



BÖLÜM TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ: TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Araştırma Makalesi

Burhanettin ZENGİN¹, Gökhan GENÇ²

ÖZET

Bölüm ve mesleki tercih bireylerin hayatlarında en önemli kararların başında gelmektedir. Bu önemli kararın, profesyonel kariyerleri ve kaliteli bir yaşam için doğrudan ve önemli etkileri bulunmaktadır. Dolayısıyla öğrenciler birçok farklı faktöre göre alanında uzmanlaşmak adına üniversite ve bölüm tercihi yapmaktadırlar. Bu doğrultuda yapılan bu çalışmada, turizm işletmeciliği lisans öğrencilerinin turizm bölümünü seçmelerinin altında yatan faktörleri ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak kasti örnekleme tekniği vasıtasıyla 261 kişiden veri elde edilmiştir. Elde edilen verilerin SPSS programı vasıtasıyla analize tabi tutularak sırasıyla frekans, bağımsız grup t testi, tek yönlü varyans analizi ve post-hoc analiz tekniklerinden yararlanılmıştır. İstatistiksel analiz sonuçlarına göre öğrencilerin turizm işletmeciliği bölümünü tercih etmelerindeki en önemli üç motivasyon aracının “ülkenin turizm alanında hızlı bir gelişim göstermesi”, “sektörün çok fazla kişiyle iletişim kurma imkânı sunması” ve “yabancı uyruklu kişilerle kolayca iletişim kurabilme isteği” olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak bölüm tercihinin yönelik bazı ifadelerde demografik değişkenlere göre anlamlı farklılıklar meydana geldiği de tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bölüm Tercihi, Meslek Seçimi, Turizm İşletmeciliği, Sakarya

JEL Sınıflandırma Kodu: L83, J24

INVESTIGATION OF FACTORS AFFECTING CHOICE OF MAJOR: A RESEARCH ON TOURISM MANAGEMENT STUDENTS

Research Article

ABSTRACT

The choice of major and professional preference is one of the most important decisions in the lives of individuals. This important decision has direct and significant implications for professional careers and quality life. Therefore, students choose the university and department according to many different factors. In this study, this study aims to reveal the factors underlying the selection of tourism department by tourism management undergraduate students. In this study, data were obtained from 261 students using quantitative research methods. Frequency, independent group t-test, one-way analysis of variance and post-hoc analysis techniques were used for analysis by SPSS. According to the results of statistical analysis, the three most important motivation tools for students to choose the tourism management department are the rapid development of the country in the field of tourism, the ability of the sector to communicate with many people and the desire to communicate easily with foreign nationals. In addition, it has been determined that some expressions related to departmental preference create meaningful differences according to demographic variables.

Keywords: Choice of Major, Department Selection, Tourism Management, Sakarya

JEL Classification Code: L83, J24

¹ Doç. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, bzengin@gmail.com, orcid.org/0000-0002-6368-0969

² Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, gengokhan91@gmail.com, orcid.org/0000-0003-3573-3661

“Zengin B., Genç G. (2019). Bölüm Tercihini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Turizm İşletmeciliği Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 3: No: 2, p.123-134, doi: 10.30625/ijctr.621746”

Makale Gönderim Tarihi: 18.09.2019

Kabul Tarihi: 12.12.2019

GİRİŞ

Bölüm tercihleri, bireylerin mesleki yaşamlarının başlaması ve geliştirilmesi açısından son derece önemli bir unsurdur. Türk Dil Kurumu (2019) sözlüğünde meslek, “belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş” olarak tanımlamaktadır. Bu doğrultuda aynı sözlük eğitim açısından bölümü, “*Bir okul veya üniversitenin herhangi bir bilim ve uzmanlık dalında eğitim sağlayan birimlerinden her biri, departman*” şeklinde tanımlamıştır. İşletmeler, nitelikli personel ihtiyacını karşılayabilmek amacıyla sıklıkla üniversitelerin ilgili bölümlerinden mezun olan kişileri tercih ederler. Bu bağlamda donanımlı personel ihtiyacı olan sektörlerden biri de turizmdir.

Turizm sektörü, emek yoğun bir yapıya sahip olması nedeniyle insana bağımlı bir yapıdadır. Bu nedenle üniversitelerin turizm bölümleri ülkelerin ihtiyaç duyduğu nitelikli personeli yetiştiren kurumların başında gelmektedir. Diğer yandan üniversite eğitimleri nedeniyle öğrencilerin yapmış oldukları bölüm tercihleri, doğrudan kariyerlerini etkileyecek unsurlardan biridir. Seçilen ya da kazanılan bölüm, kişinin çoğu zaman doğrudan mesleği haline gelmektedir. Öğrenciler ilgili bölümleri bazen bilinçli bazen de bilinçsiz veya istekli ya da isteksiz tercih edebilmektedir. Dolayısıyla üniversite öğrencisi adaylarının bölüm tercihi süreçleri oldukça önemli aynı zamanda da zor bir süreçtir (İbiş vd., 2016).

Kişinin yapacağı işi özümsemesi o işte başarılı olmasının koşullarından bir tanesidir. Yapacağı işi özümsemesinin ilk aşaması kariyer seçimi dolayısıyla da uygun bölüm tercihindendir. Bölüm tercihi yaparken ise kişisel özellikleri, değerleri, yetenekleri ve demografik özellikleri dikkate alarak ya da bu faktörlerin ışığında tercih yapması, yapacağı işte başarı oranını etkilemektedir (Koca, 2010: 57). Yapılan çalışmalarda turizm mesleğinin birçok olumsuz yönü nedeniyle tercih edilmediği ve bunun sosyal güvence, ücret, saygınlık eksikliği, sezonluk işler, iş garantisinin olmaması gibi faktörler nedeniyle negatif imaja sahip olması durumunun etkilediği

ortaya konulmuştur (Jenkins, 2001; Kozak ve Kızılırmak, 2001; King vd., 2003; Walmsley, 2004; Richardson, 2009; Aymankuy ve Aymankuy, 2013; Tuna vd., 2017). Diğer yandan literatürde öğrencilerin yerleştikleri turizm bölümünü isteyerek seçtiklerini ve mezun olduklarında turizm sektöründe çalışmaya niyetli olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur (Roney ve Öztin, 2007; Yıldız, 2013; Dinçer vd., 2013).

