

**T.C
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ULUSLARARASI SKAL ÖDÜLÜ “TURİZM EĞİTİM OSCARI”
ALMIŞ TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VEREN
YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ HİZMET KALİTESİ
ÖLÇÜMÜ: TURİZM REHBERLİĞİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BAHAR DEVECİ

Balıkesir, 2016

**T.C
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ULUSLARARASI SKAL ÖDÜLÜ “TURİZM EĞİTİM OSCARI”
ALMIŞ TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VEREN
YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ HİZMET KALİTESİ
ÖLÇÜMÜ: TURİZM REHBERLİĞİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BAHAR DEVECİ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY

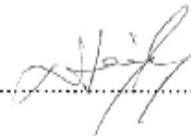
Balıkesir, 2016

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ


TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201412501012 numaralı Bahar DEVECİ'nin hazırladığı "Uluslararası Skal Ödülü "Turizm Eğitim Oscar" Almış Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Hizmet Kalitesi Ölçümü: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav yönetmeliği uyarınca 17.06.2016 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU

İmza.....

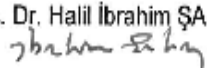
Üye : Prof. Dr. Mustafa TEPECİ

İmza.....

Üye: Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY
(Danışman)

İmza.....

Yukarıda imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylım.

...24...12.6.../2016
Enstitü Müdürü
Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN


ÖNSÖZ

Uluslararası Skal Ödülü almış lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesinin turizm rehberliği öğrencileri tarafından nasıl değerlendirildiğinin ortaya konulmasını amaçlayan bu çalışma, yükseköğretim kurumları için önem taşımaktadır. Turizm rehberliği öğrencilerine yönelik yapılan bu araştırma ile yükseköğretim kurumları, kurumun hizmet kalitesini iyileştirmek ve geliştirmek adına fikir sahibi olabilirler. Böylelikle yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin artırılması ümit edilmektedir.

Tez konusunun belirlenmesinden bu çalışmanın tamamlanmasına kadar geçen süre zarfı içerisinde bana yardımcı olan, her zaman destekleyen ve görüşlerini benimle paylaşan, öğrencisi olmaktan gurur duyduğum danışman hocam Sayın Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY'a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca her zaman öğrencisi olduğum için kendimi çok şanslı hissettiğim ve fikirleri ile bana daima yol gösteren değerli hocam Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU'na teşekkür ederim.

Hayatım boyunca üzerimde büyük emeği olan, beni maddi ve manevi yönden her zaman destekleyen, benim için hiçbir fedakarlıktan kaçınmayan annem Emine ATA'ya, babam Kemal ATA'ya ve benim için bir kardeşten çok daha fazlası olan biricik kardeşim Uğur ATA'ya teşekkürü bir borç bilirim. İyi ki varsınız.

Son sözüm ise benim için hayatımda çok büyük önem taşıyan hayat arkadaşım; *“sevgili eşim Bilal DEVECİ öncelikle çok yoğun çalışmana rağmen bu tezin her aşamasında bana ayırdığın zaman için, yardımların ve desteğin için çok teşekkür ederim. Sadece bu çalışmada değil hayatımın her anındaki desteğin ve yardımların için ne kadar teşekkür etsem azdır. Hayatımda olduğun için çok şanslıyım ve seni tanıdığım günden itibaren hayat çok güzel.”*

Balıkesir, 2016

Bahar DEVECİ

ÖZET

ULUSLARARASI SKAL ÖDÜLÜ “TURİZM EĞİTİM OSCARI” ALMIŞ TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VEREN YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ: TURİZM REHBERLİĞİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

DEVECİ, Bahar

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY

2016, 164 Sayfa

Son yıllarda Türkiye’de önemini daha da hissettirmeye başlayan turizm olayı, büyük bir hızla gelişmektedir. Bu gelişim sürecinde, ülke turizminin daha iyi noktalara ulaşmasında turist rehberlerinin de payı büyüktür. Günümüzde de turist rehberleri, sektörün vazgeçilmez dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Bu nedenle bilgisi, becerisi, tutum ve davranışları ile ülkeyi temsil edecek ve doğru tanıtacak, ziyaretçilerin memnun ve olumlu izlenimle ülkelerine geri dönmesini sağlayacak nitelikli ve kaliteli turist rehberlerinin yetiştirilmesi için turizm ve rehberlik eğitimi ciddi, hassas ve üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Bu hususta da yükseköğretim kurumlarındaki eğitimin kalitesi en önemli faktörlerden biridir.

Çalışmada Skal Ödülü almış lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üç yükseköğretim kurumunda öğrenim gören turizm rehberliği öğrencilerinin, yükseköğretim hizmet kalitesini nasıl değerlendirdiğini belirlemek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada anket tekniği kullanılmış ve elde edilen veriler istatistiki analizlere tabi tutulmuştur.

Çalışma beş ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde giriş ana başlığı altında araştırmanın konusu, amacı, önemi, varsayımları, kapsam ve sınırlılıkları ile tanımlar yer almaktadır.

İkinci bölüm ilgili alanyazın bölümünden oluşmakta ve ilgili alanyazın bölümü kuramsal çerçeve ve ilgili araştırmalar olarak iki kısımda ele alınmaktadır. Kuramsal çerçeve turizm ve turist, eğitim, mesleki eğitim, turizm eğitimi ve turizm rehberliği eğitimi, hizmet, hizmet kalitesi, yükseköğretimde hizmet kalitesi ve Skal alt bölümleri olmak üzere dört bölümden oluşmakta ve bu konularla ilgili açıklayıcı bilgiler verilmektedir. İlgili araştırmalar bölümünde ise yükseköğretimde hizmet kalitesi ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; Skal Ödülü almış lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üç yükseköğretim kurumunda öğrenim gören turizm rehberliği öğrencilerinin yükseköğretim hizmet kalitesini nasıl değerlendirdiklerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmanın süreci ve yöntemi değerlendirilmektedir.

Dördüncü bölümde araştırmanın bulgularına ve son bölümde ise araştırmanın sonuçlarına yer verilmekte ve bu sonuçlara ilişkin öneriler geliştirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm eğitimi, Lisans düzeyinde turizm eğitimi, Turizm rehberliği eğitimi, Yükseköğretimde hizmet kalitesi, Turizm eğitiminde hizmet kalitesi, Skal.

ABSTRACT

THE EVALUATION OF SERVICE QUALITY ON HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS PROVIDING TOURISM GUIDANCE TRAINING THAT HAS THE INTERNATIONAL SKAL AWARD-THE OSCAR OF TOURISM TRAINING: A RESEARCH ON THE STUDENTS OF TOURISM GUIDANCE

DEVECİ, Bahar

Master Thesis, Department of Tourism Management

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY

2016, 164 Pages

In recent years, tourism events in Turkey have begun to make the importance felt even more which are growing very rapidly. In this development process, tourist guides' support is huge on the country's tourism success. Today, tourist guides are one of the essential dynamics in the industry. Therefore, tourism and guidance training is a serious and delicate issue in order to train qualified tourist guide who can represent our country and can present it well with his/her knowledge, skills, attitudes and behaviors by providing the visitors positive impressions as well as satisfactory return to their countries.

A study has been conducted to determine how the quality of higher education service is evaluated by tourist guiding students studying at three higher education institutions with Skal Award and also teach tourist guide training at a bachelor degree.

The study contains five main sections. In the first part, under the main introduction title of the study, the study's topic, its goal, importance, assumptions, scope, boundaries and terms are stated.

The second part includes relevant literature and the relevant literature section has been discussed in two parts as of the theoretical framework and the

related researchs. The theoretical framework consist of four main bodies some of which are tourism and tourist, education, vocational training, tourism training and tourism guide training, service, the quality of service, the quality of service on higher education and Skal subdivisions and some comprehensive information and insights have been presented. In related researchs' section, studies about the quality of service on higher education are stated.

The third part of the study, the study's process and method has been evaluated to determine how the quality of higher education service is evaluated by tourist guiding students studying at three higher education institutions with Skal Award and also teach tourist guide training at a bachelor degree.

In the fourth part, the research findings and in the last part the results of research are presented and some proposals are developed for these reseults.

Key Words: Tourism training, Bachelor degree tourism training, Tourism guidance training, The quality of sevice on higher education, The quality of service on tourism training, Skal

Toprağa...

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
EKLER LİSTESİ	xiii
1.GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Konusu	2
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Araştırmanın Varsayımları	3
1.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	4
1.6. Tanımlar	4
2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	6
2.1. Turizm ve Turist Kavramları	6
2.1.1. Turizmin Tanımı ve Özellikleri	6
2.1.2. Turizmin Sınıflandırılması	8
2.1.2.1. Turistin Geldiği Yere Göre Turizm	9
2.1.2.2. Turist Sayılarına Göre Turizm	9
2.1.2.3. Seçilen Zamana Göre Turizm	10
2.1.2.4. Kapsanan Süreye Göre Turizm	10
2.1.2.5. Sosyal Niteliklere Göre Turizm	10

2.1.2.6. Ulaşım Araçlarına Göre Turizm	11
2.1.2.7. Örgütlenme Şekline Göre Turizm	12
2.1.2.8. Konaklama Biçimine Göre Turizm	12
2.1.3. Turizm Sektörünün Gelişimi ve Önemi	12
2.1.3.1. Dünya’da Turizm Sektörünün Gelişimi ve Önemi	14
2.1.3.2. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi ve Önemi	18
2.1.4. Turistin Tanımı ve Özellikleri	20
2.1.5. Turist Tipleri	22
2.2. Eğitim, Mesleki Eğitim, Turizm Eğitimi ve Turizm Rehberliği Eğitimi	24
2.2.1. Eğitimin Tanımı, Amacı ve İşlevleri	24
2.2.2. Eğitimin Toplumda Oluşturduğu Faydalar	31
2.2.3. Mesleki Eğitimin Tanımı, Amacı ve Özellikleri	34
2.2.4. Turizm Eğitiminin Tanımı, Amacı ve Özellikleri	37
2.2.5. Dünya’da ve Türkiye’de Turizm Eğitimi	39
2.2.5.1. Dünya’da Turizm Eğitimi	40
2.2.5.2. Türkiye’de Turizm Eğitimi	43
2.2.5.2.1. Örgün Turizm Eğitimi	44
2.2.5.2.2. Yaygın Turizm Eğitimi	57
2.2.6. Turizm Rehberliği Eğitimi	61
2.2.6.1. Dünya’da Turizm Rehberliği Eğitimi	62
2.2.6.2. Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitimi	68
2.2.6.2.1. Örgün Turizm Rehberliği Eğitimi	70
2.2.6.2.2. Yaygın Turizm Rehberliği Eğitimi	77
2.3. Hizmet, Hizmet Kalitesi ve Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi	81

2.3.1. Hizmetin Tanımı ve Özellikleri	81
2.3.2. Hizmet Kalitesinin Tanımı ve Özellikleri	86
2.3.3. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmetin Özellikleri	88
2.3.4. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi	90
2.3.5. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin Önemi	93
2.4. Skal	94
2.4.1. Skal'ın Tanımı ve Tarihçesi	95
2.4.2. Skal Türkiye	96
2.4.3. Skal (Skalite) Ödülleri	98
2.5. İlgili Araştırmalar	100
3. YÖNTEM	113
3.1. Araştırmanın Hipotezleri	113
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	116
3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri	118
3.4. Veri Toplama Süreci	121
3.5. Verilerin Analizi	122
4. BULGULAR VE YORUMLAR	123
4.1. Sosyo-Demografik Özellikler	123
4.2. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin Bulgular	125
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	140
5.1. Sonuç	140
5.2. Öneriler	144
KAYNAKÇA	147
EKLER	163

TABLULAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Uluslararası Turist Varışları	16
Tablo 2. Uluslararası Turizm Gelirleri	16
Tablo 3. Uluslararası Turizm Giderleri	17
Tablo 4. Toplumsal Değişim Süreci	32
Tablo 5. Öğretim Yıllarına Göre Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Okul, Öğrenci ve Öğretmen Sayıları	46
Tablo 6. Türkiye’de Önlisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Meslek Yüksekokulları	49
Tablo 7. Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Üniversiteler	53
Tablo 8. Türkiye’de Turizm Alanında Lisansüstü Programı Olan Üniversiteler	56
Tablo 9. Turizm Rehberliği Bölümü Önlisans Programları	71
Tablo 10. Turizm Rehberliği Bölümü Lisans Programları	72
Tablo 11. Turizm Rehberliği Lisans Ders Programlarındaki Benzer ve Farklı Mesleki Dersler	73
Tablo 12. Profesyonel Turist Rehberliği Sertifika Programında Okutulan Dersler ile Örgün Öğretim Ders Müfredatlarının Karşılaştırılması	75
Tablo 13. Hizmetin Tarihsel Tanımları	82
Tablo 14. Fiziksel Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar	83
Tablo 15. Müşteri, Üretici ve Müşterinin Sistem İçerisindeki Konumu	92
Tablo 16. Turizm Eğitimi Alanında Skal Ödülü Almış Kurum/Kuruluşlar	100
Tablo 17. Belirlenmiş Evrenler İçin Kabul Edilebilir Örneklem Büyüklükleri	118
Tablo 18. Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri	124

Tablo 19. Demografik Özellikler İle Kurumun İdari Yönü Boyutu Arasındaki İlişki	126
Tablo 20. Demografik Özellikler İle Kurumun Akademik Yönü Boyutu Arasındaki İlişki	126
Tablo 21. Demografik Özellikler İle Kurumun İmajı Boyutu Arasındaki İlişki	127
Tablo 22. Demografik Özellikler İle Erişilebilirlik Boyutu Arasındaki İlişki	127
Tablo 23. Demografik Özellikler İle Kurumun Sunduğu Diploma Programları Boyutu Arasındaki İlişki	128
Tablo 24. Demografik Özellikler İle Kurumun Fiziki İmkanları Boyutu Arasındaki İlişki	129
Tablo 25. Demografik Özellikler İle Hizmet Kalitesi Ölçeği Arasındaki İlişki	129
Tablo 26. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Korelasyon Matrisi	130
Tablo 27. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi	133
Tablo 28. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değerleri	134
Tablo 29. Yaygın Olarak Kabul Görmüş Uyum İndeksleri	135
Tablo 30. Düzeltme Öncesi Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelinin Uyum Değerleri	138
Tablo 31. Düzeltme Sonrası Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelinin Uyum Değerleri	139
Tablo 32. Araştırmanın Hipotezleri ve Sonuçları	143

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Eğitim Sistemi İçinde Örgün ve Yaygın Eğitimin Yeri	26
Şekil 2. Türkiye’de Turizm Eğitimi Şeması	44
Şekil 3. Türkiye’de Turizm Eğitimi Piramidi	45
Şekil 4. Hizmetin Genel Özellikleri	86
Şekil 5. Yükseköğretim Kurumunda Müşteri Sınıflandırması	91
Şekil 6. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeline İlişkin Sonuçlar(Standart Solution)	136
Şekil 7. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeline İlişkin Sonuçları (T Değerleri)	137

EKLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
EK-1. Anket Formu	163

1. GİRİŞ

Turizm en hızlı gelişen ve en fazla ekonomik gelir sağlayan sektörlerden biridir. Bu yüzden turizme verilen önem gün geçtikçe artmaktadır. Günümüzde turist rehberleri de turizm sektörünün vazgeçilmez işgörenleri konumundadır. Turist rehberleri bir ülkenin tanıtımında en önemli kaynaklardan ve araçlardan biridir. Bir turist rehberinin kaliteli eğitim programlarında yetişmesi ise temel zorunluluktur. Bu hususta eğitim, üzerinde durulması gereken en önemli konulardan biridir. Sektörün kaliteli ve nitelikli rehber ihtiyacı, turizm rehberliği eğitimi veren kurumlar tarafından karşılanacağına göre öncelikle bu kurumlarda verilen turizm rehberliği eğitiminin niteliği diğer bir deyişle kalitesi oldukça önem arz etmektedir.

Turizm emek yoğun bir sektördür ve hizmet endüstrisi olduğu için temel öge insandır. Kaliteli hizmet de ancak nitelikli eleman ile gerçekleşmektedir. Nitelikli eleman ise kaliteli bir eğitimle yetiştirilmektedir. İşte bu noktada, yükseköğretim kurumlarında verilen turizm rehberliği eğitiminin hizmet kalitesini sürekli iyileştirmek önem kazanmaktadır.

Eğitim bir hizmettir ve eğitim hizmetleri de hizmet sektörünün bir alt sektörüdür. Üniversiteler ise hizmet üreten ve hizmeti öğrencilere sunan kurumlardır. Eğitim sektörü içinde yer alan üniversiteler bugün kendi aralarında ve uluslararası platformda rekabet etmektedirler. Hizmet kalitesi standartlarını analiz eden ve sürekli olarak iyileştirme ve geliştirme yoluna giden üniversiteler bu yoğun rekabette ön plana çıkarak lider konumuna gelmektedirler. Hizmet kalitesi yüksek olan üniversiteler, daha kaliteli liselerden mezun olan öğrenciler tarafından tercih edilmekte ve tercihlerinde ilk sıraları oluşturmaktadır. Bununla birlikte hizmet kalitesi yüksek olan yükseköğretim kurumlarından mezun olan kaliteli öğrencilerde sektörde aranan eleman olacaktırlar.

Hizmet kalitesini, sunulan hizmetin “tüketici beklentilerine uygun olma düzeyi” ve “tüketicilerin tatmin olma düzeyi” olarak ifade etmek mümkündür. Eğitim sektöründe de öğrenciler tüketici konumundadır ve temel amaç öğrencilerin tatmin edilmesidir. Bu doğrultuda yükseköğretim kurumlarının da en önemli hedefi öğrencileri tatmin etmek olmalıdır.

Eğitimde kalite son derece önemlidir. Bu yüzden, dünyadaki pek çok okul ve üniversite kalite ile ilgilenmekte ve eğitim kalitesini yükseltmek için çalışmalar

yapmaktadır. Hizmet kalitesini ölçmek diğer tüm hizmet üreten sektörlerde olduğu gibi eğitim sektöründe de oldukça güçtür. Ancak kalite iyileştirme ve geliştirme çalışmalarını yapabilmek için mevcut kalitenin ölçülmesi gerekmektedir. Literatürde yer alan yükseköğretim kurumlarında kalite konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde öğrencilere yönelik algıların belirlenmesinin ön planda olduğunu görülmektedir. Hizmet kalitesini ölçmek için çeşitli ölçekler kullanılmaktadır ancak eğitim sektörü diğer hizmet sektörlerinden farklı bir yapıya sahip olduğu için kullanılan ölçeklerin eksik taraflarının olduğu görülmüştür. Bu yüzden, bu çalışmada yükseköğretim kurumlarının özelliklerini dikkate alan ve özel olarak bu alanda kullanılmak üzere geliştirilmiş HEdPERF ölçeğinden yararlanılmıştır.

1.1. Araştırmanın Konusu

Araştırma yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin belirlenmesiyle ilgilidir. Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin belirlenmesi üzerine turizm rehberliği öğrencilerine yönelik olarak kurgulanmıştır.

Araştırmanın konusu belirlenirken öğrenciler ve turizm rehberliği öğrencileri üzerine yapılan çalışmalar incelenmiştir. Araştırmamızın konusu olan yükseköğretimde hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik öğrenciler üzerine yapılan birtakım çalışmalar olduğu gözlemlenmiştir. Yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik yapılan bu çalışmalarda çeşitli ölçekler kullanılarak hizmet kalitesi ölçülmeye çalışılmış ancak sonuçlarına bakıldığında bazılarında bu ölçeklerin eğitim hizmet kalitesini ölçmede yetersiz olduğu görülmüştür. Bununla birlikte araştırmanın kaynak tarama sürecinde ve yapılmaya karar verildiği süreçte, 2005 yılında Firdaus tarafından geliştirilen ve 2013 yılında Bektaş ve Akman tarafından Türkçeye uyarlanan HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmede güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu tespit edilmiş ve bu yüzden araştırmada bu ölçekten yararlanılmıştır. Ayrıca araştırmanın evreni belirlenirken Uluslararası Skal Ödülü almış ve turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumları seçilmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Yapılan araştırmanın temel amacı; Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesinin turizm

rehberliği öğrencileri tarafından değerlendirilmesidir. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap bulunmaya çalışılacaktır.

1. Turizm rehberliği öğrencileri öğrenim gördükleri yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesini nasıl değerlendirmektedir?
2. Turizm rehberliği öğrencilerinin yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesini değerlendirmesi demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
3. Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Araştırmaya konu olan hizmet kalitesinin ölçülmesi diğer bütün sektörlerde önemli olduğu gibi eğitim hizmetlerinde de oldukça önemli bir konu olarak dikkat çekmektedir. Eğitim hizmetlerinde kalite düzeyinin belirlenmesindeki ilk adım, öğrenci memnuniyetinin belirlenmesidir. Bu doğrultuda memnuniyet, öğrenci algılarının analizi ile ortaya konulabilmektedir. Dolayısıyla öğrencilerin eğitim hizmetlerinin kalitesine yönelik algılarının belirlenmesi, hizmet kalitesinin standardının belirlenmesi ve iyileştirilmesi adına büyük önem taşımaktadır.

Literatür incelendiğinde yükseköğretim kurumlarındaki eğitim hizmetlerinin kalitesini belirlemeye yönelik yerli ve yabancı araştırmalara rastlamak mümkündür. Ancak yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesinin ölçümünde HEdPERF ölçeğinin kullanıldığı yerli bir çalışmaya rastlanmamış olması ve Skal Organizasyonu hakkında literatürde bir bilgiye rastlanmamış olması araştırmanın önemini arttıran bir özellik olarak dikkat çekmektedir.

Bununla birlikte hizmet kalitesi ölçeğinin boyutları ve hizmet alan öğrencilerin bazı demografik özellikleri dikkate alınarak eğitim hizmetlerinin kalitesinde bir farklılık bulunup bulunmadığının ortaya konması da araştırmaya değer katan diğer bir özelliktir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın temel iki varsayımı bulunmaktadır. Birinci varsayıma göre; turizm rehberliği öğrencilerinin yükseköğretimde hizmet kalitesi değerlendirmesini

etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Diğer bir varsayım ise; yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

1.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını yükseköğretim kurumlarındaki eğitim hizmetleri kalitesinin öğrenci algılamalarıyla belirlenmesi oluşturmaktadır, bu anlamda eğitim hizmetlerinin kalite düzeyi yalnızca öğrenci algılamaları ile sınırlandırılmıştır. Diğer yandan öğrenci sayıları belirlenirken Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi tarafından yayınlanan kılavuzda yer alan öğrenci sayıları dikkate alınmıştır. Araştırma Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren üç yükseköğretim kurumunun turizm rehberliği programında öğrenim gören turizm rehberliği öğrencilerine yapılmıştır ve hepsinin araştırmaya katılması hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında evren 580 öğrenci olarak tespit edilmiştir. Ancak anketin uygulandığı dönemde ilgili okullarda öğrenim gören bazı öğrencilerin devamsızlığı ve eksik ya da hatalı doldurulan anketler değerlendirilmediği için araştırmaya dahil edilen anket sayısı 504 olarak gerçekleşmiştir ve bu da diğer bir sınırlılığı oluşturmaktadır.

1.6. Tanımlar

Çalışmada geçen bazı terimlerin tanımları aşağıda yer almaktadır.

Turizm: Turizm, devamlı yaşanan yer dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan ya da en az bir gecelenmeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların meydana getirdiği ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkilerin bütünüdür (Usta, 2009: 7).

Turist: 1966 yılında 22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği'nde yapılan tanıma göre turist; para kazanma amacı olmadan, dinlenmek ve eğlenmek için veya kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sağlık ve benzeri amaçlarla, sürekli bulunduğu yerden geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat eden ve yeniden yaşadığı yere dönen kişi olarak tanımlanmaktadır (Maviş vd., 2002: 7).

Eğitim: Yeni yetişen nesilleri toplum hayatına hazırlamak amacıyla, onlara gerekli bilgi, beceri ve anlayışı kazandırma ve kişilik geliştirmelerine yardım etme faaliyetidir (Hacıoğlu vd., 2008: 1).

Örgün Eğitim: Belirli yaş gruplarındaki ve aynı seviyedeki bireylere, amaca uygun şekilde hazırlanmış programlarla okul çatısı altında düzenli olarak verilen eğitimidir (Pelit ve Güçer, 2006: 141).

Yaygın Eğitim Örgün eğitime hiç katılmamış veya halen bir örgün eğitim kurumunun bir kademesinde devam eden ya da bu kademelerin birinden ayrılmış olan kişilere verilen ve genellikle kısa süreli eğitim şeklidir (TÜSİAD, 1999: 63).

Mesleki Eğitim: Bir toplumdaki bireylerin meslek sahibi olabilmeleri ve mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve pratik uygulama kabiliyetleri kazandırarak, kişinin kabiliyetlerinin fiziksel, entelektüel, duygusal, sosyal ve ekonomik yönlerden geliştirilme süreci olarak tanımlanmaktadır (Aymankuy ve Aymankuy, 2002: 29; Pelit ve Güçer, 2006: 141; Hacıoğlu vd., 2008: 5; Ünlüöner vd., 2010: 145).

Turizm Eğitimi: Turizm eğitimi, her seviyedeki öğrenciye turizm temel görüşünü, misafirperverliğin temel ilkelerini vermek; turizm sektöründe çalışan personelin genel ve mesleki bilgilerini arttırmak ve turizm sektörüne yönetici ve araştırmacı niteliği taşıyan uzman, uygulayıcı, teknisyen yetiştirmek için oluşturulan her çeşit faaliyetlerdir (Çakır vd., 2012: 137).

Hizmet: Amerikan Pazarlama Birliği (AMA) tarafından hizmet, satışa sunulan ya da ürünlerin satışıyla beraber sağlanan eylemler, faydalar veya doygunluklar olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2003: 4).

Hizmet Kalitesi: Parasuraman, Zeitzmal ve Berry tarafından hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti almadan önceki beklentilerini ve faydalandıkları gerçek hizmet deneyimini karşılaştırmaları sonucu, beklentileri ve algılanan performans farklılığının yönü ve derecesi olarak tanımlanmıştır (Aymankuy, 2005: 3).

Skal: Skal, dünya turizm profesyonellerinin küresel turizmi ve arkadaşlığı yaymaya çalıştığı uluslararası en yaygın ve en eski turizm sivil toplum örgütüdür.

Skal (Skalite) Ödülü: Skal International İstanbul tarafından 1998 yılından beri hem turizm sektöründe "kalite" çitasını yükseltmeyi hedefleyen kişi ve kuruluşları ödüllendirmek hem de kaliteyi bir yönetim felsefesi olarak benimsemiş olan kişilerin sektör çalışanlarına örnek olmasını sağlamak amacıyla verilen ödüdür (www.skalistanbul.com).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmada Skal Ödülü almış lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üç yükseköğretim kurumunda öğrenim gören turizm rehberliği öğrencilerinin, yükseköğretim hizmet kalitesini nasıl değerlendirdiğini belirlemeden önce turizm, turist, eğitim, mesleki eğitim, turizm eğitimi, turizm rehberliği eğitimi ve hizmet kalitesi kavramları ve Skal ile ilgili açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Turizm ve Turist Kavramları

Çalışmanın bu bölümünde turizm ve turist kavramları tanımlanmıştır. Daha sonra turizm; özellikleri, sınıflandırılması, gelişimi ve önemi bakımından, turist; özellikleri ve tipleri bakımından detaylı olarak incelenmiş ve bu konular ile ilgili bilgiler sunulmuştur.

2.1.1. Turizmin Tanımı ve Özellikleri

Turizm olayını ve kavramını tanımlamak amacıyla yapılan çalışmalar 19. yüzyılın sonlarına kadar dayanmaktadır. Olayın farklı yönlerine önem veren yazarlar, birbirinden farklı tanımlar yapmışlardır. Konuya yaklaşım açıları ve önem verdikleri öğelerin farklı olması, turizmin çeşitli tanımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Usta, 2009: 7).

Turizmin ilk tanımını 1905 yılında literatüre kazandıran Guyer-Feuler'in yaptığı tanıma göre turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının sorunsuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına imkan tanıyan modern çağa özgü bir olaydır (Çuhadar, 2006: 4; Küçükaslan, 2007: 2; Kozak ve Bahçe, 2009: 1).

Uluslararası Turizm Akademisi'nin yaptığı tanıma göre turizm; gezi yolculukları için kullanılan bir terim, bu tür yolculukları gerçekleştirmek için yapılan insansal davranışların tümü ve turistin ihtiyaçlarını karşılamak için işbirliği halinde çalışan endüstridir (Eralp, 1983: 34).

Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği (AIEST)'nin tanımına göre turizm; yabancıların geçici ya da devamlı, asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönüşmemek koşuluyla konaklamalarından meydana gelen ilişkilerin ve olayların bütünüdür (Güngördü, 2003: 6).

Turizm olayının meydana gelmesinde ve tanımlanmasında dinamik bir unsur olarak kabul edilen "seyahat" ve statik faktör olarak bilinen "konaklama" önemli bir yer teşkil etmektedir. Hangi seyahatlerin turizm olayı sayılabileceğine seyahatin amacı ve konaklama yapılıp yapılmadığı değerlendirilerek karar verilmektedir. Bazen çok kısa seyahatler, amacı ile birlikte değerlendirildiğinde konaklamasız da olsa turizm olayı sayılabiliyorken, tam tersine uzun seyahatler turizm olayı sayılmayabilir. Ayrıca uzun seyahatlere göre de turizm olayına değişik bakış açıları bulunmaktadır (Kozak ve Güçlü, 2006: 5).

Goeldner ve Ritchie (2003: 6) turizm olayına şu şekilde yaklaşmaktadırlar; turizm, bireylere ya da gruplara seyahatlerinde ulaşım, konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence, aktivite ve ağırlama servisleri gibi olanakları sunan faaliyetler, hizmetler ve seyahat deneyiminin birleşimini oluşturmaktadır.

Turizm, devamlı yaşanan yer dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan ya da en az bir gecelmeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların meydana getirdiği ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkilerin bütünüdür (Usta, 2009: 7).

Yapılan turizm tanımları doğrultusunda turizmin bir takım özelliklerinin olduğu araştırmacılar tarafından ortaya konulan bir gerçektir. Araştırmacılar, turizm olgusunu ve turizmin tanımını farklı bakış açılarından değerlendirerek turizmin özelliklerini çeşitli şekillerde ifade etmektedirler. Turizm tanımları dikkate alındığında turizmin sahip olduğu bir takım özellikler şu şekilde sıralanabilir (Kozak vd., 2001: 7; Özmen, 2007: 9-10; Usta, 2009: 7-8; Güdü, 2011: 10-11).

- Turizm biri dinamik, diğeri statik iki unsurdan oluşmaktadır.

Statik unsur; konaklamayı ve bunu oluşturan tesisleri kapsamaktadır. Konaklama, kişilerin kendi konutları dışında, turizm amacıyla yapılan yapı ve tesislerden yararlanmayı ifade etmektedir.

Dinamik unsur; seyahat etmeyi, ulaşım araçlarından yararlanmayı kapsamaktadır. Turizm olayının gerçekleşebilmesi için yer değiştirmeyi

sağlayan seyahat esas koşuldur. Ancak seyahatin geçici ve kişilerin kendi konaklama yerlerinin dışında olması, tekrar devamlı kaldığı konuta geri dönüş amacını taşıması gerekmektedir.

- Turizm, ticari bir kazanç amacına yönelik değildir. Tam aksine, bir tüketim olayıdır.
- Turizm olayının kişisel bir ihtiyaca yönelmiş olması ve tüketim niteliği taşıması gerekmektedir. Turizmin, özellikle tüketim ilişkileri şeklinde oluşması ekonomik özelliğini ortaya koymaktadır. Döviz bozdurulması, seyahat edilen ülkede yapılan harcamalar, görünmeyen ihracat özelliği taşıması turizmin ekonomik yönünü oluşturmaktadır.
- Turizm sadece seyahat ve konaklamadan meydana gelen bir faaliyet değildir. Seyahat ve konaklamanın meydana getirdiği kurumlar, faaliyetler ve davranışlar turizm kavramı bünyesinde yer almaktadır. Bu yüzden turizmi bir endüstri olarak dikkate alma zorunluluğu bulunmaktadır. Ayrıca turizm; bütünleşik endüstri, hizmet endüstrisi ve endüstrileşmeyi sağlayan endüstri özelliklerine de sahiptir.
- Turizm, toplum içinde gerçekleşmektedir. Ölçülebilir nitelikte olması, toplumsal etkileşim yaratması sebebiyle de sosyal bir olay niteliği taşımaktadır.
- Turizm, bir çeşit boş zaman değerlendirme faaliyetidir. Çünkü turizm sektöründe üretilen ürün ve hizmetlerin tüketilebilmesi için tüketicilerin boş zamanının olması gerekmektedir.

2.1.2. Turizmin Sınıflandırılması

Turizm ile ilgili literatürde çeşitli sınıflandırmaların yapıldığını görmek mümkündür. Bunun asıl nedeni; turizm çeşitlerinin birbirinden kesin çizgilerle ayrılamamasıdır. Turizm sosyal farklılaşma ihtiyacına bağlı olarak, hem tatil ve çekim merkezleri bazında hem de turizmde kullanılan ulaştırma araçlarının türüne göre ayrılmaktadır (Avcıkurt, 2009: 17).

Turizmin sınıflandırılmasının faydası, turistlerin çeşitli amaçlarla turizm faaliyetlerine katılmaları sebebiyle turizm ürün çeşitlendirilmesine gidilerek, talepleri doğrultusunda serbestçe seçim yapabilmelerini sağlamaktır. Ancak, günümüzde tüketicilerin gereksinimleri ve talepleri zaman içinde farklılık gösterebilmekte, böylece sınıflandırmaya yeni turizm çeşitleri ilave edilmektedir (Usta, 2009: 11).

Turizmin sınıflandırılması; turistin geldiği yere göre, turist sayılarına göre, seçilen zamana göre, kapsanan süreye göre, sosyal niteliklere göre, ulaşım araçlarına göre, örgütlenme şekline göre ve konaklama biçimine göre olmak üzere sekiz kategoride incelenmiştir. Bunlar kendi içlerinde de çeşitli başlıklara ayrılmaktadır.

2.1.2.1. Turistin Geldiği Yere Göre Turizm

Turistin geldiği yere göre turizm; iç turizm ve dış turizm olarak ikiye ayrılmaktadır.

- **İç turizm:** Kişilerin sürekli yaşadıkları yerlerden ayrılarak kendi ülkeleri içinde başka bölgelere ya da şehirlere yaptıkları seyahatlerdir (Ongun, 2004:18).
- **Dış turizm:** Kişilerin kendi ülkelerinin dışında yaptıkları seyahatlerdir. Dış turizm ikiye ayrılmaktadır.
 - **Aktif dış turizm (Incoming):** Yurtdışından gelen yabancı turistlerin gerçekleştirmiş olduğu seyahatlerdir.
 - **Pasif dış turizm (Outgoing):** Ülke insanlarının başka ülkelerde turizm amacıyla gerçekleştirmiş oldukları seyahatlerden doğan turistik hareketlerdir (Usta, 2009:14).

2.1.2.2. Turist Sayılarına Göre Turizm:

Turist sayılarına göre turizm ayrımında turizm faaliyetlerine katılan kişilerin sayısı dikkate alınmaktadır.

- **Bireysel turizm:** Kişilerin yeni yerler görme, macera ya da buna benzer nedenlerle bireysel olarak turizme katılmalarıdır.
- **Kollektif turizm:** Dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organları vb. gibi çeşitli toplumsal grupların turizme birlikte katılmalarıdır.
- **Kitle turizmi:** Kişilerin turizm hareketlerini geniş ölçüde büyük kitleler halinde gerçekleştirdikleri turizm çeşididir (Maviş vd., 2002: 14-15).
- **2.1.2.3. Seçilen Zamana Göre Turizm**

Hangi mevsimin seçildiği dikkate alınarak “yaz turizmi” ve “kış turizmi” olarak, turizm hareketlerinin yoğunluğu dikkate alınarak ise “sezon içi turizm” ve “sezon dışı turizm” şeklinde sınıflandırılmaktadır (Usta, 2009:14).

2.1.2.4. Kapsanan Süreye Göre Turizm

Kapsanan süreye göre turizm ayrımında turizm faaliyetinde konaklama süresi önem arz etmektedir. Kapsanan süreye göre turizm; kısa süreli turizm ve uzun süreli turizm olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

- **Kısa süreli turizm:** Hafta sonu tatili ya da bir başka yere yolculuk sırasında genellikle bir ya da iki günlük konaklamalardan meydana gelen turizm çeşididir.
- **Uzun süreli turizm:** Psikolojik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları karşılamak amacıyla sürekli yerleşim yeri dışındaki tesislerde en az dört gecelemeden meydana gelen turizm çeşididir (Uzun, 2009: 13-1).

2.1.2.5. Sosyal Niteliklere Göre Turizm

Sosyal niteliklere göre turizm; yaş düzeylerine ve gelir düzeylerine göre olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

- **Yaş düzeylerine göre turizm:** Gençlik turizmi ve üçüncü yaş turizmi olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir.
- **Gençlik turizmi:** Dünyayı tanımak ve görmek isteyen maddi imkanları sınırlı genç nüfusun kendilerine sunulan konaklama, ulaşım ve diğer hizmet imkanlarını değerlendirerek, farklı ülkeleri ziyaret etmeleridir. İstatistikler kişilerin gençlik döneminde gezdikleri ve beğendikleri yerlere daha sonraki zamanlarda da seyahat etme eğiliminde olduklarını göstermektedir (Usta, 2009: 15).
- **Üçüncü yaş turizmi:** Genelde 65 yaş ve üzeri kişilerin katıldıkları turizm aktivitelerini içeren turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Hacıoğlu ve Şahin, 2008: 18). Yeterli boş zaman ve gelire sahip olmanın yanı sıra aile sorumluluğunun da azaldığı bir dönemde olan üçüncü yaştaki bireyler önemli bir turist potansiyelini oluşturmaktadırlar. Bu pazarın hareketlendirilmesi ve değerlendirilmesi maksadıyla birçok ülkede geliştirilmeye çalışılan üçüncü yaş turizmi, çoğunlukla sağlık ve kültür turizmi destekli olarak yapılmaktadır (Maviş vd., 2002: 17).
- **Gelir düzeyine göre turizm:** Lüks turizm, geleneksel turizm (orta sınıf turizmi) ve sosyal turizm olarak üç başlık altında incelenmektedir.

- **Lüks turizm:** Bu tür turizme katılan bireyler üst düzeyde gelire sahip ve toplum içerisinde yüksek prestije sahip bireylerdir. Pahalı ve konforlu turistik tesisleri tercih etmektedirler. Geceleme sayıları diğer turistlere oranla daha azdır (Mankan, 2012: 10).
- **Geleneksel turizm (Orta sınıf turizmi):** Turistik tüketim imkanları bulunan, geleneksel seyahat ve konaklama işletmelerinin hizmetlerinden faydalanarak seyahat eden bireylerin ve ailelerin oluşturduğu turizm biçimidir (Usta, 2009: 15).
- **Sosyal turizm:** Ekonomik güçleri nispeten kısıtlı olan, emekliler, yaşlılar, öğrenciler, sakatlar, özürllüer gibi gruplar tarafından gerçekleştirilen seyahatlerdir. Bu turizm çeşidinde bireyler seyahat masraflarını, kendileri karşılayabilme imkanına sahip değildirlere. Özellikle devlet, yerel yönetimler, sendikalar vb., bu kitleyi turizm faaliyetlerine katılmaları yönünde maddi ve manevi olarak desteklemektedirler (Hacıoğlu ve Şahin, 2009: 31).

2.1.2.6. Ulaşım Araçlarına Göre Turizm

Ulaşım araçlarına göre turizm; karavan turizmi, demiryolu turizmi, gemi turizmi (krvaziyer turizm) ve yat turizmi olarak dörde ayrılmaktadır.

- **Karavan turizmi:** Kişilerin ulaşım, konaklama bir dereceye kadar da yeme içme gereksinimlerini karşılayarak, farklı ülkeleri görmek ve tanımak amacıyla karavanlar ile yaptıkları ziyaretlerden meydana gelen turizm çeşididir (Şenol, 2008: 491).
- **Demiryolu turizmi:** Alışılmış özelliklerinin haricinde, bir ya da birkaç özelliğe sahip olan trenlerle veya özelliği olan güzergahlarda trenle yapılan seyahatlerdir (Usta, 2009: 16).
- **Gemi turizmi (Krvaziyer turizm):** Seyahat, konaklama, yeme içme ve eğlence hizmetlerinin birlikte sunulduğu, her yaş turist grubuna hitap eden, çoğunlukla Amerika ve Avrupalı zengin turistlerin tercih ettikleri, lüks gemiler ile gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Gökgöz, 2010: 17).
- **Yat turizmi:** İnsanların gezi, dinlence, eğlence gibi amaçlarla yatla doğall, tarihi, turistik değere sahip ve değışik yöreleri içine alan bir rota boyunca yaptıkları gezi olarak tanımlanmaktadır (Narin, 2006: 128).

