



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Derya DÖNMEZ KESGİN

KÜLTÜREL YÖNELİMLERİN ETKİSİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
MESLEKİ PRESTİJ ALGILAMALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: AMERİKA
TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2023



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Derya DÖNMEZ KESGİN

KÜLTÜREL YÖNELİMLERİN ETKİSİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
MESLEKİ PRESTİJ ALGILAMALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: AMERİKA
TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Danışman

Prof. Dr. V. Rüya EHTİYAR

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2023

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Derya DÖNMEZ KESGİN'in bu çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Mehmet Ziya FIRAT (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. V. Rüya EHTİYAR (İmza)

Üye : Doç. Dr. Ece ÖMÜRİŞ (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Serpil KOCAMAN (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Neşe KÖKTÜRK (İmza)

Tez Başlığı: Kültürel Yönelimlerin Etkisinde Üniversite Öğrencilerinin Mesleki Prestij Algılamalarının Karşılaştırmalı Analizi: Amerika Türkiye Örneği
--

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 21/07/2023

Mezuniyet Tarihi : 21/09 /2023

(İmza)

Prof. Dr. Engin KARADAĞ

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Kültürel Yönelimlerin Etkisinde Üniversite Öğrencilerinin Mesleki Prestij Algılamalarının Karşılaştırmalı Analizi: Amerika Türkiye Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Derya DÖNMEZ KESGİN



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Derya DÖNMEZ KESGİN
Öğrenci Numarası	20098610102
Anabilim Dalı	Turizm İşletmeciliği
Programı	Doktora
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. V. Rüya EHTİYAR
Doktora Tez Başlığı	Kültürel Yönelimlerin Etkisinde Üniversite Öğrencilerinin Mesleki Prestij Algılamalarının Karşılaştırmalı Analizi: Amerika Türkiye Örneği
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2165239136
Rapor Tarihi	13-Eyl-2023 09:26 ÖS (UTC+0300)
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %13 Alıntılar dahil: %14
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,	
<p>Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 81 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır.</p> <p>Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orjinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orjinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdeler sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.</p>	
Gerekçe:	
<p>Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orjinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.</p> <p style="text-align: right;">Danışman Öğretim Üyesi Prof. Dr. V. Rüya EHTİYAR</p> <p style="text-align: right;">İmza</p>	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iii
TABLOLAR LİSTESİ	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	v
ÖZET	vi
SUMMARY	vii
TEŞEKKÜR.....	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL YÖNELİMLERİN ETKİSİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ PRESTİJ ALGILAMALARINA İLİŞKİN ALANYAZIN

1.1. Mesleki Turizm Eğitimi	4
1.1.1. Türkiye’de Turizm Eğitimi.....	7
1.1.2. Amerika’da Turizm Eğitimi	9
1.2. Kültür ve Mesleki Prestij Yazınına Genel Bir Bakış	11
1.2.1. Mesleki Prestij Tanımı	14
1.2.2. Mesleki Prestijin Değişkenleri	17
1.2.3. Mesleki Prestiji Destekleyen Teoriler	17
1.2.4. Mesleki Prestij Konusunda Yapılmış Araştırmalar	19
1.3. Okul Prestiji ve Akademik Branş Memnuniyeti Yazınına Genel Bir Bakış.....	21
1.4. Akademik Branş Seçim Motivasyonu ve Meslekte Karar Kılma.....	27
1.4.1. Akademik Branş Seçim Motivasyonu	27
1.4.2. Meslekte Karar Kılma	28
1.4.3. Akademik Branş Seçim Motivasyonu ve Meslekte Karar Kılma Konusunda Yapılmış Araştırmalar	31

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL YÖNELİMLERİN ETKİSİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ PRESTİJ ALGILAMALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: AMERİKA TÜRKİYE ÖRNEĞİ

2.1. Araştırmanın Amacı.....	38
2.2. Araştırma Verilerinin Analizi	38
2.3. Ana Kütle ve Örneklem Seçimi	39
2.4. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları	39

2.4.1.	Mesleki Prestij Ölçeği	40
2.4.2.	Okul Prestij Ölçeği	41
2.4.3.	Akademik Branş Seçim Motivasyonu Ölçeği	42
2.4.4.	Akademik Branş Memnuniyeti Ölçeği	43
2.4.5.	Meslekte Karar Kılma Ölçeği	43
2.5.	Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	44
2.6.	Bulgular.....	45
2.6.1.	Örnekleme Dair Bilgiler	45
2.6.2.	Ölçeklere İlişkin İstatistiki Değerler	49
2.6.3.	Ölçeklerin Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi (Geçerlik Analizi)	51
2.6.3.1.	Dil Geçerliği	51
2.6.3.2.	Doğrulayıcı Faktör Analizi (Yapı Geçerliği)	52
2.6.3.3.	Mesleki Prestij Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	53
2.6.3.4.	Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	54
2.6.4.	Meslekte Karar Kılma Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması	56
2.6.5.	Ölçekler ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	57
2.6.6.	Teorik Yapısal Modelin Yol (Path) Analizi ile Test Edilmesi	58
2.6.7.	Ölçekler ve Alt Boyutlarının Korelasyon Analizi Sonuçları.....	63
2.6.8.	Ölçeklere Verilen Cevaplar ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıklara İlişkin Bulgular.....	67
SONUÇ		72
KAYNAKÇA.....		81
EK 1-ANKET FORMU TÜRKÇE.....		103
EK 2- ANKET FORMU İNGİLİZCE		107
ÖZGEÇMİŞ		111

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Araştırmanın Modeli	44
Şekil 2.2 Amerikan ve Türk Öğrencilerin cinsiyete göre frekans dağılımları.....	46
Şekil 2.3 Farklı Ülkelerdeki Öğrencilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	47
Şekil 2.4 Farklı Ülkelerdeki Öğrencilerin Ebeveynlerinin Üniversite Mezuniyet Durumuna Göre Dağılımı	48
Şekil 2.5 Mesleki Prestij Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizine Ait Standardize Edilmiş Hataların Histogram Grafiği.....	54
Şekil 2.6 Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizine Ait Standardize Edilmiş Hataların Histogram Grafiği	55
Şekil 2.7 Önerilen Yapısal Model	58
Şekil 2.8 Path Diyagramı.....	59
Şekil 2.9 Bölüm Seçim Motivasyonu ve Alt Boyutları Arasındaki İlişki	66
Şekil 2.10 Mesleki Prestij ve Alt Boyutları Arasındaki İlişki	66

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Akademik Branş Memnuniyeti Konusunda Yapılmış Araştırmalar.....	25
Tablo 1.2 Meslekte Kalma Kararını Etkileyen Unsurlar.....	36
Tablo 2.1 Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı	47
Tablo 2.2 Öğrencilerin Yaş ve Okul Dışındaki Zamanlarda Branşlarıyla İlgili Aktivitelere Haftada Ayırdıkları Zamanın Test Sonuçları	49
Tablo 2.3 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri.....	50
Tablo 2.4 Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Uzman Görüşlerinin Değerlendirilmesi.....	51
Tablo 2.5 Uyum İyiliği İndeksi Kabul Kriterleri.....	53
Tablo 2.6 Mesleki Prestij Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri.....	54
Tablo 2.7 Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri	55
Tablo 2.8 TURZSEKKARYAP ölçeğinin KMO ve Bartlett testi sonuçları	56
Tablo 2.9 TURZSEKKARYAP Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları	57
Tablo 2.10 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Cronbach Alfa Değerleri	58
Tablo 2.11 Path Analizi Uyum İndeksleri	59
Tablo 2.12 Yol Analizinin Standartlaştırılmış Sonuçları	60
Tablo 2.13 Karesi Alınmış Çoklu Korelasyonlar (SquaredMultipleCorrelations).....	60
Tablo 2.14 Standardize Edilmiş Doğrudan, Dolaylı ve Toplam Etkiler	62
Tablo 2.15 Tüm Ölçekler ve Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Değerleri	65
Tablo 2.16 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Milliyetine Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve t Testi Sonuçlar	67
Tablo 2.17 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Cinsiyetine Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve t Testi Sonuçlar	68
Tablo 2.18 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Eğitim Durumuna Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve ANOVA Sonuçlar.....	70
Tablo 2.19 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Anne ve Babalarının Eğitim Durumuna Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve ANOVA Sonuçlar	71

KISALTMALAR LİSTESİ

AYT	Alan Yeterlilik Testi
B.A	Bachelor of Arts
B.S	Bachelor of Science
CGLI	City and Guilds of London Institute
COTAC	Seyahat Acentesi Yeterlilik Belgesi
ABTA	İngiltere Seyahat Acentaları Birliği (Association of British Travel Agents)
CIT	Konaklama Enstitüsü, Ulaştırma Enstitüsü
HCIMA	Hotel Catering Uluslararası Yönetim Derneği
ITT	Seyahat ve Turizm Enstitüsü
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
MEB	Millî Eğitim Bakanlığı
NORC	Ulusal Fikir Araştırma Merkezi (National Opinion Research Center)
SES	Sosyo Ekonomik Statü
SPSS	Statistical Package for Social Science
TDK	Türk Dil Kurumu
TUGEV	Turizmi Geliştirme ve Eğitim Vakfı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TYT	Temel Yeterlilik Testi
WTO	World Travel Organization (Dünya Seyahat Örgütü)
YDT	Yabancı Dil Testi
YKS	Yükseköğretim Kurumları Sınavı
YÖK	Yükseköğretim Kurulu

ÖZET

Bu tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin branş seçimine etki eden motivasyon faktörlerini, akademik olarak çalıştıkları branştan memnuniyetlerini, okudukları okulun prestij algılarını ve mesleki prestij algılarını tespit etmek ve tüm bu faktörlerin meslekte kalma kararı üzerindeki etkisini ve kültürler arası farklılıkları araştırmaktır. Araştırma Türkiye ve Amerika'daki turizm öğrencilerinden seçilen örneklem ile araştırmacının geliştirdiği bir model çerçevesinde yapılmıştır.

Bu bağlamda tez çalışması çerçevesinde Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri'nde yükseköğrenim kurumlarında mesleki turizm eğitimi alan öğrencilere anket uygulanmıştır. Tez çalışması kapsamında yazın taramasında mesleki prestij, okul prestiji, akademik branş seçim motivasyonu, akademik branş memnuniyeti ve meslekte karar kılma konu başlıkları altında yazın taraması ile elde edilen anlayış ve içgörüler çerçevesinde açıklamalara yer verilmiştir.

Bu tez çalışması, nicel bir yöntem olan ilişkisel araştırma modeli ile tasarlanmıştır. Mesleki turizm eğitimi almakta olan yükseköğrenim öğrencilerinin meslekte kalma kararlarına etki eden faktörlere ilişkin bir yapısal model geliştirilmiş ve test edilmiştir. Analizler sonucu akademik branş seçim motivasyonu ile akademik branş memnuniyeti, okul prestiji ve mesleki prestij arasında pozitif bir ilişki olduğu; öğrencilerin branş seçim motivasyonu, akademik branş memnuniyeti ve okul prestiji algıları ile meslekte karar kılma arasında pozitif bir ilişki olduğu; mesleki prestij ile meslekte karar kılma arasında akademik branş seçim motivasyonu aracılığı ile pozitif bir ilişki olduğu elde edilmiştir. Araştırmada ortaya konan ampirik veriler ayrıca katılımcıların ülkelerine ve cinsiyetine göre araştırmada kullanılan faktörler ve alt boyutları açısından farklılıklar göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki prestij, akademik branş memnuniyeti, okul prestiji, branş seçim motivasyonu, meslekte karar kılma.

SUMMARY

**COMPARATIVE ANALYSIS OF OCCUPATIONAL PRESTIGE PERCEPTIONS OF
UNIVERSITY STUDENTS IN THE EFFECTS OF CULTURAL REGIONS:
AMERICA TURKIYE SAMPLE**

The main purpose of this research carried out within the scope of this dissertation is to determine the motivational factors affecting the major selection of university students, their satisfaction with the major they study, the prestige perceptions of the school they study at and their perceptions of occupational prestige, and to investigate the effect of all these factors on their decisions to decide on the profession and the differences between cultures.

In this dissertation, correlational research model, which is a quantitative method, is designed. A structural model was developed and tested on the factors effecting the decisions of higher education students who are receiving tourism education to stay in the profession. It was aimed to test the relationship levels of school prestige, academic major motivation and academic major satisfaction factors that mediate the connection between occupational prestige and occupational decision. Quantitative data gathered via questionnaire surveys from students studying in tourism programs in Turkiye and the United States were analyzed with statistical methods. The results of the research revealed that there is a positive relationship between occupational decision, academic major motivation and academic major satisfaction, school prestige and occupational prestige. As a result of the analysis, it is seen that there is a positive relationship between academic major motivation, academic major satisfaction, and college prestige, occupational prestige and occupational decision. The results also revealed that there is a positive relationship between occupational prestige and career decision through academic major choice motivation. The empirical data revealed in the research also showed differences in terms of the factors and sub-dimensions used in the research according to the native countries and gender of the participants. In the light of the research findings, it can be argued that the dissertation study made valuable contributions to the literature in the sense that it pointed out that the factors of school prestige, academic branch selection motivation and academic branch satisfaction, which mediate the connection between the perception of professional prestige and deciding on the profession, should be considered as a variable and emphasized that there are important variables in the context of tourism education.

Keywords: Occupational prestige, college prestige, academic major motivation, academic major satisfaction, occupational decision.

TEŞEKKÜR

Bir kitap ya da tez yazmanın en güzel tarafı teşekkür yazma kısmı olsa gerek, bir başarının tek başına gerçekleşmediğinin de kanıtıdır aslında bu. Kimlerin desteği olduğu tek tek aklına gelir insanın. Onlar olmasaydı bunu başaramazdım dedirtir. Öncelikle, onunla daha çok oyun oynamak yerine, oturup ders çalıştığım için çocukluğundan çaldığım küçük kızımdan özür diliyor kaybettiği yılları telafi edeceğime söz veriyorum. Her zaman yanımda olan sevgili eşime, babama, anneme, ağabey ve ablalarım, tüm aileme, arkadaşlarıma ve adını burada saymadığım tüm hocalarıma, özellikle Amerika'dan tezim için gereken veriyi toplamamı sağlayan saygıdeğer hocalarıma desteklerinden dolayı çok teşekkür ediyorum.

İçinden çıkamadığım çevirilerde imdadıma yetişen, bu süreç boyunca yanımda olup destek veren sevgili arkadaşım Arzu Fennie'ye çok teşekkür ediyorum. Gurbette beni yalnız bırakmayan, tez sürecimde hep bana inanan, az kaldı bitecek diyen ve bana ablalık yapan Feriha Tekin'e şükranlarımı sunuyorum.

Bu tez yolculuğumda çok uzaklardan yalnız olmadığımı hissettiren, enerjim düştüğünde yükselten, bıkmadan usanmadan beni dinleyen, her türlü desteği veren sevgili dostlarım Emriye Gümüş, Dr. Neşe Köktürk ve Dr. Serpil Kocaman'a çok teşekkür ediyorum.

Tanıştığımız ilk günden beri pozitif enerji aldığım, içi dışı bir olan, doğallığı ve zekasıyla insanı kendine bağlayan güzel arkadaşım, saygıdeğer hocam Doç. Dr. Ece Ömüriş'in jüri üyem olması, bu yolculukta bana öncülük etmesi beni çok mutlu ediyor. Enerjisi ve yönlendirmeleriyle desteğinden dolayı çok teşekkür ediyorum.

Jüri üyesi olarak değerli fikirlerini esirgemeyen, zorlaştırmak yerine kolaylaştıran, insani yönü ağır basan, engin istatistik bilgisinden faydalandığım saygıdeğer hocam Prof. Dr. Mehmet Ziya Fırat'a sağladığı katkılardan dolayı çok teşekkür ediyorum.

Lisans öğrenciliğim sırasında, akademik kariyer yapmam için beni yüreklendiren, doktrayı bırakmayı düşündüğüm anda beni motive edip devam etmemi ve bitirmemi sağlayan, tanıdığım ilk günden beri hanımefendiliğini, içtenliğini ve işindeki başarısını takdir ettiğim, kişiliğine hayran olduğum, danışmanlığındaki öğrencilere gıpta ile baktığım ve danışmanım olma şansı çıktığında sevinçten havalara uçtuğum saygıdeğer hocam Prof. Dr. Rüya Ehtiyar'a ne kadar teşekkür etsem azdır. Kendisini örnek alarak yolundan devam edeceğime ve bana harcadığı enerjinin boşa gitmeyeceğine söz veriyor saygılarımı ve şükranlarımı sunuyorum. Rüya hocam gibi güzel insanların, insan gibi insanların hayatımızda çoğalmasını dileklerimle.

Derya DÖNMEZ KESGİN

Antalya, 2023

GİRİŞ

İnsan hayatında mesleğin önemi büyüktür, seçilen mesleğe göre yaşam standartları şekillenmektedir. Her insan daha iyi koşullarda yaşamak ister bunun yolu da meslekten geçer. Meslek, kişinin gelir düzeyi, çalışma koşulları, topluma sağladığı fayda ile kendini önemli hissetmeye kadar birçok etkiyle farklılık yaratır. Bir mesleğin diğer mesleklere göre daha önemli algılanmasını sağlayan unsurların başında mesleğin prestiji yer alır. Prestijli meslek seçmek demek, daha kaliteli bir yaşam demektir. Kaliteli yaşam, gelir düzeyi, güç ve olanaklar, saygınlık, bilgililik, çalışma şartları (Zhou, 2005; Burgard ve Stewart, 2000a; Hodge vd., 1964a) gibi değişkenlerin kalitesiyle ortaya çıkar, bu değişkenler diğer alt değişkenleri ortaya çıkarır. Gelir düzeyi yüksek olan kişi, yüksek kalitede bir hayat sürebilir, nezih ortamlarda yemek yiyebilir, beş yıldızlı otellerde tatil yapabilir, çocuklarını en iyi okullarda okutabilir. Bu durum o andaki koşulların iyileşmesini sağladığı gibi, iyi bir okula gönderebildiği çocuklarının geleceğinin de iyileşeceği garantisinin temellerini atar (Kahneman & Deaton, 2010; Tang, 2007).

Turizm küresel düzeyde bütün ülkelerde önemli bir ekonomik sektör halini almaktadır. Dünya genelinde toplam istihdamın onda biri turizm sektörü tarafından istihdam edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü' ne göre 2022 senesinde Dünyada 900 milyondan fazla turist seyahat etmiştir (Turizm günlüğü, 2023). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan verilere göre, Ocak, Şubat ve Mart aylarından oluşan 2023 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelir, bir önceki yılın aynı dönemine göre %32,3 oranında artarak 8 milyar 690 milyon 505 bin dolar seviyesine yükselmiştir (Türsab, 2023). Sektör büyümekte ve kaliteli işgücüne ihtiyaç artmaktadır. Turizm endüstrisi, dünya genelinde istihdam açısından lider endüstrilerden biridir. 2022 yılı dünya turizm istihdam sayısı 295 milyondur, bu sayı pandemi nedeniyle düşüktür 2023 yılında bu sayının 320 milyona çıkması beklenmektedir (statista: 2023). Turizmin bu artan önemine paralel olarak turizm eğitimi veren okullar turizm sektörüne kalifiye personelin istihdamı açısından önemlidir. Bu kalifiye elemanların sektörde kalmasını sağlamak sektörün geleceği ve verilen eğitimin boşa gitmemesi açısından önem arz eder. Kaliteli personel, kaliteli hizmet sağlar. Çalışanların eğitimi, stajı, yetenekleri ve motivasyonu rekabet avantajında anahtar rol oynamaktadır (Akış Roney ve Öztin, 2007; S. Kusluvan ve Kusluvan, 2000; Richardson, 2010). Dünya üzerindeki turizm endüstrisi kalifiye elemanı çekme problemiyle karşı karşıya kalmakta hatta ihtiyaçlarını karşılamak için kalifiye olmayan elemanları almaya zorlanmaktadır. Bu gerçek (Aksu ve Köksal'ın (2005) çalışmasında kanıtlarla desteklenmiştir. Bu sebeplerden dolayı bu tez araştırmasının turizm öğrencilerine

mercek tutması, sorunları ortaya koyması ve çözüm önerileri sunması açısından önemli olduğu görülmektedir.

Bu tez çalışmasında mesleki turizm eğitimi almakta olan yükseköğrenim öğrencilerinin meslekte kalma kararlarına etki eden faktörlere ilişkin bir yapısal model geliştirilmiş ve test edilmiştir. Mesleki prestij algısı ile meslekte karar kılma arasındaki bağlantıya aracılık eden okul prestiji, akademik branş seçim motivasyonu ve akademik branş memnuniyeti faktörlerinin ilişki düzeylerinin de test edilmesi amaçlanmıştır. Pandemi sonrası dönemde artan düzeyde istihdam açığı da düşünüldüğünde sektörün uzun dönemdeki sürdürülebilirliğinde hayati öneme sahip olan turizm öğrencileri ve mezunlarının sektörde kariyerlerini sürdürmeleri için adımlar atılmalıdır (Birtch vd., 2021). Rakamların büyüklüğü, bu sektörün önemi, kaliteli işgücüne ihtiyacın artması, turizm eğitimi almış işgücünün sektörde kalmaması, meslek değiştirmesi nedenlerinden dolayı bu araştırma yapılmaya karar verilmiştir. Bu araştırmanın bu sektöre sağlayacağı katkılardan dolayı önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ilişkiyel araştırma planlanmıştır. İlişkiyel araştırmalar, iki veya daha fazla değişkenin aralarındaki ilişkiye bakan araştırmalardır. Bu tür araştırmalar değişkenlerin ilişkilerini inceleyerek aradaki ilişkiyi belirleyen ve daha başka araştırmaların önünü açan araştırmalardır (Özmen ve Karamustafaoğlu, 2019). Bu tez çalışması turizm öğrencilerinden seçilen örneklem ve geliştirilen bir model çerçevesinde yapılmıştır. Bu model beş ayrı ölçek kullanılarak geliştirilmiş ve bu beş boyutun birbirleriyle ve alt boyutlarla ilişkisine bakılmıştır. Alt boyutları saygı, onur/gurur ve genel prestij/statü olan mesleki prestij ölçeği; alt boyutlarından ilki: itibar, prestij ve iş olanakları; ikincisi: dış etkiler ve çalışma kolaylığı ve üçüncüsü: kendini gerçekleştirme ve alan çekiciliği olan branş seçim motivasyonu ölçeği; alt boyutu bulunmayan akademik branş memnuniyeti ölçeği; okul prestiji ölçeği ve meslekte karar kılma ölçeği kullanılmıştır. Bu modeldeki bağımlı değişken olan meslekte karar kılma, turizm mesleğinde kalma niyeti olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu kararı etkileyen faktörler incelenerek bu faktörlerin birbirleriyle ilişkisine bakılmıştır.

Çalışma iki farklı kültürün karşılaştırılabilmesi açısından hem Türkiye'den hem de Amerika'dan toplanan veriler yoluyla yapılmıştır. Bu verileri toplamak için oluşturulan anket formu, çalışmanın sonunda ek olarak verilmiştir. Anket formunun ilk bölümünde çeşitli demografik sorular, ikinci bölümünde ise beş ölçeğin soruları yer almaktadır. Verilerin bir kısmı Qualtrics üzerinden online, diğer kısmı anket formunun çıktı alınması yoluyla elden öğrencilere dağıtılarak kâğıt üzerinde doldurtulmuştur.

Tez iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde mesleki turizm eğitimi, Türkiye’de ve Amerika’da turizm eğitimi, kültür, mesleki prestij, okul prestiji, akademik branş memnuniyeti, akademik branş seçim motivasyonu, ve meslekte karar kılma konularıyla ilgili alan yazın taraması yer almaktadır. İkinci bölümde araştırmaya ilişkin yöntem ve bulgular yer almaktadır. Bulgularda öncelikle örnekleme dair bilgiler, ölçeklere ilişkin istatistiki değerler, ölçeklerin geçerlilik analizi (dil geçerliği, yapı geçerliği, doğrulayıcı faktör analizi), ölçeklerin Türkçe’ye uyarlanma çalışmaları, ölçekler ve alt boyutlarının güvenilirlik analizleri, teorik yapısal modelin path analizi ile test edilmesi, ölçekler ve alt boyutlarının korelasyon analizi sonuçları, ölçeklere verilen cevaplar ile demografik değişkenler arasındaki farklılıklara ilişkin bulgular yer almaktadır.

Sonuç bölümünde bulgular, alan yazın bilgileri ile yorumlanmıştır ve bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL YÖNELİMLERİN ETKİSİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ PRESTİJ ALGILAMALARINA İLİŞKİN ALANYAZIN

1.1. Mesleki Turizm Eğitimi

Mesleki turizm eğitimi, sektörün ihtiyaç duyacağı çalışanları yetiştirmek amacıyla uygulama ve verimlilik esaslarına göre bilimsel yöntemlerle yapılan eğitim şeklidir (Hacıoğlu vd., 2008, s.11). Turizm eğitimi, toplumda turizm bilincini yerleştirmek, turizm kaynaklarını koruyacak bilinci geliştirmek, turiste karşı onun ekonomik gücüne, ırkına, milliyetine, dinine, diline, toplumdaki statüsüne, ahlak ve namus düzeyine, siyasal ideolojilerine göre ayırım yapmadan eşit ve dürüst hizmet etme anlayış ve terbiyesini vermek, turizmin sağladığı uzun vadeli çıkarlar üzerine dikkati çekerek saygıya ve konukseverliğe dayalı bir davranış düzenini yerleştirmektir. Diğer bir tanıma göre turizm eğitimi, turizm olay ve ekonomisinin halka ve öğrenim gören gençliğe öğretilmesi, turizm konusunda bilgili ve kalifiye personel ve yönetici yetiştirilmesi için yapılan çalışmalardır (Pelit & Güçer, 2006).

Emek yoğun bir sektör olan turizm işletmelerinin hizmet sunma kapasitesi ve kalitesi beşerî sermaye yani insan kaynaklarının nicelik ve niteliğine bağlıdır. Turizm işletmeleri öncelikle nicel açıdan yeterli sayıda insan kaynağını istihdam edebilmelidir. Turizm işletmelerine yeterli sayıda insan kaynağını çekebilmek ve istihdam edilmiş yeterli sayıda insan kaynağını turizm işletmelerinde tutabilmek hayati bir öneme sahiptir. Yeterli sayıda istihdamın ayrılmaz bir unsuru da insan kaynağının nitel açıdan kalifiye olmasıdır. Bu anlamda turizm sektörüne yönelik kalifiye işgücü istihdamının önemli bir kaynağı yükseköğretim düzeyinde mesleki turizm eğitimi alan öğrenci ve mezunlardır (Hacıoğlu, 2008, Jolliffe & Farnsworth, 2003; B. P. Kim vd., 2010; Raj, 2008). Mesleki turizm eğitimi; turizm işletmelerinde istihdam edilmek üzere “bilgili, becerili, üretken” işgücü yetiştirmektedir (Hacıoğlu, 2008). Mesleki turizm eğitimi alan öğrenciler eğitim ve öğrenimleri esnasında veya mezuniyet sonrasında staj, yarı zamanlı veya tam zamanlı olarak istihdam edilmektedir.

Bu anlamda mesleki turizm eğitimi alan yükseköğrenim öğrencileri turizm istihdamı açısından çok önemlidir. Ancak akademik araştırmalar (Birdir, 2002; Jiang & Tribe, 2009; Kuslivan & Kuslivan, 2000; Pelit & Öztürk, 2010; Richardson & Butler, 2012) dünya genelinde mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin büyük bölümünün turizm sektöründe istihdam için niyetli olmadıklarını ve sektörde istihdam edilen öğrencilerin mezuniyetlerinden bir süre sonra sektörden ayrıldıklarını göstermektedir. Turizm eğitimi almamış birçok kişinin sektörde istihdam edildiği ve turizm eğitimi alan kişilerin çalışma şartlarının yetersizliği,

yükselme olanaklarının azlığı, iş tatminsizliğinden ve motivasyonsuzluktan dolayı turizmden farklı sektörlere geçtiği görülmektedir. Bu konuda yapılmış bir çok araştırma da bunu desteklemektedir (Altman ve Brothers, 1995; Getz, 1994; Kokko ve Guerrier, 1994; Kozak ve Kizilirmak, 2001; S. Kusluvan ve Kusluvan, 2000; Paul Barron ve Gill Maxwell, 1993; Pavesic ve Brymer, 1990).

Mesleki turizm eğitime devam eden öğrencilerin sektörde kariyerlerine devam etme niyetlerine etki eden turizm sektörünün aile yaşamına uygun bulunmaması, uzun saatler çalışılması, işin yorucu ve stresli olması, sezonluk olup yıl boyu çalışılabilecek bir iş olmaması, prestij düşüklüğü, terfi imkanlarının zorluğu, eğitimin yetersizliği, iş ve çalışma güvencesinin yetersizliği, alaylı yöneticilerin kötü davranışları, fiziksel koşulların kötülüğü gibi pek çok faktörün varlığı akademik araştırmalarda ortaya konmuştur (Aksu ve Köksal, 2005; Duman vd., 2006; Çavuş, 2015; Çeşmeci vd., 2020; Dinçer vd., 2013; Hilton, 1962; Kaya vd., 2020; Kim vd., 2010; Zaccarelli, 1985; F. İ. Dinçer vd., 2013; Jiang ve Tribe, 2009). Ayrıca meslekte devam etme kararı öğrencilerin geçirdikleri kariyer aşamalarından da etkilenmektedir. Örneğin bu araştırmada detaylı biçimde incelenen faktörlerden birisi olan mesleki prestij algısı öğrencilerin üniversite öncesi, esnası ve sonrası kariyer aşamalarındaki çeşitli faktörleri etkileyerek meslekte kalmaya ilişkin nihai kararı etkilemektedir.

Gana'da gerçekleştirilen bir çalışmada (Anthony vd., 2021) mesleki turizm eğitime ilginin arttığı ve daha çok öğrencinin tercih ettiği bununla birlikte konaklama sektöründe endüstri uygulayıcıları tarafından sürekli olarak vasıflı personel eksikliğinden şikâyet edildiği tespit edilmiştir. Söz konusu çalışmada, konaklama öğrencilerinin Gana'daki konaklama endüstrisinde kariyer seçiminde kendi işletmesini yönetmek isteyenlerin, turizmde kariyer yapmaya ilgisi olanların, bu alanda kariyer yapmaya uygun kişiliğe sahip olanların ve akran etkisinde olanların bu bölümü seçtikleri ortaya konmuştur.

Son yıllarda dünyada, turizm eğitiminin turizm endüstrisinin beklentilerine yönelik olarak düzenlenmesi ile ilgili tartışmalar oldukça yaygındır. Bu konuda yapılan çalışmalar ve uygulamalar ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. Uluslararası alanda turizmle ilgili programların hızla artması, konunun çok daha geniş coğrafyalarda tartışılmasına neden olmakta ve turizm eğitimi ile ilgili global çözümler bulunmaya çalışılmaktadır. (Richards, 2000). Birçok ülkede turizm eğitimi noktasında çeşitli sempozyumlar, kongreler ve konferanslar düzenlenmekte ve turizm eğitiminin uygulamaya dayalı kalitesinin artırılması için projeler hazırlanmaktadır.

Yeni çağın turizm eğitimi sorunları arasında öğrencilerin yeni teknolojilerle ilgisini çekmek, uluslararası yapının artması, kurumsal kısıtlamalar, kaynak baskıları, konaklama

sektörü ve konaklama işletmeciliği eğitimi arasında devam eden gerginlikler, entelektüel gelişim ve uygulama odağı, yeni kurs tasarımları, ortaklıklar yer almaktadır (Lugosi & Jameson, 2017).

Lugosi ve Jameson (2017) İngiltere’de eğitimcilerden topladıkları veriler doğrultusunda belirledikleri turizm eğitiminin karşılaştığı zorluklar aşağıda sıralanmıştır:

- Öğrenci katılımında ve öğrenmede algılanan bir düşüş vardır.
- Kendi kendine öğrenme ve bağımsız düşünebilme azalmakta ve öğrenciler hazır bilgiye alışmaktadır.
- Teknoloji ve internet erişimi, öğrencilerin etkileşimini şekillendirmektedir.
- Öğrencilerin teknoloji ile birden fazla işle aynı anda ilgilenmeleri sınıfta derinlemesine öğrenmeyi engellemektedir.
- Uluslararası pazarlamanın artan varlığı öğrenciler, öğrenci ve personel deneyimi için zorluklar sunmaya devam etmektedir.
- Enstitülerin daha etkili olabilmek için ders planlamalarında kullandıkları stratejiler genel içerik ve karışık kuşaklardan dolayı konaklama yöneticiliği eğitimi baltalamaktadır.
- Büyüyen yönetimle birlikte performans değerlendirmesinde beklentilerin yerine getirilmeye çalışılması, yoğunlaşan işler, üniversite hocaları üzerinde baskı oluşturmaktadır.
- Turizm bölümlerinin uygulamalı eğitim verebilmeleri için baskılar artmaktadır.
- İşletme fakültelerinde yer alan konaklama işletmeciliği programları bağımsızlığını kaybetmekle karşı karşıyadır.
- Yeni performans değerlendirme programları yüzünden hocaların mükemmel makale yayınlama çabaları ayrıca bir baskı oluşturmaktadır.
- Teori ve pratik arasındaki gerilimlere ilişkin tartışmalar devam etmektedir.
- Konaklama işletmeciliğinin geleceği büyük olasılıkla yeni ortaklıklar ve sağlanan yeni modellerle desteklenecektir. Yeni modeller, iş temelli öğrenmenin daha fazla kullanılmasını gerektirebilir.
- Etkinlik yönetiminin yükselişi, konaklama işletmeciliğini zayıflatabilir. Etkinlik kursları öğrencileri konaklama işletmeciliğinden uzaklaştırabilir.

Turizm endüstrisi sektörlerinin kurumsallaşmasıyla birlikte, profesyonellik üzerinde daha fazla vurgu yapılmaktadır. Birçok ülkede, birçok meslek kuruluşu kendi eğitim ve mesleki eğitim programlarını sunmaktadır. Bunlar, genellikle yerel ileri veya yüksek öğrenim kolejlğinde tam zamanlı veya yarı zamanlı kurslarla gerçekleştirilmektedir. Bunlara örnek

olarak, Eski adıyla Otel Catering Uluslararası Yönetim Derneği (HCIMA) olan Konaklama Enstitüsü, Ulaştırma Enstitüsü (CIT) ve Seyahat ve Turizm Enstitüsü (ITT) tarafından sunulan kurslar verilebilir. Seyahat acenteleri için hizmet içi eğitim, City and Guilds of London Institute (CGLI) tarafından ulusal olarak onaylanan Seyahat Acentesi Yeterlilik Belgesi (COTAC) ile ilk kez resmileştirilmiştir ve ABTA'nın Ulusal Eğitim Kurulu (günümüzde TTC eğitimi olarak biliniyor) tarafından desteklenmiştir. Seyahat (seyahat acenteleri için) ve Tur (Tur Operatörleri için) Sertifikaları, eski ABTA onaylı ABTAC ve ABTOC niteliklerinin yerini almıştır (Holloway & Taylor, 2006). Dünyadaki birçok üniversite giderek seyahat ve turizm alanında lisans dereceleri sunmaktadır. Bu yüksek öğrenim veya mesleki kurumlar, zaten iyi kurulmuş yüksek ulusal diplomalar, lisansüstü diplomalar ve turizm ve misafirperverlik yönetimi konularında yüksek lisans derecelerine katılmaktadırlar. Derece seviyesindeki turizm programlarının popüleritesi, sunulan kursların genişlemesine yol açmıştır. Son trendler, daha uzmanlaşmış derecelerin kurulmasına yol açmıştır, bunlara yüksek lisans dereceleri de dahildir. Konaklama ve turizm işletmeciliği alanında önde gelen üniversiteler arasında: Harward, Stanford, Cambridge, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü, California, Princeton, Oxford, Columbia, Yale üniversiteleridir. (Mester, 2017)

Turizm eğitimi ve turizm endüstrisi arasındaki ilişki, tarihi olarak güven eksikliği ile karakterize edilmiş karışık bir yapıya sahiptir. Gerek eğitim gerekse birbiriyle iş birliği ve yakından iletişimin ortak faydalarının farkındadırlar. Cooper ve Shepherd, (1997) "The Relationship Between Tourism Education and The Tourism Industry: Implications for Tourism Education" başlıklı makalesinde turizm eğitimi ve turizm endüstrisinin arasındaki ilişkinin turizm eğitiminin gelişiminde kritik bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir.

1.1.1. Türkiye’de Turizm Eğitimi

Türkiye’de turizm eğitimi örgün eğitim ve yaygın eğitim şeklinde iki şekilde verilmektedir. Örgün mesleki turizm eğitimi orta öğretim ve yükseköğretim düzeyinde iki aşamalı olarak verilmektedir. Yaygın mesleki turizm eğitimi ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, Vakıf ve Özel Kuruluşlar bünyesinde gerçekleştirilen kurslar aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Örgün eğitim hem kamu hem de kâr amacı gütmeyen özel okullar ve üniversiteler tarafından sunulan eğitimden oluşur ve bir diploma verilmesiyle sonuçlanır. Yaygın eğitim turizm bakanlığı tarafından kurslar yoluyla bir sertifika verilmek suretiyle uygulanır. Yaygın eğitim, 1981 yılında kabul edilen ve Türkiye’de uygulanan 2547 Sayılı Kanun uyarınca, yaşamın her kesiminden insanlara farklı konularda yeti kazandırmak suretiyle faaliyetlerin yürütülmesini içerir. MEB, KTB, üniversiteler ve TUGEV Türkiye’de yaygın

turizm eğitimiyle ilgilenen ilk kuruluşlar arasındadır (Yıldırım vd., 2021). Günümüzde MEB ve KTB, üniversiteler, sosyal kuruluşlar, işe yerleştirme merkezleri, özel eğitim kurumları, meslek kuruluşları, belediyeler, halk eğitim merkezleri, turizm kuruluşları, işçi sendikaları, kamu, yarı kamu ve özel kuruluşlar, ticari kuruluşlar, yerel kuruluşlar yaygın eğitim sunmaktadır (Hacıoğlu vd., 2008).

Turizm eğitimi Türkiye’de lise ve üniversite seviyelerinde mevcuttur. Meslek liselerinde rezervasyon, kat hizmetleri, ön büro ve operasyon olmak üzere dört dal yer almaktadır. Konaklama ve seyahat hizmetleri önlisans programları: aşçılık, ikram hizmetleri, turizm ve otel işletmeciliği, turizm ve seyahat hizmetleri, otobüs kaptanlığı, sağlık turizmi işletmeciliği, turist rehberliği, turizm animasyonu ve turizm rehberliği olmak üzere dokuz farklı öğretim programı sunmaktadır. Konaklama ve seyahat hizmetleri lisans öğretim programları ise: seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, konaklama ve turizm işletmeciliği, rekreasyon yönetimi, gastronomi ve mutfak sanatları, turizm rehberliği, konaklama işletmeciliği, otel yöneticiliği, rekreasyon, seyahat işletmeciliği, turizm işletmeciliği, turizm işletmeciliği ve otelcilik, turizm otel ve işletmeciliği, turizm ve otelcilik olmak üzere on üç farklı öğretim programı mevcuttur (Hacıoğlu vd., 2008, s.13):

MEB bünyesinde örgün turizm eğitimi veren kurumlar:

- Anadolu Ticaret Meslek Liseleri
- Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri
- Anadolu Meslek Liseleri
- Özel Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri
- Aşçılık Meslek Liseleri

Yükseköğretim düzeyinde örgün turizm eğitimi veren kurumlar:

- Meslek Yüksekokulları, Turizm ve Otelcilik Programı
- Lisans Düzeyinde, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik.
- Lisansüstü düzeyde, Yüksek Lisans ve Doktora.

