

ÖNLİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN OTEL YİYECEK İÇECEK BÖLÜMÜNE YÖNELİK TUTUMLARI

[*]İbrahim GİRİTLİOĞLU
[**]Atınç OLCAY

ÖZ

Yapılan bu araştırmanın amacını önlisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otel işletmelerinin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumlarının ortaya konulması ve sahip olunan tutumda demografik faktörlerin herhangi bir etkiye sahip olup olmadığının tespit edilmesi oluşturmaktadır. Bu amacın gerçekleştirilebilmesi için oluşturulan anket formu, 2013 yılının Aralık ve 2014 yılının Ocak aylarında, Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören 372 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda, öğrencilerin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumları ‘bölümün yönetsel önemi’, ‘bölümün sağladığı iş imkanı’, ‘bölümün çalışma ortamı’ ve ‘bölümde çalışma eğilimi’ olmak üzere dört boyuttan oluştuğu tespit edilirken, öğrenci tutumlarının boyutlara göre farklılık gösterdiği ortaya konulmuştur. Öte yandan öğrencilerin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumlarında demografik faktörlerden ‘cinsiyet’, ‘eğitim alınan sınıf’ ve ‘eğitim alınan bölüm’ herhangi bir etkiye sahip olmazken; ‘bölümde çalışma tecrübesinin’ öğrencilerin bölüme yönelik tutumlarına etki ettiği sonucu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Yiyecek-İçecek bölümü, Turizm eğitimi, Öğrenci Tutumu

* Yardımcı Doçent Doktor.,Gaziantep Üniversitesi,Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu

** Yardımcı Doçent Doktor.,Gaziantep Üniversitesi,Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu

Tourism Vocational School Students' Attitudes Towards Hotel Food And Beverage Departments

ABSTRACT

The aim of this study was twofold; first to identify tourism vocational school students' attitudes towards hotel food and beverage departments, second to investigate whether demographic profile of the students was any effect on the attitudes of these departments. To perform of this aim, the questionnaire forms were filled out by 372 students who have been taken education at vocational school of tourism and hotel management of Gaziantep University. According to results of the study, the students' attitudes towards food and beverage departments consist of four dimensions which were named as "managerial importance of department", "department job opportunity", department working environment", "trend to work at department"; and it was found that students' attitudes were different at these dimensions. The other finding pertain in the study that "gender", "class" and "department" of the students were not any effect while "work experience" was significant effect at their attitudes towards hotel food and beverage departments.

Key Words: Hotel establishments, Food and beverage department, Tourism education, Student attitude

1.Giriş

Turizm endüstrisi sağladığı gelir ve oluşturduğu ekonomik katkı nedeniyle Türkiye ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. 2012 yılında Türkiye'yi 31 milyon turist ziyaret etmiş olup bu ziyaretlerden 29 milyar dolar gelir elde edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstatistikleri, 2014). Turizm endüstrisinin ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlaması, ülke yöneticilerinin bu endüstriye daha fazla önem vermesini ve bu durum da ülkelerin turizm sektörünü daha fazla geliştirebilmesi için yapılması gerekenlerin hızlı bir şekilde eyleme konulmasını sağlamıştır (Cai, 2002; İlban, 2007).

Turizm endüstrisinde insanın insana hizmet etmesi ve standartlaşmanın az olması, bu endüstrinin gelişebilmesi için işletmelerin nitelikli işgücü ihtiyacını karşılama zorunluluğunu ortaya koymaktadır (Öztürk ve Seyhan, 2005; Young vd., 2009). Türkiye'de nitelikli işgücünün eğitilerek sektöre kazandırılmasının bir yolu

da üniversite düzeyinde sunulan mesleki turizm eğitim ile gerçekleşmektedir (Aksu ve Bucak, 2012). Türkiye’de üniversite düzeyinde sunulan mesleki turizm eğitimi önlisans, lisans ve yüksek lisans olmak üzere üç aşamada verilmektedir. Önlisans düzeyinde sunulan mesleki turizm eğitiminin amacı sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli işgören ve orta kademe yöneticilerin yetiştirilmesi olurken, lisans düzeyinde sunulan mesleki turizm eğitiminin amacı ise sektörün ihtiyaç duyduğu orta ve üst kademe yöneticilerin yetiştirilmesidir. Turizm alanında sunulan lisansüstü eğitiminin amacı ise sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli yöneticilerle, üniversitelerin ihtiyaç duyduğu akademisyenlerin yetiştirilmesi oluşturur (Hacıoğlu vd., 2008).

Bütünleşik bir yapıya sahip olan turizm endüstrinin en önemli segmentini otel işletmeleri oluşturmaktadır (Powers ve Borrows, 1999). Otel işletmeleri, sunduğu hizmetlerle turistlerin tatil memnuniyetini artırarak o bölgeye tekrar ziyaret edilme kararının verilmesinde önemli paya sahip işletmelerdir (Heung ve Quf, 2000; Kozak, 2001). Otel işletmelerinde sunulan yiyecek içecek hizmetleri, otele gelen müşterilerin temel ihtiyaçlarından biri olan yiyecek içecek ihtiyacını karşılaması ve turistlerin otel memnuniyetini artırması nedeniyle müşteriler açısından önemlidir. Günümüzde çok sayıda müşteri, sırf beklentilerine uygun yiyecek içecek hizmetlerini alamadığı için otel işletmelerinden memnun ayrılamamaktadır (Taşkın, 1997; Giritlioğlu, 2012). Öte yandan otel işletmelerinde sunulan yiyecek-içecek hizmetleri otelin maliyet ve karlılığını önemli oranda etkilemekte ve bu bölüm daha karlı bir otel işletmesinin öncelikli anahtarı olmaktadır. Yiyecek-içecek bölümünün otel işletmeleri ve müşteriler açısından öneme sahip olması, bu bölümlerin otellerde başarılı yönetilme zorunluluğunu ortaya koymaktadır (Türksoy, 1997: 44; Denizler, 2005; Aktaş ve Özdemir, 2005). Bu bölümün başarılı yönetilmesinin ilk koşulunu ise bölümde nitelikli işgücünün istihdam edilmesi oluşturur (Medlik, 1997: 61). Kuruluşundaki asıl amacın turizm sektörüne nitelikli işgücü ve orta kademe yöneticilerin yetiştirilmesi olan turizm meslek yüksekokulları, otelcilik sektörünün yiyecek içecek istihdamını karşılayabilecek önemli bir kaynaktır. Yapılan bu araştırmanın amacını turizm meslek yüksekokul düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, otel yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumlarının tespit edilmesi oluşturmaktadır.

2.Yazın Bilgisi

2.1.Yiyecek İçecek Bölümü ve Otel İşletmeleri Açısından Önemi

Bir otelde yiyecek-içecek bölümü, otelin değişik restoranlarında, banket salonlarında, bar ve pastanelerinde konuklara sunulmak üzere yiyecek ve içecek maddelerini değişik yöntemlerle tedarik edilmesini, muhafazasını, üretimini ve sunumunu gerçekleştiren bölümdür (Şener, 1997; 137). Yiyecek içecek bölümü gerek sunduğu hizmetlerin içeriğinden gerekse hizmetlerin fonksiyonel özelliğinden dolayı otel işletmeleri açısından ayrı bir öneme sahiptir. Yiyecek içecek ihtiyacı insanların en temel ihtiyacıdır. Bu nedenle diğer dönemlerde olduğu gibi tatil dönemlerinde de insanların en öncelikli ihtiyaçlarını yiyecek içecek ihtiyaçları oluşturur. Bu ihtiyaçların otel işletmeleri tarafından arzu edilen düzeyde karşılanması müşterilerin otellerden aldığı memnuniyeti büyük oranda arttırmaktadır (Özkoç, 2006; Giritlioğlu, 2012).