Bu çalışmada turizm öğrencilerinin bölüm tercihini etkileyen faktörleri belirlemek çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Ayrıca bölüm tercihini etkileyen faktörlerin bazı demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği sorusuna da cevap aranmaktadır. Turizm bölümlerinin Türkiye’de farklı bir imaja sahip olması, tercihte bulunacak kişilerin sosyo ekonomik durumları ilgili bölüm tercihinde önemli rol oynamaktadır. Nitekim bir mesleği en iyi şekilde yapabilmek için o mesleği bilinçli olarak seçmiş olmak gerekmektedir. Bu durumda araştırmanın önemi ortaya çıkmaktadır. Turizm ile ilgili bölüm seçmiş öğrencilerin hangi motivasyon kalıplarını göz önüne alarak tercihte bulduklarını analiz etmek son derece önem arz etmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

İlgili literatür incelendiğinde öğrencilerin meslek veya bölüm tercihlerini etkileyen birçok faktörün olduğu görülmektedir. Akar (2012), iktisadi ve idari bilimler fakültesinde yapmış olduğu çalışmasından öğrencilerin bölüm seçmesinde üniversitenin coğrafi konumu, akademik saygınlığı ve üniversite ile ilgili bilgi edinilen kaynakların çokluğunun etkili faktörlerin başında geldiğini belirtmektedir. Sarıkaya ve Khorshid (2009), Ege Üniversitesi’nde yapmış oldukları çalışmada öğrencilerin bölüm seçiminin meslekle ilgili olumlu tutumları, çeşitli nedenlerle açıkta kalmamak isteği, meslekle ilgili avantajlar ve bir kısmının ise meslekle ilgili öneriler nedeniyle tercihte buldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Birey, seçeceği meslek hakkında önceden yaşadığı deneyimler ya da tavsiyeler neticesinde belli bir fikir sahibi olabilir. Bu deneyimler ve karakteristik özellikler yardımıyla belli meslek kollarına yönelim gösterebilir. Birey seçeceği meslek hakkında

kendince karşılaştırmalar yapabilir ve bazı kriterler önceliklerinde etkili olabilmektedir (Deniz, 2001). Mısır’da yine öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada üniversitelerin marka saygınlığının bölüm tercih edilmesi

sürecinde etkili olduğu ortaya konulmuştur (Mourad, 2011). Ancheh ve arkadaşları (2007), üniversite ve bölüm tercihindeki en önemli faktörün üniversitenin akademik saygınlığı olduğu sonucuna-varmıştır.

Tablo 1: Mesleki ve Bölüm Tercihlerini Etkileyen Faktörleri İnceleyen Çalışmalar

	Faktörler	Literatür/Çalışma
1.	Akademik Yeterlilik	Beggs vd., 2008; Mohd vd., 2010
2.	Maaş/Mükafat	Wildman ve Torres, 2001; Beggs vd., 2008; Zengin vd., 2011
3.	Çalışma Şartları/Ortamı	Creed vd., 2009
4.	Mesleğe Karşı İlgi	Mcglynn, 2007; Mohd vd., 2010
5.	Fiziksel ve Zihinsel Uygunluk	Beggs vd., 2008; Creed vd., 2009
6.	Rol Modeller, Aile, Aile Üyeleri, Arkadaşlar ve Öğretmenler	Mohd vd., 2010; Agarwal, 2010; Wildman ve Torres, 2001
7.	Sosyal Statü	Beggs vd., 2008
8.	Kişilik	Rogers vd., 2008
9.	Ailenin Gelecek Planlaması	Hansen, 2001; Zody vd., 2006; Granitz vd., 2014

Ayrıca bir mesleği ya da meslekle ilgili bölümün seçiminde bahsi geçen bu faktörlerin dışında birçok faktörün de var olduğu yapılan sayısız araştırmalar ile ortaya konulmuştur. Bu araştırmaların bazılarındaki kıstasları oluşturan faktörler, Tablo 1’de sunulmaktadır.

Literatürde kadın ve erkeğin mesleklere karşı tutumlarında farklılıkların bulunduğu çalışmalar da mevcuttur. Croson ve Gneezy (2009), çalışmalarında rekabete karşı bakış açısı, sosyal tercihler ve risk tercihleri bağlamında kadın ve erkekler arasındaki tutumları incelemiştir. Araştırma bulguları, kadınların erkeklere göre risk almaktan daha fazla kaçındıkları, rekabet faktörüne açık olmadıklarına işaret etmektedir. Örneğin; kadınların risk almaktan kaçındıkları için turizm mesleğini tercih edebilme konusunda tereddüt yaşayabilmeleri muhtemeldir; ya da rekabetin çok çetin geçtiği turizm sektöründe uzaklaşma veya tercih etmeme eğilimi gösterebilirler.

Tüm bu bilgiler ışığında kişilerin meslek ve bölüm tercihlerinde etken olan birçok faktörün olduğu bilinmektedir. Bu faktörler ekonomik, sosyal, demografik veya kişiden kaynaklanmayan sebepler nedeniyle bölüm tercihinde rol oynamaktadır. Bu bağlamda çalışma, turizm öğrencilerinin bölüm tercihinde hangi faktörlerin etkili olduğu ya da

etkisinin olmadığı sorusuna cevap aranmaktadır. Turizm işletmeciliği bölümünün seçimini etkileyen faktörleri irdeleyerek kamu kurum ve kuruluşlarına, turizm işletmelerine ve araştırmacılara, yol gösterici öneriler getirilmek kaydıyla fayda sağlanması da hedeflenmektedir.

