerine Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23, 1-16.
- Dwyer, L., ve Kim, C., (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Eralp, Z., (1983). *Genel Turizm*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu.

- Eröz, S. S., (2014). Turizm Arzı, Turizm Ekonomisi içinde (Ed. Ferah Özkök), İstanbul: Ceren Yayıncılık, ss: 23-48
- Ertek, T., (2009). Mikroekonomiye Giriş, Genişletilmiş 4. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık
- Eurydice, (2017a). Germany:Organisation of Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php?title=Special:Pdfprint&page=Germany:Organisation_of_Vocational_Upper_Secondary_Education.
- Eurydice, (2017b). Germany:Teaching and Learning in Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/Germany:Teaching_and_Learning_in_Vocational_Upper_Secondary_Education.
- Eurydice, (2017c). Italy: Organisation of Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/Italy:Organisation_of_Vocational_Upper_Secondary_Education.
- Eurydice, (2017d). Italy: Teaching and Learning in Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/Italy:Teaching_and_Learning_in_Vocational_Upper_Secondary_Education.
- Eurydice, (2016). Swiss: Organisation of Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/Switzerland:Organisation_of_Vocational_Upper_Secondary_Education.
- Eurydice, (2015a). United Kingdom:Organisation of Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/United-Kingdom-England:Organisation_of_Vocational_Upper_Secondary_Education.
- Eurydice, (2015b). United Kingdom:Teaching and Learning in Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/United-Kingdom-England:Teaching_and_Learning_in_Vocational_Upper_Secondary_Education#Apprenticeships.
- Eurydice, (2015c). France: Organisation of Vocational Upper Secondary Education, Erişim Tarihi: 14. 12. 2017, https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/France:Organisation_of_Vocational_Upper_Secondary_Education#Organisation_of_the_School_year.

- Fidan, N., (1986). *Okulda Öğrenme ve Öğretme*, Ankara: Gül Yayınevi.
- Freyer, W. M. H., ve Astrid, P., (2006). Germany. In: D. Airey and J. Tribe (eds.) *An International Handbook of Tourism Education*. Oxford: Elsevier, 173-190.
- Friedlan, G. D., (1965). Mr Friedlanders Second Reply, *IEEE SPECTRUM*, 2(4), 29.
- Gharamaleki, M. R. E., (2011). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Eğitimi Veren Kurumları Değerlendirmeleri; İran Türkiye Karşılaştırması, Yayınlanmış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Gökdeniz, A., Kurgun, O. A., Yaylı, A., Selvi, M., ve Yıldırım, H., (2008). *Turizm hukuku ve mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gökmen, S., ve Kartaloğlu, E., (2012). *Yeni teşvik sistemi*. İstanbul: İSMMMÖ Yayıncılık.
- Gronroos, C., (1997). Value Driven Relational Marketing: From Products to Resources and Competencies, *Journal of Marketing Management*, 13(5), 407-419.
- Gümüş, E., (2013). Son Değişiklikler Çerçevesinde Yeni Teşvik Sistemi, *Mali Çözüm Dergisi*, 115, 89-132.
- Güneren, E., (2015). Nitelikli Otellerin Belgelendirilmesinde Davranışsal Kalite Sorunları: Karşılaştırmalı Bir Mevzuat İncelemesi, *Turizm-Sağlık ve Hukuk Sempozyumu*, 3-5 Nisan, Nevşehir.
- Günay, D., ve Arıdur, A., (1999). Bilim ve Teknolojiye Yöneliş, Teknoloji Kalite ve Üretim Sistemleri Kongre Kitabı, 29 Mayıs, 22-34, Sapanca, Adapazarı.
- Güneş, N., (2014). Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Gürdal, M. (2002). Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin Yapısal Analizi, Okullaşma-Eğitimin Kalitesi-Staj-İstihdam Sorunları ve Çözüm Önerileri, *Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Konferansı*, 11-13 Aralık, Ankara.
- Hacıoğlu, N., (1989). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Hançerlioğlu, O., (2000). *Felsefe Ansiklopedisi: Kavramlar ve Akımlar*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hazar, A., (2014). *Rekreasyon ve Animasyon*, (Genişletilmiş 4. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hesapçıoğlu, M., ve DüNDAR, S., (2008). Alternatif Okulların Felsefi Temelleri ile İlgili Sınıflandırma Çalışması, *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 28(28), 43-56.

