



Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyetine Etkisi

The Impact of Individual Innovation Perceptions of Tourism Faculty Students on Department Satisfaction

Hüseyin KELEŞ¹, Kevser ÇINAR², Halil AKMEŞE³

¹Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Antalya, Türkiye
^{2,3}Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye

ORCID:

H.K.: 0000-0003-1469-0017

K.Ç.: 0000-0002-5412-715X

H.A.: 0000-0003-4694-2215

Corresponding Author:

Hüseyin KELEŞ

Email:

hkeles@akdeniz.edu.tr

Citation: Keleş, H. Çınar, K. ve Akmeşe, H. (2020). Turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel inovasyon algılarının bölüm memnuniyetine etkisi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 664-679.

Submitted: 23.07.2020

Accepted: 02.09.2020

Özet

Ülkelerin, toplumsal yaşam düzenlerini sürdürebilmeleri, ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik ve bilimsel değişimlerle uyumlu olabilmeleri için belirli toplumsal sistemlere sahip olmaları gerekmektedir. Bu toplumsal sistemlerin işlevlerini en iyi şekilde yerine getirebilmeleri için ise, nitelikli insan gücünü yetiştirebilecek inovatif bir eğitim sistemine ihtiyaç vardır. Eğitim sistemleri ülkelerin kendi toplumsal dinamiklerinin yanı sıra bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile küreselleşme, ülkelerarası ekonomik ve siyasi oluşumlar gibi çeşitli alanlardaki değişimlerden etkilenirler. Çağımızda çok hızlı değişen ve her geçen gün daha da artan rekabet ortamında, yaşamın her alanında olduğu gibi eğitim alanının da uygulamaların çağın ihtiyaçlarını karşılayacak niteliklere erişebilmek adına sürekli olarak yenilenmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel inovasyon algılarının bölüm memnuniyetine etkisini tespit etmektir. Bu amaçla, Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören 396 öğrenciye anket yöntemi kullanılarak çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, öğrencilerin bireysel inovasyon algılarının cinsiyete, bölüme ve sınıflarına göre farklılık gösterdiği ve bölüm memnuniyetlerine olumlu yönde etki ettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencisi, Bireysel İnovasyon, Bölüm Memnuniyeti

Abstract

Countries need to have social systems to maintain their social life patterns and to be compatible with economic, social, cultural, technological and scientific changes. For these social systems to perform their functions in the best way, an innovative education system that can train qualified manpower is needed. The educational systems are affected both by national domestic economic formations and social dynamics, changes in various fields such as scientific and technological developments as well as globalization at the international level. In a competitive environment that is changing rapidly and hardening day by day in our present age, the field of education, like all other areas of life, needs to renew constantly and change its practices to reach qualities that meet the needs of the century. The aim of this study is to determine the effect of individual innovation perceptions of tourism faculty students on department satisfaction. Within the scope of the research, it has been found that the students' perceptions of individual innovation differ according to gender, department and classes, and these perceptions have a positive effect on department satisfaction.

Keywords: University Students, Individual Innovation, Department Satisfaction

1. GİRİŞ

Son yıllarda hızlı gelişim ve değişim gösteren alanlardan birisi olan turizm sektörü, yalnızca ulusal değil aynı zamanda uluslararası ölçekte ekonomilere yön veren bir hizmet sektörüdür. Turizm faaliyetleri, genel olarak incelendiğinde, pek çok gelişen ve gelişmekte olan ülkede, yükselen ekonomik faaliyetlerden her geçen gün daha fazla pay elde edilmekte ya da bu ekonomiler turizme daha bağımlı hale gelmektedir. Bu yükselme trendinin gelecekte de aynı doğrultuda devam etmesi beklenmektedir. Zira, küreselleşmenin de etkisiyle, dünya ekonomisi ciddi boyutta bir entegrasyona girmiştir ki ticari yatırımlar, finansal akış ve bilgi akışı bu entegrasyon sürecini beslemektedir (<http://www.e-unwto.org>).

Turizm sektörü özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkelerin ekonomilerinde kendisini hissettirerek ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda kazanım elde etmelerine olanak sağlamaktadır. Bir hizmet sektörü olan turizm genellikle yerel/bölgesel ve ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmaktadır. Günümüzde turizm sektörü elliden fazla ana sektörden mal ve hizmet alımı yapmakta ve hizmet sunumunda, ithalata bağımlılığı en düşük olan sektörlerin başında gelmektedir. Bu durum turizmin önemini her geçen gün daha da artırmaktadır. Artık devletlerin turizm sektörüne bakışı, sektörün sadece turizmden elde edilen gelirler boyutunda kalmamaktadır; bunun yanında turizme etki eden ve edebilecek her olgu mercek altına alınmaktadır (Kozak vd., 2009).

Turizm hızla büyüyen bir endüstri olmasının yanı sıra, başlı başına bir istihdam kaynağıdır. Turizm sadece doğrudan kendi bünyesinde bulundurduğu kurumlara istihdam sağlamakla kalmayıp ayrıca etkileşim ve bağlantı içinde olduğu tüm sektörlerle de istihdam sağlanmasına dolaylı yünden etki etmektedir. Turizm bu denli istihdam sağlayan bir sektör konumundayken, sıklıkla düşük seviyede ve ücretteki iş imkânlarından ve iş tatminindeki azlıktan dolayı eleştirilmektedir. Esasen, turizm sektörü yüksek oranda personel döngüsüne sahipken; yetersiz oranda eğitimli personel bulunmaktadır (Roney vd., 2007).

Son yılların yıldızı parlayan sektörlerinden olan turizmin gelişim göstermesi, sürdürülebilir olması ve yapılan çalışmalar neticesinde elde edilen gelirden yeterli kazancın elde edilebilmesi adına bir takım yapısal yatırımların yapılması oldukça önemlidir. Fakat bu fiziki yatırımlar tek başlarına hedeflenen sonuçlara ulaşmada yeterli olamamaktadır. Zira, hizmet kalitesini iyileştirmek için yetişmiş insan kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır ve bu ihtiyaç doğrultusunda bu alana da yatırım yapılması gerekmektedir (Solmaz ve Erdoğan, 2013).

Ural ve Pelit (2002)'e göre, turizm sektöründe müşteri memnuniyetinin sağlanması hizmet kalitesine bağlıdır. Hizmet kalitesinin artırılması da sektörde görev alacak olan kimselerin kaliteli ve nitelikli bir eğitimden geçmeleriyle yakından ilişkilidir. Bundan dolayıdır ki; sektörde çalışacak olan insan gücünün sektörde çalışmaya istekli oluşu ve motivasyon düzeyi oldukça önem arz etmektedir. Günümüzde turizm sektöründe çalışanların motivasyonu, işlerini sevmeleri ve çalışma alanına yönelik tutumlarının hizmet kalitesinin önemli bir değişkeni olduğu gerçeğini ortaya çıkarmıştır (Yu, 1999). Böylece turizm sektöründe nitelikli personelin istihdam edilmesinin ve turizm eğitimi alan kişilerin mezuniyet sonrasında sektörde tutulmasının önemi daha da artmıştır. Turizmin bu denli etkin bir konumda olması, öncelikle turizm eğitiminin ve arkasından da yapılan eğitimler neticesindeki çıktılarının niteliklerinin incelenip raporlanması gerekliliğini de ortaya çıkarmaktadır. Türkiye kapsamında değerlendirildiğinde örgün turizm eğitimi yalnızca orta öğretim düzeyinde Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda değil, bunun yanında YÖK'e bağlı kurumlarda ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde de gerçekleştiği görülmektedir (Yayla, vd., 2017).