YÖNTEM

Çalışma nicel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden ise veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Çalışmada öğrencilerin bölüm tercihlerinde etkili olabilecek 26 sorudan oluşan 5’li Likert tipi ölçek (1-Kesinlikle Katılmıyorum – 5-Kesinlikle Katılıyorum) ve 6 adet demografik sorudan oluşan iki bölümlü bir anket formu kullanılmıştır. Çalışmada likert tipi ölçek olarak Bilgin’in 2011 yılında uygulamış olduğu ve test ettiği ölçekten yararlanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı vasıtasıyla analize tabi tutulmuş ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

Bilimsel araştırma sürecinde evren, çalışmadan elde edilecek sonuçların genelleştirebileceği grubu ifade eder (Karasar, 1998; Coşkun vd., 2015: 132). İlgili çalışmanın genel evreni turizm işletmeciliği bölümünde okuyan tüm öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırma evreni ise Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği

bölümünde kayıtlı okuyan 980 öğrencidir. Fakat turizm işletmeciliği bölümünde okuyan son sınıf öğrencilerinin hepsi staj eğitiminde olduklarından dolayı çalışma evrenine son sınıf öğrencilerine ulaşmak mümkün olmayacağından araştırma evreni 724 kişi olarak tespit edilmiştir. Bu durum ayrıca araştırmanın bir kısıtını da oluşturmaktadır. Evreni temsil edeceği düşünüldüğü için 295 adet anket çoğaltılmış fakat bunlardan 34 tanesi çeşitli sebeplerden dolayı analize dahil edilmemiştir. Toplamda 261 adet anket analiz edilerek yorumlanmıştır. 261 katılımcı Coşkun ve arkadaşlarının (2015), belirli evrenler için kabul edilebilir örnek büyüklükleri tablosundaki örneklem büyüklüğü için kabul edilebilir bir sayıdır. Ayrıca örneklem grubu için olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden, kasti örnekleme tekniği seçilmiştir. Bu teknikte, araştırmacının cevap bulacağı kişileri seçmesi yani katılımcıların belirlenmesinde bir kriter söz konusu olmalıdır (Coşkun vd., 2015). Bu araştırmada ise örnekleme fakülte de ki tüm öğrenciler değil sadece turizm işletmeciliği bölümü öğrencileri kriter oluşturduğundan kasti örnekleminin uygun olduğu söylenebilir.

Elde edilen verilere ilk önce normallik testleri uygulanarak verilerin normal dağılım gösterip göstermediği tespit edilmiştir. Normal dağılım gösterdiği tespit edilen verilere parametrik testler uygulanmıştır. Frekans analizi uygulanarak ifadeler hakkındaki aritmetik ortalamalar yardımıyla tutumları saptanmaya çalışılmıştır. Demografik değişkenler nedeni ile anlamlı farklılıklara ulaşabilmek amacıyla t testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. İki değişkeni bulunan demografik ifadelerle bağımsız t testi, ikiden fazla değişkene sahip ifadelerle ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanarak veriler yorumlanmaya çalışılmıştır.

BULGULAR

Literatür incelendiğinde çalışmada kullanılan ölçeğin farklı araştırmalar tarafından (Bilgin, 2011; İbiş vd., 2016) kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple yapılan bu çalışmada kullanılan ölçüm aracının geçerlilik şartını sağladığını söylemek mümkündür. Çalışmanın güvenilirliği konusunda yapılan Cronbach Alfa kat sayısı yol gösterici olmaktadır.

Tablo 2: Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Analizi

ÖLÇEK	İfade Sayısı	Cronbach Alpha Katsayısı
Bölüm Tercihine Yönelik İfadeler	26	0,934
Genel Ölçek	26	0,934

Çalışmada kullanılan ölçeğin 26 ifadesi için Cronbach Alfa katsayısı 0,937 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu değer neticesinde çalışmanın yüksek güvenilirlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Kılıç, 2016: 48).

Elde edilen yüksek güvenilirlik katsayısı nedeniyle çalışmanın analizlerine devam edilmiştir.

Tablo 3: Demografik Değişkenler ile İlgili Frekans Tablosu

DEĞİŞKENLER	N	%	DEĞİŞKENLER	N	%
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	118	45,2	21 ve altı	128	49,0
Erkek	143	54,8	22 ve üstü	133	51,0
Annenizin Eğitim Durumu			Babanızın Eğitim Durumu		
İlköğretim	97	37,2	İlköğretim	61	23,4
Ortaöğretim	112	42,9	Ortaöğretim	133	51,0
Yükseköğretim	52	19,9	Yükseköğretim	67	25,7

Aile Aylık Ortalama Geliri			Aile Reisinin Mesleği		
2000 ve altı	36	13,8	Kamu Çalışanı	32	12,3
2001-4000	128	49,0	Özel Sektör Çalışanı	89	34,1
4001 üzeri	97	37,2	Emekli	88	33,7
			Diğer	52	19,9

Tablo 3'te görüleceği üzere demografik değişkenler üzerinde yapılan frekans analizi yer almaktadır. Cinsiyet değişkeni incelendiğinde katılımcıların %45.2'si kadın, %54.8'i erkek olduğu görülmektedir. Yaş değişkenine bakıldığında ise; katılımcıların %49'u 21 yaş ve altı, %51'i ise 22 yaş ve üzerindedir. Öğrenci ebeveynlerinin eğitim durumları incelendiğinde ortaöğretim düzeyinde yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgu, geçmiş yıllarda Türkiye'de yaşanan eğitim eğiliminin de bir çıktısı olduğu söylenebilir. Tablo 4'te ifadelerle ait frekans sonuçlarını aritmetik ortalaması ve standart sapma değerleri görülmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde ifadelerle verilen cevapların aritmetik ortalamaya göre sıralandığı görülmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamaları incelendiğinde öğrencilerin bölüm tercihi yaparken göz önünde bulundurduğu ve en düşük katılımın gösterildiği ifade "kolay bir meslek olması

etkilidir ($\bar{X}=2,99$)" ifadesidir. Öğrencilerin turizm mesleğini kolay bir meslek olarak algılamaları konusunda kararsız bir tutum içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. En düşük katılımın gösterildiği diğer ifadeler ise sırasıyla "piyasada yeterince turizm elemanı olmaması etkilidir ($\bar{X}=3,00$)" ve "kamu kurum ve kuruluşlarında çalışma imkanının olması etkilidir ($\bar{X}=3,04$)" ifadeleri olarak tespit edilmiştir.