2.1.2.7. Örgütlenme Şekline Göre Turizm

Örgütlenme şekline göre turizm; kişisel olarak ya da araçlarla yapılmasına göre ikiye ayrılmaktadır (Usta, 2009: 16):

- **Bağımsız turizm:** Bireylerin kendi yaptıkları program doğrultusundaki seyahatleri oluşturmaktadır.
- **Örgütlü turizm:** Bireylerin seyahat acentası ya da tur operatörleri vasıtasıyla yaptıkları seyahatleri oluşturmaktadır.

2.1.2.8. Konaklama Biçimine Göre Turizm

Konaklama biçimine göre turizm; konaklayanlara sunmuş oldukları hizmet kalitesinin ve kuruluş yerlerinin çeşitliliğine göre otel, motel, pansiyon, kamping vb. gibi ayrımların yapılabildiği turizm çeşitleridir (Sarı, 1996: 11).

2.1.3. Turizm Sektörünün Gelişimi ve Önemi

20. yüzyılın ikinci yarısında meydana gelen ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik değişiklikler, turizm alışkanlıkları ve gereksinimleri üzerinde büyük etkiler yaratmış ve bununla birlikte uluslararası düzeyde yaygın bir turizm hareketi başlamıştır. Böylece, turizm günümüzde sanayileşme ve uluslararası ticaret gibi önemli ve sürekli bir sektör olma özelliği kazanmıştır (Usta, 2009: 2).

Hızla gelişmekte olan turizm sektörü, istihdam ve sermaye yatırıma katkısı bakımından ulusal ekonomilerin başta gelen sektörlerinden biri konumundadır. Ödemeler bilançosunda yer alan turizm, görünmeyen ihracat konumunda olup, milli gelir artışına ve bununla birlikte ülke kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır (Yamak vd., 2012: 205).

Turizmin özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri üzerindeki olumlu etkileri sayesinde, bu sektörün ekonomik yönü daha çok ön plana çıkmaktadır. Turizmin olumlu ekonomik etkileri; ödemeler dengesine etkisi, gelir etkisi, yurtdışında ithalat etkisi, işgücü çarpanı etkisi, ihracat ve gelir dağılımını düzenleyici etkisi, istihdam artışı ve yeni iş olanakları sağlaması, ekonomik gelişme ve döviz geliri yaratması, küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, hayat standardının ve kalitesinin yükseltilmesi şeklinde sıralanabilir (Kar vd., 2004: 89-90; Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 353).

Turizm sadece ekonomik bir olay değil, aynı zamanda ekolojik, politik, sosyal ve kültürel, çevresel yönleride olan toplum ve sosyal yapı üzerinde önemli rol oynayan uluslararası platformdaki bir harekettir (Gürbüz, 2002: 52; Avcıkurt, 2009: 50; Civelek, 2010: 332). Turizm, hem turist kabul eden hem de turist gönderen ülke insanlarını sosyo-kültürel anlamda etkilemektedir. Örneğin; on farklı ülkede, seyahate çıkan 18-25 yaş arası 1452 genç turist arasında yapılan bir araştırmaya göre, tatilden döndükten sonra bu turistlerin % 75'i farklı kültürleri takdir ettiklerini ve % 50'ye yakını da gittikleri bölgelerde yaşayan halka kendilerinininde bir şeyler vermiş olduklarını hissettiklerini belirtmişlerdir. Turizmin geliştiği bölgelerde yaşayanlar için ise turizm olayı istihdam ve çeşitli girişimcilik faaliyetleri vasıtasıyla yaşam standartlarını yükseltme aracı olmakta, kadınların ekonomik olarak işgücüne katılması için olanaklar sağlamakta ve turizmin gelişmesinin bir parçası olarak sağlanan iyi hizmetlerden yararlanma fırsatı sunmaktadır. Ancak bu olumlu etkilerin yanı sıra, kumar ve alkol kullanım alışkanlığının başlaması, otel ve restoran gibi işletmelerde emek gücüne dayalı ve düşük ücretli personel sayısının artışı gibi çeşitli olumsuz etkilerin bulunduğu da görülmektedir (Avcıkurt, 2009: 50-52).

Günümüzde turizmin yarattığı ekonomik, politik, sosyal ve kültürel etkilerin, özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerdeki rolü gittikçe artmaktadır. Bu durum, sadece gelişmiş ülkelerde değil aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizmin önemini arttırmaktadır. Turizm uluslararası düzeyde geniş istihdam imkanları sağlayan bir sektördür ve dünyada yaklaşık 300 milyon kişi bu sektörde istihdam etmektedir. Diğer bir deyişle, dünyada her 16 çalışandan biri turizm sektöründe yer almaktadır ve bütün uluslararası sermaye yatırımlarının yaklaşık % 7'si turizm endüstrisine yapılmaktadır. Bu sayede dünyada ve ülkemizde turizme verilen önem gün geçtikçe artmakta, turizm faaliyetleri çeşitlilik kazanmakta, yeni destinasyonlar ve turizm türleri insanların dikkatini çekmektedir (Özdemir ve Kervankıran, 2011: 3).

Ayrıca turizmin varlığı ve gelişimi çevrenin varlığına da bağlıdır. Bir bölgede, turizmin büyümesi ve gelişmesi, çevrenin korunması ve iyileşmesine fayda sağlayabilir. Bunun aksine, plansız ve sağlıksız bir turistik gelişme çevre ve çevre kalitesinin kötüleşmesine neden olarak çevreyi olumsuz yönde etkileyebilir (Avcıkurt, 2009: 43).

2.1.3.1. Dünya’da Turizm Sektörünün Gelişimi ve Önemi

Turizme yalnızca seyahat olayı olarak bakılacak olursa, bu faaliyetin geçmişinin insanlık tarihi kadar eski olduğunu söylemek mümkündür. Turizmin tarihsel gelişimi konusunda yapılan araştırmalar, turizmin geçmişini; yazıyı, parayı ve tekerleği bulan, ticareti başlatan ve ticari ilişkilerde parayı ilk kullanan Sümerlere yani MÖ. 4000 yıllarına kadar uzandığını göstermektedir. Fenikelilerin de büyük ihtimalle ilk gezginler olduğu düşünülmektedir. Genellikle ticaret amacıyla seyahat eden bu denizci toplumlar çeşitli yerlere seyahat etmişlerdir. Geçmişte insanlar çeşitli nedenlerle sürekli olarak yaşadıkları yerlerden farklı yerlere seyahat etmektedirler. Bu seyahatlerin bir kısmı ticari ve dini amaçlı yapılırken bazen sağlık amaçlı da yapılmıştır. İnsanların araştırma gereksinimi, merak ve macera tutkusu da turizmin meydana gelmesi ve gelişmesinde önemli bir yer tutmaktadır (Çuhadar, 2006: 15).

MÖ. 3000 yıllarında sahip olduğu tapınaklar ve piramitler sayesinde Mısır, gezginlerin dikkatini en çok çeken ülkelerden biri olmuştur (Yıldız, 2011: 56). Eski çağlarda toplumların ticaret amacıyla ülkeleri ya da komşu bölgeleri ziyaret etmesi de turizm olayı olarak değerlendirilmektedir. O dönemde karayollarının düzenli ve çok sayıda olmaması yüzünden uzak yolculukların deniz yoluyla yapılmasına sebep olmuştur (Doğanay, 2001: 17). Eski Yunanda Olimpiyat Oyunlarının başlamasıyla ise daha büyük kitlelerin seyahat etme imkanları doğmuştur (Gökgöz, 2010: 6). Özellikle ilkçağ dönemlerinde turizmin; ekonomi, spor, inanç ve sağlık gibi nedenlerle gerçekleştiği görülmektedir (Usta, 2009: 30).

Ortaçağda ise daha çok dini turizm hareketlerinin gerçekleştirildiği görülmektedir. Doğu kültürünün Batı kültürüne etkisi nedeniyle de, Haçlı Seferleri de seyahat olarak kabul görmektedir. Bu dönemde kaplıcalar ise, İlkçağda olduğu gibi eğlence ve dinlenme yerleri olarak değilde sağlık amacıyla ziyaret edilmektedir (Kurtoğlu, 1994: 11).

İstanbul’un Türkler tarafından fethedilmesinden sonra Bizans bilginlerinin büyük bir kısmı Roma’ya sığınmış ve Romalılara Yunancayı öğretmişlerdir. Eski eserlerin incelenip değerlendirilmesi neticesinde, Rönesans doğmuş ve Roma’da bulunan antik eserlere olan ilginin arttığı görülmüştür. Roma’daki kıymetli eserleri görmek amacıyla pek çok insan seyahate yönelmiş ve bununla birlikte de yoğun bir turizm olayı başlamıştır (Usta, 2009: 33). Bu sayede ekonomik amaçlı yapılan seyahatlerin yanı sıra kültürel amaçlı seyahatlerde de artış görülmüştür (Doğanay, 2001: 21).

İlkçağ dönemlerinde başlayan ticari ve askeri amaçlı seyahatler Yeniçağ ile birlikte turistik özellikler de kazanmışlardır. Diğer bir ifadeyle, artık insanlar gezmek amacıyla da seyahat etmeye başlamışlardır. Yeniçağ'da ise daha serbest bir ortamın oluşması ve Endüstri Devrimi'nin gerçekleşmesi turizmin destekleyici gücü olmuştur. 1830'lu yıllarda demiryolu ulaşımının gelişmesi ve buharlı gemilerin hizmete girmesi eğlence amacıyla yapılan seyahatin büyük kitleler arasında yaygınlaşmasında büyük rol oynamıştır (Uzun, 2009: 9). Bu sayede, orta sınıf insanlarda turizm olayına katılmaya başlamışlardır (Usta, 2009: 33).

Daha sonra, Thomas Cook 1841 yılında at yarışı seyretmek için bir şiline trenle Letter-Loughborough arasında bir tur düzenlemiş ve 570 kişiyi taşıyarak organize tur kavramını ortaya çıkarıp ilk turistik geziyi gerçekleştirmiştir. I. Dünya Savaşı sonrası 1918-1920 yılları arası dönem de modern turizmin başlangıcı olarak görülmektedir (Yıldız, 2011: 57).

Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra, ulaşım araçları, yollar, plajlar, eğlence ve spor alanları, konaklama tesisleri ve altyapı imkanlarıyla büyük bir turizm endüstrisi meydana gelmiştir (Usta, 2009: 33). Bununla birlikte, teknolojik gelişmeler, yaşam standartlarında oluşan iyileşmeler ve küreselleşmenin beraberinde getirdiği seyahat özgürlüğü, turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısının hızlı bir şekilde artmasına neden olmuştur. Bunun sonucu olarak da turizm sektörü dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline almıştır (Yıldız, 2011: 57). 20. yüzyıla bakıldığında ise iktisadi ve sosyo-kültürel bakımdan ülkelerin gelişmesine en büyük katkıyı turizm sektörünün sağladığı görülmektedir (Karataş ve Babür, 2013: 16).

Günümüzde ise hızla büyüyen ve gelişen turizm sektörünü rakamsal olarak aşağıdaki tablolarda ifade etmek mümkündür. Tablo 1'e bakıldığında uluslararası turist varışlarındaki ilk on ülke sıralanmıştır ve 2013 yılında da 2014 yılında da ilk sırayı Fransa'nın aldığı görülmektedir. Ülkelerin yıllara göre turist varışlarındaki oranlar da verilmiştir ve bir önceki yıllara göre olan artışlar belirtilmiştir. Tabloda belirtilen ülkelerde bir önceki yıllara göre oranların arttığı ve sayıların yükseldiği görülürken Çin'in rakamlarına bakıldığında bir düşüş olduğu görülmektedir. Ancak 2013 yılına göre 2014 yılında daha fazla artış olmuştur. Bu düşüşe rağmen Çin'in dördüncü sırada olduğunu da belirtmek gerekmektedir.

Tablo 1. Uluslararası Turist Varışları

Sayı	Ülke	Dünya Turizm Örgütü Bölgesi	Uluslararası Gelen Turist Sayısı (2014) (Milyon)	Uluslararası Gelen Turist Sayısı (2013) (Milyon)	2014'ün 2013'e göre değişim oranı (%)	2013'ün 2012'ye göre değişim oranı (%)
1	Fransa	Avrupa	83.7	83.6	0.1	2.0
2	ABD	K.Amerika	74.8	70.0	6.8	5.0
3	İspanya	Avrupa	65.0	60.7	7.1	5.6
4	Çin	Asya	55.6	55.7	-0.1	-3.5
5	İtalya	Avrupa	48.5	47.7	1.8	2.9
6	Türkiye	Avrupa	39.8	37.8	5.3	5.9
7	Almanya	Avrupa	33.0	31.5	4.6	3.7
8	Bir.Krallık	Avrupa	32.6	31.1	5.0	6.1
9	Rusya	Avrupa	29.8	28.4	5.3	10.2
10	Meksika	K.Amerika	29.1	24.2	20.5	3.2

Kaynak: UNWTO. (2015). Tourism Highlights 2015 Edition; TÜROFED Turizm Raporu 2015/2

Tablo 2'de ise uluslararası turizm gelirleri rakamları verilmiştir. Turizm gelirlerindeki ilk on ülke sıralandığında ilk sırayı Amerika Birleşik Devletleri almaktadır. 2014 verilerine baktığımızda Tayland ve Hong Kong gelirlerinin benzer olduğu söylenebilir ancak önceki yıllara göre değişim oranları farklılık göstermektedir. Tablodaki ülkelerin gelirlerinde bir önceki yıla göre yaşanan artış görülürken, bunun yanında Fransa, Makao, Tayland ve Hong Kong'un gelirlerinde 2013' e göre 2014 yılında ufak düşüşler olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 2. Uluslararası Turizm Gelirleri

Sayı	Ülke	Dünya Turizm Örgütü Bölgesi	Uluslararası Turizm Gelirleri (2014) (\$)	Uluslararası Turizm Gelirleri (2013) (\$)	2014'ün 2013'e göre değişim oranı (%)	2013'ün 2012'ye göre değişim oranı (%)
1	ABD	K.Amerika	177.7	172.9	2.5	7.0
2	İspanya	Avrupa	65.2	62.6	4.2	7.6
3	Çin	Asya	56.9	51.7	10.2	3.3
4	Fransa	Avrupa	55.4	56.7	-2.3	5.6
5	Makao	Asya	50.8	51.8	-1.9	18.1
6	İtalya	Avrupa	45.5	43.9	3.7	6.6
7	Bir.Krallık	Avrupa	45.3	41.0	10.3	12.1
8	Almanya	Avrupa	43.3	41.3	5.0	8.2
9	Tayland	Asya	38.4	41.8	-8.0	23.4
10	HongKong	Asya	38.4	38.9	-1.4	17.7

Kaynak: UNWTO. (2015). Tourism Highlights 2015 Edition, TÜROFED Turizm Raporu 2015/2

Tablo 3'e bakıldığında uluslararası turizm giderleri rakamları verilmiş ve ülkelerin gittikleri yerlerde yaptıkları harcamalar belirtilmiştir. Bu tabloya bakıldığında 2013 ve 2014 yıllarında en fazla harcama yapan ilk on ülke görülmektedir. Verilen rakamlara bakıldığında 2013 ve 2014 yıllarında en çok harcama yapan ülkenin Çin olduğu görülmektedir ve bunun yanında en çok pazar payına da sahip ülkedir.

Tablo 3. Uluslararası Turizm Giderleri

Sayı	Ülke	Dünya Turizm Örgütü Bölgesi	Uluslararası Turizm Giderleri (2014) (\$)	Uluslararası Turizm Giderleri (2013) (\$)	Pazar Payı	2014'ün 2013'e göre değişim oranı (%)
1	Çin	Asya	164.9	128.6	13.2	27.1
2	ABD	K.Amerika	110.8	104.1	8.9	6.4
3	Almanya	Avrupa	92.2	91.4	7.4	0.9
4	Bir. Krallık	Avrupa	57.6	52.7	4.6	3.8
5	Rusya	Asya	50.4	53.5	4.0	13.7
6	Fransa	Avrupa	47.8	42.9	3.8	11.3
7	Kanada	K.Amerika	33.8	35.2	2.7	3.3
8	İtalya	Avrupa	28.8	27.0	2.3	6.9
9	Avustralya	Okyanusya	26.3	28.6	2.1	-1.7
10	Brezilya	G.Amerika	25.6	25.0	2.1	11.7

Kaynak: UNWTO. (2015). Tourism Highlights 2015 Edition; TÜROFED Turizm Raporu 2015/2

Tablolarda belirtilen rakamlardan da anlaşılacağı üzere turizm sektörü bazı dönemlerde çeşitli sebeplerle küçük düşüşler yaşamasına rağmen büyük bir hızla büyümektedir. Bunun bir göstergesi olarak Dünya Turizm Örgütü 2020 yılında 1600 milyon turist turizm olayına katılacağını ve bununla birlikte 2 trilyon Amerikan doları kazanç sağlanacağını tahmin etmektedir. Bu perspektiften incelendiğinde turizmde yeni gelişmeler yaşanacağı ve önümüzdeki dönemde de turizmin en hızlı büyüyen ve gelişen sektörlerden biri olacağını söylemek doğru olacaktır. Çünkü turizm arzı içerisinde birçok çeşitli alanların ortaya çıkmasının yanı sıra var olan turistik faaliyetlerde de önemli gelişmeler bulunmaktadır. Son zamanlara kadar turizmin büyük bir kısmını oluşturan “deniz, kum, güneş” üçlüsü de popülaritesini kaybetmekte, özellikle sağlık turizmi başta olmak üzere kültür ve tarih turizmi gelişim göstermekte ve gittikçe daha fazla talep görmektedir (Yıldız, 2011: 57).

2.1.3.2. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi ve Önemi

Dünyada hızlı bir şekilde büyüyen ve gelişen turizm sektörü Türkiye’de de neredeyse dünyadaki duruma paralel olarak gelişmektedir (Yıldız, 2011: 57). Türkiye coğrafi konumu, turistik değerleri, sahip olduğu denizler ve kumsallar, güneşli gün sayısının varlığı, nadir bulunan tarih, sanat, arkeoloji, kültür ve folklor değerleri ile uluslararası turizmde önemli bir yer sahibidir (Gümüş, 2008: 5).

Türkiye’de turizme yönelik ilk faaliyetler, 1890 yılında yürürlüğe giren 190 sayılı “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek Nizamname” ile başlamıştır. Cumhuriyet döneminde Kültür Bakanlığı’nın temeli sayılabilecek ilk örgütlenme; 1920 yılında TBMM’nin kurulmasından sonra Maarif Vekaleti içerisinde yer alan Hars Dairesi’nin oluşturulması ile başlamıştır. 1926 yılında Hars Dairesi kaldırılarak; Kütüphaneler, Müzeler ve Güzel Sanatlar olmak üzere üç ayrı müdürlük oluşturulmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011: 6). Türkiye’de cumhuriyetin kurulmasının ardından 1923 yılında Türk Seyyahin Cemiyeti kurulmuş ve bu cemiyet 1930 yılında Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu adını almıştır (Oktayer vd., 2007: 41; Çuhadar, 2006: 24).

Turing ve Otomobil Kurumu tarafından ilk defa Türkiye’nin turizm prospektüsleri, afişleri, karayolu haritaları bastırılmış, tercüman rehberlik sınavları ilk kez yapılmış ve turizm ile ilgili ilk araştırmalar gerçekleştirilmiştir (Kozak vd., 2001: 106). Turizmin kamu yönetimi içindeki örgütlenmesi ise, 1934 tarihli ve 2450 sayılı “İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında Kanun” ile başlamıştır. 1957 tarihli ve 4951 sayılı kanun ile ilk olarak “Basın, Yayın ve Turizm Vekaleti” kurulmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011: 6). 27 Mayıs 1960 İhtilali ile devredilen yönetimin turizm alanındaki faaliyetleri üzerine yoğun bir araştırma başlatılmıştır. Bu doğrultuda, turizm sektörüne yapılan yatırımların büyük bir çoğunluğu askıya alınmış, yapımına başlanan projeler iptal edilmiş ve maddi kaynakları kesilmiştir. Bunların sonucu olarak yeni gelişimler göstermeye başlamış olan turizm sektörü duraklamıştır. 1962 yılında ise, turizm amaçlı yapılan yatırımları duraksatan uygulamalar biraz serbestleştirilmiş ve bu yatırımların bir kısmı tamamlanabilmiştir (Ünlüönen ve Kılıçlar, 2004: 133).

Türkiye’de 1963 yılında yeni bir dönem başlamış ve “Planlı Dönem” olarak adlandırılmıştır. 1963 öncesi dönemden ise “Plansız Dönem” olarak bahsedilmektedir. Planlı dönem 1950-1960 döneminin plansız kalkınma düşüncesine tepki olarak geliştirilmiş ve uygulanmaya başlanmıştır. Planlı dönemde devletin beş yıllık kalkınma planları dahilinde sosyal ve ekonomik hayata

müdahalesi amaçlanmıştır. Dayanağını anayasadan alan bu kalkınma planları, kamu sektörü için emredici, özel sektör için ise yol gösterici bir niteliğe sahip olmuştur (Çakır ve Bostan, 2000: 36).

Türkiye’de Planlı Dönem (1960-1980) öncesinde turizmle alakalı kayda değer bir gelişmenin ve büyümenin olmadığını söylemek doğru olacaktır (Soyak, 2013: 10). Ancak planlı dönem öncesinde kayda değer bir gelişme olmamasına karşılık, bu dönem turizmin devlet teşkilatı içerisinde yer almasına önderlik etmiştir. Dönem boyunca turizmin büyüüp gelişmesi için yapılan çalışmalar planlı dönemin alt yapısını meydana getirmiştir denilebilir (Sözen, 2007: 66).

Türkiye’de turizm sektörünün meydana gelmesi 1963 yılında başlamış, modern bir turizm oluşumunun gerçekleşmesi yönündeki gerçekçi adımlar ise 1980’li yıllarda atılmıştır (Şahin vd., 2012: 99). 1980’li yıllarda Türkiye’de turizm açısından önem taşıyan birçok değişiklik meydana gelmiştir. 27 Ocak 1982 tarihinde Bakanlar Kurulu kararıyla Türk turizminde kamu örgütlenmesi bakımından önemli bir evre olan Turizm İşleri Yüksek Koordinasyon Kurulu oluşturulması ve 12 Mart 1982’de kabul edilen 2684 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu Türkiye’de turizmin ilerlemesinde önemli dönüm noktaları olmuştur (Gümü, 2008: 6).

Türkiye 1980 yılları sonrasında turizmi, ekonomik gelişme için itici güç olarak görmüş ve bu yüzden yetersiz ekonomik kaynakların büyük bir kısmını turizmin gelişmesine tahsis etmiştir. Bu gayretlerle birlikte gelişme gösteren turizm sektörü Türkiye’nin genç ve dinamik sektörlerinden biri olmayı başarmıştır (Unur, 2000: 11).

Türkiye’deki turizm hareketlerine bakıldığında, 1984 yılından itibaren turist sayılarında belirgin artışlar olduğu görülmektedir. Ancak bu artışlarda bazı yıllarda yaşanan krizler yüzünden durgunluklar görülebilmektedir. Bu duruma örnek verilecek olunursa, 1991 yılındaki Körfez krizi ve sonrasında çıkan Körfez Savaşı sonucunda turist sayısında % 39’luk, turizm gelirlerinde % 20’lik bir düşüş, 1999 yılında global kriz, Kosova Savaşı, terör olayları ve depremler yüzünden turist sayısında % 23,2’lik, turizm gelirlerinde ise % 27,5’lik bir düşüş meydana gelmiştir (Tunç, 2003: 40).

1980’li yıllardan beri turizm sektöründe görülen devamlı artış, ekonomi üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Bu etkilerin en önemlisi, Türkiye’nin kalkınması için gerekli olan ekonomik gelişmenin sağlanmasına katkıda bulunmasıdır. Türkiye ekonomisi yıllar boyunca kriz dönemleri hariç sürekli bir gelişim içerisinde olmuştur.

Birçok sektörde önemli hamleler yapan Türkiye ekonomisi turizm sektöründe dünya sıralamasında önemli bir yer edinmiştir (Çoban ve Özcan, 2013: 247).

Günümüzde turizm sektörü Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden birisi konumundadır. Ödemeler bilançosunda ihracattan sonra ikinci büyük döviz kaynağı olarak yerini almaktadır. Ayrıca çeşitli büyüklükte iş kollarından oluşan 41 farklı alt sektörle bağlantılıdır. Telekomünikasyon ve enformasyondan sonra 21. yüzyıla damga vuran dünyanın üç ana hizmet sektöründen biri konumundadır. Emek yoğun bir sektör olan turizm, yurtiçindeki istihdam bakımından da inşaat sektöründen sonra ikinci sırada yerini almaktadır. Türkiye'deki toplam işgücünün % 16'sı turizm sektöründe istihdam edilmektedir (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 352).

Turizm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de devamlı gelişim göstermektedir. Türkiye'nin son çeyrek asırda hangi konuma geldiğini Turizm Bakanlığı'nın verilerini inceleyerek görmek mümkündür. Turizm endüstrisinin başladığı 1990'lı yıllarda ülke geneline turistik amaçlı ziyaretlerin sayısı 4,4 milyon iken bu rakamın 2010'lu yıllarda 10 milyonu geçtiği görülmektedir. 2010'lu yıllara gelindiğinde dünya pazarında önemli bir konumdadır ve 30 milyon rakamlarını da geçmiştir. Ayrıca son durum gösteriyorki Türkiye turistlerin tercih ettikleri ülkeler sıralamasında dünya bazında 6. sırada yer almaktadır. Bu dengede devam edildiğinde ve alternatif turizm kaynakları değerlendirilerek alternatif turizm destinasyonları üretildiğinde dünya ziyaretçi sıralamasında Türkiye'nin ilk beş ülke arasında yer alacağı tahmin edilmektedir. Bununla birlikte Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yılı olan 2023 yılında 50 milyon turist ve 50 milyar ABD doları turizm geliri amaçlanmaktadır (TÜROFED, 2015: 21).

2.1.4. Turistin Tanımı ve Özellikleri

Turizm olayının öznesi insandır. Turizmin temelinde insanın psikolojik tatmin duygusu yaratması yer almaktadır. Turizm olayını meydana getiren, ona yön veren ve bu olayın odak noktasını oluşturan kişi turist olarak tanımlanmaktadır (Barutçugil, 1989: 16).

Turistin araştırmacılar ve uluslararası kurumlar tarafından yapılmış birçok tanımı bulunmaktadır. Fretchling tarafından yapılan 80 tane turizm ve seyahat konulu çalışmanın incelenmesi neticesinde "turist" ve "ziyaretçi" konularında 43 değişik tanımın olduğu belirtilmektedir (Çuhadar, 2006: 10).

Turist, turizm olayına katılan ve yön veren, devamlı olarak yaşadığı yeri ticari kazanç dışı nedenlerle geçici olarak terk ederek seyahat eden ve konaklayan; psikolojik tatmin arayışında olan; kısıtlı harcama gücü ve zamanı olan tüketici davranışları sergileyen kişiler olarak tanımlanmaktadır (Usta, 2009: 8).

Dinlenmek, eğlenmek, yeni yerler görmek, bilgisini geliştirmek gibi çeşitli amaçlarla seyahate çıkan kişilere turist denir (Doğanay, 2001: 10).

1966 yılında 22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği'nde yapılan tanıma göre turist; para kazanma amacı olmadan, dinlenmek ve eğlenmek için veya kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sağlık ve benzeri amaçlarla, sürekli bulunduğu yerden geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat eden ve yeniden yaşadığı yere dönen kişi olarak tanımlanmaktadır (Maviş vd., 2002: 7).

Bu tanımlara göre turistin özellikleri kısaca şu şekilde özetlenebilir (Usta, 2009: 9):

- Turist, turizm olayının öznesi konumundadır. Olaya doğrudan katılan ve yön veren kişi olarak turizm hareketlerinin belirleyicisi niteliğindedir.
- Turist, sürekli yerleşme amacı olmadan inanç, ailevi ilişki, sağlık, eğlence, dinlenme gibi ticari kazanç amacı olmayan sebeplerle seyahat eden kişidir.
- Bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif sebeplerle ya da buna benzer toplantılara katılmak amacıyla seyahat eden kişilerde turist sayılmaktadırlar.
- Turist, psikolojik tatmin arayan, tüketici davranışlarında bulunan, belirli harcama imkanına sahip, zamanı kısıtlı olan kişidir.

Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tarafından yapılan tanıma göre; bir ülkeye en az 24 saat boyunca kalmak için aşağıdaki nedenlerle gelenler turist sayılmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2009: 15):

- Zevk, ailevi, sağlık vb. gibi amaçlarla seyahat edenler,
- Bilimsel, idari, dini, sportif amaçlarla veya buna benzer toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler,
- Ticari amaçlarla seyahat edenler,
- Deniz gezileri ile gelenler, bu gezi süresi 24 saatten az olsa dahi turist olarak kabul edilirler.

Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi aynı zamanda seyahat ettikleri halde turist sayılmayanları şu şekilde belirtmiştir (Eralp, 1983: 41-42):

- Herhangi bir alanda çalışmak veya iş amaçlı benzer sebepler için gelenler,

- Sürekli kalmak için gelenler (göçmenler),
- Yatılıokul ya da benzeri yerlerde kalan öğrenciler,
- Sürekli oturduğu sınır bölgesinden komşu ülkeye çalışmak için gününbirlik gidip gelenler,
- Seyahati 24 saati aşsa bile ülkede durmayan transit yolcular turist sayılmazlar.

1963 yılında Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu ve Kamu Turizm Teşekkülleri Uluslararası Birliği, Roma'da düzenledikleri Uluslararası Turizm ve Seyahat Konferansı'nda aşağıdaki tanımları turizm istatistiklerine temel olmak üzere tanımlamışlardır (Usta, 2009: 9).

- **Yabancı Ziyaretçi:** Bir ülkeye gelen ve konaklama süresi 24 saati geçen ya da 24 saatten daha az olan bütün yabancı kişiler yabancı ziyaretçilerdir (Usta, 2009: 9).
- **Yabancı Turist:** Sürekli yaşadığı ülke dışında başka bir ülkeyi 24 saatten fazla bir süre içinde ziyaret eden kişilere yabancı turist denmektedir (Maviş vd., 2002: 6).
- **Gününbirlikçi (Excursionist):** Gittiği yerde 24 saatten daha az kalan kişiler gününbirlikçi (excursionist) olarak tanımlanmaktadır (Kurtoğlu, 1994: 9).

Bu tanımlar, ülkeye ve bölgeye gelecek turist ve gününbirlikçilerin saptanması için önem arz etmektedir. Yapılan saptamalar doğrultusunda yapılacak olan hizmetler ve politikalar oluşturulmakta ve istatistikler tutulmaktadır (Ongun, 2004: 10).

2.1.5. Turist Tipleri

Turizm literatüründe turistler, tatilciler ve seyahat edenler ile ilgili çok sayıda tipoloji öne sürülmüştür. Decrop ve Zidda (2008: 84-85), bu tipolojilerden biri olan sosyo-psikolojik tipolojilerin; değerler ve yaşam tarzları, tutumlar, ilgi alanları ve fikirler, güdüler ya da kişilik yapısı gibi psikografik kriterlere dayandığını öne sürmektedir. Avcıkurt (2009: 19), turist tiplerine yönelik olarak 1972'de Cohen, 1974'de Plog ve 1977'de Smith tarafından yapılan çalışmaların birbirini tamamlar nitelikte olduğunu belirtmiş ve bu duruma göre de Plog'un "dışa dönük" kişiliğinin, Cohen'in "başıboş" turistine ve Smith'in "kaşif" turistine benzer nitelikler taşıdığını anlatmaktadır.

Cohen (1972: 167-168), turist deneyimleri ve rollerine dayalı olarak dört çeşit sınıflandırma yapmaktadır. Bunlar; *örgütlenmiş kitle turisti*, *bireysel kitle turisti*, *araştırmacı (kaşif)* ve *başiboş turist tipleri* olarak adlandırılmaktadır. *Örgütlenmiş kitle turistleri*; seyahatleri boyunca sınırlı yerleri gezerler, bilinmeyenine dışına çıkmazlar ve genellikle paket tur satın alırlar. *Bireysel kitle turistleri*; bir öncekine benzemekle birlikte, gezi programlarını önceden planlarlar ve bir gruba bağlı olarak seyahat etme zorunlulukları yoktur. Ancak temel düzenlenmelerinin hemen hemen hepsi seyahat acentası vasıtasıyla yapılmaktadır. *Araştırmacı (kaşif) turistler*; yalnız seyahat ederler ve mümkün olduğunca bilinen yerlere gitmekten kaçınırlar. Gittikleri yerlerde kendi kültür ve yaşam tarzlarını devam ettirme eğilimindedirler ve bu yüzden de yerli halk ile bütünleşmemektedirler. *Başiboş turistler*; kendi tatillerini kendileri planlarlar ve kendi yaşadıkları ülkeden en fazla uzaklaşan turist tipleridir. Bu turistler gittikleri ülkedeki yerel halk ile bütünleşmeye çalışırlar ve kendi kültürlerinden uzaklaşmaya yatkın kişilerdir.

Smith, turistleri, turist etkinliklerine göre yedi kategoride sınıflandırmaktadır. Bunlar; *araştırmacı*, *seçkin*, *garip*, *olağandışı*, *kitlemsi*, *kitle* ve *kapsamlı turistler* şeklindedir. Plog ise, turistleri yaşam biçimlerine göre; *dış merkezli (allocentric)*, *orta merkezli (mid-centric)* ve *ruhsal merkezli (psychocentric)* olmak üzere üç kategoride sınıflandırmaktadır. *Dış merkezli turistler*; macera ararlar ve bireysel keşif yaparlar. Aynı zamanda yerel halk ile kaynaşırlar. *Orta merkezli turistler*; tesisleri ve imkanları büyüyen ve gelişen yerlere bireysel seyahat ederler. *Ruhsal merkezli turist tipleri* ise; popüler destinasyonlara giderler ve organize paket turları tercih ederler. Kendi yaşadıkları yerin kültürüne benzer yerlere seyahat etmek isterler (Murphy, 2013: 6).

Decrop ve Zidda (2008: 85-87), turistlerin davranışsal kriterlerine göre altı sınıflandırma yapmışlardır. Bunlar; *alışılmış turist* (tatile sınırlı ilgisi olan ve her yıl aynı tatil davranışı sergileyen), *akılcı turist* (tatillerinde riskten kaçan, tutumlu ve idareli olan), *hedonik turist* (tatilleri ile ilgili hayal kurmaktan, düşünmekten ve konuşmaktan hoşlanan), *fırsatçı turist* (tatilleri hakkında konuşmaktan hoşlanmayan ve düşünmeyen, plansız tatil yapan), *kısıtlı turist* (tatil kararı sürecini kontrol etmek yerine yaşayan ve kısıtlı finansal kaynakları ve engelleyici durumları olan), *uyumlu turist* (tatile çıkmaktan ve seyahat etmekten hoşlanan).

Ahipaşaoğlu (2006: 95-96), Saruhan'ın 1989 yılında yaptığı çalışmada turistleri davranış biçimine göre beş gruba ayırdığını ifade etmektedir. Bunlar; *ideal turist* (ön yargıları olmayan ve ülkeyi tanımak isteyen), *kabul eden turist* (her söyleneni onaylayan ve herkesi sevindirmeye çalışan), *sömüren turist* (parası olan

ama harcamayan, gezi boyunca herkesi sömürmeye çalışan), *istifçi turist* (tutucu olan, etrafındakilere soğuk görünmeyi seven) ve *pazarlamacı turist* (yaklaşım ve ilkeleri fırsatçılık olan).

Avcıkurt (2009: 23-24), son zamanda yapılan bir çalışmaya göre turistlerin on dört sınıfa ayrıldığını ifade etmektedir. Bunlar; *güneş seven turist, hareketi seven turist, antropolog turist, arkeolog turist, organize kitle turisti, heyecan arayan turist, kaşif turist, sosyete turist, araştırmacı turist, bağımsız kitle turisti, birinci sınıf turist, başıboş turist, kaçan turist ve spor seven turistir.*

Turistlerin mesleki özellikleri, alışkanlıkları, seyahat davranış şekilleri ve seyahat alışkanlıkları göz önünde bulundurularak sınıflandırma yapılmış ve dört turist tipi ortaya çıkmıştır. Bunlar; *kalıcı turist* tipi, *kalıcı ve hareketli turist* tipi, *gezgin turist* tipi ve *göçebe turist* tipidir (Usta, 2009: 169-170).

Çimrin (1995: 48-51) ise turist tiplerini on altı kategoride sınıflandırmaktadır. Bunlar; *bilgiç turist, fotoğrafçı turist, alışverişçi turist, deneyimli turist, dalgın turist, şanssız turist, obur turist, kibirli turist, mızımız turist, müşkülpesent turist, zoraki turist, neşeli tip turist, otostopçu turist, tembel turist, gösterişçi turist ve ideal turistir.*

2.2. Eğitim, Mesleki Eğitim, Turizm Eğitimi ve Turizm Rehberliği Eğitimi

Çalışmanın bu bölümünde eğitim, mesleki eğitim, turizm eğitimi ve turizm rehberliği eğitimi üzerinde durulmuştur. İlk olarak eğitimin tanımı yapılarak, amacı ve özelliklerinden bahsedilmiş ve toplumda oluşturduğu faydalar üzerinde durulmuştur. Daha sonra mesleki eğitim ve turizm eğitiminin tanımları yapılmış, amaçları ve özellikleri bakımından incelenmişlerdir. Son olarak da dünyada ve Türkiye’de turizm eğitimi ve turizm rehberliği eğitimi hakkında detaylı olarak bilgi verilmiştir.

2.2.1. Eğitimin Tanımı, Amacı ve İşlevleri

Eğitim bireyler, örgütler ve toplumlar açısından stratejik bir öneme sahiptir. Literatür incelendiğinde eğitim ile ilgili pek çok tanıma rastlanmaktadır. En basit tanımla eğitim; bireyi geliştirmeye yönelik çalışmaların tamamı olarak ifade edilmektedir (Erdoğan ve Yılmaz, 2012: 18).

Bir diğer tanıma göre eğitim; yeni yetişen nesilleri toplum hayatına hazırlamak amacıyla, onlara gerekli bilgi, beceri ve anlayışı kazandırma ve kişilik

geliştirmelerine yardım etme faaliyetidir (Hacıoğlu vd., 2008: 1). Farklı açıdan bakıldığında ise; eğitim, toplumun yaratıcı gücünü ve verimini arttıran, kalkınma çabasının gerçekleşmesi için gerekli nitelik ve nicelikte elemanların yetişmesini sağlayan ve toplumda bireylere yeteneklerine göre yetiştirme imkanı sunan en etkili araç olarak tanımlanmaktadır (Sabuncuoğlu, 1991: 124).