Turizm sektörünün ortaya koyması gereken olumlu ekonomik, kültürel ve sosyal çıktılar temelinde turist memnuniyetiyle yakından ilgilidir (İlgaz, 2011; Dağdeviren, 2007). Turist memnuniyetinin tesis edilmesinde, sektörün turistlere sağladığı fiziki imkânlar çok kaliteli ve modern olmaları tek başlarına yeterli olmamaktadır. Zira, sektörde hizmetlerin gerçekleştirilmesini sağlayan personelin de iyi eğitilmiş ve gerekli niteliklere sahip olmasının turist memnuniyetine direkt olarak etki ettiği ifade edilmektedir. Ayrıca, sektörde istihdam edilen personelin gerekli düzeyde eğitiminin olmaması sadece turist memnuniyetsizliğine sebep olmamakta, aynı zamanda o personelin kendilerini mesleki açıdan yetersiz hissetmelerine ve mutsuz olmalarına da sebep olmaktadır (Sheldon vd., 2008; Kılıç, 2014). Bu noktalardan anlaşıldığı üzere turizm sektörü özünde diğer sektörlerden farklı nitelikler sergilemektedir. Bundan dolayı; turizm sektörü kapsamında ele alınan faaliyetlerin içerik ve yapıları diğer sektörlerden farklı bir gelişim göstermektedir. Turizm sektörünün bir hizmet sektörü olmasından dolayı sektörün lokomotifini olan insan kaynağına, onun eğitime ve yetiştirilmesine yapılan yatırımların belli bir plan ve program dâhilinde yapılması da çok büyük önem arz etmektedir.

Turizm eğitimi mahiyetinden dolayı çok yönlü ve sürekli bir gelişim halindedir. Diğer eğitim türlerinden farklı olarak uygulamalı eğitimleri de bünyesinde barındırması ve farklı inovasyon gelişimlerinin de sürekli takip etme zorunluluğu diğer eğitim türlerinden ayıran özelliklerinden bazılarıdır. Bu kapsamda tüm dünyada gelişen teknolojik uygulamalardan turizm de oldukça etkilenmektedir. Turizm alanında gelişmiş ülkeler incelendiğinde inovasyon uygulamalarının çeşitliliği göze çarpmaktadır. Öyle ki Japonya'da robot teknolojilerinden faydalanılarak ön büro ve mutfak departmanlarında robotların istihdamı söz konusudur. 2015 yılında Nagasaki'de içinde robot çalışanların bulunduğu Hen-na Hotel adında bir otel faaliyete girmiştir (www.travelshift.com/robots-travel-industry-future/, www.log.com.tr). Bu durum gösteriyor ki, pek yakın bir gelecekte tamamen teknolojiyle entegre olmuş bir turizm sektörünün karşımıza çıkacağı aşikardır. Turizmin her geçen gün etkinliğini artırdığı Türkiye gibi sürekli gelişen ülkelerde inovasyon eğitimi önem arz etmektedir.

Inovasyonun eğitimde uygulanmasının amacı, genelde Türkiye'de inovatif uygulamaların ortaya konulabilmesi için üniversiteler, sivil toplum örgütleri ve özel sektör arasındaki işbirliğini güçlendirmek, yapılan faaliyetlere yön vermek, gerek kamu kurum ve kuruluşlarında gerekse kamu dışı sektörlerde diyalogu geliştirerek inovasyon uygulamalarının yaygınlaştırılmasına, yeni inovasyon politikalarının geliştirilmesine ve kamuoyunun inovasyon ve inovasyon algısı konusunda bilinçlenmesine katkı sağlamaktır. Bu uygulamaların özeldeki amacı ise, daha kaliteli bir eğitim sistemi yaratmak, günceli yakalayabilen ve yaratıcı düşünebilen, üreten ve ürettiğini uygulayabilen elemanlar yetiştirmek, eğitim sürecini daha etkili ve hedef odaklı hale getirme şeklinde ifade edilebilir. Öğretmenin rolü bilgi veren, aktaran değil, daha çok öğrencilerine yardımcı olan ve rehberlik eden yönünde değişmektedir (<http://www.eab.org.tr/eab/2009/pdf/183.pdf>).

Bu doğrultuda, araştırma kapsamında Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi gören öğrencilerin inovasyon algılarının belirlenerek farklı demografik değişkenlere göre farklılıkları tespit edilerek söz konusu inovasyon algılarının bölüm memnuniyetlerine etkisi araştırılmış, sonuç olarak da alan yazında turizm eğitime yönelik çalışan akademisyenlere, politika yapıcılara ve eğitim planlayıcılarına somut öneriler getirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turizm Eğitimi

Eğitim olgusu insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahiptir. İnsanoğlunun eğitimi dünyaya gözlerini açmasıyla başlar ve insan eğitim süreci içerisinde hem öğrenmeye hem de öğrendiklerini

çevresindekilere öğretmeye başlar (Karacil, 2018). Eğitim, bireyin davranışlarında bir takım değişiklikler meydana getirme süreci olarak tanımlanmaktadır. Meydana gelen bu değişimler önceden belirlenmiş unsurlar paralelinde, bireyin kendi yaşantısı yoluyla ve istendik olmalıdır (Aydın, 2010; Tolay, 2011; Ulama vd., 2015). Ayrıca eğitim, bireyleri devamlı olarak geliştirmek amacıyla ortaya konulan çabaların bütünü biçiminde de ifade edilmektedir (İbicioğlu vd., 2002; Öncüer, 2006; Evren, 2010).

Eğitim sadece bireysel bir süreç değildir. Eğitim sayesinde insanlar bireysel gelişimlerini tamamlarken, sosyal açılardan da kazanımlar elde ederek buldukları toplumun iyi birer ferdi haline gelebilmektedirler (Olçay, 2008). Dolayısıyla eğitim bireysel olduğu kadar, aynı oranda sosyal bir süreçtir. Toplumlar uygulamaya koydukları eğitim modelleri aracılığıyla gelecekteki yaşamlarına yön vermektedirler (Russell, 2005). Nasıl bir birey eğitim sonucunda bir takım davranışsal ve psikolojik değişimler yaşıyorsa, toplumlarda kendilerini oluşturan dinamiklerde değişimler yaşarlar (Güngör, 2011; Bilici, 2015). Eğitim, önceden saptanmış amaçlar doğrultusunda insan davranışlarında belli gelişmeler sağlamaya yarayan planlı etkiler dizisini ifade etmektedir (Karşlı, 2003). Ülkelerin kaderinde rol oynayan en önemli faktörler arasında yer alan eğitim doğrudan insan üzerine yapılan bir yatırımdır (İnce, 1998). Tarihin her döneminde olduğu gibi, çağımızda da eğitim her şeyin başında gelmektedir. Ülkelerin gelişip ilerleyebilmelerinde en etkili paydaştır. Eğitimde yaşanan bir aksaklık bir ülkenin tüm temel taşlarında aksaklılara neden olabilmektedir. Fakat o ülkede etkin ve kaliteli bir eğitim programı uygulanıyorsa karşılaşılan sorunların çözümü de o denli kolay olabilmektedir (Johan ve Harlan, 2014).