- Heung, V. C. S., ve Ngai, E. W. T., (2008). The Mediating Effects of Perceived Value and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the Chinese Restaurant Setting, *Journal of Quality Assurance In Hospitality*, 9(2), 85-107.
- Hilgard, E. R., Atkinson, R. C., ve Atkinson, R. L., (1975). *Introduction to Psychology*, Oxford: Oxford and IBH Publishing.
- Holloway, J. C., (1986). *The Business of Tourism*, London: Pitman Publishing.
- Holloway, J. C., ve Taylor, N., (2006). *The Business of Tourism*, New York: Pearson Education.
- Hozak, K., (2013). Comparison of Different Types of Variability When Using Lot Splitting in A Dynamic Open Job Shop, *International Journal of Advanced Operations Management*, 5(3), 199-220.
- Hudson, D., (2006). North America In: D. Airey and J. Tribe (eds.) An International Handbook of Tourism Education. Oxford: Elsevier, 271-282.
- Inkson, C., ve Minnaert, L., (2012). *Tourism Management an Introduction*, London: SAGE Publication.
- İçöz, O., ve Kozak, M., (1998). *Turizm Ekonomisi*, 1. Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O., (2005). *Hizmet Pazarlaması*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İpçioğlu, İ., (2004). İşletmelerde Liderlik ve Bilgi Yönetimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25-26 Kasım, Eskişehir.
- Jago, L. K., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., ve Ali, S., (2002). The Role of Events in Helping to Brand A Destination, *Australian Centre for Event Management*, 8, 111-143.
- Kandır, S. Y., Önal, Y. B., ve Karadeniz, E., (2007). Turizm yatırım projelerinin yönetimi, değerlendirilmesi ve finansmanı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karaküçük, S., (2005). *Rekreasyon*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karasar, N., (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kazu, G. Y., (1996). Endüstriyel Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Kurumlarındaki İşletmelerdeki Meslek Eğitimi Uygulamalarının Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Kesici, M., (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2), 33-37.
- Kivela, J., ve Crotts, J. C., (2005). Gastronomy Tourism: A meaningful Travel Market Segment, *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.

- Kizilirmak, A., (2000). Meslek Yüksekokulları Turizm ve Otelcilik Programlarının Turizm Sektörünün Beklentileri Doğrultusunda Değerlendirilmesi, *Milli Eğitim Dergisi*, 147, 54-60.
- Koh, K., (1994). Tourism Education for the 1990s, *Annals of Tourism Research*, 21(3), 853–854.
- Kotler, P., (2003). Kotler ve Pazarlama, Çev. Aye ÖZYAĞCILAR, Sistem Yayıncılık, 3.Baskı, Yayın No:258, İstanbul, 2003.
- Kozak, M. A., (2012). *Genel Turizm Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kozak, N., Akoğlu, K., ve Kozak, M., (2001), *Genel Turizm*, 5. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., (2008). *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, G., (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri, 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 17-18 Nisan, Antalya.
- Küçükkahraman, B., (2013). TMS 20 standardına göre devlet teşviklerin muhasebeleştirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2016). Turizm Gelir, Gider ve Ortalama Harcama 2014-2016 Yılları Raporu, Erişim Tarihi: 15.11.2017. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,72942/turizm-gelir-gider-ve-ortalama-harcama.html>
- Lang, J., (1987). *Creating Architectural Theory*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Latin, G. W., (1998). Introduction to the Hospitality Industry, Michigan: American and Motel Association (AH&MA).
- Leech, N. L., ve Onwuegbuzie, A. J., (2007). A Typology of Mixed Methods Research Designs, *Qual Quant*, 43, 265-275.
- Lepp, A., ve Gibson, H., (2003). Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism, *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606- 624.
- Lin, C. H., Peter, J. S., ve Hsin-Yu, S., (2005). Past Progress and Future Directions in Conceptualizing Customer Perceived Value, *International Journal of Service Industry Management*, 16(4), 317-320.
- Lubbe, B., (2003). *Tourism Management in Southern Africa*, Cape Town: Pearson
- Malley, L. ve Prothero, A., (2004). ‘ Beyond the Frills of Relationship Marketing’, *Journal of Business Research*, 57(11): 1286-1294
- Mankiw, N.G., (2012). *Principles of Microeconomics*, Sixth Edition, Canada: South-Western Cengage Learning