Yaygın turizm eğitimi veren kurum ve kuruluşlar:

- Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde
 - Araştırma ve eğitim genel müdürlüğü
 - Hizmet içi eğitim dairesi başkanlığı
 - Yaygın eğitim dairesi başkanlığı
 - Turist rehberliği dairesi başkanlığı

- Millî Eğitim Bakanlığı bünyesinde
 - Ticaret ve Turizm öğretimi Genel Müdürlüğü
 - Çıraklık ve yaygın eğitim genel müdürlüğü
 - Çıraklık, mesleki ve teknik eğitimi geliştirme ve yaygınlaştırma dairesi başkanlığı
 - Hizmet içi eğitim dairesi başkanlığı
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
 - İŞ-KUR İşgücü uyum dairesi başkanlığı
- AB Eğitim ve gençlik programları dairesi başkanlığı
- Meslek kuruluşları
- Açık öğretim fakültesi
 - Açık öğretim sistemi-uzaktan eğitim
- Sosyal kuruluşlar
- Üniversiteler
- Belediyeler
- Sendikalar
- Özel eğitim kurumları
- İşletmeler

1.1.2. Amerika'da Turizm Eğitimi

Amerika'da turizm eğitimi kış, bahar ve yaz olmak üzere üç dönem eğitim öğretim sunan yükseköğretim ve üniversitelerde verilmektedir. Bir lisans diploması almak, çoğunlukla dört yıl sürmektedir. İki yıllık yükseköğretime Community College adı verilmektedir. İki yıldan sonra dört yıllık bir lisans programına devam edilebileceği gibi direkt dört yıllık bir lisans programına da başlanabilmektedir. Lisans eğitiminin ilk senesi fen bilimleri, sosyal bilimler, sanat, edebiyat, tarih gibi zorunlu dersler alınmakta, genel bilgi birikimi sonrasında belli bir alana odaklanılarak bölüm seçimi yapılmakta ve istenilen alanda devam edilmektedir. Örneğin Turizm işletmeciliği bölümü diplomasını alabilme koşullarını yerine getirebilmek için bu alanda belli sayıda ders almış olmak gerekmektedir. İstenirse bölüm değiştirme birçok kez yapılabilmektedir. Ancak bu durum zaman ve para kaybına yol açmaktadır. Üniversitelerin yıllık harç ücretleri 30 bin ile 100 bin arasında değişmektedir. Yüksek lisans genellikle iki yıl sürmektedir. Bu programa kabul edilmek için Türkiye'deki ALES sınavına benzeyen sınavlara girmek, bitirmek için de yüksek lisans tezi veya projesi yazmak gerekmektedir. Genellikle üç yıl süren Doktora (PhD) programına ise yüksek lisans veya lisans diplomasıyla

başvurulabilmektedir. Programın ilk iki yılı derslerle ve seminerlerle, son yıl da tez yazmakla geçmektedir. Her ders kredili ders saatine sahiptir, bu sayı öğrencinin o ders için sınıfta geçirdiği haftalık ders saati olarak hesaplanmaktadır. Mezun olmak için belli sayıda ders saatini tamamlamak gerekmektedir (US Department of Education, 2023).

Amerika’da 159 üniversitede turizm bölümü vardır. Bu bölümler turizm, turizm ve seyahat, tur operatörlüğü, turizm geliştirme ve promosyon, turizm yönetimi, seyahat, seyahat çalışmaları şeklinde isimler altında yer almaktadır. Amerika’da ilk turizm eğitimi Cornell Üniversitesinde başlamıştır (Hotcourseabroad.com, 2023). Ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde turizm eğitimi verilmektedir. Her eyalet kendi eğitim politikasını kendi belirler. Her kurumun ayrı kural ve şartları vardır. Amerika’da birçok yükseköğretim kurumuna Kolej (College) denir. Türkiye’de ise özel liselere kolej adı verilmektedir. Lise diploması olan öğrenci lisans eğitimine başvurabilir. Liseden sonra öğrenciler iki yıllık veya dört yıllık üniversitelerden birini tercih edebilirler. Dört yıllık üniversitelerin ücretleri çok yüksek olduğu için genellikle öğrenciler iki yıllık üniversiteden seçebilecekleri kadar ders alıp sonrasında dört yıllık üniversiteden ders almaya devam ederler. Dört yıllık bölümün tüm dersleri tamamlandığında lisans diploması (Bachelor’s Degree) alınmaktadır. 120 krediyi tamamlayanlar (B.A) Bachelor of Arts veya (B.S) Bachelor of Science diplomasına sahip olurlar. Dört yıllık üniversitelere girmek için üniversitenin başvuru şartlarına sahip olmak gerekmektedir (US Department of Education, 2023).

Community koleji Türkiye’deki meslek yüksekokulları gibidir. Mesleki eğitime ağırlık verilir. 60 krediyi tamamlayan öğrenci Associate of Arts veya Associate of Science derecesi ile mezun edilir. İki çeşit önlisans diploması vardır, biri akademik transfer diploması diğeri doğrudan iş hayatına atılma diplomasıdır. Uygulamalı diploma ve bitirme sertifikası ile dört yıllık üniversiteye geçiş yapılamaz. Akademik transfer diploması alan öğrenciler community kolejinin ardından dört yıllık bir üniversiteye transfer olabilirler. Community kolejde aldıkları kredileri lisans programlarına transfer ederek dört yıllık lisans programı iki veya daha fazla yılda bitirilebilir. Lisans derecesini dört yıllık bir okulda okuma ücreti çok yüksek olacağından, ilk iki yılını Community College’da okumak hem başvuru süreci, alım şartları hem de maddi olarak daha kolay olmaktadır. Ayrıca öğrencinin üniversite düzeyinde derslere hazırlanması için İngilizce dil programları da vardır. Teknoloji enstitüleri bilim ve teknoloji alanında dört yıllık eğitim sunan kurumlardır. Teknoloji enstitülerinin genelde lisansüstü programları da vardır (US Department of Education, 2023).

Amerika’daki birçok üniversitenin turizm ekonomisi, turizm finansmanı, turizm planlaması ve gelişim projeleri, turizm pazarlaması, turizmde teknoloji gelişimi, turizm

mimarisi ve tasarımı gibi alanları mevcuttur. Amerika’da ilk konaklama işletmeciliği lisans programı 1972’de Cornell Üniversitesinde açılmıştır. Committee of Hotel and Restaurant Investigation Establishment (CHRIE) gibi gönüllü turizm örgütleri turizm sektörü ve üniversiteleri bir araya getirerek turizm alanında yeni turizm programları önerebilmektedir (Türkseven, 2012).

Schoffstall, (2015) “A Profile of Hospitality Program Characteristics and the Gender Composition of Students and Faculty” başlıklı makalesinde, ABD’de bölüm başkanları ve okul yöneticileri ile gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre ankete katılan 89 programda 2014 yılında 37.115 lisans öğrencisi olduğunu tespit etmiştir. Bu programların yüzde 72’sinde öğrenci sayısı 400’ den az olarak bulunmuştur. Buna karşın programlarda en az öğrenci sayısı 50 iken bazı programlarda öğrenci sayısının 2.000’ in üzerinde olduğu görülmüştür. Toplam kadın öğrenci sayısı 24.748 olarak bulunan araştırmada kadınlar ABD’deki lisans öğrencilerinin yüzde 67 oranla çoğunluğunu oluşturmuştur. Kadın-erkek öğrenci dağılımları sadece iki programda birbirlerine yakın bulunurken kadınların oranı programların yüzde 93’ünde en az yüzde 58 ve en çok yüzde 71 düzeyinde değişen oranlarda erkeklerden yüksek olarak bulunmuştur. Alan yazındaki diğer çalışmalarda yüzde 62 (Richardson ve Thomas, 2012) ve yüzde 63 (Hertzman vd., 2015) oranlarıyla kadın öğrenci oranı daha yüksek düzeylerde bulunmuştur

Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerine gerçekleştirilen diğer çalışmaların cinsiyet dağılımlarında kadın oranları Güney Afrika’da yüzde 70 (Ezeuduji vd., 2017), Hong Kong’da yüzde 72 (King vd., 2003), Avustralya’da yüzde 79 (B. O’Mahony vd., 2008) iken Avustralya’da bir başka çalışmada yüzde 66 (Richardson, 2009), Hong Kong’da yüzde 66 (King vd., 2003) Karayipler’de yüzde 85 (Charles, 1992) olarak bulunmuştur. Kadın oranları erkek oranlarından yüksek çıkmasına karşın, Türkiye’de yapılan çalışmalarda kadın oranları yüzde 49 (Akış Roney ve Öztin, 2007) yüzde 33 (Aksu & Köksal, 2005), yüzde 33 (S. Kusluvan ve Kusluvan, 2000) olarak erkek oranlarından düşük çıkmıştır. Yukarıda da ifade edildiği üzere turizm eğitiminde yurt dışında kadın ağırlıkta iken Türkiye’de erkek ağırlıkta olduğu anlaşılmaktadır.

1.2. Kültür ve Mesleki Prestij Yazınına Genel Bir Bakış

Matsumoto (1994) kültürü “bir grup insan tarafından paylaşılan, dil ve diğer bazı iletişim araçları aracılığıyla bir nesilden diğerine iletilen tutumlar, değerli inançlar ve davranışlar” olarak tanımlamıştır (Matsumoto, 1994).

Araştırmalar kültürün insan davranışlarında önemli bir temel teşkil ettiğini göstermektedir. Okul ve üniversitelerin eğitim programları baskın kültürün deneyimleri doğrultusunda düzenlenmektedir (Banks, 1993). Kültür öğrenme stillerini etkilemektedir (Manikutty vd., 2007). Öğrencilerin turizm mesleğinde kalma kararları ve bu karara etki eden faktörler, ülkelerin gelişmişlik durumu ve kültürel özelliklerine bağlı olarak farklılıklar gösterebilmektedir. Bu nedenle, ülkenin gelişmişlik durumunun göstergesi olan sosyo-ekonomik etkenlerin ve kültürel yapının çeşitli özelliklerinin liseden üniversiteye geçiş aşamasındaki öğrencilerin akademik branş alanı ve meslekte karar kılma süreçlerini içeren meslek seçim tercihlerini etkilemektedir (Iwama vd., 2009; Whiteford ve Wilcock, 2000).

Bazı yazarlar (Iwama vd., 2009; Whiteford ve Wilcock, 2000), mesleki tartışmaya ilişkin bilgi oluşturma sürecinde kültürün rolünü, danışanların ve terapistlerin uygulamayı etkileyen bir özelliği olarak kültür görüşünün ötesinde kültürü, neyin 'hakikat' olarak görüldüğünü ve belirli bir sosyo-tarihsel bağlamda neyin değer görüp neyin değer görmediğini etkileyen karmaşık bir sosyal süreç ve anlamlar sistemi olarak gören bir görüşü genişleterek dikkate alma ihtiyacının altını çizmişlerdir.

Kültürler arası meslek seçimini inceleyen çeşitli çalışmalar mevcuttur (D. Brown, 2002; Egan ve Taggart, 2004; Levine, 1976; Whitam ve Dizon, 1979). Genellikle bu çalışmalarda iki kültür arasında meslek seçiminde tercih sebepleri açısından farklar ortaya konmuştur. Örneğin Amerika'da bir mesleğin kazancı önemliyken, Avustralya'da buna önem verilmediği ortaya konmuştur. İki kültür arasındaki farklılıkları irdeleyen Walker ve Tracey (2012) araştırmasında mesleki prestijin iki ırk tarafından farklı algılandıklarını tespit etmişlerdir.

Sagy ve Liberman'a (1997) göre genç bireylerin meslek seçimleri psikolojik, sosyolojik, ekonomik ve durumsal birçok faktör tarafından belirlenen uzun dönemli bir gelişim sürecinin bir parçası olup, sosyo-kültürel faktörler bireyin meslek seçimini etkileyen ana faktörler arasında yer almaktadır.

Batı kültüründe bireyler kaderlerini kontrol edebilmektedirler. Eğer uygun yeteneklere sahiplerse ve bunları uygun şekilde geliştirebilirlerse, kaderleri kendi ellerindedir. Buna karşın 1990' ların ilk yıllarında dağılan Sovyetler Birliği'nden İsrail'e gelen göç dalgası ile birlikte batılı olmayan bir kültürü de gözlemleme şansı doğmuştur. Batılı özgür ve bireysel seçim görüşüne rağmen, gençlerin içinde yaşadıkları sosyal çevre (cinsiyet, sosyo-ekonomik statü veya etnik köken alt kültürleri) kişinin karşılaştığı sınırlı seçenekler ve mevcut fırsatlara ilişkin sınırlı bilgi nedeniyle meslek seçimlerinde önemli bir etkiye sahiptir. Sovyetlerden ayrılan gençler açısından bakıldığında ise, devletin seçimlerinin ve önceliklerinin bireysel tercihlerden daha ağır bastığı bir sistemde, işgücünün meslekler arasında dağılımında bireyin

söz hakkı neredeyse yoktur. Kişiler kabiliyetlerine göre okullara ve eğitim programlarına alındığı için, sosyal çevrenin meslek seçimi üzerindeki etkisi neredeyse yok denecek kadar aza indirgenmiştir. Makro açıdan durum böyle iken, mikro ölçekte yine de sosyal faktörlerin etkisinin varlığı Sovyetlerdeki gençler için de geçerlidir (Sagy & Liberman, 1997).

Sagy ve Liberman (1997), hemşirelik mesleği açısından bu sosyo-kültürel etkileri ele almıştır. Hem Batı hem de Sovyet kültürü açısından gençlerin hemşirelik mesleğini cazip meslekler arasında gördüğü söylenemez iken, çalışmada sosyo-kültürel faktörler makro ve mikro açılardan sınıflandırılmıştır. Meslek seçimi aşamasındaki bireyi etkileyebilecek sosyal yapılar makro açıdan cinsiyet, sosyo-ekonomik durum, etnik köken gibi faktörler iken, mikro açıdan aile, okul, akran grubu gibi unsurlardır. Tüm bunlar iç içe geçmiş etkenler olup, hiçbiri tek başına belirleyici değildir. Çalışmada hemşireliği profesyonel iş olarak seçen Sovyet kökenli gençlerin bu tercihlerini etkileyen makro ve mikro sosyo-kültürel yapıları ele alan Rusça anket uygulanmıştır. Farklı kültürden gelen gençlerin hemşirelik mesleğini seçmelerindeki ortak ve farklı yönlerini araştırması bakımından çalışma, elde edilen tüm bulguların ötesinde kültürel ve sosyal etkenlerin meslek seçimine etkisine önemli bir vurgu yapması açısından ayrıca önemlidir.

Perrow (1961) mesleki prestije içsel ve dışsal etkiler perspektifinden bakmıştır. Dışsal prestijın kalitesi imaja bağılyken içsel kalite örgütün standartlarına bağılıdır. Örneğın içsel nitelikler maaş, çalışma saatleri ve kurumsal itibar olabilirken diğeri tarafta imaja yönelik dışsal nitelikler destek, kariyer gelişimi, çalışanların motive edilmesi, yetkilendirilmesi ve güçlendirilmesi (empowerment) olabilir (Hausknecht vd., 2009; Kickul ve Lester, 2001; Zhao vd., 2007)

İtibar ve saygının örgütlerin yaşayabilirliğine ilişkin etkisi uzun zamandır bilinmektedir (Fombrun, 1996; Roberts ve Dowling, 2002; Carmeli vd., 2007). Konuya yönelik alan yazın incelendiğinde bu konunun sosyal tabakalaşma olarak çeşitli zamanlarda ve farklı sosyal çevrelerde, farklı ülkelerde ayrıntılı olarak çalışıldığı görülmektedir (Blau ve Duncan, 1967; Hauser ve Featherman, 1976; Hodge vd., 1964a). Diğeri taraftan, onlarca araştırma sonrasında hala mesleki prestijın tarifi ve ölçümü ile ilgili bir fikir birliği yoktur (Wegener, 1992; Zhou, 2005). Bilinen araştırmaların çoğunluğu (Blau ve Duncan, 1967; Hauser ve Featherman, 1976; Hodge vd., 1964a) mesleklerin endüstriler arasında sosyal tabakalaşma içindeki başarı sıralamasına odaklanmaktadır. Bunların aksine bu tez çalışması turizm endüstrisinde algılanan mesleki prestijın diğeri endüstrilerdeki benzer mesleklerle karşılaştırılmasına odaklanmaktadır.

Sosyal tabakalaşma toplumda çeşitli etkenlerle ortaya çıkan sınıflandırmadır. Bu etkenler gelir durumu, cinsiyet, yaş, dinsel bağ, rütbe gibi nitelikler açısından değerlendirilir.

Toplumdaki ekonomik eşitsizlikler, meydana gelen farklı sosyal tabakalar, sınıf farkı yaratan cemiyetler gibi konular sosyal tabakalaşmanın konularıdır (Giddens, 2000).

Amerika’da ulusal bir araştırma şirketi olan NORC (National Opinion Research Center) Cecil C. North’un liderliğinde (North ve Hatt, 1949) gerçekleştirilen bir araştırmada; yaş, eğitim ve gelirin belli mesleklerin prestij ile alakasını ölçen sorular yöneltilmiş, ancak mesleki prestijin 1947 yılına kadar tam anlamıyla gelişmiş bir kavram olmadığı ifade edilmiştir. Bu araştırma mesleki prestijin Amerika’da ilk defa araştırıldığı, ölçüldüğü ve düşünüldüğü araştırmadır. Duncan’ın sosyoekonomik indekslemesi (Duncan ve Reiss, 1961) bu araştırmanın en önemli ürünü olmuştur, çünkü bu araştırma sonuçları bazında ve 1950 genel nüfus sayımı neticesinde çeşitli mesleki kategorilere değişik puanlar verilmekteydi. 1960’larda NORC ikinci jenerasyon bir araştırma yapmış ve bu araştırma 1977’deki Trieman’ın (Treiman, 1977) ulusal prestij ölçeğinin temelini oluşturduğu gibi, 1980’lere kadar sosyoekonomik statü ölçeğinin temelini de oluşturmuştur.–Mesleki prestij yazınındaki çıktılara bağlı olarak mesleki prestij kavramına ilişkin çok sayıda yazar tarafından ortaya atılmış farklı tanımlardan söz etmek olanaklı olmaktadır. Bu tanımlamaları şu şekilde sıralamak mümkündür:

Prestij, mesleki imajın güçlü bir belirleyicisidir ve mesleki prestijin algısı modern toplumda bir kişinin statüsünün yansımasıdır (More ve Suchner, 1976). Yüksek prestijli ve pozitif imajlı şirketlere en yetenekli kişilerin başvurma olasılığı çok daha yüksektir (Cable ve Graham, 2000a; Greening ve Turban, 2000). Pozitif imaj ve prestij çalışanların tecrübelerini etkiler ve bağlantılarını yükseltir (Dutton vd., 1994). Stagner (1969) algılanan mesleki prestijin müdürler arasında kar hedefinden daha ağır bastığını bulmuştur.

Araştırmaların (Akçin, 2022; Akyurek, t.y.; De Camargo ve Whiley, 2022; Jennings vd., 2022; Mumford vd., 2022; Schmidt ve Kroska, 2022; Ulfsdotter Eriksson vd., 2022; Ulfsdotter Eriksson ve Nordlander, 2022; Valentino, 2022) çoğunluğu, örgütler için mesleki prestijin önemli olduğunu göstermesine rağmen, turizm sektörüne özgü mesleki prestijle ilgili araştırmalar (Fung vd., 2022; Isopahkala-Bouret ve Ojala, 2022; Kirmizigul, 2022; Lv vd., 2022; Mutlu ve Dilek, 2022; Shapoval & Pizam, 2017) çok sınırlı sayıdadır. Küresel pazarda bu sektöre gereken önemi vermek ve turizm endüstrisi için mesleki prestij araştırmaları yapmak çok yararlı ve önemli olacaktır. Bu nedenle yapılan araştırma alan yazınındaki bu eksikliği doldurmaya ve turizm endüstrisindeki mesleki prestij algısını keşfetmeye çalışmaktadır.

1.2.1. Mesleki Prestij Tanımı

Türk dil kurumu sözlüğüne baktığımızda, “meslek” kelimesi Arapça kökenli olup, “Belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek,

hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş” olarak tanımlanmıştır. “Mesleki prestij” ise “Diğer mesleklerle karşılaştırıldığında belirli bir mesleğin sahip olduğu görece itibar” olarak tanımlanmıştır. Terimin İngilizce karşılığı “occupational prestige” olarak verilmiştir.

Mesleki prestij farklı terimler altında araştırılan ve meslek seçiminde uzun zamandır kullanılan önemli değişkenlerden biridir. Mesleki prestij araştırılırken alan yazındaki araştırmalarda statü (Holland, 1997), prestij (Hodge vd., 1964) sosyoekonomik statü (Stevens ve Cho, 1985), mesleki düzey (Campbell, 1971), sorumluluk ve zorluk düzeyleri (Roe, 1956), imaj, itibar ve kimlik (Mael ve Ashforth, 1992) terimleri mesleki prestij yerine kullanılmıştır. Birbirleriyle birçok noktada örtüşmeleri ve birbirlerini tamamlamaları nedeni ile ifade edilen kavramlar arasında çok keskin hatlarla bir sınır çizmek olanaklı görünmemektedir. Bu nedenle bir çok çalışmada bu kavramlar arasında zaman zaman bir takım karışıklıklar da yaşanarak birbirlerinin yerine kullanıldığı gözlemlenmektedir (Vondracek vd., 2010, G. D. Gottfredson, 1977 ; Ashforth vd., 2013; Grandy ve Mavin, 2012; Kalaycıoğlu vd., 2010). Kavramlara yüklenen farklı anlamların zaman zaman karıştırılabildiği için bu kavramlar arasındaki farkı Ager, (2005) “İmaj toplumun yarı-olgusal kimliğinin olgusal olmayan bir versiyonudur, diğer tarafta prestij bir dilin dil ekolojisi içindeki yarı-olgusal statüsüne karşı tutumsal bir duruşun sonucudur” şeklinde ifade etmiştir.

Statü veya kimliği değiştirmeyi planlamak, genellikle sosyal veya ekonomik değişim planlamasına benzer şekilde gerçek planlama olarak kabul edilirken, prestij veya imaj değişiklikleri, ticari pazarlama gibi duygusal manipülasyon gerektirir. Bir dizi planlama örneğinin daha ayrıntılı analizi, kimlik oluşumu ve konsolidasyonunda bir aşama olarak görüntü planlaması ile tutumsal değişim olarak prestij planlaması arasında ayırım yapılmasını sağlar. Farklılıklar, imaj planlamasının, askeri çatışmayı ve güçlü bir egemenlik bilincini anımsatan kısa vadeli, politika odaklı prestij planlamasının aksine, uzun vadeli, idealist ve dillerin eşitliği inançlarına dayanan olası bir yorumunda da bulunabilir. Tanımlamalara ilişkin araştırmalar kavramların bir çok ortak noktayı paylaştığını göstermektedir. Buna karşın kavramların birbiri ile karıştırılmaması gerekmektedir (Ager, 2005).

Prestij kelimesi “Prestige” Fransızcadan gelmiş bir sözcüktür ve Türkçe ’deki anlamı saygı görme, değerli ve güvenilir olma durumu “Saygınlık” tır. Prestij kelimesinin Türkçe karşılığı saygınlık olmasına karşın halk arasında çok yaygın kullanılması nedeniyle bu çalışmada prestij kelimesi kullanılmıştır.

Sosyal bilimler sözlüğüne göre “Prestij” kelimesi “Kişinin, sahip olduğu servet, statü, yetenek veya bilgiden dolayı, içinde yaşadığı grubun diğer fertleri tarafından özel muamele

görmesi; başkaları tarafından önemsenme, değer verilme ve saygı görme” olarak tanımlanmış, “saygınlık ve itibar” ile eş anlamlı tutulmuştur (Demir, 1992).

Prestij kavramı, sosyoloji ve psikoloji alanında kullanılmaya başlanmakla birlikte sonradan yönetim ve organizasyon alanına da girmiştir. “Bireye ya da bir toplumsal kümeyle başka bireye ya da kümelerle olan ilişkilerinde üstünlük sağlayan toplumsal ve ekonomik durum.” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2014).

Prestij kelimesinin İngilizce sözlükteki karşılığı “başarıdan kaynaklanan itibar veya imtiyaz, başarı, rütbe veya diğer olumlu özellikler, seçkinlik, kişiye veya bir şeye yüklenen toplumdaki ayrıcalık” olarak tanımlanmıştır (dictionary.com, 13.01.2020)

(Goldthorpe ve Hope, 1972) prestij bir çeşit sosyal güç olarak anlaşılması ve genel olarak “mesleklerin erdemi” olarak değerlendirilmesi gerektiğini tartışmış. Mesleki prestiji, mesleki rollerin yükümlülüğü ve mesleki toplulukların üyelikleri ile bağdaştırılan farklılıkların şansları kabul ve ihlaller olarak tanımlamışlardır. Sosyologlar ise prestiji “başarıdan kaynaklanan bir ün ve erdemli başarılarından dolayı toplumca kabul edilen ve istenilen bir isim” olarak tanımlarlar (Shenkar ve Yuchtman-Yaar, 1997)

Prestij, mesleki imajın güçlü bir etkenidir (More ve Suchner, 1976) ve mesleki prestij algısı modern toplumda birisinin statüsünün yansımasıdır. Yüksek prestij ve pozitif imaja sahip şirketler, kurumları için en kaliteli elemanları işe alma şansına sahiptirler (Cable ve Graham, 2000; Greening ve Turban, 2000a). Pozitif imaj ve prestij çalışanların tecrübelerini ve bağlılıklarını etkilemektedir (Dutton vd., 1994b).

Wegener'e (1992) göre mesleki prestij, bir mesleğin işe yararlılığının toplu inanca dayalı olarak o işi değerlendirmenin karşılıklı anlaşmaya dayalı olmasıdır.

Seçer'e (2007) göre mesleki prestij kavramı, kişinin farklı etkenler dahilinde mesleğe dair sahip olduğu genel düşünce ve tavrı ifade etmektedir.

Mesleki prestij sosyologların, insanların sahip olduğu sosyal sınıf pozisyonlarının ilişkisini tarif etmek için bir yoldur. Bir mesleğin değeriyle ilgili inanışa dayanarak bir mesleğe verilen ortak değeri gösterir. Tek başına prestij terimi belirli bir mesleğin toplum içinde taşıdığı saygı ve beğeniye kast etmektedir. Mesleki prestij o işi yapan belirli bireylerden bağımsız olan prestijdir (Hauser ve Warren, 1997).

Bilim adamları mesleki prestiji incelenmesi gereken bir değişken olarak ifade etmişlerdir. Mesleki prestij, bazıları tarafından daha fazla incelemeye ihtiyaç duyan değişkenlerden biri olarak tanımlanmıştır (L. S. Gottfredson, 1996).

1.2.2. Mesleki Prestijin Değişkenleri

Alan yazında üzerinde sıkça durulan ve yaygın şekilde atıf alan gelir ve eğitimin mesleki prestijin değişkenleri olarak kabul edildiği görülmektedir. Ancak her zaman çok para kazanan daha çok prestije sahip demek değildir, örneğin bir dikiş fabrikasının müdürü, bir banka müdüründen daha çok para kazanmasına rağmen banka müdürü daha prestijli algılanır. Mesleki prestiji belirleyen; nitelikler ve sosyoekonomik değişkenlerdir: (Burgard ve Stewart, 2000; Hodge vd., 1964a; Treiman, 1977; Zhou, 2005):

- Pozisyonun kazandırdığı gelir,
- Pozisyon sahibine sunulan güç ve olanaklar,
- Pozisyonun etkinliklerinin değeri,
- Pozisyonun sağladığı saygı,
- Resmîlik ve bilimsel bilgi gerekliliği,
- Fiziksel çalışma şartları,
- Pozisyonun aynı iş yerindeki diğer işlerle karşılaştırıldığında diğer işlerden ayrılan yönü

Mesleki prestij çok boyutlu bir yapı olduğu, alan yazınında asıl belirleyicilerin eğitim ve gelir olduğu yönünde bir görüş olsa da çok sayıda boyutundan bahsetmek de mümkündür. Mesleki prestij yapısını oluşturan olası boyutları: iş tutumları, iş kalitesi, mesleki statü, iş pozisyonu, mesleki kıdem, kültür, profesyonellik, ücret, etnik yapı, eğitim, yaş, din, tarihsel süreç, cinsiyet şeklinde sıralanabilir. Yinede konu ile görgül çalışmalar ışığında her bir boyutun içeriği incelendiğinde bazı genel açıklamalar yapmak da mümkündür. Tez çalışmasına yön veren temel soru olarak mesleki prestij meslekte kalma kararını tetikleyen bir etken olarak kavramsallaştırılabilir (Barringer vd., 1990, 1995; Ganzeboom ve Treiman, 1996; Vickovic, 2015).

1.2.3. Mesleki Prestiji Destekleyen Teoriler

Mesleki prestij kavramının üzerinde uzlaşmış kesin bir tanımın yapılamamış olması bu kavramı oluşturan teorilerin neler olduğu konularında belirsizliğe yol açmıştır. Konu ile ilgili yazında yer alan birçok çalışmada tipik dört teoriden bahsedilmektedir. Shapoval ve Pizam, (2017) mesleki prestiji destekleyen tipik dört teorinin yapısal fonksiyon teorisi, mesleki seçim teorisi, işlevsellik teorisi ve tabakalaşma teorisi şeklinde olduğunu belirtmektedir:

Yapısal fonksiyon teorisi (structural-function theory): Bu teoriye göre, statü ve gelir önemli görevleri yerine getirmenin ödülüdür ve bu zor ve uzun çalışmalara (örneğin iş tecrübesi ve eğitim) insanların motive olmasını sağlar, bunlar sosyal sistemin sürdürülebilmesi için

fonksiyonel gerekliliklerdir. Eğitim ve gelir mesleki prestijle çok ilişkilidir, ve statü göstergeleridir (Buckley, 1958). Haug & Widdison, (1975) mesleki prestiji doktorlar üzerinde analiz etmiş ve toplum için yüksek öneme sahip mesleklerin yüksek prestijin ön göstergesi olduğunu bulmuşlardır bu da yapısal fonksiyon teorisini desteklemektedir.

İnsanlar bir işin prestijini kafalarında değerlendirirken o iş için gereken eğitimin süresini ve bu iş için ödenen ücreti kıyaslamaktadır. İş prestijini etkileyen bir neden de yapısal fonksiyon teorisinin (structural-functional theory) sosyal tatmine nasıl uygulandığı ile ilişkisidir. Bu teoriye göre sosyal sistemi devam ettirmek için, insanların girdiği zorluklar ve uzun eğitimler statü ve gelir ile ödüllendirilirler. Eğitim ve gelir, prestij ile doğru orantılı olduğu için, statünün karşılığıdır. Toplumda yüksek ödemeye sahip meslekler yüksek prestijin ana göstergeleridir(Shapoval ve Pizam, 2017).

Mesleki seçim teorisi (theory of occupational choice): Ginzberg vd., (1951) tarafından teklif edilen mesleki seçim teorisi, mesleki seçimin üç aşamada şekillendiğini ileri sürmüştür. Bunlardan birinci aşama, karar verme sürecidir ve ergenlikten erken 20'li yaşları kapsar. Bu aşamada kişi kesin bir mesleki seçim yapar. İkinci aşama eğitim ve hazırlanma aşamasıdır. Bu aşamadan geri dönülmesi zordur. Örneğin hukuk fakültesi öğrencisi tıp fakültesine geçiş yapamaz. Bu da bu aşamayı geri dönülemez yapmaktadır. Üçüncü aşama anlaşmaya varma aşamasıdır. İlgi alanı, eğitim ve çalışma ortamı kapasitesi arasında en ideal uyumu yakalama aşamasıdır. Zaman geçtikçe bu teori Ginzberg tarafından 1972'de tekrardan gözden geçirilmiş ve bu üç basamak kişinin kariyeri boyunca daha az sabit ama daha fazla devamlılık arz eden bir yapıya bürünmüştür. Kişinin eğitimi ve kariyer gelişimi ikinci bir eğitim ve kariyer değişikliği ile kişinin profesyonel yaşamı boyunca potansiyel olarak değişebilir.

İşlevselcilik (functionalism) ve Tabakalaşma teorisi: (Abbott & Barlow, 1972) üniversitelerdeki mesleki prestije işlevsellik ve tabakalaşma teorileri açısından yaklaşmıştır. İşlevsellik teorisi mesleki prestiji “bir sosyal birimin topluma katkılarının bir sonucu” olarak görür. Diğer taraftan, tabakalaşma teorisi kaynakların kontrol edilmesi için referans olarak kullanılmıştır. Tabakalaşma teorisine göre mesleki prestij “bir organizasyon tarafından kullanılan kaynakların büyüklüğü” olarak açıklanabilir. Kişinin aldığı diplomaların çeşidi ve sayısı gibi araştırma üretkenliği yoluyla temsil edilen işlevsellik daha çok, üniversitenin mesleki prestijine katkı sağlar. Diğer çalışmalar(Carter, 1966) fakülte ve öğrencilerin üstün başarısı da dahil olmak üzere, burs başvurularının yüksek eğitim prestijinin en temel göstergesi olduğunun altını çizmişlerdir.

(Adler ve Kraus, 1985) mesleki prestijin derecelendirmelerinin değişmezliğini ve bunların istikrarının ölçümünün yansımaları olmadığını fakat çalışmaya değer gerçek bir olgu

olduğunu öne sürmüşlerdir. Çalışmalarında bilgi ve becerinin mesleki prestijin en iyi belirleyicisi olduğunu bulmuşlardır. Fakat (Haug ve Widdison, 1975) aksine toplumun mesleki prestijin belirgin bir belirleyicisi olmadığını, bunun ötesinde insanların prestij değerlendirmesini benzer bir yolla yaptıklarını bulmuşlardır ve kişilerarası bireysel prestij değerlendirmesinin tutarlılığını öne sürmüşlerdir. Ancak İsrail söz konusu olduğunda Adler ve Kraus'a (1985) göre prestiji belirlemede eğitimin gelire göre daha fazla önemli olduğu görülmüştür.

1.2.4. Mesleki Prestij Konusunda Yapılmış Araştırmalar

Mesleki prestij yıllardır araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Bu konuda çalışmalar (Akçin, 2022; Akyurek, 2022.; De Camargo ve Whiley, 2022; Jennings vd., 2022; Mumford vd., 2022; Schmidt ve Kroska, 2022; Ulfsdotter Eriksson vd., 2022; Ulfsdotter Eriksson ve Nordlander, 2022; Valentino, 2022) çeşitli alanlarda yapılmıştır ancak bu konuda turizm endüstrisinde yapılmış çok az sayıda araştırma (Fung vd., 2022; Isopahkala-Bouret ve Ojala, 2022; Kirmizigul, 2022; Lv vd., 2022; Mutlu ve Dilek, 2022) mevcuttur.

Mesleki prestijin genel olarak değerlendirilmesi ile ilgili olan araştırmanın popülerliği 60'lı, 70'li yıllarda zirve yapmışken, 80'li ve 90'lı yıllarda düşüşe geçmiştir. Buna rağmen, mesleki prestij araştırmasına duyulan merakın azalmadığı fakat geçen son on yılda farklı kategori ve alanlarda değişik dallara ayrıldığı izlenmektedir. Özellikle, geçen birkaç yılda, mesleki prestij alanları ve etkileri üzerinde çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalar göçmenler (Adamuti-Trache vd., 2013; Carneiro vd., 2012; Chiswick ve Miller, 2009), Bilişim Teknolojisi çalışanları (Joseph vd., 2012) ve akademisyenler (Bedeian vd., 2010) arasındaki mesleki prestiji içermiştir. Diğer çalışmalar, çocukların bilişsel yeteneklerini mesleki prestije (H. Cheng ve Furnham, 2012) ve ergenlik uyumuna (Pals ve Tuma, 2012) bağlamaktadır. Aynı zamanda bir grup çalışma, fiziksel görünüş ve ırkın mesleki prestij üzerine etkisini incelemiştir (Melamed ve Zaganelli, 2013; Sala vd., 2013). Son olarak, birkaç çalışma mesleki prestijin cinsel azınlıklara (gay, lezbiyen, biseksüel ve travesti/transeksüel) (Verbakel, 2013), ve mesleki prestijin sağlık üzerine etkisine bakmıştır (Christ vd., 2012). Walker ve Tracey (2012) yaptıkları araştırmada mesleki prestijin iki ırk tarafından farklı algılandıklarını ortaya koymuşlardır

Haug ve Widdison, (1975) mesleki prestijin boyutları üzerine yaptıkları çalışmada, mesleğin ister sosyal statüsü ister arzu edilirliliği olsun, mesleki prestij sıralamalarının kayda değer oranda mutlaka tutarlı olduğuna işaret etmişlerdir. Bu yazarlar, zihinsel hesaplamalar yapmaya meyilli olan kişileri tavsiye etmişlerdir.

Stagner, (1969) araştırmasında mesleki prestij algısının kâr amacına göre yöneticiler arasında daha ağır bastığını bulmuştur.

Amerika’da 1960’lardan 1980’lere kadar iş prestiji çok değişik yollarla hesaplanmıştır. İnsanlara içerisinde 100 kadar meslek belirtilmiş indeks kartları verilmiş ve bu meslekleri en prestijliden en az prestijliye sıralamaları istenmiştir. Bu sıralama sistemi, meslekleri “sosyal düzeyde merdivenleme” olarak bilinmektedir. O dönemde kullanılan bir diğer yöntem ise, anket katılımcılarının, tahmin edilen gelir, seçme özgürlüğü ve mesleğin ne kadar ilginç olduğu gibi belirli prensipleri kullanarak, meslekleri “yatay bir cetvel” üzerinde değerlendirmeleridir. Yöntem farklı olsa da ortaya çıkan sonuçlar genel olarak aynı olmuştur.

Ücret ve ünün mesleki prestijle çok az ilişkisi olmasına rağmen, prestijin ölçüsü Sosyo Ekonomik Statü (SES) kavramının bir parçasıdır. Yüksek prestijli meslekler muhtemelen daha yüksek düzeyde ücret istikrarı, daha iyi yatay kariyer hareketliliği ve oturmuş profesyonel kurumları beraberinde getirir. Sosyo Ekonomik Statüyü (SES) ölçmek için kullanılan bazı ölçekler:

Hollingshead’in Sosyo Ekonomik Statü Ölçeği,

Nam, Boyd ve Power ölçeği

Duncan’ın Sosyo Ekonomik ölçeği.

2007 yılında 1010 Amerikalı yetişkin üzerinde yapılan bir Harris anketi, mesleki prestijin refah üzerinde beklenen bir etki ile ilişkilendirildiğini öne sürmüştür. Harris Anketine (2007) göre öğretmenlik mesleğini “çok iyi” prestijli olarak görenlerin sayısı %29’dan %54’e yükselerek 25 puan artmıştır; Avukatlık mesleğini “çok iyi” prestijli olarak görenlerin sayısı %36 dan %22’ye düşerek 14 puan gerilemiştir; bilim adamları %66’dan %54’e düşerek 12 puan gerilemiştir; Atletler %26’dan %16’ya düşerek 10 puan gerilemiştir; Doktorlar %61’den %52’ye düşerek 9 puan gerilemiştir; Bankacılar %17’den %10’a düşerek 7 puan gerilemiştir; Ağırlama sektöründekiler %18’den %12’ye düşerek 6 puan gerilemiştir. Bu da Amerikalıların son çeyrek yüzyılda en prestijli ve en az prestijli meslekler görüşünün değişimini göstermektedir.

Organizasyonun itibarının ve finansal kapasitesinin etkisi uzun zamandır bilinmektedir. (Carmeli vd., 2007; Fombrun, 1996; Roberts ve Dowling, 2002). Bir taraftan meslek prestiji farklı ülkeler, sosyal tabakalar ve farklı sosyal durum ve zamanlarda kapsamlı bir biçimde çalışılırken (Blau ve Duncan, 1967; Hauser ve Featherman, 1976; Hodge vd., 1964; Nakao ve Treas, 1990) diğer taraftan onlarca araştırma sonrasında mesleki prestij nedir ve nasıl ölçülür konusunda fikir birliği sağlanamamıştır (Wegener, 1992; Zhou, 2005). Bilinen çalışmaların

büyük bir kısmı, endüstrilerin ve mesleklerin sosyal tabaka içindeki başarı sıralamalarına odaklanmıştır.

Zaman ilerledikçe, (Goyder, 2005) ampirik analizi kullanarak mesleki prestij gerçekten de zaman içerisinde çeşitlilik gösterdiğini fark etmiş ve yetenekli çalışanlara olan talebin artmasıyla sonuçlanan bu değişikliklerin teknoloji ve eğitimin artan derecelerinin neticesi olduğunu açıklamıştır. Bu değişikliklerin yan ürünü olarak mesleki prestij dağılımının sonuçları daha eşit bir biçimde dağıtılmıştır ve 1975'ten bu yana kademe sırası açıkça değişmiştir. Benzer şekilde, (Wright, 1978) prestijin duruma göre değişkenlik göstereceğini önermiştir. Örneğin, aciliyet durumlarında National Guard'ın (milli muhafız) prestiji yükselmektedir fakat sorunsuz dönemde kilisenin prestiji daha yüksek olacaktır. Goyder (2005) "The prestige squeeze: An occupational prestige in Canada since 1965" adında yayınladığı kitapta 1965'ten 2005'e kadar olan kurumsal prestij değişkenlik göstermesini açıklamaya çalışmıştır. Goyder, mesleklerdeki prestij sıralamasını değiştirmenin kurumsal prestij baskısı ile açıklandığını tartışmaktadır. Yüksek eğitilmiş insanlar hala düşük-yetenek gerektiren işleri düşük puanla değerlendirilebilirken, düşük-yetenekli çalışanlar aynı işleri 1965'teki araştırmaya göre daha yüksek puanla değerlendirmesi prestij sonuçları baskısını oluşturmaktadır (Zuberi, 2011).