Diğer yandan en yüksek katılımın gösterildiği ifade ise "Ülkemizin turizm alanında hızlı bir gelişim göstermesi etkilidir ($\bar{X}=3,81$)" ifadesidir. En yüksek aritmetik ortalamaya sahip diğer ifadeler ise sırasıyla "Yabancı uyruklu insanlarla kolay iletişim kurabilecek olmam etkilidir ($\bar{X}=3,79$)", "Çok fazla kişiyle iletişim kurabilme imkânı sunması etkilidir ($\bar{X}=3,79$)" ve "Özel kurumlarında iş bulma imkânı sunması etkilidir ($\bar{X}=3,73$)" ifadeleri olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4: Bölüm Tercihine Ait İfadelerin Frekans Analizleri

İFADELER	\bar{X}	SS	İFADELER	\bar{X}	SS
Kolay Bir Meslek Olması Etkilidir.	2,99	1,20	Sektör İle İlgili Duyduklarım Etkilidir.	3,34	1,04
Piyasada Yeterince Turizm Elemanı Olmaması Etkilidir.	3,00	1,25	Sektörün Kolay Kariyer Yapabilme İmkânı Sunması Etkilidir.	3,38	1,06
Kamu Kurumlarında Çalışma İmkânı Olması Etkilidir.	3,04	1,22	Staj Süresi Boyunca Edindiğim Bilgiler Etkilidir.	3,39	1,19
Çalışma Saatlerinin Uygun Olması Etkilidir.	3,04	1,25	Sevilen Bir Meslek Olması Etkilidir.	3,44	1,06
Toplumda İtibarlı Bir Meslek Olması Etkilidir.	3,07	1,16	Başarıyı İspatlama Fırsatları Sunması Etkilidir.	3,45	1,13
Bıkkınlığa Yol Açmaması Etkilidir.	3,09	1,14	İş Hayatına Erken Başlama İmkânlarının Olması Etkilidir.	3,49	1,07

İş Bulma İmkânının Yüksek Oluşu Etkilidir.	3,16	1,13	Kişisel Özelliklerimle Uyumlu Bir Meslek Olması Etkilidir.	3,49	1,09
Çevredeki Turizm Mesleği Mensupları Etkilidir.	3,21	1,17	İş İmkânlarının Büyük Şehirlerde Olması Etkilidir.	3,68	1,10
Bireysel Çalışma İmkânlarının Olması Etkilidir.	3,23	1,08	Zevkli Bir Meslek Oluşu Etkilidir.	3,73	1,10
Yüksek Kazanç Elde Edebilecek Olmam Etkilidir.	3,27	1,05	Özel Kurumlarında İş Bulma İmkânı Sunması Etkilidir.	3,73	1,00
İş İmkânlarının Fazlalığı Sebebiyle Kendimi Güvende Hissetmem Etkilidir.	3,30	1,05	Yabancı Uyraklı İnsanlarla Kolay İletişim Kurabilecek Olmam Etkilidir.	3,79	1,10
Başka Bir Mesleğe Kolay Geçebilme İmkânı Sunması Etkilidir.	3,31	1,12	Çok Fazla Kişiyile İletişim Kurabilme İmkânı Sunması Etkilidir.	3,79	1,00
Bütün İnsanların İhtiyaç Duyduğu, Önemli Bir Meslek Olması Etkilidir.	3,31	1,11	Ülkemizin Turizm Alanında Hızlı Bir Gelişim Göstermesi Etkilidir.	3,81	1,01

Not: \bar{X} : Aritmetik Ortalama, SS: Standart Sapma. (1:Kesinlikle Katılmıyorum – 5:KesinlikleKatılıyorum)

Katılımcıların bölüm tercihine yönelik tutumlarının aritmetik ortalamalarına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit edebilmek için farklılık testleri uygulanmıştır. Uygulanan farklılık testlerinden önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediği test edilmiştir. Uygulanan normallik testinde elde edilen verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri ± 1 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca normallik histogramları vasıtasıyla verilerin dağılımı incelenmiştir. Elde edilen bu değerler ölçeğin normal dağılım gösterdiğini kanıtlamaktadır. Bu nedenle parametrik testlerden faydalanılmıştır.

Farklılığa konu olması beklenen değişkenler ise; cinsiyet, yaş, aile reisinin mesleği, ailenin aylık ortalama geliri, babanın eğitim durumu ve anne eğitim durumu demografik değişkenleridir. Yapılan farklılık analizleri sonucunda katılımcıların bölüm tercihine yönelik tutumlarının ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçlar tablolar yardımıyla yorumlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca demografik değişkenlere göre anlamlı farklılığın bulunmadığı ifadeler tablo içerisinde yer almamaktadır. Sadece anlamlı farklılık içeren ifadeler tablolaştırılarak yorumlanmıştır.