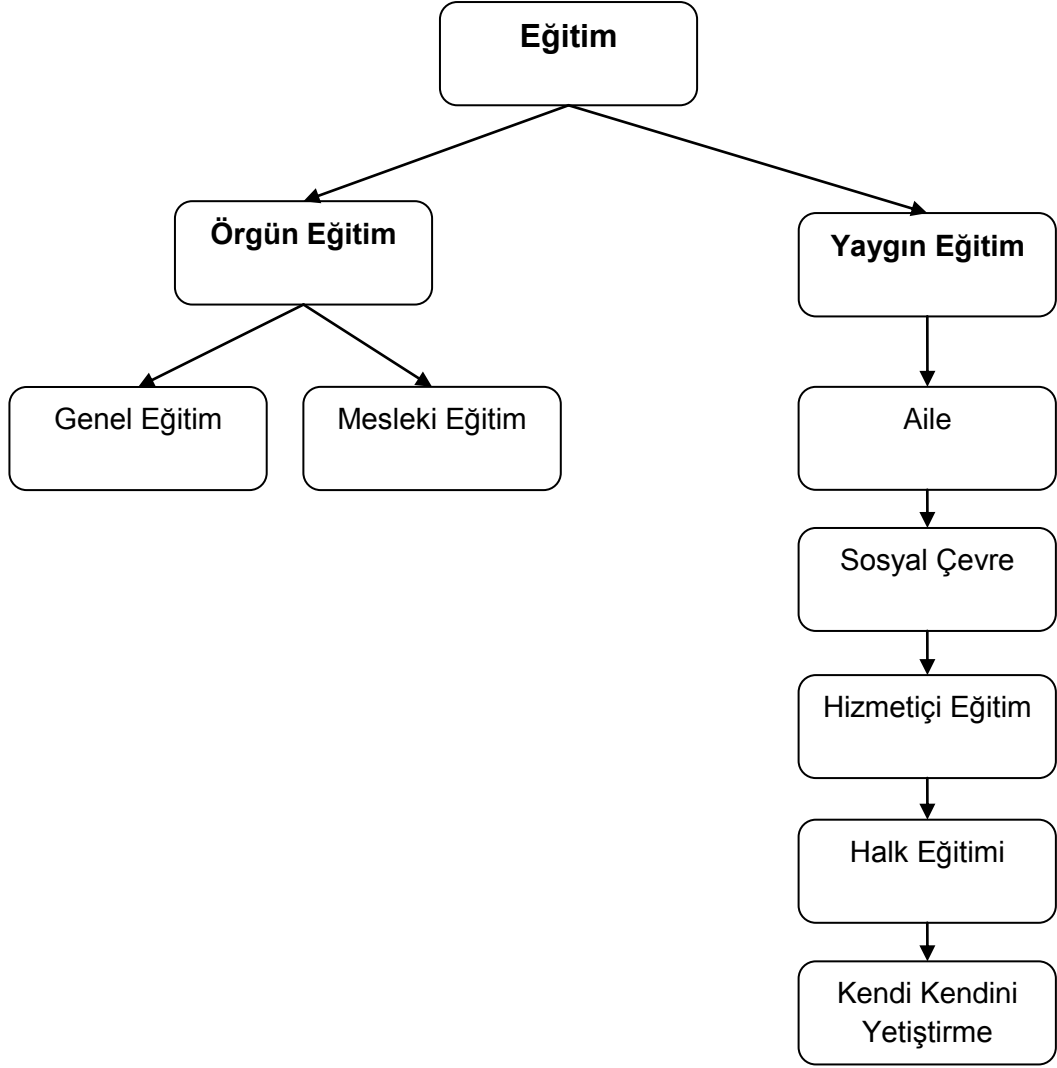
Bu tanımlar incelendiğinde birbiriyle çok az örtüştüğü ve eğitimin tanımının iki nokta etrafında toplandığı görülmektedir. Geniş anlamıyla eğitim; bireyin doğumundan ölümüne kadar süreç içerisinde ailesinden, öğrenim hayatından, çalıştığı işyerinden edindiği bilgiler ile ya da kendi kendini geliştirerek bilgi, beceri ve davranışlarında oluşturduğu tüm değişiklikler olarak tanımlanabilmektedir. Eğitim; ailede başlamakta, sosyal çevre ile devam etmekte ve okul dönemi ve çalışma hayatını da içine alarak yaşam boyunca devam etmektedir. Dar anlamıyla eğitim ise; bireysel, grup ve örgütsel performans ve verimliliği arttırmak amacıyla hazırlanan planlı program şeklinde tanımlanabilmektedir (Öncüer, 2006: 50).

Eğitim tanımlarına bakıldığında üç temel ortak özelliği bulunduğu vurgulanmaktadır. Bu özellikler şöyle sıranabilir (Şenel, 2008: 4):

- **Eğitim bir süreçtir:** Eğitim hemen başlayıp biten bir süreç değil zaman ve kapsam bakımından çok geniş ve çok yönlü bir süreçtir.
- **Eğitim sonucunda bireyde davranış değişiklikleri görülmektedir:** Davranış etkiye karşı gösterilen tepki ya da tepkiye karşı gösterilen etki olarak tanımlanmaktadır. Eğitim açısından davranışın gözlenebilir, ölçülebilir ve istendik olması önem taşımaktadır.
- **Davranış değişikliği bireyin yaşantıları sonucunda oluşmaktadır:** Yaşantı, çevresiyle kurduğu etkileşim sonucunda bireyde kalan izlerdir ve bu izler toplanarak bireyin davranışında değişiklik olmasına neden olmaktadır.

Eğitim, önceden belirlenmiş hedefler doğrultusunda insan davranışlarında belli gelişmeler oluşturmayı sağlayan planlı etkiler sistemidir (Hacıoğlu vd., 2008: 4). Eğitim sistemi verilmiş ve uygulama açısından örgün eğitim ve yaygın eğitim olmak üzere ikiye ayrılmaktadır ve bu Şekil 1'de verilmiştir.

Şekil 1. Eğitim Sistemi İçinde Örgün ve Yaygın Eğitimin Yeri



Kaynak: Hacıoğlu, Necdet, Kaşlı, Mehmet, Şahin, Seda ve Tetik, Nuray. (2008). Türkiye’de Turizm Eğitimi. Ankara: Detay Yayıncılık, s.3.

Örgün eğitim; belirli yaş gruplarındaki ve aynı seviyedeki bireylere, amaca uygun şekilde hazırlanmış programlarla okul çatısı altında düzenli olarak verilen eğitimidir (Pelit ve Güçer, 2006: 141). Türk Eğitim Sistemi içerisinde örgün eğitim; okul öncesi eğitim, ilköğretim, ortaöğretim, ve yükseköğretimi kapsamaktadır. Örgün eğitimin amacı; toplumu oluşturan bireylerin uyumlu bir şekilde yaşamaları için gereksinim duyulan temel davranışların geliştirilmesidir. Örgün eğitimi de kendi içinde genel eğitim ve mesleki eğitim olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür (Öncüer, 2006: 52; Hacıoğlu vd., 2008: 4).

Yaygın eğitim; örgün eğitime hiç katılmamış veya halen bir örgün eğitim kurumunun bir kademesinde devam eden ya da bu kademelerin birinden ayrılmış olan kişilere verilen ve genellikle kısa süreli eğitim şeklidir. Yaygın eğitimin amacı; farklı koşul ve beklentiler içinde olan ve örgün eğitim kurumlarından yeterince faydalanamayan kişilerin eğitim gereksinimlerini karşılamaktır (TÜSİAD, 1999: 63).

Eğitimin amaçlarını ise toplumsal açıdan ve örgüt/işgücü açısından olmak üzere iki şekilde ele almak mümkündür. Toplumsal açıdan incelendiğinde eğitimin amaçlarını şu şekilde sıralanabilir (Duygulu, 2004):

- Duygu, düşünce ve sorunlarını anlatabilmesi için bireye iletişim yeterliliği kazandırmak,
- Bireyin, diğer bireylerle olumlu ilişkiler kurabilmesi için ona işbirliği yeterliliği kazandırmak,
- Bireye sorunlarını çözebilmesi ve beceriler kazanabilmesi için öğrenme ve araştırma yeterliliği kazandırmak,
- Kendi kendine bakabilmesi için bireye sağlıklı yaşama yeterliliği kazandırmak,
- Bireyin bir meslek seçebilmesi ve bu mesleği başarıyla yerine getirebilmesi için ona üretim yeterliliği kazandırmak.

Örgüt ve işgücü açısından eğitimin temel amacı ise; her ikisi içinde yararlı olacak bilgi, beceri ve davranış değişikliğini oluşturmaktır. Diğer amaçları ise şu şekilde sıralamak mümkündür (Öncüer, 2006: 53; Aydın, 2010: 31):

- Bilim ve teknolojide yaşanan değişim ve gelişmeler hakkında örgüt içi bilgilendirmeyi sağlamak,
- Örgüt amaçları doğrultusunda bilgi ve becerisini arttırarak, örgüt içi yükselme fırsatı sunmak,
- İşe yeni başlayacak olan işgücünün işe ve iş arkadaşlarına uyumunu sağlamak,
- Örgüt içinde disiplini sağlayarak, bireyler arası çıkabilecek anlaşmazlıkları önlemek, devamsızlıkları azaltmak,
- İşgücünün moralini yükseltmek ve motivasyon sağlamak,
- Diğer çalışanlar ile birey arasında işbirliği koordinasyon sağlamak,
- Bireyde sorun çözme yeteneğini geliştirmek,
- Örgüt kültürünü kuvvetlendirmek,
- İşgücüne hizmeti benimsetmek,
- Grup çalışmasına özendirmek ve teşvik etmek,

- Üretim ve hizmet kalitesini ve miktarını arttırmak.

Birey, yaşadığı topluma aldığı eğitim ölçüsünde değer katmaktadır. Kalkınma ve gelişime verilecek en iyi örnekler; eğitim seviyesi yüksek olan bireylerden oluşan toplumlarda ekonomik, sosyal ve kültürel göstergelerin pozitif yönde ilerlemesidir. Bu yüzden eğitimin en temel amacı; bireysel gelişme ve toplumsal kalkınmayı sağlama şeklinde özetlenebilir (Öncüler, 2006: 53).

İşlevler de, amaca dönük eylemlerden oluşmaktadır (Tezcan, 1985: 65). Amaç ve işlev arasındaki ilişki incelendiğinde, başlangıç noktasını amacın, sonrasını ise işlevin oluşturduğu görülmektedir (Akın, 2013: 14). Eğitim örgütleri de diğer toplumsal kurumlar gibi, toplumun bazı ihtiyaçlarını karşılama gerekliliği sonucu ortaya çıkmıştır (Fidan ve Erden, 1998: 56). Eğitimin bir takım işlevleri bulunmaktadır. Bu işlevler araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde sınıflandırılmış olmalarına rağmen içerik olarak birbirlerine paralel niteliktedir. Örneğin; Fidan ve Erden (1998:)'e göre eğitimin toplumsal, siyasal, ekonomik ve bireyi geliştirme olmak üzere dört temel işlevi bulunmaktadır. Tezcan (1985: 65-78) ve Erdoğan (2007: 3-11) ise eğitimin işlevlerini açık işlevler ve gizli işlevler olarak iki şekilde sınıflandırmışlardır. Eğitimin açık işlevleri; kültürel mirası aktarma, zenginleştirme işlevi, toplumsal sosyalleşmeyi sağlama işlevi, toplumu dönüştürme işlevi, siyasal işlev, ekonomik işlev ve bireye yardım işlevi şeklindedir. Bunlara ek olarak bazı gizli işlevleri de bulunmaktadır.

Kültürel Mirası Aktarma, Zenginleştirme İşlevi: Kültür, bir toplumun uzun bir süreç içinde denemiş, kullanmış ve biriktirmiş olduğu hazine olarak tanımlanmaktadır. Kültür o toplumun kimliği ve yaşama biçimi olarak ifade edilmektedir (Erdoğan, 2007: 5). Eğitim ise toplumsal bir süreçtir ve eğitimin temel işlevi, toplumsal yaşamın ürünü olan kültürü gelecek nesillere aktarmaktır. Eğitim kökeni ve işlevi bakımından toplumsal bir olgudur. Bu yüzden eğitimin içeriğinin toplumdan topluma farklılık ve çeşitlilik göstermesinin nedeni, her toplumun kendi coğrafyasında oluşturduğu sosyal, siyasal ve ekonomik değerlerinin yani kültürünün farklı olmasıdır (Aslan, 2001: 16).

Eğitimin kültür aktarımındaki asıl amacı, toplumu arzulanan bir geleceğe taşımaktır. Eğitim, toplumun kendini daha üst seviyede ve daha iyi bir şekilde kanıtlaması için kullandığı bir araçtır. Eğitimin amacı; bir toplumun gelecek nesillerinin kendilerinden daha refah ve mutlu bir şekilde hayatlarını sürdürebilmeleri için nasıl ve hangi şartlar altında hareket edeceklerini onlara öğretmektir (Sağ, 2003: 12). Eğitim kurumlarının alt sistemi olarak kabul edilen okullar toplumsal kültür

mirasını, çocukların ve gençlerin topluma uyum sağlamalarını kolaylaştırmak ve gelecek nesillere aktarmak üzere yenileyip zenginleştirerek aktarmaktadır (Erdoğan, 2007: 6).

Toplumsal Sosyalleşmeyi Sağlama İşlevi: Eğitimin bir işlevi de, toplumun değerlerini ve toplumsal kurallarını, normlarını yeni nesillere çeşitli yollarla aktarmasıdır. Bu süreç “sosyalleşme” olarak adlandırılmaktadır ve bu süreç içinde çocuğa kültür aşılanmaktadır (Tezcan, 1985: 67). Günümüzde modern toplumlarda kurulan her toplumsal örgütün amacı yeni nesillere kültürün farklı bir boyutunu kazandırmaktır. Çocuklar aile fertlerinden aile içindeki rolleri, aile ve arkadaşlık ilişkileri, arkadaşlık rolü, üyesi olduğu grubun norm ve değerleri gibi pek çok şeyi öğrenmektedir. Buna paralel olarak ise okullar, bireye kültürel mirastan seçtiği ve toplumdaki bireylerin büyük bir kısmı tarafından benimsenen özellikleri amaçlı ve bilinçli bir şekilde kazandırmaktadır. Bu yönüyle okulların yani eğitimin bireylerin sosyalleşmesinde önemli bir rol oynadığını söylemek mümkündür (Fidan ve Erden, 1998: 58).

Toplumu Dönüştürme İşlevi: Toplumu dönüştürme işlevi en genel ifadeyle, bir toplumu oluşturan bireyler arasındaki ilişkilerde meydana gelen farklılaşmalardır. Toplumsal değişme ise, temelinde teknolojik değişimin yattığı insanlar arasındaki ilişkilerin değişmesi olarak tanımlanmaktadır. Yani toplumun yapısını meydana getiren toplumsal ilişkiler ağının ve bunları belirleyen toplumsal kurumların değişimi olarak ifade etmek mümkündür (Erdoğan, 2007: 8). Toplumların gelişimi, değişimi ve yenileşmesi bir süreç olarak devam etmektedir. Kültür de doğal olarak toplumdaki bu süreçten etkilenmektedir. Bu yüzden toplumların varlığını sürdürebilmeleri için kültürün gelecek nesillere aktarılması kadar bireylerin toplumdaki değişimlere uyum sağlayabilecek ve değişimin itici gücü olabilecek şekilde yetişmeleri de önem arz etmektedir. Bunlar da eğitim örgütlerinin başarıları sayesinde gerçekleştirilebilmektedir (Akın, 2013: 16). Okullar bireylere hem değişim, gelişim ve yenilik için ihtiyaç duyulan bilgi, beceri ve değerleri kazandırmakta hem de onların sosyal, kültürel, siyasal, teknolojik ve ekonomik gelişmelere uyum sağlamasını kolaylaştırmaktadır (Fidan ve Erden, 1998: 58-59). Eğitimin toplumu dönüştürme işlevi sayesinde toplum kültürünü geliştirecek yenilikçi bireyler yetiştirilme fırsatı doğmaktadır.

Siyasal İşlev: Siyasal bakımdan eğitimin iki temel görevi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, mevcut siyasal sisteme bağlılığı sağlamaktır. İkincisi ise, önderlerin seçimi ve eğitilmesi ile ilgilidir (Sağ, 2003: 13). Bunların yanında eğitim,

bireylerin siyasal bilinç düzeylerini artırarak, onların siyasal tercihlerini oluşturmalarına yardımcı olmaktadır. Eğitim, bireylerin siyasette daha aktif rol almasında ve siyasal görüşlerinin oluşmasında önemli görevli üstlenmektedir. Bu nedenle, bireylerin eğitim seviyeleri yükseldikçe, siyasal tercihlerinde değişiklikler de olabilmektedir (Altan, 2011: 313) .

Ekonomik İşlev: Ekonomik kalkınma ve eğitim arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Kalkınmanın ihtiyaç duyduğu insan gücü eğitim tarafından yetiştirilmektedir. Eğitimin ekonomik işlevi, toplumdaki bireylere belli bir beceri kazandırarak onları üretici konumuna getirmek ve endüstri, tarım, hizmet gibi çeşitli alanlarda toplumun ihtiyaç duyduğu insan gücünü yetiştirmektir. En önemli üretim faktörlerinden biri de eğitilmiş insan gücüdür. Eğitilmiş insan gücü daha az zaman, emek ve para harcayarak daha çok ve daha kaliteli ürün ve hizmet üretmektedir (Kızılluk, 2007: 28).

Bireye Yardım İşlevi: Bireyin toplum içinde uyumlu bir şekilde yaşayabilmesi için kültürünü öğrenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, toplumsal yaşam içinde bireyin kendini tanıması, ifade etmesi, başkaları ile ilişki kurması ve işbirliği yapması, etkili iletişim kurabilmesi, sağlıklı olması ve hayatını devam ettirebilmek için geçimini sağlayacak bilgi birikimine de sahip olması gerekmektedir (Erdoğan, 2007: 8). Eğitim örgütleri, bireye yardım etme yani bireyi geliştirme işlevini yerine getirerek, bireylerin gelişmesini sağlamaktadır. Birey, okullarda doğal ve sosyal çevresini tanımakta, bu çevrelerden en iyi şekilde yararlanmakta ve temel ihtiyaçlarını dengeli bir şekilde karşılamayı öğrenmektedir (Akın, 2013: 18). Günümüzde modern ve demokratik toplumlarda bireye verilen önemin artmasıyla birlikte okulların önemli bir işlevi de bireyin çok yönlü olarak geliştirilmesi olmuştur. Eğitim örgütleri bu işlevi yerine getirmek için bireyin zihinsel, sosyal, duygusal ve bedensel açıdan gelişmesini sağlayacak faaliyetlere yer vermektedir (Fidan ve Erden, 1998: 62-63).

Eğitimin açık işlevlerinin yanında bir de gizli işlevleri bulunmaktadır. Bunları kısaca şu şekilde sıralamak mümkündür (Tezcan, 1985: 75-77; Erdoğan, 2007: 11-12):

- Eş seçme,
- Bireyin çevresini genişletme,
- Statü kazandırma,
- Erken yaşta çocuk çalıştırmayı engelleme,
- Çocuk bakıcılığı,

- İşsizliği önleme,
- Temizleyicilik.

2.2.2. Eğitimin Toplumda Oluşturduğu Faydalar

21. yüzyılı birçok değişimin yaşandığı, kavramların yeniden şekillendiği bir dönem olarak ifade etmek mümkündür. Avcılık ve toplayıcılıktan tarım toplumuna geçiş ile başlayıp, sanayi toplumu ile biçimlenen ve ardından içinde bulunan bilgi toplumuyla farklı bir boyuta geçen toplumsal gelişim sürecinde, birçok kavram ve anlayış gibi eğitim de bir dizi değişime uğramıştır (Öncüler, 2006: 54).

İlkel göçebe toplumlar avcılık ve toplayıcılık yaparak beslenme ihtiyaçlarını karşılamışlardır. O dönemde insanların hayatta kalabilmek için; hayvanları ve bitkileri iyi bir şekilde tanınması ve onlar hakkında bilgi sahibi olması gerekiyordu. Avcılık ve toplayıcılık döneminde ekonomik hayat bu nitelikleri kazanmış insan tipine ihtiyaç duymuş ve eğitimden de bu nitelikleri kazanmış insan tipi yetiştirmeyi talep etmiştir. Toplumlar yerleşik hayata geçtikten sonra ilk yerleşim birimleri kurulmuş ve ilkel anlamda tarım başlamıştır. Bu dönemde madenler işlenerek araç ve gereçler elde edilmiş ve bunlar tarım sektöründe kullanılmıştır. Demirinde işlenerek tarım sektöründe kullanılmaya başlanmasıyla daha çok ve daha kaliteli ürünler elde edilmiştir (Kızılluk, 2007: 25). Tarım toplumunun itici gücü, toprak olmuştur. Ayrıca karasaban ve yel değirmeni gibi tarım araçlarının kullanılmaya başlanmasıyla, tarım toplumunda temel üretim faktörü olarak kas gücü ve emek ön plana çıkmıştır (Öncüler, 2006: 54).

Üretim teknolojisinde yaşanan değişiklikler neticesinde toprağı ekip biçen çiftçiler, tarım araçları üreten zanaatkarlar, fazla ürünleri satan tüccarlar gibi birtakım sosyal sınıflar ortaya çıkmıştır. Bu değişiklikler eğitim sistemini de etkilemiştir. Bu dönemde her şeyden önce bilgi ve beceri birikiminin niceliği ve niteliği değişikliğe uğramıştır. Toprağı ekip biçmek, madenleri işleyerek araç gereç üretmek, ticaret yapmak daha farklı, daha bilimsel, daha kapsamlı bilgi ve beceriler gerektirir hale gelmiştir. Bunları öğrenebilmek için de kendi alanında usta olan kişilere ihtiyaç duyulmuş ve bu sayede de işyerinde usta-çırak ilişkisine dayalı bir eğitim şekli ortaya çıkmıştır. Bu eğitim şekli değişikliğe uğrayarak zamanla kurumsallaşmış, usta; öğretmene; çırak, öğrenciye; işyeri ise okula dönüşmüştür (Kızılluk, 2007: 25).

18. yüzyıla gelindiğinde süreç farklı bir seyir izlemeye başlamıştır. İnsanlık tarihinin ikinci değişim aşaması Sanayi Devrimi olmuştur. Sanayileşme, 18. yüzyıl İngilteresi'ndeki insanların yaşamlarında kullandıkları araçları etkileyen karmaşık bir teknolojik değişimler grubunun kısa adı olan Sanayi Devrimi'yle başlamıştır. Bu değişimler arasında iplik eğirme makinesi, buhar makinelerinin kullanılması bulunmaktadır (Kocacık, 2003: 2).

20. yüzyılın son çeyreğine gelindiğinde dünyada çok önemli değişim ve dönüşümler yaşandığı görülmüştür. Bu değişim ve dönüşümlerin temelinde, evrensel olarak, çeşitli sosyo-ekonomik gelişmeler ile bilim ve teknoloji alanında o zamana kadar olmamış hızlı ve kapsamlı değişimler bulunmaktadır. Bahsedilen bu gelişmeler neticesinde tüm dünyada büyük bir bilgi patlaması meydana gelmiş ve son otuz kırk yıl içinde üretilen bilgi, insanlık tarihinin daha önceki zamanlarında üretilen toplam bilgi kadar olmuştur. Bilgi artış hızı son yıllarda daha da artmış ve dikkat çekici bir duruma gelmiştir (Gedikoğlu, 2005: 67). Sanayi toplumunun temel unsuru işgücü iken bilgi toplumu olarak adlandırılan bu yeni dönemin temel unsuru beyin gücü olmuştur (Öncüer, 2006: 54).

Toffler yaşanan tüm bu toplumsal değişim aşamalarını *değişim dalgaları* olarak ifade etmiştir. Toffler'e göre; 1. Dalga Dönemi'ni ilkel benlikten kurtularak bir üst aşamaya çıkan tarım toplumu oluşturmaktadır. 2. Dalga Dönemi'ni sanayi toplumu ve 3. Dalga Dönemi'ni ise bilgi toplumu oluşturmaktadır (Selvi, 2012: 199). Dünyada yaşanan toplumsal değişim süreci aşağıdaki Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Toplumsal Değişim Süreci

	Yüzyıl	İtici Güç	Temel Unsur
Tarım Toplumu (Birinci Dalga)	M.Ö. 8000'lerden itibaren	Toprak/Arazi	Emek
Sanayi Toplumu (İkinci Dalga)	18. yüzyıl ortasından itibaren	Makine	İşgücü
Bilgi Toplumu (Üçüncü Dalga)	20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren	Bilgi	Beyin gücü

Kaynak: Öncüer, Melek Ece. (2006). Avrupa Birliği Eğitim Politikasında Mesleki Turizm Eğitimi Yaklaşımı ve Türk Turizm Eğitimine Uygulanabilirliği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, s.55.

Eğitimin her toplumda özel bir önemi bulunmaktadır. Eğitim bir taraftan geçmişe bakmayı, ama ona takılmamayı, diğer taraftan da geleceğe bakarak insanın yaratıcılığını keyifli bir arayış ve gezintiye çıkarmaktadır. Bu bağlamda

eğitim, insan ve toplum için bir yeniden inşa aracı olarak ifade edilebilir. Dünya döndüğü sürece insandaki merak ve öğrenme arzusu bitmeyeceği için, insan ve toplumun kendini yeniden üretmesinde eğitime de çok iş düşmektedir (Balay, 2004: 78).

Bilgi toplumu, oluşum aşamasında kendisinden önceki toplum modellerinde yaşanan olumsuzluklara uğramadan oluşumunu tamamlamıştır. Çünkü insan davranışlarını belirleyen bilginin kaynağı, yeniliklerdir. Bilgi toplumu; bilgi sektörünün, bilgi üretiminin, bilgi sermayesinin ve vasıflı iş gücü faktörünün öneminin arttığı, eğitimin sürekliliğinin ön plana çıktığı, iletişim teknolojileri, bilgi otoyolları, elektronik ticaret gibi birçok yeni gelişmeler ile toplumu ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal bakımdan sanayi toplumunun ilerisine taşıyan bir gelişim aşaması olarak nitelendirilebilir (Selvi, 2012: 199)

İletişim ve bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, bilgisayar ve internetin yaygınlaşması, ulusal ve uluslararası ticaret ağlarının genişlemesi, yabancı yatırımların ve uluslararası şirketlerin artması gibi faktörler küreselleşmeye neden olmuştur. Küreselleşme, ekonomiden siyasete, sosyal politikadan kültüre, yani kısacası hemen hemen her alandaki değişimi ifade etmektedir. Her alanda olduğu gibi eğitimde de hızlı bir küreselleşme süreci yaşanmıştır (Çalık ve Sezgin, 2005: 56-58).

Bilgi toplumu ve küreselleşmenin eğitim üzerinde oluşturduğu değişimler ve bunların etkilerini şu başlıklar altında toplamak mümkündür (Akçay, 2003):

- **Günümüz yaşam koşullarının gerektirdiği birey tipi:** Toplumsal değişim sürecinin sonucu olarak bilgiyi kullanan insan ön plana çıkmış ve bilgi toplumunun hedeflediği birey tipi değişmiştir.
- **Eğitim sistemlerinin yapılarında oluşan değişimler:** Rekabetin uluslarüstü yaşandığı günümüzde, şartlar bireyleri daha güçlü ve donanımlı olmaya zorlamaktadır. Bireyleri bu zor ortamlara hazırlayacak olan da eğitim sistemleridir. Eğitim sistemleri, toplumun her alanında kendini hissettiren değişimlerden etkilenmektedir. Eğitim tüm dünyada ileri yaş gruplarına doğru yayılmakta ve şekil değiştirmektedir. Yeni şartlar göz önünde bulundurulduğunda, bireyin eğitimi yaşam boyu sürmektedir. Yaşam boyu eğitimin yanında, sürekli eğitim ve mesleki eğitim öne çıkan yeni eğitim yapılarıdır.
- **Eğitim yöntemlerindeki değişmeler:** Yaşanan değişimler eğitim yöntemlerini de değiştirmektedir. Bilgi toplumunun eğitiminde dört ilkedden

bahsedilmektedir. Bu ilkeler; öğrenmeyi bilmek, öğrenmeyi öğrenmek, bireysel öğrenmek ve birlikte yaşamayı öğrenmektir.

İnsanların yaşamını eğitim vasıtasıyla geliştirdiği evrensel olarak kabul edilen bir gerçekliktir. Eğitim insanın bireysel, çevresel ve sosyal yönlerden başarı elde etmesinde; barış, özgürlük, sosyal adalet ve evrensel bütünlük ideallerine ulaşmasında temel araçtır. Ayrıca eğitim; toplumsal ve ekonomik kalkınmanın da itici bir gücü olarak bütün sektörlerle etki etmektedir. Eğitim, insanın bireysel amaçlarına, yaşamsal sorumluluğuna, tüm kabiliyet ve yaratıcılık potansiyellerinin meydana gelmesine imkan sağlamaktadır. Bu yüzden eğitimde bireysel, ulusal ve küresel boyutlarda devamlı olarak bir gelişim ve değişim sağlamak gerekmektedir. Çünkü eğitim, bilginin güç olarak görüldüğü çağımızda bireysel, toplumsal ve evrensel gelişimin temel boyutunu oluşturmaktadır. Bu nedenle de; “bilgi toplumu” olma yolundaki toplumların amacı; eğitimi tüm yönleriyle ele alıp değerlendirmek ve gelişim esaslarını bireysel, ulusal ve evrensel boyutlarıyla dönüştürmek olmalıdır. Her toplum bu dönüşüm çalışmaları üzerinde önemle durmaktadır. Özellikle ekonomide gözlenen küreselleşme ve uluslararası rekabette, eğitimi her alanda sürekli bir etkinlik olarak gören ve bilgiye sahip olan toplumlar avantajlı konuma gelmiştir (Arslan ve Eraslan, 2003).

Eğitim toplumun simgesidir ve bir ülkede eğitim düzeyi yükseldikçe o ülkenin ekonomik, sosyal göstergeleri de yükselmektedir. Diğer bir ifadeyle, eğitilmiş insan topluma biçim vererek ekonomiyi güçlendirmektedir. Eğitim öncelikle birey üzerinde olumlu etki yaratmakta, ardından da sinerji etkisiyle bunu topluma yansıtmaktadır. Eğitimin toplum üzerinde oluşturduğu faydaları kısaca şu şekilde ifade etmek mümkündür (Öncüer, 2006: 58):

- Sosyal gelişmeyi etkilemektedir.
- Fırsat eşitliği ve sosyal hareketliliği sağlamaktadır.
- Toplumun gereksinim duyduğu özelliklere sahip vasıflı işgücünü yaratmaktadır.

2.2.3. Mesleki Eğitimin Tanımı, Amacı ve Özellikleri

Bireylerin çağın koşullarına uygun bilgi, beceri ve yetkinliklerinin olması sürdürülebilir sosyal ve ekonomik kalkınma için günümüzün en temel gerekliliklerindedir. Ülkelerin sosyal ve ekonomik gelişmişlik düzeylerini belirleyen faktörlerin başında da mesleki eğitim gelmektedir (MEB, 2014: 8).

Eğitimin bir türü olarak mesleki eğitim; çalışanların ihtiyaç duyduğu genel ve mesleki bilgileri kapsayan; bilgi, beceri, yeterlik, anlayış, tavır ve iş alışkanlığı geliştirmek için düzenlenmiş bir eğitimidir (Ünlüönen ve Boylu, 2005a; Hacıoğlu, 2008: 5; Ünlüönen vd., 2010: 145). Mesleki eğitim; bir toplumdaki bireylerin meslek sahibi olabilmeleri ve mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve pratik uygulama kabiliyetleri kazandırarak, kişinin kabiliyetlerinin fiziksel, entelektüel, duygusal, sosyal ve ekonomik yönlerden geliştirilme süreci olarak tanımlanmaktadır (Aymanıkuy ve Aymanıkuy, 2002: 29; Pelit ve Güçer, 2006: 141; Hacıoğlu vd., 2008: 5; Ünlüönen vd., 2010: 145).

Mesleki eğitim farklı aşamalardan meydana gelmektedir. Birinci aşama; birey-meslek uyumunu oluşturmak amacıyla, bireyin mesleki ilgi ve yetenekleri ile iş yaşamını tanıması için, *temel mesleki eğitim*den önce uygulanan uyumlama niteliği taşıyan *meslek öncesi eğitim* aşamasıdır. Bu mesleki eğitim türü, henüz herhangi bir meslekte nitelik sahibi olmayan bireylerin, mesleki anlamda, basit düzeyde bilgilendirilmesi amacıyla yapılan bir uygulamadır. *Meslek öncesi eğitim* aşamasından sonra *temel mesleki eğitim* aşaması gelmektedir. *Temel mesleki eğitim*; bireyin iş yaşamında belli bir mesleğe giriş yapabilmesi için gerekli olan temel bilgi, beceri ve alışkanlıkları kazandırmak amacıyla yapılan mesleki eğitim türüdür. *Temel mesleki eğitim* türünün bir üst aşaması, *ileri mesleki eğitim* uygulamasıdır. *İleri mesleki eğitim* ise; temel mesleki eğitim almış bireylere ileri seviyede uzmanlık kazandıran mesleki eğitim türüdür. Bu mesleki eğitim türünün amacı; meslekte var olan yenilikleri takip ederek öğrenmek, mesleği geliştirmek ve mesleğin yan dallarına kayılmasıdır denilebilir. Yani kısaca uzmanlaşılması olarak ifade edilmektedir (Öncüer, 2006: 59-60). Bu doğrultuda mesleki eğitimi; uzmanlaşmamış ya da yarı uzman işgücünü, uzmanlık gerektiren ve özel nitelikteki görevlere hazırlamak amacıyla yapılan çalışmaların tümü olarak tanımlamak da mümkündür (Hacıoğlu vd., 2008: 6).

Bilimsel ve teknolojik değişim ve gelişimlerin hızlı bir şekilde yaşandığı dünyada, çağın eğitimi, bir çeşit mesleki eğitimi olarak adlandırılmaktadır. Günümüz eğitim anlayışının temelini, "herkes için eğitim" düşüncesi oluşturmaktadır. Bu yüzden, mesleki eğitim anlayışının bazı niteliklere sahip olması gerekmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Öncüer, 2006: 62);

- Uygulama ve gelişmelere daimi uyum sağlama,
- Mümkün olduğu kadar çok disiplinleri kapsama,
- Topluma dönük olma,

- Gerçek mesleki yaşam ortamını sağlama,
- Süreklilik,
- Zaman ve ihtiyacın şekline bağlı olma,
- Arz-talep dengesi sağlama,
- Hedeflere yönelik olma,
- Hayata hazırlayıcı olma.

Mesleki eğitim üç ana hedefi esas almaktadır (Aymankuy ve Aymankuy, 2002: 29):

- İstenilen mesleki davranışları oluşturmak,
- Uygun mesleki öğrenme ortamını sağlamak,
- İstenilen mesleki davranışları geliştirmek.

Mesleki eğitim, toplum ve bireylerin gerekli ihtiyaçlarını karşılamak için belirli bir meslek alanına yönelik bilgi, beceri ve davranış kazandıran, bireyin becerilerini geliştirerek toplumda sosyal ve ekonomik açıdan güçlü olmasını sağlayan bir süreç olarak ifade edilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 7). Toplumların doğal kaynakları, var olan insan gücü ve bunlardan yararlanma durumları o toplumun refah seviyesini belirlemektedir. Mesleki eğitim ise insan gücü yetiştirme aracı olarak görev yapmaktadır. Ayrıca, mesleki ve teknik eğitimi, ekonomik açıdan gerekli kılan bir takım hedefler bulunmaktadır. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür (Kuzu ve Demirli, 2002):

- İş gücü piyasasının ihtiyaçlarının giderilmesi,
- Üretimde verimlilik artışı ve kalite artışının sağlanması,
- İşsizliğin azaltılması,
- Daha ucuz ve kaliteli ürün ve hizmet üretiminin sağlanması,
- İç ve dış pazarlarda rekabet gücünün arttırılması,
- Kaynakların etkin, verimli ve ölçülü kullanılması,
- Çağdaş teknolojinin takip edilmesi, yorumlanması ve bunun ürün ve hizmet üretimine aksettirilmesi,
- Hızlı, istikrarlı ve sağlıklı bir ekonomik kalkınmanın desteklenerek gerçekleştirilmesi.

Bilgi toplumuna geçişin önemli basamaklarından biri olan, vasıflı işgücü oluşturulmasının temel şartı, bireylere örgün ve yaygın eğitim kurumlarında yaşam boyu öğrenmeyi esas alan bir yaklaşımla, uluslararası rekabet koşullarına uyum sağlayabilecekleri bir eğitimin verilmesidir (Türkmen, 2002: 2).

Mesleki eğitimin temel özellikleri ise şu şeklide sıralanabilir (Hacıoğlu vd., 2008: 7):

- Mesleki eğitim, alışkanlık psikolojisi ile ilgilidir bu yüzden yaparak öğrenme esasına dayanmaktadır.
- Mesleki eğitimde düşük maliyetli ve etkili eğitim sağlayabilen sosyal verimlilik ana ögedir.
- Mesleklerin kendi alanlarındaki gelişmelere göre uyarlanarak uygulanması esastır.
- Değişen sosyo-ekonomik koşullara ve istemlere uymaktadır.
- Mesleki eğitimde öğrenim-öğretim yapılan ortam iş ortamının kendisidir.
- Mesleki eğitim öğrencilere bir işte çalışabilecek üretici gücü yaratana kadar devam etmektedir.
- Mesleki eğitim programlarında yönetim esnek ve dinamiktir.
- Mesleki eğitim hayata hazırlayıcı bir nitelik taşımaktadır.

2.2.4. Turizm Eğitiminin Tanımı, Amacı ve Özellikleri

Ülkelerin refah seviyeleri ile ilgili ölçütleri belirleyen ve gelecekte de belirleyecek olan faktörlerin başında eğitim gelmektedir. Turizm sektörünün gelişmesi, doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağladığı sektörlerin artması, ülkelerin ekonomilerine olumlu yönde katkı sağlamaları için üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri de turizm eğitimidir (Avcıkurt vd., 2012: 110).

Turizm eğitimi, bir ülkede bireyin turizm olayı konusunda tutum ve davranışlarını değiştirebilmesi için o ülkede bulunan her çeşit kuruluşun yapmış olduğu çalışmaların tamamını oluşturmaktadır. Turizm eğitimi, turizm alanında faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, yiyecek içecek işletmeleri gibi işletmelerin vasıflı işgücünü karşılama amacı taşımaktadır (Erdinç ve Yılmaz, 2012: 19).

Diğer bir ifadeyle turizm eğitimi, her seviyedeki öğrenciye turizm temel görüşünü, misafirperverliğin temel ilkelerini vermek; turizm sektöründe çalışan personelin genel ve mesleki bilgilerini arttırmak ve turizm sektörüne yönetici ve araştırmacı niteliği taşıyan uzman, uygulayıcı, teknisyen yetiştirmek için oluşturulan her çeşit faaliyetlerdir (Çakır vd., 2012: 137).

Turizm eğitimi, turiste karşı, onun ekonomik gücüne, ırkına, milliyetine, dinine, diline, toplumdaki pozisyonuna, ahlak ve namus düzeyine, siyasi görüşüne göre ayırım yapmaksızın eşit ve dürüst şekilde hizmet etme ahlakını ve terbiyesini vermekte ve bununla birlikte turizmin sağlayacağı çıkarlar doğrultusunda saygıya ve konukseverliğe dayalı bir davranış düzeni oluşturmaktadır (Ertuğrul, 1998: 146; Ural ve Pelit, 2002: 76).

Turizm eğitimi farklı kaynaklarda farklı şekillerde gruplandırılmaktadır. Bu gruplamalardan biri şu şekildedir (Öncüer, 2006: 65):

- *Halka Yönelik Turizm Eğitimi:* Çeşitli yayın organları tarafından ya da düzenlenen kurs, seminer, konferans vb. gibi çeşitli faaliyetlerle halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesine yönelik yapılan çalışmalardır.
- *Genel Turizm Eğitimi:* Turizm meslek okulları vb. hariç diğer genel eğitim veren okullarda yapılan turizm dersleri içeren turizm eğitimidir.
- *Mesleki Turizm Eğitimi:* Turizm sektöründe çalışacak olan ara işgücüne meslek yüksekokulları, Anadolu otelcilik ve turizm meslek liseleri vb. gibi okullarda sunulan turizm eğitimidir.
- *Akademik Turizm Eğitimi:* Turizm sektöründe yönetim kadrosuna işgücü yetiştirmeyi hedefleyen turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulları ve 4 yıllık eğitim veren denk okullarda sunulan turizm eğitimidir.

Turizm eğitimi farklı kaynaklarda genel turizm eğitimi ve mesleki turizm eğitimi olarak da ayrılmaktadır. Bu başlıklar kendi içinde de örgün ve yaygın turizm eğitimi olarak da sınıflandırılmaktadır.

Turizm eğitiminin temel amacı; turizm sektörünün çeşitli faaliyet alanları için bilgili, becerili, yetenekli, verimli ve bilinçli personeller yetiştirmektir. Başka bir ifadeyle, bir hizmet sektörü olan turizmde verimliliği arttırmak, insanlara hizmet eden kişinin özelliklerini geliştirmek, personelin yetki, yetenek ve sorumluluğu arasında denge sağlamak, personele karşılaştıkları bir sorunu çözümlenme ve sonuçları kontrol edebilme yeteneğini kazandırmaktır (Timur, 1992: 49).

Turizm eğitiminin amaçlarını genel olarak ise şu şekilde sıralamak mümkündür (Sezgin, 1984: 49; Çakır vd., 2012: 138):

- Eğitim vasıtasıyla teorik ve pratik arasında bağlantı kurmak,
- Turizm sektörüne yetişmiş vasıflı eleman sağlamak,
- Turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlamak,

- Doğa ve insan sevgisini geliştirerek kişiler arasında dostluk ve kardeşlik bağını güçlendirmek,
- Turistik işletmelerde çalışanların bilgi ve beceri düzeylerini arttırmak,
- Ekonomik kalkınmada turizmin rolünü arttırmak,
- Vatandaşların turizme ilgisini çekmek,
- Vatandaşlarda pozitif bir turizm bilinci oluşturmak,
- Turizm sektöründe çalışan personelin mesleki bir formasyon kazanmasını sağlamak.