1.3. Okul Prestiji ve Akademik Branş Memnuniyeti Yazınına Genel Bir Bakış

Algılanan kurum prestiji kavramı ilk olarak (March ve Herbert, 1958)'nin kitabında tanımlanmıştır. Kişinin okuduğu okulu saygın olarak algılaması, kurum hedeflerinin öğrenciler tarafından benimsenmesi, kurum-birey iletişiminin sık olması, öğrencilerin birbiriyle yarışmadığı ve ihtiyaçların karşılanması durumunda akademik kurumla özdeşleşme gerçekleşir. Okul prestiji, öğrencilerin ve diğerlerinin okulu algılama şeklidir denebilir (March ve Herbert, 1958). Ashforth ve Mael ise algılanan kurum prestijini öğrencinin gittiği okulu diğer okullarla karşılaştırarak yaptığı değerlendirme olarak tanımlamaktadırlar (Mael ve Ashforth, 1992)

Tarihsel süreç içinde prestij insan hayatında önemli bir süredir yer almaktadır. Mısır ve Meksika'daki piramitler, Atinalıların Parthenon'nu, Roma'daki Kolezyum ve Pekin'in Yasak Şehri, bunların hepsinin prestij işlevi vardı. Gücün, zenginliğin ve başarının dağılımı, bunun getirdiği toplumsal konumun durumu, organize toplumun dünya çapındaki evreleridir. Tarihi bir perspektiften bakınca, sosyal ve kültürel koşulların neyi prestijli kabul ettiğini görmek mümkündür. Akademik yaşamdaki teknolojik değişiklik, prestijin üretilmesi ve ifadesinde ek değişimler yaratabilir. Geçmişten günümüze kadar üniversiteye gitmek, üniversite eğitimi almak önemli olmuştur. Herhangi bir okula gitmiş olmaktan ziyade hangi okula gidildiği daha

önemli hale gelmiştir. Eski ve yeni üniversiteler arasındaki prestij farklılıkları yöneticilik pozisyonlarını ve daha profesyonel işlere girmeyi ve daha yüksek maaş almayı kolaylaştırmaktadır (Bratti vd., 2004).

Her ne kadar Türkiye’de prestijli üniversitelere giriş eşit şartlarda üniversite sınavıyla sağlanıyor olsa da yurt dışında üniversitelere kabul şartları farklı olmaktadır. Yurt dışında prestijli bir üniversitede okumak çok yüksek ücretlerin yanı sıra diploma notu, gönüllü yapılan çalışmalar, topluma hizmet ve SAT, GMAT gibi sınavlardan aldığı puanlar da değerlendirilerek yapılmaktadır.

Prestijli üniversiteler belli derneklere üye olarak prestijlerini artırma eğilimi göstermektedirler. Örneğin İngiltere’de The Russell Group örneğini verebiliriz. Russell Group derneği Birleşik Krallık’taki yirmi dört devlet araştırma üniversitesinin kendi seçtiği bir dernektir. Grubun merkezi Cambridge’dedir ve 1994 yılında üyelerinin çıkarlarını, özellikle de hükümet ve Parlamento’yu temsil etmek üzere kurulmuştur. Üyeleri genellikle İngiltere’nin en prestijli üniversiteleri olarak algılanır. BBC haberlerinde yeni üyelerin eklendiği ve bu üyelerin İngiltere’nin en prestijli üniversiteleri olduğu belirtilmiştir (Coughlan, 12.03.2012)

Üniversitelerin prestijini yapılan yayınlara göre ölçen bir sistem de mevcuttur. Bu sistem URAP (University Ranking by Academic Performance) kısaltması ile üniversitelerin akademik performanslarına göre sıralanması anlamına gelmektedir. Sıralama ölçütü üniversitenin yaptığı yayınların kalitesi ve miktarına bağlıdır(www.urap.org).

Akademik mükemmelliğe erişmek rekabet gerektirir. Hükümet politikaları, globalizm, iletişim teknolojilerindeki değişiklikler ile birlikte akademik dünyadaki rekabet fazlasıyla artmıştır. Akademik hayattaki prestij, üniversitelere olan motivasyonda prestijin etkisinin anlaşılması yönünde eğim göstermektedir.

Prestijin üniversitelere iyi etkilerinin olmasının yanı sıra kötü etkileri olma riski her zaman vardır. Üniversiteler prestij nedeniyle en iyi araştırmaları yayınlamaya, öğrencileri en iyi şekilde eğitmeye çalışırlar. Bu yönüyle kalite açısından faydalı olsa da prestijli görünme çabası yüzünden daha az gösterişli yerel topluma olan sorumluluklara ilişkin misyon ihmal edilebilmektedir (Blackmore, 2015:12).

Akademik branş memnuniyeti, öğrencinin okuduğu bölüm veya müfredat programından memnun olup olmama durumu olarak tanımlanabilir. Akademik branş kararları, kişinin tüm akademik performansını ve uzun dönemde kariyer başarısını etkileme potansiyeline sahiptir (Milsom ve Coughlin, 2017).

Öğrencilerin üniversite sırasında akademik branşı ile değer ve beklentileri arasında uyumsuzluk çıkması durumunda memnuniyet düzeyi iner, akademik branştaki memnuniyet öğrencinin hayatında önemli olmaktadır (Erdoğan ve Arsal, 2015a).

Branş memnuniyetini araştıran çalışmalar kariyer oluşturma alan yazınında çok sık rastlanmamaktadır. Ancak bununla alakalı olan branşta kalma sürekliliği sık sık ele alınmıştır (Nauta, 2007).

Kariyer inşa teorisi (Savickas, 2005) kariyeri anlamak için mesleki kişilik, kariyere uyum yeteneği ve yaşam temaları olmak üzere üç alanda incelemeler yapar. Öğrencinin okuduğu alanla bağlanması bu bakış açısıyla (kariyer inşa teorisi) anlaşılabilir.

Teorik açıklamalar uygun bir akademik branş seçmenin, yaşam memnuniyetinin artmasına yardımcı olduğunu belirtmişlerdir (Cimsir, 2019). Hayat memnuniyeti ile içsel huzur arasındaki potansiyel ilişkide akademik branş memnuniyetinin aracılık rolünü inceleyen Cimsir (2019) yaşam doyumu ve iç huzur arasındaki ilişkiye akademik branş memnuniyetinin aracılık ettiğini ortaya koymuştur.

Lisans öğrencilerinin kariyer kararlarını kolaylaştırmak için (Doo ve Park, 2019) iş değeri yönelimi ve akademik branş yöneliminin kariyer kararı vermede öz yeterliliğin üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Sonuç olarak da içsel iş değeri yöneliminin akademik branş memnuniyetini ve kendi kendine kariyer kararı vermeyi etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca akademik branş memnuniyetinin öğrenciler kendi kendilerine kariyer kararı vermelerini etkilediği görülmüştür. Birçok çalışma kariyer kararı vermenin etkilerine odaklanırken, (Doo ve Park, 2019), kariyer kararı vermeye etki eden faktörlere odaklanmasıyla önem kazanmıştır.

Soria ve Stebleton, (2013) öğrencilerin belli bir branşı seçmelerindeki motivasyonları ile, akademik branş memnuniyetleri ve kampüse ait olma hisleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Öğrenciler üzerinde yapılan anket sonuçlarına göre, bir ana dal seçmek için dışsal motivasyonlar, öğrencilerin memnuniyeti ve aidiyet duygusu ile olumsuz yönde ilişkili iken, içsel motivasyonlar öğrencilerin memnuniyeti ve aidiyet duygusu ile olumlu yönde ilişkili olma eğilimindedir.

(McIlveen vd., 2013) akademik branş memnuniyetinin psikolojik belirleyicilerine odaklanarak, mesleki kişilik ve kariyer uyumluluğunun kariyer memnuniyetini oluşturduğunu ileri sürmüşlerdir.

Elektronik işlerde pratik becerilere dayalı uygulamalı yetenek bazlı kariyer eğitiminin mezun öğrencilerin kariyer merakı, kendi kendine iş arama davranışları ve akademik branş memnuniyetine olan etkisine bakıldığında, pozitif yönde etkisinin olduğu saptanmıştır (Chukwuedo ve Ogbuanya, 2020).

Turizm eğitimine devam eden öğrencilerin mesleki beklenti ve algılarına yönelik Türkiye (Aksu & Köksal, 2005; Kusluvan & Kusluvan, 2000), Tayvan (Chen vd., 2000), Çin (Lu ve Adler, 2009), Avustralya (Richardson, 2008), Malezya (Richardson ve Butler, 2012), Gana (Amisah vd., 2020) gibi çeşitli ülkelerde araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaların bulguları aşağıdaki Tablo 1.1.'de ayrıntılı olarak verilmiştir.

T. Güzel vd., (2014) lisans öğrencilerinin sektörde kariyer algılarının cinsiyet, eğitimden memnuniyet, mezun olduğu lise ve deneyim gibi faktörlere göre farklılaştığı görülmüştür. Sektörde kariyer yapma konusunda kararsız kalındığı, olumlu yönlerinin yeni insanlarla tanışma imkânı vermesi ve yurtdışında çalışabilme imkânı, olumsuz yönlerinin ise, diğer mesleklerden daha az saygın olması, cinsiyet ayrımı yapması, uzun çalışma saatleri ve maaşların düşüklüğü olarak sıralanmıştır.

Türkay ve Yağcı'nın, (2007) araştırmasında öğretilenlerin sektörün beklentisine uygun olması durumunda turizm öğrencileri kariyer yapma konusunda daha ümitli olduklarını belirtmişlerdir.

Emir vd. (2008) turizm ve otel işletmeciliği öğrencileri stajın katkılarını sektörü daha iyi tanıma, yabancı dili geliştirme, işi birebir öğrenme, iletişim yeteneklerini artırma şeklinde sıralamıştır.

Tablo 1.1 Akademik Branş Memnuniyeti Konusunda Yapılmış Araştırmalar

Yazar Adı	Yılı	Yeri	Başlığı	Amacı	Yöntemi	Bulgusu
Akış Roney ve Öztin,	2007	Türkiye	Career Perceptions Of Undergraduate Tourism Students: A Case Study İn Turkey	Bilkent, İstanbul ve Boğaziçi Üniversitelerinde Turizm öğrencilerinin turizmde kariyer yapmaya karşı algılarını analiz etmek amaçlanmıştır.	450 Turizm öğrencisi üzerinde 5'li likert kariyer algı ölçeği içeren bir anket uygulanmıştır.	Turizmde eğitim görme ve mezun olduktan sonra turizmde çalışma isteği ve iş deneyimi turizmde kariyer yapma imajını şekillendiren önemli faktörlerdir. Öğrenciler ucuz işçi olduklarını düşündükleri için ve işyerinde insiyatif kullanamadıkları için meslekte kalmakta kararsız kalıyorlar.
Aksu ve Köksal	2005	Türkiye	Perceptions And Attitudes Of Tourism Students İn Turkey	Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği öğrencilerinin turizm endüstrisinden beklentilerini araştırmak amaçlanmıştır.	16 kapalı uçlu soru içeren anket ve çoklu tutum ölçeği 689 lisans öğrencisi üzerinde uygulanmıştır.	Turizm endüstrisine yönelik olumsuz algı ve davranışlar kaydedilmiştir. Olumlu duygular turizm işletmeciliğini üniversiteye girme sınavında ilk üç sırada yazan ve iş deneyimini yurt dışında yapan öğrencilerden gelmiştir.
S. Kusluyan ve Kusluyan,	2000	Türkiye	Perceptions And Attitudes Of Undergraduate Tourism Students Towards Working İn The Tourism Industry İn Turkey	Turizm öğrencilerinin turizmde çalışmaya yönelik davranışlarını ölçmek için çok boyutlu ve çoktan seçmeli davranış ölçeği geliştirmek ve bu yeni ölçeği kullanarak lisans öğrencilerinin turizmde çalışma isteğini araştırmak amaçlanmıştır.	Çok boyutlu ve çoktan seçmeli davranış ölçeği geliştirilmiştir. 396 öğrenci üzerinde uygulanmıştır.	Katılımcıların %42,5'i sektörün çalışma koşulları hakkında bilgi sahibi olarak turizm bölümünde okumayı tercih etmiştir. Dolayısıyla çoğunluk sektörün çalışma koşulları hakkında bilgi sahibi olmadan bu bölümü seçmiştir. Diğer bir bulgu da katılımcıların bu sektörün farklı yönlerini olumsuz görmeleridir.
Chen vd.,	2000	Tayvan	Tourism students' perceptions of work values: a case of Taiwanese universities	Öğrencilerin iş değerleri algısı ve mesleki seçim yönelimlerini araştırmak amaçlanmıştır.	Tayvan'da dört ayrı üniversitede, konaklama işletmeciliğinde okuyan 311 öğrencinin algısını ölçen iş değeri envanteri ölçeği kullanılarak anket uygulanmıştır.	İşyerinde "Alt-üst ilişkisi", "çalışma ortamı" ve "yaşam tarzı"nın katılımcılar arasında en önemli iş değerleri olduğu bulunmuştur.
Lu ve Adler,	2009	Çin	Career Goals and Expectations of Hospitality and Tourism Students in China	Çin'deki turizm işletmeciliği lisans öğrencilerinin gelecekteki kariyerlerinden ne beklediklerini daha iyi anlamaya çalışmak amaçlanmıştır.	Üniversite öğrencilerinin beklentileri üzerine yapılmış önceki çalışmalar ve kariyer geliştirme konusundaki literatür taraması baz alınarak bir anket geliştirilmiştir. Açık uçlu sorular kodlanmış ve özetlenmiştir.	Sonuçlar, kişisel becerilerini geliştirme, işletme ve yöneticilik dersleri vasıtası ile bölümlerinin öğrencileri hazırlaması adına yüksek beklenti içinde olduklarını göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu lisans sonrası bu alanda yüksek lisans ve doktora yapmaya ve turizmde kariyer sahibi olmaya istekli olduklarını belirtmiştir.
Richardson	2008	Avustralya	Undergraduate Tourism and Hospitality Students Attitudes Toward a Career in the Industry: A Preliminary Investigation	Turizm lisans öğrencilerin sektöre karşı algı ve yaklaşımını araştırmak amaçlanmıştır.	Bu çalışma keşfedici ve nicel bir araştırmadır. Online anket kullanılmıştır.	Katılımcıların çoğunluğu (%88.4) sektörde çalışmayı ilginç bulduklarını ve her gün yeni şeyler öğrendiğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Aynı zamanda katılımcıların çoğunluğu sektörü stresli, çalışma saatlerini uzun bulmuş ve normal yaşama uygun olmadığını düşünmektedirler. Katılımcıların yüzde 37.2 si sezonluk işçilik yüzünden sektörü istikrarlı bulmamaktadır.

Yazar Adı	Yılı	Yeri	Başlığı	Amacı	Yöntemi	Bulgusu
Richardson ve Butler	2012	Malezya	Attitudes of Malaysian tourism and hospitality students' towards a career in the industry	Malezya turizm lisans öğrencilerinin bu endüstriye kariyer seçimi olarak nasıl baktıklarını incelemek amaçlanmıştır.	Malezya'da üç enstitüden 429 turizm öğrencisine, kariyer seçiminde etkili olan 20 faktörü sıralayan bir anket uygulanmıştır.	Sektörün, öğrencilerin önemli bulduğu faktörleri sunmadığı ve bunun sonucunda kalifiye eleman kaybının devam edeceği sonucuna varılmıştır.
Amissah vd.	2020	Gana	Students' Perceptions of Careers in Ghana's Hospitality and Tourism Industry	Gana'da turizm ve otelcilik öğrencilerinin sektörde kariyer yapma niyeti ve algısını araştırmak amaçlanmıştır.	Cape Coast Üniversitesindeki 441 lisans ve yüksek lisans turizm öğrencisine uygulanan anket ile nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır.	Katılımcıların sektörde kariyer yapma algıları olumsuz çıkmıştır.
Umarov vd	2021	Özbekistan	Career Perceptions Of Undergraduate Tourism Students: A Case Study In Uzbekistan	Turizm öğrencilerinin kariyer algılarını analiz etmek amaçlanmıştır.	48 Özbek 4 yıllık turizm ve otel yöneticiliği bölümü öğrencisine anket uygulanmıştır. 1. Bölümde 7 tane demografik soru. 2. Bölümde 12 tane kariyer algısını ölçen 5 li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Roney ve Oztin 2009'un ölçeği kullanılmıştır.	Turizm öğrencilerinin meslek algısı pozitif çıkmıştır. Okul bitince meslekte kalmak istedikleri çıkmıştır.

1.4. Akademik Branş Seçim Motivasyonu ve Meslekte Karar Kılma

1.4.1. Akademik Branş Seçim Motivasyonu

Alan yazında bir çok yazar akademik branş seçim motivasyonunun anlaşılabilmesi için bu kavrama bir motivasyon bakış açısı ile yaklaşmanın gerekliliğini vurgulamakta ve akademik branş seçim motivasyonu olarak tanımlamayı tercih etmektedir. Bu bağlamda akademik branş seçim motivasyonu deyiimi ile lise öğrencilerinin üniversiteye geçişte branş seçimindeki motivasyonları kast edilmiştir.

Üniversite seçimi motivasyonu ile ilgili yapılmış pek çok çalışma mevcuttur (Büyüksalvarcı ve Keleş, 2019; Duru, 2022; Ekinci, 2017; Kim vd., 2002; López-Bonilla vd., 2012; Ocakçı ve Bilgin, 2011; Öztürk ve İlman, 2015; Worthington ve Higgs, 2003). Bu çalışmalarda ana motivasyonlar prestij, iş imkanları ve çalışma koşulları, üniversite puanları, aile ve dışsal tavsiyeler, finansal kazanç, ilgi ve yaşam stili olarak ifade edilmiştir. Sık sık, bu tip araştırmalar içsel ve dışsal motivasyonlar arasındaki ayırım üzerinde durmuştur. İçsel motivasyonlar: keyif almayı, kabiliyeti, öğrencinin kişisel kanaatini ima ederken; dışsal motivasyonlar: tanınırlık, onay dıştan gelen eylemi (prestiji, sosyal kabulü, aile beklentileri, ücretleri) ima etmektedir (Kim vd., 2002; López-Bonilla vd., 2012; Ryan ve Deci, 2000; Tavares vd., 2008).

Alan yazın açısından daha spesifik olarak, mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleki tercih motivasyonlarını araştıran çok az sayıda çalışma (Juaneda vd., 2017; B. O'Mahony vd., 2008; G. B. O'Mahony vd., 2001) olmakla beraber, üniversite seçimi, gelecek ve turizm endüstrisinde kariyer algısı ile ilgili araştırmalarda artış görülmektedir (Akış Roney & Öztin, 2007b; Aksu & Köksal, 2005, 2005; Asan, 2005; Chuang vd., 2007; Goh, 2015; Jamnia & Pan, 2017; Keleş, 2018; M. J. Lee vd., 2008; PJ & Tanwar, 2020; Tukamushaba & Xiao, 2012; N. Türker vd., 2016). Genel görüşe göre Turizm ve Otelcilik bir akademik branş alanı olarak diğer alanlara göre daha az değerli algılanmaktadır (Airey vd., 2015). Alan olarak turizm alanı geçmişten bugüne hep sorgulanmıştır (Airey ve Tribe, 2006). Turizm alanında yapılan çalışmaların kaliteli olmadığı düşüncesi bu çalışmaların itibarını etkilemekte, ve bunun etkileri turizm endüstrisindeki kariyer beklentilerine kadar uzanmakta (Akış Roney ve Öztin, 2007) ve alanın daha az tercih edilmesine neden olmaktadır.

Yüksek eğitimde turizmin diğer popüler bölümlere göre tercih edilmemesinin tek bir sebebi olmamakla birlikte sektörde çalışma koşullarında olumsuz uygulamalar ana sebeplerden birini oluşturmaktadır. Bu anlamda mesleki turizm eğitimi veren kurumların bu alandaki çalışmalarda en iyi öğrencileri tutma ve çekme konusundaki zorluklara ilişkin kaygısını sık sık

ortaya koymasının önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Hatta, bu durumun turizm endüstrisindeki mesleklerin kalitesini de etkilediği vurgulanmaktadır (Airey vd., 2015).

1.4.2. Meslekte Karar Kılma

Meslek, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, belli bir eğitim ile kazanılan, sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan kuralları belirlenmiş iş olarak tanımlanmıştır.

Meslek sosyal, ekonomik, bilimsel ve teknolojik boyutları olan, bireysel ve toplumsal yaşam için zorunlu bir iş bölümü sonucu ortaya çıkmış bir uğraş olgusudur (Ünal ve Ada, 1999)

Meslek seçimi kişinin ilgi duyduğu alanlardan kendine en uygun olanla ilgili tüm bilgi ve birikimi, eğitim ve staj yoluyla öğrenmesi sonucu o mesleğin kendine uygun olup olmadığını, sevip sevmediğine, geri kalan hayatı boyunca yapıp yapmayacağına karar verme sürecidir (Köroğlu, 2014).

Biyolojik, sosyolojik, psikolojik, ekonomik, politik ve şans ile ilgili unsurlar olmak üzere altı adet meslek seçimini etkileyen unsurdan bahsedilebilir. Biyolojik unsurlar: fiziksel özellikler, cinsiyet ve engellilik durumlarını kapsar. Sosyolojik etmenler: aile değerleri, sosyoekonomik yapı, kültür ve çevresel etkileşimlerden oluşur. Psikolojik unsurlar: kişinin duygu, tutum, ilgi, yetenek, manevi değerlerini kapsar. Ekonomik unsurlar: yaşanan yerin ekonomik durumu, teknoloji gibi unsurları kapsar. Politik unsurlar: işsizlik oranları, eğitim imkanları, iş bulma fırsatları olarak düşünülebilir. Şans unsuru ise afet, savaş, kriz gibi beklenmedik olayların gelişmesi durumudur (Ensari ve Hazal, 2017).

Alan yazında mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin meslekte kalmaya ilişkin kararlarını etkileyen unsurları araştıran pek çok yerli (Gürdoğan & Atabey, 2015; 2016; Türker & Türker, 2016) ve yabancı çalışma (Anthony vd., 2021; Cavus & Kaya, 2015; Ghuangpeng, 2011; B. P. Kim vd., 2010; Malubay vd., 2015; Richardson, 2008, 2010; Richardson & Butler, 2012) bulunmaktadır. Bu çalışmalarla ilgili bulgular aşağıdaki tablo 1.2’de detaylı olarak verilmiştir. Mesleki bağlılık ve mesleği bırakma niyeti üzerine etki eden faktörleri inceleyen (Saltık vd., 2016) birey-meslek uyumu ve mesleğin sosyal statüsüne odaklanmışlardır. Mesleki bağlılık kavramını: “Bireyin belirli bir alanda beceri ve uzmanlık kazanmak üzere yaptığı çalışmaların sonucunda mesleğini yaşamında ne derece merkezi bir yerde değerlendirdiğine ilişkin algısı” olarak tanımlarken mesleği bırakma niyeti kavramını: “Bireyin icra ettiği mesleğe yönelik olumsuz yöndeki algıların sonucu olarak kendini gösteren ve buna bağlı tutumsal eğilimleri yansıtan bir olgu” olarak tanımlanmaktadır. Meslekte kalma kararı, pek çok faktörden etkilenmektedir. Alan yazında, turizm eğitimi alan öğrencilerin katılımıyla turizm

eğitimi ve kariyeri konusunda yapılmış pek çok çalışmada meslekte kalma kararı üzerine dolaylı ya da direk etki eden olumlu veya olumsuz koşullar ve çeşitli faktörler ortaya konmuştur. Örneğin yurt içinde ve yurt dışında yapılan araştırmalarda mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin beklenti ve tutumları, mesleğin olumlu ve olumsuz yönlerine dair algıları ve meslekte kalıp kalmama kararı konularında bulgular ortaya konmuştur.

Alan yazında kariyer kararıyla ilgili olarak çok sayıda teorik yaklaşımın olduğunu görmek mümkündür. Bunun sebebi, kariyerin ve insanın birçok boyuttan incelenebilir olmasıdır. Bu boyutlar, psikolojik, sosyolojik, işletme ve eğitim olabilir. Meslekte karar kılma teorilerini ele alan alışmalar (Eshbaugh vd., 2013) (Niles & Harris-Bowlsbey, 2002) incelendiğinde bu teorilerin gruplandırılması konusunda farklı fikirler bulunduğu görülür. Çok fazla teorik yaklaşım olması nedeniyle bunlardan sadece bu tez araştırmasıyla ilgili olanlara değinerek bilgi sadeleştirmesi yapılması uygun grlmştur.

Holland'ın (1985) alışma ortamında mesleki kişilikler teorisine göre ilgi ve evre kariyer danışmanlığında ve yönlendirmesinde kullanılabilir. Holland'a göre mesleki ilgi kişiliğin bir dışa vurumudur. Mesleki ilgi alanları altı başlık altında kavramsallaştırılabilir.

1. Gerçekçi (Realistic)
2. Araştırmacı (Investigative)
3. Sanatsal (Artistic)
4. Sosyal (Social)
5. Girişimci (Enterprising)
6. Geleneksel (Conventional)

Gelatt (1962) meslek kararının üç aşamadan oluştuğunu söyler. İlk aşama ihtimalleri, olası sonuçları ve gerçekleşme olasılığını inceler. İkinci aşamada elde edilen sonuçlar değerlendirilir ve istenen sonuç için harekete geçilir. Son aşama karar aşamasıdır. Karar verme aşamasında ayrıntılı bilgiye ihtiyaç olduğu belirtilmiştir.

Bergland, (1974) karar kılma aşamasını sıralı bir aşama olarak tanımlar. Bunlar problemin hissedilmesi, ortaya konması, alternatiflerin belirlenmesi, alternatiflerle ilgili bilgi edinilmesi, edinilen bilgilerin değerlendirilmesi, uygun olanın seçilmesi ve sonuçların gözden geçirilmesi aşamalarından oluşur.

Krumboltz, (1996) meslek seçiminde sosyal öğrenme kuramına dayanan davranışsal bir yaklaşım sergilemiştir. Meslek seçiminde çevresel koşullar, genetik aktarımlar, tecrübe ve yaklaşımların karar verme becerilerinin gelişmesinde etkilidir.

Gottfredson'a, (1981) göre meslek tercihi insanın sosyal çevrede yerini alma uğraşısıdır. Psikolojik faktörler meslek seçiminde etkilidir fakat kişiler sosyal kimlikleri için psikolojik

özelliklerinden fedakârlık edebilirler. Kişinin kendine ilişkin algıları kararlarını şekillendirmektedir. Meslek kararı bir uzlaşma gerektirir. Bunun için seçenekler daraltılır, istenmeyen seçenekler çıkarılır, istenen seçenekler üzerinden çevre faktörleriyle en uyumlu olan seçilir. Gottfredson psikolog ve sosyologların meslek seçimine farklı bakış açılarından baktıklarını, tek taraflı görüşün yanıtılabileceğini bu nedenle birleştirici bir görüş olan uzlaşma ve daraltma teorisini oluşturmuştur. Bu teori, kariyer seçimi ve gelişimine sosyolojik ve gelişim açısından bakmaktadır. Değişik etnik grup ve sosyal sınıftan kişilerin farklı tercihleri olması bu farklılaşmanın erken çocukluk döneminde başlaması, kişilerin ilgi alanları dışındaki alanları seçmeleri Gottfredson'un ilgilisi çekmiş ve meslek tercihlerinde sosyal faktörlerin etkisini vurgulayan bir teori geliştirmiştir. Uzlaşma ve daraltma teorisine göre meslek seçimleri, yetenek, sosyal sınıf, fiziksel ve bilişsel faktörlerin kişiliğe etkisiyle oluşmaktadır. Bu teoride kişilik en büyük etkiye sahiptir çünkü kişiler kişiliklerine uygun meslekleri seçerler. Gottfredson'a göre kişilik dört aşamada gelişir: 3-5 yaş arası güven alışma, 6-8 yaş arası cinsiyete alışma, 9-13 yaş arası sosyal değerlere alışma, 14 yaş ve üstü içsel benliğe alışma aşamaları. Meslek seçiminde insanlar sosyal kimliklerini korumak için psikolojik özelliklerinden fedakârlık edebilmektedirler Uzlaşma ve daraltma kuramıyla kişinin özünü tanıması çok önem arz eder ve Gottfredson'un uzlaşma ve daraltma kuramında dört süreç vardır:

- Bilişsel büyüme (Yaş ilerledikçe yeteneklerin gelişmesi)
- Öz yaratım (İçine özüne dönme ve kişilik gelişimi)
- Daraltma (Az tercih edilen mesleklerin elenmesi)
- Uzlaşma (Meslek seçiminde dış etkenlere dikkat ederek uyumlanma)

(Hilton, 1962) beş çeşit karar verme modeli ortaya koymuştur. Bunlar:

- Nitelik Eşleştirme Modeli (The Attribute-Matching Model): Kişilik özelliklerine göre meslek seçimi.
- İhtiyaç Azaltma Modeli (The Need-Reduction Model): İhtiyaca göre meslek seçimi.
- Muhtemel Kazanç Modeli (The Probable Gain Model): Geliri yüksek olan mesleğin seçimi.
- Sosyal Yapı Modeli (The Social Structure Model): Bireye toplum tarafından sağlanan esneklik ve sınırlar üzerinden meslek seçimi.
- Karmaşık Bilgi Modeli (The Complex Information Model): Bireyin kendisi ve çevresi arasındaki çatışmayı en aza indiren meslek seçimi.

1.4.3. Akademik Branş Seçim Motivasyonu ve Meslekte Karar Kılma Konusunda Yapılmış Araştırmalar

Kember vd. (2010) İspanya’da liseyi bitiren öğrenciler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında öğrencilerin üniversite öncesindeki motivasyonlarının bölüm seçimlerini etkilediğini ortaya koymuştur.

Turizm programını seçme motivasyonu konusunda yapılan araştırmalara öncülük eden G. B. O’Mahony vd. (2001) Avustralyalı öğrencilerin turizm bölümüne ilgisini çalışmış ve kariyer amacının en önde gelen sebep olduğunu belirlemiştir.

Juaneda vd. (2017) öğrencilerin turizm branş seçimi ‘itibar, prestij ve iş olanakları, ‘dış etkiler ve çalışma kolaylığı’ ve ‘kendini gerçekleştirme ve alan çekiciliği’ faktörlerini içeren üç alt boyutlu motivasyon faktörleriyle incelenmiştir. Juaneda vd. (2017) araştırmasında iki açıdan turizm programı derecesine yönelik algı ve motivasyonu ele almıştır: birincisi aday öğrencilere (üniversiteye daha başlamamış) bu sayede önyargıdan uzaklar, ikincisi sadece turizme değil diğer alanlara da uygulamışlardır, bu sayede karşılaştırma imkanı bulunmuştur. Birçok ülkeye göre özellikle İspanya’da otuz yıllık uygulama sonucu turizm otelcilik 4 yıllık üniversite bölümü en güçlü aşamasına ulaşmıştır. Bu çalışma bu bölümlerin sağladığı öğrencilerin bu bölümlere karşı algıları, özellikle itibar ve kariyer imkanlarıyla ilgili prestijine, bu açılardan öğrencilerin bu bölümü seçmedeki motivasyonları çalışılmalıdır (Juaneda vd., 2017).

Üniversite eğitimi, gelişmekte olan ülkelerde modernleşmenin işareti olarak görülmektedir (Apaydın ve Seçkin Kapucu, 2017). Araştırmalar gösteriyor ki üniversite seçerken aile, akran, kardeş, akraba, öğretmen ve akademik itibar gibi faktörler (Briggs ve Wilson, 2007; Galotti ve Mark, 1994; Telli Yamamoto, 2006); üniversitenin büyüklüğü ve coğrafi konumu (Leister ve Maclachlan, 1976; Wagner ve Fard, 2009); kütüphanesi, kaliteli öğrenim, bilişim, altyapı, bilimsel araştırma, kaliteli programlar, destekçi yönetim, sportif faaliyetler, kantin, yurtdışı değişim programları (Tavares vd., 2008); üniversitenin itibarı, eğitim kalitesi, mezunların iş bulabilme yüzdesi (Briggs, 2006); işin saygınlığı, öğrenci yaşam eğlencesi (Tatar ve Oktay, 2006); arkadaşlarının aynı üniversiteyi seçmesi, okulun ücreti, etrafındaki konaklama yerlerinin yakınlığı, akademik kalite ve itibar (R. C. Brown vd., 1999) (Dawes ve Brown, 2005) (Moogan vd., 1999); arkadaş ve öğretmen tavsiyesi, aile ve rehberlik yönlendirmeleri, okulun web sayfası, kulaktan kulağa duyulanlar, reklamlar, kampüs ziyaretleri (Briggs ve Wilson, 2007) dikkate alınmaktadır.

Aydemir'in (2018) “Üniversite Öğrencilerinin Meslek Tercihlerini Belirleyen Faktörlere Yönelik Bir İnceleme” başlıklı araştırması sonucunda öğrencilerin büyük bir oranının kendi kararları ve tavsiyeler yardımıyla yeteneklerine uygun, avantajlı, itibarı olan

meslekleri seçme eğiliminde oldukları görülmektedir. Kariyer, iş imkânı, gelir gibi etmenleri düşünerek bilinçli tercih yaptığını düşünen öğrenciler hedeflerine uygun bölüm seçmişlerdir. Baltacı vd. (2012) yaptıkları “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlemesine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı çalışmada öğrencilerin bölüm seçimini üniversite sınavından alınan puan ve mesleği sevip sevmemelerinin belirlediği tespit edilmiştir.

İbiş vd., (2016) “Turizm Öğrencilerinin Bölüm Tercihinde Genel Bilgi Düzeylerinin Rolü” başlıklı araştırmasında belirlenen çekicilik, prestij ve kolaylık boyutlarına göre turizm bölümünde okumayı isteyerek seçenlerin, istemeyerek seçenlere oranla daha olumlu düşünmekte olduğu bulunmuştur. Işık vd. (2017) meslek lisesi öğrencileriyle yaptıkları çalışmada öğrencilerin çoğunluğu turizmi ve turizm okulunu isteyerek seçtiklerini ve yükseköğrenime turizm ile ilgili bir bölümde devam etmek istediklerini belirtmişlerdir.

İbiş vd. (2016) yaptıkları çalışmada turizm öğrencilerinin turizm bölümünü seçme sebeplerinin: mesleği sevmeleri, turizm mesleğini kendilerine uygun bulmaları, meslekte gelecek görmeleri, farklı insanlarla iletişimi sevmeleri, aile ve hoca tavsiyesi, eğlenceli oluşu, ilgi alanı olması, dil öğrenimine faydası ve turizm lisesi mezunu olmak olarak tespit etmiştir. Bunun yanı sıra bölüme istemeden geldiğini söyleyen çok sayıda öğrenci de belirlenmiştir.

Yurt içinde mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerle yapılan çalışmalardan bazılarındaki önemli ve nihai olarak meslekte kalma kararıyla ilişkili bulgular çalışmaların tarihsel sırasına göre aşağıda özetlenmiştir:

Birdir'in (2002) çalışmasında, olumsuz sebeplerin başında, prestij, ücret ve iş güvencesinin yetersizliği, terör, siyasi istikrar gibi faktörlere bağlı riskin yüksekliği, mesleğin kişiye prestij kazandırmaması ve mesleğin bireyin gelecekteki yaşam beklentisiyle uyumlu olmaması gibi nedenler ortaya konmuştur. Benzer şekilde Mersin’de mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm mesleğinde kalmak istedikleri ancak sektörün çalışma koşullarını ağır buldukları için sektörde kalma niyetlerinin olumsuz olduğu bulunmuştur (Duman vd., 2006). Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi öğrencileriyle yapılan çalışmada akademik branş memnuniyetine etki eden beklenti ihtiyaç ve hizmet kalitesi faktörlerinin alan ve mesleki karar seçimindeki önemi ortaya konmuştur (Güzel, 2006).

Çatı ve Bilgin'in (2013) “Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri” başlıklı çalışması Türkiye’nin yedi bölgesinden turizm öğrencilerinin katılımıyla yapılmıştır. Araştırmada turizm bölümünü tekrar seçerdim diyen öğrenci sayısının tekrar seçmezdim diyen öğrenci sayısından daha fazla olduğu görülürken, meslekte karar kılanların oranı %49.5, kararsızların oranı %26.6 ve meslekte kalmak istemeyenlerin oranı %23.9 olarak

çıkıştır (Çatı ve Bilgin, 2013). Sakarya Üniversite'sinde mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerle yapılan araştırmada öğrencilerin %62'si sektörde kalmaya karar verdikleri, geri kalanların ise farklı sektörlere geçmeyi planladıkları ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada ayrıca turizm sektörüne ilişkin uzun mesai, iş yükünün fazla olması, işten çıkarılmaların keyfi oluşu, aile yaşamına uygun olmayan iş koşullarının oluşu, kurumsallaşmanın olmayışı olumsuz faktörler olarak öğrenciler tarafından belirtilmiştir (Ulama vd., 2015).

Turizm mesleğinde kalma kararının bağlı olduğu faktörleri araştıran araştırmalardan, Turpcu ve Akyurt (2018) sektör tecrübesi olmayan öğrencilerin olan öğrencilere göre daha çok kariyer stresi ve kariyer belirsizliği yaşadıkları ve buna bağlı olarak mesleki bilgilerinin daha eksik olduğu sonucuna ulaşırken, Çınar ve Yenipınar (2019) turizm rehberliği öğrencilerine uyguladıkları anket ile, okudukları okulu üniversite sınavında ilk on tercih arasına koyanların turizmde kalma niyetleri diğerlerine oranla daha yüksek çıkmıştır. Çoğu turizm mezununun okul sonrası, sektörde edindikleri deneyimler sonucu memnun kalmadıkları ve sektörü bıraktıklarını gösteren çalışmalar da mevcuttur (Kusluvan ve Kusluvan, 2000: 251; Ural ve Pelit, 2002: 76-77). Turizm öğrencileriyle yapılan bir diğer araştırma da kadınların erkeklere oranla turizmde çalışma konusunda daha eğilimli olduklarını, isteyerek turizm okuyanların istemeyerek okuyanlara göre daha eğilimli olduklarını ortaya koymuştur. Sektörde çalışıp olumsuz şartları görenlerin sektörde kalma isteğinin düştüğü tespit edilirken buna ek olarak ayrıca araştırmaya katılanların yarıdan fazlası bu meslekte kalmak istemediklerini belirtmişlerdir (Köşker ve Unur, 2017).

Orhan'ın 2015 yılında Türkiye genelinde mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin katılımı ile yaptığı araştırmada çalışılan işletmenin yönetimine ilişkin olumlu bakış açısıyla meslekte kalma niyeti arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Araştırmanın katılımcıları turizm işletmeleri ve sektörde maaşların düşüklüğü, uzun çalışma saatleri, mesailerin ödenmemesi meslekte kalma isteğini olumsuz yönde etkilediğini; iş güvencesi, ücretli izin, mazeret izni, mesai ücreti, ikramiye, ücretli doğum izni gibi sosyal hakların meslekte kalma kararında büyük etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca bu araştırmada turizm öğrencilerinin yasal haklarının yeterli olmaması nedeniyle meslekte kalmama kararı alabildikleri tespit edilmiştir. Çalışma koşullarının ağırlığı turizm sektörüne olan ilgiyi olumsuz etkilediği, kariyer ve terfi olanakları iyileştirildiğinde meslekte kalma isteğinin artacağı tespit edilmiştir (Orhan, 2015).

Alan yazında, turizm öğrencisinin bölümü severek ve ilk sırada tercih ettiği, mezunların sektörde kaldığını gösteren araştırmalar da mevcuttur. Örneğin İbiş vd. (2016)'nın araştırmasında bölüme isteyerek geldim diyen öğrencilerin oranı yüzde 70.5'tir. Turizm alanında çalışmak ister misiniz sorusuna evet diyen öğrencilerin oranı da yüzde 87.3'tür bu

durum çoğunluğun turizm sektöründe kalma kararı verdiğini göstermektedir. Kaya vd. (2020) Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, fiziksel çalışma koşulları, sosyal statü, ücret, yöneticiler ve promosyon fırsatları gibi değişkenlerin sektörde kalma niyeti değişkenine istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etki ettiğini ortaya koymuştur.

Türkiye’de mezun öğrenciler üzerinde yapılan araştırmalar da bulunmaktadır. Bu alanda yapılmış çalışmalarda tarihsel olarak sırasıyla, mesleki turizm eğitimi almış çalışanların oranı %6 (Hacıoğlu, 1985) %22 (Ağaoğlu, 1991) %25 olarak bulunmuştur (M. Şahin ve Bakanlık, 1999) %37 olarak bulunmuştur (Aksu, 18.07.2022). Tarihsel sırada verilen bu oranlar turizm sektöründe artan istihdam ile birlikte üniversite mezunu oranının da arttığını göstermektedir. Örneğin Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yükseokulu mezunlarının %31’inin meslekte kaldığı, %69’unun meslek değiştirdiği tespit edilmiştir (Avcıkurt vd., 2012). Bunun sebeplerinin başında, çalışırken düzenli bir aile yaşamına sahip olamamak, sektörün sezonluk yapıda olması, maaşların azlığı ve çalışma saatlerinin dengesizliği olarak tespit edilmiştir (Avcıkurt vd., 2012).