- Marcouiller, D.W., ve Prey, J., (2005). The Tourism Supply Linkage:Recreational Sites and their Related Natural Amenities, *The Journal of Regional Analysis & Policy*, 35(1): 23-32
- M.E.B., (1994). Mesleki ve Teknik Eğitimin İncelenmesi, Meslekî ve Teknik Eğitim Raporu, Ankara: Meslekî Araştırma Merkezi.
- M.E.B., (2013). Milli Eğitim İstatistikleri, Erişim Tarihi: 15.08.2017. URL:<http://sgb.meb.gov.tr/www/resmi-istatistikler/icerik/64>
- Medlik, S., (1988). *Tourism and Productivity*, Oxford: Tourism and productivity.
- Metargem, (1997). *Endüstri Meslek Lisesi Mezunlarını İzleme Araştırması*, Ankara: Millî Eğitim Basım Evi.
- Monroe, K. B., (1990). *Pricing, Making Profitable Decisions*, London: McGraw Hill.
- Morgan, C. T., (1995). *Psikolojiye Giriş*, (Çev.: H. ARICI), Ankara: Meteksan.
- Munar, A. M., (2007). Is the Bologna Process Globalizing Tourism Education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6(2), 68-82.
- Oh, H., (1997). Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Value: A Holistic Perspectiv, *Hospitality Management*, 18, 67-82.
- Oktayer, N., Susam, N., ve Çak, M., (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*, İstanbul: Elma Basım.
- Olalı, H., (1983). External Economies Provided By Tourism: Social Cost And Social Benefit Af Tourism, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(3), 5-17.
- Olalı, H., ve Timur, A., (1988). *Turizm Ekonomisi*, İzmir: Ofis Ticaret Matbaa.
- Olalı, H., ve Korzay, M., (1989). *Otel İşletmeciliği*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını.
- Olalı, H., (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*, Ankara: İşletme Fakültesi Yayınları.
- Orhan, A., (2015). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü ile İlgili Algılarının Çalışma Niyetleri Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir..
- Öksüz, N., (2010). İşkur Tarafından Düzenlenen Mesleki Eğitim Kurslarının Kadınların İstihdam Edilebilirliğine Katkısı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Öncüer, M. E., (2006). Avrupa Birliği Eğitim Politikasında Mesleki Turizm Eğitimi Yaklaşımı ve Türk Turizm Eğitimine Uygulanabilirliği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Özcan, M., (2013). Okulda Üniversite, Türkiye’de Öğretmen Eğitimini Yeniden Yapılandırmak İçin Bir Model Önerisi, İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- Özgül, N., (1995). İşletmelerde Staj Yapan Meslek Lisesi Öğrencilerine Staj Yaptıkları Kurumların Mesleki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özkartal, Z., (2016a). Sınıf Öğretmenlerinin İlköğretimde Sanat Eğitiminin Gerekliliğine İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi, *XV. Uluslararası Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu*, 11-14 Mayıs, Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Özkartal, Z., (2016b). Sınıf Öğretmenlerinin İlköğretimde Verilen Sanat Eğitime Yönelik Analitik Bir Çalışma, *XV. Uluslararası Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu*, 11-14 Mayıs, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Palmer, A., (1997). "Defining Relationship Marketing: An International Perspective", *Management Decision*, 35 (4), 1997, pp.319-321.
- Papatya, N., Papatya, G., ve Güzel, F. Ö., (2013). Deneyimsel Değer Yaklaşımında Kritik Değer Sürücüleri: Muğla Bölgesinde Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 87-105.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Perloff, J.M., (2008). *Microeconomics Theory & Applications with Calculus*, Boston: Pearson Education
- Peters, M., ve Pikkemaat, B., (2006). Innovation in Tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6(3-4), 1-6.
- Ritchie, J. B., ve Crouch, G. I., (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, Wallingford: Cabi Publishing.
- Rızaoğlu, B., (2004). *Turizmin Sosyo-kültürel Temelleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Rodoplu, D., (2008). Bilgi Yönetim Projeleri Uygulamalarındaki Teknolojik Değişimlere Karşı Çalışan Direncinin Ölçümü, Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi ve Anadolu Sağlık Merkezinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Roney, S. A., (2011). *Turizm Bir Sistem Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ryan, C., (2003). *Recreational Tourism: Demand and Impacts*, (Vol. 11), New York: Channel View Publications.

- Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R. M., ve Moliner, M. A., (2006). Perceived Value of the Purchase of A Tourism Product, *Tourism Management*, 27(3), 394-409.
- Sarı, M., (2007). Demokratik Değerlerin Kazanımını Sürecinde Örtük Program: Düşük ve Yüksek “Okul Yaşam Kalitesine” Sahip İki İlköğretim Okulunda Nitel Bir Çalışma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Sarıgöz, O., ve Dönger, A., (2016). The investigation of Class Students’ Perspectives on Lifelong Learning Approach. *VIII. International Congress of Educational Research*, 5-7 May, Çanakkale/Turkey.
- Sarıgöz, O., ve Dönger, A., (2017). Formasyon Eğitimi Alan Öğretmen Adaylarının Serbest Zamanlarına Ait Tatminlerinin Değerlendirilmesi. *1. Uluslararası Eğitim Araştırmaları ve Öğretmen Eğitimi Kongresi*, 14-16 Eylül, Uşak Üniversitesi, Uşak/Türkiye.
- Sarkım, M., (2007). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sezgin, İ., (1999). 16. Milli Eğitim Şurası: Konuşmalar, Görüşler, Kararlar ve Raporlar. Milli Eğitim Basımevi Ankara.
- Sezgin, İ., (1998). *Turizm Meslek Eğitimi*, İstanbul: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları.
- Sezgin, O. M., (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sharpley, R., (2006). *Travel and Tourism*, Oxford: Sage Publications Ltd.
- Sinclair, M. T., (1997). Gendered Work in Tourism: Comparative Perspectives, *Gender, Work & Tourism*, 1-15, London: Routledge.
- Smith, S. L. J., (1988). Defining Tourism: A Supply-Side View, *Annals of Tourism Research*, 15(2): 179-190.
- Stone, G.W., (2008). *Core Macroeconomics*, New York: Worth Publishers
- Sun, H., (1998). A Game For the Education and Training of Production Operations Management, *Education Training*, 40(9), 411-416.
- Sweeney, J. C., ve Soutar, G., (2001). Consumer Perceived Value: The Development of Multiple Item Scale, *Journal of Retailing*, 77(2), 203-20.
- Tahtalıoğlu, B., (2012). Turizm Eğitimi Almakta Olan Üniversite Öğrencilerin Kariyer Planlamalarına İlişkin Görüşlerin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Tarlan, D., ve Tütüncü, Ö., (2001). Konaklama İşletmelerinde Başarım Değerlemesi ve İşdoyumu Analizi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 141-163.
- Taymaz, H., (1992). *Hizmet İçi Eğitim*, Ankara: Sevinç Matbaası.
- T.D.K., (2005). *Türkçe Sözlük*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tek, A. D., (2006). Sanayi Toplumu Sonrası Türkiye’de Mesleki Eğitim ve Kız Meslek Liseleri: Adapazarı Kız Meslek Lisesi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Tek, Ö. B., (1999). Pazarlama İlkeleri, Beta Basın Yayın, Yayın No:838, İstanbul, 1999.
- Tektaş, Ö. Ö., ve Kavak, B., (2010). Endüstriyel Ürünlerin Satın Alınması Sürecinde Tedarikçi İle Olan İlişki Kalitesinin Algılanan Değer Üzerindeki Etkisi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 51-63.
- Telman, C., (2000). *Başarıya Giden Yolda Meslek Seçimi*, İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Tezcan, B., (2003). Turizm hukuku. Ankara: Yetkin Yayıncılık.
- Toker, B., (2007). Türkiye’de turizm sektörü teşviklerinin değerlendirilmesi, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14 (2), 81-92.
- Tolukan, E., (2010). Özel Yetenekle İlgili Bölümlerde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Aktivitelere Katılımlarına Engel Olabilecek Unsurların Belirlenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Tripathi, S. N., ve Siddiqui, M. H., (2012). Tourist Preferences Study Using Conjoint Analysis, (Ed J. A. Seba), Tourism and Hospitality Issues and Developments, New York: Apple Academic Press.
- Tuna, M., (2016). *Turizm Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- TÜİK, (2017). Turizm İstatistikleri, III. Çeyrek: Temmuz - Eylül, 2017. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri>. Erişim Tarihi: 24 Kasım 2017.
- Türkyılmaz, T. A., (2008). Mesleki Eğitimin İyileştirme Sürecinde Uygulanan Modüler sistemde Öğretmen Eğitiminin Önemi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tütüncü, Ö., ve Demir, M., (2003). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Kapsamında İşgücü Devir Hızının Analizi ve Muğla Bölgesi Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 146-169.
- Uçar, M., Çeken, H., ve Ökten, Ş., (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma: (Fethiye Örneği)*, Ankara: Detay Yayınları.