Turizmin bir hizmet sektörü olması ve hizmeti satın alan ile hizmeti sunan kişilerin sürekli yüz yüze iletişim içinde olması, sektörde istihdam edilecek olan insan unsurunun eğitimini ön plana çıkarmaktadır. Ekonominin hiçbir sektörü, turizm sektöründe olduğu kadar insanlarla doğrudan ilişkili değildir ve turizm sektörünün var olmasının ayakta kalmasının temel taşı eğitimidir. Sektörel özellikler nedeni ile ekonomik verimliliğin sağlanabilmesi için yapılacak iş ve hizmetlerin teknik turizm bilgisi, görgüsü ve deneyimi taşıyanlar tarafından üstlenilmesi gerekmektedir (Timur, 1992). Turizm eğitiminin en öncelikli hedefi, turizm sektörü bünyesinde faaliyet göstermekte olan işletmelerde çalışmak üzere nitelikli ve algı düzeyi yüksek bireyler yetiştirmektir (Çimen, 2006). Turizm eğitimi, toplumdaki tüm bireylere turizm bilincinin ve turizm sektörünün temel prensiplerinin öğretilmesinin yanında, turizm sektöründe çalışan veya çalışacak personelleri sektörün beklentileri doğrultusunda genel, mesleki ve teknik bilgilerin verilmesini kapsar. Bunun yanında turizm sektörüne araştırmacı, nitelikli uzman, uygulayıcı ve teknisyen yetiştirilmesi amacıyla yapılan her türlü eğitim faaliyetlerini de içerir (Çimen, 2006; Olçay, 2008).

Türkiye’de turizm eğitimi ön lisans ve lisans boyutunda her geçen gün gelişim göstermektedir. TUADER tarafından hazırlanan rapora göre 2019 yılı itibarıyla 80 devlet ve 30 tane de vakıf olmak üzere toplam 110 üniversite ön lisans düzeyinde turizm eğitimi verilmektedir. Ön lisans eğitimi veren bu üniversiteler türlerine göre incelendiğinde bunlar:

- Turizm MYO
- Turizm Otelcilik MYO
- Turizm ve Otel İşletmeciliği MYO
- Mutfak Sanatları MYO
- Sosyal Bilimler MYO
- Tasarım MYO
- Sağlık Hizmetleri MYO
- Açıköğretim Fakültesi
- Meslek Yüksek Okulu
- İşletmecilik MYO

- Gıda Tarım ve Hayvancılık MYO
- Denizcilik MYO'dur.

Toplamda 184 birim olarak bu kurumlarda örgün öğretim, ikinci örgün öğretim, açık öğretim ve uzaktan eğitim programları olarak 379 program yürütülmektedir.

Yine TUADER istatistiklerine göre bu kurumlarda Turizm Eğitimi kapsamında ön lisans eğitimi veren Turizm Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm İşletmeciliği ve Rekreasyon Yönetimi olmak üzere dört temel çatı bulunmaktadır ve 2019 yılı itibariyle toplam 306 adet programda eğitim verilmektedir. Bu dört temel çatı daha derinlemesine ele alındığında bu çatının alt birimleri olarak eğitim verilen bölümler:

- Aşçılık
- İkram Hizmetleri
- Turizm ve Otel İşletmeciliği
- Turizm ve Seyahat Hizmetleri
- Turist Rehberliği
- Turizm Animasyonu
- Kültürel Miras ve Turizm
- Sağlık Turizmi İşletmeciliği'dir.

Bu bölümlere 2019 yılı itibariyle yerleşen öğrenci sayısı 16218 öğrenci olup boş kalan kontenjan sayısı ise 670 öğrencidir. Turizm eğitiminin lisans düzeyinde yapıldığı üniversite sayısı 90'dır. Bu üniversitelerin 60 tanesi devlet, 30 tanesi de vakıf üniversitesidir. Yine lisans düzeyinde eğitim veren üniversite türlerine bakıldığında toplamda 19 farklı birimde turizm eğitimi verildiği görülmektedir. Bu birimler:

- Turizm Fakültesi
- İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
- İktisat Fakültesi
- Sanat ve Tasarım Fakültesi
- Uygulamalı Bilimler Fakültesi
- İşletme Fakültesi
- İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi
- Ticari Bilimler Fakültesi
- Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
- Spor Bilimleri Fakültesi
- Güzel Sanatlar Fakültesi
- Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi
- Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
- Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
- Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
- Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
- Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu
- Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu'dur.

Bu birimlerin toplam sayısı da 109 olarak belirtilmektedir ve bu kurumlarda örgün öğretim, ikinci örgün öğretim, açık öğretim ve uzaktan eğitim programları olarak 209 program yürütülmektedir.

TUADER istatistiklerine göre bu kurumlarda Turizm Eğitimi kapsamında lisans eğitimi veren Turizm Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm İşletmeciliği ve Rekreasyon

Yönetimi olmak üzere dört temel çatı bulunmaktadır ve 2019 yılı itibariyle toplam 191 adet alt programda eğitim verilmektedir. Bu dört temel çatı daha derinlemesine ele alındığında bu çatının alt birimleri olarak eğitim verilen bölümler:

- Gastronomi
- Gastronomi ve Mutfak Sanatları
- Mutfak Sanatları ve Yönetimi
- Turizm İşletmeciliği
- Turizm ve Otel İşletmeciliği
- Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
- Turizm ve Otelcilik
- Konaklama İşletmeciliği
- Otel Yöneticiliği
- Seyahat İşletmeciliği
- Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği
- Turizm Rehberliği
- Yiyecek-İçecek İşletmeciliği
- Rekreasyon
- Rekreasyon Yönetimi'dir

Bu bölümlere 2019 yılı itibariyle yerleşen öğrenci sayısı da 9253 öğrenci olup boş kalan kontenjan sayısı 604 öğrencidir (<http://www.tuader.org/turizm-istatistikleri-2/>).

2.2. İnovasyon Kavramı ve Bireysel İnovasyon

İnovasyon karmaşık bir olgudur ve birçok otorite tarafından da bu şekilde tarif edilmektedir. Geniş bir çerçeveden olaya bakılırsa, inovasyon bir birey tarafından yeni olarak algılanıp kabul edilen bir fikir, uygulama ya da nesne olarak tanımlanmaktadır (Rogers, 2003). Bir toplumda yaşayan insanların üretken olabilmeleri, bireysel ve toplumsal değerleri geliştirebilmeleri için sürekli bir gelişim ve ilerleme içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu değişim ve ilerlemenin gerçekleşebilmesi için ise, yenilik algısına ihtiyaç duyulmaktadır. Genel anlamda yenilik ya da inovasyon, kişiler ya da örgütler tarafından geliştirilen ürünlerin, hizmetlerin ve süreçlerin geliştirilmesi ve tekrardan sunulması olarak ifade edilmektedir (Keinanena vd., 2018).