Yiyecek içecek hizmetlerinin varlığı ve başarısı otel işletmeleri açısından önemlidir. Yapılan araştırmalar otel yiyecek içecek bölümünün hem otellerin karlılığına hem de maliyetlerine önemli etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Otel işletmelerindeki toplam maliyetlerin % 25-45'i yalnızca yiyecek içecek bölümüyle ilgili kalemlerden oluşmaktadır (Türksoy, 1997: 44; Denizler, 2005: 135). Bu durum otel işletmelerinde yiyecek içecek maliyet yönetiminin önemini göstermektedir.Öte yandan otel işletmelerinde en yüksek gelir odalar bölümünden sonra yiyecek içecek bölümünden elde edilmektedir (Aktaş ve Özdemir,2005: 4).

Otelerde yiyecek içecek hizmetleri müşterilere uzun bir süre içerisinde sunulmakta olup hizmetlerin sunumu müşterilerin uyanmasıyla başlamakta, onların uyumasına kadar ki süreçte devam etmektedir (Sökmen, 2001: 1). Bu bölümde sunulan hizmetlerin üretimleri uzun ve birbiriyle bağlantılı süreçlerden oluşması, bu bölümdeki istihdam sayısının diğer bölümlere göre daha yüksek düzeyde gerçekleşmesini sağlamaktadır (Medlik, 1997; Riley, 2005; Özdemir vd., 2005). Türkiye'de turizm sektörüne nitelikli işgücü yetiştirmeyi amaçlayan önlisans düzeyinde mesleki turizm eğitim kurumları, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli işgörenleri sektöre yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Hacıoğlu vd., 2008). Bu kurumların ders içeriklerinde yiyecek içecek ağırlıklı derslerin bulunması ve bu derslerde teorik eğitimlerin yanında pratik eğitimlerin de öğrencilere sunulması, bu okulların yiyecek içecek bölümlerine nitelikli istihdam sağlama adına sunduğu katkıyı göstermektedir. Okullarda sunulan eğitim kadar, öğrencilerin bu bölüme yönelik bakış açılarının ortaya konulması, otel yiyecek içecek bölümlerinde istihdam oranının

arttırılması ve öğrencilerin bölümde olumsuz olarak nitelendirdikleri unsurları tespit edebilmek adına önemlidir (Özdemir vd., 2005).

2.2.Önceki Araştırmalar

İlgili yazında turizm eğitimi alan öğrencilerin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumları yeterli düzeyde göz önünde bulundurulmuş bir konu olmamıştır. İlkiz ve Hitay (1992) öğrencilerin genel olarak mutfak bölümünde çalışmayı istemedikleri sonucunu tespit ederken, Özdemir vd. (2005) turizm alanında lisans eğitimi alan öğrencilerin otel yiyecek içecek bölümlerine yönelik olumsuz tutumlara sahip olduğunu ve öğrencilerin genel olarak bu bölümde çalışmak istemediklerini ortaya koymuştur. Turizm öğrencilerinin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumları konusu, ilgili yazında pek fazla araştırılmaması nedeniyle, çalışmanın bu bölümünün otelcilik ve turizm sektörüne yönelik öğrenci tutumlarını ortaya koyan çalışmalarla yapılandırılması daha uygun olacaktır.

Yiyecek içecek bölümündeki eksikliğe rağmen, çeşitli seviyelerde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm ve otelcilik sektörüne yönelik tutumları, araştırmacıların yoğun bir şekilde odaklandığı konuların başında gelmektedir. Airey ve Frontitis (1997) Yunan ve İngiliz öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını ortaya koymuş ve Yunan öğrencilerin İngiliz öğrencilere göre sektöre yönelik daha olumlu bir tutuma sahip olduğunu tespit etmiştir. Barron vd. (2007) Avustralya’da konaklama işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarını ölçmüş ve öğrencilerin sektör hakkında pek olumlu bir bakış açısına sahip olmadığını tespit etmiştir. Richardson (2008) Avustralya’da turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını belirlemiş ve öğrencilerin önemli bir kısmının sektöre yönelik olumsuz tutuma sahip olduğunu tespit etmiştir. Öğrencilerin sektörde olumsuz tutuma sahip olmasına neden olan unsurlar ise işin stresli olması, uzun çalışma saatleri ve çalışma saatlerinin düzensizliği olduğu tespit edilmiştir. Dinçer vd., (2008) Türkiye’de meslek yüksekokulu düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumunu ölçmüştür. Türkiye’de iki Meslek Yüksekokulu’nda öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılan araştırmanın sonucunda, öğrencilerin sektöre yönelik algılarının genel olarak olumsuz olduğu tespit edilmiştir. Kim vd. (2007), Tayvan, Kore ve Çin’de Lisans ve Yüksek Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarını ölçmüştür. Turizm eğitimi alan bu üç milletten en yüksek motivasyona ve sektöre yönelik en yüksek tutuma Tayvan’lı öğrencilerin sahip olduğu tespit edilirken, üç milliyete ait öğrencilerin sektöre yönelik farklı tutumlara sahip olduğu tespit edilmiştir.

Aksu ve Köksal (2005) Türkiye’de turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını tespit etmek amacıyla yaptıkları araştırmada öğrencilerin sektöre yönelik olumsuz tutuma sahip olduğu sonucunu tespit etmiştir. Öğrencilerin bu tutumu beslemelerindeki en önemli nedenler, sektördeki düzensiz çalışma saatleri, işlerin sezonluk olması, toplum tarafından saygı duyulan bir iş olmaması, maaşların yetersizliği, düşük yan gelir ve üst yönetimin astlarına yeterince değer vermemesi olduğu tespit edilmiştir. Kuşluyan ve Kuşluyan (2000) Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarının ortaya konulması üzerine bir araştırma gerçekleştirmiş ve öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarının genel olarak olumsuz olduğu sonucu ortaya konulmuştur. Yapılan araştırmalar turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm ve otelcilik sektörüne yönelik genel olarak olumsuz tutuma sahip olduğunu ortaya koyarken, Olcay ve Çelik (2010)’in bulgusu, bu alanda yapılan diğer araştırmaların bulgularıyla farklılık göstermektedir. Olcay ve Çelik (2010) tarafından yapılan araştırmada Meslek Yüksekokulu düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sektöre yönelik olumsuz tutumları onların bu sektörde mezuniyetten sonra çalışma ve kariyer yapma düşüncelerini de etkilemektedir. Barron vd. (2007) turizm ve otelcilik eğitimi alan öğrencilerin önemli bir kısmının mezuniyetten sonra turizm sektöründe çalışmayı düşünmediğini tespit etmiştir. Aynı düşünce Dinçer vd., (2008) ve Kuşluyan ve Kuşluyan (2000)’in çalışmalarında da ortaya konulmuştur. Richardson (2008; 2010) tarafından yapılan araştırmalarda Avustralya’da turizm eğitimi alan öğrencilerin önemli bir kısmının turizm sektöründe çalışmayı düşünmediği ve bu öğrencilerin başka bir sektörde kariyer yapmayı planladığı tespit edilmiştir. Nitekim bu gerçek, mezunların eğitimini tamamladıktan sonra sektördeki devamlılığını da etkilemektedir. Altman ve Brothers (1995) turizm eğitimi alan mezunların önemli bir oranının sektöre çalışmak üzere girecekleri dahi beş yıl içerisinde sektörden ayrıldıklarını ortaya koymuştur.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını oluşturan boyutların neler olduğunu tespit etmek ve bu boyutların içeriğini kavramsallaştırmak, araştırmacılar tarafından odaklanılan diğer bir araştırma konusu olmuştur. Kuşluyan ve Kuşluyan (2000) tarafından geliştirilen ve Aksu ve Köksal (2005) ve Richardson (2010) tarafından da uygulanan ölçekte, öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarının dokuz boyuta sahip olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu boyutlar, ‘işin doğası’, ‘sosyal statü’, ‘endüstri-kişilik uyumu’, ‘fiziksel çalışma koşulları’, ‘ücret/fayda’, ‘promosyon imkanları’, ‘alt kademe çalışanlar’, ‘yöneticiler’ ve ‘turizm sektöründen memnuniyet’tir. Erdinç (2012) bu tutumu