Tablo 5: Cinsiyete Göre Farklılık Analizi (Independent Sample T-Test)

İFADELER	Değişken	n	\bar{X}	t	p
Çok Fazla Kişiyile İletişim Kurabilme İmkânı Sunması Etkilidir.	Kadın	118	3,95	-2,441	0,015
	Erkek	143	3,65		
Kamu Kurumlarında Çalışma İmkânı Olması Etkilidir.	Kadın	118	3,26	-2,679	0,008
	Erkek	143	2,86		

*P<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5’te görüleceği üzere, örnekleme oluşturan katılımcıların bölüm tercihine ait ifadelerle olan tutumlarının katılımcıların cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, aritmetik ortalamaları arasındaki fark bazı ifadeler için istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılığın bulunduğu ilk ifade “çok fazla kişiyle iletişim kurabilme imkanı sunmasıdır” ($p=0,015$) ifadesidir. Bu ifade göz önüne alındığında anlamlı farkın, kadın katılımcıların ($\bar{X}=3,95$) erkek katılımcılardan ($\bar{X}=3,65$) daha olumlu tutum içerisinde olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Anlamlı farklılığa konu olan diğer ifade ise “kamu kurumlarında çalışma imkânı olması etkilidir” ($p=0,008$) ifadesidir.

Bu ifade de ise anlamlı farklılık yine kadın katılımcıların ($\bar{X}=3,26$) erkek katılımcılara göre daha olumlu tutum içerisinde olmalarının neden olduğu görülmektedir.

Tablo 6’ya bakıldığında ise dört tane ifadenin yaş durumuna göre anlamlı farklılıklar ürettiği görülmektedir. Bu ifadelerden birincisi “iş hayatına erken başlama imkânlarının olması etkilidir” ($p=0,002$) ifadesi yaş grubuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tespit edilen anlamlı farklılığın 21 yaş ve altı ($\bar{X}=3,70$) grubuna dâhil olan katılımcıların 22 ve üstü ($\bar{X}=3,28$) yaşa sahip olan katılımcılardan daha olumlu tutumda oldukları neden olduğu söylenebilir.

Tablo 6: Yaş Değişkenine Göre Farklılık Analizi (Independent Sample T-Test)

İFADELER	Değişken	n	\bar{X}	t	p
İş Hayatına Erken Başlama İmkânlarının Olması Etkilidir.	21 yaş ve altı	128	3,70	3,187	0,002
	22 yaş ve üzeri	133	3,28		
Özel Kurumlarında İş Bulma İmkânı Sunması Etkilidir.	21 yaş ve altı	128	3,88	2,352	0,019
	22 yaş ve üzeri	133	3,59		
Ülkemizin Turizm Alanında Hızlı Bir Gelişim Göstermesi Etkilidir.	21 yaş ve altı	128	3,94	2,025	0,044
	22 yaş ve üzeri	133	3,69		
Staj Süresi Boyunca Edindiğim Bilgiler Etkilidir.	21 yaş ve altı	128	3,57	2,475	0,014
	22 yaş ve üzeri	133	3,21		

* $P<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6’da meydana gelen diğer bir anlamlı farklılık ise “özel kurumlarda iş bulma imkanı sunması etkilidir” ($p=0,019$) ifadesidir. İlgili ifade de ise anlamlı farklılık, 21 yaş ve altı ($\bar{X}=3,88$) katılımcıların 22 yaş ve üzeri ($\bar{X}=3,59$) yaş grubuna dahil olan katılımcılardan daha olumlu tutum içerisinde olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer anlamlı farklılığa söz konusu olan ifadeler ise “ülkemizin turizm alanında hızlı bir gelişim göstermesi etkilidir” ($p=0,044$) ve “staj süresi boyunca edindiğim bilgiler etkilidir” ($p=0,014$) ifadeleridir. Bu iki ifadede önceki ifadelerde de olduğu gibi daha ufak yaş grubuna mensup katılımcıların diğer yaş

grubuna dahil olan katılımcılardan daha olumlu tutum içerisinde olmaları neden olmaktadır. Genel anlamda ifade edecek olursak yaşın yükselmesi söz konusu bu dört ifadeye olan olumlu tutumu negatif yönde etkilediği sonucuna varılabilir.

Tablo 7’de görüleceği üzere, bölüm tercihi ölçeğindeki ifadelerle verilen yanıtlardaki aritmetik ortalamaların, aile reisinin meslek türüne göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda ile reisinin meslek türüne göre yalnızca tek ifade de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonrasında belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu ya da kaynaklandığını

belirlemek amacıyla post-hoc testlerinden yararlanılmıştır.

Tablo 7: Aile Reisinin Mesleğine Göre Farklılık Analizi (One-Way ANOVA)

İFADELER	F	p	Kamu Çalışanı	Özel Sektör Çalışanı	Emekli	Diğer	Scheffe p
			\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	
Yabancı Uyruklu İnsanlarla Kolay İletişim Kurabilecek Olmam Etkilidir.	5,705	0,001	4,34	3,49	3,77	4,00	0,003

*P<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

ANOVA testi sonrasında hangi post-hoc çoklu karşılaştırma testlerinin kullanılacağına karar verebilmek için Levene testi uygulanarak varyansların homojen olup olmadığı hipotezi sınanmıştır. Bu sınanma sonucunda varyansların homojen olduğu saptanarak, yaygınlıkla kullanılan Scheffe çoklu karşılaştırma tekniği analiz için tercih edilmiştir. Scheffe testinin seçilmesindeki diğer bir neden ise hataya karşı diğer test tekniklerine göre daha duyarlı olmasıdır. Tablo 7’deki scheffe çoklu karşılaştırma analizlerinin sonucuna bakılacak olursa tek ifadede anlamlı farklılık meydana geldiği görülmektedir. “Yabancı uyruklu insanlarla kolay iletişim kurabilecek olmam etkilidir” ifadesi aile reisinin mesleki türüne göre anlamlı farklılık göstermektedir(p=0,001). Bu anlamlı farklılık kamu çalışanı aile reisi (\bar{X} =4,34) ile özel sektör çalışanı aile reisine (\bar{X} =3,49) sahip öğrenciler arasında gerçekleşmiştir. Aile reisinin kamu

kurumunda çalıştığı öğrenciler, aile reisinin özel sektör çalışanı olan öğrencilere göre ilgili ifadeye daha fazla olumlu tutum içerisinde olmasından kaynaklanan bir farklılık mevcuttur.