Yeni bir şey yapmak anlamına gelen inovasyon kelimesi Latince kökenli bir kelime olup aslen "innovare" kökünden türetilmiştir. Daha önceki çalışmalarda inovasyon kavramını karşılayabilmek adına yenilenme kelimesi tercih edilmekteyken (Yamaç, 2001) anlamı daha iyi karşıladığı düşünüldüğü için artık yenileşim kelimesi kullanılmaktadır (www.tdk.org). Ancak, konu dahilinde yapılan ulusal yayınlarda bu konuda bir anlam kargaşası olmakla beraber inovasyon kelimesinin yerine yenilikçilik kelimesi de tercih edilebilmektedir (Kavrakoğlu, 2006). İnovasyon kavramına ışık tutan ve bu düşüncenin öncüsü olarak kabul edilen Joseph Schumpeter inovasyonu, tüketicilerin karşısına daha önce çıkmamış yeni bir ürünün veya bir ürünün revize edilerek yeni bir halinin piyasaya sürülmesi şeklinde tanımlamıştır (Göker, 2009). İnovasyon, yeni ürünleri yeni üretim yöntemleriyle üreterek, daha önce sunulmayan piyasalara ve arz kaynakları için farklı endüstriyel örgütlenme şekilleri oluşturarak gelişimin ve ilerlemenin itici gücünü meydana getirmektedir (Çelik, 2011). İnovasyon kavramı olarak, hem bir süreci yenilemeyi/yenilenmeyi hem de bir sonucu (yeniliği) anlatmaktadır (Bilim ve Adabalı, 2015).

İnovasyon, yaratıcılık kavramı ve teknolojik gelişme ile yakın anlamı olarak düşünülmesine rağmen aksine bu kavramlardan farklıdır. Yaratıcılık yeni fikirlerin oluşturulmasını ifade ederken, inovasyon bu oluşturulan fikirleri ürün veya hizmete dönüştürme süreci olarak kabul edilmektedir. İnovasyona can veren ve inovasyonun çıkış noktalarından biridir (Durna, 2002). 2005

yılında yayımlanan Oslo Kılavuzu'na göre inovasyon (yenilik), "İşletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi" şeklinde tanımlanmıştır (Oslo Kılavuzu, 2005). Tüm sektörlerde olduğu gibi eğitim sektörünün de ilerleyebilmesi için inovasyon hayati bir öneme sahiptir. Hem öğrencilerin hem öğretmenlerin hem de eğitim kurumlarının gelişiminde önemlidir (Sharif, 2019).

İnovasyon, OECD ile Avrupa Komisyonu'nun birlikte yayınladığı Oslo Kılavuzu'nda temel olarak 4 ana başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar:

- **Ürün İnovasyonu;** yeni veya özellikleri ya da kullanım amaçları açısından önemli ölçüde geliştirilmiş/iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin pazara sunulmasıdır. Bu, teknik özelliklerde, parçalarda ve malzemelerde, yerleşik yazılımda, kullanım kolaylığında veya diğer işlevsel özelliklerde önemli iyileştirmeleri/geliştirmeleri içerir.
- **Süreç İnovasyonu;** yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş/iyileştirilmiş üretim ya da dağıtım yönteminin uygulanmasıdır. Bu, tekniklerde, ekipmanda ve/veya yazılımda önemli değişiklikleri içerir.
- **Pazarlama İnovasyonu;** ürün tasarımında veya paketinde, ürün yerleştirmede, ürün promosyonunda ya da fiyatlandırmasında önemli değişiklikler içeren yeni bir pazarlama yönteminin uygulanmasıdır.
- **Organizasyonel İnovasyon;** firmanın iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır.

İnsanlar sahip oldukları özellikler, kendilerine has nitelikleri bakımından yenilikçilik noktasında birbirlerinden tamamen ayrılmaktadırlar. Bu ayrışmanın temel sebebi bireylerin inovasyon algılarındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Ortaya çıkan ayrışmalar içerisinde birey karşısına çıkan bir yeniliği daha erken / geç kabul edebilmekte, değişime daha çok/az istekli olmakta, kendisini daha çok/az risk alan bir yapıda gösterebilmektedir. İşte bireyler sahip oldukları özellikler bakımından 5 farklı kategoride ele alınmaktadır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, Korucu ve Olpak, 2015, Işık ve Keskin,2013). Ele alınan bu sınıflandırmaya göre bireyler; yenilikçi (Innovators), yeni fikirleri tecrübe etmeye ve risk almaya istekli, vizyon sahibi, öncülük eden (Early Adopters), çevresindeki diğer bireylere teknoloji temelli gelişmeler ve yenilikler konusunda bilgi tedarik eden, sorgulayan (Early Majority), yeniliklere karşı temkinli davranan ve risk alma hususunda çok fazla isteklilik göstermeyen, kuşkucu (Late Majority), yeniliklere şüpheli ve çekingen bir tavır gösteren ve daha çok gelenekçi (Laggards) değişime önyargı ile yaklaşan, yenilikleri en son benimseme eğilimi gösteren olarak sınıflara ayrılmıştır.

2.3. Bölüm Memnuniyeti

Üniversiteler öğrencilerin geleceklerini şekillendirdikleri kurumlar olarak kabul edilmektedir. Bu kurumların sahip oldukları vizyonları, misyonları, yönetilme biçimleri, araştırma-geliştirme, iletişim, bilişim ve ulaşım imkânları, veri toplama, işleme ve bilgi üretme olanak ve kapasiteleri gibi özellikleri öğrencilerin memnuniyetleri üzerinde etkili olabilmektedir. Birbirinden farklılık gösteren bu imkânlar, öğrencilerin gelecekle ilgili karar almalarında oldukça etkilidir. Ancak alınan bu kararlar, öğrencilerin gelecekteki memnuniyetinin de göstergesi olarak kabul edildiğinden, hem üniversitelerin hem de seçmiş oldukları bölümlerden memnun ayrılmaları üniversite imajı için önemlidir (Naralan ve Kaleli, 2012). İlgili literatür incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin tercih ettikleri bölümdeki memnuniyet düzeylerinin yaşamlarından duydukları memnuniyet düzeyleri ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Bulut Serin vd., 2010; Özaydın, 2011; Gençay ve Akkoyunlu, 2012; Gündoğdu ve Yavuzer, 2012; Receptoğlu, 2013). Üniversitelerin ve eğitim verilen bölümün öğrencilere kişisel gelişim ve kariyer desteği sağlaması, uygun öğrenme ortamları hazırlanması ve üniversitelerin sahip olduğu kaynakların zenginliği

üniversitelerin tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır (Karadağ ve Yücel, 2019: 16). Bu bağlamda üniversitelerin sahip olduğu inovatif eğitim yapısının öğrencilerin memnuniyeti düzeyine ve öğrencilerin bireysel inovasyon becerilerini öğrenmesine imkan sağlayacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

Araştırmada amaca yönelik olarak 1977 yılında H. Thomas Hurt, Katherine Joseph ve Chester. D. Cook tarafından geliştirilen Bireysel Yenilikçilik Ölçeği ve öğrencilerin bölüm memnuniyetlerini belirlemek amacıyla da R. Oliver tarafından 1980 yılında geliştirilen memnuniyet ölçeği kullanılmıştır ve 5'li likert yöntemi ve kolayda örnekleme metodu ile 2019 yılının son Ekim ve Kasım aylarında Manavgat Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören üniversite öğrencilerinden elde edilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlar SPSS programına aktarılarak bölüm inovasyon algılarının cinsiyete, yaşlarına, bölümlerine ve sınıflarına yönelik farklılıkların belirlenmesi amacı ile t ve ANOVA testleri, algıları ve memnuniyetleri arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi amacıyla ise basit doğrusal regresyon testi kullanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma evrenini üniversitelerde dört yıllık lisans programı okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Tüm evrene ulaşmanın zamansal ve mekânsal açıdan engellerinin bulunması nedeni ile evren üzerinden örneklem belirlenerek araştırma tamamlanmıştır. Bu kapsamda Manavgat'ta lisans öğrenimi gören öğrencilerden anket yardımı ile veriler elde edilmiştir. Araştırma amacına bağlı olarak aşağıdaki hipotezler test edilmiştir:

- **H₁:** Bireysel inovasyon algısı cinsiyete göre farklılık gösterir.
- **H₂:** Bireysel inovasyon algısı yaşa göre farklılık gösterir.
- **H₃:** Bireysel inovasyon algısı bölüme göre farklılık gösterir.
- **H₄:** Bireysel inovasyon algısı sınıfa göre farklılık gösterir.
- **H₅:** Bireysel inovasyon algısının bölüm memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

4. BULGULAR ve YORUM

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

	Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Erkek	241	60,9
	Kadın	155	39,1
Yaş	17-19	226	57,1
	20-22	145	36,6
	23 ve üzeri	25	6,3
Bölüm	G.M.S.	135	34,1
	Turizm İşlet.	48	12,1
	Turizm Reh.	119	30,1
	Rekreasyon Yönetimi	94	23,7
Sınıf	1. sınıf	250	63,1
	2. sınıf	93	23,5
	3. sınıf	21	5,3
	4. sınıf	32	8,1

Yapılan ankete 241 erkek 155 kadın olmak üzere toplam 396 kişi katılmıştır. Ankete katılanların %57'si 17-19 yaş aralığında yer alırken, yaklaşık olarak %37'si 20-22 yaş aralığında bulunmaktadır. Katılımcıların %34,1'lik bir oranda Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve %30,1'lik oranda da Turizm Rehberliği öğrencileridir. En az katılım %12,1'lik bir oranla Turizm İşletmeciliği

öğrencilerinden olmuştur. Bunun nedeni de fakültede eğitim gören öğrencilerin çoğunluğunun öncelikle Gastronomi ve Turizm Rehberliği bölümü öğrencileri olmasıdır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunu 1. sınıf öğrencileri oluşturmuştur. En az katılım ise 3. Sınıf düzeyinde sağlanmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyetleri ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	t	Srb. Der.	P
Erkek	241	3,04	0,48	-1,066	393	0,007*
Kadın	155	3,19	0,44			

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere iki bağımsız t testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Bu sonuca göre 0,007 önem düzeyi ile H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin cinsiyetleri ile inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,05$). Ayrıca kadın öğrencilerin (ifade ort:3,19) erkek öğrencilere (ifade ort:3,04) göre inovasyon algılarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Öğrencilerin Yaşları ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
17-19	226	3,17	0,47	,950	2	0,388
20-22	145	3,15	0,43			
23 ve üzeri	25	3,29	0,46			

Ankete katılan öğrencilerin yaşlarına göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 3’te verilmiştir. Bu sonuca göre 0,388 önem düzeyi ile H_2 hipotezi reddedilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin yaşları ve inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0,05$).

Tablo 4. Öğrencilerin Bölümleri ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	134	3,13	0,47	1,201	3	0,009*
Turizm İşletmeciliği	48	3,17	0,47			
Turist Rehberliği	119	3,16	0,42			
Rekreasyon Yönetimi	94	3,24	0,43			

Ankete katılan öğrencilerin bölümlerine göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 4’te verilmiştir. Bu sonuca göre 0,009 önem düzeyi ile H_3 hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin bölümleri ile inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,05$). Ayrıca çalışma sonuçları incelendiğinde Rekreasyon Yönetimi Bölümü

öğrencilerinin inovasyon algı düzeylerinin diğer bölüm öğrencilerine göre yüksek olduğu görülmektedir (ifade ort:3,24).

Tablo 5. Öğrencilerin Sınıfları ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
1.sınıf	250	3,15	0,45	1,196	3	0,000*
2.sınıf	93	3,16	0,46			
3.sınıf	21	3,35	0,42			
4.sınıf	32	3,37	0,50			

Ankete katılan öğrencilerin sınıflarına göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. Bu sonuca göre 0,000 önem düzeyi ile H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin sınıfları ile inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p < 0,05$). Ayrıca çalışma sonuçları incelendiğinde öğrencilerin sınıfları arttıkça inovasyon algı düzeylerinin de yükseldiği tespit edilmiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyeti Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Beta	t
Memnuniyet	.244	3,936
R ²	F	Significance Level of F Value
.057	24,849	.000*

Ankete katılan öğrencilerin inovasyon algılarının bölüm memnuniyetine etkilerinin belirlenmesi amacıyla basit doğrusal regresyon analizi uygulanmış ve sonuçları Tablo 6'da verilmiştir. Bu sonuca göre R^2 0,057 değeri ve p değerinin 0,05'ten küçük olması sebebiyle öğrencilerin inovasyon algıları bölüm memnuniyetlerini pozitif yönde etkilemektedir. Araştırma sonuçları göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin inovasyon algılarında meydana gelen bir birimlik artış bölüm memnuniyetlerini 0.057 oranında arttırdığı söylenebilir. Bu sonuca göre 0,000 önem düzeyi ile H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm, inovasyonun yoğun yaşandığı bir sektördür (Hjalager, 2010). Bu yoğunluk bir yandan üretim imkânlarının genişlemesi anlamına gelirken diğer yandan inovatif çözümler ve istihdam artışı ile birlikte yeni fikirlerin ortaya çıkması ve kaynakların daha etkin kullanılması demektir (Işık, 2018). Turizm sektöründe inovasyon konusu üzerine yapılan çalışmalar dikkate alındığında akademisyenlerin etkinlik üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu doğrultuda ulusal düzeyde turizm inovasyon ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar turizm sektörü tarafından konunun tam olarak ne olduğunun anlaşılmasına yardımcı olduğu gibi inovatif süreçlerin daha etkili bir şekilde yönetilmesine de ışık tutmaktadır.

Yaratıcılık ve özgüvene dayanmayan, yetersiz ve baskıcı, öğrendiğini uygulamaya dönüştüremeyen bir eğitim sisteminin inovasyonu sağlamasını beklemek imkânsızdır. Eğitim sisteminde kökten değişiklik yapılmadan, ulusal inovasyonun gerektirdiği beyin takımını yetiştirmek bir düş olacaktır. İnovasyon hiçbir zaman, eğitim temeli olmayan bir yapıda kurulamaz. Emek-yoğun bir özellik taşıyan turizm sektöründe iç müşteri olarak tanımlanan çalışanların kaliteli bir hizmet sağlayabilmeleri için hem sektörün gerektirdiği bilgi ve beceriler açısından donanımlı olmaları hem de insan ilişkileri bakımından gerekli özellikleri taşıyor olmaları önem arz etmektedir. Bu durum turizm eğitimi veren kurumların sektörün ihtiyacını karşılayacak

donanımlı personel yetiştirmesini gerekli kılmakla birlikte öğrencilerin beklentilerine ve gereksinimlerine yönelik nitelikli bir turizm eğitimi sürecini de önemli hale getirmektedir.