Richardson (2009) Avustralya’da turizm öğrencileri üzerine yaptığı araştırmasında öğrencilerin çoğunluğunun turizmde kariyer kararı veremediklerini bulmuştur. Wu (2013) turizm öğrencileri ile mezunlarını karşılaştığında öğrencilerin turizmde çalışma istekleri daha fazlayken, mezunların kamuda çalışmak istedikleri tespit edilmiştir.

Turizmde çalışma şartlarının zorluğu, çalışma saatlerinin uzunluğu, yorucu ve stresli oluşu, aile hayatını olumsuz etkilemesi, yeterince prestijli bulunmaması gibi sebeplerden dolayı kariyer tercihi olarak kabul edilmemektedir (Airey vd., 2015; Birdir, 2002; S. Kusluyan ve Kusluyan, 2000; Richardson, 2010; Türkay vd., 2011).

Araştırmalarda, öğrencilerin turizm mesleğinde çalışılmasına yönelik tutumlarının turizm mesleği olarak genellemek yerine meslek içindeki işlerin farklılığına göre pozitif veya negatif tutum içine girildiği görülmektedir. Örneğin önbüro bölümünde çalışmak tercih edilirken, animasyon ve rekreasyon bölümünde çalışma isteğinin daha az olduğu görülmüştür (Airey ve Frontistis, 1997; Turkay vd., 2012).

Turizm öğrencilerinin meslek algısı ve meslekte kalma niyetlerine ilişkin çalışmalar yapılmış ve çözüm önerileri getirilmiş olmakla birlikte, turizm mesleğinin halen kariyer olarak tercih edilmediği bir çok araştırmada görülmektedir (Atef ve Balushi, 2017; Juaneda vd., 2017; Thompson, 2017; Solmaz vd., 2012; Aksu ve Köksal 2005; Cooper ve Shepherd 1997; Güzel 2006; Solmaz ve Erdoğan, 2013; Aksu ve Köksal, 2005; Duman vd., 2006)). Sektörde staj yapan öğrencilerin yapmayanlara göre sektöre bakış açılarının olumsuz yönde değiştiği,

aldıkları eğitimin stajlara fayda etmediği, stajyerliğin ucuz işgücü olarak görülmesi stajın öğrencileri meslekten uzaklaştırdığı ve zamanla turizm sektöründen soğudukları görülmektedir (S. Kusluvan ve Kusluvan, 2000; Pelit ve Öztürk, 2010; Ünlüönen vd., 2010) Turizm mezunlarının birkaç yıl içerisinde sektör değiştirdiklerini saptayan araştırmaların (Altman ve Brothers, 1995; Brymer ve Pavesic, 1990; Pavesic ve Brymer, 1990; Baltacı vd., 2012; T. Güzel vd., 2014) yanı sıra az sayıda araştırma çalışanlardaki tecrübe kaynaklı kişisel değişimler üzerinde durmaktadır. Sektörü bırakanlarla yapılan derinlemesine mülakatlarda beş boyut ortaya çıkmıştır: duygusal yönetim, dışadönüklük/içedönüklük, iş yeterliliği, kişisel gelişim ve hırs. (T. Y. Cheng ve Tung, 2019)

Öğrencilerin turizm sektörüne olumlu baktığını gösteren çalışmalar da mevcuttur (Dinçer vd., 2013, Köşker ve Unur, 2017, T. Güzel vd., 2014, Ulama vd., 2015, Isayeva, 2018). (Chuang ve Dellmann-Jenkins, 2010) araştırmasında öğrenciler kariyer yapma isteklerinin sektörün sosyal faydaları ve eğlenceli olması gibi sebeplere dayandığını, ancak iş güvenliği ve maaşların düşüklüğünün olumsuz yönleri olduğunu vurgulamışlardır. Cavus (2015) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesinde yaptıkları araştırmada turizm öğrencilerinin sektöre karşı iyimser oldukları sonucuna varılmıştır.

(Chang ve Tse, 2015)'in çok az sayıda turizm öğrencisinin turizm sektöründe kaldığını; turizm mesleklerinin, diğer sektörlerle göre daha az maaş verdiğini gösteriyor.

Farklı kültürlerde turizm öğrencileri bağlamında gerçekleştirilen az sayıda araştırmanın ortaya koyduğu değerli bulgulardan da anlaşılacağı üzere turizm öğrencileri için mesleki prestij, okul prestiji, akademik branş seçim motivasyonu, akademik branş memnuniyeti ve meslekte karar kılma kavramları büyük önem arz etmektedir ve bu kavramlar arasındaki ilişkilerin görgül araştırma bulguları ışığında ayrıntılı bir irdelemeye gerek duyulduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1.2 Meslekte Kalma Kararını Etkileyen Unsurlar

Yazar Adı	Yılı	Yeri	Başlığı	Amacı	Yöntemi	Bulgusu
Cavus ve Kaya	2015	Kırgızistan	Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumu	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nda lisans eğitimi alan 3. ve 4. sınıf Meslekte Kalma Kararını Etkileyen Unsurlar öğrencilerinin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.	Araştırma verileri, 143 öğrenciden, 5'li likert tutum ölçeği olan anket soruşturması ile toplanmıştır.	Araştırmada, öğrencilerin çoğunluğunun gelecekte turizm endüstrisinde kariyerlerine devam etmek istedikleri ve uzun dönemde turizm işletmelerinin üst pozisyonlarında yer almak istedikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca öğrencilerin turizm endüstrisine yönelik olumlu bir tutuma sahip oldukları, ancak sektörün genel yapısından kaynaklanan olumsuz durumların da farkında oldukları görülmüştür.
Gürdoğan ve Atabey	2015	Muğla, Türkiye	Öğrencilerin Meslek Stajından Memnuniyet Düzeylerinin Kariyer Hedeflerine Etkisi	Öğrencilerin sektörden kariyer anlamında beklentileri ve staj sırasında elde ettikleri olumlu ve olumsuz deneyimlerin bu beklentiler üzerindeki etkileri ölçülmeye çalışılmıştır.	Kariyer hedefleri ile ilgili 208 turizm yüksekokul öğrencisine anket uygulanmıştır.	Öğrencilerin gelecekte yapmayı düşündükleri iş ya da işlerde turizmde kariyer yapma düşüncelerinin olumlu yönde olmadığı, kararsızlık içinde oldukları dikkat çekmektedir.
Türker ve Türker	2016	Muğla, Türkiye	Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İletişim Becerileri Düzeylerinin Turizm Sektöründe Kalma Eğilimlerine Etkisi: Ortaca MYO Örneği	Bu çalışma iletişim becerilerini gerekli kılan önemli sektörlerden biri olan turizm alanında eğitim alan meslek yüksekokulu öğrencilerinin iletişim becerileri düzeylerinin turizm sektöründe kalma eğilimleri üzerindeki etkisini ölçmek amaçlanmıştır.	Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmış olup araştırma evreni olarak Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca Meslek Yüksekokulu belirlenmiştir. 315 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda öğrencilerin iletişim becerileri faktörlerinden bazılarının turizm mesleğine bakış açıları ve bu mesleği yapma eğilimleri üzerinde etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.	Bu çalışmada iletişim becerilerinin sektörde kalma eğilimini yüzde on beş gibi bir oranda açıkladığı tespit edilmiştir
Anthony vd.	2021	Ghana	Factors influencing undergraduate hospitality students' intentions to choose careers in the hospitality industry	Turizm lisan öğrencilerinin turizm sektöründeki kariyer seçimlerini incelemektir	Ülke çapında hem geleneksel hem de teknik üniversitelerde okuyan 1,341 lisans öğrencilerinden oluşan bir araştırmadır.	Sonuçlar, kişinin kendi misafirperverlik işini yürütme niyetinin, Misafirperverlik kariyerlerine olan ilgisinin, sektördeki kariyerlere uygun bir kişiliğe sahip olmanın ve akran etkisinin öğrencilerin misafirperverlik kariyeri seçmekteki en iyi belirleyicileri olduğunu göstermektedir
Ghuangpeng,	2011	Thailand and Australia	Factors influencing career decision-making: a comparative study of Thai and Australian tourism and hospitality students	Mevcut çalışma, Tayland ve Avustralyalı turizm ve misafirperverlik öğrencilerinin kariyer kararı verme sürecini yönlendiren faktörlerin neler olduğunu araştırmaktadır	Data toplamak ve analiz etmek için nicel ve nitel yöntemler kullanılmıştır	Bu araştırmada, kariyer kararı vermenin karmaşık bir süreç olduğu sonucuna varmıştır. Her ne kadar bu araştırma öğrencilerin kariyer kararlarını nasıl verdiklerini göstermek için yapılandırılmış bir model sağlamışsa da, öğrencilerin kararlarıyla ilişkili karmaşık faktörlerin çeşitliliğini tanımak şarttır

Yazar Adı	Yılı	Yeri	Başlığı	Amacı	Yöntemi	Bulgusu
B. P. Kim vd.	2010	Amerika Birleşik Devletleri	The new generation in the industry: Hospitality/Tourism students' career preferences, sources of influence and career choice factors	Amerika'daki turizm lisans öğrencilerinin kariyer tercihlerini ve bu tercihleri etkileyen faktörleri belirlemektir	Bu çalışmada 5 noktalı likert ölçeği kullanılmıştır ve çalışmaya 20 üniversiteden 550 öğrenci katılmıştır	Otel endüstrisi, Restoran/Yiyecek endüstrisine göre daha çok tercih edilmiş. Kariyer kararında iş tecrübesi, kişisel deneyim en çok etki eden nedenler olarak bulunmuş.
Malubay vd.,	2015	Filipinler	Factors affecting the decision of freshmen students in pursuing hospitality and tourism programs in Lyceum of the Philippines University-Laguna: Basis for enhancement	Demografik faktörlerin turizm bölümünü seçmede etkisini araştırmak.	174 Filipin Uluslararası Seyahat ve Turizm İşletmeciliği öğrencilerine ekonomik ve demografik sorular içeren anket uygulanmıştır.	Sonuçlar katılımcıların çoğunluğunun 17-19 yaşları arasında, kadın, Filipinli, turizm öğrencileri ve finansal güce sahip olduğu bulunmuştur. Yaş ile sosyal etkenler; uyruk ile ekonomik faktörler arasında belirgin bir ilişki bulunmuştur.
Richardson ve Butler,)	2012	Malezya	Attitudes of Malaysian tourism and hospitality students' towards a career in the industry	Araştırma, Malezya turizm lisans öğrencilerinin bu endüstriye kariyer seçimi olarak nasıl baktıklarını incelemektir.	Malezya'da üç enstitüden 429 turizm öğrencisine, kariyer seçiminde etkili olan 20 faktörü sıralayan bir anket uygulanmıştır.	Sektörün, öğrencilerin önemli bulduğu faktörleri sunmadığı ve bunun sonucunda kalifiye eleman kaybının devam edeceği sonucuna varılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL YÖNELİMLERİN ETKİSİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ PRESTİJ ALGILAMALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: AMERİKA TÜRKİYE ÖRNEĞİ

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin branş seçimine etki eden motivasyon faktörlerini, akademik olarak çalıştıkları branştan memnuniyetlerini, okudukları okulun prestij algılarını ve mesleki prestij algılarını tespit etmek ve tüm bu faktörlerin meslekte karar kılma kararları üzerindeki etkisini ve kültürler arası farklılıkları araştırmaktır. Araştırma Türkiye ve Amerika'daki turizm öğrencilerinden seçilen örneklem ile araştırmacının geliştirdiği bir model çerçevesinde yapılmıştır.

2.2. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırma verileri nicel analizlerde kullanılan paket programlardan SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versiyon 22.0 ve SAS (Statistical Analysis Software) versiyon 9.4 analiz edilmiştir. Araştırmadaki sayım temelli nicel değişkenler sayı ve yüzde tanımlayıcı istatistikleri ile sunulurken, ölçüm temelli nicel değişkenler ortalama ve standart sapma tanımlayıcı istatistikleri ile sunulmuştur. Normal dağılıma uygunluk testlerinden Shapiro-Wilk kullanımı sonucunda verilerin normal dağılım gösterdikleri görülmüştür. Analizlerin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadıkları parametrik testler kullanılarak belirlenmiştir. Bu anlamda üç ve üzeri kategorik değişkenler (örneğin 1., 2., 3., ve 4. Sınıf öğrencileri) arasındaki farklılıkların analizinde varyans analizi kullanılırken, iki kategorik değişken (örneğin cinsiyet veya ABD ve Türkiye'deki öğrenciler) arasındaki farklılıkların analizinde t testi kullanılmıştır. Kategorik değişkenler arasındaki ilişki ve farklılıklar ki-kare ile analiz edilirken sırasal değişkenler arasındaki ilişki ve farklılıkları Pearson korelasyon ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin genel ve alt boyutlarına ilişkin ortalama ve standart sapma tanımlayıcı istatistikleri ilgili tablolarda sunulmuştur.

Çalışmada kullanılan Türkçe'ye uyarlanmamış ölçeklerin faktör yapılarının doğruluğu ve ölçek ile verinin uyumu doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Bu test ile Türkçe'ye uyarlanmış ölçeklerin uyum iyiliği indeks değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde olması bu ölçeklerin faktör yapısının doğruluğunu ve geçerliliğini desteklemektedir. Uyum iyiliği indeks değerleri kabul edilebilir sınırların altında olan ölçeklere açımlayıcı faktör analizi uygulanarak yeni, modifiye edilmiş bir faktör yapısının elde edilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada kullanılan ölçekler arasındaki çoklu ilişkiler yapısal eşitlik modeli ile ortaya konmuştur. Yapısal eşitlik modeli bu çalışmada da kullanılan diğer istatistik tekniklerinden farklı olarak değişkenler arasındaki gözlenebilen ve gözlenemeyen ilişkileri bir model içinde farklı teknikleri kullanarak ortaya koyabilmektedir. Gözlenemeyen gizil değişkenler yapısal eşitlik modeli analizinde en önemli öğelerindedir. Yapısal eşitlik modeli, gözlenemeyen değişkenler arasında bir sebep sonuç ilişkisinin varlığını ve gözlenemeyen değişkenlerin gözlenebilen değişkenler vasıtasıyla ölçülebildiğini öngörmektedir (Sümer, 2000).

Ölçeklerin güvenilirliğini görmek Cronbach Alpha güvenilirlik değerleri kullanılmıştır. Anlamlılık düzeyi olarak 0.05 değeri kullanılmıştır.

2.3. Ana Kütle ve Örneklem Seçimi

Araştırma evreni üniversitelerin turizm bölümünde okuyan lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencileri olarak belirlenmiştir. Ancak evrenin tamamına ulaşmanın zorluğu, maddi yetersizlik ve zaman darlığından dolayı örneklem seçimine gidilmiştir. Çalışma grubundaki öğrencilerin belirlenmesinde kolayda örnekleme metodu kullanılmıştır. Verilere ulaşmada öncelikle öğrencilere ulaşılabilirlik baz alınmıştır. Bu örnekleme biçimi para, zaman ve çaba açısından kolaylaştırmaktadır. Bu araştırmanın çalışma grubunu Türkiye’de ve Amerika’da bulunan üniversitelerdeki turizm bölümlerinde öğrenim gören lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda toplam 425 öğrenci ile yüz yüze ve internetten Qualtrics aracılığı ile anket uygulanmıştır. Bu öğrencilerin 154’ü Amerikalı, geri kalan 271’i ise Türk’tür. Örneklem sayısının yeterliliği hesaplanırken (Tavşancıl, 2002) anketteki ölçek ifadeleri sayısının beş kat üzerinde olmasının uygun olacağı belirtilmiştir. Dolayısıyla anketimizde 28 ifade yer aldığı için örneklem büyüklüğü yeterli kabul edilebilir.

2.4. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Bu çalışmada nicel bir araştırma stratejisi uygulanarak veriler anket formu yöntemi ile toplanmıştır. Veriler öğrencilere anket formları ve qualtrics linki verilerek toplanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu dört bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, demografik sorular, cinsiyet, doğum yılı, bulunduğu sınıf, turizmde çalışma süresi ve mezun olunan lise türü gibi ifadeler yer verilmiştir. İkinci bölümde, her biri 24 madde olan Saygı, Onur/Gurur ve Genel Prestij olmak üzere üç alt boyuttan oluşan mesleki prestij algısıyla ilgili sorular yer almıştır. Üçüncü bölümde, okulun prestijini (Mael ve Asforth, 1992) ölçen 7 maddelik, akademik branş memnuniyetini (Nauta, 2007) ölçen 6 maddelik ve branş olarak turizmi seçmedeki motivasyonları (Juaneda vd., 2017) ölçen 12 maddelik ölçekler ve meslekte karar

kılma algısını (Adams, 2009) ölçen 3 maddelik ölçek yer almaktadır. Araştırmada kullanılacak olan soru formu ekte verilmiştir. Ölçek izinleri e-mail yoluyla istenmiştir. Anket hem Türkiye’de hem Amerika’da uygulanmış olup anketin İngilizcesi ölçeklerin orijinal makalelerinden bulunmuş ve eklenmiştir. Ankette kullanılan ölçekler aşağıda açıklanmıştır.

Veri Toplama Araçları:

Anket formu oluşturulurken 5 ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekler:

Mesleki prestij ölçeği: Shapoval ve Pizam (2017) tarafından geliştirilmiş - Türkçe’ ye uyarlaması araştırmacı tarafından yapılmıştır.

Okul prestij ölçeği: Mael ve Asforth (1992) tarafından geliştirilmiş - Türkçe’ ye uyarlaması Çalık Var (2013) tarafından yapılmış, Yeşiltaş, Türkmen ve Ayaz (2011) α :0.77; Tak ve Çiftçioğlu (2009) α :0.84; Bardakoğlu ve Akgündüz (2016) α :0.74; (Özgür(2015) α :0.85) tarafından kullanılmıştır.

Akademik branş memnuniyeti ölçeği: Nauta'nin (2007) geliştirdiği ölçeği Gür- Erdoğan ve Arsal (2015) Türkçeye uyarlamıştır.

Bölüm seçim motivasyonu ölçeği: (Juaneda vd., 2017) tarafından geliştirilmiş- Türkçe’ ye uyarlaması araştırmacı tarafından yapılmıştır. .

Meslekte karar kılma ölçeği: Adams (2009) tarafından geliştirilmiş - Türkçe’ ye uyarlaması araştırmacı tarafından yapılmıştır.

2.4.1. Mesleki Prestij Ölçeği

Mesleki prestij sorusuna yanıt aramak için, Shapoval ve Pizam'ın (2017) araştırmasında, Hodge vd. 1964'ten uyarlanarak oluşturulmuş olan ölçek kullanılmıştır. Mesleki prestij ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine ilişkin ve Cronbach alfa değerleri, saygı (respect) için 0,97, onur/gurur (honor/pride) için 0,98 ve prestij (prestige) için 0,97 olarak bulunmuştur. Prestijin birçok yan anlamı olmakla birlikte, mesleki prestiji daha derin bir şekilde anlamak için orijinal soruları Gusfield ve Schwartz’ın (1963) mesleki prestij tanımı kullanılarak genişletilmiş ve sadece genel çerçevede bir soru sormak yerine, üç soru sorulmuştur. Meslekleri listeleyp, verilen mesleklerin ayrı ayrı *saygı (respect)*, *onur/gurur (honor/pride)*, *prestij (prestige)* düzeyleri sorulmuştur. Tüm bu maddeler her bir meslek için 0-10 arasında kayan ölçekle (sliding scales) puanlandırılmıştır. Bu değişkenler, turizm mesleklerinin prestij algısını ölçmek için kullanılmıştır. Shapoval ve Pizam (2017) çalışmalarında 12 turizm mesleği ve 12 turizm dışı meslek seçimini tüm seviyelerden hem yönetici hem de yönetici olmayan pozisyonlar seçmişlerdir. Lisans düzeyi öğrencilerin ileriki hedefleri yönetici pozisyonuna

gelmek olduğu için, bu araştırmada yönetici pozisyonundaki meslekler (önbüro müdürü, kat hizmetleri müdürü, aşçıbaşı, halkla ilişkiler müdürü, otel genel müdürü, yiyecek içecek müdürü, muhasebe müdürü, turist rehberi, seyahat acentası müdürü, satış müdürü, rekreasyon müdürü, insan kaynakları müdürü) seçilmiştir, böylelikle daha çok alan dışı meslekle (hemşire, öğretmen, polis, muhasebeci, bankacı, gazeteci, akademisyen, devlet memuru, avukat, eczacı, doktor, mühendis) karşılaştırma imkanı sağlanmıştır. Turizm mesleklerinin bire bir karşılığını bulmak mümkün olmamakla birlikte, mesleklerin benzerlik derecelerine, müşteri ilişkilerine, sorumluluk seviyelerine ve iş kategorilerine göre eşleştirmeler yapılmıştır. Lojistik regresyon analizi yapılarak meslekler arasındaki prestij algısı farklılıkları ortaya konulmuştur. Yapılan yazın taramasında ölçekteki ifadelerin Türkçedeki karşılıklarına rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu maddelerin Türkçeye çevirisi araştırmacı tarafından yapılmış, İngilizce ve Türkçe bilgisi iyi olan Amerika’da üniversitelerde görevli 10 Türk akademisyene kontrol ettirilmiştir. Makalenin (Shapoval ve Pizam, 2017) birinci yazarından gerekli izin e-mail yoluyla alınmıştır. İzinlerin ekran çıktısı ekte yer almaktadır.

2.4.2. Okul Prestij Ölçeği

Turizm öğrencilerinin eğitim görmekte oldukları okulla ilgili prestij algısını belirlemek için, Mael ve Asforth (1992)’un geliştirdiği 4 olumsuz ve 4 olumlu 8 maddeden oluşan tek boyutlu ölçeğin 7 maddesi kullanılmıştır. Ölçek maddeleri “Kesinlikle Katılmıyorum: 1” ve “Kesinlikle Katılıyorum: 5” biçiminde ifade edilen dereceleme seçenekleri ile değerlendirilmiştir. Çalık Var (2013) okul prestij ölçeğinin Türkçe’ye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Okul prestij ölçeğinin Cronbach alfa değeri 0,81 olarak hesaplanmıştır. Türkçe alan yazında güvenilir ve geçerliliği sınanmış (Yeşiltaş, Türkmen, ve Ayaz (2011) α :0.77; Tak ve Çiftçioğlu (2009) α :0.84; (Bardakoğlu ve Akgündüz, 2016 α :0.74); (Özgür, 2015 α :0.85) ölçeğin Türkçe halini kullanmak için izin e-mail yoluyla alınmış ve izinlerin ekran çıktısı ekte yer almaktadır. Ölçeğin orijinalindeki ikinci madde (“It is considered prestigious in the religious community to be an alumnus of (name of school)”), anketi uyguladığımız okullara uygun olmadığı için çıkarılmıştır. 3., 5., 6. maddeler ters madde olarak belirlenmiştir. Kalan 7 maddenin Türkçe’ye uyarlanmış olarak ankette kullanıldığı hali aşağıda sıralanmıştır:

1. İnsanlar bu okulun prestijli olduğuna inanıyor.
2. Bu okul en iyi turizm okullarından biri olarak düşünülüyor.
3. İnsanlar bu program hakkında pek olumlu düşünmüyor. (R)
4. Bu okulun mezunlarının çocuklarına bu okulu tavsiye edeceklerine inanıyorum.

5. Benim okulumun itibar düzeyi düşüktür. (R)
6. Bir işe başvurduğumda okulum bana iyi bir referans olmaz. (R)
7. Diğer okullar öğrenci kabul ederken benim okulumdan mezun olan öğrencileri tercih etmezler (örn. Yüksek lisans ve doktora). (R)

2.4.3. Akademik Branş Seçim Motivasyonu Ölçeği

Öğrencilerin branş olarak turizmi seçmedeki motivasyon faktörlerini ölçmek için Juaneda vd (2017)'nin araştırmasında kullanılan, güvenilirlik ve geçerlik çalışması yapılmış, maddelerin ayrı ayrı Cronbach alfa değerleri 0.6 üzerinde bulunmuş olan 12 maddelik ölçek aracı kullanılmıştır. Öğrencilerin turizm branş seçme motivasyonu ölçek maddeleri “Kesinlikle Katılmıyorum: 1” ve “Kesinlikle Katılıyorum: 5” biçiminde ifade edilen dereceleme seçenekleri kullanılmıştır. Ölçek her biri 4 maddeden ibaret üç alt boyuttan oluşmaktadır, itibar, prestij ve iş olanakları (2, 9, 11 ve 12. maddeler), dış etkiler ve çalışma kolaylığı (5, 6, 7 ve 8. maddeler) ve kendini gerçekleştirme ve alan çekiciliği (1, 3, 4 ve 10. maddeler). Ölçek maddelerinin Türkçe uyarlamalarının alan yazında bulunmaması nedeniyle bu maddelerin Türkçeye çevirisi araştırmacı tarafından yapılmış, İngilizce ve Türkçe bilgisi iyi olan Amerika’da üniversitelerde görevli 10 Türk akademisyene kontrol ettirilmiştir. Uyarlaması yapılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri araştırmacı tarafından değerlendirilmiştir. Ölçeğin kullanımı için yazardan (Juaneda vd., 2017) e-mail yoluyla izin alınmıştır. Bölüm seçim motivasyonu ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanmış olarak ankette kullanıldığı hali aşağıda sıralanmıştır:

1. Bu bölümde okumayı çok istiyorum.
2. İyi bir itibarı olan bir bölümde okumak istiyordum ve bu bölümün iyi bir itibarı var.
3. Kabiliyet ve yeteneklerimin bu bölümde okumak için iyi olduğunu düşünüyorum.
4. Bu bölüme yerleştirilme şansım diğer bölümlere göre çok daha yüksekti.
5. Bu bölümde okuyan arkadaşlarla birlikte olmak istiyorum.
6. Bu bölüm ailemin tavsiye ettiği bir bölüm.
7. Bu bölüm öğretmenlerimin tavsiye ettiği bir bölümdür.
8. Bu bölüm diğer bölümlerden daha kolay.
9. Bu bölümü bitirdiğimde prestijli bir diplomam olacak.
10. İlerde bu alanda çalışacak olmak bana çekici geliyor.
11. Bu bölümün bana diğer bölümlerden daha çok iş imkânı vereceğini düşünüyorum.
12. Bu bölüm gelecekte yüksek maaşlı bir iş sahibi olmamı sağlayacak.

2.4.4. Akademik Branş Memnuniyeti Ölçeği

Nauta'nın (2007) geliştirdiği akademik branş memnuniyeti ölçeğini, Erdoğan ve Arsal (2015) Türkçeye uyarlamışlardır. Tek faktör ve 6 maddeden oluşan akademik branş memnuniyeti ölçeği olduğu gibi kullanılmıştır. Ölçek maddeleri “Kesinlikle Katılmıyorum: 1” ve “Kesinlikle Katılıyorum: 5” biçiminde ifade edilen dereceleme seçenekleri kullanılmıştır. Nauta'nın (2007) çalışmasında kullandığı bu ölçeğin Cronbach alfa değeri 0,94 olarak hesaplanmıştır. Erdoğan ve Arsal (2015) tarafından Türkçeye uyarlanma çalışmasında Cronbach alfa sayısı 0,83 olarak bulunmuştur. 1,2,3,6. maddeler ters madde olarak belirlenmiştir. Ölçeğin kullanımı ile ilgili izinler e-mail yoluyla alınmış ve izinlerin ekran çıktısı ek 3’de yer almaktadır. Akademik branş memnuniyeti ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanmış olarak ankette kullanıldığı hali aşağıda sıralanmıştır:

1. Sık sık “keşke bu branşı seçmeseydim” diyorum. (R)
2. Akademik branş seçimimden mutlu olmayı isterdim (R)
3. Başka bir branşa geçmeyi düşünüyorum (R)
4. Genel olarak seçtiğim branştan memnunum
5. Branş seçimim konusunda doğru seçim yaptığımı düşünüyorum.
6. Branşımı değiştirebilme konusunda biriyle konuşabilmeyi isterim (R)

2.4.5. Meslekte Karar Kılma Ölçeği

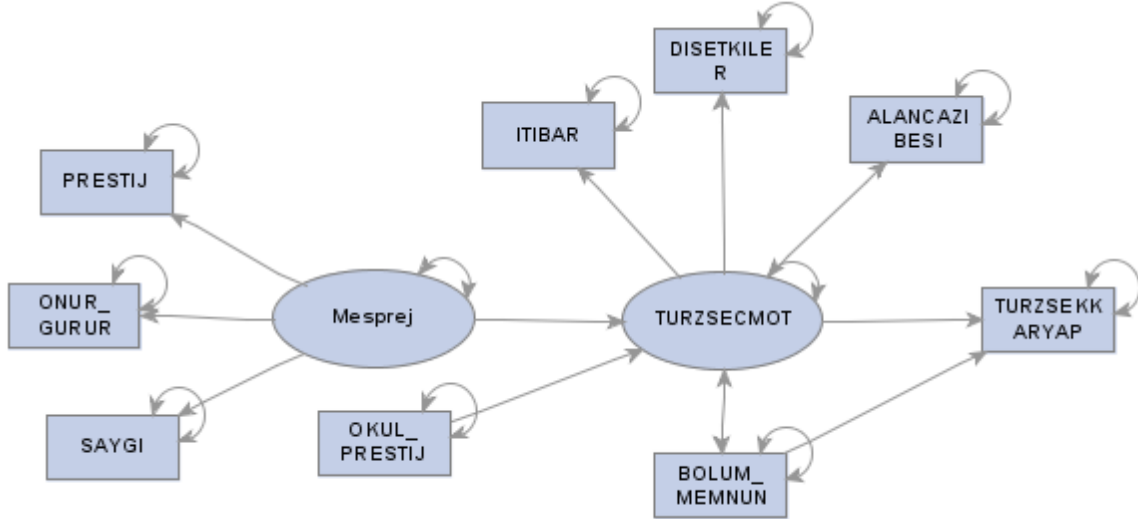
Öğrencilerin turizm sektöründe kalma kararı ölçüm aracı 3 maddeden oluşmaktadır. Katılımcılar 7 noktalı likert tipi ölçekte 1-kesinlikle katılmıyorum ile 7-kesinlikle katılıyorum arasındaki seçenekleri kullanarak maddeleri değerlendirmişlerdir. Yazarın (Adams, 2009) çalışmasında kullanmış olduğu bu ölçeğin Cronbach alpha değeri 0.83’dir.

Mesleki karar kılma ölçek maddelerinin alan yazında Türkçe karşılıklarına rastlanmadığından bu maddeler araştırmacı tarafından Türkçeye çevrilmiştir. İngilizce ve Türkçe bilgisi iyi olan Amerika’da üniversitelerde görevli 10 Türk akademisyene kontrol ettirilmiştir. Bu ölçeğin Türkçe’ye uyarlamaması aşamaları ve geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sırasıyla gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin sahibine ulaşılamadığından izin alınamamıştır ancak referans gösterilerek kullanılmıştır. 2. Madde ters madde olarak belirlenmiştir. Ölçeğin maddeleri aşağıda sıralanmıştır:

1. Doğru mesleği seçtiğimden eminim.
2. Meslek seçimimden emin değilim. ®
3. Bu mesleki alanın bana uygun olduğuna eminim.

2.5. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu çalışmada, nicel bir yöntem olan ilişkisel araştırma modeli tasarlanmıştır. İlişkisel araştırmalar iki değişkenin veya daha çok değişkenin arasında ilişki olup olmadığına bakılan araştırmalardır. Değişkenlere müdahale edilmeden incelenir. İlişkileri ortaya koyma ve ileri düzey araştırmalara veri oluşturma açısından önemlidirler (Özmen ve Karamustafaoğlu, 2019).



Şekil 2.1 Araştırmanın Modeli

Bu çalışmanın ana çerçevesini oluşturan teorik araştırma modeli Şekil 2.1'de sunulmuştur. Bu modelde, üç alt boyutlu (saygı (SAYGI), onur/gurur (ONUR_GURUR) ve genel prestij (PRESTIJ)) mesleki prestij (Mesprej) ile tek boyutlu olan okul prestiji ölçekleri (OKUL_PRESTIJ) üç boyutlu (itibar (İTİBAR), dış etkiler (DİSETKİLER) ve alan cazibesi (ALANCAZİBESİ)) bölüm seçim motivasyonu ölçeğine (TURSECMOT) doğrudan etki etmektedirler. Akademik branş memnuniyeti (BÖLÜM_MEMNUN) ve bölüm seçim motivasyonu ölçekleri birbirleri ile karşılıklı etkileşime girerek meslekte karar kılma ölçeğine (TURSEKKARYAP) doğrudan etki etmektedirler. Şekil 2.1' den, TURSECMOT ve BÖLÜM_MEMNUN değişkenlerinin TURSEKKARYAP üzerinde hem doğrudan hem de birbirleri aracılığıyla dolaylı etkilerinin olduğu, Mesprej ve OKUL_PRESTIJ ölçeklerinin ise TURSECMOT ölçeği aracılığı ile TURSEKKARYAP üzerine dolaylı etkilerinin olduğu görülmektedir.

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

H1: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile akademik branş memnuniyeti (BÖLÜM_MEMNUN) arasında pozitif bir ilişki vardır.

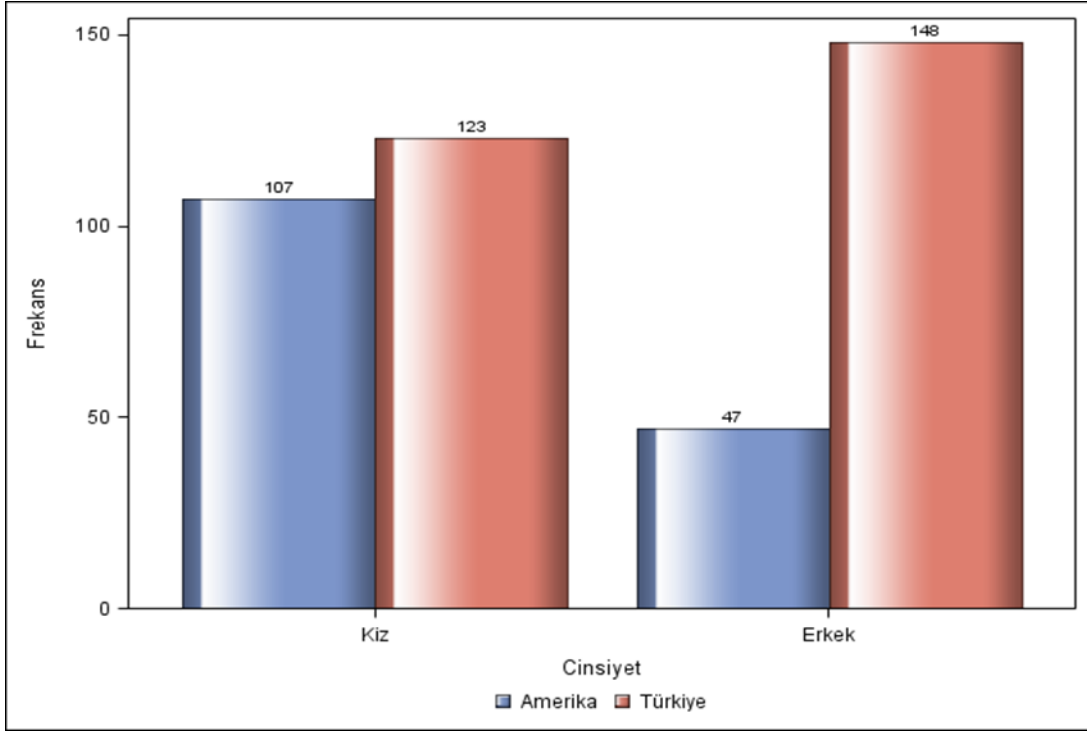
- H2: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile okul prestiji algısı (OKUL_PRESTIJ) arasında pozitif bir ilişki vardır.
- H3: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile mesleki prestij (Mesprej) arasında pozitif bir ilişki vardır.
- H4: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile meslekte karar kılma (TURZSEKKARYAP) arasında pozitif bir ilişki vardır.
- H5: Akademik branş memnuniyeti (BÖLÜM_MEMNUN) ile meslekte karar kılma (TURZSEKKARYAP) arasında pozitif bir ilişki vardır.
- H6: Okul prestiji (OKUL_PRESTIJ) ile meslekte karar kılma (TURZSEKKARYAP) arasında branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) aracılığı ile pozitif bir ilişki vardır.
- H7: Mesleki prestij (Mesprej) ile meslekte karar kılma (TURZSEKKARYAP) arasında branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) aracılığı ile pozitif bir ilişki vardır.

2.6. Bulgular

Bu bölümde anket yoluyla toplanan verilerin analizlerine ilişkin bulgular sunulmuştur. Analizler neticesinde verilere ilişkin sonuçlar ortalama, standart sapma, sayı ve yüzde şeklinde ifade edilmiştir. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçekler onaylayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizlerine tabi tutulmuş ve araştırma kapsamında önerilen teorik modeli test etmek için yapısal eşitlik modeli analizleri yapılmıştır.

2.6.1. Örnekleme Dair Bilgiler

Araştırma neticesinde toplam 425 adet anket doldurtulmuş ve bunların 271'i (%63,76) Türk ve 154'ü (%36,24) Amerikalı öğrencilerden elde edilmiştir. Bu öğrencilerin milliyetlerine göre sosyo-demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 2.1'de sunulmuştur. Cinsiyet değişkenine göre Amerikan ve Türk öğrencileri arasında oldukça anlamlı bir farkın olduğu ortaya çıkmıştır (p:0.0001). Türk öğrencilerin kadın ve erkek oranları birbirine yakın iken Amerikalı öğrencilerde kadın öğrenci oranı erkek öğrencilerin iki katından daha fazladır. Amerikan ve Türk öğrencilerin cinsiyete göre frekans dağılımları grafiksel olarak Şekil 2.2'de de sunulmuştur. Bu grafikten de Amerikan ve Türk öğrencilerin cinsiyete göre dağılımlarındaki heterojenlik net bir biçimde görülmektedir.

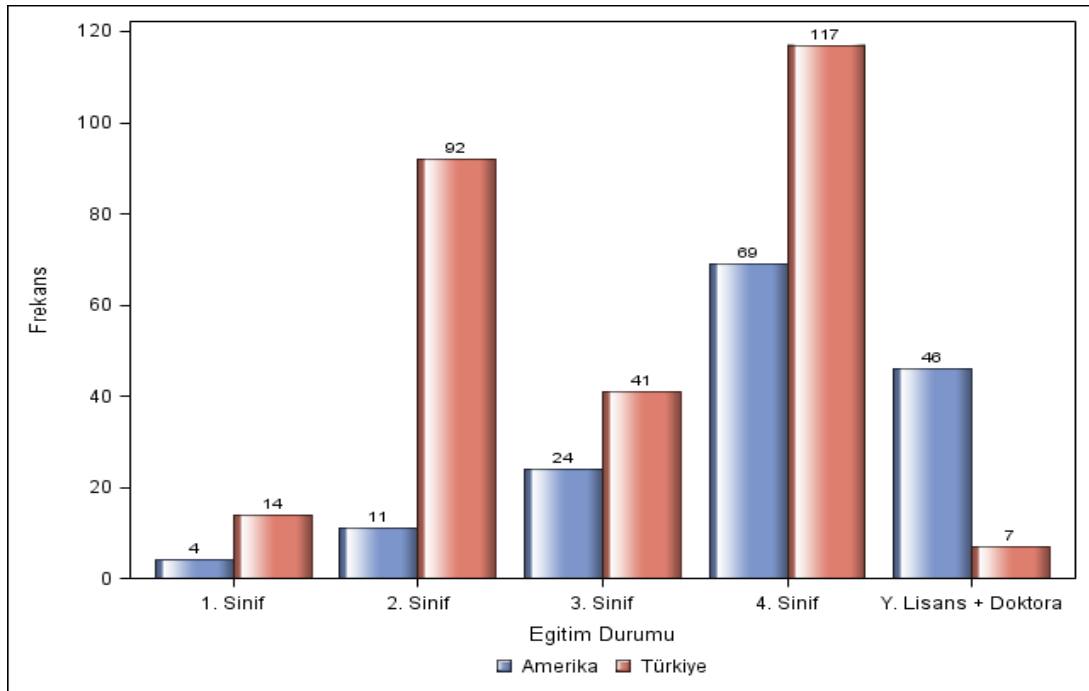


Şekil 2.2 Amerikan ve Türk Öğrencilerin cinsiyete göre frekans dağılımları

Sosyo-demografik özelliklerin milliyetlere göre dağılımını veren Tablo 2.1 incelendiğinde, eğitim durumuna göre Amerikan ve Türk öğrencilerin dağılımları arasında oldukça anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir ($p:0.0001$). Özellikle Yüksek Lisans + Doktora yapan Amerikalı öğrencilerin oranı (%29,87) Türk öğrencilerin (%2,58) on katından daha fazladır. Çalışmaya dahil olan 2. sınıf öğrencilerin oranı ise Türk öğrencilerde (%33,95) Amerikalı öğrencilere (%7,14) göre oldukça yüksektir. Amerikan ve Türk öğrencilerin eğitim durumuna göre frekans dağılımları grafiksel olarak sunan Şekil 2.3 'ten de Amerikan ve Türk öğrencilerin cinsiyete göre dağılımlarındaki farklılığı görmek mümkündür.