Bu eğitim türü, amaçları ve araçları yönünden farklı eğitim kademelerinden oluşmaktadır. Eğitimde bu şekilde farklılaşmaya gidilmesinin altındaki sebepler ise; işletmelerin ihtiyaç duyduğu ve tüm hizmetleri yürütebilecek alt kademe elemanların yetiştirilmesi, işletmelerde ara işgücünü tamamlayabilecek orta kademe yöneticilerin yetiştirilmesi ve turizm işletmelerinin yanı sıra turizm ile ilgili kamu ve özel sektör kuruluşlarına da yönetici, araştırmacı ve planlamacı elemanlar yetiştirilmesidir (Kızılırmak, 2000; Avcıkurt ve Karaman, 2002: 53).

Turizm eğitiminin her kademesinde öğrencilere pratik bilgi ve beceri kazandırılması zorunludur. Hangi amaçla ve hangi mesleki kademe kullanılırsa kullanılsın, turizm eğitiminin her kademesinde teori ve uygulama birbirini tamamlar nitelikte olmalıdır. Çünkü turizm sektörü dinamik yapıya sahiptir ve bu alanda verilen eğitimin de dinamik bir yapısının olması gerekmektedir (Pelit ve Güçer, 2006: 143; Hacıoğlu vd., 2008: 16-17).

2.2.5. Dünya’da ve Türkiye’de Turizm Eğitimi

Turizm eğitimi, diğer mesleki eğitim türlerine göre farklılık göstermektedir. Turizmde ana unsur insandır. Turizm bir hizmet endüstrisidir ve hizmetin de bir takım standartları bulunmaktadır. Bu standartların büyük bir kısmı da uluslararası özellik taşımaktadır. Bu yüzden turizmde insan ve işgücü eğitimi daha ayrıcalıklıdır. Bireyin iyi bir eğitim alması temel bilgilerin yanı sıra genel kültür, davranış bilimleri ve teknolojik bilgiler alması ile de bağlantılıdır. Turizm eğitiminin ana temasını, disiplin ve hoşgörü oluşturmaktadır (Ünal, 2002: 564).

Turizm eğitiminin amacı; emeğe dayalı olan turizm sektöründe verimliliği arttırmak, turiste hizmet veren personele meslek formasyonu vermek ve personelin yetki, sorumluluk ve becerileri arasında denge kurmayı sağlamaktır (Uyar ve Zengin, 2015: 581).

Turizm sektörü ve işletmeleri için iyi eğitilmiş, vasıflı, motivasyonu yüksek ve bu sektörde çalışmaya istekli insan kaynağı oluşturmak oldukça önemlidir. Çünkü turizm sektörü insana dayalı hizmetlerden oluştuğu için, daha kaliteli hizmet sunmak ve müşteri memnuniyeti sağlayabilmek için kaliteli ve eğitilmiş personele sahip olması gerekmektedir. Bu doğrultuda da turizm sektörü için turizm eğitiminin ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmaktadır (Ural ve Pelit, 2002: 76).

Turizm eğitimi dünya ve Türkiye'ye göre kıyaslandığında birtakım benzerlik ve farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu yüzden turizm eğitimi dünyada ve Türkiye'de olmak üzere iki şekilde ele almak mümkündür.

2.2.5.1. Dünya'da Turizm Eğitimi

Dünya genelinde verilen turizm eğitimi incelendiğinde ülkeden ülkeye değişiklik gösterdiği görülmektedir. Önde gelen bazı ülkelerde verilen turizm eğitimlerinden örnekler şu şekildedir:

Almanya'da: Almanya'da turizm eğitimi resmi turizm teşkilatı ve özel kuruluşlar tarafından verilmektedir. Otelcilik kurslarını tamamlayanlar turizm sektöründe daha rahat iş bulabilmektedirler. Çünkü işletmeler daha çok eğitilmiş personel istihdam fırsatı sunmaktadır. Bu nedenle de mesleklerinde ilerlemek isteyen turizm sektörü personelleri tarafından bu kurslara büyük rağbet gösterilmektedir. Resmi turizm teşkilatı tarafından düzenlenen kurslara turizm ile ilgili bir branşta çalışma şartını sağlayan herkes katılabilmektedir. Özel otelcilik okullarının düzenlediği kurslara katılma şartları da 16 yaşını doldurmuş olmak ve ortaokulu bitirmiş olmaktır (Demirkol ve Pelit, 2002: 136).

Almanya'da 7 yıllık ilkokulunu bitirenlere, bir turizm işletmesinde 3 yıl süre ile çıraklık eğitimi alanlara bir meslek okuluna devam hakkı verilmektedir. Çıraklık döneminde haftada 9 saat ders verilmektedir. Bu dönemden sonra sınava girilmektedir ve daha sonra da aşçı, garson, otel ve lokanta personeli yardımcısı gibi çeşitli ünvanlar kazanılmaktadır (Taşkın, 2006: 30). Turizm eğitimi verilen okullar ve kurslar, düzenlenen seminerler nitelikli ve seçkin bir turizm personeli yetiştirilmesi açısından oldukça faydalıdır. Sektörün ihtiyacına uygun vasıflarda yetişen personel turistler üzerinde de olumlu etkiler bırakmaktadır. Ayrıca işletmeler de ilan ve reklamlarında özellikle eğitilmiş personel çalıştıracaklarını ve çalıştırdıklarını belirtmektedirler (Demirkol ve Pelit, 2002: 136).

Amerika Birleşik Devletleri'nde: Amerika Birleşik Devletleri'nde lisans ve lisansüstü düzeyde turizm eğitimi verilen program sayının hızlı bir artış gösterdiği ve bu sayının beş binin üzerine çıktığı görülmektedir (Airey ve Johnson, 1999: 229). ABD'de turizm eğitimi hem devlet hem de özel kuruluşlar tarafından verilmektedir. Amerikan eğitim politikasına göre her eyaletin sorumluluğu kendine aittir. Bu yüzden ülke hakkında genelleme yapmak diğer ülkelere göre daha zordur (Taşkın, 2006: 27).

ABD'de turizm eğitim dört kademe verilmektedir. Birinci kademe; turizm sektörüne alt kademe personel temin etmek için açılan kurs programlarıdır ve kursların süreleri değişiklik göstermektedir. İkinci kademe meslek yüksekokullarını içermektedir. Meslek yüksekokulları lise mezunu kişilere önlisans düzeyinde turizm eğitimi fırsatı sunmaktadır. Üçüncü kademe lisans düzeyinde turizm eğitimi ve dördüncü kademe de lisansüstü düzeyde turizm eğitimi verilmektedir. ABD'de turizm eğitimi veren yüksekokullar bölgedeki turizm işletmeleriyle işbirliği içerisinde bulunmaktadır. Başarılı olan yüksekokullar dünyaca ünlü işletmeler tarafından desteklenmektedir (Yazıt, 2013: 41). Bu durum da turizm yüksekokullarına kabul edilen bireylerin mezun olduktan sonra on ay içerisinde istihdam fırsatı bulabilmelerini sağlamaktadır (Gül, 2012: 21).

Avusturya'da: Avusturya'da turizm eğitimi Eğitim Bakanlığı'na bağlı okul ve kurslarda verilmektedir. Eğitim Bakanlığı, özel sektör kuruluşları, otel işletmecileri, yiyecek ve içecek işletmeleri biraraya gelerek turizm eğitimi verilen okul ve kurslarda verilecek olan eğitim ve öğretimi, programları, giriş şartlarını ve yapılacak çalışmaları belirlemektedirler. Bu okul ve özel kursları bitirenlere de özel sektörün desteğiyle istihdam olanakları sunulmaktadır (Taşkın, 2006: 30).

Okulların giriş şartları incelendiğinde ülkedeki genel sekiz yıllık eğitimini tamamlayan bireyler turizm ile ilgili olan, süreleri ve alanları farklı olan bölümlerde eğitim alabilmektedirler. Bu doğrultuda orta öğrenim eğitimlerini tamamlayan öğrenciler isterler ise araştırma yönelimli yüksekokul düzeyindeki enstitülere de devam edebilmektedirler. Bunlara örnek vermek gerekirse; Viyana ve Salzburg enstitüleri köklü bir geçmişe sahiptirler (Gül, 2012: 23-24).

Fransa'da: Fransa'da turizm eğitimi Eğitim Bakanlığı'na bağlı okul ve kurslarda ya da özel kurslarda verilmektedir. Eğitim Bakanlığı'na ait kurumlarda turizm teknisyeni olabilmek için ortaokul mezunu, yüksek turizm teknisyeni olabilmek için ise lise mezunu olma şartı bulunmaktadır. Özel okullarda ise hostes eğitimi, yardımcı rehber ve turizm memurları yetiştirme, idareci eğitimi ve halkın turizm

konusunda bilinçlendirilmesi gibi eğitim ve öğretim faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Fransa'daki turizm okullarının büyük bir kısmı yabancılara açıktır ve milletlerarası turizm belgesi verilmesi konusunda da önemli adımlar atılmıştır. Ayrıca Fransa'da ortaokul, lise ve yüksekokul düzeyinde çeşitli okullar bulunmaktadır (Demirkol ve Pelit, 2002: 135-136). Bu okullarda verilen turizm eğitimi, eğitimin derecesi ve turizm eğitimi almış kişilerin sahip olduğu vasıflara göre; temel seviyede turizm eğitimi, orta seviyede turizm eğitimi, ileri seviyede turizm eğitimi ve üniversite düzeyinde turizm eğitimi olmak üzere 4 ayrı grupta incelenmektedir (Güçer, 2004: 44).

İngiltere'de: İngiltere'de, otel ve lokanta gibi işletmeler ihtiyacı olan personeli genellikle kendi iş yerinde, iş başı eğitimle yetiştirmek için çaba göstermektedirler. Turizm personelinin büyük bir bölümü ise okul ve kurslarda turizm eğitimi almaktadırlar. İngiltere'nin Dorset kentinde bulunan Dorset Yükseköğrenim Enstitüsü uygulamalı turizm eğitimi vermektedir ve her yıl yüzlerce öğrenci bu kurumda eğitim almaktadır. Bu enstitüye bağlı olan Yönetim Bilimleri Fakültesi'nin çeşitli turizm bölümleri mevcuttur. Buraya dünyanın çeşitli ülkelerinden öğrenciler de gelerek turizm eğitimi almaktadırlar. Enstitü müdürlüğü öğrencilere istihdam konusunda da oldukça yardımcı olmaktadır. Ayrıca İngiltere'de lise ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren daha pek çok okul bulunmaktadır (Demirkol ve Pelit, 2002: 136).

İspanya'da: İspanya'daki turizm eğitim sistemi Fransa ile benzerlik göstermektedir. İspanya'daki okullarda verilen turizm eğitimi de, eğitimin derecesi ve turizm eğitimi almış kişilerin sahip olduğu vasıflara göre; temel seviyede turizm eğitimi, orta seviyede turizm eğitimi, ileri seviyede turizm eğitimi ve üniversite düzeyinde turizm eğitimi olmak üzere 4 ayrı grupta incelenmektedir. Temel seviyeden mezun olanlar vasıflı eleman olarak turizm sektöründe istihdam edebilmektedirler. Orta seviyeden A derecesinde mezun olanlar ileri seviyede turizm eğitimine devam etme hakkı kazanmaktadırlar, devam etmek istemeyenler ise turizm sektöründe istihdam etme fırsatı kazanmaktadırlar. Orta seviyeden A derecesinde mezun olanlar ya da yapılan sınavı kazanan adaylar ileri seviyede turizm eğitimi hakkı kazanırlar ve bu seviyedeki turizm eğitiminde; aşçılık, otel işletmeciliği, seyahat acentacılığı ve turistik ticaret olmak üzere dört bölüm bulunmaktadır. Bu bölümlerde eğitim gören kişiler alanında uzman olmaktadır. Üniversite programlarını başarıyla tamamlayanlar ise, "Turistik İşletmeler ve Aktiveler Diploması" ile kıdemli yönetici derecesine sahip olmaktadır (Güçer, 2004: 53-57).

İtalya'da: İtalya'da turizm eğitimi Çalışma Bakanlığı'na Bağlı E.N.A.L.C. (Ente Nazionale Addestramento Lavatory Comercio/ Ticaret İşçileri Yetiştirme Milli Teşkilatı) ve Devlet Otelcilik Personeli Mesleki Enstitüsü tarafından verilmektedir. Bu kurumlarda, erkekler için; 3 yıl süre ile "otel yönetimi ve sekreterliği", 3 yıl süre ile "otel mutfak hizmetleri", 1 yıl süre ile "otel ön büro yönetimi", 1 yıl süre ile "bar ve restoran hizmetleri", bayanlar için ise; 1 yıl süre ile "kat hizmetleri", 1 yıl süre ile "sekreterlik", 1 yıl süre ile "salon hizmetleri" gibi çeşitli bölümlerden oluşan kurslar bulunmaktadır. Bu kursları bitirenler İtalya'dan başka ENALC ile anlaşması olan İngiltere, İsviçre, Fransa, Almanya gibi ülkelerde altı ay süre ile staj yapmaktadır. Bu kurslara katılmak için de en az ortaokul mezunu olma şartı bulunmaktadır (Demirkol ve Pelit, 2002: 135; Gül, 2012: 23).

Sonuç olarak, dünyadaki bazı ülkelerde ve Türkiye'de verilen turizm eğitimi karşılaştırıldığında bir takım benzerlik ve farklılıkların olduğu görülmektedir. Özellikle önlisans ve lisans düzeyindeki turizm eğitimi veren okullar benzer şekilde eğitim vermektedir. Ancak bazı ülkelerde turizm eğitiminde ağırlık daha çok ortaöğretimde iken ülkemizde daha çok yükseköğretime ağırlık verildiği görülmektedir (Demirkol ve Pelit, 2002: 139; Hacıoğlu vd., 2008: 24).

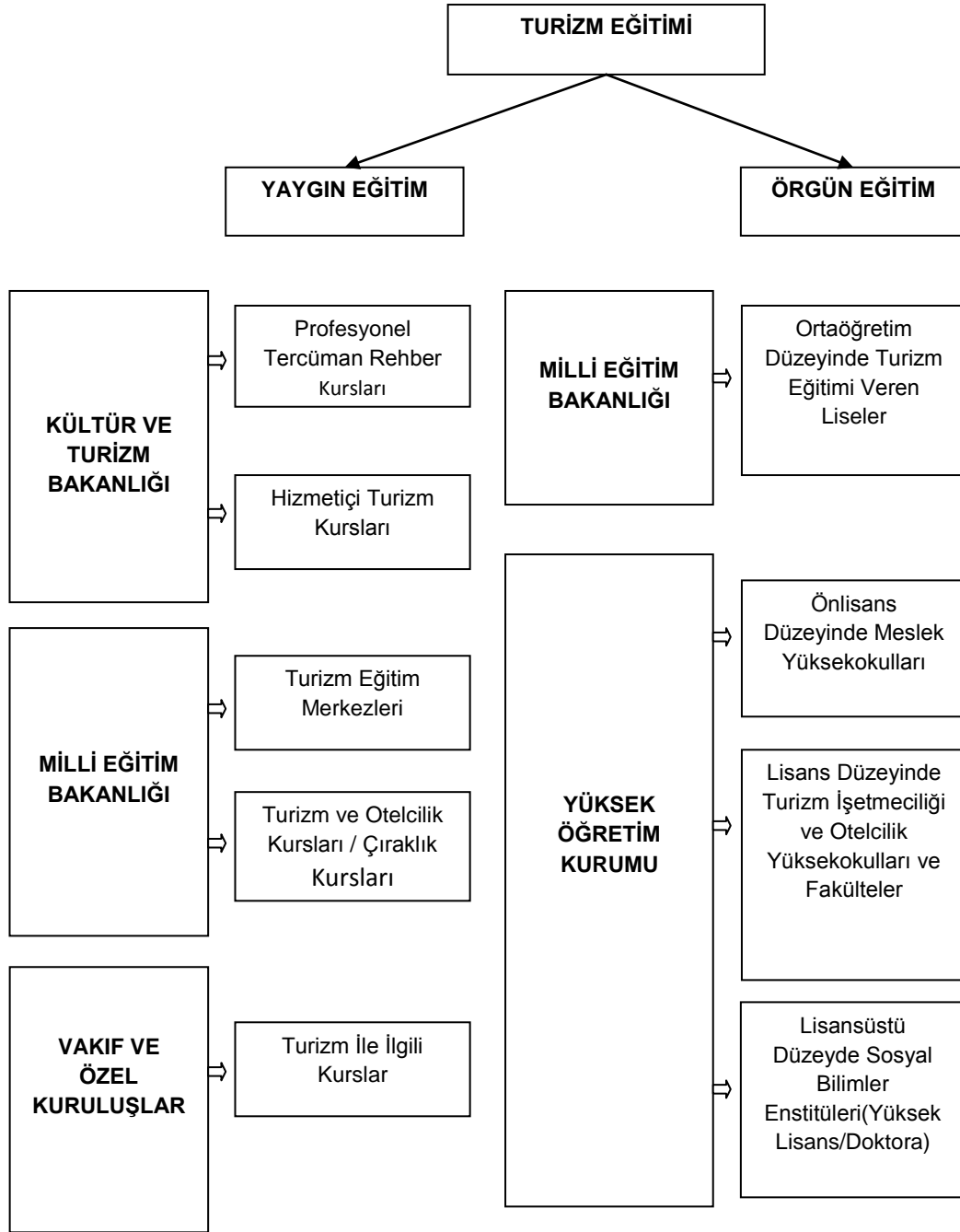
2.2.5.2. Türkiye'de Turizm Eğitimi

Türkiye'de turizm eğitimi 1953 yılında Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın iş birliği ile ortaya çıkmıştır. İlk olarak Ankara ve İzmir Ticaret Liselerinde Turizm Meslek Kursları'nın açılmasıyla başlamış ve otuz yıllık bir dönem içinde de gelişim göstermiştir (Olalı, 1984:15).

Türkiye'de turizm eğitimi örgün eğitim ve yaygın eğitim olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Örgün turizm eğitimi; ortaöğretim ve yükseköğretim düzeyinde gerçekleştirilmektedir. Yaygın turizm eğitimi ise; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ile Vakıf ve Özel Kuruluşlar bünyesinde gerçekleştirilmektedir (Ünlüönen ve Boylu, 2005b: 15; Hacıoğlu vd., 2008: 25; Baltacı vd., 2012: 18).

Türkiye'de birçok farklı kuruluş tarafından verilen örgün ve yaygın turizm eğitimi şeması Şekil 2'de verilmiştir.

Şekil 2. Türkiye’de Turizm Eğitimi Şeması



Kaynak: Hacıoğlu, Necdet, Kaşlı, Mehmet, Şahin, Seda ve Tetik, Nuray. (2008). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık. s.26.

2.2.5.2.1. Örgün Turizm Eğitimi

Örgün eğitim, eğitim öğretim kurumlarında diplomaya yönelik olarak verilen bir eğitim türüdür. Örgün turizm eğitimi ülkemizde ortaöğretim ve yükseköğretim

düzeyinde olmak üzere iki kademede verilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 25). Yükseköğretim düzeyinde verilen turizm eğitimi; önlisans, lisans ve lisansüstü programları kapsamaktadır (Avcıkurt vd., 2012: 110).

Örgün turizm eğitiminin amacı; kapsamında bulunan ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarının eğitim programlarına turizm konularını fazlasıyla ekleyerek toplumda turizm bilinci oluşturmak, turizm kaynaklarının sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla bilinçlendirmek ve turistlere karşı hakkaniyetini sürekli olarak sağlayabilecek anlayışı oluşturmaktır (Erdinç ve Yılmaz, 2012:19).

Aşağıdaki Şekil 3'teki Türkiye'de Turizm Eğitimi Piramidi'nde sahip olunan eğitim düzeyinin yönetsel kademe içerisindeki yerini detaylı olarak görmek mümkündür. Bu bağlamda örgün eğitim içerisindeki temel turizm eğitimi ortaöğretim düzeyinde vermeye başlanmaktadır. Ortaöğretim düzeyini tamamlayan öğrenciler eğitimlerine önlisans düzeyinde eğitim veren meslek yüksekokullarında ya da yükseköğretim sınavlarında elde ettikleri başarı sonucunda lisans düzeyinde eğitim veren turizm yüksekokullarında ya da fakültelerde devam etmektedirler. Lisans eğitimini başarı ile tamamlayan öğrenciler ise istedikleri ve gerekli şartları sağladıkları takdirde yüksek lisans ve doktora programlarından oluşan lisansüstü eğitimlerine devam edebilmektedirler.

Şekil 3. Türkiye'de Turizm Eğitimi Piramidi



Kaynak: Gürdal, Mehmet. (2002), Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin Yapısal Analizi, Okullaşma-Eğitimin Kalitesi-Staj-İstihdam Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop (11-13 Aralık 2002) Bildiriler Kitabı*. Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, s.394.

Ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi Anadolu otelcilik ve turizm meslek liseleri, Anadolu aşçılık meslek liseleri ve Anadolu ticaret meslek liselerinde açılan programlar ile yürütülmekteydi (Hacıoğlu vd., 2008: 25) ancak 2014 yılından itibaren bu okulların hepsi mesleki ve teknik anadolu liseleri adı altında toplanmıştır. Bu liselerde turizm ile ilgili bölümler bulunmaktadır ve turizm eğitimine devam edilmektedir.

Ortaöğretim düzeyinde verilen turizm eğitimi; öğrenciye turizmin temel kavramlarını öğretmekte ve aynı zamanda turizm işletmeciliğinin içeriğini ve hizmet sektörü içinde turizmin ne denli önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca turizm işletmelerinde nitelikli işgücünün önemi de öğrencilere benimsetmektedir (Öncüer, 2006: 167). Aşağıdaki Tablo 5’te çeşitli yıllar içinde Anadolu otelcilik ve turizm meslek liselerindeki bazı rakamsal gelişmeler görülmektedir.

Tablo 5. Öğretim Yıllarına Göre Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Okul, Öğrenci ve Öğretmen Sayıları

Yıllar	Okul Sayısı	Öğrenci Sayısı	Öğretmen Sayısı
1961-1962	1	89	12
1967-1968	2	186	12
1975-1976	3	742	51
1980-1981	8	1311	157
1990-1991	19	5008	310
1995-1996	38	9466	812
2000-2001	62	12671	1263
2001-2002	67	13894	1246
2002-2003	72	15299	1367
2003-2004	78	18217	1355
2004-2005	80	19324	1512
2005-2006	86	22974	1716
2006-2007	88	23376	1807
2007-2008	95	24311	2087
2008-2009	108	25861	2343
2009-2010	112	28592	2487
2010-2011	117	32159	2658
2011-2012	123	32819	3003
2012-2013	125	32748	2884

Kaynak: Boylu, Yasin ve Emin Arslan. (2013). Türkiye’deki Turizm Eğitiminde Son Rakamsal Gelişmeler. 14.Ulusal Turizm Kongresi (05-08 Aralık 2013) Bildiri Kitabı, Kayseri, s.542.

Tablo 5'te de görüldüğü üzere 1960'lı yıllardan itibaren okul sayısına paralel olarak öğrenci ve öğretmen sayılarında artışlar görülmektedir. Türkiye'de 1961 yılında sadece bir tane lise bulunurken 1990'lı yıllardan sonra liselerin sayılarında büyük artışlar olduğu görülmektedir. 2014 yılına kadar turizm eğitimi veren bu liseler 2014 yılından sonra mesleki ve teknik anadolu liseleri adına altında içerdikleri turizm bölümleri ile eğitime devam etmektedir.

Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde turizm eğitimi faaliyetleri, Türkiye'deki turizm mevsimine uygun olarak sürdürülmektedir. Bu okullarda teorik ve uygulamalı eğitim her yıl Ekim-Mart aylarında okulda, uygulamalı eğitim ise Nisan- Eylül ayları arasında turizm işletmelerinde gerçekleştirilmektedir. Uygulamalı eğitim boyunca öğrencilere işletmelerce asgari ücretin %60'ından az olmamak şartıyla ücret ödenmektedir. Öğrencilerin sigorta işlemleri ise Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından gerçekleştirilmektedir (Boylu ve Arslan, 2013: 542).

Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi ise ilk olarak Ankara Ticaret Yüksek Öğretmen Okulu'na 1965-66 öğretim yılından itibaren turizm bölümünün eklenmesiyle kurulan Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'nda vermeye başlanmıştır. Daha sonra 1969 yılında Ege üniversitesi, 1974 yılında Hacettepe Üniversitesi, 1975 yılında Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, 1980 yılında Adana İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, 1982 yılında Erciyes Üniversitesi bünyelerinde önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren birimler kurulmuş ve gün geçtikçe sayılarında artışlar olmuş, isimleri değişmiş ve çok sayıda mezun öğrenci vermişlerdir. 13.11.2009 tarihi itibarıyla de Turizm Fakülteleri kurulmaya başlanmıştır (Boylu ve Arslan, 2013:542-543).

Türkiye'de yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi önlisans ve lisans düzeyinde olmak üzere iki aşamalı olarak gerçekleştirilmektedir. Önlisans düzeyindeki turizm eğitiminin süresi iki yıldır ve bu programdan mezun olan öğrencilere önlisans diploması verilmektedir. Lisans düzeyindeki turizm eğitiminin süresi dört yıldır ve programdan mezun olan öğrencilere lisans diploması verilmektedir. Lisans eğitimini tamamlayıp yüksek lisans ve doktora düzeyinde turizm eğitimi almak isteyenlere de lisansüstü programlar ile turizm eğitimi verilmektedir (Hacıoğlu, 2008: 41).

Önlisans programı; öğrencilerin bilgi ve deneyimi birleştirmelerini sağlayarak, sektördeki ara elemanların sahip olması gereken vasıfları kazandırmayı ve becerileri

geliştirmeyi sağlamaktadır. *Lisans programı*; öğrencileri sektöre başlangıç, orta ve üst düzey yönetici olmaları için yetiştirmektedir. *Yüksek lisans programı*; öğrencilerin kariyerlerine yönlendirilmiş bireyler olarak turizm işletmelerinde üst düzey yönetici, eğitici ya da akademik düzeyde iyi bir araştırmacı olmasını sağlamaktadır. *Doktora programı ise*; bireye çözümlenebilirlik, akademik başarı için araştırma yapabilme ve problem çözebilirlik, iletişim yeteneklerini geliştirebilirlik ve akademik olarak yüksek standartlarda bilgi edinme fırsatı sağlamaktadır (Demirkol, 2002:88).

Önlisans Düzeyinde Turizm Eğitimi: Önlisans eğitimi, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'na göre, ortaöğretime dayalı ve en az dört yarıyılılık bir programı içeren yükseköğretimdir. Yükseköğretimde önlisans düzeyinde turizm eğitimi 1970'li yılların ortalarında, ara eleman yetiştirmek amacıyla Boğaziçi Üniversitesi ve Ege Üniversitesi'nde açılmış olan önlisans yüksekokullarında bir program olarak eğitim faaliyetlerine başlamıştır. Daha sonra Ege Üniversitesi'ndeki program lisans düzeyinde verilmeye başlanmıştır. Bu gelişmelere ek olarak 1974-1975 eğitim öğretim yılında Hacettepe Üniversitesi Teknoloji ve Meslek Yüksek Okulu'nda iki yıllık bir "Turizm Bölümü" faaliyete geçirilmiştir. Bunların yanı sıra Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı Meslek Yüksek Okulları kurulmuş ve önlisans düzeyinde turizm eğitim faaliyetlerine devam etmiştir (Ünlüönen, 1993: 500).

Yüksek Öğretim Kurulu (Y.Ö.K), 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu'na göre, 1982 yılında Milli Eğitim Bakanlığı'ndan 44 meslek yüksekokulunu devralarak üniversite bünyesine katmış ve yükseköğretim kurumlarını tek bir çatı altında toplamıştır. Meslek yüksekokullarında pek çok konuda eğitim öğretim yapıldığı görülmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 41). Önlisans düzeyinde turizm eğitimi veren programların amacı, sektörün ihtiyaç duyduğu ara işgücünü yani orta kademe yöneticiyi yetiştirmektir. Önlisans düzeyinde turizm eğitimi verilen programlarda sektörün ihtiyaç duyduğu yabancı dil bilen, bilgili, becerikli, tecrübeli ve uygulamacı personel yetiştirilmektedir (Aymanıkuy ve Aymanıkuy, 2002: 33).

Meslek yüksekokulları Türkiye'de kurulması ve faaliyete geçirilmesi en kolay yükseköğretim kurumlarıdır (Ünlüönen ve Boylu, 2005b: 16). Ülkemizde turizm eğitimi veren meslek yüksekokulu sayılarına bakıldığında yıllar geçtikçe sürekli olarak artış gösterdiği görülmektedir. 1990 yılında bünyesinde turizm programı bulunduran meslek yüksekokullarının sayısı 28 iken bu sayı 1992'de 31, 1994'te 54, 2002'de 87 ve 2006'da 111'e ulaşmıştır (Aymanıkuy ve Aymanıkuy, 2002: 34, Ünlüönen ve Boylu, 2005b: 16; Öncüler, 2006: 168; Ünal ve Bayram, 2015: 526).

2015 yılında bu sayılarda tekrar artış olduğu görülmektedir ve turizm eğitimi veren meslek yüksekokulları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Türkiye’de Önlisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Meslek Yüksekokulları

Meslek Yüksekokulları
Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Adıyaman Üniversitesi Gölbaşı MYO
Adıyaman Üniversitesi Kahta MYO
Adnan Menderes Üniversitesi Davutlar MYO
Adnan Menderes Üniversitesi Didim MYO
Adnan Menderes Üniversitesi Karacasu Memnune İnci MYO
Adnan Menderes Üniversitesi Söke MYO
Afyonkocatepe Üniversitesi Afyon MYO
Afyonkocatepe Üniversitesi Dinar MYO
Afyonkocatepe Üniversitesi Sandıklı MYO
Ahi Evran Üniversitesi (Kırşehir) Sosyal Bilimler MYO
Aksaray Üniversitesi Aksaray Sosyal Bilimler MYO
Aksaray Üniversitesi Güzelyurt MYO
Aksaray Üniversitesi Şereflikoçhisar Berat Cömertoğlu MYO
Amasya Üniversitesi Amasya Sosya Bilimler MYO
Ankara Üniversitesi Beypazarı MYO
Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Akdeniz Üniversitesi Finike MYO
Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak Sanatları MYO
Akdeniz Üniversitesi Manavgat MYO
Akdeniz Üniversitesi Serik Gülsün- Süleyman Süral MYO
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Alanya Ticaret ve Sanayi Odası MYO
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Gazipaşa Mustafa Rahmi Büyükbali MYO
Anadolu Üniversitesi Eskişehir MYO
Artvin Çoruh Üniversitesi Arhavi MYO
Ataşehir Adıgüzel MYO
Atatürk Üniversitesi Erzurum MYO
Atatürk Üniversitesi Pasinler MYO
Avrasya Üniversitesi (Trabzon) MYO
Balıkesir Üniversitesi Balıkesir MYO
Balıkesir Üniversitesi Ayvalık MYO
Balıkesir Üniversitesi Burhaniye MYO
Balıkesir Üniversitesi Sındırgı MYO
Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Erdek MYO
Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Gönen MYO
Bartın Üniversitesi Bartın MYO
Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Bayburt Üniversitesi Bayburt MYO
Beykent Üniversitesi (İstanbul) MYO
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Söğüt MYO
Bingöl Üniversitesi Bingöl Sosyal Bilimler MYO
Bitlis Eren Üniversitesi Adilcevaz MYO

Bolu Abant Baysal Üniversitesi Bolu MYO
Bolu Abant Baysal Üniversitesi Mengen MYO
Bolu Abant Baysal Üniversitesi Mudurnu Süreyya Astarıcı MYO
Bozok Üniversitesi (Yozgat) Akdağmadeni MYO
Bozok Üniversitesi (Yozgat) Sorgun MYO
Bülent Ecevit Üniversitesi (Zonguldak) Zonguldak MYO
Bülent Ecevit Üniversitesi (Zonguldak) Çaycuma MYO
Bülent Ecevit Üniversitesi (Zonguldak) Devrek MYO
Cumhuriyet Üniversitesi (Sivas) Cumhuriyet MYO
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ayvacık MYO
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ezine MYO
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada MYO
Çankırı Karatekin Üniversitesi MYO
Çukurova Üniversitesi Adana MYO
Çukurova Üniversitesi Kozan MYO
Dicle Üniversitesi (Diyarbakır) Diyarbakır MYO
Doğuş Üniversitesi (İstanbul) MYO
Dokuz Eylül Üniversitesi (İzmir) İzmir MYO
Dokuz Eylül Üniversitesi (İzmir) Seferihisar Fevziye Hepcan MYO
Dumlupınar Üniversitesi (Kütahya) Sosyal Bilimler MYO
Dumlupınar Üniversitesi (Kütahya) Emet MYO
Düzce Üniversitesi Akçakoca MYO
Düzce Üniversitesi Çilimli MYO
Ege Üniversitesi (İzmir) Bergama MYO
Erzincan Üniversitesi Turizm ve Otelcilik MYO
Fırat Üniversitesi (Elazığ) Sosyal Bilimler MYO
Fırat Üniversitesi (Elazığ) Sivrice MYO
Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik MYO
Gaziosmanpaşa Üniversitesi (Tokat) Tokat Sosyal Bilimler MYO
Gaziosmanpaşa Üniversitesi (Tokat) Niksar Sosyal Bilimler MYO
Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Giresun Üniversitesi Dereli MYO
Giresun Üniversitesi Şebinkarahisar Sosyal Bilimler MYO
Giresun Üniversitesi Tirebolu Mehmet Bayrak MYO
Gümüşhane Üniversitesi Gümüşhane MYO
Hacettepe Üniversitesi (Ankara) Sosyal Bilimler MYO
Haliç Üniversitesi (İstanbul) MYO
Harran Üniversitesi (Şanlıurfa) Şanlıurfa Sosyal Bilimler MYO
Harran Üniversitesi (Şanlıurfa) Birecik MYO
Hitit Üniversitesi (Çorum) Sosyal Bilimler MYO
Iğdır Üniversitesi Iğdır MYO
İnönü Üniversitesi (Malatya) Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği MYO
İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
İstanbul Arel Üniversitesi MYO
İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil. MYO
İstanbul Bilgi Üniversitesi MYO
İstanbul Gelişim Üniversitesi İstanbul Gelişim MYO
İstanbul Kavram MYO
İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik MYO
İstanbul Şişli MYO
İzmir Üniversitesi MYO

İzmir Ekonomi Üniversitesi MYO
Kafkas Üniversitesi (Kars) Sosyal Bilimler MYO
Kafkas Üniversitesi (Kars) Sarıkamış MYO
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Kapadokya MYO (Nevşehir)
Karabük Üniversitesi Safranbolu MYO
Karadeniz Teknik Üniversitesi (Trabzon) Turizm ve Otelcilik MYO
Karadeniz Teknik Üniversitesi (Trabzon) Maçka MYO
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi (Karaman) Sosyal Bilimler MYO
Kastamonu Üniversitesi Bozkurt MYO
Kırıkkale Üniversitesi Fatma Şenses Sosyal Bilimler MYO
Kırklareli Üniversitesi Pınarhisar MYO
Kilis Yedi Aralık Üniversitesi MYO
Kocaeli Üniversitesi Kartepe Turizm MYO
Maltepe Üniversitesi (İstanbul) MYO
Mardin Artuklu Üniversitesi MYO
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi (Burdur) Ağlasun MYO
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi (Burdur) Bucak Hihmet Tolunay MYO
Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Mersin Üniversitesi Anamur MYO
Mersin Üniversitesi Erdemli MYO
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Muğla MYO
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Datça Kazım Yılmaz MYO
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fethiye Ali Sıtkı-Mehmet Koçman MYO
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm MYO
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Milas MYO
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca MYO
Mustafa Kemal Üniversitesi (Hatay) Antakya MYO
Namık Kemal Üniversitesi (Tekirdağ) Sosyal Bilimler MYO
Namık Kemal Üniversitesi (Tekirdağ) Malkara MYO
Namık Kemal Üniversitesi (Tekirdağ) Marmara Ereğlisi
Namık Kemal Üniversitesi (Tekirdağ) Şarköy MYO
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi MYO
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz MYO
Niğde Üniversitesi Niğde Sosyal Bilimler MYO
Nişantaşı Üniversitesi (İstanbul) MYO
Okan Üniversitesi MYO
Ondokuz Mayıs Üniversitesi (Samsun) Samsun MYO
Ondokuz Mayıs Üniversitesi (Samsun) Havza MYO
Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
Ordu Üniversitesi Mesudiye MYO
Pamukkale Üniversitesi (Denizli) Denizli MYO
Pamukkale Üniversitesi (Denizli) Kale MYO
Pamukkale Üniversitesi (Denizli) Tavas MYO
Plato MYO (İstanbul)
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi (Rize) Ardeşen MYO
Sakarya Üniversitesi Karasu MYO
Sakarya Üniversitesi Kırkpınar MYO
Selçuk Üniversitesi (Konya) Sosyal Bilimler MYO
Selçuk Üniversitesi (Konya) Akşehir MYO

Selçuk Üniversitesi (Konya) Beyşehir Ali Akkanat MYO
Selçuk Üniversitesi (Konya) Silifke Taşucu MYO
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
Sinop Üniversitesi MYO
Sinop Üniversitesi Gerze MYO
Süleyman Demirel Üniversitesi (Isparta) Isparta MYO
Süleyman Demirel Üniversitesi (Isparta) Eğirdir MYO
Süleyman Demirel Üniversitesi (Isparta) Yalvaç MYO
Toros Üniversitesi (Mersin) MYO
Trakya Üniversitesi (Edirne) Edirne Sosyal Bilimler MYO
Trakya Üniversitesi (Edirne) Keşan MYO
Tunceli Üniversitesi Pertek Sakine Genç MYO
Uludağ Üniversitesi (Bursa) Sosyal Bilimler MYO
Uludağ Üniversitesi (Bursa) Harmancık MYO
Uludağ Üniversitesi (Bursa) İznik MYO
Uşak Üniversitesi Banaz MYO
Uşak Üniversitesi Ulubey MYO
Yalova Üniversitesi Yalova MYO
Yaşar Üniversitesi (İzmir) MYO
Yeni Yüzyıl Üniversitesi (İstanbul) MYO
Yüzüncü Yıl Üniversitesi (Van) MYO
Yüzüncü Yıl Üniversitesi (Van) Gevaş MYO

Kaynak: 2015 yılı ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu ve üniversitelerin web sitelerinden derlenmiştir.

2015 yılı itibarıyla Türkiye’de önlisans düzeyinde turizm eğitimi veren çeşitli üniversitelere bağlı toplam 166 adet meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Bu meslek yüksekokullarında “turizm ve otel işletmeciliği”, “turizm ve seyahat hizmetleri”, “turist rehberliği”, “turizm rehberliği”, “turizm animasyonu”, “ikram hizmetleri”, “aşçılık” gibi çeşitli bölümlerde turizm eğitimi verilmektedir.

Ayrıca meslek yüksekokullarından mezun olan bütün öğrenciler gibi turizm önlisans programından mezun olan öğrencilerin sahip olduğu haklardan biri de ÖSYM tarafından yapılan “Dikey Geçiş Sınavı” (DGS) dir. Bu sınav ile öğrencilerin lisans programına geçişi sağlanmaktadır. Ancak bu sınav ile belirtilen kontenjanlar oldukça sınırlı sayıda olduğundan az sayıda öğrenci bu imkandan yararlanabilmektedir. Bu durumun iki temel sebebi bulunmaktadır. Bunlardan ilki; üniversitelerin lisans programlarına DGS ile yerleştirilen önlisans mezunu öğrencilere oldukça sınırlı sayıda kontenjan ayrılmaktadır. İkincisi ise; DGS’nin mesleğe yönelik değil de genel yeteneğe göre hazırlanıp uygulanmasıdır (Ünlüoğlu ve Boylu, 2005b: 19).

Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi: Lisans eğitimi, ortaöğretime dayalı en az sekiz yarıyıllık bir programı içeren yükseköğretimdir (Ünlüönen, 1993: 507). Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının amacı, turizm sektörünün ve kamunun ihtiyaç duyduğu, mesleki bilgi ve beceriye sahip, planlama ve yönetim konularına hakim, araştırmacı, yönetici ve eğitici bireylerin yetiştirilmesidir. Asıl amaç ise, sektörde ihtiyaç duyulan üst düzey yöneticileri eğitmek ve yetiştirmektir (Aymankuy ve Aymankuy, 2002: 34).