‘endüstri ve bireysel memnuniyet’, ‘ek ve yan ödemeler’, ‘sosyal statü’, ‘bireysel ilişkiler’, ‘endüstriyel bağlılık’, ‘prestij’, ‘promosyon’ ve ‘öncelikli meslek’ olarak sekiz boyutta sınıflandırmıştır. Öte yandan Özdemir vd. (2005) öğrencilerin otel yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumlarını ‘yiyecek içecek bölümüne ilgi’, ‘yiyecek içecek bölümünde iş bulma olanağı’, ‘yöneticiler’, ‘yöneticiliğe yükselmeye yiyecek içecek bölümünün önemi’, ‘yiyecek içecek bölümünün önemi’, ‘ücretler’, ‘bölümle ilgili öğrenme ve gelişmeleri takip etme’ ve ‘sosyal statü’ olmak üzere sekiz boyutta sınıflandırılmıştır.

Turizm öğrencilerinin sektöre yönelik tutumlarında demografik faktörlerin herhangi bir etkiye sahip olup olmadığı, ilgili yazında araştırmacılar tarafından odaklanılan diğer bir konu olmuştur. Kozak ve Kızıllırmak (2001), Türkiye’de meslek yüksek okul düzeyinde eğitim gören öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarında demografik değişkenlerin herhangi bir etkiye sahip olup olmadığını araştırmıştır. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin ‘cinsiyeti’, ‘ÖSS tercih sırası’ ve ‘ortaöğretimde mezun olduğu okul türünün’, öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumunda herhangi bir etkiye sahip olmadığı sonucu tespit edilirken, ‘turizm sektöründe staj yapma’ durumunda anlamlı bir farklılığın olduğu ortaya konulmuştur. Araştırmanın sonucuna göre staj yapan öğrencilerin yapmayan öğrencilere göre turizm sektörüne yönelik daha olumlu bir tutuma sahip olduğu tespit edilmiştir. Roney ve Öztin (2007) Türkiye’de 3 farklı kurumda lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarında demografik faktörlerin herhangi bir etkisinin olup olmadığını incelemiştir. Araştırmada ‘cinsiyet’ ve ‘turizm sektöründe çalışan yakınının olup olmama’ durumu, öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarında herhangi bir etkiye sahip olmazken, ‘eğitim alınan yükseköğretim kurumu’, ‘turizmi gönüllü olarak seçip seçmeme durumu’, ‘iş deneyimi’, ‘eğitim gördüğü sınıf’ ve ‘mezuniyetten sonra turizm sektöründe çalışmayı isteyip istememe’ durumlarının, öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarını etkileyen unsurlar olduğu tespit edilmiştir. Olcay ve Çelik (2010) Meslek Yüksek okul düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik tutumlarında ‘cinsiyetin’ herhangi bir etkiye sahip olup olmadığını araştırmış ve öğrencilerin cinsiyetinin sektöre yönelik tutumlarında herhangi bir etkiye sahip olmadığı sonucunu tespit etmiştir.

Sonuç olarak ilgili yazında yapılan araştırmaların önemli bir kısmının turizm eğitimi alan öğrencilerin otelcilik ve turizm sektörüne yönelik tutumlarına odaklandığı tespit edilirken, öğrencilerin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumları üzerine yapılan araştırmaların ise oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Örn. İlkiz ve Hitay, 1992; Özdemir vd., 2005). Öte yandan ilgili yazında Meslek Yüksek okul düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, otel yiyecek içecek bölümüne

yönelik tutumlarını ortaya koyan herhangi bir araştırmaya rastlanılamaması, yapılan bu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

3. Alan Araştırması

Bu bölümde yazın taramasıyla kuramsal çerçevesi çizilen çalışmanın uygulama kısmına ait problem, amaç, önem, veri toplama, yöntem ile verilerin analizinden elde edilen bulgular ortaya konulmuştur.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otel işletmelerinin temel bölümlerinden biri olan yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının kaç faktörden meydana geldiğini ve aynı zamanda bu bölüme yönelik tutumlarının nasıl olduğunun belirlenmesidir. Bununla beraber öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları ile ‘cinsiyet’, ‘eğitim alınan sınıf’, ‘eğitim alınan bölüm’ ile ‘yiyecek-içecek bölümünde çalışma tecrübesi’ bağımsız değişkenleri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığının belirlenmesi de bu çalışmanın alt amaçlarıdır.

Ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otelcilik sektörün temel bölümlerinden olan yiyecek-içecek bölümü konusundaki tutumlarının ortaya konulması hem turizm eğitim kurumlarına hem de otel işletmelerinin sahip ve yöneticilerine fayda sağlayacaktır. Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar alan yazına katkı sağlaması ve başka bölümler için benzer bir çalışma yapacak araştırmacılara bir fikir vermesi adına da önem taşımaktadır.

3.2. Anakütle ve Örneklem

Bu araştırmanın sonlu ve gerçekçi ana kütesini 2013-2014 Akademik Yılı Güz Dönemi’nde, Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu; ‘Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri’ ile ‘Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri’ bölümlerinde eğitim alan 835 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem çerçevesini ise söz konusu okulda kayıtlı öğrenci listesi oluşturmaktadır. Bu çerçeveden hareketle örneklemin oluşturulmasında tam sayım yapılmak suretiyle anakütlenin tamamına ulaşılması hedeflenmiştir. Ancak kayıtlı öğrencilerin önemli bir kısmının (%20-%25) okula hiç devam etmemeleri ve devam eden öğrencilerinde anketin yapıldığı dönemde okulda bulunmamaları gibi nedenlerden dolayı

bu araştırmanın örnek kütesini 381 öğrenci oluşturmuştur. Sekaran (1992:253)' a göre bu sayı ana küteyi temsil gücüne sahiptir (Altunışık vd. , 2012:137).

3.3. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada verilerin toplanmasında sosyal bilim araştırmalarında sıklıkla kullanılan anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunun oluşturulma sürecinde araştırmanın amaç ve kapsamı göz önünde bulundurulmak suretiyle alan yazımı taranmış ve iki bölümden oluşan anket formu hazırlanmıştır. Anket formunun birinci bölümünde demografik verilerin elde edilmesine yönelik 10 soru, ikinci bölümünde ise ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin yiyecek-ıcecek bölümüne yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla Özdemir vd. (2005) tarafından yapılan "Turizm ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Otel İşletmelerinin Yiyecek-İcecek Bölümüne Yönelik Tutumları" adlı çalışmada kullanılan 16'sı olumlu ve 8'i olumsuz önermelerden oluşan toplam 24 soruluk ölçekten faydalanılmıştır. Anket formunda tutum ölçeklerinin değerlendirilmesinde '5'li Likert Ölçeği' kullanılmış ve olumlu önermeler için "1=Hiç Katılmıyorum, ... , 5=Tamamen Katılıyorum" olumsuz önermeler için ise "1=Tamamen Katılıyorum, ... , 5=Hiç Katılmıyorum" şeklinde kodlama yapılmıştır. Anketlerden elde edilen verilerin analizi için "SPSS 21.0" istatistik paket programı kullanılmıştır.