Tablo 2.1 Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

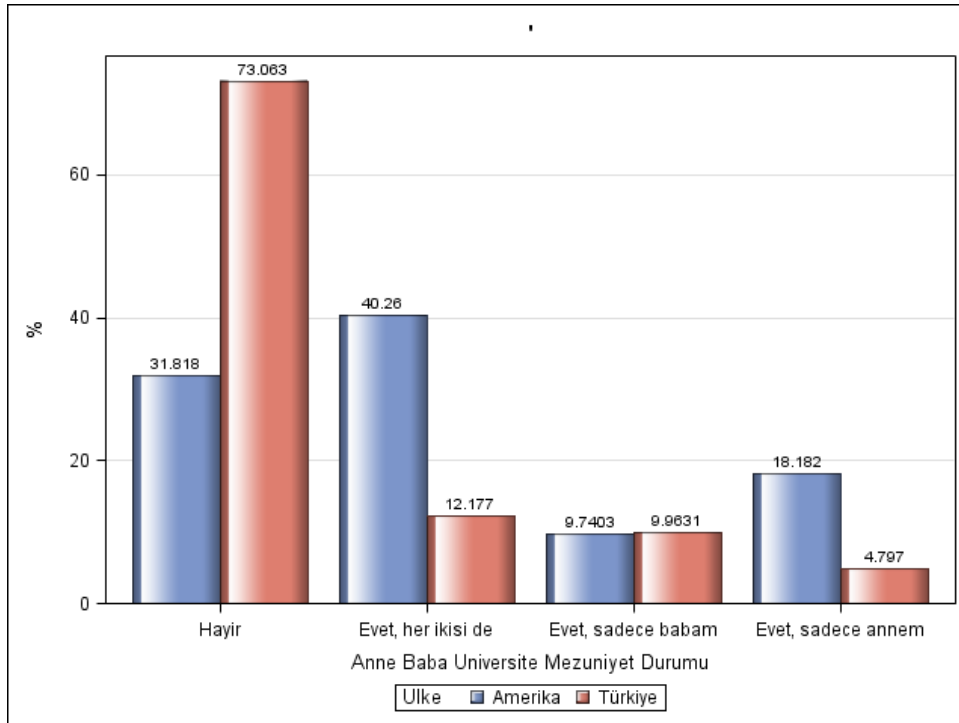
	Milliyet				Genel		χ^2	p
	Amerikan		Türk		N	%		
	N	%	N	%				
Cinsiyet								
Kadın	107	69.48	123	45.39	230	54.12		
Erkek	47	30.52	148	54.61	195	45.88	22.9562	0.0001
Eğitim Durumu								
1. Sınıf	4	2.60	14	5.17	18	4.24		
2. Sınıf	11	7.14	92	33.95	103	24.24		
3. Sınıf	24	15.58	41	15.13	65	15.29		
4. Sınıf	69	44.81	117	43.17	186	43.76		
Master + PhD	46	29.87	7	2.58	53	12.47	89.3479	0.0001
Turizm fakültesi birinci tercihiniz miydi								
Evet	92	59.74	171	63.10	263	61.88		
Hayır	62	40.26	100	36.90	162	38.12	0.4698	0.4931
Anne veya babanız üniversite mezunu mu?								
Hayır	49	31.82	198	73.06	247	58.12		
Evet, her ikisi de	62	40.26	33	12.18	95	22.35		
Evet, sadece babam	15	9.74	27	9.96	42	9.88		
Evet, sadece annem	28	18.18	13	4.80	41	9.65	81.6286	0.0001
Ailenizde turizm sektöründe çalışan var mı?								
Hayır	113	73.38	76	28.04	189	44.47		
Evet	41	26.62	195	71.96	236	55.53	81.7187	0.0001
Lisans derecesini tamamlayınca yüksek lisans yapmayı düşünüyor musunuz?								
Hayır	72	46.75	133	49.08	205	48.24		
Evet	82	53.25	138	50.92	220	51.76	0.2125	0.6449



Şekil 2.3 Farklı Ülkelerdeki Öğrencilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Çalışmaya dahil edilen öğrencilere "Turizm fakültesi birinci tercihiniz miydi?" sorusuna alınan yanıtların dağılımı Tablo 2.1'de incelendiğinde, Amerikan ve Türk öğrenciler arasında bir farklılık olmadığı ($p:0.4931$) ve evet ve hayır oranlarının her iki ülke öğrencileri için birbirine yakın olduğu görülmektedir. Yine aynı tabloda "Lisans derecesini tamamlayınca yüksek lisans yapmayı düşünüyor musunuz?" sorusuna alınan evet ve hayır yanıtlarının dağılımları arasından istatistiksel anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p:0.6449$).

"Anne veya babanız üniversite mezunu mu?" sorusuna alınan yanıtların milliyetlere göre dağılımı Tablo 2.1 ve Şekil 2.4'de sunulmuştur. Amerikan ve Türk öğrencilerin anne ve babalarının üniversite mezuniyet durumlarına göre aralarında önemli farklar olduğu anlaşılmaktadır ($p:0.0001$). Gerek Tablo 2.1 ve gerekse Şekil 2.4 incelendiğinde, anne ve babasının her ikisinin de üniversite mezunu olmayan Türk öğrencilerin oranı (%73.06) Amerikan öğrencilerin oranının (%31,82) iki katından daha fazla olduğu görülmektedir. Anne ve babasının her ikisinde üniversite mezunu olan Amerikan öğrencilerin oranı (%40,26) Türk öğrencilerin oranının (%12.18) üç katından daha fazladır. Sadece babası üniversite mezunu olan öğrenci oranları her iki milliyet için birbirine yakın iken (yaklaşık % 10), sadece annesi üniversite mezunu olan Amerikan öğrencilerin oranının (%18,18) Türk öğrencilerden (%4,80) yaklaşık dört kat daha fazla olduğu görülmektedir.



Şekil 2.4 Farklı Ülkelerdeki Öğrencilerin Ebeveynlerinin Üniversite Mezuniyet Durumuna Göre Dağılımı

Araştırmaya dahil olan öğrencilere sorulan "Ailenizde turizm sektöründe çalışan var mı?" sorusuna alınan yanıtların milliyetlere göre dağılımları arasında önemli farklar olduğu

bulunmuştur (p:0.0001). Tablo 2.1'den, ailesinde turizm sektöründe çalışan Türk öğrencilerin oranının (%71,96) Amerikan öğrencilerin oranının (%26,62) neredeyse üç katı olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin yaş ve okul dışındaki zamanlarda branşlarıyla ilgili aktivitelere haftada ayırdıkları zamana ait tanımlayıcı istatistikler ve t-testi verileri Tablo 2.2'de sunulmuştur. Bu tablo incelendiğinde, Amerikan öğrencilerin yaş ortalamasının (26.89±8.67) Türk öğrencilerinin yaş ortalamasından (22.99±3.57) önemli derecede büyük olduğu (p:0.0001) görülmektedir. Okul dışındaki zamanlarında branşla ilgili okuma, araştırma vb. aktivitelere haftada ayırdıkları zamana göre, Amerikan ve Türk öğrenciler arasında istatistiki olarak fark çıkmıştır (p:0.0001). Türk öğrenciler okul dışındaki zamanlarında branşlarıyla ilgili aktivitelere haftada ortalama 5.34±10,46 saat zaman ayırırken bu değer Amerikan öğrenciler için yaklaşık üç kat olup 16.25±12.74 saattir.

Tablo 2.2 Öğrencilerin Yaş ve Okul Dışındaki Zamanlarda Branşlarıyla İlgili Aktivitelere Haftada Ayırdıkları Zamanın Test Sonuçları

	Milliyet												t	P
	Amerikan (n:154)				Türk (n:271)				Genel (n:425)					
	Ort.	Ss	Min	Max	Ort.	Ss	Min	Max	Ort.	Ss	Min	Max		
Yaş	26.89	8.67	19.00	61.00	22.99	3.57	18.00	53.00	24.40	6.23	18.00	61.00	6.51	0.0001
A6	16.25	12.74	0.00	60.00	5.34	10.46	0.00	100.00	9.26	12.47	0.00	100.00	9.50	0.0001

A6: Okul dışındaki zamanlarınızda branşınızla ilgili okuma, araştırma vb. aktivitelere haftada kaç saat zaman ayırıyorsunuz?

2.6.2. Ölçeklere İlişkin İstatistiki Değerler

Ölçeklere ilişkin genel ve milliyete göre standart sapma, ortalama, minimum, maksimum ve çarpıklık istatistik değerleri hesaplanmıştır (Tablo 2.3). Tabloda görüldüğü gibi, çarpıklık istatistikleri için en düşük değer -1.31 ve en yüksek değer 0,08 olarak tespit edilmiştir. -3 ve +3 aralığındaki değerler çarpıklık açısından kabul gördüğünden ölçekler ve alt ölçeklerin boyutları normal dağılıma uygunluk göstermektedirler. Bundan sonra yapılacak olan faktör analizi, yapısal eşitlik modellemesi ve parametrik testler için ön koşulun sağlandığı görülmektedir.

Tablo 2.3 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

Ölçekler	Milliyet										Genel (n:425)				
	Amerikan (n:154)					Türk (n:271)									
	Ort.	Ss	Min	Max	Çar	Ort.	Ss	Min	Max	Çar	Ort.	Ss	Min	Max	Çar
Saygı	8.33	1.46	2.22	10.00	-1.19	7.23	1.80	1.17	10.00	-0.31	7.63	1.76	1.17	10.00	-0.59
Onur/Gurur	7.93	1.61	2.17	10.00	-0.87	7.32	1.93	1.00	10.00	-0.54	7.54	1.85	1.00	10.00	-0.68
Genel Prestij	7.40	1.60	1.29	10.00	-0.40	7.05	1.80	1.00	10.00	-0.65	7.18	1.74	1.00	10.00	-0.60
MESLEKİ PRESTİJ	7.87	1.36	1.89	10.00	-0.83	7.20	1.70	1.06	10.00	-0.51	7.44	1.61	1.06	10.00	-0.66
OKUL PRESTİJİ	4.15	0.61	2.43	5.00	-0.70	3.30	0.84	1.00	5.00	-0.40	3.61	0.87	1.00	5.00	-0.57
AKADEMİK BRANŞ MEMNUNİYETİ	4.31	0.79	1.83	5.00	-1.08	3.14	1.02	1.00	5.00	-0.10	3.56	1.10	1.00	5.00	-0.37
BÖLÜM SEÇİM MOTİVASYONU	3.69	0.55	1.00	5.00	-0.79	3.16	0.74	1.00	5.00	-0.13	3.35	0.72	1.00	5.00	-0.43
İtibar	3.91	0.77	1.00	5.00	-0.72	3.26	0.98	1.00	5.00	-0.27	3.50	0.96	1.00	5.00	-0.49
Dış Etkiler	3.01	0.85	1.00	5.00	-0.20	2.83	0.82	1.00	5.00	0.08	2.90	0.84	1.00	5.00	-0.02
Alan Cazibesi	4.15	0.63	1.00	5.00	-1.31	3.39	0.91	1.00	5.00	-0.32	3.66	0.90	1.00	5.00	-0.65
MESLEKTE KARAR KILMA	5.62	1.28	1.33	7.00	-0.80	4.30	1.74	1.00	7.00	-0.10	4.78	1.71	1.00	7.00	-0.41

Ort.: Ortalama, Ss: Standart Sapma, Çar: Çarpıklık Değeri

2.6.3. Ölçeklerin Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi (Geçerlik Analizi)

Bu çalışmada kullanılan ve daha önce Türkçe psikometrik özellikleri incelenmemiş Mesleki Prestij, Branş Seçim Motivasyonu ve Meslekte Karar Kılma ölçeklerinin Türkçeye uyarlama çalışmasında dil geçerliği ve yapı geçerliği yapılmıştır.

2.6.3.1. Dil Geçerliği

Bu çalışmada kullanılan ve daha önce Türkçe dil geçerliği yapılmamış olan branş seçim motivasyonu ölçeği ve meslekte karar kılma ölçeğinin Türkçeye uyarlamaları yapılmıştır. Öncelikle ölçeklerin orijinal İngilizce maddeleri Türkçe'ye çevrilmiştir. Dil geçerliliği için, araştırmacı tarafından Türkçe'ye çevrilen ölçekler turizm alanında çalışan 10 uzmanın görüşüne sunulmuştur. Uzmanlar ölçeklerin her bir maddesi 1 (uygun değil), 2 (biraz uygun), 3 (oldukça uygun), 4 (çok uygun) şeklinde puanlandırılmış ve varsa ölçeklerin maddeleri ile ilgili önerilerini belirtmişlerdir. Uzman önerileri doğrultusunda ölçeklerin maddeleriyle ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Tablo 2.4'te uzman görüşleri sonucunda maddelere ilişkin elde edilen veriler, minimum, maksimum, ortalama puan ve standart sapma değerleri şeklinde sunulmuştur.

Tablo 2.4 Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Uzman Görüşlerinin Değerlendirilmesi

	N	Ort.	Ss	Min	Max		
Bölüm seçim motivasyonu ölçeği						Kendall W	P
A22_1	10	3.00	1.054	1	4		
A22_2	10	3.60	0.516	3	4		
A22_3	10	3.80	0.422	3	4		
A22_4	10	3.40	0.966	1	4		
A22_5	10	3.40	0.699	2	4		
A22_6	10	3.60	0.699	2	4		
A22_7	10	3.60	0.699	2	4		
A22_8	10	3.60	0.699	2	4		
A22_9	10	3.20	0.632	2	4		
A22_10	10	3.80	0.422	3	4		
A22_11	10	4.00	0.000	4	4		
A22_12	10	4.00	0.000	4	4	0.316	0.000
Meslekte karar kılma ölçeği							
A26_1	10	3.50	0.527	3	4		
A26_2	10	3.60	0.516	3	4		
A26_3	10	3.30	0.823	2	4	0.706	0.025

Bölüm seçim motivasyonu ölçeği ve meslekte karar kılma ölçeği için alınan uzman görüşlerinin ardından, uzmanlar arası uyumu tespit etmek için yapılan korelasyon testine (Kendall W Uyuşum Katsayısı) ilişkin sonuçlar Tablo 2.4'de sunulmuştur. Bu tablodan çalışmada kullanılan üç ölçeğe ait Kendall W uyum katsayılarının 0.314 ile 0.706 arasında

ve istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmektedir. Bu sonuç bu üç ölçeğin uzman görüşü sonucu ölçeklerin anlaşılır ve uygulanabilir olduğu konusunda istatistiksel olarak uyumlu çıkmıştır. Uzmanların önerileri neticesinde ölçek maddelerinin son hali şekillendirilmiştir. Son halini alan ölçek maddeleri araştırma kapsamına alınmayan 10 turizm öğrencisinin katılımı ile biçim ve anlaşılabilirlik bakımından ön teste tabi tutulmuştur. Ön teste katılan öğrenciler ölçek maddelerine ilişkin herhangi bir eleştiri yapmamıştır. Ölçek maddeleri bu son hali ile araştırmada kullanılmıştır. Ön teste ilişkin anketin tamamlanma süresi açısından öğrenciler olumsuz bir bildirimde bulunmamışlardır.

2.6.3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (Yapı Geçerliği)

Bu çalışmada, daha önce açımlayıcı faktör analizi ile faktör yapısı oluşturulmuş ve test edilmiş Mesleki Prestij, Bölüm Seçim Motivasyonu ve Meslekte Karar Kılma ölçeklerinin faktör yapısını doğrulamak ve kendi verilerimiz ile ölçeklerin uygunluğunu test etmek için doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Ölçeklerin özgün faktör yapısı SAS 9.4 paket programının PROC CALIS prosedürü kullanılarak test edilmiştir. Teorik modelin araştırma verileri ile desteklenip desteklenmediğini ortaya koyan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları uyum iyiliği indeksleri (Goodness of Fit Indices) değerleri ile birlikte incelenmelidir. Yaygın olarak kullanılan ki-kare (χ^2) değerinin negatif sonuç vermesi teorik model ile veri arasındaki uyumu işaret etmektedir. Bu değer serbestlik derecesine (degrees of freedom, df) bölümü (χ^2/df) ikiye eşit ya da ikiden az ise modelin mükemmel derecede uyumlu olduğunu, iki ile beş veya beşin altında ise modelin kabul edilir derecede uyumlu olduğunu göstermektedir. Tablo 2.5’de ki-kare ve diğer sıklıkla kullanılan uyum indeksleri, uyum iyiliği indeksleri ve iyi uyum değer aralıkları gösterilmektedir.

Tablo 2.5 Uyum İyiliği İndeksi Kabul Kriterleri

Uyum İndeksi	Kabul Kriteri	Kaynak
χ^2/sd	≤ 2 = mükemmel uyum ≤ 5 = kabul edilebilir uyum	Hair vd., 1998
RMSEA	$\leq .05$ =mükemmel uyum $\leq .08$ =kabul edilebilir uyum	Brown,2006
GFI / AGFI	$\geq .90$ = mükemmel uyum $\geq .85$ = kabul edilebilir uyum	Tabachnick ve Fidell, 2007
CFI	$\geq .90$ = mükemmel uyum $\geq .85$ = kabul edilebilir uyum	Tabachnick ve Fidell, 2007
NFI	$\geq .90$ = mükemmel uyum $\geq .85$ = kabul edilebilir uyum	Tabachnick ve Fidell, 2007
Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	$0 < RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$
GFI	$0,95 < GFI \leq 1$	$0,90 < GFI \leq 0,95$
AGFI	$0,90 < AGFI \leq 1$	$0,85 < AGFI \leq 0,90$
NFI	$0,95 < NFI \leq 1$	$0,90 < NFI \leq 0,95$
CFI	$0,95 < CFI \leq 1$	$0,90 < CFI \leq 0,95$
χ^2/df	$\chi^2/df \leq 3$	$3 < \chi^2/df \leq 5$

Not: Uyum İyiliği İndeksi (GFI), Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI), Ortalama Hata Karekök Yaklaşımı (RMSEA), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI); Normlandırılmış Uyum İndeksi (NFI)

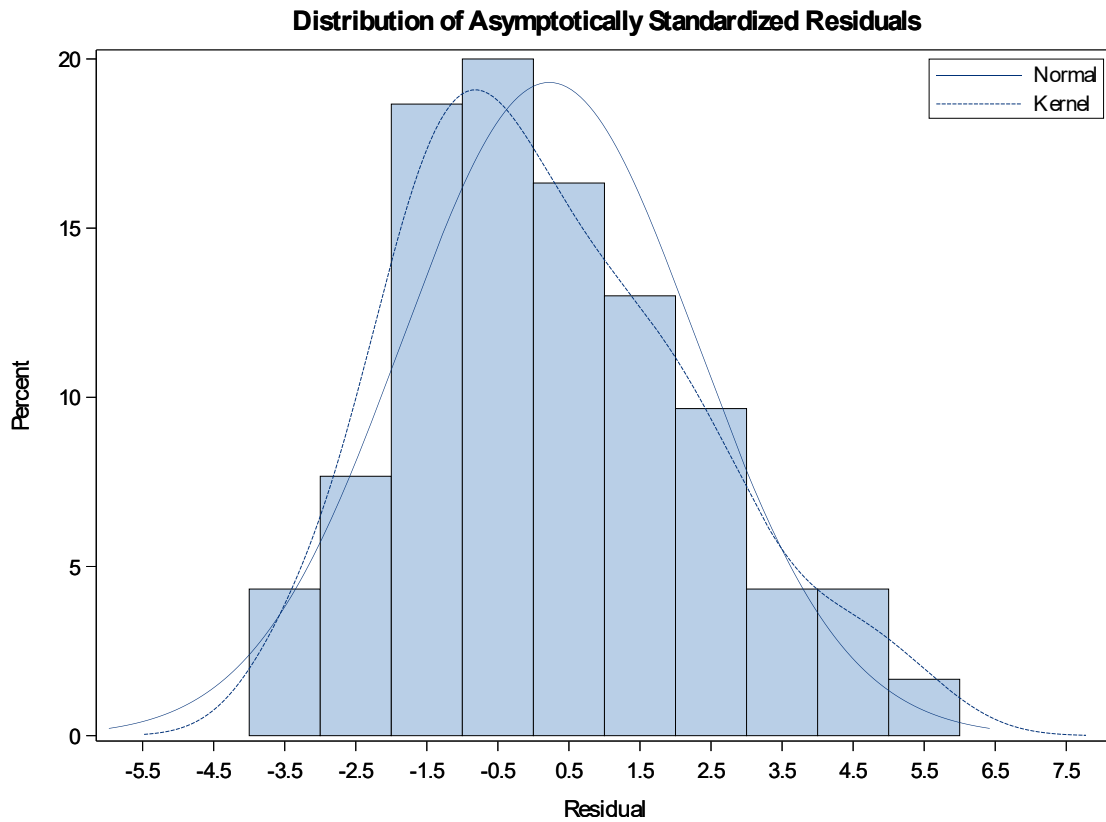
Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda Tablo 2.5’de gösterilen uyum iyiliği indeks değerleri iyi uyum veya kabul edilebilir uyum sınırları içerisinde. Buradaki değerler ölçeklerin faktör yapısının doğrulandığını, Türkçe’ ye uyarlamaların geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Uyum iyiliği indeks değerleri kabul edilebilir sınırların dışında olan ölçeklere açılımlayıcı faktör analizi uygulanarak yeni, modifiye edilmiş bir faktör yapısının elde edilmesi gerekmektedir. Bu bölümde Türkçe’ ye uyarlanmamış ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları verilecektir.

2.6.3.3. Mesleki Prestij Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Mesleki Prestij Ölçeği doğrulayıcı faktör analizi uyum indeksleri Tablo 2.6’da sunulmuştur. Bu tabloda verilen indeks değerleri incelendiğinde, RMSEA, GFI ve AGFI uyum ölçülerinin kabul edilebilir uyum değerlerine sahip oldukları ve NFI, CFI ve χ^2/df ’nin ise iyi uyum değerlerine sahip oldukları görülmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda saygı, itibar ve genel prestij temelli üç boyutlu teorik faktör yapısının araştırma verileri ile doğrulandığı görülmektedir. Mesleki Prestij Ölçeği geçerli ve güvenilir çıkmıştır. Bu da ölçek başka araştırmalarda güvenle kullanılabilir demektir. Modelin doğrulandığına ilişkin başka bir gösterge ise Şekil 2.5’de doğrulayıcı faktör analizi ile ortaya çıkan standartlaştırılmış hatalara ait sunulan histogram grafiğinin simetrik olmasıdır.

Tablo 2.6 Mesleki Prestij Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Modelin Sonuçları	Uyum
RMSEA	$0 < RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$	0.0595	Kabul Edilebilir
GFI	$0,95 < GFI \leq 1$	$0,90 < GFI \leq 0,95$	0.9156	Kabul Edilebilir
AGFI	$0,90 < AGFI \leq 1$	$0,85 < AGFI \leq 0,90$	0.8617	Kabul Edilebilir
NFI	$0,95 < NFI \leq 1$	$0,90 < NFI \leq 0,95$	0.9529	İyi
CFI	$0,95 < CFI \leq 1$	$0,90 < CFI \leq 0,95$	0.9712	İyi
χ^2/df	$\chi^2/df \leq 3$	$3 < \chi^2/df \leq 5$	2,47	İyi



Şekil 2.5 Mesleki Prestij Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizine Ait Standardize Edilmiş Hataların Histogram Grafiği

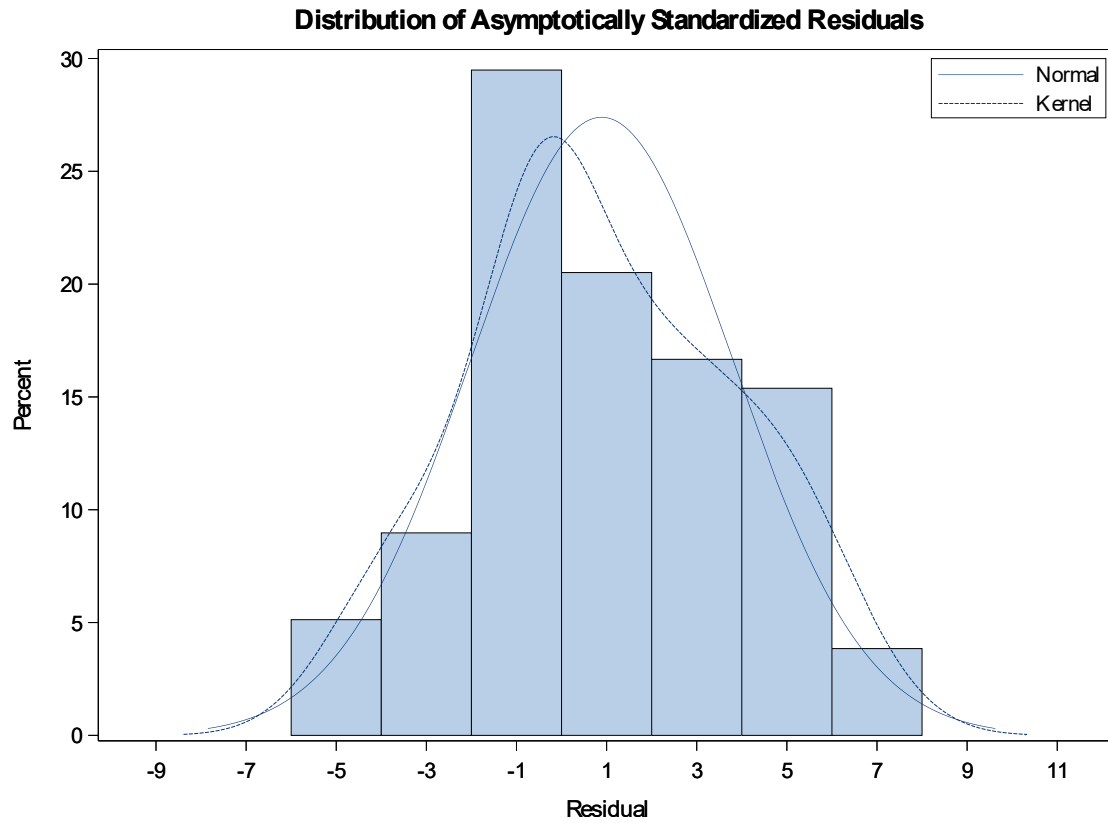
2.6.3.4. Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Öğrencilerin branş olarak turizmi seçmedeki motivasyon faktörlerini ölçmek için Juaneda vd. (2017)'nin geliştirdiği Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeği üç faktörden oluşmaktadır. Bunlar sırasıyla, 2, 9, 11 ve 12. maddelerden oluşan itibar alt boyutu, 5, 6, 7 ve 8. maddelerden oluşan dış etkiler alt boyutu ve 1, 3, 4 ve 10. maddelerden oluşan alan cazibesi alt boyutudur. Ölçeğin bu faktör yapısının verilerimiz tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını görmek için bulunan uyum indeksleri faktör analiziyle Tablo 2.7'de sunulmuştur. Uyum indekslerinden sadece AGFI kabul edilebilir yakın bir değer vermiş, buna karşılık diğer uyum kriterleri, RMSEA, GFI, NFI, CFI ve χ^2/df 'nin kabul edilebilir uyum gösterdiği saptanmıştır.

Buradan, üç alt boyutlu bir faktör yapısına sahip olan Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeğinin bu orijinal yapısının doğrulayıcı faktör analizi ile onaylandığı ve geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu anlaşılmaktadır. Şekil 2.6' da sunulan, doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen standartlaştırılmış hatalara ait histogramın simetrik olması modelin doğrulandığının bir göstergesidir.

Tablo 2.7 Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Modelin Sonuçları	Uyum
RMSEA	$0 < \text{RMSEA} \leq 0,05$	$0,05 < \text{RMSEA} < 0,10$	0.1015	Kabul Edilebilir
GFI	$0,95 < \text{GFI} \leq 1$	$0,90 < \text{GFI} \leq 0,95$	0.9394	Kabul Edilebilir
AGFI	$0,90 < \text{AGFI} \leq 1$	$0,85 < \text{AGFI} \leq 0,90$	0.8425	Kabul Edilebilire Yakın
NFI	$0,95 < \text{NFI} < 1$	$0,90 < \text{NFI} < 0,95$	0.9299	Kabul Edilebilir
CFI	$0,95 < \text{CFI} \leq 1$	$0,90 < \text{CFI} \leq 0,95$	0.9413	Kabul Edilebilir
χ^2/df	$\chi^2/\text{df} \leq 3$	$3 < \chi^2/\text{df} \leq 5$	4.37	Kabul Edilebilir



Şekil 2.6 Bölüm Seçim Motivasyonu Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizine Ait Standardize Edilmiş Hataların Histogram Grafiği

2.6.4. Meslekte Karar Kılma Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması

Öğrencilerin turizm sektöründe kalma kararı ölçüm aracı (TURZSEKKARYAP) 3 maddeli tek alt boyuttan oluştuğu için doğrulayıcı faktör analizi yapılamamıştır, çünkü doğrulayıcı faktör analizi için en az 2 ve daha fazla alt boyut gerekmektedir. Bunun yerine bu ölçeğin Türkçe'ye uyarlanmasında açımlayıcı faktör analizi (AFA) kullanılmıştır. Birbiriyle ilişkili değişkenleri bir araya getirerek daha az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, alt boyutlar) ortaya çıkarmayı amaçlayan çok değişkenli bir istatistik yöntem olan açımlayıcı faktör analizi, sosyal bilimlerde yapılan araştırmaların birçoğunda yaygın olarak kullanılmaktadır.

Açımlayıcı faktör analizinde aynı yapıyı ölçmeyen maddelerin elenmesinde dikkat edilmesi gereken ölçütlerin biri, faktör yük değerlerinin 0.40'ın altında olmaması ve diğeri ise aynı maddenin birden fazla faktördeki yük değerleri arasındaki farkın 0.10'dan büyük olmasıdır. Önce veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlet küresellik testleri yapılmıştır. KMO değeri 0 ile 1 arasında olup, 1 değerine yaklaşması analize dahil olan değişkenlerin birbirlerini mükemmel bir şekilde tahmin edebileceğini, 0,50'den düşük çıkması durumunda ise faktör analizine devam edilemeyeceği yorumu çıkarılır. TURZSEKKARYAP ölçeğinin KMO ve Barlet küresellik testi sonuçları Tablo 2.8'de sunulmuştur. Bu tablodan TURZSEKKARYAP ölçeğinin KMO değerinin 0.621 olduğu görülmektedir. Elde edilen bu sonuca göre, çalışmada kullanılan örneklem büyüklüğü faktör analizi için oldukça yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için gerçekleştirilen Barlett testi sonucu istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır (p:0.000). Bu bulgular açımlayıcı faktör analizi için gerekli olan varsayımların karşılandığını ve verilerin bu ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.8 TURZSEKKARYAP ölçeğinin KMO ve Bartlett testi sonuçları

KMO and Bartlett's Test	TURZSEKKARYAP
Kaiser-Meyer-Olkin Uygunluk Ölçüsü	0.621
Yaklaşık Ki-Kare (Chi-Square)	717.098
S.D. (df)	3
P (sig.)	0.000

Bu aşamadan sonra bu ölçeğin yapı geçerliğini belirlemek için, veriler herhangi bir boyut sınırlandırılması yapılmaksızın temel bileşenler analizi yöntemi ve dik eksen döndürme yöntemlerinden Varimax yöntemi ile analize tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucunda öz değeri 1.00'den büyük bir faktör elde edilmiştir. Yapılan analizde faktör yükü 0,40'dan düşük olan madde bulunmadığı için 3 maddenin tamamı ile faktör analizi yapılmıştır ve elde edilen dönüştürülmüş faktörler ve faktör yükleri Tablo 2.9'da sunulmuştur. Faktör özdeğeri, % ile açıklanan varyans ve yığılmalı varyans değerlerinin de yer aldığı bu tablodan, oluşan tek faktörün toplam varyansın %75.754'ünü açıkladığı anlaşılmaktadır.

Tablo 2.9 TURZSEKKARYAP Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Faktör
A26_1	0.940
A26_3	0.911
A26_2	0.748
Özdeğer	2.273
% Açıklanan Varyans	75.754
Yığılmalı Varyans	75.754

2.6.5. Ölçekler ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için Croanbach alfa iç tutarlılık katsayısına bakılmıştır. Croanbach alfa katsayısının yorumlanması aşağıda yer almaktadır:

0.0 <0.40 ise ölçek güvenilir değildir.

0.40 <0.60 ise ölçek düşük güvenilirliktedir

0.60 <0.80 ise oldukça güvenilirirdir.

0.80 <1.00 ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

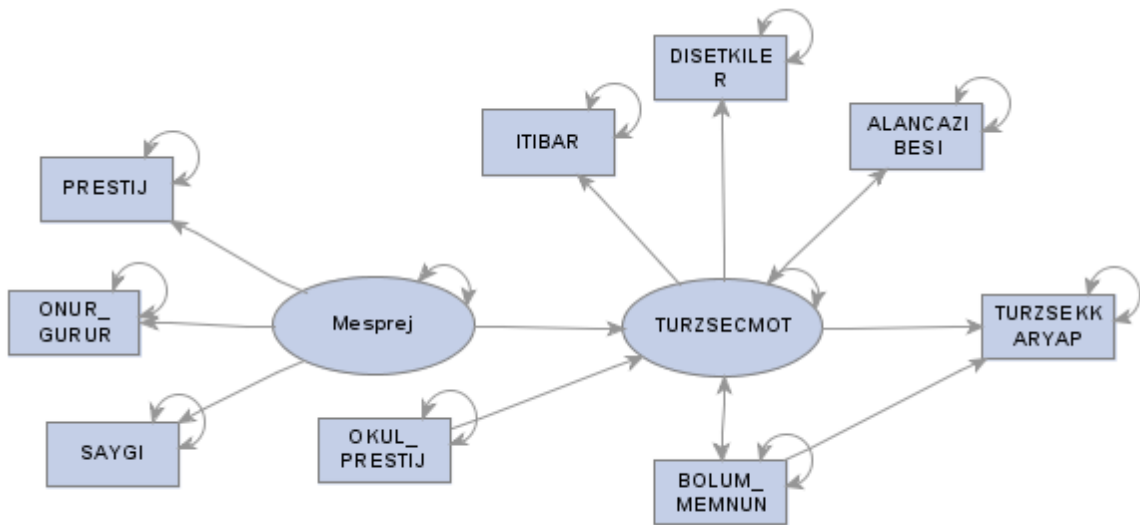
Bu çalışmada kullanılan ve daha önce Türkçe psikometrik özellikleri incelenmiş veya incelenmemiş mesleki prestij, okul prestiji, bölüm seçim motivasyonu, akademik branş memnuniyeti ve meslekte karar kılma ölçekleri ve alt boyutlarının güvenilir birer ölçek olup olmadığını ortaya koymak için Croanbach alfa iç tutarlılık katsayıları hesaplanmış ve Tablo 2.10'da gösterilmiştir. Ölçeklerin tamamı için elde edilen iç tutarlılık katsayıları α :0,5937 ile 0,9836 arasında değişmektedir. Bölüm Seçim Motivasyonu ölçeğinin dış etkiler alt boyutu hariç diğer ölçek ve alt boyutlarına ait Cronbach alfa değerleri 0.7'den oldukça yüksek olması nedeniyle ölçeklerin tamamı genel olarak güvenilir bulunmuştur.

Tablo 2.10 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Cronbach Alfa Değerleri

Ölçekler	Cronbach Alfa
Saygı	0.9613
Onur/Gurur	0.9681
Genel Prestij	0.9621
MESLEKİ PRESTİJ	0.9836
OKUL PRESTİJİ	0.8211
AKADEMİK BRANŞ MEMNUNİYETİ	0.9141
BÖLÜM SEÇİM MOTİVASYONU	0.8377
İtibar	0.8514
Dış Etkiler	0.5937
Alan Cazibesi	0.7012
MESLEKTE KARAR KILMA	0.8353

2.6.6. Teorik Yapısal Modelin Yol (Path) Analizi ile Test Edilmesi

Bu araştırmanın ana hatlarını oluşturan teorik modelde, üç alt boyutlu (saygı (SAYGI), onur/gurur (ONUR_GURUR) ve genel prestij (PRESTIJ)) mesleki prestij ölçeği (MESPREJ) ile tek boyutlu olan okul prestiji ölçeği (OKUL_PRESTIJ) üç boyutlu (itibar (ITIBAR), dış etkiler (DISETKILER) ve alan cazibesi (ALANCAZIBESI)) bölüm seçim motivasyonu ölçeğine (TURSECMOT) etki etmekte ve akademik branş memnuniyeti (BOLUM_MEMNUN) ve bölüm seçim motivasyonu ölçekleri birbirleri ile karşılıklı etkileşime girerek meslekte karar kılma ölçeğine (TURZSEKKARYAP) doğrudan etki etmektedirler. Araştırmada test edilen teorik model Şekil 2.7’de gösterilmiştir. Bu şekilden, TURSECMOT ve BÖLÜM_MEMNUN’nin TURZSEKKARYAP üzerinde hem doğrudan hem de birbirleri aracılığıyla dolaylı etkilerinin olduğu, Mesprej ve OKUL_PRESTIJ ölçeklerinin ise TURSECMOT ölçeği aracılığı ile TURZSEKKARYAP üzerine dolaylı etkilerinin olduğu görülmektedir.



Şekil 2.7 Önerilen Yapısal Model

istatistiksel olarak oldukça anlamlı oldukları görülmektedir. Bu da faktör-değişken ilişkilerinin tamamının desteklendiği anlamına gelmektedir. Ayrıca yol katsayılarının tamamının pozitif olduğu görülmektedir. Bu, bir özelliğin diğeri üzerine pozitif etkiye sahip olması anlamına gelmektedir.

Tablo 2.12 Yol Analizinin Standartlaştırılmış Sonuçları

Yol		Tahmin	Standart Hata	t	p	
Mesprej	::>	SAYGI	0.79556	0.02167	36.7067	0.0001
Mesprej	::>	ONUR_GURUR	0.90900	0.01611	56.4273	0.0001
Mesprej	::>	PRESTIJ	0.85326	0.01853	46.0510	0.0001
TURZSECMOT	::>	ITIBAR	0.84966	0.01849	45.9418	0.0001
TURZSECMOT	::>	DISETKILER	0.32075	0.04633	6.9235	0.0001
TURZSECMOT	::>	ALANCAZIBESI	0.90147	0.01608	56.0589	0.0001
TURZSECMOT	:::	OKUL_PRESTIJ	0.48329	0.04235	11.4128	0.0001
TURZSECMOT	:::	Mesprej	0.15893	0.04922	3.2289	0.0012
BÖLÜM_MEMNUN	::>	TURZSECMOT	0.49340	0.03543	13.9273	0.0001
TURZSEKKARYAP	:::	TURZSECMOT	0.36759	0.05175	7.1038	0.0001
TURZSEKKARYAP	:::	BÖLÜM_MEMNUN	0.49132	0.04861	10.1075	0.0001

Karesi alınmış çoklu korelasyonlar (R^2 , Squared multiple correlations) modelimizin ne kadar iyi uyduğu hakkında bir fikir verirler, çünkü bu değerler, bağımsız değişkenler (exogenous variables) tarafından bağımlı (endogenous variables) değişkenlerdeki varyasyonun açıklanan yüzdesi olarak yorumlanırlar. Bu çalışmadan elde edilen karesi alınmış çoklu korelasyonlar Tablo 2.13’de verilmiştir. Bu tablodan da görüldüğü gibi, R^2 değerleri 0.1029 ve 0.8263 değerleri arasında değişmektedir.

Tablo 2.13 Karesi Alınmış Çoklu Korelasyonlar (Squared Multiple Correlations)

Değişken	Hata Varyansı	Toplam Varyans	R^2
ALANCAZIBESI	0.15084	0.80512	0.8126
DISETKILER	0.62346	0.69496	0.1029
ITIBAR	0.25813	0.92822	0.7219
ONUR_GURUR	0.59152	3.40493	0.8263
PRESTIJ	0.81472	2.99588	0.7281
SAYGI	1.14264	3.11279	0.6329
TURZSEKKARYAP	1.01734	2.91690	0.6512
TURZSECMOT	0.45745	0.66190	0.3089

Tablo 2.14 standardize edilmiş doğrudan, dolaylı ve toplam etkileri vermektedir. Bu tabloda toplam etkiler doğrudan ve dolaylı etkilerin toplamıdır. Bu sonuçlar yapısal eşitlik modeli (YEM) etki analizinin, doğrusal regresyon analiz yöntemi ile doğru bir şekilde analiz edilemeyecek bazı etki yapıları göstermektedir. Bu nedenle bu tablo, YEM etki analizine ait teorinin geneli bakımından daha rafine ve daha detaylı sonuçlar vermektedir. Tablo 2.14 detaylı olarak incelendiğinde, ölçekler ve alt boyutların tamamının doğrudan, dolaylı ve toplam etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmektedir.