1969 yılında Ege Üniversitesi bünyesinde, 1974 yılında Hacettepe Üniversitesi bünyesinde, 1975 yılında Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi bünyesinde, 1980 yılında Adana İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi bünyesinde, 1982 yılında Erciyes Üniversitesi bünyesinde lisans düzeyinde turizm eğitimi veren birimler kurulmuştur. 1992 yılından itibaren yeni üniversitelerin açılması turizm lisans programları sayısında da çok yüksek bir artış yaşanmasına neden olmuştur (Ünlüönen ve Boylu, 2005b: 20-21).

Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların sayılarına bakıldığında yıllar geçtikçe sürekli olarak artış gösterdiği görülmektedir. 2002 yılında bu sayı 21 iken (Ural ve Pelit, 2002: 77), 2005’de 25 (Türkeri, 2014: 5), 2006’da 30 (Öncüer, 2006: 169) ve 2012’de 54’e (Türkeri, 2014 :5) ulaşmıştır. 2015 yılında bu sayılarda tekrar artış olduğu görülmektedir ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Üniversiteler

Fakülteler
Adana Bilim Teknik Üniversitesi Turizm Fakültesi
Adıyaman Üniversitesi Turizm Fakültesi
Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi
Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi
Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi
Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Aksaray Üniversitesi Turizm Fakültesi
Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi Turizm Fakültesi
Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi (Konaklama İşletmeciliği)
Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi
Atılım Üniversitesi İşletme Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi
Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi
Beykent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Bozok Üniversitesi Turizm Fakültesi
Çağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi
Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi
Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi
Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi
Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi
Gaziantep Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi (Gastronomi)
Gedik Üniversitesi Turizm Fakültesi
Giresun Üniversitesi Turizm Fakültesi
Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi
Haliç Üniversitesi İşletme Fakültesi
İğdir Üniversitesi Turizm Fakültesi
İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi
İstanbul Ticaret Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi
İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi
Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi
Kafkas Üniversitesi Sarıkamış Turizm Fakültesi
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Kayseri Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi
KTO Karatay Üniversitesi İ.İ.B.F.
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fethiye İşletme Fakültesi
Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Niğantaşı Üniversitesi İktisadi ve İdari Sosyal Bilimler Fakültesi
Ondokuzmayıs Üniversitesi Turizm Fakültesi
Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Ardeşen Turizm Fakültesi
Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Sakarya Üniversitesi Turizm Fakültesi
Selçuk Üniversitesi Beyşehir Turizm Fakültesi
Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi
Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F.
Uluslararası Antalya Üniversitesi Turizm Fakültesi
Yaşar Üniversitesi İ.İ.B.F.
Yeditepe Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi
Yüksekokullar
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Ardahan Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Çankırı Karatekin Üniversitesi İlgaz Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O
Çukurova Üniversitesi Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Ege Üniversitesi Çeşme Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Gaziantep Üniversitesi Turizm Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Harran Üniversitesi Turizm Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
İskenderun Teknik Üniversitesi (Hatay) Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O
İstanbul Bilgi Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
Kocaeli Üniversitesi Derbent Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
M.Akif Ersoy Üniversitesi Burdur Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Ordu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Sinop Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
Şırnak Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulları
Avrasya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Beykent Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Bilkent Üniversitesi Uygulamalı Teknoloji ve İletme Yüksekokulu
Bitlis Eren Üniversitesi Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler Y.O
Erzincan Üniversitesi Kemaliye Hacı Ali Akın Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Giresun Üniversitesi Bulancak Kadir Karabaş Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
İstanbul Arel Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (Gastronomi)
M.A.Ersoy Üniversitesi Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Y.O
Okan Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Trakya Üniversitesi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Kaynak: 2015 yılı ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu ve üniversitelerin web sitelerinden derlenmiştir.

2015 yılı itibarıyla Türkiye’de 56 adet Fakülte, 23 adet Yüksekokul ve 17 adet Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu olmak üzere toplam 96 adet lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurum bulunmaktadır.

Türkiye’de önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okulların ve programların sayısı ortaöğretim ile karşılaştırıldığında hayli yüksek bir oran çıkmaktadır. Oysa Avrupa’da bu döngü ülkemizdekinin tam tersi şeklinde işlemektedir (Demirkol ve Pelit, 2002: 7; Hacıoğlu vd., 2008: 50).

Lisansüstü Düzeyde Turizm Eğitimi: Günümüzde üniversitelerin üst düzey vasıflı insangücü yetiştirme işlevi geçmişe göre kısmen değişiklik göstermektedir. Daha önceleri lisans düzeyinde yetiştirilen yüksek vasıflı insangücü artık lisansüstü

düzeyde yani yüksek lisans ve doktora düzeyinde yetiştirilmeye başlanmıştır. Bunun sebebi hızla artan bilgi birikiminin kısa bir öğretim süresinde her yönüyle anlaşılabilmesidir. Diğer açıdan bakıldığında hayatboyu öğretimin koşulu olarak, örgün eğitimin süresi de giderek uzamaktadır. Daha önceleri, toplumun sadece küçük bir bölümü lisans öğretimine talepte bulunurken, günümüzde lisans mezunu olmak bir ayrıcalık sayılmamaktadır. Ancak, yüksek lisans ve hatta özellikle doktora eğitimi, eğitimsel açıdan bireye pekçok ayrıcalık sağlamaktadır (Güven ve Tunç, 2007: 157).

Lisansüstü düzeyde verilen turizm eğitiminin amacı; modern turizmin sosyal, iktisadi ve teknik özellikteki problemlerini çözüme kavuşturabilecek, değişik faktörlerin etkinliğini değerlendirerek soyutlama, sentez ve karar verme gücüne sahip yönetici ve araştırmacıları yetiştirmektir (Olalı, 1984: 16).

Türkiye’de lisansüstü eğitim yüksek lisans ve doktora programı olarak iki aşamada gerçekleştirilmektedir (Ünlüönen, 2005b: 23). Yüksek lisans düzeyinde verilen turizm eğitiminin süresi minimum iki yıl, doktora düzeyinde verilen turizm eğitiminin süresi de minimum dört yıldır. Yüksek lisans bir uzmanlık ünvanı olarak görülebilmektedir. Doktora eğitimi tamamlamış kişiler ise üst düzey yönetici veya bu dalda eğitim veren üniversitelerde ünvanlı olarak öğretim elemanı olarak görev yapabilmektedirler (Demirkol ve Pelit, 2002: 6).

Türkiye’de önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların sayıları ve program sayılarının her geçen gün arttığı gibi lisansüstü düzeyde turizm eğitimi veren kurum sayısının da buna paralel olarak arttığı görülmektedir. Tablo 8’de ülkemizde turizm alanında ve çeşitli anabilim dallarında yüksek lisans ve doktora programı bulunan üniversiteler verilmiştir.

Tablo 8. Türkiye’de Turizm Alanında Lisansüstü Programı Olan Üniversiteler

Üniversitenin Adı	Yüksek Lisans	Doktora
Abant İzzet Baysal Üniversitesi	+	-
Adnan Menderes Üniversitesi	+	+
Afyon Kocatepe Üniversitesi	+	-
Akdeniz Üniversitesi	+	+
Anadolu Üniversitesi	+	+
Atatürk Üniversitesi	+	+
Atılım Üniversitesi	+	-
Balıkesir Üniversitesi	+	+
Batman Üniversitesi	+	-
Boğaziçi Üniversitesi	+	-

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	+	+
Dokuz Eylül Üniversitesi	+	+
Düzce Üniversitesi	+	-
Ege Üniversitesi	+	-
Erciyes Üniversitesi	+	-
Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi	+	+
Gazi Üniversitesi	+	+
Gaziantep Üniversitesi	+	-
Gaziosmanpaşa Üniversitesi	+	-
Hacettepe Üniversitesi	+	-
Haliç Üniversitesi	+	-
İstanbul Üniversitesi	+	+
İstanbul Arel Üniversitesi	+	-
İstanbul Medeniyet Üniversitesi	+	-
İstanbul Ticaret Üniversitesi	+	-
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	+	+
Karabük Üniversitesi	+	-
Kastamonu Üniversitesi	+	-
Mardin Artuklu Üniversitesi	+	-
Mersin Üniversitesi	+	+
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	+	+
Mustafa Kemal Üniversitesi	+	+
Necmettin Erbakan Üniversitesi	+	+
Nevşehir Üniversitesi	+	+
Okan Üniversitesi	+	-
Sakarya Üniversitesi	+	+
Selçuk Üniversitesi	+	+
Süleyman Demirel Üniversitesi	+	-
Yaşar Üniversitesi	+	-

Kaynak: Üniversitelerin web sitelerinden derlenmiştir.

2.2.5.2.2. Yaygın Turizm Eğitimi

Yaygın eğitim, örgün eğitim içinde yer alamamış ya da herhangi bir kademesinden ayrılmak zorunda kalmış veya bu kademelerin birinde kalmış olan bireylere talepleri doğrultusunda eğitim vermeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda yaygın turizm eğitimi de, turizm bilincinin ve ekonomisinin halka öğretilmesi, turizm sektöründe mesleki eğitim görmemiş kişilerin sahip oldukları mesleki tecrübelerine çağdaş eğitim-öğretim yöntemleriyle bilgi verilmesi şeklinde yapılan eğitim çalışmaları olarak tanımlanmaktadır. Yaygın eğitimler sonunda sertifika verilmektedir (Öncüler, 2006: 166; Aksu ve Bucak, 2012: 12; Hatipoğlu ve Batman, 2014: 25).

Türkiye’de yaygın turizm eğitimi Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), Anadolu Üniversitesi (Açık Öğretim Sistemi- Uzaktan Eğitim), AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik

Bakanlığı (İŞ-KUR), özel kuruluşlar, meslek kuruluşları ve üniversite vakıfları tarafından verilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 58).

Kültür ve Turizm Bakanlığı Tarafından Verilen Yaygın Turizm Eğitimi:

Kültür ve Turizm Bakanlığı, toplumda turizm bilincini geliştirmek için, üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları, turizm sektörü ve sivil toplum örgütleri ile işbirliği yaparak panel, konferans, seminer, toplantı gibi çeşitli faaliyetler düzenlemektedir. Bunlardan bazıları; “Bölgesel Eğitim Seminerleri”, “Esnaf- Turist İlişkileri Bilgilendirme Seminerleri”, Jandarma Bilgilendirme Toplantıları”, “Gençlik Turizmi Bilgilendirme Seminerleri, “Butik Otel Pazarlaması Semineri”dir (Hatipoğlu ve Batman, 2014: 27). Ayrıca bu eğitimlerin yanı sıra Bakanlığın denetimi ve gözetiminde TUREB tarafından Profesyonel Turist Rehberliği Sertifika Programları da açılmaktadır (www.aregem.kulturturizm.gov.tr).

Milli Eğitim Bakanlığı Tarafından Verilen Yaygın Turizm Eğitimi:

Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı Hayat Boyu Öğrenme Müdürlüğü, Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü ile Çıracılık Mesleki ve Teknik Eğitimi Geliştirme Dairesi Başkanlığı'nın yürüttüğü programlar dahilinde, sektörün ihtiyacı olan yiyecek içecek, konaklama ve seyahat hizmetleri alanlarındaki, aşçı, pastacı, barmen, servis, kat hizmetleri, ön büro alanlarında vasıflı eleman yetiştirilmesi için “Turizm İşletmelerine Personel Yetiştirme Temel Eğitim Kurs” programları uygulanmaktadır. “Halk Eğitim Merkezleri Kursları”, “Çıracılık Eğitim Merkezleri Kursları” ve “Meslek Liselerinde Uygulanmakta Olan Sertifika Programları” Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen yaygın turizm eğitimi olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda TUREM (Turizm Eğitim Merkezleri) ve YOTEM (Yetişkinler Otelcilik ve Turizm Eğitim Merkezleri)'den de bahsetmek mümkündür (Hatipoğlu ve Batman, 2014: 26).

TUREM, turizm sektörünün ihtiyacı olan vasıflı ara eleman yetiştirmek amacıyla, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak 1967 yılından günümüze kadar faaliyetlerini sürdürmektedir. 3 Şubat 2006 tarihinde yürürlüğe giren 5450 sayılı Kanun ile Milli Eğitim Bakanlığı'na devredilmiştir (Hacıoğlu vd.,2008: 71-72). Turizm Eğitim Merkezlerinde; “Ön büro”, “Yiyecek İçecek Servisi”, “Yiyecek İçecek Üretimi” ve “Kat Hizmetleri” olmak üzere dört alan bulunmaktadır ve bu kursun süresi toplam 30 haftadır (www.kultur.gov.tr). Türkiye çapında İzmir-Alaçatı, İzmir-Balçova, Antalya-Merkez, Antalya-Kemer, Nevşehir-Ürgüp, Trabzon-Vakfıkebir, Burdur-Merkez, Isparta-Merkez, Kastamonu-Merkez'de olmak üzere toplam 9 adet TUREM bulunmaktadır (<http://alacatiturem.meb.k12.tr>).

YOTEM, turizm eğitimi veren liselerin bünyelerinde faaliyet gösteren merkezlerdir ve bu merkezlerde turizm sektörünün kısa sürede ihtiyaç duyduğu vasıflı insan gücünü yetiştirmek ve yetişkinlere turizm eğitimi vermek amacıyla resepsiyon, servis, mutfak, kat hizmetleri, seyahat acentacılığı, animasyon, turizm işletmeciliği vb. alanlarda meslek kursları açılmaktadır (Kenar, 2009).

Anadolu Üniversitesi (Açık Öğretim Sistemi- Uzaktan Eğitim): Turizm ve Otel İşletmeciliği Önlisans Programı, 1993 yılında Uzaktan Eğitim Sisteminin yeniden düzenlenmesi ile Açıköğretim Fakültesi kapsamında açılan bir programdır. Bu bölümden mezun olanlar turizm sektöründe çalışma imkanı bulabilmektedirler. Bu bölümdeki dersler dönemliktir ve bölümün öğrenim süresi iki yıldır. Bu program kapsamında her derste bir ara sınav ve dönem sonu sınavı uygulanmaktadır. Öğrenciler sınava buldukları illerde girmektedirler. Bölümden mezun olan öğrenciler, “Meslek Yüksekokulları ve Açıköğretim Önlisans Programları Mezunlarının Lisans Öğrenimine Devam Haklarında Yönetmelik” hükümleri gereğince örgün ya da Uzaktan Eğitim Sistemi ile öğrenim yapan programlara dikey geçiş yapma imkanına sahiptir (www.anadolu.edu.tr).

Programın amacı, otelcilik ve yiyecek içecek endüstrisinde çalışacak ara elemanları yetiştirmektir. Programda genel turizm bilgisi, turizm acentacılığı, otel işletmeciliği, konaklama ve yiyecek hizmetleri ile ilgili dersler bulunmaktadır. Turizm ve Otel İşletmeciliği Önlisans Programında eğitim alan öğrencilerin ana öğrenim metaryali ders kitaplarıdır. Ders kitaplarına yardımcı olmak için derslerle ilgili televizyon yayınları da programda mevcuttur. Programdaki bazı ana dersler için yüz yüze eğitim hizmeti sunulmaktadır. Ayrıca öğrenciler internet üzerinden yardımcı hizmet olarak e-öğrenme uygulamalarından faydalanabilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 85).

AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı Tarafından Verilen Yaygın Turizm Eğitimi: AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı tarafından yaygın turizm eğitimi kapsamında Leonardo da Vinci (LdV) Programı düzenlenmektedir. Leonardo da Vinci Programı, Avrupa Birliğine üye ve aday ülkelerin mesleki eğitime yönelik politikalarını desteklemek ve geliştirmek için yürütülen bir programdır. Bu programın amacı; ülkeler arası işbirliği sayesinde mesleki eğitim sistemleri ile uygulamalarında kalitenin geliştirilmesini, yeniliklerin teşvik edilmesini ve Avrupa boyutunun desteklenmesini sağlamaktır. Leonardo da Vinci (LdV) Programı Ortaklık Projeleri faaliyet alanı tüm program ülkelerinde 2008 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Bu program proje tabanlı bir faaliyettir. Bu

projeler, mesleki eğitim öğretim alanında faaliyet gösteren ve ortak ilgi alanı bulunan kuruluşlar arasındaki ürün odaklı işbirliği çalışmalarını desteklemektedir. Proje en az biri AB üyesi olmak şartıyla en az üç farklı ülkeden ortak kurum ile yürütülmektedir. Ortaklık projelerinde; koordinatör ortak, ortak ve sessiz ortak olmak üzere üç tip ortak yer almaktadır. Proje süresi iki yıldır ve değiştirilemez. Bu süre projede bulunacak kişilerin seçilmesi, hazırlanması, duyurular, sözleşmeler, hibenin iletilmesi, hareketliliklerin gerçekleştirilmesi, yerel faaliyetler, ürün hazırlıkları ve ürünlerin meydana getirilmesi, yaygınlaştırma faaliyetlerinin dahil olduğu bir dönemi kapsamaktadır. Projeler, Avrupa Birliği dillerinden birinde hazırlanabilmektedirler. Sunulan projeler koordinatör ortağın ülkesinde ve diğer ortakların ülkelerinde ulusal ajanslar tarafından "uygunluk kontrolü"ne tabi tutulmaktadır. Uygunluk kontrolünü geçemeyen ortak, ülkesindeki ulusal ajans tarafından projeden çıkarılmaktadır. Uygunluk kontrolünü geçen projelerin içerik değerlendirilmesi işlemi "Koordinatör Ortak"ın bulunduğu ülke ulusal ajansı tarafından yürütülmektedir. Koordinatör ülke ulusal ajansının içerik değerlendirmesi dikkate alınarak Avrupa Komisyonu tarafından yapılan sıralamaya göre kabul edilen projenin tüm ortaklarına kendi ulusal ajansları hibe vermektedir (www.ua.gov.tr).

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (İŞ-KUR): Yaygın mesleki eğitim faaliyetinde bulunan en önemli kuruluşlardan biri de İŞKUR'dur. İŞKUR, aktif işgücü piyasası programları kapsamında yaygın eğitim faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu programlar; işgücü yetiştirme programları, meslek araştırma ve geliştirme, iş ve meslek danışmanlığı ve işletmelerde eğitim çalışmalarından meydana gelmektedir. İŞKUR bünyesinde kadınlar, gençler, uzun süreli işsizler, özürümler, hükümlü ve eski hükümlüler ile işgücü piyasasında geçerli bir mesleği olmayan vasıfsız işsizlere yönelik işgücü yetiştirme kursları düzenlenmektedir (Kenar, 2009).

Özel Kuruluşlar Tarafından Verilen Yaygın Turizm Eğitimi: Türkiye'de yaygın turizm eğitimi faaliyetleri arasında sektördeki pekçok özel kuruluşların eğitim çalışmaları da bulunmaktadır. Özel kuruluşlar tarafından seyahat alanında Uçuş Hostesliği, Yer Hostesliği, Tur Operatörlüğü, Ticketing Uzmanlığı gibi programlarda yaygın turizm eğitimi verilmektedir. Yiyecek-içecek alanına bakıldığında ise Türk Mutfağı, Dünya Mutfakları, Yiyecek-İçecek İşletmeciliği Kursu, Sektöre Yönelik Finans Eğitimleri, Amatör Barmen, Sofra Adabı ve Ağırılama Sanatı, Şarap, Yemek ve İçki Fotoğrafçılığı Kursu, Profesyonel Aşçılık Eğitimi, Profesyonel Pasta ve Ekmekçilik Eğitimi gibi çok sayıda eğitim çalışması bulunduğu görülmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 96).

Meslek Kuruluşları Ve Üniversite Vakıfları Tarafından Verilen Yaygın

Turizm Eğitimi: Türkiye’de çeşitli meslek kuruluşları, üniversite vakıfları tarafından da yaygın turizm eğitimi verilmektedir. TÜRSAB, TUROB, TÜROFED, THY, TUGEV, TOBB, ALTSO, MEKSA, Gazi Eğitim ve Kültür Vakfı, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Araştırma Vakfı, İstanbul Teknik Üniversitesi Vakfı, Türk Pazarlama Eğitim Vakfı ve çeşitli üniversitelerin Sürekli Eğitim Merkezleri (Anadolu Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, vs.) bunlara örnek sayılabilir (Hacıoğlu vd., 2008: 96).

Türkiye’de yaygın turizm eğitimi veren kurumlar incelendiğinde geniş bir yelpazenin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durumun hem iyi hem de kötü yönleri bulunmaktadır. İyi tarafı, turizm konusunda insanların bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi geniş bir alana yayılmıştır. Kötü tarafı ise, bu kurumların iyi örgütlenememesi yüzünden turizm konusunda yeterli ve doğru bilginin ne derece verildiği hususu akıllarda soru işareti bırakmaktadır (Aksu ve Bucak, 2012: 12).

2.2.6. Turizm Rehberliği Eğitimi

Turizm faaliyetlerinin hedefine ulaşmasında, turizm personelinin eğitimi, dolayısıyla turizm rehberliği eğitimi en önemli faktörlerden biridir. Turist rehberlerinin tanıtacağı ülke, bölge, yöre, tarihi eserler ve değerler hakkında yeterli bilgiye sahip olması bir gereklilik hatta bir zorunluluktur. Son yarım yüzyıldan beri turizmin birçok ülkede ekonomik anlamda önem kazandığı görülmektedir. Böylelikle araştırmacılar, kaliteli turist rehberinin turistik deneyimler konusunda önemli bir role sahip olduğunu farketmişlerdir. Kaliteli bir turist rehberinin yetiştirilmesi için de kaliteli bir eğitim verilmesi gerekmektedir (Hacıoğlu, 2008: 244).

Turist rehberlerinin eğitimi yalnızca ziyaretçiler ya da rehberler için değil, aynı zamanda bölgeler, şehirler ve ülkenin tamamı için büyük önem taşımaktadır. Rehberlerin profesyonelliği ya da sorunları gözardı edildiği takdirde bu durum, rehberlerin hizmet kalitesine yönelik ziyaretçi şikayetlerinin artmasına ve sonuç olarak da destinasyon imajının zarar görmesine neden olabilmektedir (Ap ve Wong, 2001: 552). Turistik ürünlerde ya da bölgelerde markalara bağlılık çok az olmakla birlikte, imaj kavramı büyük önem taşımaktadır (Hacıoğlu, 2014: 42).

Destinasyon ya da turistik yer imajı, bir birey ya da grubun belli bir yer hakkında sahip olduğu tüm nesnel bilgiler, önyargılar, izlenimler, hayaller ve duygusal düşüncelerin ifadesi olarak tanımlanabilmektedir. Diğer bir ifadeyle, turist

destinasyon imajı, bireylerin bir destinasyon hakkında sahip olduğu inançların, fikirlerin ve izlemlerin tamamıdır (Avcıkurt, 2010:44). Dolayısıyla bilgisi, becerisi, kültürü, tutum ve davranışlarıyla ülkeleri temsil edecek ve doğru şekilde tanıtacak, ziyaretçilerin memnun ve olumlu izlenimlerle ülkelerine geri dönmelerini sağlayacak nitelikli turist rehberlerinin eğitimi hassas, ciddi ve üzerinde önemle durulması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Karaman vd., 2012: 353).

2.2.6.1. Dünya’da Turizm Rehberliği Eğitimi

Dünyada rehberlik eğitimi ülkeler bazında farklılık gösterse de neredeyse tüm ülkelerde rehberlik mesleğini yapacak kişilerin belli eğitimlerden geçmeleri genel kural olarak görölmektedir. Rehberlik mesleğini yapmak için profesyonel eğitimin zorunlu olmadığı ülkeler; ABD, Fransa ve Japonya’dır. Zorunlu eğitim süreleri ise ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. 3 haftalık eğitim süresiyle Güney Afrika Cumhuriyeti eğitim süresi en kısa olan ülke iken 5 yıllık eğitim süresiyle Arjantin eğitim süresi en uzun olan ülke konumundadır (Ahipaşaoğlu, 2006: 29).

FEG (Avrupa Turist Rehberleri Birliği)’in profesyonel turist rehberliği eğitimini değerlendirmek için üye ülkelerde yapmış olduğu anket çalışmasının sonuçlarına göre; profesyonel turist rehberliği için ulusal lisans gereken ülkeler; Avusturya, Kıbrıs, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, Hollanda ve İskoçya’dır. Hem ulusal, hem bölgesel lisans uygulaması bulunan ülkeler ise; Danimarka, Fransa, Portekiz ve Slovenya’dır. Diğerlerinde ise yalnızca bölgesel düzeyde lisans istenmektedir. Bütün ülkelerde değerlendirme işlemleri, bakanlık ve turizm müdürlüğü gibi resmi bir kurum bünyesinde ve çoğunlukla üniversite ya da başka bir eğitim kurumu ile birlikte yürütölmektedir. Bu değerlendirme işlemlerinin sonunda da yeterlilik belgesi verilmektedir. Hollanda, İskoçya ve Finlandiya gibi bazı ülkelerde lisans konusu ulusal düzeydeki meslek kuruluşuna bırakılmıştır. Yunanistan, İtalya, Portekiz ve İspanya’da sözlü değerlendirme yalnızca anlatıma dayalı iken, sözlü değerlendirmenin yapıldığı diğer ülkelerde anlatımın yanında adaylar pratiklerini de sergileyecekleri bir sınava tabi tutulmaktadırlar. İtalya ve İspanya’nın dışında tüm ülkelerde eğitim için kurslar düzenlenmektedir. Yunanistan ve Portekiz’de 2 veya 3 yıl süreyle günde 3-4 saatlik kurslar düzenlenmektedir. Diğer ülkelerde ise kurslar çoğunlukla akşam dersleri, hafta sonu ziyaret ve pratikleri ile yarı zamanlı olarak yapılmaktadır. İrlanda ve Polonya’da bu kursların süresi 3 aydır. Macaristan’da turist rehberliği eğitimi, tur yönetimi ve catering ile bütünleşmiş şekildedir. Belçika ve

İngiltere haricindeki tüm ülkelerde en az bir yabancı dil bilme şartı bulunmaktadır (Temizkan, 2010:73).

Türkiye’de ilke olarak Profesyonel Turist Rehberliği eğitimi ücretsiz olarak verilmektedir. Sertifika programlarında da devlet üniversitelerinin programlarında da adaylar sadece uygulama gezisi giderlerini karşılamaktadırlar. Fransa, Almanya, Yunanistan, Hollanda ve Norveç’te de durum aynı şekildedir. Eğitimin paralı verildiği ülkelerde ise fiyat olarak farklılıklar görülmektedir (Güzel, 2007: 39).

Rehberlik eğitimini merkezi kurallara ve kanunlara bağlama çalışmalarına devam eden WFTGA (Dünya Turist Rehberleri Birliği) bünyesindeki ülkelerin turist rehberliği eğitimini Türkiye ile karşılaştırdığımızda, Türkiye’ye göre daha zorlu şartlar sunan bir eğitim sistemi dikkat çekmektedir (Ahipşaoğlu, 2006: 30-31).

Dünyada, özellikle turist çeken bazı ülkelerdeki turizm rehberliği eğitiminden örnekler şu şekildedir:

Almanya’da: Almanya’da rehberlik eğitimi mesleki eğitim kurumlarının düzenlediği kurslarda verilmektedir. Aşağıdaki 3 mesleki eğitim kurumunun rehberlik ile ilgili programları şu şekildedir (Değirmencioğlu, 1998: 73-74; Tetik 2006: 42):

- *SSI Institut für Berufsbildung:* Kurs süresi 3 aydır. Kursa katılım şartlarında, en az ortaokul mezunu olmak ve en az 18 yaşında olmak şartları bulunmaktadır. Kurs konuları; turizm, turizm organizasyonu, seyahat acentaları, tur operatörleri, seyahat hukuku, tarih, kültür, turistik bölgelerin tanıtılmasından oluşmaktadır. Kursu tamamlayanlara Alman Seyahat Acentaları Birliği tarafından sertifika verilmektedir.
- *FORUM Berufsbildunge V:* Kurs süresi 3 aydır. Kursa katılım şartlarında, yüksekokul mezunu olmak ve turizm ile ilgili öğrenim görmüş olmak şartı bulunmaktadır. Kursu tamamlayanlara Alman Seyahat Acentaları Birliği tarafından sertifika verilmektedir.
- *AFW Bad Harzburg (Geschaeftbereich Akademie für Fernstudium und Witerbidung):* Açık öğretim akademisidir. Turizm rehberliği ile ilgili kurslar düzenlemektedir. Kurs süresi 7 aydır.

Avusturya’da: Rehber olmak isteyen adayların ilk olarak Ticaret Odası’na başvurmaları gerekmektedir. Burada adaylar mülakata ve yazılı sınava alınmaktadırlar. Adaylarda en az iki dili akıcı bir şekilde konuşma şartı aranmaktadır. Bununla birlikte şehir hakkındaki bilgi düzeyleri ölçülmekte ve sağlıkları kontrol edilmektedir. Yapılan bu değerlendirmeler sonunda adayın 3 yıl sürecek olan kursa

katılıp katılmayacağına karar verilmektedir. Avusturya Federal Cumhuriyeti Turizm Bakanlığı'na göre, kayıt yaptıran adaylar; Viyana, Avrupa ve Dünya Tarihi, Mimari, Müzik, Sanat ve Tiyatro Tarihi, Avusturya Edebiyatı, Politika, Tıp ve Endüstri Tarihi, Coğrafya ve Konuşma Teknikleri konularında uzman kişiler tarafından eğitilmektedir (Güzel, 2007: 42).

Fransa'da: Fransa'da rehberlik eğitimi Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda, kurslarda ve özel kuruluşlara ait kurslarda verilmektedir. Özel okullarda yardımcı rehberlik eğitimi gece kurslarında verilmektedir. Profesyonel rehberlik eğitimi ise lisans düzeyinde verilmektedir (Çolakoğlu vd., 2007: 179).

İngiltere'de: İngiltere'de rehberlik eğitim standartları oldukça yüksektir. İngiltere'de üç ayrı düzeyde kokart verilmektedir. "Düzyey 2" kokart sahipleri belirli sabit rotalarda, "Düzyey 3" (Green Badge) kokart sahipleri belirli bir şehirde, "Düzyey 4" (Blue Badge) kokart sahipleri ise ulusal rehber olarak mesleklerini icra edebilmektedirler. İngiltere'de rehberler bir loncaya üyedirler ve oraya bağlıdırlar. Loncaya bağlı olan Turist Rehberliği Enstitüsü aracılığıyla çeşitli yükseköğretim kurumlarında rehberlik eğitimleri verilmektedir. "Düzyey 4" eğitimi 2 yıl sürmektedir ve 320 saatlik ya da 28 haftalık yoğun bir programdan oluşmaktadır (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013: 130).

Bu kursun süresi ve içeriği İngiltere'nin bazı yerlerinde farklı olabilmektedir. Bütün rehberlerin "Blue Badge" yani diğer bir ifadeyle mavi nişanı alabilmeleri için akademik çalışmalarını, yazılı ve sözlü sınavlarını başarıyla tamamlamaları gerekmektedir. Blue Badge rehberlerinin denizaşırı ülkelerde çalışabilmesi için en az bir dili akıcı bir şekilde konuşuyor olması şartı bulunmaktadır. En çok tercih edilen diller ise; Arapça, Almanca, İspanyolca, İtalyanca, Fransızca, Japonca, Rusça ve Çince'dir. "Blue Badge" İngiltere'de turist rehberlerine verilen profesyonellik sertifikası olarak ifade edilmektedir. Blue Badge rehberleri Londra Kulesi, St. Paul Katedrali, Windsor Kalesi, Kesington Sarayı, Oxford ve Cambridge Kolejleri, Edinbur Kalesi, Spencer House, Westminster Abbey, York Minster, Shakespeare Birtplace ve Holyrood Sarayı'nda turist rehberliği yapabilen tek rehber olma özelliğine sahiptirler (Tetik, 2006: 41). Diğer düzeyler için düzenlenen eğitim kursları da en az 2 akademik dönem ya da 2 yıla kadar sürebilmektedir. Bu kurslarda da adaylara rehberlik teknikleri ile ilgili eğitim verilmektedir (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013:130).

İspanya'da: İspanya'da tur rehberliği lisansı için her bölge ve özerk topluluğun ayrı resmi sınavları bulunmaktadır. Örneğin; Katalonya'da yıllık olarak sınavlar düzenlenmektedir ve sınavda başarılı olan adaylara "Resmi Sarı Rozet"

verilmektedir. Sarı rozetli rehberlerin yalnızca müze ve turistik mekanlar içinde rehberlik yapma hakları bulunmaktadır (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013: 130). Sınav başvurusunda aranan şartlar şunlardır (Değirmencioğlu, 1998: 76-77):

- Avrupa Birliği veya Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) üyesi ülkelerden birinin vatandaşı olmak ve uluslararası geçerliliği olan diplomalara sahip olmak,
- 18 yaşını doldurmuş olmak,
- Aşağıdaki yeterliliklerden birisine sahip olmak:

-Turistik şirket ya da kuruluşlarda teknik yeterlilik,

-Ticari ve turistik konulardaki bilgilerde yeterlilik,

-Üniversite diploması veya eşdeğer bir belgeye sahip olmak. Ancak bu yeterlilikler idari kurul tarafından kabul görmelidir.

- Resmi kuruluşlar ya da saygın enstitülerce verilen yeterli derecede İspanyolca ve en az bir yabancı dil bildiğini belgeleyen sertifika.

Bu şartları sağlayan kişilere, Ekonomi ve Çalışma Müsteşarlığı tarafından belirlenen ve Turizm Genel Müdürlüğü tarafından yapılan sınavlarda başarılı olmaları durumunda Madrid Otonom İdaresi tarafından turist rehberliği kokartı verilmektedir (Tetik, 2006: 40).

İtalya'da: İtalya'da turist rehberliği ile ilgili düzenlemeler, Eyalet İdareleri tarafından yapılmaktadır. Merkezi yönetim tarafından turizm konusunda belirlenen kurallar kapsamında her eyalet kendi sınırları dahilinde geçerli olacak düzenlemeleri kendisi belirlemektedir. Rehber adaylarının bir ya da fazla dil bildiklerini, rehberlik yapacakları bölgelerdeki sanat eserleri, anıtlar, arkeolojik eserler, doğal güzellikler hakkında yeterli bilgiye sahip olup olmadıklarını belirleme işi, Eyalet İdareleri'nin sorumluluğundadır. Rehberlik mesleğini yapma konusunda AET (Avrupa Ekonomik Topluluğu) vatandaşları, karşılıklı ilkesi gereğince, İtalyan vatandaşlarıyla aynı haklara sahiptir. Teknik- profesyonel yeterliliğin belirlenmesinin ardından mesleki yeterlilik belgesi verilmektedir ve bu yeterlilik belgesi turist rehberliği lisansı alabilmek için temel koşuldur. Eyalet İdaresi, Eyalet Belediye Encümen Komisyonu ile beraber kendi yönetimi altındaki bölgelerde, turist rehberi adaylarının teknik-profesyonel yetkinliklerini belirlemek için yazılı ve sözlü olarak yapılan bir sınav düzenlemektedir. Turist rehberi adayları, ülke çapında yaygın olan ve devlet okulunda okutulan yabancı dillerden birinin sınavında ve buna ilave bir dilin

sınavında başarılı olmak zorundadırlar. Sınavda başarılı olan adaylara mesleklerini icra etme imkanı tanıyan turist rehberliği lisansı verilmektedir. Sınav başvurusunda adaylarda aranan şartlar şunlardır (Değirmencioplu, 1998:78-79):

- 18 yaşından gün almış olmak,
- İtalyan vatandaşı ya da karşılıklık ilkesinin geçerli olduğu AET üyesi ülkelerden birinin vatandaşı olmak,
- En az lise mezunu olmak.

Kanada’da: Kanada’da rehberlik eğitimi 1985 yılından beri resmi yetkisi olan Kebek Otelcilik ve Turizm Enstitüsü tarafından verilmektedir. Kursların içeriği seyahat acentaları birliği ile işbirliği yapılarak hazırlanmaktadır. 1992 yılında birtakım düzenlemeler yapılmış ve rehber adaylarına en az üç dil bilme zorunluluğu getirilmiştir. İngilizce ve Fransızca bilinmesinin yanında ilave bir dilde bilme şartı bulunmaktadır. Eğitim programının süresi 7 ay ve toplam 240 ders saatinden oluşmaktadır. Ayrıca öğrenciler bireysel araştırma projelerini de tamamlamak zorundadırlar. Kurslar iki yılda bir düzenlenmektedir. Bu sayede öğrencilere izlenen yıl içerisinde aynı enstitü tarafından düzenlenen tur yöneticiliği kursuna katılma imkanı da yaratılmaktadır. Yapılan sınav ve mülakatlar sonunda 30 aday kabul edilmektedir. Bitirme sınavları ise sektör ile işbirliği halinde, gerçek turlarda birlikte uygulamalı olarak yapılmaktadır. Kabul şartlarında lise mezunu olma ve turizm sektöründe ya da insan ilişkilerinin yoğun olduğu sektörlerde deneyim sahibi olma bulunmaktadır (Çolakoğlu vd., 2007: 175).

Yunanistan’da: Yunanistan’da rehberlik eğitimi Yunan Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilmektedir (Değirmencioplu, 1998: 83). Turist rehberi adayları; müzeler, ören yerleri, anıtlar, kiliseler vb. konularda eğitim almak için 2,5 yıl süreli eğitim veren Yunanistan’daki Turist Rehberliği Devlet Okulu’na gitmek zorundadırlar. Yunanistan’daki tüm rehberler diğer bazı ülkelerdeki turist rehberleri gibi bölgesel rehber değildirler aksine hepsi ülkesel rehber olup ülke çapında rehberlik yapabilmektedirler. Turist rehberleri okulu Athens’de ve Thessalonica’da yer almaktadır ancak daha fazla talep olduğu takdirde Rhodes, Crete, Corfu ve Lesvos adalarında da turist rehberliği eğitimi verilebilmektedir. Tüm okullarda eğitim süresi benzer olarak 2,5 yıldır. Turist rehberi adaylarının Avrupa Birliği üyesi ülkelerden olması ve Modern Yunan dilini akıcı bir şekilde konuştuklarına dair belgelerinin olması ya da Avrupa Birliği üyesi ülkelerden olmayıp Yunan kökenli olan yabancılardan olması ve yüksek okul diplomasına sahip olması gerekmektedir.

Ayrıca 35 yaşından gün almamış olmak ve ruhen ve fiziken sağlıklı olmak da aranan şartlar arasındadır (www.wftga.org).

Rehber adayları, ilk önce, kendi tercihlerine bağlı olarak en az bir yabancı dilden sözlü ve yazılı sınava tabi olmaktadır. 20 puan üzerinden 16 puan adaylar başarılı sayılmaktadırlar. Sınavda başarılı olanlar Yunan Tarihi ve Yunan coğrafyası konularını içeren yazılı ve sözlü sınava girmektedirler. Bu sınavlarda da 20 puan üzerinden 14 puan alan adaylar başarılı sayılmaktadırlar. Sınavlar her üç yılda bir olmaktadır (Tetik, 2006: 43).

Eğitimde bulunan dersler ise şunlardır (www.wftga.org):

- Antik Yunan Tarihi – 50 saat,
- Bizans Tarihi – 50 saat,
- Modern Yunan Tarihi – 50 saat,
- Eskiçağ Arkeolojisi – 80 saat,
- Klasik Arkeoloji – 120 saat,
- Bizans Arkeolojisi – 120 saat,
- Sanat Tarihi – 100 saat,
- Mimarlık Tarihi – 30 saat,
- Tiyatro Tarihi – 30 saat,
- Dini Eğitim – 40 saat,
- Mitoloji – 20 saat,
- Antik Yunan Edebiyatı Tarihi – 30 saat,
- Modern Yunan Edebiyatı Tarihi – 20 saat,
- Folklor – 30 saat,
- Coğrafya – 30 saat,
- Ekoloji – 60 saat,
- Jeoloj, Paleontoloji, Mağara Bilimi – 20 saat,
- Arkeoloji Hukuku – 20 saat,
- Turist Hukuku ve Turist Gelişimi – 30 saat,
- Seyahat Acentaları ve Oteller – 30 saat,
- Turist Psikolojisi – 20 saat,
- İlk Yardım – 20 saat,
- Telaffuz Dersi – 10 saat,
- Rehberlik Uygulamaları – 30 saat,
- Otobüste Rehberlik Uygulamaları – 30 saat,

ve 110 saat müze ziyaretleri, 260 saat ören yerleri ziyaretleri ve rehberlik pratiğinden sonra her s0mestr yazılı ve s0zl0 sınava girmektedirler (Ahipaşaoğlu, 2006: 35).