Araştırma sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyetlerine, bölümlerine ve sınıflarına göre inovasyon algılarının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre inovasyon algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca bağlı olarak, erkek öğrencilerin bireysel inovasyon algılarını geliştirmek adına onlara yönelik inovasyon eğitimleri düzenlenebilir. Erkek öğrencilerin ilgisini çekebilecek etkinliklerle inovasyon seminerleri verilebilir. İlgili alan yazın incelendiğinde, Ertuğ ve Kaya (2017) üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik profillerin ve yenilikçiliğin önündeki engellerin incelenmesine yönelik yaptıkları çalışmada ise kız öğrencilerin bireysel yenilikçilik puanları erkek öğrencilerinkinden yüksek bulunmuştur. Yine Gür-Erdoğan ve Zafer- Güneş'in (2013) çalışması da bu yönde bulgulara ulaşmıştır. Çalışmamızda, kız öğrencilerin puanının yüksek olmasının bireysel özelliklerden kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Literatür incelendiğinde cinsiyet ile ilgili çok farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Işık ve Türkmendağ (2016); Işık ve Hajiyeva (2018); Şen (2017) yaptıkları çalışmalarda bireysel inovasyon algıları ve cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Yani kadın ve erkeklerin bireysel inovasyon algılarının benzer düzeyde olduğu ifade edilmiştir. Yine Karadal ve Saygın (2016) bireylerin demografik özellikleri ve bireysel inovasyon bileşenleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını belirtmiştir. Kushnirovich ve Heilbrunn (2013) İsrail'de yaptıkları bir çalışma kapsamında 60 ayrı teknoloji şirketi çalışanlarını analiz ettikten sonra cinsiyet ayrımının bireysel inovasyon ya da inovasyonla aralarında anlamlı bir farklılığın olmadığını ifade etmişlerdir. Bu bulgu daha sonra Schott ve Cherahi (2015); Schneid vd. (2015) tarafından yapılan çalışmalarla da desteklenmiştir. Ayrıca elde edilen bulgular inovasyon algısının cinsiyetten ziyade kültürel öğelerden kaynaklandığını da ortaya çıkarmıştır.

Ulaşılan bu sonuç yapılan çalışmanın diğer çalışmalardan farklılığını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, çalışma bulgusuna paralel olarak, Işık ve Türkmendağ (2016) cinsiyet ve değişime direnç arasında anlamlı bir farklılığın gözlemlendiğini ifade etmişlerdir. Bu sonuç da çalışmanın cinsiyete göre bireysel inovasyon algısının değişiklik gösterebileceği sonucunu desteklemektedir.

Alanyazında bu sonuçlara ilaveten; Poggesi vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada, 2012 yılında tüm dünya genelinde 400 milyon girişimciden 187 milyondan fazlasının kadın olduğunu, bunun da kadın girişimcilerin inovasyon algılarının ve girişimciliklerinin her geçen gün artmasının sonucu olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum kadın ve erkekler arasında bireysel inovasyon algısının farklılaşmasını desteklemekte, cinsiyet farklılığı ve inovasyon bileşenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Örneğin Chen vd. (2018); Galia vd. (2014); Dezso ve Ross (2012); Torchia vd. (2018) tarafından yapılan çalışmalarda; kadınların son yıllarda şirket yönetim kurullarında ve diğer yönetim kademelerinde daha fazla ve etkin rol almaya başlamalarının bireysel inovasyon algısının cinsiyet farklılığıyla direkt olarak ilişkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatür derinlemesine incelendiğinde araştırma bulgularıyla hiç örtüşmeyen, hatta taban tabana zıt bulgulara da rastlanmıştır. Araştırmanın temellendirildiği kültür ve ülkeye göre kadınların bireysel inovasyon algılarının tamamen düşük ve olumsuz bir düzeyde olduğu da gözlemlenmiştir. Örneğin; Mueller (2004) 17 farklı ülkeyi kapsayan çalışmasında erkeklerin çok daha yüksek bir oranda inovasyon algılarının olduğunu ve buna bağlı olarak da girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olduğunu ifade etmiştir. Reuvers vd. (2008) de yaptıkları çalışmada Mueller'in bulgularıyla benzerlik gösteren sonuçlar elde etmişlerdir.

Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer önemli bulgu da öğrencilerin sınıfları arttıkça inovasyon algılarının da olumlu yönde artmasıdır. Başka bir ifadeyle sınıf seviyesi ve inovasyon

algıları doğru orantılıdır. Üniversiteye yeni gelen öğrencilerin inovasyon algıları istendik düzeylerde çıkmamıştır. Bu durum, üniversiteden önceki eğitimlerde inovasyon algısının yeterince verilmemesi ile açıklanabilir. Zira üniversite döneminde inovasyona yönelik derslerde bir çok pratik ve teorik eğitimler verilerek öğrencilerin inovasyon algıları güçlendirilmektedir. Benzer uygulamaların ilköğretim ve ortaöğretim dönemlerinde de uygulanması, üniversiteye yeni başlayan öğrencilerin inovasyon algılarının yükselmesini sağlayacaktır. İrmış ve Özdemir (2011) Türkiye'nin değişik illerinde yapmış oldukları çalışmada, eğitim hayatlarının ilk yıllarında girişimcilik ve yenilikçilik konusunda ders alan öğrencilerin bu meseleye daha pozitif yaklaştıklarını belirtmiştir. Işık ve Türkmendağ (2016) da çalışmalarında aynı sonucu bulmuşlar ve müfredatta bu amaçla yapılacak bir değişikliğin olumlu sonuçlar doğuracağını ifade etmişlerdir. Ayrıca; Bodur (2018) öğrencilerin bireysel inovasyon algıları arttıkça girişimcilik düzeylerinin de artacağını bu yüzden müfredatlara yenilikçilik ve girişimcilik seçmeli derslerinin eklenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Şen (2017) yapmış olduğu benzer bir çalışmada, bireylerin belli bir düzeyde inovasyon algısına sahip olmasının onların eğitim düzeyleriyle yakından ilişkili olduğunu belirtmiştir. Bu anlamda bu sonuç da bu yönde yapılması gereken çalışmaların önemini destekler niteliktedir.

Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2019 yılı için okul öncesinden başlayarak ortaöğretim kurumları için açıklamış olduğu eğitim müfredatları ve ders planları incelendiğinde, doğrudan inovasyon adı altında bir dersin olmadığı tespit edilmiştir. Programlarda yapılan derinlemesine inceleme neticesinde sadece bazı derslerin kazanımları ve hedefleri belirlenirken inovasyon, yenileşim veya yenilik kelimelerinin bazı derslerde geçtiği belirlenmiştir. Alt birimlerinde bu kelimelerin geçtiği dersler:

- Sosyal Güçlüklere Yenilikçi Yaklaşımlar
- Girişimcilik
- Teknoloji ve Tasarım
- Proje Hazırlama olarak belirlenmiştir (mufredat.meb.gov.tr).

Bu durum Milli Eğitim müfredatlarında inovasyon olgusunun ele alınmasının çok alt seviyelerde olduğunun bir göstergesidir.

Araştırmada Rekreasyon Yönetimi Bölümü öğrencilerinin inovasyon algılarının diğer bölümlere kıyasla daha yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Bu durum Rekreasyon Bölümü'nün yeniliğe açık sürekli kendini geliştiren öğrencilere ihtiyaç duyması, bu bölümü seçen öğrencilerin daha girişken, yeniliğe, farklı düşüncelere açık ve yeni durumlara kolay adapte olabilmeleri ile açıklanabilir. Nitekim Kaplan, vd. (2017) Rekreasyonel olarak aktif üniversite öğrencilerinin kişilik tiplerinin incelenmesine yönelik yaptıkları çalışmada bu sonucu desteklemektedir. Öte yandan Turizm Fakültelerindeki tüm bölümler inovasyona çok fazla ihtiyaç duymaktadır. Tüm akademisyenlerin ortaklaşa kuracağı bir inovasyon birimi öğrencilerin toplu halde inovasyon algılarının yükselmesini sağlayabilir.