- Uğurlu, A., (2005). Rekreatyonel Amaçlı Doğa Sporlarının Turizmde Kullanılması Antalya Köprülü Kanyon Rafting Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- UNWTO, (2017). World Tourism Barometer.
- Usta, Ö., (2001). *Genel Turizm*, İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Usta, Ö., (1988). *Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları.
- Ünal, A., (2002). Türkiye’de Örgün Eğitim Yapan Yüksek Öğrenim Kurumlarında, Turizm Eğitiminde Kullanılan Laboratuvarların Önemi: Başkent Üniversitesi Modeli, Turizm Eğitimi Konferansı/Workshop Kitabı, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Ünlüönen, K., ve Boylu, Y., (2005). Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 11-32.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A., ve Kılıçlar, A., (2007). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2009). Türkiye’deki Örgün Turizm Eğitimine İlişkin Rakamsal Gelişmelerin Değerlendirilmesi, 10. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A., ve Kılıçlar, A., (2014). *Turizm Ekonomisi*, 4. Baskı, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- Varış, F., (1992). *Eğitimde Program Geliştirme, Teori ve Teknikler*, Ankara: Alkım Yayıncılık.
- Velde, C., ve Cooper, T., (2000). Students’ Perspectives of Workplace Learning and Training in Vocational Education, *Education Training*, 42(2), 83-92.
- Yağcı, Ö., (2001). Türkiye’de Turizm İstihdamında Karşılaşılan Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4, 23-39.
- Yarcan, Ş., (1994). *Turizm Endustrisinin Yapısı*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Yıldız, E., (2008). Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesinin (MEGEP) Endüstri Meslek Liselerinde Uygulanması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- Yıldız, Z., (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.

- Yıldırım, A., (1997). Son Beş Yılda (1992-1996) Hizmetiçi Eğitim Dairesi Başkanlığınca Düzenlenen Eğitim Yönetimi Kurs ve Seminerlerinin Değerlendirilmesi, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 12(12), 527-548.
- Yıldırım, K., Şıklar, İ., Bakırtaş, İ., ve Doğan, B., (2011). Mikro İktisada Giriş, Ed.: K. Yıldırım, 9. Baskı, Ankara: Pelikan
- Yılmaz, M., (2007). Sınıf Öğretmeni Yetiştirmede Teknoloji Eğitimi, *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27(1), 155-167.
- Yörük, S., Dikici, A. ve Uysal, A., (2002). Bilgi Toplumu ve Türkiye’de Mesleki Eğitim, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 299-312.
- Zeithaml, A. V., (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means End Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*, 52, 2-22.
- Zengin, B., ve Demirkol, Ş., (2015). *Turizm İşletmeleri*, İstanbul: Değişim Yayınları.

EKLER

Ek. 1: Araştırmada kullanılan anket formu.

TURİZM EĞİTİMİ ALAN MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM EĞİTİMİNİ VE TURİZM SEKTÖRÜNÜ DEĞERLENDİRMELERİNİ ÖLÇME VE DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK ANKET

Bu anket formu “Turizm Eğitimi Alan Meslek Lisesi Öğrencilerinin Turizm Eğitimini ve Turizm

Sektörünü Değerlendirmeleri: Antalya İli Örneği” başlıklı yüksek lisan tez çalışması için hazırlanmış olup, ankete vereceğiniz cevaplar tamamen bilimsel amaçlı olarak değerlendirilmeye tabi tutulacaktır.

Lütfen aşağıda yer alan her maddeyi yanıtlayınız ve size en uygun gelen seçeneği işaretleyiniz.

Demografik Değişkenler

- Okulunuzun adı: (.....)
- Cinsiyet: () Bayan () Erkek
- Yaşınız:.....
- Sınıf: 9 () 10 () 11 () 12 ()
- Okuduğunuz bölüm:
() Yiyecek içecek hizmetleri () Konaklama hizmetleri () Seyahat işletmeciliği
(Mutfak, Servis) (Ön Büro, Kat Hizmetleri, (Seyahat Acenteciliği, Tur Operatörlüğü,
Otel işl. , Host ve Hosteslik) Animatörlük)
- Ailenizde turizm sektörüyle uğraşanlar () Baba () Anne () Kardeş () Diğer
- Ailenin aylık kazancı: () 0tl-1000TL () 1001TL-1500 TL () 1501TL-2000TL () 2001TL-2500TL () 2501TL ve üzeri
- Çocukluk Yıllarını Geçirdiğiniz Yer: () İl () İlçe () Kasaba- Köy