Tablo 8’de ise ifadelere verilen yanıtların aritmetik ortalamalarının ailenin ortalama aylık gelir durumuna göre farklılaşmış farklılaşmadığına bakılmıştır. Analiz sonuçlarına göre üç ifadede gelir duruma göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “Sektör ile ilgili duyduğularım etkilidir” ifadesine aylık ortalama 2000 TL ve altı (\bar{X} =3,77) gelire sahip ailenin öğrencileri, 2001-4000 TL arasında (\bar{X} =3,17) gelire sahip ailenin öğrencilerinden daha olumlu tutum içerisinde olmasından kaynaklanan bir farklılık mevcuttur. Tablo 8’deki anlamlı farklılığa konu olan diğer 2 ifadede de aynı iki gelir grubu arasındaki tutumlardan dolayı meydana gelen farklılık söz konusudur.

Tablo 8: Ailenin Aylık Ortalama Gelir Durumuna Göre Farklılık Analizi

İFADELER	F	p	2000 ve altı	2001 – 4000 arası	4001 ve üzeri	Scheffe p
			\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	
Sektör ile ilgili duyduğularım etkilidir.	5,090	0,007	3,77*	3,17*	3,41	0,009
Bıkkınlığa yol açmaması etkilidir.	6,152	0,002	3,58*	2,88*	3,20	0,005
Yabancı Uyruklu İnsanlarla Kolay İletişim Kurabilecek Olmam Etkilidir.	5,344	0,005	4,27*	3,61*	3,84	0,006

*P<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 9 incelendiğinde ise ölçekte bulunan üç ifadenin babanın eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Diğer ifadeler için herhangi anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Bu ifadeler sırasıyla “iş hayatına

erken başlama imkânlarının olması”, “ülkemizin turizm alanında hızlı bir gelişim göstermesi” ve “çok fazla kişiyle iletişim kurabilme imkânı sunması” ifadeleridir.

Tablo 9: Babanın Eğitim Durumuna Göre Farklılık Analizi

İFADELER	F	p	İlköğretim	Ortaöğretim	Yükseköğr.	Scheffe p
			\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	
İş Hayatına Erken Başlama İmkânlarının Olması Etkilidir.	3,104	0,047	3,21*	3,62*	3,47	0,047
Ülkemizin Turizm Alanında Hızlı Bir Gelişim Göstermesi Etkilidir.	5,243	0,006	3,45*	3,89	3,98*	0,013
Çok Fazla Kişiyile İletişim Kurabilme İmkânı Sunması Etkilidir.	3,939	0,021	3,57*	3,75	4,05*	0,024

*P<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 9'daki bulgulara genel anlamda incelendiğinde, ilgili üç ifadeye verilen cevapların aritmetik ortalamaları babanın eğitim durumuyla orantılı olarak yükseldiği görülmektedir. Mesela; “ülkemizin turizm alanında hızlı bir gelişim göstermesi etkilidir” ifadesine babası yükseköğretim ($\bar{X}=3,98$) mezunu öğrenciler, ilköğretim ($\bar{X}=3,45$) mezunu öğrencilere göre çok daha fazla olumlu tutum içerisinde olmasından kaynaklanan bir farklılık söz konusudur. Diğer anlamlılık içeren ifade incelendiğinde, “çok fazla kişiyle iletişim kurabilme imkanı sunması etkilidir” ifadesi de bir önceki ifadede olduğu gibi babası yükseköğretim ($\bar{X}=4,05$) mezunu olan öğrencilerin ifadeye olan katılımları, ilköğretim ($\bar{X}=3,57$) mezunu olanlara göre daha yüksek düzeyde meydana geldiğinden kaynaklanmaktadır. Eğitim düzeyi arttıkça ifadelere katılım düzeyinin olumlu yönde arttığı tespit edilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bireyler geleceklerini şekillendirmek adına önemli kararlar vermek zorundadır. Bu kararlardan bir tanesi de üniversite bölüm tercihleri ve aynı zamanda mesleki seçimidir. Karar aşamasında ise

birçok faktör rol oynamaktadır. Bu nedenle bu faktörleri irdelemek ihtiyacı doğmaktadır.

Elde edilen bulgular neticesinde öğrenci ebeveynlerinin eğitim durumunun ortaöğretim düzeyinde ve gelir durumunun ise orta düzey gelire sahip aileler çevresinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Diğer yandan öğrencilerin bölüm tercihlerinde dikkate aldıkları kıstaslar göz önünde bulundurulduğunda, turizm işletmeciliği bölümünü seçmelerindeki en yüksek tutuma sahip olan faktörün ise Türkiye’de turizm endüstrisinin hızlı bir şekilde gelişim göstermesi olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu gelişmeyle birlikte ivme kazanan turizm eğitimi de bu duruma bir temel teşkil etmektedir. Özellikle endüstrilerin veya sektörlerin gelişim göstermesiyle ve kariyer olanaklarını artması ile birlikte ilgili bölümlere doğru artan bir talebin mevcut olduğunu ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Salahjarahat, 2015; Strasser vd., 2002).