Washington, D.C.'de: Washington, D.C.'de rehberlik belgesi alabilmek için 0ncelikle, taksi şof0rleri, sokak satıcıları ve rehberlere belge verme yetkisi olan M0şteri İlişkileri D0zenleme Dairesi'ne başvuru yapmak gerekmektedir. Uygun formların doldurulması, referans mektuplarının sunulması, sağlık muayenesi gibi birkaç b0rokratik işlem tamamlandıktan sonra rehber adayına bir sınav tarihi verilmektedir. Yazılı olarak yapılan bu sınavlar kısa bi makale yazımı, fotoğraf betimlemesi ve doğru-yanlış tarzında sorulardan oluşmaktadır. Sınavdan 70 puan ve 0zeri alan adaylar başarılı sayılmaktadırlar. Başarılı olan adaylar rehberlik yapma belgesini alabilmekte ve her yıl sağlık kontrol0 yapıldıktan sonra bu belgelerini yenileyebilmektedirler. Ancak belgelerini yenilemeyen rehberlerin belgeleri iptal olmakta ve almak için tekrar aynı s0reten geçme durumunda kalmaktadırlar (G0zel, 2007: 40).

2.2.6.2. T0rkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimi

Rehberlikle ilgili ilk belgelere, 29 Ekim 1890 tarihinde yayınlanan 190 sayılı Nizamname'de rastlanmaktadır (olakoğlu vd., 2007: 131). 1951 yılında T0rkiye Milli Talebe Federasyonu kurslar açarak yabancı dil bilen 0niversite 0đrencilerini rehberlik mesleğine kazandırmaya başlamıştır. 1960'lı yıllarda ise T0rkiye Mili Talebe Federasyonu'na ilk olarak T0rkiye Milli Gençlik Teşkilatı daha sonrada Milli T0rk Talebe Birliği eklenmiştir ve her biri ayrı ayrı rehberlik kursları d0zenlemişlerdir (Ahipaşaoğlu, 2006: 25).

T0rkiye'de rehberlik eğitimine y0nelik kurallar, T0rkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından iki yıl sonra 8 Kasım 1925 tarih ve 2730 sayılı "Ecnebi Seyyahlara Terc0manlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname" ile belirlenmiştir. Terc0man-rehberlik mesleğini icra edeceklerin uymaları gereken esasları 11 maddede toplayan bu kararname ile rehberlik mesleğinde eğitimin 0nemi g0ndeme gelmiştir. Ancak, o yıllarda turistik faaliyetler ile ilgilenen resmi bir kuruluş olmadığı için, terc0man rehberlerin bilgilerinin sınav ile sınanması kağıt 0zerinde kalmıştır (olakoğlu vd., 2007: 133).

20 Ağustos 1963 tarihinde kurulan ve "alışma alanına giren konularda personel yetiştirmek 0zere kurslar, uzman okullar açabilme yetkisi"ne sahip olan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından, 1964-1968 yılları arasında rehberlik

kursları düzenlenmiştir. İlk yönetmelik 3 Eylül 1971 tarih ve 13945 sayı ile yayınlanmıştır. “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” 21 Mart 1974 tarihinde değişikliğe uğrayarak “Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adını almıştır. Sırasıyla 1981, 1983, 1986 ve 1988’de değişikliğe uğramıştır (Değirmencioğlu, 2001: 191; Yıldız ve Demirel, 2008: 255; Hacıoğlu ve Demirbulat, 2014: 173).

1983 yılında ilk “Profesyonel Tercüman Rehber Yönetmeliği” yayınlanmış ve meslekte profesyonel-amatör ayrımı yapılması amaçlanmıştır. 1986 yılında da bugün halen geçerli olan “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” yayınlanmıştır. 1986 yönetmeliği ile rehberlik kursu açma yetkisi yalnızca Turizm Bakanlığı’na verilmiştir (Ahipaşaoğlu, 2006: 27-28).

Türkiye’de rehberlik eğitimi 1995 yılına kadar Turizm Bakanlığı tarafından verilmiştir. Bu tarihe kadar yabancı dil bilen lise veya üniversite mezunları sınav ile seçilerek üç ve altı aylık kurslara katılıp turist rehberi olabiliyorlardı. Üç aylık kursları tamamlayanlar bölgesel, altı aylık kursları tamamlayanlar ülkesel rehber olma hakkı kazanmaktaydılar. Turist rehberliği eğitimiyle ilgili 09.08.1995 tarihinde Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği’nde bir takım değişiklikler yapılmıştır. Üç aylık ve altı aylık kurs süresinin bir rehberin yetişmesi için yeterli olmadığına karar verilmiş ve bu yönetmelik ile üniversitelerde önlisans ve lisans düzeyinde de turist rehberliği eğitimine imkan sağlanmıştır (Karaman vd., 2012: 354).

2001 yılı itibariyle Türkiye’de rehberlik eğitimi konusunda üç farklı yapı karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; Turizm Bakanlığı Kursları, iki yıllık meslek yüksekokulları ve dört yıllık turizm yüksekokulları bölümleridir (Türker vd., 2012: 339; Temizkan vd., 2013: 478; Hacıoğlu ve Demirbulat, 2014: 174). Bu üç eğitim sisteminden mezun olanlara aynı haklar tanınmaktadır. Ancak bu durum, turizm sektöründe rehberlerin nitelik ve kalitelerinde farklılaşma olmasına neden olarak haksız rekabeti ve fırsat eşitsizliğini ortaya çıkarmaktadır. Bunlara ek olarak da rehberlik eğitimi alan öğrencilerde motivasyon eksikliği meydana gelmektedir (Karaman vd., 2012: 353).

Türkiye’de rehberlik eğitimi örgün eğitim ve yaygın eğitim olarak iki alt sistemden oluşmaktadır.

2.2.6.2.1. Örgün Turizm Rehberliği Eğitimi

Örgün eğitim, bir diplomaya yönelik olarak belirli yaş grubundaki ve aynı seviyedeki kişilere, amaca göre hazırlanmış programlar ile, okul çatısı altında düzenli olarak verilen eğitim türüdür. Bu eğitim türü genel, mesleki ve teknik eğitim programlarını içermektedir (Hacıoğlu ve Demirbulat, 2013: 177).

Turizm rehberliği eğitimi ülkemizde önlisans düzeyinde ve lisans düzeyinde olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmektedir. Örgün eğitimde rehber yetiştirmek için iki yol bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, önlisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren meslek yüksekokulları diğeri ise lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren yüksekokul ya da fakültelerdir (Karaman vd., 2012: 354).

Önlisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi: Türkiye’de turizm rehberliği eğitimi 1990’lı yıllardan itibaren önlisans düzeyinde üniversite kapsamı içerisine dahil olmuştur. Turist rehberliği programı Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu bünyesinde 1992 yılında ilk mezunlarını vermiştir. Bu durum da turist rehberliği eğitiminin üniversiteler tarafından verilmesinin temellerini atmıştır. Ankara Üniversitesi’nden sonra farklı üniversiteler meslek yüksekokulları bünyesinde rehberlik bölümleri açmaya devam etmiştir (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013: 123).

2015 ÖSYS (Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Sistemi) Kontenjan Kılavuzu esas alınarak ulaşılan verilere göre Türkiye’de önlisans düzeyinde turizm eğitimi veren 13 meslek yüksekokulunda turizm rehberliği bölümü bulunmaktadır ve öğrenci alan bu bölümlerde toplam öğrenci kontenjanı yaklaşık 800 kadardır. Bu meslek yüksekokulları Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9. Turizm Rehberliği Bölümü Önlisans Programları

Üniversite	Bölüm	Kontenjan
Ankara Üniversitesi Beypazarı MYO	Turizm Rehberliği	40
İstanbul Arel Üniversitesi MYO	Turizm Rehberliği	34
	Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	29
İstanbul Aydın Üniversitesi SBMYO	Turizm Rehberliği	50
Kocaeli Üniversitesi Kartepe MYO	Turizm Rehberliği	45
Marmara Üniversitesi SBMYO	Turizm Rehberliği	40
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm MYO	Turizm Rehberliği	50
	Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	35
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca MYO	Turist Rehberliği	40
Nevşehir H.Bektaş Veli Üniversitesi Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz MYO	Turizm Rehberliği	50
	Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	50
Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat MYO	Turizm Rehberliği	50
Selçuk Üniversitesi Silifke Taşucu MYO	Turizm Rehberliği	80
	Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	80
Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç MYO	Turizm Rehberliği	40
Uludağ Üniversitesi Harmancık MYO	Turizm Rehberliği	40
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Van MYO	Turizm Rehberliği	40

Kaynak: 2015 yılı ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu ve üniversitelerin web sitelerinden derlenmiştir.

Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi: Turist rehberliği alanındaki ilk lisans eğitimi veren kurum 1997 yılında eğitim öğretime başlayan Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'dur. Bu okul bünyesinde açılan "Turist Rehberliği Bölümü"nin amacı, Türkiye'yi tarihi, kültürü ve coğrafyasıyla en iyi tanıyan, iletişim yeteneği güçlü, hoşgörü, saygı, dürüstlük gibi sosyal değerlere sahip, liderlik ve temsil kabiliyeti olan nitelikli turist rehberleri yetiştirmektir (Temizkan vd., 2013: 481). Bu yüksekokuldan sonra turizm rehberliği bölümünde eğitim veren yüksekokul ve fakültelerin sayısında gün geçtikçe artış görülmüştür. 2015 ÖSYS (Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Sistemi) Kontenjan Kılavuzu esas alınarak ulaşılan verilere göre, Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren 1 yüksekokul ve 15 fakültede turizm rehberliği bölümü bulunmaktadır ve öğrenci alan bu bölümlerde toplam öğrenci kontenjanı yaklaşık 1100 kadardır. Bu yüksekokul ve fakülteler Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10. Turizm Rehberliği Bölümü Lisans Programları

Üniversite	Bölüm	Kontenjan
Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	45
	Turizm Rehberliği (II. Öğretim)	45
Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	40
	Turizm Rehberliği (II. Öğretim)	40
Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	40
Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	40
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	65
	Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	65
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	75
Ege Üniversitesi Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu	Turizm Rehberliği	60
Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	60
	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	26
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	31
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	45
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	45
Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	35
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	42
	Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	18
Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	40
Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	100
	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği (II.Öğretim)	100
Yaşar Üniversitesi İ.İ.B.F.	Turizm Rehberliği	30

Kaynak: 2015 yılı ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu ve üniversitelerin web sitelerinden derlenmiştir.

Turizm rehberliği lisans programlarının ders programları incelendiğinde ise temel derslerin benzerlik gösterdiği ancak mesleki derslerde bazı üniversitelerin farklılık yarattığı görülmektedir. Bu benzer ve farklı derslerin bazı örnekleri Tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 11. Turizm Rehberliği Lisans Ders Programlarındaki Benzer ve Farklı Mesleki Dersler

Benzer Dersler	Farklı Dersler
Anadolu Tarihi ve Sanatı	Avrupa Birliği ve Turizm
Anadolu Uygarlıkları	Anadolu Düşünürleri
Antik Yerleşimler	Anadolu El Sanatları
Araştırma Yöntemleri	Anadolu Halk Kültürü
Arkeoloji	Batı Uygarlığı
Atatürk İlke ve İnkılapları	Beden Eğitimi
Bilgisayar	Bilimsel ve Kültürel Etkinlikler
Bitirme Projesi	Bireylerarası İletişim
Dinler Tarihi	Bizans Sanatı
Dünya Coğrafyası ve Turizm Destina.	Davranış Bilimleri
Dünya Kültürleri	Destinasyon Yönetimi
Ekonomi	Doğu Roma Tarihi ve Sanatı
Etkinlik Yönetimi	Dünya Müzikleri
Genel Turizm	Flora ve Fauna
Halkla İlişkiler	Fotoğrafçılık
İlkyardım	Gastronomi
İnsan Kaynakları Yönetimi	Genel Matematik
İşletme	Genel Turizm Sorunları
Mitoloji	Güzel Sanatlar
Otel İşletmeciliği	Girişimcilik
Rekreasyon Yönetimi	Halkbilim
Sanat Tarihi	İletişime Giriş
Seyahat Acentacılığı ve Tur Op.	İletişim Teknikleri
Tanıtma ve Satış Geliştirme	İstatistik
Tur Yönetimi	İşletme Yönetimi
Turist Rehberliği	Kültür turizmi ve Dünya Kültürel Mirası
Turizm Ekonomisi	Osmanlı İmparatorluğunda Sosyo Kültürel Yapı
Turizm Mevzuatı/Turizm Hukuku	Önbüro
Turizm Pazarlaması	Özel İlgi Turizmi
Turizm Sosyolojisi	Rehberlikte Uzmanlaşma
Türk Dili	Sosyal Davranış ve Protokol Kuralları
Türk Kültürü ve Gelenekleri	Sosyal Psikoloji
Türk Mutfağı	Sürdürülebilir Turizm
Türkiye Müzeleri ve Antik Kentleri	Turizm ve Çevre
Türk Tarihi ve Sanatı	Turizmde İş Ahlakı
Türkiye Turizm coğrafyası	Turizm Politika ve Planlaması
Mesleki Yabancı Dil Dersleri (İngilizce/ Almanca/ Rusça)	Tüketici Davranışı
	Uluslararası Turizm Hareketleri
	Yer Ayırma Sistemleri ve Bilet Kesme
	Yönetim ve Organizasyon
	Yunan ve Roma Mitolojisi
	Mesleki Yabancı Dil Dersleri (Çince/ Japonca/ İspanyolca/ İtalyanca)

Kaynak: <http://btioyo.balikesir.edu.tr/>, <http://turizm.akdeniz.edu.tr/>, <https://www.anadol u.edu.tr>, <http://ects.nevsehir.edu.tr/>.

Tablo 11’de yer alan benzer ve farklı dersler üniversitelere göre değişiklik göstermektedir. Bu tabloda sadece dört üniversitenin ders programları karşılaştırılarak örnek verilmiştir. Diğer üniversitelerin ders programları da incelenip karşılaştırıldığında tablodaki bazı dersler değişiklik gösterebilir. Bunun yanı sıra bir de Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde belirtilen ve sertifika programlarında okutulması zorunlu olan bazı derslerin üniversitelerde okutulmadığı görülmektedir. Bu durumun daha sonraki zamanlarda Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kokart düzenlenmesinde sıkıntılar yaratabileceği düşünülmektedir. Bu yüzden Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde yer alan zorunlu derslerin önlisans ve lisans düzeyinde okutulmasının yanı sıra kurumlarca uygun görülen diğer derslere de örgün eğitim müfredatında yer verilmesi gereklidir (Hacıoğlu ve Demirbulat, 2014: 180).

Tablo 12’de yer alan her bir üniversiteye ait “Bilgi Paketi Ders Kataloğu” incelenerek, dersin içeriğine göre değil, dersin ismine göre değerlendirme yapılmıştır ve turizm rehberliği eğitiminde müfredatlarda yer alan farklılıklar vurgulanmaya çalışılmıştır. Bazı üniversitelerin müfredatları sertifika programları ile birebir örtüştüğünden, bazı üniversitelerin ise web sitelerinde güncel ders programı bulunmadığından tabloda yer almamaktadırlar.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ne göre profesyonel turist rehberliği sertifika programlarında okutulan ve örgün eğitim ders müfredatında yer almayan dersler ile üniversiteler Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12. Profesyonel Turist Rehberliği Sertifika Programında Okutulan Dersler ile Örgün Öğretim Ders Müfredatlarının Karşılaştırılması

SERTİFİKA PROGRAMINDA OKUTULAN DERSLER	
Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı, Meslek Etiği ve Meslek Dersi, Türkiye'nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası, Genel Türk Tarihi ve Kültürü, Türk Dili ve Edebiyatı, Arkeoloji, Mitoloji, Sanat tarihi, İkonografi, Dinler Tarihi, Genel Sağlık Bilgisi, İlk Yardım, Sağlık Turizmi, Turist Sağlığı, İletişim Becerileri, Anadolu Medeniyetleri Tarihi, Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları, Türkiye'nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi, Turizm Sosyolojisi, Müzecilik	
ÜNİVERSİTELER	MÜFREDATTA OLMAYAN DERSLER
ÖNLİSANS	
Ankara Üniversitesi Beypazarı MYO	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ İkonografi/ Flora ve Fauna/ Müzecilik
İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil.MYO	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ İlk Yardım/ Flora ve Fauna/ Turizm Sosyolojisi/ Müzecilik
Marmara Üniversitesi S.B. MYO	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ İkonografi/ İletişim/ Flora ve Fauna /Müzecilik
Kocaeli Üniversitesi Kartepe MYO	Müzecilik
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm MYO	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ Flora ve Fauna/ Müzecilik
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca MYO	Flora ve Fauna/ Müzecilik
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz MYO	İletişim/ Flora ve Fauna/ Müzecilik
Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç MYO	İletişim/ Müzecilik
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Van MYO	İletişim/ Flora ve Fauna
LİSANS	
Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Sosyolojisi
Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği ve Meslek Dersi
Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ Flora ve Fauna
Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ Flora ve Fauna
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ İletişim/ Flora ve Fauna
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ Arkeoloji/ İkonografi/Flora ve Fauna/ Müzecilik
Ege Üniversitesi Çeşme Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ İkonografi/ İlk Yardım/ İletişim/ Turizm Sosyolojisi
Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Turizm Sosyolojisi
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ İkonografi
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi	İkonografi/ Turizm Sosyolojisi
Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi	Meslek Etiği ve Meslek Dersi/ Türk Halk Bilimi ve Geleneksel El Sanatları

Kaynak: Üniversitelerin Bilgi Paketi Ders Kataloğu'ndan derlenerek hazırlanmıştır.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nce fakülte ve yüksekokullar bünyesinde açılan rehberlik bölümlerinden mezun olanlar; ÖSYM tarafından yapılan Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavına (YDS) katılarak en az (C) düzeyinde başarı sağlamaları durumunda ve Anadolu Uygulama Gezisine katıldıklarını da belgelendirmeleri halinde gerekli belgeler ile Bakanlığa başvurarak ruhsatname ve çalışma kartı alabilmektedirler (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Ruhsatname ve çalışma kartını alan rehberler, buldukları ilde kurulmuş odalardan birine ya da buldukları ilde kurulmamışsa bile en yakın ilde kurulmuş olan odalardan birine üye olmak zorundadırlar. Hangi odaların hangi ilerdeki turist rehberlerini üye olarak kaydedeceklerini Bakanlık belirlemektedir. Ancak daha sonra oda bulunmayan ilde oda kurulduğu takdirde ya da yerleşim yeri değiştii takdirde turist rehberleri yerleşim yerinin bulunduğu odaya nakil olmak zorundadırlar (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Lisansüstü Düzeyde Turizm Rehberliği Eğitimi: 22.06.2012 tarihinde 28331 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu kapsamında "Turist Rehberliği" yasal çerçevesine kavuşmuştur ve bu sayede de mesleki statü kazanma bakımından önemli bir adım atılmıştır. Söz konusu bu yasaya bağlı yönetmelikte turizm rehberliği yüksek lisans programlarından mezun olanların da rehberlik mesleğini icra etmeye hak kazandığı belirtilmektedir. Yönetmelikte belirtilen bu ibareden sonra bazı üniversitelerde turizm rehberliği yüksek lisans programları açılmıştır.

Bunlardan biri Ege Üniversitesi Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm Rehberliği Bölümü'nde açılan "Rekreasyon ve Turizm Rehberliği Yüksek Lisans Programı"dır. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Rekreasyon ve Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı 2014 yılında kurulmuştur. Programın amacı; Turizm Rehberliği alanında akademik ve multidisipliner bilimsel çalışmaların artırılmasıdır. Rekreasyon ve Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı Türkiye'de turist rehberliği alanında açılan ilk yüksek lisans programı olma özelliğini taşımaktadır (<http://ebys.ege.edu.tr>).

İkincisi Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü'nde açılan "Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Yüksek Lisans Programı"dır. Program Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı bünyesinde açılmıştır. Tezli ve tezsiz olmak üzere iki şekildedir (<http://sbe.gazi.edu.tr>).

Bir diğeri ise Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde açılan "Turizm Rehberliği Yüksek Lisans Programı"dır. Program Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı bünyesinde tezsiz olarak açılmıştır (<http://www.aku.edu.tr>).

Turizm Rehberliği Yüksek Lisans Programları'ndan mezun olan kişiler de gerekli dil şartını ve uygulama gezisini tamamlamaları durumunda ruhsatname ve çalışma kartı almaya hak kazanacaklardır. Şu an için bu yüksek lisans programı bulunan üniversitelerin sayısı az olsa da yakın zamanda çeşitli üniversitelerde de açılması planlanmaktadır.

2.2.6.2.2. Yaygın Turizm Rehberliği Eğitimi

Turist Rehberliği Sertifika Programları: TUREB ve TÜRSAB'ın ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla turizm sektöründeki ihtiyaçlar dikkate alınarak, belirlenen dillerde Bakanlığın gözetimi ve denetiminde TUREB tarafından ülkesel ya da bölgesel sertifika programları düzenlenmektedir ve bu sertifika programları yaygın eğitim kapsamında yer almaktadır. TUREB ve TÜRSAB hangi dillerde sertifika programı açılacağına ilişkin görüşlerini Bakanlığa bildirirler ve Bakanlık tarafından bu durum karara bağlandıktan sonra TUREB ve TÜRSAB'a bildirilir. TUREB dışında hiçbir kurum ya da kuruluş sertifika programı düzenleyememektedir. Sertifika programları, seçme sınavının yapılacağı tarihten en az bir ay önce detayları ile birlikte TUREB'in resmi internet sitesinde ve gerekli görüldüğü takdirde diğer iletişim kanalları ile duyurulmaktadır. Sertifika programlarına kabulde aranan şartlar şu şekildedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014):

- a) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak,
- b) Başvuru tarihi itibarıyla onsekiz yaşını doldurmuş olmak,
- c) Üniversitelerin turist/turizm rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans mezunu olmak,
- d) Yabancı dil yeterliliğine sahip olmak,
- e) Kanunun 3üncü maddesinin birinci fıkrasının (e) bendinde yer alan suçların herhangi birinden mahkum olmamak,
- f) Daha önce meslekten çıkarılmamış olmak.

Bu niteliklere sahip olan adaylar, rehberlik sertifika programı giriş sınavına katılmaya hak kazanmaktadırlar. Seçme sınavları aşağıda belirtildiği üzere 4 aşamada yapılmaktadır (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014):

- a) *Genel kültür:* Genel kültür sınavı, tarih, coğrafya, edebiyat, genel turizm bilgileri ile güncel konular ağırlıklı olmak üzere test şeklinde yapılmaktadır. Bu sınavda 100 tam puan üzerinden 75 puan alan adaylar başarılı sayılmaktadır.
- b) *Yabancı dil sözlü sınavı:* Sözlü sınavdan 100 üzerinden en az 75 puan alan adaylar başarılı sayılmaktadır. Sözlü sınavda başarılı olan adaylar yazılı sınava katılmaya hak kazanırlar.
- c) *Yabancı dil yazılı sınavı:* Yazılı sınavda başarılı olabilmek için 100 üzerinden en az 75 puan almak gerekmektedir. Yazılı sınavda başarılı olamayan adaylar mülakat sınavına katılamazlar. Geçerli yabancı dil yeterlilik belgesine sahip olanlar yabancı dil yazılı sınavından muaf tutulmaktadır.
- d) *Mülakat:* Mülakat sınavında, üyeler tarafından aday rehberlik yapısı yapamayacağı konusunda değerlendirilmektedir.

Seçme sınavında başarılı olan adaylar, sertifika programı için TUREB tarafından belirlenen ücreti ödeyerek programa kayıt olurlar ve programın düzenlendiği il ya da illerde sertifika programına devam ederler. Sertifika programında okutulacak dersler ise şu şekildedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014):

- Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı,
- Meslek Etiği ve Meslek Dersi,
- Türkiye'nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası,
- Genel Türk Tarihi ve Kültürü,
- Türk Dili ve Edebiyatı,
- Arkeoloji,
- Mitoloji,
- Sanat tarihi, İkonografi,
- Dinler Tarihi,
- Genel Sağlık Bilgisi, İlk Yardım, Sağlık Turizmi, Turist Sağlığı,
- İletişim Becerileri,
- Anadolu Medeniyetleri Tarihi,
- Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları,
- Türkiye'nin Flora ve Faunası,

- Doğa Tarihi,
- Turizm Sosyolojisi,
- Müzecilik.

Sertifika programının süresi ülkesel sertifika programlarında en az yediyüz ders saati, bölgesel sertifika programlarında ise bölge başına en az yüzelli ders saatidir. Dersler haftada en az beş gün ve günde kırkbeş dakikalık en az dört ders saati olarak yürütülmektedir. Konferanslar ise en az iki saat olarak düzenlenmektedir. Katılımcıların derslere ve konferanslara devam etmeleri zorunludur. Sertifika programında yüzde ondan fazla devamsızlığı olan katılımcıların program ile ilişkisi kesilmektedir. Sertifika programında ders verecek eğiticiler, en az lisans mezunu olmak şartıyla alanlarında uzman kişiler arasından seçilmektedir. Bu alanlarında uzman kişiler; üniversitelerinden ilgili bölümlerinde görev yapan akademisyenler, turist/turizm rehberliği bölümünde görev yapan akademisyenler ya da son on yıl içinde en az sekiz yıldır eylemli turist rehberi olarak çalışan turist rehberleridir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Ayrıca katılımcılar, sertifika programı kapsamında belirlenen tarihi ve turistik alanları tanımak ve bilgi sahibi olmak için Bakanlığın gözetiminde ve denetiminde yapılan yurtiçi uygulama gezilerine katılmak zorundadırlar. Uygulama gezileri, ülkesel ya da bölgesel sertifika programları için ayrı ayrı yapılmaktadır. Ülkesel uygulama gezi süresi 36 gün, bölgesel uygulama gezi süresi de her bir bölge için en az 6 gündür. Sertifika programı süresince belirtilen teorik dersleri alan adaylar, sertifika programı sonunda sınava tabi tutulmaktadır. Bitirme sınavları her ders için ayrı ayrı test şeklinde yapılmaktadır. Adayların başarılı olabilmesi için sınavın her bir bölümünden 100 tam puan üzerinden en az 75 puan alması gerekmektedir. Sınavlardan yeterli puanı alan adaylar başarılı sayılmaktadırlar. Tüm bu gerekleri yerine getirenler Bakanlığa başvurarak ruhsatname ve çalışma kartlarını alabilmektedirler (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi: Profesyonel turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma; turizmin çeşitlenerek tüm yıla yayılmasını, turist profilinin zenginleşmesini, tüketici taleplerinin tamamının yanıtlanmasını, tam, net ve sağlıklı bilgi aktarımını sağlayacak ve bu sayede de turist memnuniyetinin oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Bu yüzden turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma sektörün geleceği, turist rehberi ve müşteri memnuniyeti için oldukça önem arz etmektedir (Hacıoğlu vd., 2007: 685). Profesyonel turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma, belirli bir konuda ya da belirli bir etkinlik alanında uzmanlaşmayı ifade etmektedir.

Belirli bir konu derken; Hititoloji, Hıristiyanlık Tarihi, Fauna, Kuşların Göçü gibi alanlar kastedilmektedir. Belirli bir etkinlik alanı derken ise; sörf, avcılık, yürüyüş, sualtı araştırmaları vb. gibi daha çok sportif etkinlikler kastedilmektedir (Köroğlu, 2007: 231; Köroğlu, 2008: 261).

26.12.2014 tarih ve 29217 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde belirtildiği üzere, Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında TUREB ya da TUREB’in uygun görüşü ile odalar tarafından, turizm çeşitliliği dikkate alınarak, bölgelerine göre uzman turist rehberi yetiştirmek ve turist rehberlerini çeşitli konularda eğitmek amacıyla, ücretli ya da ücretsiz uzmanlık eğitimi programları düzenlenebilmektedir. TUREB ve odalar bu konuda eğitim verme yetkisi olan kamu kurum ve kuruluşlarıyla, yükseköğretim kurumlarıyla, konusunda uzmanlaşmış olan özel şahıslarla, diğer meslek kuruluşlarıyla ve özel kuruluşlarla işbirliği yapabileceklerdir. Uzmanlaşma eğitim programına katılan ve eğitim sonunda yapılan sınavda başarılı olan rehberlere TUREB tarafından uzmanlık sertifikası verilmektedir ve bu sicillerine işlenmektedir. Uzmanlaşma eğitimi ve sınavlara ilişkin usul ve esaslar TUREB tarafından belirlenmektedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014). 30.09.2015 tarihinde TUREB Yönetim Kurulu’nda görüşülerek kabul edilen usul ve esaslar şu şekildedir (www.tureb.org.tr):

- Uzmanlaşma eğitimlerinde, turizm çeşitliliği dikkate alınarak, bölgelerine göre turist rehberlerine çeşitli konularda teorik ve uygulamalı olarak eğitim verilecektir.
- Uzmanlaşma Eğitim programı düzenlenmeden önce detaylı program ve eğitimi verecek eğitmen/eğitmenler resmi yazı ekinde oda tarafından TUREB’in onayına sunulacaktır.
- Uzmanlaşma eğitim programı en az 5 günden oluşacaktır.
- TUREB ve odalar eğitime yetkili kamu kurum ve kuruluşlarıyla, yükseköğretim kurumlarıyla, konusunda uzmanlaşmış özel şahıslarla, diğer meslek kuruluşları ve özel kuruluşlarla işbirliği yapmaya özen göstereceklerdir.
- TUREB, Odalar tarafından gönderilen Uzmanlaşma Eğitimi Programının düzenlenmesinin uygun görüldüğüne dair yazıyı ilgili odaya, gözetim ve denetimi için de detaylı eğitim programı ile tarihlerini Bakanlığa bildirecektir. Program rehberlere TUREB tarafından e-posta yoluyla duyurulacaktır.
- Uzmanlaşma eğitim programına katılan rehberlere eğitim sonunda Bakanlığın gözetim ve denetimi altında sınav yapılacaktır. Ayrıca, gerek

görüldüğü takdirde TUREB tarafından da Uzmanlaşma Eğitim Programları ve sınavlarını denetlemek üzere bir yetkili görevlendirilebilecektir

- Sınavlar, oluşturulan komisyon tarafından hazırlanan ve eğitim verilen konularda hazırlanacak ve test şeklinde yapılacaktır. Sınavda 100 tam puan üzerinden en az 75 puan alan aday başarılı sayılacaktır.
- Sınav sonucunda meslek odası tarafından sınav sonuçları ve başarılı olanlar adına standartlara uygun olarak düzenlenen “**Uzmanlık Sertifikası**” TUREB’e gönderilecektir. TUREB tarafından imzalanan uzmanlık sertifikası rehberin bağlı bulunduğu odaya gönderilecek ve siciline işlenecektir. Ayrıca, TUREB veri tabanında rehberin hangi konuda uzmanlaştığı belirtilecektir.
- Odalar yıllık eğitim programlarını belirledikten sonra, TUREB web sayfasından duyurulması ve gerekli planlamanın yapılması için programlarını en geç Şubat ayı sonuna kadar TUREB’e bildireceklerdir.

2.3. Hizmet, Hizmet Kalitesi ve Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi

Çalışmanın bu bölümünde; hizmet ve hizmet kalitesi kavramları tanımlanarak özelliklerinden bahsedilmiştir. Daha sonra; yükseköğretim kurumlarında hizmetin özellikleri, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesi ve önemi incelenmiş ve bu konular hakkında bilgiler sunulmuştur.

2.3.1. Hizmetin Tanımı ve Özellikleri

Akademik çevreler tarafından hizmet kavramına yönelik olarak kabul görmüş ortak bir tanım olmadığından literatürde birçok hizmet tanımı bulunmaktadır.

Hizmet başlangıçta, “maddi çıktısı olmayan faaliyetler” olarak tanımlanırken, sonra “ürünlere belli bir fayda ekleyen tüm üretim dışı faaliyetler” olarak ve daha sonra da “çıktıları fiziksel olmayan genellikle üretildiği anda tüketilen, tüketiciye rahatlık, eğlence, uygunluk, rahatlık ya da sağlık gibi aslında soyut değerler katan tüm ekonomik faaliyetler” şeklinde tanımlanmaktadır (Bektaş ve Akman, 2013: 119). Hizmetin geçmişten günümüze kadar yapılmış çeşitli tanımları Tablo 13’de yer almaktadır.

Tablo 13. Hizmetin Tarihsel Tanımları

Fizyokratlar (-1750)	Tarımsal üretim dışındaki bütün faaliyetler
Adam Smith (1723-1790)	Somut bir ürünle sonuçlanmayan bütün faaliyetler
J.B. Say (1767-1832)	Ürünlere fayda ekleyen, bütün imalat dışı faaliyetler
Alfred Marshall(1842-1924)	Yaratıldığı anda varlık bulan ürünler (hizmetler)
Batı ülkeleri	Bir ürünün biçiminde değişikliğe neden olmayan hizmetler
Donald Cowell (1961-1984)	Bir ürünün biçiminde değişikliğe neden olmayan bir faaliyet
Kotler (2004)	Fiziksel olmayan ve sahiplik altında gerçekleşmeyen bir eylem ya da performans

Kaynak: Öztürk, Sevgi Ayşe. (2003), Hizmet Pazarlaması, (4.Baskı). İstanbul: Ekin Kitabevi, s.3; Dursun, Tolga. (2011). Uzaktan Eğitimde Hizmet Kalitesinin Ölçümlenmesi ve Eğitim Sektöründe Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, s.13.

Amerikan Pazarlama Birliği (AMA) hizmeti; satışa sunulan ya da ürünlerin satışıyla beraber sağlanan eylemler, faydalar veya doyumluklar olarak tanımlamıştır (Öztürk, 2003: 4).

Türk Dil Kurumu'na göre hizmet; birinin işini görme ya da birine yarayan bir işi yapma olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Hizmet, kişi ve makinelerin, insanların ve araçların gayretleriyle oluşturduğu, müşterilere doğrudan fayda sağlayan fiziksel varlığı olmayan ürünlerdir. Hizmet aynı zamanda insanların ihtiyaçlarını doyuma ulaştıran eylemler olarak da tanımlanmaktadır. Bir diğer tanım ise; doğrudan satışa sunulan ya da ürünlerin satışıyla birlikte sağlanan faydalar veya doyumluklar olarak yapılmaktadır (Çiçek ve Doğan, 2009: 201).

Hizmetleri, insanların günlük yaşamlarında yer alan ve hiç zaman vazgeçemeyecekleri doyumlar olarak ifade etmek mümkündür. İnsanoğlunun var olduğu günden itibaren hizmetler de vardır. Hizmetler, insanlara maddi doyumdan çok manevi doyum sağlayan unsurlardır. Birçok hizmet tanımı olmasına rağmen anlam bakımından hemen hemen hepsi birbirine benzerlik göstermektedir. Genel anlamda hizmet; ürün ya da hizmetin satışına bağlı olmaksızın pazara sürüldüğünde istek ve ihtiyaçları doyuma ulaştıran ve bağımsız olarak nitelenebilen eylemler olarak tanımlanmaktadır (Taşkın ve Büyük, 2010: 2).

Hizmet tanımlanırken fiziksel ürünler ile karşılaştırılmaktadır. Aşağıdaki Tablo 14'te fiziksel ürün ve hizmet arasındaki farklar yer almaktadır.

Tablo 14. Fiziksel Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar

Fiziksel Ürünler	Hizmetler
Dokunulabilir	Dokunulamaz
Türdeştir	Türdeş değildir
Üretim ve dağıtım tüketimden ayrılmıştır	Üretim ve tüketim eş zamanlı süreçlerdir
Bir nesnedir	Bir faaliyet ya da süreçtir
Temel değerler fabrikada üretilir	Temel değerler alıcı ve satıcı etkileşimlerinde üretilir
Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmazlar	Müşteriler üretime katılırlar
Stoklanabilir	Stoklanamaz
Sahiplik transfer edilebilir	Sahiplik transfer edilemez

Kaynak: Grönroos, Christian. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44'den derlenmiştir.

Hizmetin tanım ve içeriğinin daha iyi anlaşılabilmesi için hizmetin özelliklerinin de ortaya konulması oldukça önemlidir (Giritlioğlu, 2012: 76). Hizmetleri fiziksel ürünlerden ayıran temel özellikler ise; soyut olma (dokunulmazlık), türdeş olmamaları (homojen olmama), üretim ile tüketimin eş zamanlı olması (Eş zamanlı olma) ve dayanıksızlık'tır (stoklanma özelliğinin olmaması) (Mei vd., 1999: 137; Antony vd., 2004: 380; Altan ve Atan, 2004: 18; Eleren ve Kılıç, 2007: 240; Kotler ve Keller, 2012: 358-361; Arslantürk vd., 2013: 108).

Soyut olma (dokunulmazlık): Hizmetleri fiziksel ürünlerden ayıran özelliklerin başında soyut olması gelmektedir (Zeitmal vd., 1985: 42; Carman, 1990: 33; Stewart vd., 1998; Mei vd, 1999; Santos, 2002: 292; Kotler ve Keller, 2012: 358). Hizmetler müşteri istek ve beklentilerinin soyut olarak karşılanması için üretilmektedir ve hizmet işletmeleri de müşterilerine soyut faaliyetler sunmaktadır (Parasuraman vd., 1985: 42). Bu yüzden satın almadan önce hizmetlere dokunulamamakta, görülememekte ve değeri hesaplanamamaktadır (Altan ve Atan, 2004: 18). Yani kısacası hizmet beş duyu organıyla algılanamamaktadır (Parasuraman vd, 1985: 42). Hizmetin bu özelliğinden dolayı hizmet işletmeleri tüketiciye sunulan hizmetin nasıl algılandığını ve hizmet kalitesinin nasıl değerlendirildiğini öğrenmek zorundadır (Taşkın ve Büyük, 2002: 207).

Hizmette belirtilen somut ipuçları kısıtlı olduğu için fiyat önemli bir kalite belirteci olarak düşünülmektedir ve bu yüzden de müşteriye hizmet hakkında ipucu vererek müşteri davranışlarını büyük ölçüde etkilemektedir (Zeitmal vd., 1985).

Türdeş olmama (homojen olmama): Hizmetin ikinci özelliği türdeş olmaması yani homojen olmamasıdır. Bu özellik bazı kaynaklarda heterojen olması olarak da ifade edilmektedir. Hizmet üretiminde aynı şekle sahip ve belirli bir standartta hizmetin üretilmesi oldukça zordur. Çünkü fiziksel ürünlerin aksine hizmet üretimi ve sunumunda emek unsuru hakimdir (Parasuraman vd, 1985: 42; Stewart vd, 1998: 210).

Hizmetin kalitesi ve içeriği, hizmeti veren kişiden kişiye, müşteriden müşteriye ve hatta günden güne bile değişiklik gösterebilmektedir (Saat, 1999: 108). Bu yüzden, hizmetin kalitesini kontrol etmek, sürekliliğini ve performansını önceden belirlemek oldukça zordur. Hizmetin özü ve öncelikleri, onu üreten kişinin kişisel yeteneği ve kapasitesi ile yansıtılabilmektedir. Çünkü hizmetler insanlar tarafından sunulmaktadır. Hizmeti sunan personelin, o günkü motivasyon, moral ve tutumuna göre sunacağı hizmet de farklılık gösterecektir (Akdoğan, 2011: 10).

Hizmet üretiminde önemli bir girdiye sahip olan müşterilerin tutarlılığını sağlamak ve bütün müşterilerden tek tip beklenti ve davranış beklemek de oldukça zordur. Hizmetlerde, işgörenlerle müşterilerin farklı davranışlarıyla birlikte birbirleriyle etkileşim halinde olmaları göz önünde bulundurulduğunda, hizmetlerin fiziksel ürünler gibi tek bir şekilde ve türde üretilmediği, ürünlerde olduğu gibi standartlaşmayı sağlamanın oldukça zor olduğu belirtilebilir (Stewart vd., 1998: 210).

Üretim ile tüketimin eş zamanlı olması (Eş zamanlı olma): Hizmetleri fiziksel ürünlerden ayıran diğer bir özellik ise, üretim ve tüketimin aynı anda olmamasıdır. Tüketici hizmetin üretildiği yere gitmek zorundadır (Hacıoğlu, 2014: 42). Fiziksel ürünler önce üretilip daha sonra tüketilmektedir ancak hizmetler ise önce satılmakta daha sonra müşteri hizmetin sunulduğu işletmeye giderek üretilen hizmetleri tüketmektedir (Carman, 1999: 33; Stewart vd., 1998: 210; Öztürk, 2003: 9; Arslantürk vd., 2013: 108; Hacıoğlu, 2014: 42).