Tablo 2.14 Standardize Edilmiş Doğrudan, Dolaylı ve Toplam Etkiler

		Standardize Edilmiş Doğrudan				Standardize Edilmiş Dolaylı Etki				Standardize Edilmiş Toplam			
		Etki				Etki				Etki			
		TURZSE CMOT	BÖLÜM MEMNUN N	OKUL PRESTIJ	Mesprej	TURZ SECM OT	BÖLÜM MEMNUN	OKUL PRESTIJ	Mesprej	TURZ SECMOT	BÖLÜM MEMNUN	OKUL PRESTIJ	Mesprej
ALANCAZIBESI	Par SH t p	0.9015 0.0161 56.0589 0.0001	0	0	0	0	0	0.4357 0.0393 11.0942 0.0001	0.1433 0.0445 3.2224 0.001271	0.9015 0.0161 56.0589 0.0001	0	0.4357 0.0393 11.0942 0.0001	0.1433 0.0445 3.2224 0.00127
DISETKILER	Par SH t p	0.3207 0.0463 6.9235 0.0001	0	0	0	0	0	0.1550 0.0268 5.7781 0.0001	0.0510 0.0175 2.9136 0.003573	0.3207 0.0463 6.9235 0.0001	0	0.1550 0.0268 5.7781 0.0001	0.0510 0.0175 2.9136 0.00357
ITIBAR	Par SH t p	0.8497 0.0185 45.9418 0.0001	0	0	0	0	0	0.4106 0.0380 10.8003 0.0001	0.1350 0.0420 3.2159 0.001300	0.8497 0.0185 45.9418 0.0001	0	0.4106 0.0380 10.8003 0.0001	0.1350 0.0420 3.2159 0.00130
ONUR_GURUR	Par SH t p	0	0	0	0.9090 0.0161 56.4273 0.0001	0	0	0	0	0	0	0	0.9090 0.0161 56.4273 0.0001
PRESTIJ	Par SH t p	0	0	0	0.8533 0.0185 46.0510 0.0001	0	0	0	0	0	0	0	0.8533 0.0185 46.0510 0.0001
SAYGI	Par SH t p	0	0	0	0.7956 0.0217 36.7067 0.0001	0	0	0	0	0	0	0	0.7956 0.0217 36.7067 0.0001
TURZSEKKARYAP	Par SH t p	0.3676 0.0517 7.1038 0.0001	0.4913 0.0486 10.1075 0.0001	0	0	0	0	0.1777 0.0300 5.9276 0.0001	0.0584 0.0199 2.9324 0.003364	0.3676 0.0517 7.1038 0.0001	0.4913 0.0486 10.1075 0.0001	0.1777 0.0300 5.9276 0.0001	0.0584 0.0199 2.9324 0.00336
TURZSECMOT	Par SH t p	0	0	0.4833 0.0423 11.4128 0.0001	0.1589 0.0492 3.2289 0.00124	0	0	0	0	0	0	0.4833 0.0423 11.4128 0.0001	0.1589 0.0492 3.2289 0.00124

Par: Parametre Tahmini, SH: Standart Hata, t: t-test istatistiği: p: anlamlılık

Çalışmanın bulguları sonucunda hipotezlerin açıklaması aşağıdaki gibidir:

H1: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile akademik branş memnuniyeti (BÖLÜM_MEMNUN) arasında pozitif bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin Branş seçim motivasyonu ile akademik branş memnuniyeti arasında bir ilişki bulunmaktadır (β :0.49340, p :0.0001).

H2: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile okul prestiji algısı (OKUL_PRESTIJ) arasında pozitif bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin Branş seçim motivasyonu ile okul prestiji algısı arasında bir ilişki bulunmaktadır (β :0.48329, p :0.0001).

H3: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile mesleki prestij (Mesprej) arasında pozitif bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin Branş seçim motivasyonu ile mesleki prestij arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (β :0.15893, p :0.0012).

H4: Branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) ile meslekte karar kılma (TURZSEKKARYAP) arasında pozitif bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin Branş seçim motivasyonu ile meslekte karar kılmaları arasında bir ilişki bulunmaktadır (β :0.36759, p :0.0001).

H5: Akademik branş memnuniyeti (BÖLÜM_MEMNUN) ile meslekte karar kılma (TURZSEKKARYAP) arasında pozitif bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin akademik branş memnuniyeti ile meslekte karar kılmaları arasında bir ilişki bulunmaktadır (β :0.49132, p :0.0001).

H6: Okul prestiji (OKUL_PRESTIJ) ile meslekte karar kılma (TURZSEKKARYAP) arasında branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) aracılığı ile pozitif bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin okul prestiji ile meslekte karar kılmaları arasında bir ilişki bulunmaktadır (β :0.1777, p :0.0001).

H7: Mesleki prestij (Mesprej) ile meslekte karar kılma arasında (TURZSEKKARYAP) arasında branş seçim motivasyonu (TURSECMOT) aracılığı ile pozitif bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin mesleki prestij algıları ile meslekte karar kılmaları arasında bir ilişki bulunmaktadır (β :0.0584, p :0.0034).

2.6.7. Ölçekler ve Alt Boyutlarının Korelasyon Analizi Sonuçları

Basit korelasyon analizi ile iki değişken arasındaki ilişkiye bakılabilir. Çoklu korelasyon ise ikiden fazla değişken arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Korelasyon katsayısı, değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini göstermeye yardım eder. Değişkenler arasındaki ilişkiyi ifade eden pearson korelasyon katsayısı yani “r” değerinin:

0-0,3 arası düşük derecede ilişki

0,3-0,7 arası orta derecede ilişki

0,7-1 arası ise yüksek derecede ilişki

olduğunu ifade etmektedir. Bu durum negatif değerler için de aynıdır. Ancak negatif r değeri ilişkinin yönünün negatif olduğunu gösterir. Burada bakılması gereken r değerinden önce p (anlamlılık) değeridir. Bu değer $p < 0.05$ seviyesi ve $p < 0.01$ seviyeleridir. 0.01 den küçük olan değerler korelasyonun oldukça anlamlı olduğuna işaret etmektedir (Kul, 2014).

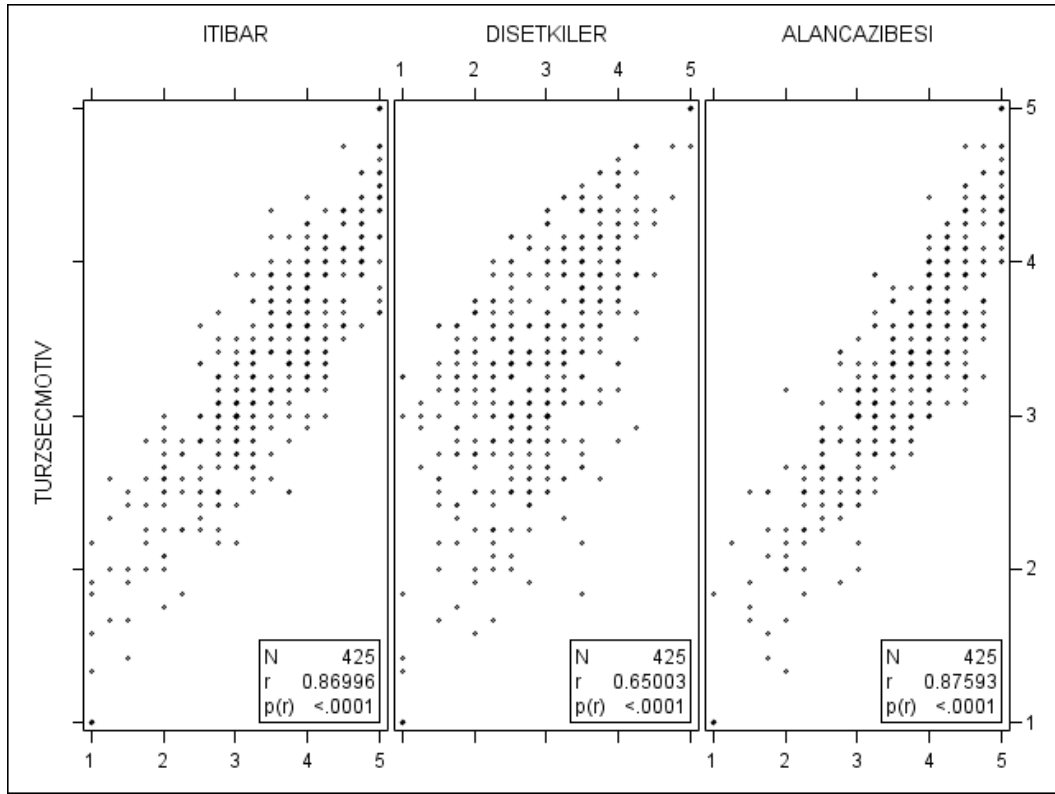
Bu çalışmada kullanılan ölçekler ve alt boyutları arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 2.15’de sunulmuştur. Çalışmada söz konusu olan beş ölçeğin, mesleki prestij, okul prestiji, bölüm seçim motivasyonu, akademik branş memnuniyeti ve meslekte karar kılma, birbirleri ile olan ilişkileri incelendiğinde, mesleki prestij ile okul prestiji ölçekleri arasında pozitif yönlü orta düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.31222$; $p:0.0001$), mesleki prestij ile akademik branş memnuniyeti ölçekleri arasında pozitif yönlü düşük düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.20905$; $p:0.0001$), mesleki prestij ile bölüm seçim motivasyonu ölçekleri arasında pozitif yönlü düşük düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.29914$; $p:0.0001$) ve mesleki prestij ile meslekte karar kılma ölçekleri arasında pozitif yönlü düşük düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.19298$; $p:0.0001$) ilişkilerin olduğu görülmektedir. Okul prestiji ölçeği ile akademik branş memnuniyeti ölçeği arasında pozitif yönlü orta düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.48590$; $p:0.0001$), bölüm seçim motivasyonu ölçeği arasında pozitif yönlü orta düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.48395$; $p:0.0001$) ve meslekte karar kılma ölçeği arasında pozitif yönlü orta düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.39802$; $p:0.0001$) ilişkilerin olduğu bulunmuştur. Akademik branş memnuniyeti ile bölüm seçim motivasyonu ölçeği arasında pozitif yönlü orta düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.61102$; $p:0.0001$) ve meslekte karar kılma ölçeği arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.77163$; $p:0.0001$) ilişkilerin olduğu bulunmuştur. Bölüm seçim motivasyonu ile meslekte karar kılma ölçekleri arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.59470$; $p:0.0001$) bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Mesleki prestij ölçeği ile alt boyutları arasındaki ilişki serpilme diyagramı şeklinde Şekil 2.9’da verilmiştir. Bu şekilden mesleki prestij ölçeği ile alt boyutları, saygı, onur/gurur ve genel prestij arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.88323$, 0.92377 , 0.90421 ; $p:0.0001$) ilişkilerin olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde bölüm seçim motivasyonu ölçeği ile alt boyutları arasındaki ilişkiye ait serpilme diyagramı Şekil 2.10’da sunulmuştur. Bölüm seçim motivasyonu ölçeği ile alt boyutları, itibar, dış etkiler ve alan cazibesi arasında pozitif yönlü orta ve yüksek düzeyde istatistiksel anlamlı ($r:0.86996$, 0.65003 , 0.87593 ; $p:0.0001$) ilişkilerin olduğu bu şekilden görülmektedir.

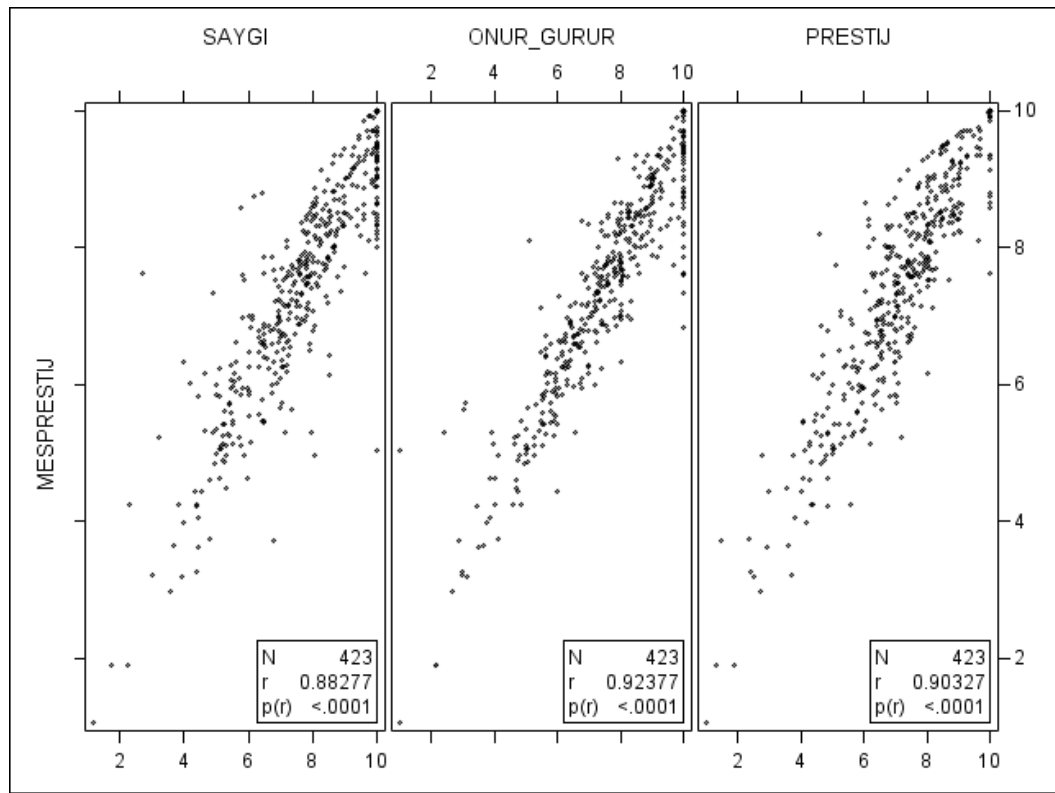
Tablo 2.15 Tüm Ölçekler ve Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Değerleri

	Saygı	Onur Gurur	Prestij	Mes Prestij	Okul Prestij	Bölüm Memnun	Trzsec Motiv	İtibar	Dış Etkiler	Alan Cazibesi	Meslek Uyum	Meslek Fedâ	Turz Kariyer
SAYGI	1.00000												
ONUR_GURUR	0.72181 0.0001	1.000003											
PRESTIJ	0.67615 0.0001	0.77845 0.0001	1.00000										
MESPRESTIJ	0.88323 0.0001	0.92377 0.0001	0.90421 0.0001	1.00000									
OKUL_PRESTIJ	0.31987 0.0001	0.27614 0.0001	0.26291 0.0001	0.31222 0.0001	1.00000								
BÖLÜM_MEMNUN	0.26209 0.0001	0.18204 0.0002	0.12802 0.0082	0.20905 0.0001	0.48590 0.0001	1.00000							
TURZSECMOTIV	0.28843 0.0001	0.28126 0.0001	0.24518 0.0001	0.29914 0.0001	0.48395 0.0001	0.61102 0.0001	1.00000						
İTİBAR	0.25497 0.0001	0.23960 0.0001	0.23050 0.0001	0.26644 0.0001	0.53885 0.0001	0.64114 0.0001	0.86996 0.0001	1.00000					
DISETKILER	0.16907 0.0005	0.18168 0.0002	0.14888 0.0021	0.18265 0.0002	0.16270 0.0008	0.09361 0.0538	0.65003 0.0001	0.29058 0.0001	1.00000				
ALANCAZİBESİ	0.26551 0.0001	0.25494 0.0001	0.20605 0.0001	0.26639 0.0001	0.43907 0.0001	0.70095 0.0001	0.87593 0.0001	0.75735 0.0001	0.32561 0.0001	1.00000			
TURZSEKKARYAP	0.22087 0.0001	0.16976 0.0005	0.13819 0.0043	0.19298 0.0001	0.39802 0.0001	0.77163 0.0001	0.59470 0.0001	0.63040 0.0001	0.07923 0.1029	0.68646 0.0001	0.70861 0.0001	0.57675 0.0001	1.00000

p<0,01 anlamlılık düzeyinde ilişki anlamlı



Şekil 2.9 Bölüm Seçim Motivasyonu ve Alt Boyutları Arasındaki İlişki



Şekil 2.10 Mesleki Prestij ve Alt Boyutları Arasındaki İlişki

2.6.8. Ölçeklere Verilen Cevaplar ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıklara İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında anketleri dolduran öğrencilerin mesleki prestij, okul prestiji, bölüm seçim motivasyonu, akademik branş memnuniyeti ve meslekte karar kılma ölçeklerinin ve alt boyut ortalamalarının milliyet, cinsiyet, eğitim durumu ve ebeveynlerin üniversite mezuniyet durumuyla demografik değişkenlere göre değişip değişmediği bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü ANOVA testi kullanılarak ortaya konmuştur.

Çalışmaya dahil olan öğrencilerin ölçek ve alt boyutlarına verdikleri yanıtların ortalamalarının milliyete göre tanımlayıcı istatistikleri ve bağımsız gruplar arası t testi sonuçları Tablo 2.16’da sunulmuştur. Bu tablo genel olarak incelendiğinde, mesleki prestij ölçeğinin genel prestij alt boyutu dışında, diğer tüm ölçek ve alt boyutların puan ortalamalarının Türk ve Amerikan öğrenciler arasında istatistiksel olarak oldukça önemli farklılıklar gösterdikleri görülmektedir ($p < 0.01$). Amerikan öğrencilerin bütün ölçek ve alt boyut puan ortalamalarının Türk öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Tablo 2.16 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Milliyetine Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve t Testi Sonuçları

Ölçekler	Milliyet						t	p
	Amerikan			Türk				
	N	Ort.	Ss	N	Ort.	Ss		
Saygı	154	8.33	1.46	271	7.23	1.80	6.44	0.0001
Onur/Gurur	152	7.93	1.61	271	7.32	1.93	3.32	0.0010
Genel Prestij	154	7.40	1.60	271	7.05	1.80	1.96	0.0502
MESLEKİ PRESTİJ	154	7.87	1.36	271	7.20	1.70	4.19	0.0001
OKUL PRESTİJİ	154	4.15	0.61	271	3.30	0.84	11.01	0.0001
AKADEMİK BRANŞ MEMNUNİYETİ	154	4.31	0.79	271	3.14	1.02	12.34	0.0001
BÖLÜM SEÇİM MOTİVASYONU	154	3.69	0.55	271	3.16	0.74	7.74	0.0001
İtibar	154	3.91	0.77	271	3.26	0.98	7.11	0.0001
Dış Etkiler	154	3.01	0.85	271	2.83	0.82	2.05	0.0410
Alan Cazibesi	154	4.15	0.63	271	3.39	0.91	9.20	0.0001
MESLEKTE KARAR KILMA	154	5.62	1.28	271	4.30	1.74	8.24	0.0001

Öğrencilerin ölçek ve alt boyutlarına verdikleri yanıtların ortalamalarının cinsiyete göre tanımlayıcı istatistikleri ve bağımsız gruplar arası t testi sonuçları Tablo 2.17’de verilmiştir. Bu tablodan, bölüm seçim motivasyonu ölçeğinin dış etkiler alt boyutu ve meslekte karar kılma

ölçeği dışında, diğer tüm ölçek ve alt boyutların puan ortalamalarının kadın ve erkek öğrenciler arasında istatistiksel olarak oldukça önemli farklılıklar gösterdikleri görülmektedir ($p<0.01$). Tablo detaylı olarak incelendiğinde, bütün ölçek ve alt boyut puan ortalamalarının kadın öğrencilerde erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu kolayca görülebilir.

Tablo 2.17 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Cinsiyetine Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve t Testi Sonuçları

Ölçekler	Cinsiyet						t	p
	Kadın			Erkek				
	N	Ort.	Ss	N	Ort.	Ss		
Saygı	230	8.04	1.53	195	7.14	1.89	5.42	0.0001
Onur/Gurur	228	7.93	1.54	195	7.08	2.06	4.88	0.0001
Genel Prestij	230	7.46	1.53	195	6.85	1.91	3.62	0.0003
MESLEKİ PRESTİJ	230	7.81	1.37	195	7.02	1.77	5.17	0.0001
OKUL PRESTİJİ	230	3.80	0.79	195	3.39	0.90	4.98	0.0001
AKADEMİK BRANŞ MEMNUNİYETİ	230	3.72	1.12	195	3.38	1.05	3.19	0.0015
BÖLÜM SEÇİM MOTİVASYONU	230	3.43	0.62	195	3.26	0.82	2.43	0.0155
İtibar	230	3.63	0.86	195	3.33	1.05	3.28	0.0011
Dış Etkiler	230	2.89	0.80	195	2.90	0.88	-0.17	0.8674
Alan Cazibesi	230	3.76	0.80	195	3.54	0.99	2.53	0.0116
MESLEKTE KARAR KILMA	230	4.91	1.69	195	4.62	1.72	1.73	0.0849

Katılımcıların ölçek ve alt boyutlarına verdikleri yanıt ortalamalarının eğitim durumuna göre tanımlayıcı istatistikleri ve ANOVA analizi sonuçları Tablo 2.18’de sunulmuştur. Bu tablo incelendiğinde, mesleki prestij boyutu ve saygı, onur/gurur ve genel prestij alt boyutları, bölüm seçim motivasyonu ölçeği ve dış etkiler alt boyutu puan ortalamaları arasında eğitim durumuna göre farklılıkların olmadığı görülmektedir. Okul prestiji, akademik branş memnuniyeti, itibar ve alan cazibesi alt boyutları ve meslekte karar kılma ölçeği puan ortalamalarının eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdikleri bulunmuştur ($P<0.001$). Bu farklılıkların hangi eğitim seviyesinden kaynaklandığını ortaya koymak üzere ANOVA’yı tamamlayıcı ileri bir çoklu karşılaştırma testi yapılarak Tablo 2.18’deki ortalama karşılaştırma sütunu oluşturulmuştur. Aralarında eğitim durumuna göre istatistiksel fark bulunan ölçek ve alt boyutları puan ortalamalarını karşılaştıran bu sütun incelendiğinde, yüksek lisans ve doktora

yapan öğrencilerin puan ortalamalarının en yüksek, bunu lisans 1. sınıf, 2. sınıf, 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencilerinin puan ortalamalarının izlediği görülmektedir.

Araştırmaya iki farklı ülkeden katılan öğrencilerin ölçek ve alt boyutlarına verdikleri yanıtların ortalamalarının anne ve babanın üniversite mezuniyet durumuna göre tanımlayıcı istatistikleri ve varyans analizi sonuçları Tablo 2.19’da verilmiştir. Bu tablodan, mesleki prestij boyutu ve onur/gurur ve genel prestij alt boyutları ve dış etkiler alt boyutu puan ortalamaları arasında anne ve babanın üniversite mezuniyet durumuna göre farklılıkların olmadığı görülmektedir. Buna karşılık, saygı alt boyutu, okul prestiji, akademik branş memnuniyeti, bölüm seçim motivasyonu, itibar ve alan cazibesi alt boyutları ve mesleki uyum ve mesleki fedakârlık alt boyutları ve meslekte karar kılma ölçeği puan ortalamalarının anne ve babanın üniversite mezuniyet durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdikleri bulunmuştur ($P<0.001$). Bu farklılıkların hangi eğitim seviyesinden kaynaklandığını ortaya koymak üzere yapılan çoklu karşılaştırma testi sonucu Tablo 2.19’daki karşılaştırma sütununda verilmiştir. Bu sütun incelendiğinde, “Evet, sadece annem” ve “Evet, her ikisi de” diyen öğrencilerin ölçek genel ve alt boyut puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı fakat bu iki kategorinin ortalamalarının “Evet, sadece babam” ve “Hayır” diyen kategori ortalamalarından anlamlı bir biçimde daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2.18 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Eğitim Durumuna Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve ANOVA Sonuçları

Ölçekler	Eğitim Durumu															F	p	Karşılaştırma
	1. Sınıf ¹			2. Sınıf ²			3. Sınıf ³			4. Sınıf ⁴			Master+ PhD ⁵					
	N	Ort	Ss	N	Ort	Ss	N	Ort	Ss	N	Ort	Ss	N	Ort.	Ss			
Saygı	18	7.87	2.25	103	7.57	1.66	65	7.72	1.84	186	7.46	1.78	53	8.14	1.58	1.68	0.1547	
Onur/Gurur	18	7.53	2.08	103	7.87	1.68	65	7.67	1.97	185	7.24	1.94	52	7.78	1.41	2.35	0.0535	
Genel Prestij	18	7.34	1.84	103	7.54	1.64	65	7.14	1.76	186	6.93	1.78	53	7.32	1.62	2.23	0.0655	
MESLEKİ PRESTİJ	18	7.58	1.98	103	7.66	1.49	65	7.51	1.62	186	7.21	1.67	53	7.73	1.42	1.92	0.1054	
OKUL PRESTİJİ	18	3.93	0.72	103	3.59	0.75	65	3.27	0.96	186	3.57	0.87	53	4.11	0.77	8.19	0.0001	5,1>2,4,3
AKADEMİKBRANŞ MEMNUNİYETİ	18	3.63	1.28	103	3.54	0.98	65	3.48	1.12	186	3.41	1.13	53	4.25	0.88	6.52	0.0001	5>1,2,3,4
BÖLÜM SEÇİM MOTİVASYONU	18	3.48	0.92	103	3.42	0.62	65	3.26	0.77	186	3.29	0.77	53	3.49	0.58	1.50	0.2004	
İtibar	18	3.82	1.14	103	3.62	0.82	65	3.37	1.00	186	3.36	1.00	53	3.79	0.92	3.44	0.0088	1,52>3,4
Dış Etkiler	18	2.74	0.95	103	2.99	0.78	65	2.84	0.76	186	2.95	0.86	53	2.65	0.88	1.96	0.1002	
Alan Cazibesi	18	3.88	1.11	103	3.67	0.79	65	3.57	0.87	186	3.56	0.97	53	4.04	0.67	3.51	0.0078	5,1>2,3,4
MESLEKTE KARAR KILMA	18	5.22	1.82	103	4.75	1.60	65	4.67	1.75	186	4.50	1.75	53	5.77	1.28	6.42	0.0001	5,1>2,3,4

Tablo 2.19 Ölçekler ve Alt Boyutlarının Öğrencilerin Anne ve Babalarının Eğitim Durumuna Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ve ANOVA Sonuçlar

Ölçekler	Anne ve Babanın Üniversite Mezuniyet Durumu												F	p	Karşılaştırma
	Hayır ¹			Evet, her ikisi de ²			Evet, sadece babam ³			Evet, sadece annem ⁴					
	N	Ort.	Ss	N	Ort.	Ss	N	Ort.	Ss	N	Ort.	Ss			
Saygı	247	7.54	1.79	95	7.82	1.60	42	7.18	2.07	41	8.16	1.50	2.79	0.0403	4,2>1,3
Onur/Gurur	245	7.57	1.88	95	7.59	1.75	42	7.05	1.97	41	7.75	1.73	1.22	0.3008	
Genel Prestij	247	7.24	1.77	95	7.27	1.61	42	6.64	1.98	41	7.17	1.53	1.53	0.2059	
MESLEKİ PRESTİJ	247	7.44	1.65	95	7.56	1.49	42	6.95	1.88	41	7.69	1.31	1.78	0.1511	
OKUL PRESTİJİ	247	3.45	0.88	95	3.85	0.66	42	3.61	1.09	41	3.98	0.76	7.88	0.0001	4,2>3>1
AKADEMİK BRANŞ MEMNUNİYETİ	247	3.36	1.10	95	3.92	1.00	42	3.54	1.13	41	3.98	0.98	8.39	0.0001	4,2>3,1
BÖLÜM SEÇİM MOTİVASYONU	247	3.27	0.74	95	3.53	0.69	42	3.22	0.73	41	3.54	0.57	4.43	0.0044	4,2>1,3
İtibar	247	3.40	0.99	95	3.71	0.90	42	3.29	1.01	41	3.80	0.72	4.53	0.0039	4,2>1,3
Dış Etkiler	247	2.87	0.83	95	2.99	0.85	42	2.78	0.82	41	2.96	0.86	0.84	0.4751	
Alan Cazibesi	247	3.55	0.91	95	3.89	0.84	42	3.60	0.90	41	3.87	0.80	4.19	0.0061	2,4>3,1
MESLEKTE KARAR KILMA	247	4.53	1.75	95	5.15	1.62	42	4.98	1.74	41	5.20	1.38	4.43	0.0044	4,2>3,1

SONUÇ

Bu tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin branş seçimine etki eden motivasyon faktörlerini, akademik olarak çalıştıkları branştan memnuniyetlerini, okudukları okulun prestij algılarını ve mesleki prestij algılarını tespit etmek ve tüm bu faktörlerin meslekte kalma kararları üzerindeki etkisini ve kültürler arası farklılıkları araştırmaktır. Araştırma Türkiye ve Amerika'daki turizm öğrencilerinden seçilen örneklem ile araştırmacının geliştirdiği bir model çerçevesinde yapılmıştır.

Nicel araştırma stratejisi kullanılan bu çalışmada, Türkiye ve ABD'de mesleki turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinden anket yöntemiyle toplanan veriler kullanılmıştır.

Kavramsal çerçevesi saygı, onur/gurur ve genel prestij/statü olmak üzere üç alt boyuttan oluşan mesleki prestij algısı; birincisi itibar, prestij ve iş olanakları; ikincisi dış etkiler ve çalışma kolaylığı; üçüncüsü kendini gerçekleştirme ve alan çekiciliği olmak üzere üç alt boyuttan oluşan branş seçim motivasyonu; akademik branş memnuniyeti; okul prestiji algısı ve meslekte karar kılma algısını ölçen değişkenlerden oluşan yapısal eşitlik modeli geliştirilmiş ve test edilmiştir. Bu modeldeki bağımlı değişken olan meslekte karar kılma, turizm mesleğinde kalma niyeti olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu kararı etkileyen faktörler incelenerek bu faktörlerin birbirleriyle ilişkisine bakılmıştır.

Araştırma sonuçları akademik branş seçim motivasyonu ile akademik branş memnuniyeti, okul prestiji ve mesleki prestij arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma modelindeki akademik branş seçim motivasyonu ile akademik branş memnuniyeti arasındaki (Nye vd., 2021), branş seçim motivasyonu ile okul prestiji algısı arasındaki (Juaneda vd., 2017) ve branş seçim motivasyonu ile mesleki prestij arasındaki (Bedeian vd., 2010; Chukwuedo ve Ogbuanya, 2020) pozitif ilişkileri ortaya koyan bulgular daha önce yapılmış benzer çalışmalardaki bulgular ile örtüşmektedir.

Analizler sonucunda; öğrencilerin branş seçim motivasyonu, akademik branş memnuniyeti ve okul prestiji algıları ile meslekte karar kılma arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Benzer akademik çalışmalarla kıyaslandığında bu araştırmaya ilişkin branş seçim motivasyonu ile meslekte karar kılma arasındaki (Apaydin ve Seçkin Kapucu, 2017; Juaneda vd., 2017; Wach vd., 2016) ve akademik branş memnuniyeti ile meslekte karar kılma arasındaki anlamlı pozitif ilişki diğer araştırmalarla (Cox vd., 2016; P. C. Lee vd., 2019; Nauta, 2007; You, 2020) benzerlikler göstermektedir.

Okul prestiji ile meslekte karar kılma arasında branş seçim motivasyonu aracılığındaki anlamlı ilişkiyi alan yazın desteklemektedir (Casidy ve Wymer, 2018). Sonuçlar ayrıca mesleki

prestij ile meslekte karar kılma arasında branş seçim motivasyonu aracılığı ile pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Mesleki prestij algısı ve branş seçim motivasyonu ile meslekte karar kılma arasında anlamlı ilişkiler turizm otelcilik alanındaki (Gong ve Jia, 2022; Ross, 1992; Pehlivan, 2008) ve diğer alanlarda (Wu vd., 2015; Aydemir, 2018) yapılmış çeşitli araştırmalardaki bulgularla örtüşmektedir.

Araştırmaya katılanların yarısından fazlası kadındır. ABD'den katılan öğrencilerde çoğunluğu kadınlar oluştururken, Türkiye'den katılan öğrencilerde çoğunluğu erkekler oluşturmuştur. Cinsiyet değişkenine göre Amerikan ve Türk öğrencileri arasında oldukça anlamlı bir farkın olduğu ortaya çıkmıştır; İki ülkede cinsiyete göre öğrenci dağılımları istatistiki olarak da heterojendir. Türk öğrencilerin kadın ve erkek oranları birbirine yakın iken Amerikalı öğrencilerde kadın öğrenci oranı erkek öğrencilerin iki katından daha fazladır. Bu oranlar alan yazında yapılmış araştırmalarla benzerlik göstermektedir. (Schoffstall, 2015; Kozak, 1996; Boyacıoğlu ve Elmas 2020) Araştırmalar (Jogaratanam ve Buchanan, 2004; Zhong, Couch ve Blum 2011) ABD'de mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin çoğunluğunun kadın öğrenciler olduğunu göstermektedir. Türkiye'de yapılmış çalışmalarda ise mesleki turizm eğitimi alan öğrenci sayılarında erkek ve kadın oranlarının birbirlerine yakın oldukları görülmekle birlikte erkek oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun özellikle Türkiye'de kadın çalışanların sahip oldukları çoklu roller ve kişisel tercihler, iş ve ev yaşamındaki sorumluluklarını dengede tutma çabası, rol çatışması ve iş-aile çatışması gibi konuların etkili olduğu söylenebilir (Acun, 2016; Yüksel, 2010). Bu noktada örgütlere; farklı kariyer düzeylerindeki çalışanların ihtiyaçlarına uygun iş-aile dengesi programları, kreş imkânları, esnek çalışma saatleri uygulaması ve özellikle doğum yapan anneler için geri dönüş programları, anne koçluğu, danışmanlık hizmetleri gibi uygulamaların hayata geçirilmesi önemli görülmektedir. Diğer taraftan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik görüşleri daha çok staj dönemlerinde şekillenmeye başlamaktadır. Süreçte yaşanan problemler bireylerin turizm sektöründen uzaklaşarak farklı alanlarda kariyer yapma isteğine yol açmaktadır. Bu konuda gerek yükseköğretim kurumları gerekse işletmeler stajyer öğrencilere bakış açısıyla ilgili sorunların azaltılması için gereken adımları atmalıdır.

Amerikan ve Türk öğrencilerin anne ve babalarının üniversite mezuniyet durumlarına göre aralarında önemli farklar olduğu görülmüştür. Anne ve babasının her ikisinin de üniversite mezunu olmayan Türk öğrencilerin oranı Amerikan öğrencilerin oranının iki katından daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi yüksek olmayan anne-babaların da çocuklarının mesleki tercihlerinde daha etkili oldukları, eğitime ve eğitilmiş olmaya önem verdiklerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Anne ve babasının her ikisi de üniversite mezunu olan Amerikan öğrencilerin oranı Türk öğrencilerin oranının üç katından daha fazladır. Sadece babası üniversite mezunu olan öğrenci oranları her iki milliyet için birbirine yakın iken sadece annesi üniversite mezunu olan Amerikan öğrencilerin oranının Türk öğrencilerden yaklaşık dört kat daha fazla olduğu görülmektedir. Uluslararası gerçekleştirilen araştırmalarda (Correll, 2001, Hussain ve Rafique, 2013) kültürel boyut açısından ailenin eğitim seviyesi ile meslek tercih etme arasında güçlü bir ilişki olduğunu, ailenin yüksek eğitim seviyesinin meslek tercihinin güçlü bir yordayıcısı olduğu farklı kültürlerde sonuçların farklılık gösterdiği belirtilmiştir.

Araştırma bulguları öğrencilerin ailelerinde turizm sektöründe çalışan aile bireylerinin varlığı konusunda alınan yanıtların milliyetlere göre dağılımları arasında önemli farklar olduğu bulunmuştur. Ailesinde turizm sektöründe çalışan Türk öğrencilerin oranının Amerikan öğrencilerin oranının neredeyse üç katı olduğu görülmüştür. Bu durum kültürel bağlamda Türkiye’de ailenin güçlü baskın yapısının etkili olduğu söylenebilir. Diğer bir deyişle, kendilerinden başka bireylerin de meslek edinmek üzere aynı alana yönelmiş olmaları, gelişimleri sürecinde model olarak seçtikleri bireylerden olumlu etkilendikleri anlamına gelebilir (Sarıışık, 2007; Erdinç ve Kahraman, 2012; Apaydın ve Seçkin Kapucu, 2017; (Briggs ve Wilson, 2007; Galotti ve Mark, 1994; Telli Yamamoto, 2006)

Amerikan ve Türk öğrenciler arasında ‘Turizm fakültesi birinci tercihiniz miydi?’ ve ‘Lisans derecesini tamamlayınca yüksek lisans yapmayı düşünüyor musunuz?’ sorularına verilen cevaplar açısından bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bu durumda kültürel farklılıkların bir etkisi olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin meslekte karar kılma sorularına verdikleri yanıtlara göre öğrencilerin yarısından fazlası sektörde mesleki yaşamını sürdürme niyetini ortaya koymuştur. Bu konuda iki ülke arasında oranlar kıyaslandığında ABD’deki öğrenciler için oran Türkiye’deki öğrencilerin oranının neredeyse iki katı kadardır. Turizm mesleğinde kalma kararının iki kültür arasında farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Buna turizmin zor çalışma koşulları, düşük maaşlar ve stajdaki izlenimler etki etmektedir (Birdir, 2002; Köşker ve Unur, 2017; Orhan, 2015).

Meslekte karar kılma boyutuna ilişkin öğrencilerin puan ortalaması da ABD ile Türkiye arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık göstermiştir. Mesleki yaşamını turizmde sürdürme niyeti konusunda erkeklerin oranı kadınların oranından az da olsa yüksektir. Cinsiyete göre meslekte karar kılma boyutuna ilişkin kadın öğrencilerin puan ortalaması erkek öğrencilerin puan ortalamasından istatistiki açıdan anlamlı ölçüde farklılık göstermiştir. Kadınların meslekte kalma ortalaması erkeklerinkinden yüksek çıkmıştır. Meslek yaşamını

turizmde sürdürme niyeti konusunda önemli bulgulardan bir tanesi de öğrencilerin mezuniyete yaklaştıkça birinci sınıftan dördüncü sınıfa meslekte kalma isteği azalmıştır ve bu anlamda birinci sınıftaki öğrencilerin ortalaması ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıftaki öğrencilerden istatistiki olarak anlamlı bir şekilde yüksek çıkmıştır. Bu bulgular sosyo-ekonomik ve kültürel faktörlerin etkisiyle ülkeler arası farklılık gösteren benzer araştırmalarla benzerlik göstermektedir. Bu sonuçlara etki eden faktörler düşük prestij, ücretlerin yetersizliği, yaşam beklentisiyle uyumsuzluk, ağır çalışma koşulları, uzun saatler olarak sıralanmıştır (Birdir, 2002; Duman vd. 2006; Kusluvan ve Kusluvan, 2000; Richardson, 2009; Wu 2013).

Mesleki yaşamını turizmde sürdürme niyeti konusunda önemli belirleyicilerden biri olan mesleki prestij algısına yönelik bulgular önemlidir. ABD'deki turizm otelcilik öğrencilerinin alan içi ve alan dışı her bir meslek için duyulan saygı (respect), onur/gurur (honor/pride), prestij/statü (prestige/statü) düzeyi sorularına verdikleri cevaplara ilişkin ortalamalara baktığımızda araştırma bulguları turizm mesleklerinin prestij algısının düşük olduğu inancının aksine turizm meslekleri sıralamada ilk dörde girebilmiştir. Alan dışı mesleklerle kıyaslandığında daha düşük bir prestije sahip olduğunu düşünen eski araştırmaların (Reichel ve Pizam, 1984; Pizam, 1982) aksine Shapoval ve Pizam'ın (2017) araştırmasında turizm meslekleri prestijli bulunmuştur.