3.4. Anketin Ön Uygulaması ve Ölçümün Güvenilirliği

Anketin ön uygulaması 2013 yılı Aralık ayında 100 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin formu doldurmalarının 8-10 dakika sürdüğü tespit edilmiştir. Bu esnada öğrencilerin soruları algılama düzeyleri gözlenmiştir. Anket formları doldurulduktan sonra öğrencilere soruların; içeriği, şekli, anlaşılabilirliğine dair görüşleri sorularak anketin içerik geçerliliği sınanmaya çalışılmıştır. Bu aşamada sorulara yönelik herhangi bir olumsuz görüşe rastlanmamış ve sorular üzerinde hiç bir değişiklik yapılmamıştır.

Ölçümün güvenilirliğine ilişkin olarak Cronbach's Alpha katsayısı ile soruların faktör yük değerleri hesaplanmıştır. Buna göre anketin tamamına ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,692, anketin birinci yarısına ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,621 ve ikinci yarısına ait Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,460 çıkmıştır. Özdamar (2004:632-633)' a göre gerçekleşen anketin tamamı ile birinci yarısına ait ölçümler oldukça güvenilirdir ($0,60 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,80$) ve anketin ikinci yarısına ait ölçüm ise düşük derecede güvenilirdir ($0,40 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,60$).

Elde edilen veriler üzerinde faktör analizi gerçekleştirilmeden önce örneklem büyüklüğünün bu analize uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ile Bartlett küresellik testleri gerçekleştirilmiştir. Buna göre KMO Test değeri 276 serbestlik derecesinde 0,586 ve Bartlett küresellik test sonucu ise 0,000 ($p < 0,05$) şeklinde anlamlı çıkmış ve verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmüştür. Gerçekleştirilen faktör analizine göre soruların faktör yük değerleri 0,352 ile 0,754 arasındadır. Söz konusu bu geçerlik ve güvenilirlik uygulama sonuçlarından hareketle anket formunun olduğu gibi örnekleme uygulanmasına karar verilmiş ve bu aşamadan sonra esas uygulamaya geçilmiştir.

3.5. Anketin Esas Uygulaması ve Ölçümün Güvenilirliği

Ön uygulama sonrası 2013 yılı Aralık ile 2014 yılı Ocak aylarında sınıf ortamında anketin esas uygulamasına geçilmiş ve araştırmacılar tarafından anket formu hakkında bilgi verilmiş, nasıl doldurulacağı açıklanmış ve bu esnada ön uygulama anketleri de dahil olmak üzere toplam 382 adet anketin doldurulması sağlanmıştır. Doldurulan bu anket formlarından 9 adeti eksik ve 1 adeti de hatalı doldurulduğundan değerlendirme dışı bırakılmış ve araştırma kapsamında analiz edilen anket sayısı 372 adet olarak gerçekleşmiştir.

Ölçümün güvenilirliğine ilişkin olarak Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Buna göre anketin tamamına ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,731, anketin birinci yarısına ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,678 ve ikinci yarısına ait Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,446 çıkmıştır. Özdamar (2004:632-633)'a göre gerçekleşen anketin tamamı ile birinci yarısına ait ölçümler oldukça güvenilirdir ($0,60 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,80$) ve anketin 2. yarısına ait ölçüm ise düşük derecede güvenilirdir ($0,40 < \text{Cronbach's Alpha} < 0,60$).

Elde edilen veriler üzerinde faktör analizi gerçekleştirilmeden önce örneklem büyüklüğünün bu analize uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ile Bartlett küresellik testleri gerçekleştirilmiştir. Buna göre KMO Test değeri 276 serbestlik derecesinde 0,749 ve Bartlett küresellik test sonucu ise 0,000 ($p < 0,05$) şeklinde anlamlı çıkmış ve verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmüştür. Ön uygulama ile esas uygulamaya ait gerçekleştirilen ölçümün güvenilirliğine ilişkin sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Ön Uygulama ile Esas Uygulama Ölçümlerinin Güvenilirliğine İlişkin Sonuçlar

Anket Uygulamaları	Test Türü	Sonuç
Ön Uygulama	Cronbach's Alpha (n=24)	0,692
	Cronbach's Alpha(Bölüm 1, n=12)	0,621
	Cronbach's Alpha (Bölüm 2, n=12)	0,460
	KMO (SD=276)	0,586
	Bartlett Testi (p<0,05)	0,000
Esas Uygulama	Cronbach's Alpha (n=24)	0,731
	Cronbach's Alpha(Bölüm 1, n=12)	0,678
	Cronbach's Alpha (Bölüm 2, n=12)	0,446
	KMO (SD=276)	0,749
	Bartlett Testi (p<0,05)	0,000

3.6. Ölçek Faktörlerinin Belirlenmesi

Öğrencilerin otel yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarını oluşturan faktörlerin tespiti amacıyla gerçekleştirilen döndürülmemiş faktör analizi sonucuna göre 8 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı %59,201 ve soruların faktör yük değerleri 0,435 ile 0,719 arasında hesaplanmıştır. Ancak Bileşenler Matrisi tablosu incelendiğinde birden çok faktör altında çok yakın faktör yüklerine sahip karmaşık maddeler bulunduğu görülmüştür. Bu aşamada birden çok faktör altında -madde toplam korelasyonları 0,30'un üstünde olmak kaydıyla- faktör yükleri arasındaki farkın 0,10'dan düşük olan 4 madde (1, 4, 9 ve 19. sorular) karmaşık madde olarak belirlenmiş ve ölçekten çıkarılmıştır. Bu haliyle yinelenen döndürülmemiş faktör analizi sonucu bu kez 6 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı %55,501 ve soruların faktör yük değerleri 0,312 ile 0,690 arasında hesaplanmıştır. Yine bu aşamada Bileşenler Matrisi tablosu incelenerek 0,30 faktör yükünün altında değerlere sahip maddeler ile birden çok faktör altında 0,10'dan daha az farka sahip karmaşık 3 madde olduğu (22, 23 ve 24. sorular) görülmüş ve bu maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu haliyle yinelenen döndürülmemiş faktör analizi sonucunda bu kez 5 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı %54,799 ve soruların faktör yük değerleri 0,181 ile 0,696 arasında hesaplanmıştır. Bu esnada faktör yük değeri 0,181 olan bu madde (20. soru) aynı zamanda madde toplam korelasyonunun 0,30'un altında olduğu için ölçekten çıkarılmış ve ölçüm yinelenmiştir. Bu kez 16 maddeyle gerçekleştirilen döndürülmemiş faktör analizi sonucunda 5 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı %57,655 ve soruların faktör yük değerleri 0,257 ile 0,709

arasında hesaplanmıştır. Bileşenler Matrisi tablosu incelendiğinde madde toplam korelasyonunun 0,30'un altında madde ile karmaşık madde olmadığı görülmüştür. Ancak faktör yük değeri negatif olan bir madde (3. soru) ölçekle arasında negatif korelasyon olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. 5. Faktör maddesi olan bu maddenin ölçekten çıkarılmasıyla bu faktör tek maddeye düşmüş dolayısıyla kalan son maddede (18. soru) ölçekten çıkarılmıştır. Bu esnada faktör yük değeri 0,257 olan madde (21. soru) araştırmacılar tarafından gerekli bir soru olarak kabul edilmiş ve ölçekten çıkarılmamasına karar verilmiştir. Rotasyon işlemine geçmeden önce 14 soru üzerinden ölçümün güvenilirliğine ilişkin Cronbach's Alpha katsayısı tekrar hesaplanmıştır. Buna göre anketin tamamına ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,740, anketin birinci yarısına ait Cronbach's Alpha katsayısı 0,627 ve ikinci yarısına ait Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,579 çıkmıştır. KMO test değeri 91 serbestlik derecesinde 0,746 ve Bartlett küresellik test sonucu ise 0,000 ($p < 0,05$) şeklinde anlamlı çıkmıştır.