Madde Puanları

1.Kesinlikle Katılıyorum (5)

2.Katılıyorum (4)

3.Kararsızım (3)

4. Katılmıyorum (2)

5. Kesinlikle Katılmıyorum (1)

TURİZM EĞİTİMİNİ VE TURİZM SEKTÖRÜNÜ DEĞERLENDİRMELERİNİ ÖLÇMEYE VE DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK ANKET MADDELERİ	Kesinlikle Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Kararsızım (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle Katılıyorum (5)
Eğitime Yönelik Değerlendirme					
1. Turizm meslek eğitimi alan öğrencilerin davranışları ölçülü olmalıdır.					
2. Turizm meslek eğitimi alan öğrenciler kitle iletişim araçlarını etkin kullanmalıdır.					
3. Turizm meslek eğitimi alan öğrencilerin iletişim yeteneği kuvvetli olmalıdır.					
4. Turizm meslek eğitimi alan öğrenciler kriz yönetimini (her hangi bir sorun anında, duruma yaklaşım tarzı) iyi yapabilmelidir.					
5. Turizm meslek eğitimi alan öğrenciler en az bir yabancı dil konuşabilmelidir.					
6. Turizm sektörünün gelişimi turizm meslek eğitiminin kalitesiyle doğru orantılıdır.					
7. Turizm meslek liseleri ile turizm işletmeleri koordineli çalışmalıdır.					
8. Turizm meslek liselerinde alınan teorik eğitim turizm işletmelerinde gerçekleştirilen pratik uygulamalarla örtüşmektedir.					
9. Turizm meslek liselerinde verilen derslerin bir bölümü yabancı dilde olmalıdır.					
10. Turizm meslek liselerinden mezun olan öğrenciler sektörde çok rahat iş bulabilir.					
11. Türkiye’de turizm sektörü mesleki olarak tercih edilebilecek ömür boyu güven veren bir iş koludur.					
12. Turizm meslek liselerinde verilecek dersler için sektördeki yöneticilerin görüşleri dikkate alınmalıdır.					
13. Türkiye’deki turizm işletmelerinde yaptırılan stajlar öğrencilere olumlu yönde katkı sağlar.					
Sosyo-Ekonomik Duruma Yönelik Değerlendirme					
14. Turizm sektörü yöresel ürün ve zenginliklerin tanıtımına ve üretimine katkıda bulunur.					
15. Turizm sektörü bölgenin ekonomisine katkı sağlar.					
16. Turizm sektörü bölgede hayat pahalılığına neden olur.					
17. Turizm sektörü yeni istihdam olanakları sağlar.					
18. Turizm sektörü bölgede gelir adaletsizliğine neden olur.					
19. Turizm sektörü kültür çatışmasına neden olur.					
20. Turizm sektörü suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlerde artışa neden olur.					
21. Turizm sektörü toplumu çağdaşlaşmaya yöneltir.					
Kültürel ve Çevresel Duruma Yönelik Değerlendirme					
22. Turizm sektörü bölgenin çehresini (fiziksel görünüm) olumlu yönde değiştirir.					
23. Turizm sektörü doğa bilincini geliştirir.					
24. Turizm sektörü çarpık kentleşmeyi artırır.					
25. Turizm sektörü çevresel kirliliğin artmasında rol oynar.					
26. Turizm sektörü tarihi ve kültürel yapılara zarar verir.					
Hizmete Yönelik Değerlendirme					
27. Türkiye’de turizm işletmelerinin verdiği hizmet tatmin edici düzeydedir.					
28. Türkiye’de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler yeterli düzeyde denetlenmektedir.					
29. Türkiye’deki turizm işletmelerinde nitelikli personel sayısı yeterlidir.					
30. Türkiye’deki turizm işletmeleri uluslararası kabul görmüş standartlara ulaşmıştır.					

ZAMAN AYIRDIĞINIZ İÇİN TEŞEKKÜRLER

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Adı ve Soyadı : Volkan CAM
Doğum Yeri ve Yılı : SİLİFKE - 1984
Medeni Hali : BEKAR

Eğitim Durumu :

Lisans Öğrenimi : Çukurova Üniversitesi

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi :

1 İngilizce (İyi düzeyde)
2 Almanca (Orta düzeyde)