Bireylerin başarıya ulaşabilmesi için ortaya koyacakları üretken fikirlerin etkin bir biçimde uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir. Üretken, yenilikçi fikirlerin de ortaya konulabilmesi o bireylerin inovasyon algılarının geliştirilmesi sayesinde olacaktır. Bunun yanı sıra, bireysel yenilikçilik çerçevesinde turizm eğitimi alan öğrencilerin edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürme konusunda öğrencilere aktif olarak sektörde deneyim kazanma olanağı verilmeli ve sektörde meydana gelen yenilikçi değişimleri yakından izlerlerken, öğrenciler sektöre inovatif fikirleri ile katkı sağlamadıkları. Zira bugün turizm eğitimi alan öğrenciler gelecekte bu sektörün çalışanları olacaktır. Tüm bu öğrencilerin bireysel inovasyon algıları, sektörel bazda pratiğe dönüştürülünce yüksek performans elde etme imkânı sağlayacaktır. Bu bağlamda, okul

müfredatları sektörün gerekleri doğrultusunda nitelikli ve yenilikçi personelin yetiştirebilmesi adına revize edilmelidir.

Turizm sektörü yenilikçi bireyler talep etmektedir. Bu bağlamda, turizm fakültelerinde eğitim gören öğrencilerin bireysel inovasyon algılarının belirlenmesi hem turizm sektörünün geleceğine yapılacak bir yatırımdır hem de sosyal bir değer oluşturmak için önem arz etmektedir. Inovasyona yönelik yapılacak olan gelecek çalışmaların öğrencilerin inovasyona yönelik farkındalıklarını artıracığı da düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, inovasyon algılarının, yükselmesinin bölüm memnuniyetlerini de artırdığı görülmüştür. Inovasyona yönelik derslerin müfredatlarda yer alması öğrencilerin bölümlere yönelik aidiyetlerini güçlendirecektir. Bu çalışma Turizm Fakültesi öğrencilerinin inovasyon algılarını belirlemek ve bölüm memnuniyetlerine etkisini incelemek amacıyla Manavgat Turizm Fakültesi örneğinde yürütülmüştür. Gelecek çalışmalarda farklı turizm fakültelerinden ve diğer bölümlerden elde edilecek örneklemelerin sonuçlarının incelenmesi ve bu çalışmayla kıyaslanmasının literatürün ulaştığı somut bilgi birikimini artıracığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aydın, S. (2010). *Üniversite ve Sektör Temsilcilerinin Bakış Açısıyla Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitiminin Araştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya
- Bilici, H. (2015). *Turizm Eğitimi Almış Sektör Çalışanlarının Kariyer Beklentileri (Fethiye Örneği)*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Bilim, Y. Adabalı, M. M. (12-15 Kasım 2015), "Otel İşletmelerinde Yenilikçi (inovatif) Oda Ürünlerine İlişkin Tüketici Algıları: Yenilik İhtiyacı ve Yenilik Algısı Değerlendirmesi", 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, ÇOMÜ, Çanakkale, ss: 719-736.
- Bodur, G., (2018) Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik (İnovasyon) Düzeyleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki, 15. *Ulusal Hemşirelik Öğrencileri Kongresi*, 28-29 Nisan 2016, Eskişehir
- Bulut Serin, N., Serin, O., Özbaş, L. F. (2010). Predicting University Students' Life Satisfaction by Their Anxiety and Depression Level, *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 9: 579-582.
- Chen, J.; Leung, W.S.; Evans, K., (2018). Female Board Representation, Corporate Innovation and Firm Performance. *J. Empir. Financ.*, 48, 236-254.
- Çelik, M. (2011), "Şirketlerin İnovasyon Yapma Eğilimlerinde Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Rolü ve ODTÜ Teknokent Örneği", Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi: SBE, İstanbul.
- Çimen, H. (2006). *Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış İş görenleri ile ilgili Değerlendirmeleri: Ankara'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Dağdeviren, A. (2007). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Dezso, C.L., Ross, D.G., (2012). Does Female Representation in Top Management Improve Firm Performance? A Panel Data, *Investigation. Strateg. Manag. J.*, 33, 1072-1089.
- Durna, U., (2002), "Yenilik Yönetimi", Nobel Yayınevi, Ankara.
- Ertuğ N., ve Kaya, H. (2017), Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Pro lleri ve Yenilikçiliğin Önündeki Engellerin İncelenmesi. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 14 (3): 192-197, doi:10.5222/HEAD.2017.192

Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyetine Etkisi

- Evren, S. (2010). *Lisans Düzeyi Turizm Eğitimi Ders Programının Mezunlarca Değerlendirilmesi: Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunları Üzerinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin
- Galia, F.; Zenou, E.; Ingham, M., (2014). Board Composition and Environmental Innovation: Does Gender Diversity Matter? *Int. J. Entrep. Small Bus*, 24, 117-141.
- Gençay, S. ve Akkoyunlu, Y. (2012). Beden Eğitimi ve Bilgisayar Öğretmeni Adaylarının Yaşam Doyumu ve Fiziksel Benlik Algılarının Karşılaştırılması, *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3).
- Gür-Erdoğan D, Zafer-Güneş, D. The Relationship between Individual Innovativeness and Change Readiness Conditions of Students Attending Faculty of Education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2013; 106:3033-3040. doi:10.1016/j.sbspro.2013.12.349.
- Göker, Ş. (2009), “Şirketlerde İnovasyon Stratejisinin Önemi ve Türkiye’de İnovasyon Kapasitesinin Analizi”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi: SBE, Kütahya.
- Gündoğdu, R., Yavuzer, Y. (2012). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş ve Psikolojik İhtiyaçlarının Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(23): 115-131
- Güngör, T. (2011). *Selçuk Üniversitesi Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı Öğrencilerinin Kaygı ve Yaşam Doyumu Düzeyleri*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Resim-İş Eğitimi Dalı, Konya.
- Hjalager, A.N. ve Liburd, J. (2010). Changing Approaches Towards Open Education, Innovation and Research in Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management* C:17, s. 12-20.
- Ilgaz, B. (2011). *Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Yılmazlık, Umutsuzluk Durumları ve Sektörel Tutumlarının Kariyer Seçimlerine Etkileri: Akdeniz Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.
- Işık, C. VE Hajiyeva T. (2018). Bireysel Yenilikçilik ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İlişkisi: İstanbul Otelleri Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* Cilt 2 , Sayı 2.
- Işık, C., Türkmendağ, T., (2016). Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi, *3rd International Congress of Tourism & Management Researches*, 20-22 Mayıs 2016, Antalya.
- Işık, C. ve Keskin, G. (2013). Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturulması Açısından İnovasyonun Önemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27, 41-57.
- Işık, C., Keskin, G. ve Serçeoğlu, N., (2015) Turizm Sektöründe Nitelikli İşgücü Açığına Yenilikçi Yaklaşım: Kapadokya Örneği, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 4 (2), 27-48.
- Işık, C., Akoğul E., Uyrun, A., Turan, B., Taş, S., Hajiyeva, T., Dirbo, H. A., (2018). Turizm Ve İnovasyon İlişkisi: Literatür Taraması, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*
- İbicioğlu, H., Avcı, U. ve Boylu, Y. (2003). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynaklarının Eğitimde Stratejik Sektörel Eğitim Organizasyonlarının Uygulanabilirliğine Yönelik Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 69-90
- İnce, F. (1998) Turizm Sektöründe Sertifikasyonun Yeri ve Önemi, Basılmamış Yüksek isans Tezi Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.
- İrmiş A, Özdemir L. Girişimcilik ve yenilik ilişkisi, [The relationship between entrepreneurship and innovation], *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2011; 9(1).
- Karacıl, G. (2018), *Türkiye’de Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Yükseköğrenim Yaşam Doyumlarının Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Gaziantep