SAYGI düzeyi açısından Türkiye'de turizm işletmeciliğindeki en üst dört meslek otel genel müdürü, mutfak şefi, insan kaynakları müdürü, yiyecek ve içecek müdürü olarak bulunmuştur. Turizm işletmeciliği dışındaki ilk dört meslek ise doktor, öğretmen, akademisyen ve mühendis olarak bulunmuştur. Amerika'da verilen yanıtlar sonucunda ise otel genel müdürü, yiyecek ve içecek müdürü, önbüro müdürü, kat hizmetleri müdürü turizm meslekleri olarak sıralanırken, turizm dışı mesleklerin sıralaması doktor, öğretmen, hemşire, mühendis olarak bulunmuştur. *ONUR/GURUR* düzeyine göre Türkiye'de verilen yanıtlar sonucunda turizm işletmeciliğindeki en üst dört meslek otel genel müdürü, mutfak şefi, yiyecek ve içecek müdürü ve halkla ilişkiler müdürü iken; turizm dışındaki en üst dört meslek doktor, öğretmen, akademisyen ve mühendis olarak bulunmuştur. Amerika'da verilen yanıtlar sonucunda ise genel müdür, yiyecek içecek müdürü, mutfak şefi, ve önbüro müdürü iken; turizm dışındakiler ise doktor, mühendis, öğretmen, ve hemşire olarak sıralanmıştır. *GENEL PRESTİJ* düzeyine göre Türkiye'de alan içi meslekler otel genel müdürü, mutfak şefi, seyahat Acentası müdürü ve insan kaynakları müdürü ilk dört sırada yer alırken; alan dışı meslekler ilk dört meslek ise doktor, mühendis, akademisyen ve avukat olarak bulunmuştur. Amerika'da toplanan yanıtlara göre ilk dört sırada yer alan alan içi meslekler otel genel müdürü, yiyecek içecek müdürü, mutfak şefi ve insan kaynakları müdürü iken; alan dışı meslekler ise doktor, mühendis, avukat

ve hemşire olarak sıralanmıştır. Bu sonuçlar Shapoval ve Pizam (2017)'nin sonuçlarıyla hem benzerlikler hem de farklılıklar göstermektedir. Otel genel müdürünün ortalama mesleki prestij algısı ABD'deki öğrenciler için doktorların ardından ikinci sırada yer alırken, Türkiye'deki öğrenciler için doktor, öğretmen ve akademisyen mesleklerinin ardından dördüncü sırada yer almıştır. Turizm ve otelcilik alanında genel müdür mesleki prestij algısını ABD de yiyecek ve içecek müdürü, Türkiye'de ise aşçıbaşı meslekleri takip etmiştir. Üçüncü sıradaki en yüksek turizm otelcilik meslek prestij algısı ABD de önbüro müdürü iken Türkiye' de yiyecek içecek müdürüdür

Milliyete göre tanımlayıcı istatistikler ve bağımsız gruplar arası t testi sonuçları mesleki prestij ölçeğinin genel prestij/statü alt boyutu dışında, puan ortalamalarının Türk ve Amerikan öğrenciler arasında istatistiksel olarak önemli farklılıklar göstermiştir. Amerikan öğrencilerin bütün ölçek ve alt boyut puan ortalamalarının Türk öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Turizm meslekleri ve diğer meslekler açısından Amerikan ve Türk öğrencilerinin ortalamaları aşağıda özetlendiği gibi farklılıklar göstermiştir. ABD'deki öğrenciler hem turizm otelcilik alanındaki hem de alan dışındaki mesleklere yönelik daha yüksek mesleki prestij ortalaması göstermiştir

Araştırma bulguları Türkiye'de ve ABD'de mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin okul prestij algıları incelendiğinde istatistiki olarak önemli farklılıklar ortaya koymuştur. Okul prestij algısı genel ortalaması Türkiye'de ankete katılanların ABD'den ankete katılanların ortalamasından daha yüksektir. Bu durumda Amerika'daki öğrencilerin okullarını Türkiye'deki öğrencilere göre daha prestijli bulduklarını göstermektedir. Anova tanımlayıcı istatistik ve T-testi sonuçlarına göre öğrenciler tarafından algılanan okul prestij düzeyleri farklı değişkenlere göre de farklılaşıp farklılaşmadığı belirlenmiştir. Öğrencilerin algılanan okul prestij düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre çok az farklılık gösterdiği belirlenmiştir (kadın 3.80; erkek 3.39). Öğrencilerin algılanan okul prestij düzeylerinin eğitim gördükleri yıla göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdikleri bulunmuştur. Örneğin birinci sınıf öğrencilerinin okul prestij ortalaması, ikinci sınıf ortalamasından daha yüksekken her yıl düşüş göstermiştir. Yüksek lisans ve doktora programındaki öğrencilerin okul prestij algısı ise ilk senelere göre oldukça yüksek çıkmıştır.

Okul prestij algısı boyutuna ilişkin ifade bazlı verilen yanıtların ortalamaları da ABD'de ve Türkiye'de mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerde istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılıklar göstermiştir. 'İnsanlar bu okulun prestijli olduğuna inanıyor' 'Bu okul en iyi turizm okullarından biri olarak düşünülüyor', 'İnsanlar bu program hakkında pek olumlu düşünmüyor', 'Bu okulun mezunlarının çocuklarına bu okulu tavsiye edeceklerine

inanyorum’, ‘Benim okulumun itibar düzeyi düşüktür’, ‘Bir işe başvurduğumda okulum bana iyi bir referans olmaz’, ‘Diğer okullar öğrenci kabul ederken benim okulumdan mezun olan öğrencileri tercih etmezler’ ifadelerinde Amerika’daki ortalama Türkiye’dekinden yüksek çıkmıştır.

Mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin akademik *branş seçimine etki eden faktörler* üç alt boyutta ‘itibar, prestij ve iş olanakları’, ‘dış etkiler ve çalışma kolaylığı’ ve ‘Kendini gerçekleştirme ve alan cazibesi’ oluşan ortalamalara göre Amerika’daki öğrenciler Türkiye’deki öğrencilere göre daha yüksek değerler göstermektedir. Benzer şekilde kadınlar erkeklere göre bu faktörlerin branş seçimini etkilerinde farklılıklar gözlenmiştir. İtibar kadınlara göre daha etkiliyken, dış etkiler erkekler için daha önemli olarak akademik branş seçimini etkilemiştir. Alan cazibesinin ise erkeklere göre kadınlarda daha akademik branş seçimine etkisi daha yüksek çıkmıştır.

Akademik branş seçimini etkilemiş olan farklı boyutlardaki ifadeler değerlendirildiğinde ülkeler arası farklılıklar bulunmuştur. ‘İtibar, prestij ve iş olanakları’ faktörüne ilişkin ifadelerden ‘İyi bir itibarı olan bir bölümde okumak istiyordum ve bu bölümün iyi bir itibarı var’, ‘Bu bölümü bitirdiğimde prestijli bir diplomam olacak’, ‘Bu bölümün bana diğer bölümlerden daha çok iş imkânı vereceğini düşünüyorum’, ‘Bu bölüm gelecekte yüksek maaşlı bir iş sahibi olmamı sağlayacak’ ifadelerinin yüzdesi Amerika’da daha yüksek çıkmıştır.

‘Dış etkiler, çalışma kolaylığı’ faktörüne ilişkin ifadelerden ‘Bu bölüm diğer bölümlerden daha kolay’ ve ‘Bu bölümde okuyan arkadaşlarla birlikte olmak istiyorum’ ikisinin yüzdelik oranı Amerikda’da yüksek çıkmıştır. ‘Bu bölüm ailemin tavsiye ettiği bir bölüm’ ifadesinde ise Türkiye’de yüksek çıkmıştır. , ‘Bu bölüm öğretmenlerimin tavsiye ettiği bir bölümdür’ ifadesi her iki ülkede çok yakın çıkmıştır.

‘Kendini gerçekleştirme ve alan çekiciliği’ faktörüne ilişkin ifadelerden ‘Bu bölümde okumayı çok istiyorum’, ‘Kabiliyet ve yeteneklerimin bu bölümde okumak için iyi olduğunu düşünüyorum’, ‘İlerde bu alanda çalışacak olmak bana çekici geliyor’ ifadelerinde Amerika oranları daha yüksek çıkarken, ‘Bu bölüme yerleştirilme şansım diğer bölümlere göre çok daha yüksekti’ ifadesinde Türkiye oranları daha yüksek çıkmıştır.

Amerika’dan toplanan verilerde akademik branş memnuniyeti öğrencilerin branşlarından memnun oldukları sonucu çıkarken Türkiye’den toplanan verilerde kararsız kaldıkları sonucu bulunmuştur. Cinsiyete göre karşılaştırıldığında ise Kadın ve Erkek öğrenciler arasında akademik branş memnuniyeti açısından çok yüksek bir fark olmadığı görülmektedir. Birinci sınıf öğrencilerinde akademik branştan memnuniyet bir üst sınıfa geçtikçe düşüş göstermiştir, ikinci sınıf, üçüncü sınıf ve dördüncü sınıfta düşüş gösteren

ortalamalar yüksek lisans ve doktora öğrencilerinde yükseliş göstermiştir. Anne babanın üniversite mezunu olması, akademik branş memnuniyetini az da olsa yükseltmiştir. Örneğin ne annesi ne babası üniversite mezunu olan öğrencilere göre anne babasının ikisinin de üniversite mezunu olduğunu söyleyen öğrencilerde akademik branş memnuniyeti daha yüksek çıkmıştır. Hatta annesi üniversite mezunu olan öğrencilerin akademik branştan memnuniyetleri daha da yüksek çıkmıştır.

Akademik branş memnuniyetine ilişkin ifadeler değerlendirildiğinde ülkeler arası farklılıklar bulunmuştur. “Sık sık keşke bu branşı seçmeseydim diyorum”; “Akademik branş seçimimden mutlu olmayı isterdim”; “Başka bir branşa geçmeyi düşünüyorum”; “Genel olarak seçtiğim branştan memnunum”; “Branş seçimim konusunda doğru seçim yaptığımı düşünüyorum”; “Branşımı değiştirebilme konusunda biriyle konuşabilmeyi isterim” ifadelerinde verilen yanıtların ortalaması Amerika’ lılarda daha yüksek çıkmıştır.

Bu çalışma, yükseköğrenim düzeyinde mesleki turizm eğitimi alan öğrenciler alanında alan yazına bir takım değerli katkılar sağlamaktadır. Bu araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturan mesleki prestij ve meslekte karar kılma faktörleri odaklı model ve modelde aracı rol oynayan faktörler arası ilişkilerin test edildiği bu model teorik açıdan önemli katkılar sunmuştur.

Mesleki prestij algısının mesleki turizm eğitimi alan öğrenciler özelinde kavramsallaştıran bu çalışma turizmde mesleki prestij konusunda özgündür. İstihdamın üzerinde önemli etkileri olan turizm sektöründeki çeşitli mesleklerin prestij algılarının araştırılması ve turizm sektöründeki çeşitli mesleklerin prestij algısının diğer sektörlerdeki mesleklerin prestij algılarıyla kıyaslanması açısından önemlidir. Alan yazında mesleki karar alma ile mesleki prestij arasındaki ilişkileri test eden ve geçerliliğini sağlayan çalışma sınırlıdır (Shapoval ve Pizam, 2017). Bu araştırma, Shapoval ve Pizam (2017) gibi mesleki prestiji sadece genel çerçevede ölçmek yerine üç alt boyutta ölçerek her bir turizm mesleğine ilişkin *saygı (respect)*, *onur/gurur*, *statü* düzeyleri ölçülmesine katkıda bulunmuştur.

Ayrıca akademik branş motivasyonu ve akademik branş memnuniyetinin bu ilişkide oynadığı aracılık rolü bağımlı değişken üzerindeki etkileri açıklama oranını artırmıştır. Juaneda vd. (2017) üç boyutlu akademik branş seçim motivasyonu ölçeği ve Nauta'nın (2007) akademik branş memnuniyet ölçeği ABD ve Türk öğrenciler nezdinde test edilerek ölçeğin geçerlilik çalışmalarına iki farklı ülke bağlamında katkıda bulunulmuştur. Ayrıca akademik branş memnuniyetinin akademik branş seçim motivasyonu ve meslekte karar kılma ile ilişkisi ortaya konarak önemi ve geçerliliği ortaya konmuştur. Mesleki prestij algısının akademik branş seçim

motivasyonu ile direk ve meslekte karar kılma ile dolaylı ilişkisi mesleki prestij algısının alan ve meslek seçimine etkisi (M. D. Roberts, 2022) konusunda da katkı sağlamıştır.

Modele dahil edilen mesleki turizm eğitimi verilen okulun prestij faktörü de sınırlı sayıda araştırmada kullanılmıştır (Weaver ve Clark, 2023). Araştırma bulgularında ortaya konan okul prestij algısının akademik branş seçim motivasyonuna doğrudan ve meslekte kalma kararına dolaylı etkisi alan ve kariyer seçim aşamalarında gerek meslek gerekse okul prestij algılamalarının önemini ortaya koyan alan yazına katkı sağlamıştır.

Bu araştırmanın bulguları gençlerin hem üniversite düzeyinde akademik branş seçimlerini hem de kariyer kararlarını pek çok faktörden ve özellikle ebeveyn ve çevre gibi çeşitli faktörlerin destek ve tavsiyelerinden etkilenen karmaşık bir süreç olduğunu ortaya koyan literatüre katkı sunmuştur. Araştırmanın bulguları ayrıca bu karmaşık seçim aşamasına sosyo-ekonomik ve kültürel (cinsiyet, örneğin üniversitede okuyan ilk nesil olma, üniversite eğitimindeki kaçınıcı sınıf oldukları ve yaşadıkları ülke gibi) faktörlerin etkisini gösteren çalışmalarda ortaya konan bilgiye katkı sağlamıştır.

Bu temel teorik katkılara ek olarak araştırmanın ortaya koyduğu ampirik bulgulardan araştırmacılar ve bu bulgulardan hareketle yapılabilecek pratik çıkarımlardan uygulayıcılar ve politika yapıcılar faydalanabilir. Bu anlamda turizm meslek kurumlarındaki aktörler (mesleki turizm eğitimi veren yükseköğrenim kurumları, turizm işletmeleri, sektörel birlikler daire başkanlıkları ve ilgili bakanlıklar gibi) bu araştırmanın ilgili uygulayıcı ve politika yapıcılarına yönelik aşağıdaki bulgu ve öneriler sunulmuştur.

Turizm kurumlarındaki yöneticiler ve çalışanlar mesleki prestijin üç alt boyutuyla değerlendirilmesi gerektiği ve bu üç boyuta göre genel prestij algısının farklı biçimde şekillenebileceğini bilmeleri önemlidir. Araştırma bulgularında mesleklerin saygı ve onur/gurur boyutlarında benzerlikler bulunurken farklılıkların genel olarak statü boyutundaki algılardan kaynaklandığı not edilmedi. Statü boyutunun en temel belirleyicisinin ücretler olduğu düşünüldüğünde sektördeki prestij sorununun temel kaynağının düşük ücretlerle ilişkili olduğu görülecektir.

Genel olarak literatürde öğrencilerin ve ebeveynlerin turizmdeki mesleklere ilişkin algısında prestij düşüklüğü ve olumsuz imajın etkileri görülse de bu araştırma Shapoval ve Pizam'ın araştırmasına benzer şekilde turizmdeki bazı mesleklerin saygı, onur/gurur ve statü açısından en prestijli diğer mesleklerden farklı olmadığına ilişkin bulgular turizm kurumlarındaki yöneticiler tarafından bilinerek kendi paydaşlarına iletilmesi faydalı olacaktır. Turizm sektöründe özellikle taktiksel düzeyde gündelik teknik ve operasyonel görevleri

üstlenen çalışanlar ve yöneticilerin varlığı kadar üst düzey stratejik kararları alan yöneticilere de ihtiyaç olduğu anlatılmalıdır.

Turizm kurumları turizmdeki meslek gruplarının doğru ve olumlu algılanmaları için meslek gruplarına yönelik mesleki saygı, onur/gurur ve statü açısından farklı perspektifte girişimlerde bulunmak faydalı olacaktır. Bu anlamda ABD ve Türkiye'deki bulguların farklılığından hareketle ülkeye göre farklı yaklaşımlar ortaya konmalıdır. Bu anlamda kentlerden ve kırsal kesimlerden gelen öğrencilere ve ailelere yönelik farklı iletişim yöntemleri kullanılması ve beklentilerine uygun yönlendirmeler yapılması uygun olacaktır. Öğrenci ve ailelerin beklentilerini karşılama boyutunda örneğin akademik açıdan daha ilgili ve başarılı öğrenciler üst düzey karar almayı gerektiren stratejik yönetim pozisyonları konusunda bilgilendirilmeli ve yönlendirilmeli/egitilmelidir. Bu yaklaşım mesleki prestiji geliştirmekle kalmayacak aynı zamanda okul ve akademik alana ilişkin prestiji de geliştirecektir. Bu yaklaşımın turizm eğitim kurumlarınca benimsenmesi ve uygulanması ve ilgili paydaşlarla birlikte hareket edilmesi sinerji yaratacaktır.

Yöneticiler meslekte kalma kararına etki eden mesleki prestij ve okul prestiji algılarının, akademik branş seçim motivasyonu ve akademik branş memnuniyetine ilişkin bulguların önemini not ederek meslekte kalma niyetine olumlu yansıtacak bütüncül stratejiler geliştirmeye çalışması faydalı olacaktır.

Bu araştırmanın güçlü yönü modelde ortaya konan ilişkilerin ortaya konarak içsel güvenilirlik ve geçerliliği sağlanmıştır. Araştırmanın dışsal güvenilirliği açısından iki farklı ülkeden toplanan örneklem üzerinde kısmen sağlanmıştır. Dışsal geçerliliğinin artırılması için yeni araştırmalarla tekrarlanması gerekmektedir. Sonraki çalışmalar buna benzer araştırmaları başka ülkelerde yaparak, farklı kültürleri karşılaştırabilirler.

Bu araştırma Türkiye ve Amerika'da turizm eğitimi veren lisans, yüksek lisans ve doktora bölümlerinden sadece birkaç tanesi ile gerçekleştirilmiştir. Başka üniversitelerde uygulanarak farklı bölgelerin kültürel açıdan karşılaştırılması önerilmektedir

KAYNAKÇA

- Abbott, W. F., & Barlow, H. M. (1972). Stratification theory and organizational rank: Resources, functions, and organizational prestige in American universities. *Pacific Sociological Review*, 15(4), 401-424.
- Acun, A. (2016). *İş aile çatışması ve turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerine etkisi*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Adams, R. S. (2009). Prestige examined as the third dimension in the congruence-outcome relation [Ph.D., Arizona State University]. <http://search.proquest.com/docview/304844361/abstract/AFD481E6D073406FPQ/21>
- Adamuti-Trache, M., Anisef, P., Sweet, R., & Walters, D. (2013). Enriching foreign qualifications through Canadian post-secondary education: Who participates and why? *Journal of International Migration and Integration*, 14(1), 139-156.
- Adler, I., & Kraus, V. (1985). Components of occupational prestige evaluations. *Work and Occupations*, 12(1), 23-39.
- Ager, D. (2005). Image and prestige planning. *Current Issues in Language Planning*, 6(1), 1-43.
- Ağaoğlu, O. K. (1991). *Türkiye’de turizm eğitimi ve etkenliği*. Milli Prodüktivite Merkezi.
- Airey, D., & Tribe, J. (2006). *An international handbook of tourism education*. Routledge.
- Airey, D., Tribe, J., Benckendorff, P., & Xiao, H. (2015). The managerial gaze: The long tail of tourism education and research. *Journal of Travel Research*, 54(2), 139-151.
- Akçin, M. E. (2022). *Sosyal Hizmet Mesleğinin Prestij ve Algısına İçeriden Bir Bakış: Sosyal Hizmet Uzmanları ve Öğrencilerinin Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Karabük Üniversitesi.
- Akış Roney, S., & Öztin, P. (2007). Career perceptions of undergraduate tourism students: A case study in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6(1), 4-17.
- Aksu, A., & Köksal, D. (2005). Perceptions and attitudes of tourism students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 436-447. <https://doi.org/10.1108/09596110510604869>
- Aydemir, L. (2018). Üniversite öğrencilerinin meslek tercihlerini belirleyen faktörlere yönelik bir inceleme. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(5), 713-723.

- Akyurek, S. S. (2022). Meşru Olmayan Görevlerin Mesleki Prestij Algısı Üzerindeki Olumsuz Etkileri ve Lüe'nin İlimlilaştırıcı Etkisi: Türkiye'de Çalışan Öğretmenler Örneği. *Öneri Dergisi*, 17(57), 268-294.
- Ali, S. S. S., & Tinggi, M. (2013). *Factors Influencing the Students' Choice of Accounting as a Major*. 4, 19.
- Altman, L. A., & Brothers, L. R. (1995). Career Longevity of Hospitality Graduates. 13(2), 9.
- Amissah, E. F., Mensah, A. O., Mensah, I., & Gamor, E. (2020). Students' Perceptions of Careers in Ghana's Hospitality and Tourism Industry. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 32(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/10963758.2019.1654884>
- Anthony, G., Mensah, I., & Amissah, E. F. (2021). Factors influencing undergraduate hospitality students' intentions to choose careers in the hospitality industry. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 1-16.
- Apaydin, Ç., & Seçkin Kapucu, M. (2017). Üniversiteyi Tercih Etme, Akademik İtibar ve Sosyal Etkinlik Arasındaki İlişki: Akdeniz ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Lisans Öğrencileri Örneği. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23(2), Article 2.
- Asan, H. (2005). *Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleki motivasyon düzeylerinin incelenmesi*. Sakarya Üniversitesi.
- Ashforth, B. E., Joshi, M., Anand, V., & O'Leary-Kelly, A. M. (2013). Extending the expanded model of organizational identification to occupations. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(12), 2426-2448.
- Atef, T. M., & Balushi, M. A. (2017). Omani tourism and hospitality students' employment intentions and job preferences: *Ramifications on Omanization plans*. *Quality Assurance in Education*, 25(4). <https://squ.pure.elsevier.com/en/publications/omani-tourism-and-hospitality-students-employment-intentions-and-Automatic-citation-updates-are-disabled>. To see the bibliography, click Refresh in the Zotero tab.
- Milsom, A., & Coughlin, J. (2017). Examining person–environment fit and academic major satisfaction. *Journal of College Counseling*, 20(3), 250-262.
- Avcıkurt, C., Deveci, B., & Türkmen, S. (2012). Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunlarının Turizm Sektöründeki İstihdam Profili. 109-119.
- Aydemir, L. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Tercihlerini Belirleyen Faktörlere Yönelik Bir İnceleme. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(5), 713-723. <https://doi.org/10.18506/anemon.378084>

- Baltacı, F., Üngüren, E., Avsallı, H., & DemiRel, O. N. (2012). *Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. 10.
- Banks, J. A. (1993). Multicultural education: Historical development, dimensions, and practice. *Review of research in education*, 19, 3-49.
- Bardakoğlu, Ö., & Akgündüz, Y. (2016). Otel Çalışanlarının Örgütsel Prestij ve Psikolojik Güçlendirme Algılarının İşbirliği Davranışlarına Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(30), 145-158.
- Barringer, H. R., Takeuchi, D. T., & Xenos, P. (1990). Education, occupational prestige, and income of Asian Americans. *Sociology of Education*, 27-43.
- Barringer, H. R., Takeuchi, D. T., & Xenos, P. (1995). Education, occupational prestige, and income of Asian Americans. *The Asian American educational experience*, 146-164.
- Bedeian, A. G., Cavazos, D. E., Hunt, J. G., & Jauch, L. R. (2010). Doctoral degree prestige and the academic marketplace: A study of career mobility within the management discipline. *Academy of Management Learning & Education*, 9(1), 11-25.
- Bergland, B. (1974). *Promoting Adolescent Career Information—Seeking and Information—Processing Behaviors with Group Social Models and Structured Group Counseling*. Final Report.
- Birdir, K. (2002). *Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Nedenleri: Bir Nominal Grup Araştırması Tekniği*. 495-511.
- Birtch, T. A., Chiang, F. F. T., Cai, Z., & Wang, J. (2021). Am I choosing the right career? The implications of COVID-19 on the occupational attitudes of hospitality management students. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102931. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102931>
- Blackmore, P. (2015). *Prestige in academic life: Excellence and exclusion*. Routledge.
- Blau, P. M., & Duncan, O. D. (1967). *The American occupational structure*. Wiley.
- Boyacıoğlu, E. Z., & Elmas, Ç. (2020). “Turizm ve Kadın” Olgusunun Bibliyometrik Yaklaşım ile İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1), 32-52.
- Bratti, M., McKnight, A., Naylor, R., & Smith, J. (2004). Higher education outcomes, graduate employment and university performance indicators. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)*, 167(3), 475-496.

- Briggs, S., & Wilson, A. (2007). Which university? A study of the influence of cost and information factors on Scottish undergraduate choice. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 29(1), 57-72.
- Brown, D. (2002). The Role of Work and Cultural Values in Occupational Choice, Satisfaction, and Success: A Theoretical Statement. *Journal of Counseling & Development*, 80(1), 48-48.
- Brown, S. R. (2006). A match made in heaven: A marginalized methodology for studying the marginalized. *Quality and Quantity*, 40(3), 361-382.
- Brown, R. C., Hernandez, M. Y., & Mitchell, T. D. (1999). Factors Influencing Student College Choice Between In-State and Out-of-state students. *Journal of the Indiana University Student Personnel Association*, 30-44.
- Brymer, R. A., & Pavesic, D. V. (1990). Personality characteristics and profiles of hospitality management graduates. *Hospitality Research Journal*, 14(1), 77-86.
- Buckley, W. (1958). Social stratification and the functional theory of social differentiation. *American Sociological Review*, 23(4), 369-375.
- Burgard, S., & Stewart, J. (2000). *Occupational status. Research network on socioeconomic status and health*. John D. and Catherine t. MacArthur Foundation.
- Büyükşalvarcı, A., & Keleş, H. (2019). Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Motivasyon Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(4), 597-611.
- Cable, D. M., & Graham, M. E. (2000). The determinants of job seekers' reputation perceptions. *Journal of Organizational Behavior*, 21(8), 929-947. [https://doi.org/10.1002/1099-1379\(200012\)21:8<929::AID-JOB63>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1099-1379(200012)21:8<929::AID-JOB63>3.0.CO;2-O)
- Campbell, D. P. (1971). *Handbook for the strong vocational interest blank*.
- Carmeli, A., Gilat, G., & Waldman, D. A. (2007). The Role of Perceived Organizational Performance in Organizational Identification, Adjustment and Job Performance*. *Journal of Management Studies*, 44(6), 972-992. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00691.x>
- Carneiro, A., Fortuna, N., & Varejão, J. (2012). Immigrants at new destinations: How they fare and why. *Journal of Population Economics*, 25(3), 1165-1185.
- Cartter, A. M. (1966). *An assessment of quality in graduate education*.
- Casidy, R., & Wymer, W. (2018). A taxonomy of prestige-seeking university students: Strategic insights for higher education. *Journal of Strategic Marketing*, 26(2), Article 2. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1182573>

- Cavus, Ş., & Kaya, A. (2015). Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumu. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), 101-117.
- Chang, S., & Tse, E. C.-Y. (2015). Understanding the initial career decisions of hospitality graduates in Hong Kong: Quantitative and qualitative evidence. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(1), 57-74.
- Charles, K. R. (1992). Career Orientation and Industry Perceptions of Caribbean Hotel and Tourism Management Students. *Social and Economic Studies*, 41(1), 1-19.
- Chen, J. S., Hei-Lin Chu, K., & Wu, W. (2000). Tourism students' perceptions of work values: A case of Taiwanese universities. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 360-365. <https://doi.org/10.1108/09596110010343549>
- Cheng, H., & Furnham, A. (2012). Childhood cognitive ability, education, and personality traits predict attainment in adult occupational prestige over 17 years. *Journal of Vocational Behavior*, 81(2), 218-226.
- Cheng, T. Y., & Tung, V. W. S. (2019). Dropping out of the Hospitality Industry After Frontline Work Experience: An Investigation Into the Personal Changes of Hospitality Employees. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 0(0), 1-21. <https://doi.org/10.1080/15256480.2019.1598911>
- Chiswick, B. R., & Miller, P. W. (2009). Earnings and Occupational Attainment among Immigrants 1. *Industrial Relations, A Journal of Economy and Society*, 48(3), 454-465.
- Christ, S. L., Fleming, L. E., Lee, D. J., Muntaner, C., Muennig, P. A., & Caban-Martinez, A. J. (2012). The effects of a psychosocial dimension of socioeconomic position on survival: *Occupational prestige and mortality among US working adults. Sociology of health & illness*, 34(7), 1103-1117.
- Chuang, N.-K., & Dellmann-Jenkins, M. (2010). Career Decision Making and Intention: A Study of Hospitality Undergraduate Students. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(4), 512-530. <https://doi.org/10.1177/1096348010370867>
- Chuang, N.-K., Goh, B. K., Stout, B. L., & Dellmann-Jenkins, M. (2007). Hospitality Undergraduate Students' Career Choices and Factors Influencing Commitment to the Profession. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 19(4), 28-37. <https://doi.org/10.1080/10963758.2007.10696902>
- Chukwuedo, S. O., & Ogbuanya, C. T. (2020). Fostering academic major satisfaction, career curiosity, and job search behaviors among electrical/electronic technology education undergraduates. *Journal of Career Development*, 47(5), 495-508.

- Cimsir, E. (2019). Insight, academic major satisfaction and life satisfaction among college students majoring in education: Implications for career counselling. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 29(2), 206-218.
- Cooper, C., & Shepherd, R. (1997). The Relationship Between Tourism Education and The Tourism Industry: Implications for Tourism Education. *Tourism Recreation Research*, 22(1), 34-47. <https://doi.org/10.1080/02508281.1997.11014784>
- Correll, S. J. (2001). Gender and the career choice process: The role of biased self-assessments. *American journal of Sociology*, 106(6), 1691-1730.
- Cox, D. W., Bjornsen, A. L., Krieshok, T. S., & Liu, Y. (2016). Occupational engagement and academic major satisfaction: Vocational identity's mediating role. *The Career Development Quarterly*, 64(2), 169-180.
- Çalık Var, E. (2013). *Üniversite Öğrencilerinde Ve Mezunlarında Öğrenci Sadakatini Yordayan Değişkenlerin Yapısal Eşitlik Modellemesiyle İncelenmesi*, Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi.
- Çati, K., & Bilgin, Y. (2013). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), Article 1.
- Çeşmeci, N., Çalışkan, N., & Özsoy, A. (2020). *Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumları*.
- Çınar, B., & Yenipınar, U. (2019). Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinde Genel Öz Yeterlilik Algısı, Mesleki Kaygı ve Mesleği Yapma Niyeti İlişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 153-162. <https://doi.org/10.17123/atad.656005>
- Dawes, P. L., & Brown, J. (2005). The Composition of Consideration and Choice Sets in Undergraduate University Choice: An Exploratory Study. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(2), 37-59. https://doi.org/10.1300/J050v14n02_03
- De Camargo, C., & Whiley, L. A. (2022). 'There's always got to be a villain': The police as 'dirty' key workers and the effects on occupational prestige. *Policing and Society*, 32(5), 646-663.
- Demir, Ö. (1992). *Sosyal bilimler sözlüğü* (C. 1). Ağaç Yayıncılık.
- Dinçer, F. İ., Akova, O., & Fazıl, K. (2013). Meslek Yüksekokulu Turizm Ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi Ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 42-56.

- Dinçer, F., Akova, O., & Kaya, F. (2013). Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği. *1(2)*, 42-56.
- Doo, M. Y., & Park, S. H. (2019). Effects of work value orientation and academic major satisfaction on career decision-making self-efficacy. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, *9(4)*, 550-562.
- Duman, T., Tepeci, M., & Unur, K. (2006). Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *17(1)*, 51-69.
- Duncan, O. D., & Reiss, A. J. (1961). A socioeconomic index for all occupations. *Class: Critical Concepts*, *1(1)*, 388-426.
- Duru, S. (2022). Öğretmen Adaylarının Üniversiteye Giriş Özellikleri, Motivasyonları, Üniversite ve Alan Seçimleri. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *56*, 122-148.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, *39(2)*, 239-263. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2393235>
- Egan, A., & Taggart, D. (2004). Who will log in Maine’s north woods? A cross-cultural study of occupational choice and prestige. *Northern Journal of Applied Forestry*, *21(4)*, 200-208.
- Ekinci, N. (2017). Öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleği ve alan seçiminde etkili olan motivasyonel etkenler. *İlköğretim Online*, *16(2)*, 394-405.
- Emir, O., Arslan, S., & Kılıçkaya, Ş. (2008). Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Programı Öğrencilerinin Staj Uygulamaları Hakkındaki Görüşlerinin Değerlendirilmesi Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *10(2)*, 273-291.
- Ensari, M. Ş., & Hazal, K. (2017). Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Demografik Değişkenler İle İlişkisinin Araştırılması: İstanbul İlinde Bir Uygulama. *HUMANITAS-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, *5(10)*, 409-422.
- Erdinç, S. B., & Kahraman, S. (2012). Turizm mesleğini seçme nedenlerinin incelenmesi. *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 229-237.

- Erdoğan, D. G., & Arsal, Z. (2015). Öğretmen adaylarının akademik branş memnuniyetleri ile öğretmenlik mesleğine yönelme ve kariyer geliştirme arzuları arasındaki ilişki. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2015(4), 147-171.
- Eshbaugh, E., Gross, P. E., Hillebrand, K., Davie, J., & Henninger, W. R. (2013). Promoting careers in gerontology to students: What are undergraduates seeking in a career? *Gerontology & Geriatrics Education*, 34(2), 150-160.
- Ezeuduji, I. O., Chibe, M. E., & Nyathela, T. (2017). Hospitality management study programme and students' perceptions: Universities in South Africa. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 17(4), 313-324. <https://doi.org/10.1080/15313220.2017.1399850>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation*. Harvard Business School Press.
- Fung, C. P., Ladkin, A., & Osman, H. (2022). Occupational Commitment and Perceived Social Status for Hospitality Educators: A Case Study of Hong Kong. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 34(4), 245-261.
- Fung, C. P., Ladkin, A., & Osman, H. (2022). *Occupational Commitment and Perceived Social Status for*
- Galotti, K. M., & Mark, M. C. (1994). How do high school students structure an important life decision? A short-term longitudinal study of the college decision-making process. *Research in Higher Education*, 35(5), 589-607. <https://doi.org/10.1007/BF02497089>
- Ganzeboom, H. B., & Treiman, D. J. (1996). Internationally comparable measures of occupational status for the 1988 International Standard Classification of Occupations. *Social science research*, 25(3), 201-239.
- Gelatt, H. B. (1962). Decision-making: A conceptual frame of reference for counseling. *Journal of Counseling psychology*, 9(3), 240.
- Getz, D. (1994). Students' work experiences, perceptions and attitudes towards careers in hospitality and tourism: A longitudinal case study in Spey Valley, Scotland. *International Journal of Hospitality Management*, 13(1), 25-37. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(94\)90057-4](https://doi.org/10.1016/0278-4319(94)90057-4)
- Ghuangpeng, S. (2011). *Victoria University*.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Ankara: Ayraç Yayınları.
- Ginzberg, E., Ginsburg, S. W., Axelrad, S., & Herma, J. L. (1951). Occupational choice. İçinde *Occupational Choice*. Columbia University Press.
- Goh, E. (2015). Exploring underlying motivations behind extreme cases of plagiarism in tourism and hospitality education. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(2), 80-84.

- Goldthorpe, J. H., & Hope, K. (1972). Occupational grading and occupational prestige. *Social Science Information*, 11(5), 17-73.
- Gong, Z., & Jia, D. Z. (2022). A Systematic Review of hospitality and tourism management students' career intentions. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 31, 100381. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100381>
- Gottfredson, G. D. (1977). Career stability and redirection in adulthood. *Journal of applied psychology*, 62(4), 436.
- Gottfredson, L. S. (1981). Circumscription and compromise: A developmental theory of occupational aspirations. *Journal of Counseling psychology*, 28(6), 545.
- Gottfredson, L. S. (1996). Construct validity of Holland's occupational typology in terms of prestige, census, department of labor, and other classification systems. *Journal of Applied Psychology*, 65, 697-714.
- Goyder, J. (2005). The dynamics of occupational prestige: 1975–2000. *Canadian Review of Sociology/Revue canadienne de sociologie*, 42(1), 1-23.
- Grandy, G., & Mavin, S. (2012). Occupational image, organizational image and identity in dirty work: Intersections of organizational efforts and media accounts. *Organization*, 19(6), 765-786.
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate Social Performance As a Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce. *Business & Society*, 39(3), 254-280. <https://doi.org/10.1177/000765030003900302>
- Gürdoğan, A., & Atabey, S. (2015). Öğrencilerin Meslek Stajından Memnuniyet Düzeylerinin Kariyer Hedeflerine Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 91-113.
- Güzel, N. G. (2006). *Yüksek Öğretimde Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi*, Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi.
- Güzel, T., Akdağ, G., Güler, O., & Şener, S. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizmde Kariyer Algılamaları: Çanakkale, Mersin ve Kıbrıs'ta Bir Araştırma. 3. *Doğu Akdeniz Sempozyumu*, 176-183.
- Hacıoğlu, N. (1985). *Is tourism education enough*. Milliyet Gazetesi, 6, 8.
- Hacıoğlu, N. (2008). *Türkiye'de Turizm Eğitimi*. Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S., & Tetik, N. (2008). *Türkiye'de Turizm Eğitimi* (1. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. (1998). *Black (1998), Multivariate data analysis*.

- Haug, M. R., & Widdison, H. A. (1975). Dimensions of occupational prestige. *Sociology of Work and Occupations*, 2(1), 3-27.
- Hauser, R. M., & Featherman, D. L. (1976). Equality of Schooling: Trends and Prospects. *Sociology of Education*, 49(2), 99-120. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2112516>
- Hauser, R. M., & Warren, J. R. (1997). Socioeconomic indexes for occupations: A review, update, and critique. *Sociological methodology*, 27(1), 177-298.
- Hausknecht, J. P., Rodda, J., & Howard, M. J. (2009). Targeted employee retention: Performance-based and job-related differences in reported reasons for staying. *Human Resource Management: Published in Cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in alliance with the Society of Human Resources Management*, 48(2), 269-288.
- Hertzman, J. L., Moreo, A. P., & Wiener, P. J. (2015). Career Planning Strategies and Skills of Hospitality Management Students. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 14(4), 423-443. <https://doi.org/10.1080/15332845.2015.1002071>
- Hilton, T. L. (1962). Career decision-making. *Journal of Counseling Psychology*, 9(4), 291.
- Hodge, R. W., Siegel, P. M., & Rossi, P. H. (1964). Occupational prestige in the United States, 1925-63. *American Journal of Sociology*, 70(3), 286-302.
- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments*. Psychological Assessment Resources. <https://doi.org/10.1080/15313220.2022.2062523>
- Hussain, S., & Rafique, R. (2013). Role of Parental Expectation and Career Salience in Career Decision Making. *Journal of Behavioural Sciences*, 23(2).
- Isayeva, S. (2018). *Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin akademik motivasyon, beklenti ve algılarının Türkiye ve Polonya eğitimi kapsamında değerlendirilmesi*.
- Isopahkala-Bouret, U., & Ojala, K. (2022). 'You can be taken more seriously': Finnish business graduates' perceptions of the employability and social prestige of their degrees. *Journal of Further and Higher*
- Işık, C., Tirak, L., & Çapan, O. (2017). Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Meslek Seçimlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 6(1 (DÜZELTME)), 16-26.
- Iwama, M. K., Thomson, N. A., Macdonald, R. M., Iwama, M. K., Thomson, N. A., & Macdonald, R. M. (2009). The Kawa model: The power of culturally responsive occupational therapy. *Disability and rehabilitation*, 31(14), 1125-1135.

- İbiş, S., Şengel, Ü., Batman, O., & Zengin, B. (2016). Turizm Öğrencilerinin Bölüm Tercihinde Genel Bilgi Düzeylerinin Rolü. 3rd International Congress of Tourism & Management Researches. *International Congress of Tourism & Management Researches*, İstanbul.
- Jamnia, M., & Pan, W. (2017). Motivations to study among tourism and hospitality students. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 29(1), 35-43.
- Jennings, J., Strenio, J., & Buder, I. (2022). Occupational prestige: American stratification. *Review of Evolutionary Political Economy*, 1-24.
- Jiang, B., & Tribe, J. (2009). Tourism jobs – short lived professions: Student attitudes towards tourism careers in China. *The Journal of Hospitality Leisure Sport and Tourism*, 8(1), 4-19. <https://doi.org/10.3794/johlste.81.168>
- Jogaratnam, G., & Buchanan, P. (2004). Balancing the demands of school and work: Stress and employed hospitality students. *International journal of contemporary hospitality management*, 16(4), 237-245.
- Jolliffe, L., & Farnsworth, R. (2003). Seasonality in tourism employment: Human resource challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(6), 312-316.
- Joseph, D., Boh, W. F., Ang, S., & Slaughter, S. A. (2012). The career paths less (or more) traveled: A sequence analysis of IT career histories, mobility patterns, and career success. *Mis Quarterly*, 427-452.
- Juaneda, C., Herranz, R., & Montaña, J. J. (2017). Prospective student's motivations, perceptions and choice factors of a bachelor's degree in tourism. *Journal of hospitality, leisure, sport & tourism education*, 20, 55-64.
- Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the national academy of sciences*, 107(38), 16489-16493.
- Kalaycıoğlu, S., Çelik, K., Çelen, Ü., & Türkyılmaz, S. (2010). Temsili bir örnekleme sosyo-ekonomik statü (SES) ölçüm aracı geliştirilmesi: Ankara kent merkezi örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 182-220.
- Keleş, Y. (2018). Neden Turizm Eğitimi? Lisans Düzeyinde Turizm Öğrencilerine Yönelik Bir. *Studies*, 6(4), 219-236.
- Kember, D., Ho, A., & Hong, C. (2010). Initial motivational orientation of students enrolling in undergraduate degrees. *Studies in Higher Education*, 35(3), 263-276.
- Kickul, J., & Lester, S. W. (2001). Broken promises: Equity sensitivity as a moderator between psychological contract breach and employee attitudes and behavior. *Journal of business and psychology*, 16(2), 191-217.