Tüm sorunlu ve karmaşık maddeler ölçekten çıkarılıp kalan haliyle ölçümün güvenilirliğine ilişkin gerçekleştirilen testlerin olumlu sonuçlarından sonra mevcut 4 faktörü daha iyi yorumlayabilmek için orthogonal yaklaşımlardan biri olan Varimax'la rotasyon (döndürme) işlemine geçilmiştir. Bu işlem sonrasında 1. faktörün 5, 2. faktörün 3, 3. faktörün 4 ve 4. faktörün 2 madde içerdiği görülmüştür. Tablo 2'de döndürülmüş faktör analizi sonucu elde edilen 4 faktör ve bunlara ilişkin özdeğerler ve varyansı açıklama oranları ile birlikte ölçekte yer alan her bir maddenin hangi faktörle ilişkili olduğunu belirten faktör yük değerleri ile faktörlere ait Cronbach's Alpha katsayıları, aritmetik ortalama ile standart sapma değerleri gösterilmiştir.

Tablo 2: Faktörlere Ait İfadelere Ait Bazı Analiz Sonuçları

İfade No	İfadeler	Faktörler			
		1	2	3	4
S.15	Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmak gerekir	0,740			
S.16	Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarısını ya da başarısızlığını belirleyen en önemli bölümlerendir	0,716			
S.14	Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümü hakkında teknik bilgiye sahip olmak gerekir	0,713			
S.17	Bir yiyecek içecek müdürü yaptığı çalışmalarla bir otelin başarısına büyük katkılar sağlayabilir	0,712			
S.21	Yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar sürekli yeni bir şeyler öğrenme fırsatı bulmaktadır	0,446			

S.6	Yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır		0,843		
S.7	Turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır		0,791		
S.8	Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkânı sağlayan bölümdür		0,604		
S.11	Birçok yiyecek-içecek müdürü astlarından gelen önerileri dikkate almaktadır			0,758	
S.10	Birçok otelin yiyecek-içecek müdürü işini iyi yapmaktadır			0,717	
S.13	Birçok otelin yiyecek içecek bölümünde çalışanlar yöneticileri tarafından hak ettikleri şekilde ödüllendirilmektedir			0,681	
S.12	Yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu işleri ile ilgili inisiyatif kullanabilmektedir			0,492	
S.5	Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna sanmıyorum*				0,794
S.2	Mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum*				0,790
Öz Değer		3,452	1,798	1,313	1,294
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı (%)		24,660	12,842	9,378	9,240
Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)		56,120			
Ölçeğin Tamamının Cronbach's Alpha Katsayısı (n=14)		0,740			
Ölçeğin Birinci Yarısının Cronbach's Alpha Katsayısı (n=7)		0,627			
Ölçeğin İkinci Yarısının Cronbach's Alpha Katsayısı (n=7)		0,579			
Faktörlerin Cronbach's Alpha Katsayısı		0,710	0,726	0,618	0,566
Faktörlerin Aritmetik Ortalama Değerleri		4,069	3,652	3,183	2,943
Faktörlerin Standart Sapma Değerleri		0,674	0,908	0,750	1,059

* İfadeler Likert Ölçeğinde ters kodlanmıştır.

Gerçekleştirilen döndürülmüş faktör analizi sonucu öğrencilerin yiyecek-içecek departmanına yönelik tutumlarını oluşturan 4 faktör elde edilmiş ve bu faktörler araştırmacılar tarafından aşağıdaki gibi tanımlanmıştır.

1. Faktör: Bölümün Yönetsel Önemi
2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı
3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı
4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi

Bu aşamadan sonra tanımlanan bu 4 faktör verilerinin normal bir dağılım gösterip göstermedikleri $n>30$ olduğundan dolayı Kolmogorov-Smirnov Testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda $p<0,05$ hesaplanmış ve verilerin normal bir dağılıma sahip olmadığı görülmüştür. Elde edilen sonuçlar Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3: Faktörlere Uygulanmış Kolmogorov-Smirnov Testi

Faktörler	Kolmogorov-Smirnov Testi		
	İstatistik	SD	p
1. Faktör: Bölümün Yönetsel Önemi	0,125	372	0,000
2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı	0,125	372	0,000
3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı	0,076	372	0,000
4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi	0,112	372	0,000

4. Araştırma Bulguları

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen bulguların analizi yer almaktadır. Bu bölüm; ‘demografik bulgular’, ‘öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları’ ve ‘öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre değişimi’ başlıklarıyla ortaya konulmuştur.

4.1. Demografik Bulgular

Demografik bulgulara ilişkin veriler için betimsel istatistik yöntemlerinden olan frekans ve yüzde analizleri gerçekleştirilmiştir. Buna göre demografik değişkenlere ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Değişkenler	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kız	165	44,4
	Erkek	207	55,6
	TOPLAM	372	100
Yaş	16-20	95	25,5
	21-25	249	66,9
	26 ve üzeri	28	7,6
	TOPLAM	372	100

Mezun Olunan Lise	Genel Lise	203	54,6
	Anadolu/Süper Lise	28	7,6
	Otelcilik ve Turizm	60	16,1
	Diğer Meslek Lisesi	71	19,1
	Açık Lise	10	2,6
	TOPLAM	372	100
Eğitim Alınan Bölüm	Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri	233	62,6
	Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri	139	37,4
	TOPLAM	372	100
Eğitim Alınan Sınıf	1. Sınıf	161	43,3
	2. Sınıf	211	56,7
	TOPLAM	372	100
Yiyecek-İçecek Bölümünde Çalışma Tecrübesi	Var	236	63,4
	Yok	136	36,6
	TOPLAM	372	100

Buna göre; araştırmaya katılan öğrencilerin % 44,4 (n=165)'ü kız ve % 55,6 (n=207)'sı ise erkektir. Bu öğrencilerin % 25,5 (n=95)'i 16-20, % 66,9 (n=249)'u 21-25 ve % 7,6 (n=28)'sı ise 26 ve üzeri yaş aralığındadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin % 54,6 (n=203)'sı genel lise, %7,6 (n=28)'sı Anadolu/ Süper lise, % 16,1 (n=60)'i otelcilik ve turizm meslek lisesi, % 19,1 (n=71)'i diğer meslek lisesi ve % 2,6 (n=10)'sı ise açık lise mezunudur.

Araştırmaya katılan öğrencilerin % 62,6 (n=233)'sı 'Seyahat-turizm ve eğlence hizmetleri' bölümünde ve % 37,4 (n=139)'ü ise 'Otel, lokanta ve ikram hizmetleri' bölümünde eğitim almaktadır. Bununla beraber bu öğrencilerin % 43,3 (n=161)'ü 1. sınıf ve % 56,7 (n=211)'si ise 2. sınıftır. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 63,4 (n=236)'ünün yiyecek-içecek bölümünde çalışma tecrübesi varken % 36,6 (n=136)'sının ise yoktur.