Diğer yandan etkili olan diğer iki faktör ise “iletişim” temelinde meydana gelmiştir. Özellikle sosyalleşme ve yabancı ülke vatandaşlarıyla iletişim kurabilme heyecanı bireyleri turizm işletmeciliği bölümünü seçmelerine iten önemli birer faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Özel

sektörün yoğun olarak egemen olduğu bir bölüm olarak da bilinen turizm bölümü öğrencilerin tercihlerinde gözettiği diğer bir etmen olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple öğrenciler özel sektörde iş bulabilme olasılıklarının yüksek olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla turizm işletmeciliği bölümünü tercih etmelerinde önemli rol oynadığı görülmektedir. Elde edilen diğer bir sonuç ise öğrencilerin turizm işletmeciliği bölümüne karşı olan negatif imaja sahip faktörlerdir. Bu faktörler, turizmin zor bir meslek olarak algılanması, sektörde çok fazla meslek elemanının olması ve kamu kurum ve kuruluşlarında çalışabilme ihtimalinin çok düşük olması, sektördeki çalışma saatlerinin yüksek olması ve mesleğin toplumdaki imajı gibi etmenler olarak sıralanmaktadır. İlgili araştırma bulgusunu destekler nitelikte olan Galotti (1999) ve Zang (2007)'ın yaptığı araştırmada ise stresli ve zorlayıcı çalışma şartlarına sahip olan meslek gruplarına öğrenciler bölüm tercihi yaparken kriterleri arasında daha az seviyede rastlandığı sonucuna varmıştır. Bu faktörler bölümün tercih edilmesindeki engeller olarak da öne çıkmaktadır.

Araştırmanın diğer bir sorusu ise öğrencilerin turizm işletmeciliği bölümünü tercih ederken demografik değişkenlere göre tutumlarında farklılıkların olup olmadığıdır. Bu bağlamda cinsiyet, yaş, aile reisinin mesleği ve ebeveynlerin eğitim durumları gibi demografik değişkenlerin bölüme karşı olan tutumlarda farklılık meydana getirdiği sonucuna varılmıştır. Kadın katılımcılar bölümü seçmelerinde etkili olan faktörlerden sektörün iletişim tabanlı olması ve iletişim kurabilme isteklerinin erkeklere göre daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Yani kadın katılımcıların iletişim konusunda erkek katılımcılara göre daha olumlu tutum içerisinde olduğu ilgili bulgular neticesinde ortaya konulmuştur. Elde edilen bu araştırma sonucu literatürde bulunan birkaç çalışma ile benzerlik gösterdiği görülmektedir (Lakhal vd., 2012; Pritchard vd., 2018). Ayrıca kamu kurum ve kuruluşlarında çalışabilme yada iş bulabilme durumunda kadınların erkeklere göre daha pozitif yönlü tutuma sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın diğer bir çarpıcı sonucu ise öğrencilerin yaşı yükseldikçe bölüm tercihi yaparken araştırma ifadelerine karşı tutumlarındaki değişimlerdir. Özellikle iş hayatına erken başlama

imkanı, özel kurumlarda iş bulabilme ve ülkenin turizm alanında hızlı bir gelişim göstermesi gibi tercihte etkili olan faktörlerin bireylerin yaşının yükselmesi ile birlikte önemlerini yitirdikleri ve bu faktörlere karşı olan tutumların negatif yönde değiştiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca ailelerin demografik verilerine göre de tutumlarında farklılıklar meydana geldiği tespit edilmiştir. Tüm bu bulgular ve sonuç raporuna dayanarak özel sektör, kamu kurum ve kuruluşlarına ve araştırmacılara bazı öneriler getirilebilir.

Kamu Kurum ve Kuruluşlarına,

- Araştırma sonuçları doğrultusunda turizm işletmeciliği bölümünden mezun olan bir öğrencinin elde ettiği yetkinlikler ile kamu sektöründe iş bulma ihtimalinin düşük olduğu algısı mevcuttur. Bu nedenle özellikle başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere il ve taşra teşkilatındaki turizm müdürlüklerinde, turizm mezunlarının istihdam edilmesi ülke açısından önemli ve faydalı olacaktır.
- Turizm endüstrisinin halk nezdinde var olan imajının değiştirilmesi amacıyla tanıtım çalışmalarının yapılması yararlı olacaktır.
- Özellikle turizm sektörünün yüksek çalışma saatlerine sahip olması ve personel hakları konusunda ilgili kamu kurumları tarafından daha sıkı denetimlerle düzenin sağlanması sektör ve işgücü adına yararlı olacaktır.

Turizm İşletmelerine,

- Özellikle öğrencilerin bölüm tercihinde en düşük imaja sahip olan çalışma saatlerinin turizm sektöründe yüksek oluşuna yönelik sonuç kapsamında, bir çözüm olarak sektör tarafından çalışma şartlarının iyileştirilmesi imaj açısından faydalı olacaktır.
- Yoğun çalışma saatleri kalifiye elemanları işletmelerden uzaklaştırmakta hatta sektörden de uzaklaşmasına neden olarak nitelikli insan kaynağı sorunu yaratmaktadır. Bu bağlamda turizm işletmelerindeki çalışma ortamı ve düzeninin iyileştirilmesi önem arz etmektedir.
- Sektörde eğitimsiz ve ucuz işgücü olarak personel çalıştırılmamalıdır. Bu durum mevcut ve gelecekte işgücü olacak kalifiye personeli sektörün dışına iterek, hizmet kalitesinde düşüşlere sebep olmaktadır. Dolaylı yoldan ise ülke imajına kadar etkisi olabilecek bu durumda değişikliklerin yapılması mecburi görülmektedir.

Araştırmacılara,

- İlgili araştırma belli kıstaslar çerçevesinde yapıldığından ve bu aynı zamanda araştırmanın sınırlılıklarından olduğu gerekçesiyle, farklı değişkenlere ve araştırma metotlarıyla bölüm tercihinin etki eden faktörlerin incelenmesi yararlı olabilir.
- İlgili araştırmanın farklı bir araştırma evreni üzerinde uygulanması, tutumlardaki farklılıkların karşılaştırılması açısından önemli olacaktır.
- Nitel araştırma yöntemleri ile öğrencilerin görüşlerini daha derinlemesine incelemek mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Agarwal, T. (2010). Factors Influencing Career Choice of Management Students in India, *Career Development International*, 13(4), 362-76.
- Akar, C. (2012). Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), 97-120.
- Ancheh, B. S. K., Krishnan, A. ve Nurtjahja, O. (2007). Evaluative Criteria for Selection of Private Universities and Colleges in Malaysia. *Journal of International Management Studies*, 2(1), 1-11.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektöründeki İstihdamla İlgili Görüşleri Ve Sektördeki Kariyer Beklentileri (Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği). *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-21.
- Beggs, J. M., Bantham, J. H. ve Taylor, S. (2008). Distinguishing the Factors Influencing College Students Choice of Major, *College Student Journal*, 42(2), 381.
- Bilgin, Y. (2011). Turizmde Lisans Öğrenimi Gören Öğrencilerin Kişilik Özellikleri ve Mesleğe Yönelik Düşünceleri Üzerine Bir Alan Araştırması, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Düzce.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Kitabevi, 8. Baskı, Sakarya.
- Creed, P. A., Fallon, T. ve Hood, M. (2009). The Relationship between Career Adaptability, Person

and Situation Variables, and Career Concerns in Young Adults. *Journal of Vocational Behavior*, 74(2), 219-229.