- Kim, B. P., McCleary, K. W., & Kaufman, T. (2010). The new generation in the industry: Hospitality/Tourism students' career preferences, sources of influence and career choice factors. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 22(3), 5-11.
- Kim, D., Markham, F. S., & Cangelosi, J. D. (2002). Why students pursue the business degree: A comparison of business majors across universities. *Journal of Education for Business*, 78(1), 28-32.
- King, B., McKercher, B., & Waryszak, R. (2003). A comparative study of hospitality and tourism graduates in Australia and Hong Kong. *International Journal of Tourism Research*, 5(6), 409-420. <https://doi.org/10.1002/jtr.447>
- Kirmizigul, B. (2022). The mediating role of corporate prestige perception in the effect of person-organization fit on intention to leave: A research in hotel enterprises. *University of South Florida (USF) M3 Publishing*, 16(9781955833103), 3.
- Kokko, J., & Guerrier, Y. (1994). Overeducation, underemployment and job satisfaction: A study of Finnish hotel receptionists. *International Journal of Hospitality Management*, 13(4), 375-386.
- Kozak, M. A. (1996). Konaklama endüstrisinde kadının konumu. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 16-23.
- Kozak, M. A., & Kızılırmak, İ. (2001). Türkiye'de Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 9-16.
- Koroğlu, Ö. (2014). Meslek Seçimi İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 19(2).
- Koşker, H., & Unur, K. (2017). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), Article 2. <https://doi.org/10.24010/soid.335098>
- Krumboltz, J. D. (1996). *A learning theory of career counseling*.
- Kul, S. (2014). İstatistik Sonuçlarının Yorumu: P Degeri Ve Güven Aralığı Nedir Plevra Bülteni, 8(1), 11.
- Kusluvan, S., & Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3), 251-269. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00057-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00057-6)

- Lareau, A. (1987). Social class differences in family-school relationships: The importance of cultural capital. *Sociology of education*, 73-85.
- Lee, M. J., Kim, S. S., & Lo, A. (2008). Perceptions of hospitality and tourism students towards study motivations and preferences: A study of Hong Kong students. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 7(2), 45-58.
- Lee, P. C., Lee, M. J. (MJ), & Dopson, L. R. (2019). Who Influences College Students' Career Choices? An Empirical Study of Hospitality Management Students. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 31(2), 74-86.
<https://doi.org/10.1080/10963758.2018.1485497>
- Leister, D. V., & Maclachlan, D. L. (1976). Assessing the Community College Transfer Market. *The Journal of Higher Education*, 47(6), 661-680.
<https://doi.org/10.1080/00221546.1976.11774088>
- Levine, A. (1976). Educational and occupational choice: A synthesis of literature from sociology and psychology. *Journal of Consumer Research*, 2(4), 276-289.
- López-Bonilla, J. M., Barrera Barrera, R., Rodríguez Serrano, M. Á., López-Bonilla, L. M., Palacios Florencio, B., Reyes Rodríguez, M. C., & Sanz Altamira, B. (2012). Reasons which influence on the students' decision to take a university course: Differences by gender and degree. *Educational Studies*, 38(3), 297-308.
- Lu, T. (Ying), & Adler, H. (2009). Career Goals and Expectations of Hospitality and Tourism Students in China. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(1-2), 63-80.
<https://doi.org/10.1080/15313220903041972>
- Lugosi, P., & Jameson, S. (2017). Challenges in hospitality management education: Perspectives from the United Kingdom. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 163-172.
- Lv, X., Zhang, K., Liu, Y., Wang, C., & Wang, Y. (2022). Why Chinese hospitality management undergraduates give up a hotel career: The effects of perceived occupational stigma and perceived work dirtiness. *Current Issues in Tourism*, 1-20.
- Mael, F., & Asforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Malubay, G. J. J., Mercado, K. A. O., & Macasaet, E. (2015). Factors affecting the decision of freshmen students in pursuing hospitality and tourism programs in Lyceum of the Philippines University-Laguna: Basis for enhancement. *LPU-Laguna Journal of International Tourism and Hospitality Management*, 3(1), 23-48.

- Manikutty, S., Anuradha, N. S., & Hansen, K. (2007). Does culture influence learning styles in higher education? *International Journal of Learning and Change*, 2(1), 70-87.
- March, J. G., & Herbert, A. (1958). *Simon1958 Organizations*. New York: WileyMarchOrganizations1958.
- Matsumoto, D. R. (1994). *People: Psychology from a cultural perspective*. Thomson Brooks/Cole Publishing Co.
- McIlveen, P., Beccaria, G., & Burton, L. J. (2013). Beyond conscientiousness: Career optimism and satisfaction with academic major. *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 229-236.
- Melamed, D., & Zupanelli, D. H. (2013). Ecological Race Differences in the Occupational Structure. *Sociological Spectrum*, 33(4), 341-357.
- Moogan, Y. J., Baron, S., & Harris, K. (1999). Decision-Making Behaviour of Potential Higher Education Students. *Higher Education Quarterly*, 53(3), 211-228. <https://doi.org/10.1111/1468-2273.00127>
- More, D. M., & Suchner, R. W. (1976a). Occupational situs, prestige, and stereotypes. *Work and Occupations*, 3(2), 169-186.
- Mumford, E. A., Alfaro Hudak, K., Liotta, M. M., & O'Leary, M. S. (2022). Occupational prestige and job satisfaction in high-stress public safety work. *Policing: A Journal of Policy and Practice*.
- Mutlu, Ç., & Dilek, E. (2022). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Kaygıları: Projektif Tekniklerle Bir Analiz. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 6(1), 1-19.
- Nakao, K., & Treas, J. (1990). *Computing 1989 occupational prestige scores (C. 70)*. National Opinion Research Center Chicago.
- Nauta, M. M. (2007). Assessing college students' satisfaction with their academic majors. *Journal of Career Assessment*, 15, 446-462.
- Niles, S., & Harris-Bowlsbey, J. (2002). Understanding and applying theories of career development. *Career development interventions in the 21st century*, 49.
- North, C. C., & Hatt, P. K. (1949). Jobs and occupations: A popular evaluation. L. Wilson and WL Kolb (Eds.), *Sociological Analysis*. An Introductory Text and Case Book, New York (Harcourt, Brace and Co.) 1949, pp. 464-474.
- Nye, C. D., Prasad, J., & Rounds, J. (2021). The effects of vocational interests on motivation, satisfaction, and academic performance: Test of a mediated model. *Journal of Vocational Behavior*, 127, 103583. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2021.103583>

- O'Mahony, B., Whitelaw, P. A., & McWilliams, A. (2008). The Drivers of Program Selection in Hospitality Management at Victoria University. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 20(3), 5-10. <https://doi.org/10.1080/10963758.2008.10696915>
- O'Mahony, G. B., McWilliams, A. M., & Whitelaw, P. A. (2001). Why students choose a hospitality-degree program an Australian case study. *The Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 42(1), 92-96.
- Ocakçı, A. F., & Bilgin, Z. (2011). Ebelik öğrencilerinde mesleki güdülenme. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 14(3), 40-46.
- Orhan, A. (2015). Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörü ile ilgili algılarının çalışma niyetleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi. <http://openaccess.ogu.edu.tr:8080/xmlui/handle/11684/348>
- Özgür, E. Ö. (2015). *Algılanan Örgütsel Prestij, Örgütsel Özdeşleşme ve Öğrenci Başarısı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*, Yüksek Lisans. Mevlana Üniversitesi.
- Özmen, H., & Karamustafaoğlu, O. (Ed.). (2019). *Eğitimde araştırma yöntemleri* (2. bs). Pegem Akademi Yayıncılık. <https://doi.org/10.14527/9786052417867>
- Öztürk, Z., & İlman, E. (2015). Sağlık Yönetimi Ve İşletmeciliği Bölümünde Okuyan Öğrencilerin Bölümü Tercih Nedenleri İle Beklenti Ve Motivasyon Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(1), 71-93.
- Pals, H., & Tuma, N. B. (2012). Adolescent noncompliance and occupational attainment in transitional societies. *International sociology*, 27(3), 422-441.
- Paul Barron, & Gill Maxwell. (1993). Hospitality Management Students' Image of the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(5). <https://doi.org/10.1108/09596119310046961>
- Pavesic, D. V., & Brymer, R. A. (1990). Job Satisfaction: What's Happening to the Young Managers?, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 30(4), 90-96. <https://doi.org/10.1177/001088049003000420>
- Pehlivan, R. (2008). *Lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektör ile ilgili tutumlarının mezuniyet sonrası kariyer seçimine etkisi*, Master's thesis, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pelit, E., & Güçer, E. (2006). *Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma*. 1, 27.
- Pelit, E., & Öztürk, Y. (2010). Kariyer Tercihinde Kişisel Değişkenlerin Rolü: Turizm ve Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17 Bahar), 207-234.

- Perrow, C. (1961). Organizational prestige: Some functions and dysfunctions. *American Journal of Sociology*, 66(4), 335-341.
- Pizam, A. (1982). Tourism manpower: The state of the art. *Journal of Travel Research*, 21(2), 5-9.
- PJ, S., & Tanwar, N. (2020). Motivation of students to study a tourism programme in India. *Anatolia*, 31(2), 288-303.
- Raj, A. (2008). Human capital needs and challenges for the tourism sector. *South Asian journal of tourism and heritage*, 1(1), 39-45.
- Reichel, A., & Pizam, A. (1984). Job satisfaction, lifestyle and demographics of U.S. hospitality industry workers—Versus others. *International Journal of Hospitality Management*, 3(3), 123-133. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(84\)90005-7](https://doi.org/10.1016/0278-4319(84)90005-7)
- Richards, G. (2000). Tourism and the world of culture and heritage. *Tourism recreation research*, 25(1), 9-17.
- Richardson, S. (2008). Undergraduate Tourism and Hospitality Students Attitudes Toward a Career in the Industry: A Preliminary Investigation. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8(1), 23-46. <https://doi.org/10.1080/15313220802410112>
- Richardson, S. (2009). Undergraduates' perceptions of tourism and hospitality as a career choice. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 382-388. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.006>
- Richardson, S. (2010). Tourism and hospitality students' perceptions of a career in the industry: A comparison of domestic (Australian) students and international students studying in Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 1-11.
- Richardson, S., & Butler, G. (2012). Attitudes of Malaysian tourism and hospitality students' towards a career in the industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 262-276.
- Richardson, S., & Thomas, N. J. (2012). Utilising generation Y: United States hospitality and tourism students' perceptions of careers in the industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19.
- Roberts, M. D. (2022). Secondary School Students' Views of Tourism Education and Tourism Careers. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 1-12.
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002, Aralık 1). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.274>
- Roe, A. (1956). *The psychology of occupations*. New York: John Wiley & Sons. Inc., rsinH.

- Ross, G. F. (1992). Tourism and hospitality industry job-attainment beliefs and work values among Australian schools leavers. *International Journal of Hospitality Management*, 11(4), 319-330. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(92\)90049-2](https://doi.org/10.1016/0278-4319(92)90049-2)
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sagy, S., & Liberman, O. (1997). Socio-cultural factors influencing occupational choice: The selection of a nursing career by ex-Soviet immigrant students. *Journal of Career Development*, 24(2), 147-159.
- Sala, E., Terraneo, M., Lucchini, M., & Knies, G. (2013). Exploring the impact of male and female facial attractiveness on occupational prestige. *Research in Social Stratification and Mobility*, 31, 69-81.
- Saltık, I. A., Avcı, U., & Kaya, U. (2016). Mesleki Bağlılık Ve Mesleği Bırakma Niyeti Üzerinde Etken Faktörler Olarak Birey-Meslek Uyumu Ve Mesleğin Sosyal Statüsü: Turizm Sektöründe Görgül Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), Article 3.
- Sarıışık, M. (2007). Turizm sektöründe meslek sahibi olmaya yönelten etkenler: meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 143-160.
- Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. *Career development and counseling: Putting theory and research to work*, 1, 42-70.
- Schmidt, M. R., & Kroska, A. (2022). Why Does Occupational Prestige Affect Sentencing Outcomes?: Exploring the Perceptual Mediators. *American Behavioral Scientist*, 00027642211066056.
- Schoffstall, D. G. (2015). A Profile of Hospitality Program Characteristics and the Gender Composition of Students and Faculty. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(2), 69-79. <https://doi.org/10.1080/10963758.2015.1033102>
- Seçer, H. Ş. (2007). *Mesleki yaşam modelinin oluşturulması ve mesleki analizlerde kullanımı*. DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Serpil, K., Oğuz, Y. E., & Yılmaz, V. (2020). Turizm öğrencilerinin turizm sektörüne yönelik algılarının sektörde kalma niyetlerine etkisi: ESOGÜ Turizm Fakültesi örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 1-19.
- Shapoval, V., & Pizam, A. (2017). The prestige of hospitality occupations. *Tourism Analysis*, 22(4), 451-466.

- Shenkar, O., & Yuchtman-Yaar, E. (1997). Reputation, image, prestige, and goodwill: An interdisciplinary approach to organizational standing. *Human Relations*, 50(11), 1361-1381.
- Solmaz, S. A., Erdoğan, Ç., Türkyay, O., & Korkutata, A. (2012). Sosyotropi ve Otonomi Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki Etkileri. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(5), 47-70.
- Soria, K. M., & Stebleton, M. (2013). Major decisions: Motivations for selecting a major, satisfaction, and belonging. *Nacada Journal*, 33(2), 29-43.
- Stagner, R. (1969). Corporate decision making: An empirical study. *Journal of Applied Psychology*, 53(1p1), 1.
- Stevens, G., & Cho, J. H. (1985). Socioeconomic indexes and the new 1980 census occupational classification scheme. *Social Science Research*, 14(2), 142-168. [https://doi.org/10.1016/0049-089X\(85\)90008-0](https://doi.org/10.1016/0049-089X(85)90008-0)
- Sümer, N. (2000). *Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar*. Türk Psikoloji Yazıları.
- Şahin, M., & Bakanlık, H. E. D. B. M. (1999). Milli Eğitim Bakanlığı hizmetiçi eğitim faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik öneriler. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 18(18), 221-227.
- Şahin, S., & Acun, A. (2016). *Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumları*.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Experimental designs using ANOVA* (Vol. 724). Belmont, CA: Thomson/Brooks/Cole.
- Tak, B., & Çiftçiöğlü, A. (2009). Algılanan Örgütsel Prestij ile Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 18, 100-116.
- Tang, T. L.-P. (2007). Income and quality of life: Does the love of money make a difference? *Journal of Business Ethics*, 72(4), 375-393.
- Tavares, D., Tavares, O., Justino, E., & Amaral, A. (2008). Students' Preferences and Needs in Portuguese Higher Education. *European Journal of Education*, 43(1), 107-122. <https://doi.org/10.1111/j.1465-3435.2007.00331.x>
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- TDK. (2014). *Türk Dil Kurumu Sözlüğü*.
- Telli Yamamoto, G. (2006). University evaluation-selection: A Turkish case. *International Journal of Educational Management*, 20(7), 559-569. <https://doi.org/10.1108/09513540610704654>

- Thompson, S. (2017). *Occupational Prestige*. Research Starters: Sociology (Online Edition).
ers.
[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89185612&lang=tr
&site=eds-live&authtype=ip,uid](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89185612&lang=tr&site=eds-live&authtype=ip,uid)
- Treiman, D. J. (1977). *Occupational Prestige in Comparative Perspective*. Academic Press.
- Tukamushaba, E. K., & Xiao, H. (2012). Hospitality and tourism education in Uganda: An integrative analysis of students' motivations and industry perceptions. *Journal of teaching in travel & tourism*, 12(4), 332-357.
- Turpcu, E., & Akyurt, H. (2018). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer streslerinin Belirlenmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(Number: 69), 365-380. <https://doi.org/10.9761/JASSS7612>
- Türkay, O., & Yağcı, K. (2007). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Okulda ve Turizm Sektöründe ' "Öğrenme" "lerinin Sektörden Ayrılma Eğilimlerine Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(4).
- Türkay, O., Solmaz, S. A., & Erkol, G. (2011). Hedef Yönelimliliğin Turizmde Kariyer Yapma İsteğine Etkisi: Potansiyel Turizm Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *II. Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu*, 11v Mart.
- Türker, A., & Türker, Ö. G. D. G. Ö. (2016). *Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İletişim Becerileri Düzeylerinin Turizm Sektöründe Kalma Eğilimlerine Etkisi Ortaca MYO Örneği*. International EJER Congress.
- Türker, N., Uçar, M., & Ateş, M. A. (2016). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü Algıları: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Üzerine bir Araştırma. *Karabuk University Journal of Institute of Social Sciences*, 6(6-2), 312-312. <https://doi.org/10.14230/joiss265>
- Türkseven, E. (2012). *Turizm eğitiminde yaşanan staj sorunları: Lisans öğrencilerinin görüşlerine yönelik bir araştırma*. Sakarya Üniversitesi.
- Ulama, Ş., Batman, O., & Ulama, H. (2015). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Bartın Üniversitesi İİ BF Dergisi*, 6(12), 339-366.
- Ulfsdotter Eriksson, Y., & Nordlander, E. (2022). On the Discrepancy of Descriptive Facts and Normative Values in Perceptions of Occupational Prestige. *Sociological research online*, 13607804221075356.

- Ulfsdotter Eriksson, Y., Berglund, T., & Nordlander, E. (2022). Upgrading or Polarizing? Gendered Patterns of Change in the Occupational Prestige Hierarchy Between 1997 and 2015. *Frontiers in Sociology*, 22.
- Umarov, J. G., Sh, S. S., & Mixliyev, X. N. (2021). Career Perceptions Of Undergraduate Tourism Students: A Case Study In Uzbekıstan. *Экономика и социум*, 5-2 (84), 906-917.
- Ural, A., & Pelit, E. (2002). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumlarının Örgütleniş Biçimleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (4), 218-228. <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=TR2016027758>
- Ünal, S., & Ada, S. (1999). *Öğretmenlik mesleğine giriş*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Ünlüönen, K., Temizkan, R., & Gharamaleki, M. R. E. (2010). *Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algulamaları Açısından Karşılaştırılması (1998-1999, 2003-2004 Ve 2008- 2009 Öğretim Yılları)*. 2, 16.
- Valentino, L. (2022). Constructing the Racial Hierarchy of Labor: The Role of Race in Occupational Prestige Judgments. *Sociological Inquiry*, 92(2), 647-673.
- Verbakel, E. (2013). Occupational status of partnered gay men and lesbians in the Netherlands: How to explain the gap with men and women in heterosexual couples? *Social Science Research*, 42(3), 942-956.
- Vickovic, S. G. (2015). *Correctional Officer Job Stress The Influence of Perceived Occupational Prestige*. Arizona State University.
- Vondracek, F. W., Ferreira, J. A. G., & Santos, E. J. R. dos. (2010). Vocational behavior and development in times of social change: New perspectives for theory and practice. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 10(2), 125-138.
- Wach, F.-S., Karbach, J., Ruffing, S., Brünken, R., & Spinath, F. M. (2016). University Students’ Satisfaction with their Academic Studies: Personality and Motivation Matter. *Frontiers in Psychology*, 7. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2016.00055>
- Wagner, K., & Fard, P.-Y. (2009). *Factors Influencing Malaysian Students’ Intention to Study at a Higher Educational Institution*. E-Leader Kuala Lumpur. <http://library.oum.edu.my/repository/365/>
- Walker, T. L., & Tracey, T. J. (2012). Perceptions of occupational prestige: Differences between African American and White college students. *Journal of Vocational Behavior*, 80(1), 76-81.

- Weaver, A., & Clark, H. (2023). Fixed and in flux: The identity of a hospitality degree program at a Canadian community college. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 23(1), 79-97. <https://doi.org/10.1080/15313220.2022.2062523>
- Wegener, B. (1992). Concepts and Measurement of Prestige. *Annual Review of Sociology*, 18(1), 253-280. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.18.080192.001345>
- Whitam, F. L., & Dizon, M. J. (1979). Occupational choice and sexual orientation in cross-cultural perspective. *International Review of Modern Sociology*, 137-149.
- Whiteford, G. E., & Wilcock, A. A. (2000). Cultural relativism: Occupation and independence reconsidered. *Canadian Journal of Occupational Therapy*, 67(5), 324-336.
- Worthington, A. C., & Higgs, H. (2003). Factors explaining the choice of a finance major: The role of students' characteristics, personality and perceptions of the profession. *Accounting Education*, 12(3), 261-281.
- Wright, E. O. (1978). Race, class, and income inequality. *American Journal of Sociology*, 83(6), 1368-1397.
- Wu, L. t., Low, M. m. j., Tan, K. k., Lopez, V., & Liaw, S. y. (2015). Why not nursing? A systematic review of factors influencing career choice among healthcare students. *International Nursing Review*, 62(4), 547-562. <https://doi.org/10.1111/inr.12220>
- Yeşiltaş, M., Türkmen, F., & Ayaz, N. (2011). Otel işletmelerinde algılanan örgütsel prestijin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkileri. *C.U. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 171-189.
- Yıldırım, G., Bal, C., & Özışık Yapıcı, O. (2021). How Did Covid-19 Affected Career Intentions of Students Studying Tourism. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 84-98. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.778>
- You, J. W. (2020). The Relationship Between Participation in Extracurricular Activities, Interaction, Satisfaction With Academic Major, and Career Motivation. *Journal of Career Development*, 47(4), 454-468. <https://doi.org/10.1177/0894845318802108>
- Yüksel, İ. (2010). İş-Aile Çatışmasının Kariyer Tatmini, İş Tatmini ve İş Davranışları İle İlişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 301-314.
- Zacarelli, H. E. (1985). Is the hospitality-foodservice industry turning its employees on-or off? The manager makes the decision. *International Journal of Hospitality Management*, 4(3), 123-124.
- Zhao, H. A. O., Wayne, S. J., Glibkowski, B. C., & Bravo, J. (2007). The impact of psychological contract breach on work-related outcomes: A meta-analysis. *Personnel psychology*, 60(3), 647-680.

- Zhong, Y. G., Couch, S., & Blum, S. C. (2011). Factors affecting women's career advancement in the hospitality industry: Perceptions of students, educators and industry recruiters. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 23(4), 5-13.
- Zhou, X. (2005). The Institutional Logic of Occupational Prestige Ranking: Reconceptualization and Reanalyses. *American Journal of Sociology*, 111(1), 90-140. <https://doi.org/10.1086/428687>
- Zuberi, D. (2011). *The Prestige Squeeze: Occupational Prestige in Canada Since 1965*. SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA.

İnternet Kaynakları

- Aksu, A. C., “Otelcilik Sektöründe Tehlike Çanları Çalıyor” <https://www.turizmajansi.com/haber/ali-can-aksu-otelcilik-sektorunde-tehlike-canlari-caliyor-h50752> (erişim tarihi:18.07.2022)
- Coughlan, S. (2012). “Four Universities Join Elite Russell Group”. <https://www.bbc.com/news/education-17341478> (erişim tarihi: 11.12.2022).
- Turizm Günlüğü, (2023). UNWTO 2022 yılı turizm verilerini açıkladı - Turizm Günlüğü (turizmgunlugu.com) (erişim tarihi: 6.6.2023)
- Statista, (2023). <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/#:~:text=Global%20employment%20in%20the%20travel%20and%20tourism%20sector,below%20prepandemic%20levels%2C%20totaling%20295%20million%20in%202022> (erişim tarihi:6.6.2023).
- Tursab, (2023). <https://www.tursab.org.tr/assets/assets/uploads/turizmgelirivegideri/2023/turizm-geliri-ocak-mart-2023-donemi.pdf> (erişim tarihi: 6.6.2023)
- USNEI, (2023). <https://www2.ed.gov/about/offices/list/ous/international/usnei/us/edlite-org-us.html>
- US Department of Education, (2023). <https://www2.ed.gov/policy/landing.jhtml?src=image> (erişim tarihi: 6.6.2023)

EK 1-ANKET FORMU TÜRKÇE

Sevgili Öğrenciler,
 Bu araştırma, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilimsel Doktora Programı çerçevesinde yürütülmekte olan doktora tez çalışmasının bir parçasıdır. Bu araştırmanın amacı, turizm öğrencilerinin turizm mesleği prestij algısını ve bu algının öğrencilerin kariyer kararına etkisini ortaya koymaktır.
 Sizden kimlik belirtici herhangi bir bilgi istenmemektedir. Araştırmaya verilen yanıtlar gizli tutulacak ve anketi uygulayan kişi dışında hiç kimse tarafından incelenmeyecektir. Araştırmamızın bir paydaşı olarak katkılarınız için şimdiden çok teşekkür ederiz.
 Derya DÖNMEZ KESGİN Doç. Dr. Rüya EHTİYAR

1. Cinsiyetiniz Kadın Erkek

2. Doğum yılınız

3. Okulda kaçınıcı sınıftasınız? 1. 2. 3. 4. Yüksek Lisans Doktora

4. Genel ağırlıklı not ortalamanız (GANO).....

5. Okumakta olduğunuz bölüm

6. Okul dışındaki zamanlarınızda branşınızla ilgili okuma, araştırma vb. aktivitelere haftada kaç saat zaman ayırıyorsunuz?

7. Ne kadar zaman turizmde çalıştınız?..... Üniversite öncesinde Üniversite sırasında

8. Turizm fakültesi birinci tercihiniz miydi? Değilse kaçınıcıydı? Evet Hayır

9. Mezun olduğunuz lise türü

10. Öğrenim türünüz nedir? Örgün İkinci öğretim

11. Anne veya babanız üniversite mezunu mu? Hayır Evet ikisi de Evet sadece babam Evet sadece annem

12. Ailenizde turizm sektöründe çalışan var mı? Varsa kim olduğunu belirtin lütfen (anne, amca vb.) Hayır Evet

13. Lisans derecesini tamamlayınca, yüksek lisans yapmayı düşünüyor musunuz? Hayır Evet

14. Okulunuz bittiğinde beklediğiniz mesleki/kariyer seçiminiz nedir?.....

15. Üniversiteye geliş nedeniniz nedir? Kariyer yapmak Daha iyi kazanç sağlamak Askerliği ertelemek Diğer...

16. Turizm fakültesini seçme nedeniniz nedir? Turizmi sevdiğim için Aile ve dost tavsiyesi
 Daha iyi kazanç sağlamak Üniversite giriş sınavı puanımın bu bölüme yetmesi Diğer

17. Lütfen bu bölümde listelenen mesleklere duyduğunuz SAYGI düzeyini 0-10 arasında bir değer seçerek puanlayınız.	0-Hiç saygı duymuyorum <> 10-Çok saygı duyuyorum										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Önbüro müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kat hizmetleri müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aşçıbaşı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Halk İlişkiler müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Otel genel müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Yiyecek içecek müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muhasebe müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Turist rehberi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seyahat acentası müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Satış müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rekreasyon müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İnsan kaynakları müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hemşire	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Öğretmen	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Polis	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muhasebeci	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bankacı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gazeteci	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Akademisyen	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Devlet memuru	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Avukat	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eczacı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Doktor	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mühendis	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

18. Lütfen bu bölümde listelenen mesleklerin sahip olduğunuzu düşündüğünüz ONUR/GURUR düzeyini 0-10 arasında bir değer seçerek puanlayınız.	0-Onursuz bir meslek/ Hiç gurur duymuyorum <> 10-Çok onurlu bir meslek/ Çok gurur duyuyorum										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Önbüro müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kat hizmetleri müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aşçıbaşı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Halk İlişkiler müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Otel genel müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Yiyecek içecek müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muhasebe müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Turist rehberi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seyahat acentası müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Satış müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rekreasyon müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İnsan kaynakları müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hemşire	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Öğretmen	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Polis	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muhasebeci	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bankacı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gazeteci	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Akademisyen	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Devlet memuru	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Avukat	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eczacı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Doktor	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mühendis	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

19. Lütfen bu bölümde listelenen mesleklerin sahip olduğunuzu düşündüğünüz GENEL PRESTİJ düzeyini 0-10 arasında bir değer seçerek puanlayınız	0-Hiç prestijli bulmuyorum <> 10-Çok prestijli buluyorum										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Önbüro müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kat hizmetleri müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aşçıbaşı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Halk İlişkiler müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Otel genel müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Yiyecek içecek müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muhasebe müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Turist rehberi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seyahat acentası müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Satış müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rekreasyon müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
İnsan kaynakları müdürü	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hemşire	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Öğretmen	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Polis	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muhasebeci	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bankacı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gazeteci	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Akademisyen	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Devlet memuru	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Avukat	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eczacı	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Doktor	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mühendis	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Bu bölümde listelenen yargıları lütfen kendi düşünceleriniz doğrultusunda durumunuzu en iyi yansıtan rakamı seçiniz. 1- Kesinlikle katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Fikrim yok 4- Katılıyorum 5- Kesinlikle katılıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
20. Bu bölümde okumakta olduğunuz OKULUN PRESTİJİ ile ilgili listelenen yargıları lütfen kendi düşünceleriniz doğrultusunda durumunuzu en iyi yansıtan rakamı seçiniz	1	2	3	4	5
1. İnsanlar bu okulun prestijli olduğuna inanıyor.	1	2	3	4	5
2. Bu okul en iyi turizm okullarından biri olarak düşünülüyor.	1	2	3	4	5
3. İnsanlar bu program hakkında pek olumlu düşünmüyor.	1	2	3	4	5
4. Bu okulun mezunlarının çocuklarına bu okulu tavsiye edeceklerine inanıyorum.	1	2	3	4	5
5. Benim okulumun itibar düzeyi düşüktür.	1	2	3	4	5
6. Bir işe başvurduğumda okulum bana iyi bir referans olmaz.	1	2	3	4	5
7. Diğer okullar öğrenci kabul ederken benim okulumdan mezun olan öğrencileri tercih etmezler (örn. Yüksek lisans ve doktora)	1	2	3	4	5

21. Bu bölümde AKADEMİK BRANŞ MEMNUNİYETİ ile ilgili listelenen yargılardan lütfen şu anda okuduğunuz bölümü düşünerek memnun olma durumunuzu en iyi yansıtan rakamı seçiniz	1	2	3	4	5
1. Sık sık "keşke bu branşı seçmeseydim" diyorum.	1	2	3	4	5
2. Akademik branş seçimimden mutlu olmayı isterdim.	1	2	3	4	5
3. Başka bir branşa geçmeyi düşünüyorum.	1	2	3	4	5
4. Genel olarak seçtiğim branştan memnunum.	1	2	3	4	5
5. Branş seçimim konusunda doğru seçim yaptığımı düşünüyorum.	1	2	3	4	5
6. Branşımı değiştirebilme konusunda biriyle konuşabilmeyi isterim.	1	2	3	4	5

22. Bu bölümde branş olarak turizmi seçmedeki MOTİVASYONLAR ile ilgili listelenen yargıları lütfen kendi düşünceleriniz doğrultusunda durumunuzu en iyi yansıtan rakamı seçiniz.	1	2	3	4	5
1. Bu bölümde okumayı çok istiyorum.	1	2	3	4	5
2. İyi bir itibarı olan bir bölümde okumak istiyordum ve bu bölümün iyi bir itibarı var.	1	2	3	4	5
3. Kabiliyet ve yeteneklerimin bu bölümde okumak için iyi olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
4. Bu bölüme yerleştirilme şansım diğer bölümlere göre çok daha yüksekti.	1	2	3	4	5
5. Bu bölümde okuyan arkadaşlarla birlikte olmak istiyorum.	1	2	3	4	5
6. Bu bölüm ailemin tavsiye ettiği bir bölümdür.	1	2	3	4	5
7. Bu bölüm öğretmenlerimin tavsiye ettiği bir bölümdür.	1	2	3	4	5
8. Bu bölüm diğer bölümlerden daha kolay.	1	2	3	4	5
9. Bu bölümü bitirdiğimde prestijli bir diplomam olacak.	1	2	3	4	5
10. İlerde bu alanda çalışacak olmak bana çekici geliyor.	1	2	3	4	5
11. Bu bölümün bana diğer bölümlerden daha çok iş imkanı vereceğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
12. Bu bölüm gelecekte yüksek maaşlı bir iş sahibi olmamı sağlayacak.	1	2	3	4	5

23. Bu bölümde MESLEKTE KARAR KILMA ile ilgili listelenen yargılardan lütfen beklediğiniz meslek/kariyer seçiminizi düşünerek durumunuzu en iyi yansıtan rakamı seçiniz.	Kesinlikle katılmıyorum <-> Nötr <-> Kesinlikle katılıyorum						
1. Doğru mesleği seçtiğimden eminim.	1	2	3	4	5	6	7
2. Meslek seçimimden emin değilim.	1	2	3	4	5	6	7
3. Bu mesleki alanın bana uygun olduğuna eminim.	1	2	3	4	5	6	7

ARAŞTIRMAYA KATILDIĞINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİZ.

EK 2- ANKET FORMU İNGİLİZCE

QUESTIONNAIRE

Dear Students,

We would like to invite you to be a part of a study conducted by a PhD candidate from Akdeniz University, Antalya, Turkey, regarding your studies, work and career decisions in the tourism industry.

This survey will take you less than 15 minutes to complete, and your responses and feedback will remain confidential. No personally identifying information (names, addresses, etc.) is required in any part of the study.

Your participation in this survey is accepted as an indication of your consent. If you have any questions about the study or the survey please contact Derya DONMEZ KESGIN, Akdeniz University, We would like to thank you in advance for your input.

1.	Gender <input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/> Prefer not to say
2.	Age group <input type="checkbox"/> 18-20 <input type="checkbox"/> 21-23 <input type="checkbox"/> 24-26 <input type="checkbox"/> 27-29 <input type="checkbox"/> 30-32 <input type="checkbox"/> 33-35 <input type="checkbox"/> 35 and over
3.	Select one <input type="checkbox"/> Freshman <input type="checkbox"/> Sophomore <input type="checkbox"/> Junior <input type="checkbox"/> Senior <input type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> Phd
4.	What is your current cumulative grade point average (GPA)?
5.	What is your current academic major/field of study?
6.	During school year how many hours a week do you usually spend outside of class on activities related to your academic major?.....
7.	Did either of your parents graduate from college? <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Yes, both parents <input type="checkbox"/> Yes, father only <input type="checkbox"/> Yes, mother only
8.	Is there anyone working in tourism and hospitality in your family? If yes please write what the relation is. <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Yes.....
9.	Do you expect to enroll for an advanced degree when you complete your undergraduate degree? <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Yes
10.	Have you worked in tourism and hospitality before university? If yes, how long?
11.	Have you been working in tourism and hospitality during the time you are at university? If yes, how long?.....
12.	What is your expected occupation/career choice upon graduation?.....
13.	Why are you attending university? <input type="checkbox"/> Career development <input type="checkbox"/> Financial gain <input type="checkbox"/> Other.....
14.	Why did you choose the tourism major? <input type="checkbox"/> I like tourism <input type="checkbox"/> Family and friends advice <input type="checkbox"/> Financial gain <input type="checkbox"/> Experience in tourism <input type="checkbox"/> Other

15. What level of RESPECT do you have for the following occupations? (Shapoval ve Pizam, 2017b)		Not at all respected										Very respected											
		↓										↓											
1	Front Office Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	Executive Housekeeper	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	Chef	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	Public Relation Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	Hotel General Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	Food And Beverage Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	Account Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	Tourist Guide	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	Travel Agency Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	Sales Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	Recreation Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	Human Resources Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

15. What level of RESPECT do you have for the following occupations? (Shapoval ve Pizam, 2017b)		Not at all respected ↓						Very respected ↓					
13	Nurse	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
14	Teacher	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
15	Police	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
16	Accountant	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
17	Banker	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
18	Journalist	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
19	Academician	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
20	Government Officer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
21	Lawyer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
22	Pharmacist	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
23	Doctor	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
24	Engineer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

16. What level of HONOR/PRIDE do you have for the following occupations?		Not at all honorable/prideful ↓						Very honorable/prideful ↓					
1	Front Office Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2	Executive Housekeeper	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3	Chef	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4	Public Relation Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5	Hotel General Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6	Food And Beverage Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7	Account Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8	Tourist Guide	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
9	Travel Agency Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
10	Sales Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11	Recreation Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
12	Human Resources Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
13	Nurse	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
14	Teacher	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
15	Police	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
16	Accountant	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
17	Banker	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
18	Journalist	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
19	Academician	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
20	Government Officer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
21	Lawyer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
22	Pharmacist	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
23	Doctor	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
24	Engineer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

17. What level of PRESTIGE/STATUS do the following occupations have?		Not at all prestigious						Very prestigious					
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Front Office Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2	Executive Housekeeper	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3	Chef	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4	Public Relation Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5	Hotel General Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6	Food And Beverage Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7	Account Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8	Tourist Guide	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
9	Travel Agency Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
10	Sales Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11	Recreation Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
12	Human Resources Manager	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
13	Nurse	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
14	Teacher	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
15	Police	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
16	Accountant	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
17	Banker	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
18	Journalist	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
19	Academician	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
20	Government Officer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
21	Lawyer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
22	Pharmacist	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
23	Doctor	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
24	Engineer	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

18. Please answer the following questions regarding your decision to choose tourism as your major. 1-Strongly Disagree, 2-Disagree, 3-No Idea, 4-Agree, 5-Strongly Agree, answer one of the options type (x) (Juaneda vd., 2017)		Strongly disagree		No Idea	Strongly agree	
		1	2	3	4	5
1	I am very interested in studying for this degree	1	2	3	4	5
2	I want to do a degree that has a good reputation and this degree has.	1	2	3	4	5
3	I think my aptitudes and skills are very good for studying this degree.	1	2	3	4	5
4	I think I have more chance of being accepted on this degree than on others.	1	2	3	4	5
5	I want to be with friends who are doing this degree.	1	2	3	4	5
6	This is a degree my family recommended.	1	2	3	4	5
7	This is a degree my teachers recommended.	1	2	3	4	5
8	This degree is easier than others.	1	2	3	4	5
9	I think when I finish this degree I will have a diploma with social prestige.	1	2	3	4	5
10	Working in this field in the future is attractive to me.	1	2	3	4	5
11	I think that this degree will give me more job opportunities than others.	1	2	3	4	5
12	This degree will allow me to have a job with a high salary in the future.	1	2	3	4	5

19. This section has questions regarding the prestige of your college. 1-Strongly Disagree, 2-Disagree, 3-No Idea, 4-Agree, 5-Strongly Agree, answer one of the options type (x) (Mael ve Asforth, 1992)		Strongly disagree		No Idea	Strongly agree	
		1	2	3	4	5
1	People believe this is a prestigious college.	1	2	3	4	5
2	This college is considered one of the best tourism colleges.	1	2	3	4	5
3	People do not think highly of this tourism program.	1	2	3	4	5
4	Alumni would recommend this college to their children.	1	2	3	4	5
5	My school does not have a good reputation.	1	2	3	4	5
6	When I apply for a job, my collage would not be a good reference.	1	2	3	4	5
7	When other schools are accepting new students, they would not want students from my school (e.g. for master and Phd.)	1	2	3	4	5

20. This section has questions regarding your academic major satisfaction. 1-Strongly Disagree, 2-Disagree, 3-No Idea, 4-Agree, 5-Strongly Agree, answer one of the options type (x) (Nauta, 2007)		Strongly disagree		No Idea	Strongly agree	
		↓ 1	2	↓ 3	4	↓ 5
1	I often wish I hadn't chosen this major.	1	2	3	4	5
2	I wish I was happier with my choice of an academic major.	1	2	3	4	5
3	I am considering changing to another major.	1	2	3	4	5
4	Overall, I am happy with the major I've chosen.	1	2	3	4	5
5	I feel good about the major I've selected.	1	2	3	4	5
6	I would like to talk to someone about changing my major.	1	2	3	4	5

21. Answer the next three items regarding your expected occupation/career choice 1-Strongly Disagree, 2-Disagree, 3-No Idea, 4-Agree, 5-Strongly Agree, answer one of the options type (x) (Adams, 2009)		Strongly disagree			No Idea	Strongly agree		
		↓			↓			↓
1	I am certain of this career choice.	1	2	3	4	5	6	7
2	I am unsure about this career choice.	1	2	3	4	5	6	7
3	I feel confident about this career choice.	1	2	3	4	5	6	7

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Derya DÖNMEZ KESGİN
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Antalya Karatay Süper Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği
Tezli Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Yüksek Lisans Tez Konusu	Halkla İlişkiler Mesleği Profili: Antalya’da 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerindeki Halkla İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma
Yabancı Dil / Diller	İngilizce, Almanca, Fransızca
BİLİMSEL FAALİYETLER	
DOĞAN Hulusi, ÜNGÜREN Engin, DÖNMEZ KESGİN Derya (2010). “Meslek ve Aile Yaşamı İlişkisi: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma” Journal of Yaşar University, 2010; 20(5): 3430-3442.	
İŞ DENEYİMİ	
Stajlar	Talya Hotel Resort Dedeman Antalya Hotel Wyndham Harbour Island Hotel Aramark Convention Center
Çalıştığı Kurumlar	Pittsford Central School District Fairport BOCES Creekside School Akdeniz Üniversitesi Şifa Hastanesi Sunexpress Havayolları Riva Diva Hotel Dedeman Antalya Hotel