4.2.Öğrencilerin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumlarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının belirlenmesi yer almaktadır. Bu tutumların belirlenmesinde frekans ve yüzde analiz yöntemleri kullanılmıştır. Daha sade ve daha anlaşılabilir sonuçlar elde edebilmek amacıyla 5=Tamamen katılıyorum ile 4=Katılıyorum

cevapları birleştirilerek “Katılanlar”, 1=Kesinlikle katılmıyorum ile 2=Katılmıyorum cevapları birleştirilerek “Katılmayanlar” ve 3=Kararsızım cevapları ise “Kararsızlar” şeklinde gruplandırma yoluna gidilmiştir. Bu bağlamda öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının gruplar itibarıyla frekans ve yüzde dağılımları Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: Öğrencilerin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumlarının Frekans ve Yüzde Dağılım Sonuçları

İfadeler	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım
	n %	n %	n %
1. Faktör: Bölümün Yönetsel Önemi			
Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümünde deneyim sahibi olmak gerekir	300 80,6	36 9,7	36 9,7
Bir otel yöneticisi olabilmek için yiyecek-içecek bölümü hakkında teknik bilgiye sahip olmak gerekir	301 80,9	38 10,3	33 8,8
Bir yiyecek içecek müdürü yaptığı çalışmalarla bir otelin başarısına büyük katkılar sağlayabilir	320 86,0	18 4,8	34 9,2
Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarısını ya da başarısızlığını belirleyen önemli bölümlerdendir	304 81,7	29 7,8	39 10,5
Yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar sürekli yeni bir şeyler öğrenme fırsatı bulmaktadır	264 71,0	53 14,3	55 14,7
2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı			
Yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır	218 58,6	79 21,2	75 20,2
Turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır	247 66,4	63 16,9	62 16,7
Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkânı sağlayan bölümdür	232 62,4	60 16,1	80 21,5
3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı			
Birçok yiyecek-içecek müdürü astlarından gelen önerileri dikkate almaktadır	157 42,2	81 21,8	134 36
Birçok otelin yiyecek-içecek müdürü işini iyi yapmaktadır	118 31,7	122 32,8	132 35,5
Birçok otelin yiyecek içecek bölümünde çalışanlar yöneticileri tarafından hak ettikleri şekilde ödüllendirilmektedir	133 35,7	119 32,0	120 32,3
Yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu, işleri ile ilgili insiyatif kullanabilmektedir	419 52,9	66 17,7	109 29,3
4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi			
Mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum	109 29,3	157 42,2	106 28,5
Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna sanmıyorum	155 41,7	136 36,6	81 21,7

Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları “1. Faktör: Bölümün Yönetsel Önemi” boyutunu oluşturan 5 ifade açısından değerlendirildiğinde öğrencilerin en fazla olumlu görüş beyan ettiği boyut olduğunu söylemek mümkündür. Öğrencilerin bu boyutu oluşturan ifadelerin tamamına % 71 ile % 86 aralığında katıldıkları görülmektedir. “Bir yiyecek-içecek müdürü yaptığı çalışmalarla bir otelin başarısına büyük katkılar sağlayabilir” ve “Yiyecek-içecek bölümü bir otelin başarısını ya da başarısızlığını belirleyen en önemli bölümlerendir” ifadeleri en yüksek olumlu görüş yüzdesi ile öne çıkan ifadelerdir. Bu iki soru birbirini tamamlayan sorular olması bu sonucu doğrular niteliktedir. Bununla beraber “Yiyecek-içecek bölümünde çalışanlar sürekli yeni bir şeyler öğrenme fırsatı bulmaktadır” ifadesi % 14,3 ile en yüksek olumsuz ve % 14,7 ile de en yüksek kararsız görüş yüzdesine sahiptir. Bu sonuçların öğrencilerin bölüm hakkında hiç/yetersiz bir tecrübeye sahip olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları “2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı” boyutunu oluşturan 3 ifade açısından değerlendirildiğinde, öğrencilerin bu boyuta yönelik tutumlarının olumlu olduğunu söylemek mümkündür. Öğrencilerin bu boyutu oluşturan ifadelerin tamamına % 58,6 ile % 66,4 aralığında katıldıkları görülmektedir. “Turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır” ve “Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkânı sağlayan bölümdür” ifadeleri en yüksek olumlu görüş yüzdesine sahip ifadelerdir. Birbirini tamamlayan sorular olması bu sonucu doğrular niteliktedir. Bununla beraber “Yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır” ifadesi % 21,2 ile en yüksek ‘olumsuz’ görüş yüzdesine sahiptir. Aynı şekilde “Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkânı sağlayan bölümdür” ifadesi % 21,5 ile en yüksek kararsız görüş yüzdesine sahiptir. Öğrencilerin bölümün sağladığı iş imkânı boyutuna yönelik neredeyse % 45 oranında sahip olduğu olumsuz ve kararsız görüş dikkat çekici olmakla beraber günün koşullarında olağan bir durum olarak düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları “3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı” boyutunu oluşturan 4 ifade açısından değerlendirildiğinde, öğrencilerin bu boyuta yönelik tutumlarında daha çok olumsuz ve kararsız olduğunu söylemek mümkündür. Öğrencilerin bu boyutu oluşturan ifadelerin tamamına toplamda % 47 ile % 68,3 aralığında katılmadıkları ve kararsız kaldıkları görülmektedir. Öğrenciler %52,9 yüzdesi ile sadece “Yiyecek-içecek bölümünde çalışanların çoğu işleri ile ilgili inisiyatif kullanabilmektedir” ifadesinde olumlu görüşe sahiptir. Bununla beraber “Birçok otelin yiyecek-içecek müdürü

işini iyi yapmaktadır” ifadesi % 32,8 ile en yüksek olumsuz görüş yüzdesine sahiptir. Bu ifadenin sahip olduğu kararsızlar yüzdesi de göz önünde bulundurulduğunda % 68,3 ile en dikkat çekici olumsuz görüştür. Benzer şekilde “Birçok otelin yiyecek içecek bölümünde çalışanlar yöneticileri tarafından hak ettikleri şekilde ödüllendirilmektedir” ifadesi de % 64,3 oranında olumsuz ve kararsız görüş yüzdesine sahiptir. Bölüm yöneticileriyle ilgili bu iki ifade öğrencilerin bu konuda ön yargılı bir eğilime sahip olduğu düşüncesini uyandırmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları “4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi” boyutunu oluşturan 2 ifade açısından değerlendirildiğinde öğrencilerin bu boyuta yönelik tutumlarının 3. faktör de olduğu gibi daha çok olumsuz ve kararsız olduğunu söylemek mümkündür. Öğrencilerin bu boyutu oluşturan 1. ifadeye % 57,8 ve 2. ifadeye % 63,4 oranında katılmadıkları ve kararsız kaldıkları görülmektedir. Öğrenciler % 42,2 yüzdesi ile “Mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum” ifadesinde olumlu görüşe sahiptir. Bununla beraber “Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna sanmıyorum” ifadesi de % 41,7 ile en yüksek olumsuz görüş yüzdesine sahiptir. Bu ifadenin sahip olduğu kararsızlar yüzdesi de göz önünde bulundurulduğunda % 63,4 ile en dikkat çekici olumsuz görüştür. Öğrencilerin mezuniyet sonrasında yiyecek-içecek bölümünde çalışma oranlarının sadece % 42,2 düzeyinde olması dikkat çekici ve üzerinde durulması gereken bir konudur.

4.3. Öğrencilerin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlerle Analizine Yönelik Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği yer almaktadır. Demografik değişkenlerin belirlenmesinde daha sağlıklı sonuçlar elde edebilmek amacıyla birbirine yakın bir örneklem yüzdesine sahip ‘cinsiyet’ ile ‘eğitim alınan sınıf değişkenleri’ analiz edilmiştir. Bununla beraber ‘eğitim alınan bölüm’ ile ‘yiyecek-içecek bölümündeki çalışma tecrübesi’ değişkenleri de tasdıkları önemden dolayı analize tabi tutulan diğer değişkenlerdir.

Daha önce öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları 4 faktörden meydana geldiği ve bu faktörleri oluşturan verilerin normal bir dağılıma sahip olmadığı tespit edilmişti (Bkz. Tablo 2 ve Tablo 3). Dolayısıyla 2 gruba sahip bu değişkenlerin bağımlı değişkenlerle analizinde Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır. Bununla beraber aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunduğu

ifadeler için bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin büyüklüğünü belirlemeye yarayan etki büyüklüğü ölçümü gerçekleştirilmiş ve bunun için de eta (η) ve eta kare (η^2) değerlerinden yararlanılmıştır.