Croson, R. ve U. Gneezy (2009). Gender Differences in Preferences. *Journal of Economic Literature*, 47 (2), 448-474.

Deniz, S. (2001). Bireyin Meslek Seçimini Etkileyen Kaynaklar: Yeni Teknolojilerden İnternet, *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, Sayı 6.

Dinçer, İ. F., Akova, O. ve Kaya, F. (2013). Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi Örneği, *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 1 (2), 42-56.

Galotti, K. M. (1999). Making a major real-life decision: College student choosing an academic major, *Journal of Educational Psychology*, 91(2), 379-387.

Granitz, N., Chen, S. ve Kohli, K.K. (2014). Choosing Business as a College Major: A Survey of High School Students, *Journal of the Academy of Business Education*, 15, 1-22.

Hansen, L. S. (2001). Integrating Work, Family and Community through Holistic Life Planning. *The Career Development Quarterly*, 49, 261-274.

İbiş, S., Şengel, Ü., Batman, O. ve Zengin, B. (2016). Turizm Öğrencilerinin Bölüm Tercihinde Genel Bilgi Düzeylerinin Rolü, *3rd International Congress of Tourism and Management Researches*, Antalya.

Jenkins, A. K. (2001). Making a Career of It? Hospitality Student's Future Perspectives: An Anglo-Dutch Study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(1), 13 – 20.

Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayın Dağ. Şti., 8. Baskı, Ankara.

Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenilirlik katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48.

King, B., Mc Kercher, B. ve Waryszak, R. (2003). A Comparative Study of Hospitality and Tourism Graduates in Australia and Hong Kong, *International Journal of Tourism Research*, 5(6), 409-420.

Koca, İ. A. (2010). Kariyer Seçiminde Kariyer Değerleri ile Demografik Faktör İlişkisi: *Çukurova*

Üniversitesi'nde Bir Araştırma, Çukurova Üniv. İİBF Dergisi, 14, 56-70.

Kozak, M. A. ve Kızıllırmak, İ. (2001). Türkiye'de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 9-16.

Lakhal, S., Frenette, E., Sevigny, S. ve Khechine, H. (2012). Relationship between choice of a business major type and big five personality traits, *International Journal of Management in Education*, 10, 88-100.

Mcglynn, A. P. (2007). Achieving The Dream – What Is It and what's New? *The Hispanic Outlook in Higher Education*, 18 (4), 44-45.

Mohd, F., Salleh, A. M. ve Mustapha, R. (2010). The Influence of Contextual Aspects on Career Decision Making Of Malaysian Technical Students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 7, 369-375.

Mourad, M. (2011). Rome of Brand Related Factors in Influencing Student's Choice in Higher Education Market, *International Journal of Management in Education*, 5, 258-270.

Pritchard, A., Fudge, J., Crawford, E. C., ve Jackson, J. (2018). Undergraduate choice of major satisfaction: An expanded role for personality measures. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1–20.

Richardson, Scott (2009). Undergraduates' perceptions of tourism and hospitality as a career choice. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3): 382-388.

Rogers, M. E., Creed, P. A. ve Glendon, A. I. (2008). The Role of Personality in Adolescent Career Planning and Exploration, A social cognitive perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 132–142.

Roney, S. A. ve Öztin, P. (2007). Career Perception of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 6 (1), 4-17.

Salahjarahat, M. (2015). What's really matter when choosing a college major!, *International Journal of Art and Commerce*, 4 (2), 92-110.

Sarıkaya, T. ve Khorshid, L. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.

Strasser, S., Özgür, C. ve Schroeder, D. (2002). Selecting a business college major: An analysis of criteria and choise using the analytical hierarchy process, *Mid-american Journal of Business*, 17(2), 47-56.

TDK (2019). “Meslek”, <http://www.tdk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 15.05.2019.

Tuna, M., Akça, İ., Tuna, A. A. ve Gürlek, M. (2017). Turizm Öğrenimi Gören Öğrencilerin Sektör Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışmaya Yönelik Tutumları: Meslek Yüksekokulu, Yüksekokul ve Fakülte Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 41-60.

Walmsley, A. (2004). Assessing Staff Turnover: A View from the English Riviera, *International Journal of Tourism Research*, 6, 275–287.

Wildman, M. ve Torres, R. M. (2001). Factors Identified When Selecting A Major In Agriculture, *Journal of Agricultural Education*, 42(2), 46-55.

Yıldız, S. B. (2013). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik Bakış Açılıarı, *14. Ulusal Turizm Kongresi*, 595-614, Kayseri.

Zang, W. (2007). Why IS: Understanding undergraduate students'intensions to choose an information systems major, *Journal of information Systems Education*, 18(4), 447-458.

Zengin, B., Şen, L.M. ve Solmaz, A.S. (2011). A Research on Sufficiency of University Education about Satisfaction of University Student's Career Expectations, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 496-504.

Zody, Z., MacDermid, S., Schrank, H. ve Sprenkle, D. (2006). Boundaries and the Functioning Of Family and Business Systems. *Journal of Family and Economic Issues*, 27 (2), 185-206.