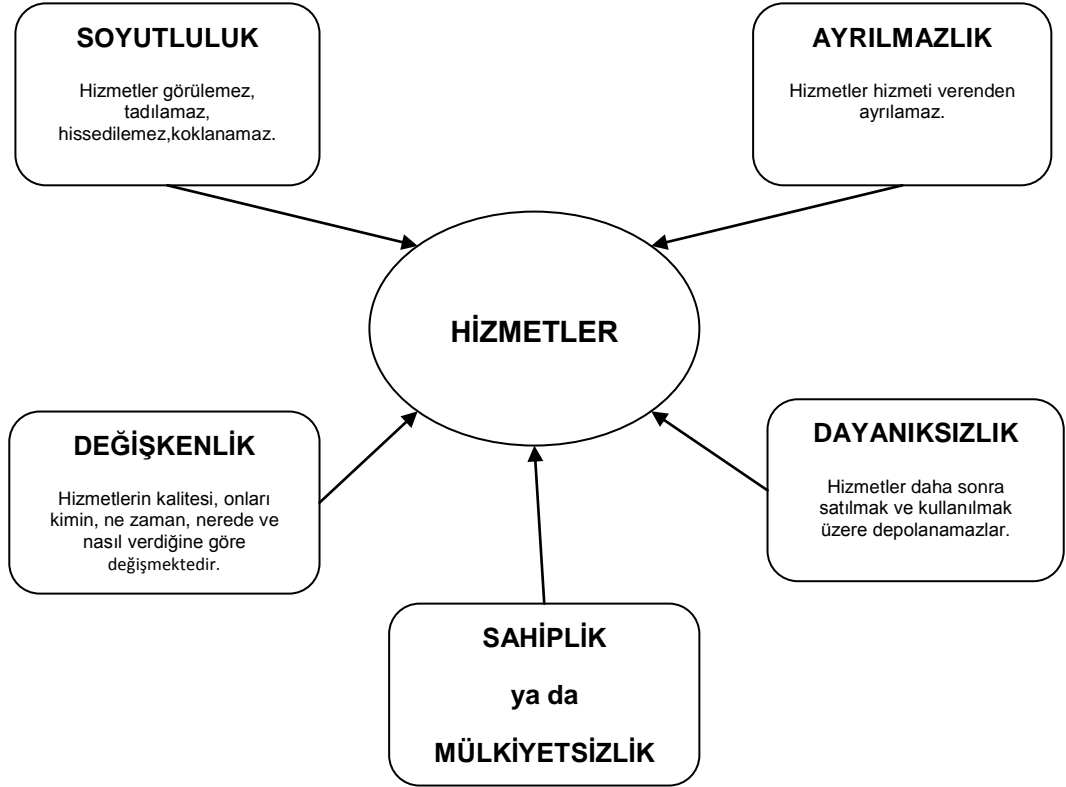
Fiziksel ürünler üretildiğinde hemen tüketilmeyip depolanabilmekte, başka bir yere aktarılabilir ancak hizmetler üretildiği anda tüketilmektedir. Ürünleri son kullanıcısı, mamul halde olan fiziksel ürünle genellikle satış noktalarında, örgütsel müşteri ise genellikle fabrikada karşılaşabilmektedir. Ancak, kişiler hizmet üretim sürecinde aktif olarak bulunmaktadırlar ya da hizmeti sunan kişiler ile işbirliği halindedirler (Arslantürk vd., 2013: 108).

Dayanıksızlık (stoklanma özelliğinin olmaması): Hizmeti fiziksel ürünlerden ayıran diğer bir özelliği ise dayanıksız olmasıdır. Hizmetler üretildikleri anda tüketildiği için fiziksel ürünlerin aksine uzun süreli tüketim durumu söz konusu değildir. Talebe göre anlık tüketim söz konusudur. Bu yüzden de hizmetler depolanmaya uygun değildirler. Ürünlerin stoklanarak sunum-istem dengesi arasındaki uyumsuzluklarını gidermek mümkün iken, hizmetlerde böyle bir yol bulunmamaktadır (Arslantürk vd., 2013: 108).

Hizmetler dayanıklı ve kolayca stoklanabilen fiziksel ürünlerin aksine dayanıksız ve üretildikten sonra çok fazla ömrü olmayan bir yapıya sahip oldukları için zamanında tüketilmeleri gerekmektedir. Örneğin; otel yatağı, uçak koltuğu depo edilememektedir (Hacıoğlu, 2014: 42). Bu yüzden hizmet üreten işletmeler hizmetleri üretirken hizmetin dayanıksızlık özelliğini göz önünde bulundurarak, üretim sürecinde müşterilerin katılımlarını, müşteri talep durumlarını ve bu talebin etkin bir şekilde gözlemlene işlemlerini gerçekleştirmesi gerekmektedir (Stewart vd., 1998: 210).

Hizmetin soyut olma, türdeş olmama, eş zamanlı olma ve dayanıksız olma gibi dört temel özelliğinin yanına bazı bilim adamları beşinci özellik olarak sahiplik (mülkiyetsizlik) özelliğini de eklemektedir. Bir ürünü satın alan kişi o ürünün sahibi olmaktadır ancak hizmet sektöründe faaliyetlerden belirli bir süre yararlanılabilmektedir. Fiziksel ürünü satın alan kişi istediği zaman o ürünü bir başkasına devredebilmektedir. Ancak tüketici herhangi bir hizmetten belirli bir sürede yararlanabildiği için hizmetlerde sahiplik söz konusu değildir. Hizmetin bu özelliği, üretim ve tüketiminin eş zamanlı olmasıyla ilişkilidir. Tüm hizmetlerde üretim ve tüketim eş zamanlı olduğu için sahiplik transferi yapılamamaktadır (Dursun, 2011: 25). Hizmetin bu temel özellikleri ana hatlarıyla Şekil 4'te yer almaktadır.

Şekil 4. Hizmetin Genel Özellikleri



Kaynak: Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2006). Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall International, s.259'dan uyarlayan Dursun, Tolga. (2011). Uzaktan Eğitimde Hizmet Kalitesinin Ölçümlenmesi ve Eğitim Sektöründe Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, s.18.

2.3.2. Hizmet Kalitesinin Tanımı ve Özellikleri

Hizmet tüketimi bir sonuç tüketimi değil, bir süreç tüketimidir ve hizmetin üretimi ve tüketimi sırasında hizmet tedarikçisi ile müşteri aynı ortamda hazır durumdadır. Hizmetin soyut olması, üretim ve tüketiminin eş zamanlı olması ve üretildiği noktada tüketilmesi, heterojen bir yapısının olması, hizmetin kalitesi ve içeriğinin sunan ve alan kişiye göre değişiklik gösterebilmesi gibi hizmetin özelliğine bağlı özellikler sebebiyle hizmet kalitesinin tam bir tanımını yapmak oldukça zordur. Hizmet kalitesi, genellikle verilen hizmetin kişilerin beklentilerinin ne kadarlık bir kısmını karşılayabildiğinin ölçüsü olarak ifade edilirken, kaliteli hizmet vermek ise kişilerin beklentilerinin karşılanabilmesinin ölçüsü olarak ifade edilmektedir (Arslantürk vd., 2013: 109).

Parasuraman, Zeitzmal ve Berry tarafından hizmet kalitesi; müşterinin hizmeti almadan önceki beklentilerini ve faydalandıkları gerçek hizmet deneyimini karşılaştırmaları sonucu, beklentileri ve algılanan performans farklılığının yönü ve derecesi olarak tanımlanmıştır (Aymankuy, 2005: 3).

Diğer bir tanımda hizmet kalitesi; uzun dönemli bir performans değerlendirme sonucu ortaya çıkan bir tutum olarak tanımlanmaktadır. Tüketiciler için hizmet kalitesini değerlendirmek, ürün kalitesini değerlendirmekten daha zordur. Hizmet kalitesi, tüketicilerin hizmetten beklentileri ve algılamalarının bir sonucudur. Tüketiciler hizmeti değerlendirirken yalnızca hizmeti değil, aynı zamanda hizmetin sunum sürecini de değerlendirmektedirler (Eleren ve Kılıç, 2007: 241).

Bir başka tanıma göre hizmet kalitesi; bir işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme veya geçebilme becerisidir. Hizmet kalitesinin en geniş anlamdaki tanımı ise; müşteri beklentilerini karşılamak için üstün ya da mükemmel hizmetin sağlanmasıdır. Hizmet kalitesinin tanımlarına bakıldığında, hizmet kalitesini belirleyebilecek olan en önemli unsurun müşteri beklentileri olduğunu söylemek mümkündür (Okumuş ve Duygun, 2008: 19).

Hizmet kalitesinin özelliklerini ise dört kategoride incelemek mümkündür. Bu dört kategori, kalite şeklinin genel özelliklerini ifade etmektedir. Hizmet kalitesi, etkinlik ve yeterlilik ile ilgilidir. Etkinlik, müşteriler tarafından beklenen hizmetin karşılanması şeklinde ifade edilirken, yeterlilik ise, sunulan hizmetin istenen zamanda gerçekleştirilmesi olarak ifade edilmektedir. Hizmet kalitesinin dört özelliği şu şekilde özetlenebilir (Diken, 1998: 97-98):

- **Beşeri Faktörler ve Davranışsal Özellikler:** Hizmeti sunan ve hizmetten yararlanan kişinin davranışları hizmet kalitesini etkilemektedir. Hizmetten yararlananların davranışları genellikle, firmanın hizmet kontrolü çevresinde şekillenmektedir. Örneğin; kişi aldığı hizmetin kalitesi konusunda aldatıldığını farkederse karamsarlığa düşebilir. Ayrıca firma reklamlarla müşterilerin beklentilerini etkileyebilmektedir. Müşteri istekleri genellikle ulaşılmak istenen fonksiyondur. Bu sayede firma, müşterilerinin beklentilerini tespit ederek onların davranışları üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olmaktadır.
- **Zamanla İlgili Özellikler:** Belirli bir zaman içerisinde kullanılmayan hizmet daha sonrası için saklanamamaktadır. Zamanla ilgili özellikler hizmetin ortak özellikleri ile kategorize edilebilir. Bu kategoriler hizmet siparişinin süresini,

hizmetin gerçekleşmesi için beklenen zamanı, hizmet süresini ve hizmet sonrası süreleri de kapsmalıdır.

- **Hizmetin Uygunuzluk Özellikleri:** Bu özellikler, hedeflenen performans derecesinden sapmayla ilgilidir. Uygunuzluk, ideal seviyeden olan sapmaları ifade etmektedir. Hizmet organizasyonunun amacı, amaçlanan seviyede başarı sağlamaktır ve bu sayede müşterilerin beklentileri karşılanmış ve düşünölen kalite gerçekleştirilmiş olacaktır. Bu kalite özelliğini ölçmek, davranışsal karakterlerden daha kolaydır.
- **Karakterlerle İlgili İmkanlar:** Bir hizmetle ilgili imkanların fiziksel özellikleri ve onun dağıtım şekli müşterilerin tatmini üzerinde etkilidir. Örneğin; bir restoranın dekoru, bir oteldeki yüzme havuzu ve kaplıcalar gibi konfor imkanları, hizmeti oluşturan fiziksel imkanlar için kalite özelliklerine örnektir. Bu özellikler uygunuzluk özelliklerine göre daha zor tanımlanırken, davranışsal özelliklere göre daha kolay ölçülebilmektedir.

2.3.3. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmetin Özellikleri

Ürünlerin somut olmaları, yapılarının standartlarla tanımlanabilmesi ve standartlara uygunluklarının ölçülebilmesi, hizmetlerle karşılaştırıldığında daha kolaydır. Bu durum ürünler için sürekli iyileştirme sürecini olanaklı kılmaktadır. Ancak hizmetlerin, fiziksel ürünlerin aksine açıkça tanımlanıp ölçülmesi zordur. Hizmetlerin dokunulmazlık, türdeş olmama, eş zamanlı üretim ve tüketim, dayanıksızlık gibi ortak özellikleri bulunmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, hizmet üreten işletmelerin çıktısı somut bir nesne değil, müşteri tarafından algılanan bir performanstır. Diğer bir ifadeyle, hizmet kalitesi, müşteri tarafından hizmet süreci içinde değerlendirilmektedir. Birçok araştırmacı özellikle bu şekilde bir değerlendirmenin eğitim sektörü için doğru olduğunu ifade etmektedir. Bu temel fikir birliğine göre yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetler için ele alınacak dört temel özellik şu şekildedir (Eroğlu, 2000: 204):

- Yükseköğretimde verilen hizmetlerde dokunulmazlık,
- Yükseköğretimde verilen hizmetlerde türdeş olmama,
- Yükseköğretimde verilen hizmetlerde eş zamanlı üretim ve tüketim,
- Yükseköğretimde verilen hizmetlerde dayanıksızlık.

Yükseköğretimde verilen hizmetlerde dokunulmazlık: Yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetler hareket, eylem ve etkinliklerden meydana

gelmektedir. Dolayısıyla elle tutulup gözle görülemediği için soyut niteliğe sahiptir ve bu dokunulmazlık özelliğini göstermektedir. Eğitim hizmeti veren yükseköğretim kurumu çalışanları eğitim hizmetini sağlarken göstermiş olduğu performansa bağlı olarak hizmet kalitesinde belirleyici rol oynamaktadır. Ancak eğitim hizmetleri soyut (dokunulmaz) olmasına rağmen, eğitim hizmetinin gerçekleşmesi ve öğrenci memnuniyetin oluşması için bu soyut hizmetler eğitimde kullanılacak araç, gereç ve ekipmanlar ile somut hale getirilmektedir. Ayrıca eğitim hizmetinin sunumunda kullanılan araç ve gereçlerin yeterliliği ve günümüz teknolojisine uyumu da sunulan hizmetin kalitesini ve memnuniyet düzeyini de etkilemektedir (Dilşeker, 2011: 37).

Yükseköğretimde verilen hizmetlerde türdeş olmama: Yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetler türdeş değildir. Diğer bir ifadeyle, verilen hizmetler benzerlik göstermemektedir. Eğitim kurumlarında verilen hizmetler bir anlamda o kurumda çalışan kişiler tarafından verilen performanstır ve iki farklı kişi tarafından sunulan aynı iki hizmet sunumunun tam anlamıyla birbirine benzemesi olanaksızdır. Çünkü hizmeti veren kişilerin o esnada sundukları performanslar farklılık göstermektedir. Genellikle hizmeti sunan çalışanlar müşterinin gözünde hizmetin kendisidir. Ayrıca türdeş olmamanın bir diğer sebebi de hizmet sunulan müşterilerin de farklı kişiler olmalarıdır (Bayrak, 2007: 78-79).

Yükseköğretimde verilen hizmetlerde eş zamanlı üretim ve tüketim: Hizmetlerin eş zamanlı olma özelliği bulunmaktadır ve dolayısıyla müşteriler ve hizmeti verenler hizmet sürecinin bir parçası konumundadırlar. Eğitim hizmetinin müşterilerinin bizzat hizmetin verildiği mekanda ve hizmetin verildiği zamanda orada bulunması gerekmektedir. Öğrencilerin duyduğu tatmin, hizmeti sunan öğretim elemanları ile olan etkileşimlerinden, eğitim hizmetinin sunulduğu zaman ve mekandan ve eğitim hizmeti alanların, hizmeti algılama biçimlerinden etkilenmektedir (Özçalık, 2007: 37).

Yükseköğretimde verilen hizmetlerde dayanıksızlık: Dayanıksızlık, hizmetlerin performanslar olmaları nedeniyle stoklanamaması, saklanamaması, yeniden satılamaması ve iade edilememesi anlamına gelmektedir. Ürünlerde stoklanarak arz-talep arasındaki dengesizlikleri gidermek mümkündür ancak hizmetlerde bu durum söz konusu değildir. Eğitim kurumlarında verilen hizmetlerin dayanıksız olması, stoklanamaması, saklanamaması hizmeti sunan kişilerin, hizmeti üretirken davranışlara dikkat etmelerini ve müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerine uygun performans sergilemelerini gerektirmektedir. Örneğin; yükseköğretim kurumunun bütünleme sınavı yapması, öğrencilere sağlanan bir hizmettir. Bu

hizmetten yararlanabilmek için belirlenen gün ve saatte öğrencilerin hizmeti almak için gereken yerde bulunması gerekmektedir. Bütünleme sınav saatinin bitiminde hizmet gerçekleştirilmiş olacaktır. Gerçekleştirilen hizmetin saklanması, depolanması gibi bir durum söz konusu değildir. Eğer öğrenci bütünleme sınavında bulunup hizmeti alamaz ise tekrar alması mümkün olmayacaktır (Bayrak, 2007: 81).

2.3.4. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi

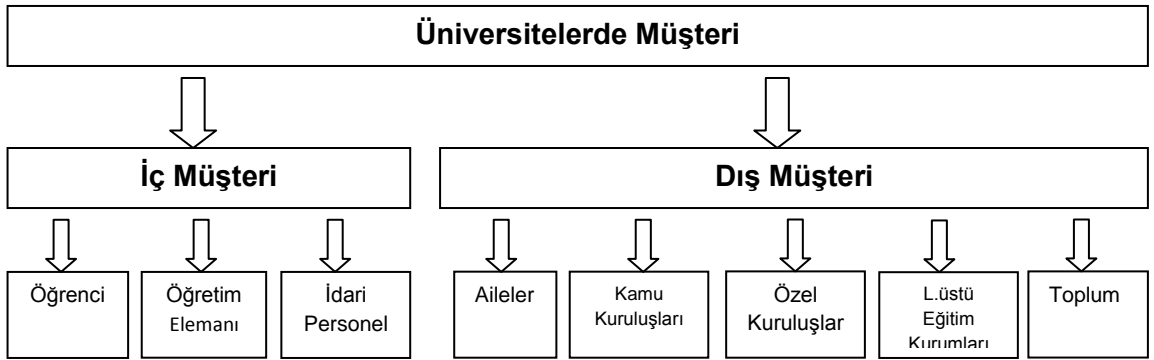
Son yıllarda, bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ve bu gelişmelerin uygulamada yerini almasıyla birlikte, insanların yaşam tarzlarında ve çevresinde değişimler meydana gelmeye başlamıştır. Bu durum yeni mesleklerin ortaya çıkmasına ya da mevcut mesleklere yeni bilgilerin eklenmesini zorunlu hale getirmeye başlamıştır. Yaşanan bu değişim meslek eğitiminde önemli bir role sahip olan yükseköğretim kurumlarını da etkilemiştir. Diğer taraftan da, ortak çalışma alanı olan meslekler arasında rekabet giderek artmış ve değişim sürecine ayak uydurabilen eğitim kurumları, mezunlarının avantajlı konuma gelmesine yardımcı olmuşlardır (Serin ve Aytakin, 2009: 84).

Yükseköğretim kurumları ülkelerin gelişmesi ve kalkınması için gerekli bilgilerin üretildiği ve insan kaynaklarının yetiştirildiği kurumlardır. Bu nedenle de bu kurumlar artık milletlerin geleceğini belirleyen belli başlı kurumlar arasında yerlerini almışlardır. Yükseköğretim kurumları çeşitli toplumsal ve ekonomik gelişmelerin değerlendirilmesinde, kültür değerlerinin yeni nesillere aktarılmasında, yeni bilgilerin insanlığa kazandırılmasında ve bunların korunmasında önemli görev ve sorumluluklara sahiptirler. Ayrıca, toplumsal refahın artması ve yaşam standartlarının yükselmesi konusunda yükseköğretim kurumlarının pek çok katkısı bulunmaktadır. Diğer taraftan da, yükseköğretim kurumları, eğitim-öğretim sürecinde, bireyler olarak öğrenciler üzerinde etki oluşturarak toplumsal değişim yaşanmasını da sağlamaktadır. Öyle ki, öğrencilerin davranışlarında, tutumlarında ve değer yargılarında değişiklikler oldukça, toplumda da bir değişim süreci yaşanacaktır. Böylece, yükseköğretim kurumlarında eğitim görmüş kişilerin sayısı arttıkça aynı oranda toplumsal değişim de hız kazanacaktır (Gedikoğlu, 2005: 73).

Yükseköğretim sistemi içerisinde kurulan üniversiteler sisteme rekabetçi olmak adına canlılık kazandırmıştır. Bu canlılık, üniversiteye girecek olan öğrencilere hem seçenek sunma yönünde hem de kaliteyi artırıcı bir rekabeti ortamı yaratma yönünde olmuştur. Bu nedenle, ülkemizde her geçen gün üniversiteler gelişmekte ve yeni üniversitelerin kurulması desteklenmektedir (Cevher, 2015: 804).

Yükseköğretim kurumlarında kalite, kurumun yapısı ve özellikleri, toplumsal ihtiyaçlara cevap verme becerisi ve öğrencilerine yönelik hizmet kalitesi olmak üzere kapsamlı bir şekilde ele alınması gereken bir kavramdır. Eğitim sektörü, hizmet sektörü içerisinde yer almaktadır ancak bankacılık, sigortacılık vb. hizmet sektörlerinden farklı bir yapıya sahiptir. Bunun sebebi de, eğitim sektöründe tüketici kavramının çok karmaşık olmasıdır. Yükseköğretim kurumlarında öğrenciler başta olmak üzere, akademik personel, işveren konumunda olan kurum ve kuruluşlar, aileler ve devlet olmak üzere kapsamlı bir müşteri tanımı yapılmaktadır. Ancak, bu tanım içerisinde ana unsur öğrencilerdir (Bektaş ve Akman, 2013: 123). Yükseköğretim kurumlarında müşteri kavramını aşağıdaki Şekil 5 ile açıklayabiliriz.

Şekil 5. Yükseköğretim Kurumunda Müşteri Sınıflandırması



Kaynak: Serin, Hasan ve Aytekin, Alper. (2009). Yükseköğretimde Toplam Kalite Yönetimi. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 11 (15), s.88.

Eğitim kurumları bir sistem olarak değerlendirildiğinde sistemin öğeleri iç müşteriler, eğitim sisteminin içinde yer aldığı geniş sistemin öğeleri ise dış müşteriler olarak ele alınabilir. Eğitim sisteminin yalnızca girdisi ve çıktısından bahsetmek kalite anlayışı açısından yetersiz olacaktır (Canbulut vd., 2001: 53). Bu amaçla sistemin Şekil 5'te belirlenen müşterilerine karşı üretici konumunda bulunan öğeler ile müşterilerin sistem içerisindeki yerleri aşağıdaki Tablo 15'te yer almaktadır.

Tablo 15. Müşteri, Üretici ve Müşterinin Sistem İçerisindeki Konumu

Müşteri	Üretici	Müşterinin Sistemdeki Konumu
Öğrenciler	Öğretim Elemanları Yöneticiler Yönetim Kurulu	Eğitim öğretim sürecinin doğrudan ve temel müşterisi Sistemin bir elemanı
Öğretim Elemanları	Yöneticiler	Eğitim öğretim sürecinin gerçekleştirilmesini sağlayan, aynı zamanda sistemin temel elemanı olan kişiler, yönetimin temel müşterisi
İdari Personel	Yönetim	Sürecin gerçekleşmesini sağlayan sistemin elemanları, yönetimin müşterisi
Aileler	Okul Sistemi	Sürecin dolaylı müşterileri (dış), aynı zamanda eğitim sisteminin bir elemanı
Endüstri (İşveren)	Okul Sistemi	Sürecin dolaylı müşterileri (dış), aynı zamanda eğitim sisteminin içerisinde bulunduğu geniş sistemin bir elemanı
Lisansüstü Eğitim Kurumları	Okul Sistemi	Dış sistemin elemanı ve sürecin dolaylı müşterisi

Kaynak: Canbulut, Fazıl, Özbakır, Lale ve Canıyılmaz, Erdal. (2001). Mühendislik Fakültesi Yapısına Uygun Eğitim Sistemi Modeli Seçimi ve Sistemi Geliştirme Önerileri. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 17 (1-2), s.53.

Eğitim kurumları da diğer bütün örgütlerde olduğu gibi üretmek zorundadırlar. Ancak eğitimin doğası gereği verimlilik ve kalite unsurlarını fiziksel ürün üreten işletmeler kadar açıklıkla ortaya koyması her zaman mümkün olmayabilir. Belirli yetenekleri kazanmış, kendini işine adayan yeni bir nesile sahip olmanın yolu, kalite kavramının işletmelerden önce eğitim kurumlarında ele alınması ve uygulanmasıyla mümkün olacaktır. Çünkü kaliteli bir ürün ve hizmet ancak iyi bir eğitim süreci ile sağlanabilmektedir (Açan ve Saydan, 2009: 229).

Hizmet kalitesini değerlendirmek oldukça karmaşık olduğu için, eğitim hizmet kalitesinin objektif olarak değerlendirilmesi için daha çok çaba gerekmektedir. Özellikle yükseköğretim kurumlarında hizmet sunan akademik personel ve idari kadronun öğrenciler ile olan ilişkileri ve öğrencilerin tatmin düzeyinin ölçülmesi oldukça zordur. Yükseköğretim camiasında farklı bölgelerden, farklı kültürel özelliklere sahip akademisyen, memur ve öğrencilerin birbiriyle ilişkileri, algı ve tatmin düzeylerini doğrudan etkilemektedir (Şahin, 2011: 51).

Eğitim kalitesi anlayışında en etkili unsurun öğretim elemanları olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Öğretim elemanlarının mesleki yeterlilikleri, kendi alanlarıyla ilgili gelişmeleri yakından takip etmeleri, farklı özgün yaklaşımları, tecrübeleri, genel kabul gören olumlu özelliklere sahip olmaları daha kaliteli hizmet algısında son derece etkilidir. Aynı zamanda eğitim kurumlarındaki idari personel de eğitim kalitesinin iyileştirilmesinde büyük rol oynamaktadır (Taşkın ve Büyük, 2002: 210). Bu açıdan değerlendirildiğinde, eğitim kalitesinde istenilen sonuca ulaşmak için, akademik personel, idari personel ve okuldaki diğer görevli personellerin uyumlu hareket ederek paydaşlara yönelik bütüncül bir politika uygulaması gerekmektedir (Türel ve Aytar, 2014).

2.3.5. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin Önemi

Eğitim; toplumun yaratıcı gücünü ve verimi arttıran, bireye becerilerini geliştirme imkanı sağlayan, sosyal adalet ve fırsat eşitliğini gerçekleştiren en önemli araç olarak tanımlanmaktadır. Eğitimin temel amacı ise; sistemin girdisi ve çıktıları olarak ifade edilebilecek öğrencilerin bireysel ve toplumsal kazanım için gerekli özelliklere sahip olmalarını sağlamaktır. Bu doğrultuda da eğitimde kalite; eğitim kurumlarının amaçlarına uygun bir şekilde işlev görmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple kaliteli eğitimin, bütüncül bir şekilde ve düzenli olarak sistemin değerlendirilmesi yoluyla sürekli bir iyileştirme döngüsünü gerekli kıldığı ifade edilmektedir. Mishra (2006), rekabet, müşteri memnuniyeti, standartları koruma, hesap verebilirlik, personel motivasyonu, prestij ve imaj gibi etkenlerin eğitim alanında kaliteye önem verilmesini gerekli kıldığını ifade ederken, Bridge (2003) de, eğitim hizmetlerinin kalitesinin, bir eğitim kurumunun bütün çalışanlarının en iyiye ulaşma yönünde sürekli iyileştirme ve gelişim kültürünü benimsediği bir felsefe olarak ifade etmektedir (Özdemir, 2015: 192).

Yükseköğretim, bireylere akademik bilgi kazandırmak için üniversiteler ve diğer kuruluşlar tarafından sunulan bir hizmet olarak ifade edilmektedir. Bu hizmet bireyden başlayarak makro düzeyde toplumların değerışmesinde ve gelişmesinde büyük bir role sahiptir. Bu anlamda etkili bir hizmetin kaliteli bir şekilde verilmesi değerışim ve gelişmenin olumlu yönde başarılı bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacaktır (Dilşeker, 2011: 36).

Eğitimde hizmet kalitesi, ulusal zenginlik için büyük önem taşımaktadır. Bu yüzden birçok üniversite, eğitimde hizmet kalitesi ile ilgilenmekte ve eğitimde kalite

düzyini arttırmaya yönelik bir takım çalışmalar yapmaktadır. Eğitim bir toplum geleceği üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Değişen dünya şartları, yeni nesillerin daha çok bilgili ve yetenekli olarak yetişmesini gerektirmektedir. Bunu sağlamak üzere, yeni teknolojilerin eğitimde kullanımı, özel okulların eğitimdeki rolünün artması, eğitim maliyetlerinin yükselmesi, öğrenme konusunda daha etkin yöntemlerin kullanılması ve üniversitelerin yeniden tasarlanması yönünde gelişmeleri de beraberinde getirmektedir (Kocaağa, 2010: 32).

Eğitim, ülkenin siyasal-toplumsal, ekonomik ve bilimsel kurumlarının yetenek ve kapasitesini arttıran bir süreç olduğu için kalkınmanın en önemli unsurlarından biridir. Ekonomik kalkınma yalnızca kişi başına düşen gelirdeki artış ile değil aynı zamanda uzun dönemde kişi başına düşen gelirin reel artışı ile birlikte; insanların sağlık şartlarının iyileştirilmesi, nüfus artış hızının azaltılması, gelir dağılımının daha dengeli hale gelmesi, yoksulluğun ortadan kaldırılması ve nüfusun küçülmesi ile de değerlendirilmektedir. Eğitimin, beşeri gelişmenin lt olarak görülen bu olgular üzerinde etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum, eğitim ve özellikle de yükseköğretimin hem birey hem de toplum için önemini oldukça arttırmaktadır (Dilşeker, 2011: 36).

Günümüzde bilgi, en önemli servet kaynağı olarak kabul edilmekte; gelişen teknoloji ve birçok icat, hayatı büyük lde değiştirmektedir. Bilginin öneminin artması yükseköğretimi de ilgilendirmektedir. Özellikle, yükseköğretim artık birçok iş için birincil şart haline gelmiş, yükseköğretim kurumlarında üretilen bilginin kalitesi ve kullanılabilirliği, ulusal rekabet gücü açısından büyük önem kazanmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde yükseköğretim daha çok gözardı edildiği için bu durum onlarda hala önemli bir sorun olarak görünmektedir (Gencel, 2001: 212). Ancak büyük önemi düşünüldüğü zaman bu zorlukların açılması için yaratıcı ve kararlı adımların atılması gerekmektedir. Daha iyi bir planlama ve yüksek değerlere sahip yöneticiler ile birlikte, yeni bir vizyon oluşturulmalı, kamu ve özel olmak üzere tüm unsurlar seferber edilmelidir (zalık, 2007: 35).

2.4.Skal

Çalışmanın bu bölümünde Skal Organizasyonu ve Skal dlleri üzerinde durulmuştur. İlk olarak Skal'ın tanımı yapılmış ve tarihçesi hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra Skal Türkiye ve Skal (Skalite) dlleri üzerinde durulmuştur.

2.4.1. Skal'ın Tanımı ve Tarihçesi

Skal, dünya turizm profesyonellerinin küresel turizmi ve arkadaşlığı yaymaya çalıştığı uluslararası en yaygın ve en eski turizm sivil toplum örgütüdür. Bünyesinde, uluslararası seyahat ve turizm endüstrisindeki bütün sektörleri toplaması bakımından dünyada tek olma özelliğine sahiptir. Üyeleri turizmin üst düzey yöneticilerinden oluşmaktadır ve yerel, ulusal ve uluslararası platformlarda buluşarak turizmin gündeminde bulunan belli başlı konuları tartışmaktadırlar. Skal'ın amacı; turizm profesyonelliğini geliştirmek ve bu alanda üyelerine fayda sağlamaktır. *“Doing Business Among Friends”* sloganını benimseyerek uluslararası dostluk ve iş bağlantısını pekiştirmek, turizm endüstrisinde profesyonelliği güçlendirmek amacı ile seminer, konferans ve benzeri organizasyonların düzenlenmesini teşvik etmektedir (www.skalbursa.org.tr). Bunun yanında Skal'ın bir amacı da; turizm sektörüne yeni yatırımlar ve yeni isimler kazandırmaktır (www.akdenizgazetesi.com.tr).

1932 yılında, İsveç-Fransa arasında gerçekleşmesi planlanan ilk uçuş (Paris-Stockholm) anlaşmasının imzalanmasının ardından, açılan yeni uçuş hattını kutlamak amacıyla bir grup Fransız turizmci, Stockholm'a davet edilmişlerdir. Buradaki ağırlamadan sonra güçlü bir arkadaşlık oluşmuştur. Yerel ve uluslararası ilişkilerin, arkadaşlıkların bu tarz birliktelikler ile güçlendiği düşüncesiyle, Fransız turizmciler bu ilişkiyi yürütmek ve yönlendirmek için önceliği “Dostluk”, “İyi Niyet” olan bir organizasyon çatısının kurulmasına karar vermişlerdir. 16 Aralık 1932'de başkanı Rene Genestie olan ilk kulüp kurulmuştur (www.skal.org.tr). Skal kelimesi İskandinavya orjinli bir kelimedir. Geçmişte konuklar “Skal” diye selamlanmış ve dostluk belirtisi olarak deniz kabuğu (Skal) içinde içecek verilirmiş. Skal kelimesi şerefe anlamında da kullanılmış ve açılımı şu şekildedir (www.wikipedia.org):

Sundhet = Sağlık

Kärlek = Aşk

Ålder = Uzun yaşam

Lycka = Şans

27 Nisan 1934'de ise, 5 ayrı ülkeden 12 ayrı kulüp kuruluşu bu oluşumu takip etmiştir. Bunun üzerine aynı gün, Florimond Volckaert, Skal kulüplerini dünya çapında yayma ve uluslararası bir organizasyon çatısı altında toplama fikrini ortaya atmıştır. 28 Nisan 1934'de ise, ilk kurulların tespit edildiği ve geniş gündemi olan ilk resmi toplantı düzenlenmiştir. Bu toplantıda Florimond Volckaert başkan olarak

atanmış ve A.I.S.C. (Association International des Skal Clubs) resmen kurulmuştur (www.skalturkey.com).

Uluslararası Skal, bugün yaklaşık 89 ülkede, 500 kulüp ve 17.000 üye ile temsil edilmektedir. Bütün kulüpler ve ulusal komiteler İspanya/Torremolinos'da "SKAL INTERNATIONAL" çatısı altında toplanmıştır ve genel sekreteryaya ile bu merkezden yönetilmektedir. Skal International, her yıl farklı bir ülkede yapılan dünya kongresinde, genel kurul tarafından seçilen yedi kişilik bir yönetim kadrosu ile yönetilmektedir. Bu kongreler, üyelere, dünyada turizm sektöründeki gelişmeleri birinci ağızdan dinleme ve izleme imkanı sunmaktadır (www.skalturkey.com).

Skal'ın bir iş organizasyonu ya da iş bağlantısı kurma amacı bulunmamaktadır. Skal doğrudan işe dahil olmamakta yalnızca Skal kardeşlerinin ve destekleyenlerinin birbiri ile iş yapmalarını teşvik edici bir kuruluş konumundadır. Skal'a üye olmanın iş açısından tek amacı ise; kulüplere, yerel ve ulusal kongrelere gerçekleştirilen katılımlar sayesinde, tüm dünya çapındaki sektör arkadaşları ile tanışma ve çevre edinme imkanı sağlamasıdır (www.skalbursa.org.tr).

2.4.2.Skal Türkiye

Skal'ın Türkiye'de yapılanması 1956 yılında İstanbul Skal'ın kurulmasıyla başlamıştır (<http://www.cappadociaexplorer.com>). Skal Türkiye'nin 60 yıllık bir geçmişi bulunmaktadır ve dünya Skal hareketi içinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Skal Türkiye Milli Komitesi; 2011 yılı Mart ayında federatif yapıya kavuşmuş ve Uluslararası Skal Dernekleri Federasyonu adını almıştır. Türkiye genelinde toplam 17 kulübü bulunmaktadır. Bu kulüpler kuruluş yılları itibariyle aşağıda verilmiştir (www.skalturkey.com):

- İstanbul,
- Ankara,
- İzmir,
- Bursa,
- Antalya,
- Bodrum,
- Marmaris,
- Kuşadası,
- Fethiye,
- Kapadokya,

- Alanya,
- Çukurova,
- Marmara,
- Eskişehir,
- Konya,
- Karadeniz,
- Troya (Çanakkale),

17 kulüp ve yaklaşık 1100 turizm profesyoneli çatısı altında bulunduran Skal Türkiye Federasyonu, yılda 6 kez kulüpleri ile bir araya gelerek sektöre ilişkin konuları görüşmektedir (www.skalturkey.com). Ulaşım (havayolu, denizyolları, demir yolları), turizm ve seyahat acentacılığı, tur operatörlüğü, turizm organizasyonları, turizm ile ilgili mülki idareler, oteller, kongre merkezleri, turizm basını alanlarında faaliyet gösteren üst düzey turizm profesyonelleri Skal üyesi olabilmektedirler (www.skalantalya.org.tr).

Skal'a üye olmak için, üye olmak istenilen kulübün üye formunu doldurmak gerekmektedir. Daha sonra bu üyelik başvurusu mevcut üyelerin onayına sunulmaktadır. Üye sayısının % 10'undan daha fazla ret alan kişinin üyelik başvurusu kabul edilmemektedir. Üyelik başvurusu federasyon tarafından da onaylandıktan sonra, ilk Skal toplantısında rozet takılarak üyelik başlamaktadır (www.skalbursa.org).

Dünya Skal hareketi içinde büyüme hızı ve potansiyeline bakıldığında Skal Türkiye 4.sırada yer almaktadır. 2013 ve 2014'de büyük bir hamle yaparak, bünyesine yeni kulüpler eklemiş ve yeni kulüp projeleri için çalışmalara devam etmektedir. Bunun yanında işlevi geçici olarak beklemeye alınan yani askıda olan Denizli Kulübü'nün tekrar faal statüsüne kavuşması için çalışmalar sürdürülmektedir. Ayrıca, Balıkesir'in Ayvalık ilçesinde Körfez Kulübü kurma çalışmaları da devam etmektedir (www.skalturkey.com).

Türkiye Skal Federasyonu'nun temel amacı; büyüme konusunda destek vermenin yanında, bünyesinde bulunan kulüplere yön vererek destek olmak, projeler oluşturmak, sektör içindeki ağırlığını güçlendirmek ve faydalı toplantılar düzenleyerek, kamuoyunu ve sektörü bilinçlendirmek, kulüpler arasında ve turizm sektöründe çalışan üyeleri arasında dostluk, ortak bir anlayış ve işbirliği oluşturmaktır. Federasyon toplantılarının dışında, sektörle ilgili belirli konuların derinlemesine inceleneceği, ve her yıl Mart ayında "Skal Turizm Arenası" ve her yıl Eylül ayında "Skal Yarı Yıl Atölyesi" adı altında sektöre yararlı olan çalışmalar

düzenlemektedir. Ayrıca Uluslararası Skal Dernekleri Federasyonu, faaliyetlerini, ilkeleri olan dostluk ile güçlendirirken, sosyal sorumluluk projelerinin yürütülmesinde de önemli görevler almaktadır (www.skalturkey.com).

2.4.3. Skal (Skalite) Ödülleri

Skal International İstanbul, günümüze kadar düzenlediği çeşitli toplantı ve sempozyumlarla turizm sektörünün güncel ve önemli sorunlarına çözümler sunmaktadır ve ilk kez 1998 yılında verdiği "Turizmde Kalite, Skalite Ödülleri" ile Türk turizmde kalite olgusunu gündeme taşımıştır. Skal ödülünün amacı; hem turizm sektöründe "kalite" çitasını yükseltmeyi hedefleyen kişi ve kuruluşları ödüllendirmek hem de kaliteyi bir yönetim felsefesi olarak benimsemiş olan kişilerin sektör çalışanlarına örnek olmasını sağlamaktır (www.skalistanbul.com).