4.3.1. Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin ‘cinsiyetleri’ ile ‘yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları’ arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan Mann-Whitney U Testi’nden elde edilen sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin ‘yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları’ ile ‘cinsiyetleri’ arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.

Tablo 6: Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumlarının Cinsiyete Göre Mann-Whitney U Testi İle Karşılaştırılması

Faktörler	Mann-Whitney U Testi	P
1. Faktör: Bölümün Yönetmelik Önemi	15172,000	0,063
2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı	17040,500	0,971
3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı	15513,000	0,127
4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi	15663,000	0,165

4.3.2. Sınıf Değişkenine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin ‘eğitim aldığı sınıf’ ile ‘yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları’ arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla uygulanan Mann-Whitney U Testi’nden elde edilen sonuçlar Tablo 7’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları ile okudukları sınıf arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.

Tablo 7: Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumlarının Sınıfa Göre Mann-Whitney U Testi İle Karşılaştırılması

Faktörler	Mann-Whitney U Testi	P
1. Faktör: Bölümün Yönetmelik Önemi	16610,000	0,713
2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı	15559,500	0,162
3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı	15043,000	0,057
4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi	15560,500	0,161

4.3.3. Bölüm Değişkenine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin ‘eğitim aldığı bölüm’ ile ‘yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları’ arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla uygulanan Mann-Whitney U Testi’nden elde edilen sonuçlar Tablo 8’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları ile okudukları bölüm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.

Tablo 8: Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumlarının Bölüme Göre Mann-Whitney U Testi İle Karşılaştırılması

Faktörler	Mann-Whitney U Testi	P
1. Faktör: Bölümün Yönetmel Önemi	14663,500	0,125
2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı	15693,000	0,615
3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı	15698,000	0,619
4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi	15642,500	0,579

4.3.4. Çalışma Tecrübesi Değişkenine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin ‘çalışma tecrübesi’ ile ‘yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları’ arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla uygulanan Mann-Whitney U Testi’nden elde edilen sonuçlar Tablo 9’da gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin ‘yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları’ ile ‘çalışma tecrübesi’ arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın; 2. Faktör: “Bölümün Sağladığı İş İmkânı” ile 4. Faktör: “Bölümde Çalışma Eğilimi” boyutlarında olduğu görülmüştür.

Tablo 9: Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumlarının Çalışma Tecrübesine Göre Mann-Whitney U Testi İle Karşılaştırılması

Faktörler	Mann-Whitney U Testi	P
1. Faktör: Bölümün Yönetmel Önemi	15462,000	0,555
2. Faktör: Bölümün Sağladığı İş İmkânı	11963,000	0,000
3. Faktör: Bölümün Çalışma Ortamı	15468,000	0,559
4. Faktör: Bölümde Çalışma Eğilimi	10343,000	0,000

Bu farklılıkların hangi ifadelerde gerçekleştiğini görmek için faktörleri oluşturan her bir ifade için ayrı ayrı Mann-Whitney U Testi uygulanmış ve çalışma tecrübesine sahip olan öğrencilerin ortalama sıralama değerleri çalışma tecrübesine

sahip olmayan öğrencilere göre daha yüksek olduğu tüm ifadelerde görülmüştür (Tablo 10).

Tablo 10: Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları Oluşturan 2 ve 4. Faktör İfadelerinin Çalışma Tecrübesine Göre Mann-Whitney U Testi İle Karşılaştırılması

İfade No	İfadeler	Çalışma Tecrübesi	n	Ortalama Sıralama Değerleri	Mann-Whitney U Testi	p
S.6	Yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır	Var	236	203,41	12058,000	0,000
		Yok	136	157,16		
S.7	Turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır	Var	236	198,46	13225,500	0,003
		Yok	136	165,75		
S.8	Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkânı sağlayan bölümdür	Var	236	196,45	13699,000	0,014
		Yok	136	169,23		
S.2	Mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum	Var	236	211,34	10186,000	0,000
		Yok	136	143,40		
S.5	Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna sanmıyorum	Var	236	201,65	12472,500	0,000
		Yok	136	160,21		

Çalışma tecrübesi bağımsız değişkeni ile anlamlı farklılığın çıktığı 5 bağımlı değişken arasındaki ilişkinin büyüklüğünün belirlenebilmesi için etki büyüklüğü ölçümü gerçekleştirilmiş ve çalışma tecrübesinin bu ifadeler üzerindeki etası (η) ile etası kare (η^2) değerlerine bakılmıştır (Tablo 11).Cohen'e göre çalışma tecrübesi ile söz konusu bu 5 ifade arasındaki etası sadece birinci ifade için 'orta' ($0,06 > \eta^2$) ve geriye kalan 4 ifade için ise 'küçük' ($0,01 < \eta^2 < 0,06$) olduğu görülmüştür (Akbulut, 2010:116).

Tablo 11: Çalışma Tecrübesi Değişkeni İle Anlamlı Farklılığın Çıktığı İfadeler Arasındaki İlişkinin Etki Büyüklüğü Ölçümüne Yönelik Elde Edilen Eta ve Eta Kare Değerleri

İfadeler	η	η^2
Yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak diğer alanlara göre daha kolaydır* Çalışma Tecrübesi	0,313	0,098
Turizm eğitimi alanlar için yiyecek-içecek bölümünde iş bulmak daha kolaydır* Çalışma Tecrübesi	0,191	0,037
Yiyecek-içecek bölümü otellerde en fazla oranda iş imkânı sağlayan bölümdür* Çalışma Tecrübesi	0,196	0,039
Mezun olunca yiyecek-içecek bölümünde çalışacağımı sanmıyorum* Çalışma Tecrübesi	0,135	0,018
Yiyecek-içecek bölümünde yapılan birçok işin kendi yeteneklerimle uyduğuna sanmıyorum* Çalışma Tecrübesi	0,107	0,012

5. SONUÇ ve SINIRLILIKLAR

Bu araştırmada ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otel işletmelerinde çok önemli bir yere sahip olan yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumları tespit edilmiş ve araştırmaya katılan öğrencilerin bu tutumları ile bazı demografik değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olup olmadığı ortaya konmuştur. Araştırma sonucunda öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının; “bölümün yönetsel önemi”, “bölümün sağladığı iş imkânı”, “bölümün çalışma ortamı” ve “bölümde çalışma eğilimi” olmak üzere 4 faktörden oluştuğu görülürken öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarının faktörler itibariyle farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre araştırmadan elde edilen genel sonuçlar şunlardır:

Tutum ölçeğinin 1. Faktörü olan “Bölümün Yönetsel Önemi” boyutunu ölçmeye yarayan beş ifadenin aritmetik ortalaması “Katılıyorum” şeklinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda öğrencilerin bölüm yöneticisi olmak için sahip olunması gereken bilgi, deneyim ile bölümün otel işletmesinin başarısı için taşıdığı önemin farkında olduğunu söylemek mümkündür.

Tutum ölçeğinin 2. Faktörü olan “Bölümün Sağladığı İş İmkânı” boyutunu ölçmeye yarayan 3 ifadenin aritmetik ortalaması “Katılıyorum” şeklinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda öğrenciler yiyecek-içecek bölümünün diğer bölümlere nazaran daha kolay ve daha çok iş imkânı sunduğunu düşünmektedirler.

Tutum ölçeğinin 3. Faktörü olan “Bölümün Çalışma Ortamı” boyutunu ölçmeye yarayan 4 ifadenin aritmetik ortalaması “Kararsızım” şeklinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda öğrencilerin bölüm çalışanlarının ödüllendirilmesi, inisiyatif kullanabilmesi ve önerilerinin dikkate alınması konuları ile bölüm yöneticilerinin çalışma performansı hususunda kararsız kalmışlar ve net bir tutum gösterememişlerdir.