- Johan, R. ve Harlan, J. (2014). Education Nowadays, *International Journal of Educational Science and Research*, 4(5), 51-56
- Karadağ, E. ve Yücel, C. (2019). Türkiye Üniversite Memnuniyeti Araştırması 2019, Üniar Yayınları
- Karadal, H. ve Saygın M., (2016). İnovasyon Yetenekleri İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *Eurasian Business and Academics Journal*, Volume: S 1, 282-294
- Karslı, D., (2003) Öğretmenliğin Temel Kavramları. Pegem Yayıncılık, Ankara
- Kavrakoğlu İ. (2006). Yönetimde Devrimin Rehberi: İnovasyon. İstanbul: Alteo Yayıncılık.
- Keinanen, M., Ursin, J. ve Nissinen, (2018). How To Measure Students' Innovation Competences in Higher Education: Evaluation of An Assessment Tool in Authentic Learning Environments, *Studies in Educational Evaluation*, 58, 30-36.
- Kılıç, Y. (2014). Turizm Sektörü İstihdam Eğitim Durumu ve İnsangücü Planlaması. *Eğitim Bilimleri Araştırması Dergisi*, 4(1).
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- Korucu, A. T. ve Olpak, Y. Z. (2015). Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*. 5 (1), 111-127.
- Kozak, N., Kozak , M. ve Kozak, M. (2009). Genel Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kushnirovich, N.; Heilbrunn, S., (2013). Innovation And Conformity: Intersection of Gender and Ethnicity in Hi-Techorganizations. *J. Manag. Dev.*, 32, 204–220.
- Mueller, S.L., (2004). Gender Gaps in Potential for Entrepreneurship Across Countries and Cultures. *J. Dev. Entrep.*, 9, 199–220.
- Naralan, A. ve Kaleli, S. S. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Üniversiteden Beklentileri Ve Bölüm Memnuniyeti Araştırması: *Atatürk Üniversitesi Örneği*, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 1-11.
- Olçay, A. (2008). Türk Turizminde Eğitimin Önemi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2): 383-390.
- Öncüer, M.E. (2006). *Avrupa Birliği Eğitimi Politikasında Mesleki Turizm Eğitimi Yaklaşımı ve Türk Turizm Eğitimi Uygulanabilirliği*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Özaydın, N. (2011). *Mesleki Müzik Eğitimi Alan Öğrencilerin Psikolojik İhtiyaçlarının ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Müzik Öğretmenliği Bilim Dalı, Konya.
- Poggesi, S.; Mari, M.; De Vita, L., (2016). What's New in Female Entrepreneurship Research? Answers From the Literature. *International Entrepreneurship and Management Journal* , 12, 735–764.
- Recepoglu, E. (2013). Öğretmen Adaylarının Yaşam Doyumları ile Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 311-326.
- Reuvers, M.; Van Engen, M.L.; (2008). Vinkenburg, C.J.; Wilson-Evered, E. Transformational Leadership and Innovative Work Behaviour: Exploring the Relevance of Gender Differences. *Creat. Innov. Manag.*, 17,227–244.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (Fifth Edition)*. New York: Free Press
- Russell, B. (2005). Eğitim Üzerine Özellikle Okul Öncesi Dönemde, Çev. Şebnem Duran, İlyaz İzmir Yayınevi Matbaası, İzmir, 39-40.
- Schneid, M.; Isidor, R.; Li, C.; Kabst, R., (2015). The Influence of Cultural Context on the Relationship Between Gender Diversity and Team Performance: A Meta-Analysis. *Int. J. Hum. Resour. Manag.*, 26, 733–756.

- Schøtt, T.; Cheraghi, M., (2015). Gendering Pursuits of Innovation: Embeddedness in Networks and Culture. *Int. J. Entrep. Small Bus.*, 24, 83–116.
- Sevgin Akış Roney and Perin Öztin (2007) Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*
- Sharif, R. (2019). The Relations Between Acculturation And Creativity And Innovation in Higher Education: A Systematic Literature Review, *Educational Research Review*, 28, 1-26.
- Sheldon, P., Fesenmaier, D., Woeber, K., Cooper, C., Antonioli, M. (2008). Tourism Education Futures, 2010-2030: Building the Capacity to Lead, *Journal of Teaching Travel&Tourism*, 7(3), 61-68.
- Solmaz, S.A. ve Erdoğan, Ç. (2013). "Turizm Eğitimi Alan Lisans Ve Ön Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisine Bağlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*. 557-573.
- Şen, Nafiye. (2017). *İnovasyon ve Girişimcilik: Kamuda İnovasyon İle İlgili Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Timur, A. (1992). Türkiye’de Turizm Eğitimin Yapısı Uygulanan Politikalar ve Sonuçları. Turizm Eğitimi Konferansı- Workshop. Turizm Bakanlığı Yayını:Ankara.
- Turgut, K., Aktaş, S., Tükel, Y., Atılğan, D. (2017). Rekreatyonel Olarak Aktif Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Tiplerinin İncelenmesi, *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*;8(2), 135-144.
- Tolay, L. (2011). *Türkiye’de Turizm Sektöründe Uygulanan Her Şey Dahil Sistemin Orta Öğretim Seviyesinde Turizm Eğitimine Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Torchia, M.; Calabrò, A., Gabaldon, P.; Kanadli, S.B., (2018). Women Directors Contribution to Organizational Innovation: A Behavioral Approach. *Scand. J. Manag.* 34, 215–224.
- Ulama, Ş., Batman, O., Ulama, H. (2015). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12)
- Ural, A. ve Pelit, E. (2002). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumlarının Örgütleniş Biçimleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 218-228.
- Yamaç, K. (2001). Nedir Bu İnovasyon? *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*. 1 (3), 6-8
- Yayla, Ö., Silik, C. E., ve Dülger, A. S. (2017). "Turizm Lisans ve Önlisans Eğitiminde 2017 Yılı Sayısal Değerlendirmeler", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (4), 47-58.
- Yu, L. (1999) *The International Hospitality Business*. The Harworth Hospitality Press:New York.

Kullanılan Elektronik Kaynaklar

<http://www.e-unwto.org>

<http://www.eab.org.tr/eab/2009/pdf/183.pdf>, Erişim Tarihi: 13.12.2019

(<http://www.tuader.org/turizm-istatistikleri-2/>), Erişim Tarihi: 13.12.2019

https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Oslo_3_TR.pdf. Erişim Tarihi: 13.12.2019

<http://www.universite-toplum.org/text.php3?id=41>, Erişim Tarihi: 13.12.2019

mufredat.meb.gov.tr, Erişim Tarihi: 13.12.2019

www.log.com.tr, Erişim Tarihi: 13.12.2019

www.tdk.org, Erişim Tarihi: 13.12.2019

www.travelshift.com/robots-travel-industry-future/, Erişim Tarihi: 13.12.2019.