Tutum ölçeğinin 4. Faktörü olan “Bölümde Çalışma Eğilimi” boyutunu ölçmeye yarayan 2 ifadenin aritmetik ortalaması “Kararsızım” şeklinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda öğrencilerin ölçeğin en kritik ifadeleri olan yeteneklerinin yiyecek-içecek bölümünde çalışmayla uyuyup uyuşmadığı ile mezun olduktan sonra bu bölümde çalışıp çalışmama hususlarında kararsız kalmışlar ve net bir tutum gösterememişlerdir.

Öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarında ‘cinsiyet’, ‘sınıf’ ve ‘bölüm’ değişkenlerinin herhangi bir belirleyiciliği yoktur.

Öğrencilerin yiyecek-içecek bölümüne yönelik tutumlarında ‘bölümde çalışma tecrübesi’ değişkeni belirleyicidir. Çalışma tecrübesi, bölümün sağladığı iş imkânı ile bölümde çalışma eğilimi boyutlarına yönelik tutumlarda bir etkiye sahiptir. Bu etkinin büyüklüğü bir ifade için ‘orta’ geriye kalan 4 ifade için ise ‘küçüktür’. Bölümde çalışma tecrübesine sahip öğrencilerin ortalama sıralama değerleri ise çalışma tecrübesine sahip olmayan öğrencilerden daha yüksektir.

Araştırmanın bu sonuçları değerlendirilirken mevcut bir takım sınırlılıklar da göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırmanın sadece Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu’nda 2013-2014 akademik yılında öğretim gören öğrenci görüşlerinden oluşması ve diğer üniversitelerin ilgili bölümlerinde okuyan öğrenci görüşlerini yansıtmaması bu sınırlılıklardandır. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçlarını diğer üniversitelerde okuyan öğrenci görüşleriyle bağdaştırmamak gerekmektedir. Öğrenci görüşlerini belirlemede kullanılan ölçek bu araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Benzer araştırmalar farklı örneklemeler üzerinde farklı ölçekler kullanılmak suretiyle gerçekleştirilebilir. Gerçekleştirilen bu araştırma ilgili yazına katkı sağlayarak bundan sonra benzer bir çalışma yapacak araştırmacılara bir veri sağlayacaktır. Bununla beraber böylesi bir çalışmanın taşıdığı önemden dolayı önbüro bölümüne yönelik uygulanması hem bölümler arası karşılaştırmanın yapılabilmesi hem de bilgi ve veri eksikliğinin giderilebilmesi açısından önem taşımaktadır. Öte yandan böyle bir çalışmanın orta öğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde uygulanması da bu seviyede eğitim alan öğrencilerin yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumlarının tespit edilmesini sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Airey David and Frontistis Athanassios (1997). Attitudes to careers in tourism: an Anglo Greek comparison, *Tourism Management*, 18 (3), 149-158
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık
- Aksu Murat ve Bucak Turgay (2012). Mesleki Turizm Eğitimi, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 7- 18
- Aksu A. Akin ve Köksal C. Deniz (2005). Perceptions and attitudes of tourism students in Turkey, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (5), 436 – 447
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Aktaş Ahmet ve Özdemir Bahattin (2005). *İçki Teknolojisi*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Altman, Lois A., Brothers, Linda R. (1995). Career Longevity of Hospitality Graduates, *Hospitality Review*, 13(2), 77-83
- Barron Paul, Maxwell Gill, Broadbridge Adelina and Ogden Susan (2007). Careers in Hospitality Management: Generation Y's Experiences and Perceptions, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 14 (2), 119-128
- Cai, Liping A. (2002). Cooperative Branding For Rural Destinations, *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 720-742.
- Denizer Dünder (2005). *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Dinçer F. İstanbullu, Akova Orhan ve Kaya Fazıl (2008). Meslek Yüksekokulları Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği, *3. Uluslararası Meslek Yüksekokulu Sempozyumu*, 42- 56
- Erdinc Saliha Basak (2012). Determining of College Students' Trends about Tourism Sector: A Case Study at Akdeniz University, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 47, 1573-1577
- Giritlioğlu İbrahim (2012). Yiyecek İçecek Bölümlerinde İşgörenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algıları: Termal Otellerde Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir

- Hacıoğlu Necdet, Kaşlı Mehmet, Şahin Seda ve Tetik Nuray (2008). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Heung Vincent C. S. and Quf Hailin (2000). Hong Kong as a Travel Destination: An Analysis of Japanese Tourists’ Satisfaction Levels, and the Likelihood of Them Recommending Hong Kong to Others, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9 (1- 2), 57-80
- İlban, Mehmet Oğuzhan (2007). Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı Ve Seyahat Acentalarında Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- İlkiz, O. ve Hitay, O. (1992). Türkiye’de Turizm Eğitiminin Sorunları, *Turizm Eğitimi Konferans- Workshop*. Ankara
- Kozak Metin (2001). Repeaters’ behavior at two distinct destinations, *Annals of Tourism Research*, 28 (3), 784-807
- Kozak Meryem A. ve Kızılırmak İsmail (2001). Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre değişimi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 9-16
- Kim Samuel Seongseop, Guo Yingzhi, Wang Kuo-Ching and Agrusa Jerome (2007). The study motivations and study preferences of student groups from Asian nations majoring in hospitality and tourism management programs, *Tourism Management*, 28 (1), 140-151
- Kusluvan Salih and Kusluvan Zeynep (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey, *Tourism Management*, 21 (3), 251-269
- Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri, <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/TR,50930/istatistikler.html>, Erişim tarihi: 20.02.2014
- Medlik S. (1997). *Otel İşletmeciliği*, Çeviri: Ömer Lütfü Met, Bursa: Ceylan Matbaası
- Olca Atınç ve Çelik Zafer (2010). Turizm ve Otel İşletmeciliği Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Otelcilik Mesleğine İlişkin Algıları, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 279 -301
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitapevi
- Özdemir Bahattin, Aktaş Aylin, Altıntaş Volkan (2005). Turizm ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Otel İşletmelerinin

Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 46-58

Özkoç Aziz Gökhan (2006). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Üretim Fonksiyonlarında Etik Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma: Ankara Örneği, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya

Öztürk, Yüksel ve Seyhan, Kadir (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Arttırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 121-140

Powers, T. and Barrows, C. W. (1999). *Introduction to the hospitality industry*, Manhattan: John Wiley and Sons Publishing

Richardson Scott (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

Richardson Scott (2010). Generation Y's Perceptions and Attitudes Towards a Career in Tourism and Hospitality, *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 9 (2), 179-199

Riley Michael (2005). Food and beverage management: A review of change, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (1), 88-93

Roney Akış, Öztin Perrin (2007) Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey, *Journal of Hospitality Leisure, Sport and Tourism Education*, 6 (1), 1-18

Sökmen Alptekin (2001). *Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmelerinde Servis Tekniği ve Uygulamaları*, Ankara: Detay Yayıncılık

Şener Burhan (1997). *Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon*, Ankara: Gazi Kitabevi

Taşkın Engin (1997). Otel İşletmelerinde Yiyecek Maliyetlerinin Kontrolü ve Azaltılması (Bir Anket Uygulaması), *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir

Türksoy Adnan (1997). *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Turhan Yayıncılık

Young, J. Y., Meterko, M. M. , Mohr, D., Shwartz M. and Lin H. (2009). Congruence in the Assessment of Service Quality Between Employees and Customers: A Study of a Public Health Care Delivery System. *Journal of Business Research*, 62, 1127-1135