Seyahat acentası, konaklama, ulaşım gibi ana sektörlerin yanı sıra turizme destek veren; turizm basını, medya, kültür değerlerinin korunması, dostluk ve tanıtım gibi konularda kalite çizgisinden taviz vermeksizin çalışmalarına devam eden kişi ve kuruluşlara Skal Ödülleri verilmektedir. Skal (Skalite) ödülleri 1998 yılından beri çeşitli alanlarda her yıl sahiplerini bulmaktadır. Ödüller kişi ve kuruluşlara çeşitli alanlarda verilmektedir. Bu alanlar her yıl bazı değişiklikler göstermektedir ve kapsamlı hali şu şekilde sıralanabilir (www.skalistanbul.com):

Konaklama Grubu Ödülleri;

- Uluslararası Otel ve Tatil Köyü İşletmesi
- Yerli Otel ve Tatil Köyü İşletmesi
- Butik Oteller
- Resort Tesis
- Zincir Grup Oteller

Seyahat Hizmetleri Ödülleri;

- Seyahat Acentası (Incoming/Outgoing)
- Kongre ve Incentive Seyahat Acentası
- Profesyonel Turist Rehberi

Turizm Taşımacılığı Ödülleri;

- Hava Yolu Taşımacılığı ve İlişkili İşletmeler
- Kara Yolu Taşımacılığı ve İlişkili İşletmeler

- Deniz Ulaşım-Yatçılık ve Marina
- Turistik Gezi Tekneleri
- Rent a Car

Mekan Ödülleri;

- Etkinlik/ Toplantı Mekanı
- Turizme Hizmet Eden Restoran
- Karakteristik Lokantalar
- Turistik Eğlence Mekanı
- Golf Tesisleri

Yatırım Ödülleri;

- Turizm Yatırımları/Yatırımcısı

Turizm Gelişimine Katkı Ödülleri;

- Turizm Eğitimi
- Turizm Tanıtımına Katkı
- Turizme Destek Veren Kuruluşlar
- Bölgesel Tanıtım Kuruluşları
- Müzecilik-Kültürel ve Doğal Değerlerin Korunması
- Özel Müzecilik
- Çevrenin Korunmasına Katkı
- Eko Turizm/Sürdürülebilir Turizm

Medya Ödülleri;

- Turizm Basını
- Turizm Yayıncılığı
- Yazılı Basın
- Araştırmacı Gazeteci
- Turizm Portalları

Diğer Ödüller;

- Turizm Bürokrasisi/Bürokrati
- Turizm Yöneticisi
- Turizm Yan Hizmetleri
- Elektronik Rezervasyon Dağıtım Sistemi

- Animasyon Hizmetleri
- John Diersey Hijyen Ödülü
- Yiyecek ve İçecek Sektörü
- Geleneksel Tatlar
- Catering ve Organizasyon
- Şarapçılık
- Sponsor Ödülleri
- Özel Onur Ödülleri
- Her yıla ait özel ödüller

Skal Ödülleri'nin verildiği bazı yıllarda “Turizm Eğitimi” alanında da bazı kurum/kuruluşlara verilmiş ödüller bulunmaktadır. Bu ödüller Tablo 16’da yer almaktadır.

Tablo 16. Turizm Eğitimi Alanında Skal Ödülü Almış Kurum/Kuruluşlar

Ödülün Verildiği Yıl	Ödül Alan Kurum/Kuruluş
1999	TUGEV
2000	Lise: Özel Eresin Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Üniversite: Boğaziçi Üniversitesi
2001	Bodrum Otel Gemisi
2002	Lykia World Çıraklık Okulu
2003	Swiss Otel
2004	Balıkesir Üniversitesi
2005	TÜRSAB Anadolu Meslek Lisesi
2006	Anadolu Üniversitesi
2007	TÜRSAB Turizm Meslek Okulu
2008	Bilkent Üniversitesi
2009	Boğaziçi Üniversitesi
2010	Bilkent Üniversitesi
2012	Akdeniz Üniversitesi
2013	Yeditepe Üniversitesi
2014	Boğaziçi Üniversitesi
2015	Vatel International Business Scholl- Hotel&Turizm

Kaynak: www.skalistanbul.com web adresindeki ödül alanlar listelerinden derlenmiştir.

2.5. İlgili Araştırmalar

Çalışmanın ilgili araştırmalar bölümünde yükseköğretimde hizmet kalitesi ile ilgili yapılan araştırmalar ve bu araştırmaların sonuçları yer almaktadır.

Taşkın ve Büyük (2002), Kütahya'da faaliyet gösteren özel eğitim kurumlarının verdikleri hizmetin kalite düzeyini tespit etmek ve kalitenin yükseltilebilmesi yönünde önerilerde bulunmak amacıyla, 6 adet özel dershanenin üniversiteye hazırlık kurslarına devam eden 200 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin bu dersanelerde verilen eğitim hizmetini değerlendirirken, dersane binalarının fiziksel koşulları, öğretmenlerin mesleki yeterlilikleri ile kişisel özellikleri ve kendilerinin eğitim kalitesinin araştırılmasına yönelik çaba ve girişimleri yüksek düzeyde kaliteli bulduklarını, araç-gereçler ve dersane yöneticilerinin faaliyet ve etkinlik düzeyleri açısından orta düzeyde bulduklarını tespit etmişlerdir. Bununla birlikte öğrencilerin eğitim hizmetinin kalitesi konusundaki algılarıyla öğrenim durumları arasında ve eğitim kalitesi konusundaki algılarıyla gelir düzeyleri arasında bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Ancak öğrencilerin eğitim kalitesi konusundaki algılarıyla dershaneye ödedikleri ücretin miktarı ve aldıkları hizmetin kalitesi konusundaki algılarıyla üniversite sınavını kazandırmada dershanenin etki düzeyi arasında önemli düzeyde doğrusal bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Akbaba vd. (2006), yükseköğretimde kalite kavramının anlaşılması ve geliştirilmesi yönündeki çabalara katkı sağlamak amacıyla Abant İzzet Baysal Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilerin (s=399) öğretim elemanları tarafından sunulan hizmetlerin kalitesi ile ilgili beklentileri üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeği ve ölçeğin alt yapısını oluşturan kuramsal çerçeveden yararlanarak bir ölçek geliştirmişler ve onu kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; öğretim elemanlarının sundukları hizmetlerin kalitesi ile ilgili öğrenci beklentilerini açıklayan 24 ifade içeren altı faktörlü bir yapı belirlemişlerdir. Elde ettikleri altı faktörü, "güven telkin etme", "alan yeterliliği", "empati", "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler", "mesleğe özgü davranış özellikleri" ve "akademik gelişim" olarak adlandırmışlardır. Bu altı faktörden "güven telkin etme" faktörünün en önemli faktör olarak belirlendiği, daha sonra "alan yeterliliği", "mesleğe özgü davranış özellikleri", "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler", "akademik gelişim" ve "empati" faktörlerinin sıralandığı sonucunu ortaya koymuşlardır. Çalışma kapsamında geliştirdikleri ölçeğin ve sonuçta elde edilen bulguların değerlendirilmesi ile kalitenin yükseltilmesi çabalarına yönelik olarak geliştirmeye gereksinim duyulan alanların belirlenebileceğini ifade etmişlerdir.

Firdaus (2006), yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesini hem SERVPERF hem de yükseköğretim hizmetleri için geliştirmiş olduğu HEdPERF ölçeğiyle test etmiştir. Pilot uygulamadan sonra Malezya 'da iki devlet üniversitesi, bir özel üniversite ve üç özel kolejdeki 560 öğrenciyi çalışma kapsamına dahil etmiştir. Araştırma sonucunda; HEdPERF'in yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesini ölçmede daha etkin olduğunu tespit etmiştir.

Özçalık (2007), üniversite öğrencilerinin aldıkları eğitimden beklentileri ve bu beklentilerinin ne derecede karşılandığını ölçmek amacıyla Çorum'da bulunan 4 fakülte ve 4 yüksekokuldaki 483 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesinin ağırlıklı olarak, öğretim sistemine, öğrencilerin mezun olduğu lise türüne ve yükseköğretim kurumlarının eskiliğine yani köklü olup olmamasına göre değişiklik gösterdiğini tespit etmiştir. Kurumların fiziksel boyutuna, güvenilirlik boyutuna, ilgi/heveslilik boyutuna, güven boyutuna ilişkin algılanan hizmet kalitesi düzeyinde farklılık olduğu ancak empati boyutuna ilişkin algılanan hizmet kalitesi düzeyleri arasında farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Bayrak (2007), devlet veya vakıf üniversitesinde okuyan öğrencilerin kendi üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algıları ile kaliteli bir üniversite olgusuna yönelik hizmet kalitesi beklentilerini belirlemek ve üniversitelerdeki beklenti algıları arasındaki farkları ortaya koymak amacıyla İstanbul'da bulunan 14 devlet ve vakıf üniversitesinde işletme bölümündeki 1600 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada SERVQUAL ölçeğini yükseköğretime adapte ederek kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin öğrendikleri üniversitenin hizmet kalitesinin %60,75 oranında daha iyi olmasını beklediklerini tespit etmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin hizmet kalitelerinin devlet veya vakıf üniversitesinde okumalarına göre değişmediği ancak algılarının verilen hizmet kalitesine göre değiştiğini tespit etmiştir. Ayrıca hizmet kalitesi algı düzeylerinin cinsiyete göre değişmediği ancak beklentilerin değiştiği, vakıf üniversitesinde okuyan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeylerinin devlet üniversitesinde okuyan öğrencilere göre daha yüksek olmasına karşın tavsiye etme derecelerinin daha düşük olduğu ve öğrencilerin üniversitede okudukları yıl ve yaşları arttıkça okula yönelik hizmet kalitesi algı düzeylerinin arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Yılmaz vd. (2007), üniversitelerin öğrencilere sunduğu hizmetlere ilişkin beklenen hizmet ile algılanan performans arasındaki farkı belirlemek amacıyla Eskişehir'de bulunan Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi

öğrencileri üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin algılanan hizmet kalitesi skorlarının daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Bunun yanı sıra kalite boyutları açısından üniversite öğrencilerinin en fazla önemi “hizmette yeterlilik” ve “heveslilik” boyutuna verdiklerini tespit etmişlerdir. İki üniversitenin karşılıklı olarak kalite boyutları bazında algılanan hizmet kalitesi skorlarının Osmangazi Üniversitesi için “yeterlilik” boyutunda Anadolu Üniversitesi için de “heveslilik” boyutunda en yüksek düzeye çıktığı sonucuna ulaşmışlardır.

Sultan ve Tarafder (2007), performansa dayalı yükseköğretim hizmet kalitesi modeli (PHED-model) geliştirmek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Çalışmaya açık ve uzak öğretim üniversitesi öğrencilerinden 1200 kişiyi seçmiş mail, posta ve görüşme yoluyla onlara ulaşmaya çalışmışlardır. 362 kişiden kullanılabilir veri elde etmişlerdir. Araştırma sonuçlarını memnun edici olarak ifade etmişlerdir. Yeni oluşturdukları PHed-modeli HEdPERF, SERVQUAL ve SERPERF ölçeklerinden uyarlamışlardır. 13 sorusu HEdPERF ölçeğinden, 54 sorusu SERVQUAL ve SERPERF ölçeğinden olmak üzere toplam 67 soru oluşturmuşlardır. Yeni oluşturulan modelin geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Araştırmanın sonunda performansa dayalı yüksek öğretim hizmet kalitesi değerlendirmek için bu yeni modelin kullanılabileceğini ifade etmişlerdir.

Okumuş ve Duygun (2008), eğitim hizmeti alan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesini belirlemek ve algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ile olan ilişkisini tespit etmek amacıyla açıköğretim kurs öğrencileri üzerine bir araştırma yapmışlardır. Araştırma kapsamına açıköğretim kursunun İstanbul Avrupa yakasında yer alan (Bakırköy, Aksaray, Beşiktaş, Mecidiyeköy) şubelerini dahil etmişlerdir. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasında fark olduğu ve algılanan hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Saydan (2008), üniversite öğrencilerinin öğretim elemanlarından beklentileri ve bu beklentilerin önem derecelerini belirlemek amacıyla Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü’nde öğrenim gören 107 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada kendi geliştirdiği 24 adet ifadeyi içeren altı boyutlu bir kalite beklenti ölçeğini (ders içi akademik performans, empati, ders dışı akademik performans, güven, destekleyici unsurlar, kişisel bakım, hitabet)

kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin öğretim elemanlarını daha çok ders içi ve ders dışı performanslarıyla değerlendirdiklerini tespit etmiştir.

Çavdar (2009), Owlia ve Aspinwall (1996) tarafından belirlenen yükseköğretim kalite unsurları açısından Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nin değerlendirmesini yapmak ve yükseköğretim temel müşterilerinden biri olan öğrencilerin bakış açısından bu gruplandırmanın geçerliliğini tespit etmek için 697 öğrenciye anket uygulamıştır. Yaptığı çalışmada belirtilen kalite unsurlarının (somut unsurlar, yeterlilik, tutum, içerik, sunum, güvenilirlik) tümünün öğrenciler tarafından önemli olarak değerlendirildiği sonucuna ulaşmıştır. Durum değerlendirmelerinde genel olarak fakültenin yeterlilik açısından iyi, tutum açısından yetersiz diğer kalite unsurları için ise normal olarak değerlendirildiğini tespit etmiştir. Faktör analizi sonuçlarına göre ise, genel bir sınıflandırma için kalite özelliklerinin ve bunların gruplandırılmasının yeniden gözden geçirilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Açan ve Saydan (2009), öğrencilerin öğretim elemanlarına yönelik akademik kalite beklentileri belirlemek amacıyla Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde 776 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışma ile öğrenci memnuniyet seviyelerini, öğretim elemanlarından beklenen kalite unsurlarını ve bu unsurların önem derecelerini belirlemeye çalışmışlardır. Yaptıkları çalışmada daha önceki çalışmalardan yararlanarak oluşturdukları bir anket formu düzenlemiş ve onu kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; öğretim elemanlarının kalite boyutlarını açıklayan ve 28 adet ifadeyi içeren 7 boyutlu bir yapı oluşturmuşlardır. Bununla birlikte öğrencilerin bazı özelliklere göre, öğretim elemanı akademik kalite boyutlarına önem verme seviyelerinde farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Genel olarak öğrencilerin eğitim öğretim hizmeti aldıkları öğretim elemanlarından ve kurumdan memnun oldukları ve bunun bir sonucu olarak okulu başkalarına tavsiye etme ve tekrar aynı üniversiteyi tercih etme şeklinde kuruma bağlılık tutumları sergiledikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Brochado (2009), yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümü için alternatif beş ölçeğin karşılaştırılması amacıyla bir çalışma yapmıştır. Karşılaştırılan bu ölçekler; SERVQUAL, önem ağırlıklı SERVQUAL, SERVPERF, önem ağırlıklı SERVPERF ve HEdPERF'dir. Yaptığı çalışma kapsamına Lisbon'daki Portekiz üniversitesinden 360 öğrenciyi dahil etmiştir. Araştırma sonucunda; SERVPERF ve HEdPERF ölçeklerinin daha iyi ölçüm yaptığı ancak ikisinin birbirinden daha iyi olarak ayrılmadığını ifade etmiştir.

Arslantürk (2010), yükseköğretim seviyesinde turist rehberliği eğitimi gören öğrencilerin hizmet kalitesine yönelik algılamalarını belirlemek amacıyla turist rehberliği eğitimi veren lisans ve önlisans programı bulunan 15 fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokulundaki 960 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada SERVPERF ölçeğini kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; “empati” boyutunun cinsiyete göre farklılık gösterdiğini, öğrencilerin hizmet kalitesi boyutlarını algılamalarının eğitim süresine göre ve burs alma durumuna göre farklılık gösterdiğini, “heveslilik” boyutunun öğretim türüne göre farklılık gösterdiğini, “somut özellikler” boyutunun algılanmasında ÖSS puan türüne göre farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Ayrıca yaptığı çalışmada tüm hizmet kalitesi alt boyutları arasındaki korelasyon katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ve alt boyutlar arasındaki ilişki pozitif yönlü ve düşük düzeydedir.

Malik vd. (2010), yükseköğretim kurumlarında öğrenci memnuniyeti üzerinde farklı hizmet kalitesi etkilerini analiz etmek amacıyla Pakistan’ın Punjab vilayetinde 240 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada Parasuraman (1990) tarafından geliştirilen algılanan kalite ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin somut, güven, güvenilirlik, empati boyutlarında memnun olduklarını ancak otopark hizmetleri, bilgisayar laboratuvarları, cafe hizmetleri ve makine vb. çalışma sistemlerinden memnun olmadıklarını tespit etmişlerdir.

Şahin (2011), yükseköğretim kurumlarında sunulan turizm eğitiminin öğrenci beklentilerini ne derecede karşıladığını ölçmek, bu beklentiler içerisinde hizmet kalitesi boyutlarından hangisinin öğrenci açısından daha önemli olduğunu ortaya koymak ve yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesini iyileştirme çabalarına katkı sağlamak amacıyla Ankara’da bulunan Gazi Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi’ndeki 187 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; üniversitelerin hizmet kalitesi bakımından öğrenci beklentilerini karşılayamadığını tespit etmiştir. Bu sonuca göre, üniversitelerin turizm eğitimi veren lisans programlarının en önemli hedeflerinden birinin “hizmet kalitesini” yükseltmek olması gerektiğini ifade etmiştir.

Hanaysha vd. (2011), yükseköğretim kurumlarının sağladığı hizmetlerin öğrenciler tarafından nasıl değerlendirildiğini yani öğrenci memnuniyetini araştırmak amacıyla Malezya’daki yükseköğretim kurumlarında bulunan 360 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; SERVQUAL ölçeğinde bulunan hizmet kalitesinin 5 boyutu

ile öğrenci memnuniyeti arasında önemli bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun üniversitenin sağladığı imkanlardan memnun olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Dursun (2011), uzaktan eğitim öğrencilerinin yükseköğretim kurumlarından aldıkları hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamına uzaktan eğitim programların e-MBA programına sahip 5 üniversitenin öğrencileri dahil edilmiştir. Online olarak tüm öğrencilere anket formunu sunmuş ve 463 geri dönüş almıştır. Yaptığı çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; genel algının genel beklentinin altında kaldığını ve memnuniyetsizliğin olduğunu tespit etmiştir. Hizmet kalitesinin artırılması için hangi boyuta daha çok önem verilmesi gerektiğine dair birtakım önerilerde bulunmuştur.

Raslı vd. (2012), Malezya'daki İranlı lisansüstü öğrencilerin yükseköğretim hizmet kalitesi beklenti ve algılarını değerlendirmek amacıyla Malezya'daki beş devlet üniversitesinden 163 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini temel alarak bazı değişiklikler yapmışlar ve yeni bir anket formu oluşturmuşlardır. Araştırma sonucunda; öğrenci memnuniyetlerinin negatif olduğunu tespit etmişlerdir. Bu durumda boşluk analizi ile açıklanabileceğini ifade etmişlerdir.

Gökçer (2012), Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin bazı akademik hizmetlere ilişkin beklentilerini belirlemek amacıyla eğitim fakültesindeki farklı bölümlerden 1. ve 4. sınıf öğrencilerinden 811 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Verilerin toplanmasında kendi geliştirdiği "Öğrencilerin Bazı Akademik Hizmetlere İlişkin Beklentileri" anketini kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin beklentilerinin sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığını belirtmiştir. Öğrencilerin "öğrencilerle iletişim-mesleki gelişim" ve "akademik hizmetler boyutundan memnun olmadıklarını tespit etmiştir. "Öğrencilerle iletişim-mesleki gelişim" boyutunda, okulöncesi bölümü öğrencilerin beklenti düzeyinin; resim-iş, beden eğitimi ve din kültürü ve ahlak bilgisi bölümü öğrencilerinin beklenti düzeyinden daha düşük olduğu sonucuna varmıştır. Bu ve bunun gibi diğer boyutları da öğrenciler arasında değerlendirerek olumsuz yönleri iyileştirmek için birtakım önerilerde bulunmuştur.

Tayyar ve Dilşeker (2012) devlet ve vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin hizmet kalitesi, imaj, memnuniyet, tavsiye etme ve sadakat algılarını belirlemek ve bunlar arasındaki ilişkiyi genel olarak ve her üniversite için ayrı ayrı

analiz etmek amacıyla Ege Üniversitesi, Uşak Üniversitesi ve Yaşar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL, SERVPERF ve HEdPERF ölçeklerini kullanarak oluşturdukları anket formunu kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; algılanan hizmet kalitesinin çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve bu boyutların fiziksel özellikler, destek hizmetleri, uluslararasılaşma, akademik personel ve akademik olmayan personel olduğunu bulmuşlardır. Hizmet kalitesinin boyutları, imaj, memnuniyet, sadakat ve tavsiye değişkenlerinin ortalamalarının incelenen üniversiteler arasında farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Öğrenci memnuniyetinin sadakat ve tavsiye üzerinde etkili olduğu; öğrenci memnuniyetine etki eden değişkenlerin ise hizmet kalitesi ve imaj olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Ong ve Nankervis (2012), üniversiteler tarafından sunulan hizmetin kalitesinde öğrenciler arasındaki beklenti ve algı farklarını araştırmak amacıyla Avusturalya ve Malezya üniversiteleri işletme bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma yapmışlardır. Araştırma kapsamına her iki üniversitede 1. sınıflardan 250 kişi, 3.sınıflardan da 500 kişi dahil etmişlerdir. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini temel alarak bazı değişiklikler yapmışlar ve yeni bir anket formu oluşturmuşlardır. Araştırma sonucunda; hem Avusturalya hem de Malezya'daki 1. sınıf ve 3. sınıf öğrencileri arasında hizmet kalitesi beklenti ve algısında önemli bir farklılık olmadığını tespit etmişlerdir.

Serçek ve Özaltıntaş (2012), T.C Ziraat Bankası Eğitim Daire Başkanlığı Bankacılık Okulu Tesisinde eğitim gören banka personellerinin Bankacılık okulunda verilen hizmet kalitesini ölçmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırma kapsamına 2010 yılında okul tesisinde konaklayan 1520 personeli dahil etmişlerdir ve 166 kişiden bilgi toplayabilmişlerdir. Yaptıkları araştırmada; SERVPERF ölçeğini temel alarak oluşturdukları "Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği"ni kullanmışlardır. Araştırma sonucunda; eğitim gören personelin Bankacılık okulu hakkındaki hizmet kalitesinin yüksek düzeye yakın olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca boyutlara göre hizmet kalitesinin en düşük olduğu boyutun fiziksel varlıklar boyutu, en yüksek boyutun ise güven boyutu olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Purgualis ve Zaksa (2012), öğrencinin algıladığı hizmet kalitesini, memnuniyeti ve yükseköğretim kurumuna olan bağlılığını pozitif etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla Latvia'da farklı yükseköğretim kurumlarından 2010 öğrenci üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları araştırmada; SERVQUAL, SERVPERF, EP (Evaluated Performance), HSQM (Hierarchical Service Quality

Model) ölçeklerini kullanarak yeni oluşturdıkları bir modeli kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; öğrencinin algıladığı hizmet kalitesi ile ilgili olan akademik personel, ders içeriği, kazanılmış yetenekler gibi faktörlerin öğrencilerin yükseköğretim kurumuna olan bağlılığını etkilediğini ancak imkanlar, kütüphane, idari personel, bilgi sistemi gibi faktörlerin öğrencinin algıladığı hizmet kalitesi ve bağlılığında önemli bir etkisi olmadığını tespit etmişlerdir.

Owino (2013), hizmet kalitesi, kurum imajı ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Kenya'da bulunan üniversitelerdeki 750 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; Kenya'daki üniversitelerde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti önemli ölçüde etkilediğini tespit etmiştir.

Keblawi vd. (2013), öğrencilerin hizmet kalitesine dair memnuniyetlerini ve memnuniyet seviyelerini ölçmek amacıyla Kristianstad Üniversitesi İşletme Bölümü'nde bulunan 487 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; öğrencileri olumsuz hizmet kalitesine rağmen kurumdaki memnun olduklarını tespit etmiştir. Bununla birlikte hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti az miktarda etkilediği sonucunu ortaya koymuştur. Ayrıca öğrenciler arasında memnuniyet seviyesi ve pozitif haber etkisi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir.

Karahan (2013), yükseköğretim kurumlarının kalite yeterliliğinin öğrenci memnuniyeti açısından değerlendirilmesi amacıyla İnönü Üniversitesi Malatya Meslek Yüksekokulu'nda rastgele yöntemle seçilmiş 162 öğrenci üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada Tekin vd. (2010) tarafından hazırlanmış, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarının yapıldığı "Yüksekokul Kalite Yeterlilikleri Değerlendirme ve Öğrenci Memnuniyeti" isimli anketi kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; yüksekokulun fiziksel ve çevresel koşullarının öğrenciler tarafından yeterli bulunduğu ancak ortak kullanım alanlarının temizliği ve çevre düzenleme hizmetleri konusunda yetersiz bulunduğunu tespit etmiştir. Sosyal alanlar ve faaliyetler konusunda, kantin hizmetleri, yemekhane hizmetleri, spor salonu hizmetleri konusunda yüksekokul yeterli bulunurken yüksekokuldaki öğrenci topluluklarının faaliyetleri ve sosyal aktivitelerinin yeterli bulunmadığı sonucunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte eğitim öğretim içeriği ve yeterliği, iş hayatına hazırlama ve kariyer desteği, yönetim ve personel yeterlilikleri konularında da yüksekokulun yeterli kalite düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Türel ve Aytar (2014), öğrencilere sunulan eğitim hizmetlerine ilişkin, beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki farkı ölçmek amacıyla Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda 226 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; bölüm, cinsiyet ve öğrenim gideri bazında beklenen-algılanan hizmet kalitesi farkının olmadığı algılanan kalitenin beklentilerin altında gerçekleştiğini tespit etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle öğrenci beklentilerinin tam olarak karşılanmadığını tespit etmişlerdir. Bu doğrultuda üniversite fiziki koşullarının, öğrencilerin sosyal imkanlarının, akademik ve idari personel mesleki yeterliliklerinin geliştirilmesine yönelik çalışmaların hizmet kalitesinde beklentilerin karşılanmasına yardımcı olabileceğini ifade etmişlerdir.

Manea (2014), eğitim hizmetlerinin sağladığı kaliteyi incelemek amacıyla Bükreş'te 250 lisansüstü eğitim gören öğrenci üzerinde bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada kendi oluşturduğu anket formunu kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin öğrenme aktiviteleri, öğretmen ve personelle ilişkilerinin yanı sıra sınıftaki ekipmanların, laboratuvarların, kütüphanelerin de eğitimde eşit derecede önemli bir yerinin olduğu düşünüldüklerini tespit etmiştir.

Mang'unyi ve Govender (2014), hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla Kenya'da bulunan özel üniversitelerdeki 522 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada HEdPERF ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; boyutlar arasında pozitif ve önemli bir ilişki olduğunu tespit etmişler. Bununla birlikte hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmede geçerli olduğunu da belirtmişlerdir.

İçli ve Anıl (2014), HEdPERF ölçeğini yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümü için geliştirilen ölçekler arasında en iyilerden biri olarak ifade etmişlerdir ancak farklı seviyelerdeki eğitim kalitesini ölçmek için yeni bir ölçek geliştirmişlerdir. Araştırmayı lisansüstü öğrenciler üzerine yapmışlardır. Araştırma kapsamına 317 öğrenci dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda; 5 boyut ve 36 maddeden oluşan HEDQUAL ölçeğini oluşturmuşlardır. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini de test etmişlerdir.

Ansary vd. (2014), hizmet kalitesi üzerinde cinsiyet ve milliyet etkisini araştırmak amacıyla Malezya'daki özel üniversitelerde bulunan farklı cinsiyet ve milliyetlerdeki 250 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada

SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; yeterli bir kanıt elde edemediklerini belirtmişlerdir. Ancak milliyetin hizmet kalitesi boyutlarından cevaplanabilirlik boyutunu küçük oranda da olsa etkilediğini tespit etmişlerdir.

Lazibat vd. (2014), yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyetini nasıl etkilediğini ölçmek için bir araştırma yapmışlardır. Araştırma kapsamına Hırvatistan'daki 61 yükseköğretim kurumundan 1378 öğrenci ve 621 öğretmeni dahil etmişlerdir. Yaptıkları çalışmada HEdPERF ölçeğini kullanmışlardır. Araştırma sonucunda; öğrenci ve öğretmen bakış açıları arasında çok az bir farklılık olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca çalışmada iki farklı grup tarafından hizmet kalitesinin değerlendirilmesinin de çalışmaya değer kattığını ifade etmişlerdir.

Sharma (2014), yükseköğretim kurumundaki öğrencilerin hizmet kalitesine yönelik beklenti ve algılarını ölçmek amacıyla 500 öğrenci üzerinde bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin öğretim, uygunluk, imkanlar ve işbirliği ile ilgili boyutlardan memnun olduğunu ancak güven boyutundan en az memnun olduklarını tespit etmiştir.

Chopra vd. (2014), yükseköğretim kurumundaki öğrencilerin hizmet kalitesi algılarını ölçmek ve beklenti ve algıları arasındaki boşluğu belirlemek amacıyla Haryana'da bulunan 10 yükseköğretim kurumundan 500 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada; SERVQUAL ölçeğini temel alarak oluşturdukları yeni anket formunu kullanmışlardır. Araştırma sonucunda; yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesindeki beklenti ve algılarda anlamlı derecede negatif bir boşluk olduğunu gözlemlemişler ve öğrencilerin memnuniyetsiz olduklarını tespit etmişlerdir.

Özdemir (2015), öğrencilerin öğrenim gördükleri yükseköğretim kurumlarındaki öğretim süreçleri ve öğrenme kaynaklarının kalitesine ilişkin görüşlerinin belirli demografik değişkenlere göre anlamlı şekilde farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla, Gaziantep Üniversitesi'nde rastgele örneklem yoluyla seçtiği 789 lisans öğrencisi üzerine bir araştırma yapmıştır. Yaptığı çalışmada Hacıfazlıoğlu (2006) tarafından doktora tezi çalışması doğrultusunda geliştirilen "Yükseköğretimde Öğretim Süreçleri ve Öğrenme Kaynakları Ölçeği" ni kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda; katılımcıların görüşlerinin bazı alt boyutlarda öğrenim görülen program değişkenine göre, tüm alt boyutlarda ise öğrenim görülen fakülte değişkenine göre anlamlı derecede farklılaştığını tespit etmiştir. Bu doğrultuda öğrenim görülen program ve fakülte değişkenlerinin yükseköğretim

kurumundaki öğretim süreçleri ve öğrenme kaynaklarına yönelik tutum üzerinde önemli bir payı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Cevher (2015), öğrencilerin kalite algısını yükseköğretim hizmet kalitesi unsurları çerçevesinde belirlemek, üniversitelerin hizmet kalitesini arttırmaya yönelik görüş ve öneriler sunmak amacıyla bir kamu üniversitesinin meslek yüksekokulu öğrencileri üzerine bir araştırma yapmıştır. Çalışmanın örneklemini 2 yıllık önlisans programında okuyan ve toplam kalite yönetimi dersini en az bir defa almış 60 öğrenci oluşturmaktadır. Kalitenin temel kavram ve unsurlarını derste görmüş olmaları ve bu unsurlarla değerlendirme yapabileceklerini düşündüğü için bu gruptaki öğrencileri seçmiştir. Yaptığı çalışmada Owlia ve Aspinwall'ın (1996) yükseköğretimde hizmet kalitesi unsurları ölçeğini kullanarak bir görüşme formu hazırlamış ve 60 öğrenci ile görüşmüştür. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin kalite algılarının farklılık gösterdiği, olumlu ve olumsuz hizmet değerlendirmelerinin olduğunu tespit etmiştir. Öğrencilerin özellikle somut unsurlara yönelik donanım ve tesis değerlendirmelerinin olumsuz olduğu ve bu alandaki hizmet kalitesinin olumsuz şekilde değerlendirilmesinin yanı sıra yeterlilik ve tutum değerlendirmelerinin akademik personel açısından olumlu, idari personel açısından olumsuz olduğu sonucuna ulaşmıştır. İçerik ve sunumda ise derslerin içeriğinin genel anlamda olumlu değerlendirildiği, sınav kalitesinin ise olumsuz değerlendirildiği sonucunu ortaya koymuştur. Ayrıca olumsuz değerlendirmeleri inceleyerek bir takım önerilerde bulunmuştur.

Manea ve Iatagan (2015), öğrencilerin yükseköğretim hizmet kalitesi algılarını ölçmek amacıyla 165 Romanyalı doktora öğrencisi üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVPERF ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; doktora öğrencilerinin öğretmen ve personelle ilişkilerinin yanı sıra sınıftaki ekipmanların, laboratuvarların, kütüphanelerin de eğitimde önemli bir yerinin olduğu düşündüklerini tespit etmişlerdir.

Randheer (2015), yükseköğretim kurumlarında yeni bir hizmet kalitesi performans ölçeği geliştirmek için bir araştırma yapmıştır. Yükseköğretimde hizmet kalitesini değerlendirmek için SERVPERF ve HEdPERF ölçeğini yeterli bulmuş ancak hizmet kalitesinin Suudi Arabistan'da uygun olarak değerlendirilmesi için Arap kültürüne yönelik birtakım soruların da bulunması gerektiğini ifade etmektedir. HEdPERF ölçeğini temel alarak yeni bir boyut oluşturmuş ve CUL-HEdPERF olarak adlandırmıştır ve öğrencilerin hizmet kalitesi değerlendirmelerini ölçmede CUL-HEdPERF, HEdPERF ve SERVPERF ölçeklerini karşılaştırmıştır. Yaptığı çalışma

kapsamına 5 üniversiteden 750 öğrenciyi dahil etmiştir. Araştırmanın sonucunda; Suudi Arabistan'daki öğrencilerin hizmet kalitesi ölçümünü değerlendirmek için CUL-HEdPERF'in diğer iki ölçeğe göre daha uygun olduğunu tespit etmiştir.

Twaissi ve Al-Kilani (2015), öğrenci davranış niyetleri üzerinde akademik yönlerle ilişkili algılanan hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Jordanian devlet üniversitesinde okuyan 841 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada SERVQUAL ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; cinsiyet değişkenine göre algılanan hizmet kalitesinde farklılık olmadığını tespit etmişlerdir. Üniversitede algılanan hizmet kalitesinin öğrencilerin okulu yeni öğrencilere tavsiye etme niyetini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Yeni öğrenciler için, güven boyutundan sonra en etkili boyutun somut olma boyutu olduğunu ve diğer boyutların istatistiksel olarak önemli bir etkisinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Ali vd. (2016), öğrenci tatmini, kurum imajı ve bağlılık üzerinde hizmet kalitesi etkisini araştırmak amacıyla Malezya'da üç devlet üniversitesinde bulunan 400 öğrenci üzerine bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada HEdPERF ölçeğini temel alarak hazırladıkları yeni anket formunu kullanmışlardır. Araştırmanın sonucunda; yükseköğretim hizmet kalitesinin beş boyutunun öğrenci memnuniyetini etkilediğini ve bu doğrultuda kurum imajı ile birlikte öğrencilerin kuruma bağlılığının oluştuğunu tespit etmişlerdir.

Teeroovengadum vd. (2016), yükseköğretimde hizmet kalitesini değerlendirmek için hiyerarşik bir model geliştirmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Çalışma kapsamına 250 üniversite öğrencisi dahil etmişlerdir. Araştırma sonucunda; 5 boyut ve 48 maddeden oluşan HESQUAL modelini ortaya koymuşlardır. Modelin geçerliliği ve güvenilirliğini de test etmişlerdir.

3. YÖNTEM

Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin, turizm rehberliği öğrencileri tarafından değerlendirilmesine yönelik yapılan bu araştırmanın, yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin geliştirilmesine yönelik önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın yöntem bölümünde öğrencilerin yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesini değerlendirmesine yönelik gerçekleştirilen uygulama çalışmasının yöntemi hakkında detaylı bilgilere yer verilmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri ortaya konulmaktadır. Daha sonra ise; araştırmanın evreni ve araştırmanın örneklem grubu verilmekte, veri toplama aracı ve veri toplama süreci hakkında bilgiler sunulmaktadır. En sonunda ise; araştırmanın veri analizi, bulgu ve yorumlarına yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez; araştırma problemini oluşturan değişkenler arasında nasıl bir ilişkinin olduğu ile ilgili beklentiler olarak tanımlanırken, araştırmacı tarafından henüz sınanmamışlardır (Altunışık vd., 2012: 20). Ayrıca hipotez, bir araştırma problemini çözüme ulaştırmak için kabul edilmesi ya da reddedilmesi gereken bir önerme olarak ifade edilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014: 31). Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

H₁= Turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a}= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1b}= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1c}= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1d}= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2= Turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2a= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2b= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2c= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2d= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3= Turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3a= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3b= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3c= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3d= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4= Turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4a= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4b= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4c= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4d= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5= Turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5a= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5b= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5c= = Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5d= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6= Turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6a= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6b= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6c= = Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6d= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7= Turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7a= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyetleri ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7b= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7c= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7d= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8= Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni (Anakütle), araştırmacının araştırma sonuçlarını genellemek istediği elemanların tamamı olarak ifade edilmektedir (Özen ve Gül, 2007: 395; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 69). Bu çalışmanın evrenini de Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarındaki turizm rehberliği öğrencileri oluşturmaktadır. Uluslararası Skal Ödülü almış yükseköğretim kurumları; Balıkesir Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi ve Yeditepe Üniversitesi'dir. Bu altı yükseköğretim kurumundan üç tanesinde "Turizm Rehberliği" bölümü bulunmaktadır ve bu doğrultuda araştırmanın evrenini Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi turizm rehberliği bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi ve Yeditepe Üniversitesi'nde turizm rehberliği bölümü bulunmadığı için bu yükseköğretim kurumları araştırmaya dahil edilmemiştir.

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 1., 2., 3. ve 4. sınıf, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 1., 2. ve 3. sınıf ve Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde ise 1. ve 2. sınıf turizm rehberliği öğrencileri bulunmaktadır. Bu doğrultuda 2012, 2013, 2014 ve 2015 ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzları incelenerek mevcut öğrenci sayıları belirlenmiştir.

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde; 1. sınıf 130 (65 I.öğretim+65 II.öğretim), 2. Sınıf 130 (65 I.öğretim+65 II.öğretim), 3. Sınıf 65 ve 4. sınıf 65 öğrenci olmak üzere toplam 390 turizm rehberliği öğrencisi bulunmaktadır. Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde; 1. sınıf 40, 2. sınıf 40 ve 3. sınıf 40 öğrenci olmak üzere toplam 120 turizm rehberliği öğrencisi bulunmaktadır. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde; 1.sınıf 40, 2. sınıf 30 öğrenci olmak üzere toplam 70 turizm rehberliği öğrencisi bulunmaktadır. Bahsedilen bu üç üniversitede toplam 580 turizm rehberliği öğrencisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini 580 turizm rehberliği öğrencisi oluşturmaktadır.

Araştırmanın evreni belirlendikten sonra bir diğer önemli husus ise örneklem büyüklüğünün belirlenmesidir. Örnekleme yöntemi; araştırma yapan kişilere veri toplama esnasında kolaylık sağlarken, maddi kaynak ve zaman bakımından da tasarruf etme olanağı vermektedir (Yükselen, 2013: 53). Örneklem ise, ana kitleyi nitelik ve nicelik bakımından temsil yeteneğine sahip bir grubun seçilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır (İslamoğlu ve Alınışık, 2014: 185).

Örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için birtakım formüller ileri sürülmüştür. Bu formüllerden yararlanılarak örneklem sayısı belirlenmeye çalışılacaktır. Araştırmanın örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde aşağıdaki formülden faydalanılmıştır (Koroğlu, 2011: 287).

$$\text{Örneklem Büyüklüğü} = \frac{2500 \cdot N \cdot (1,96)^2}{[25 (N-1)] + [2500 \cdot (1,96)^2]}$$

$$\text{Örneklem Büyüklüğü} = \frac{2500 \cdot 580 \cdot (1,96)^2}{[25 (580-1)] + [2500 \cdot (1,96)^2]}$$

Örneklem Büyüklüğü= 231,33 => 232 turizm rehberliği öğrencisi olarak bulunmuştur.

Tablo 17'de evren büyüklüğü 600 olan bir araştırma için kabul edilebilir örneklem büyüklüğünün 234 olduğu görülmektedir.

Tablo 17. Belirlenmiş Evrenler İçin Kabul Edilebilir Örneklem Büyüklükleri

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	190	127	1100	285	5000	357
20	19	200	132	1200	291	6000	361
30	28	250	152	1300	297	7000	364
40	36	300	169	1400	302	8000	367
50	44	350	185	1500	306	9000	368
60	52	400	196	1600	310	10000	370
70	59	450	212	1700	313	15000	375
80	66	500	217	1800	317	20000	377
90	73	550	226	1900	320	30000	379
100	80	600	234	2000	322	40000	380
110	86	650	242	2200	327	50000	381
120	92	700	248	2400	331	75000	382
130	97	750	254	2600	335	100000	384
140	103	800	260	2800	338	N= Evren S= Örneklem Büyüklüğü	
150	108	850	265	3000	341		
160	113	900	269	3500	346		
170	118	950	274	4000	351		
180	123	1000	278	4500	354		

Kaynak: Altunışık, Remzi, Çoşkun, Recai, Bayraktaroğlu, Serkan ve Yıldırım, Engin. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Spss Uygulamalı*. (7. Baskı). İstanbul: Sakarya Yayıncılık, s. 137.

Araştırma üç üniversitede bulunan toplam 580 öğrenciye anket yoluyla yapılmaya çalışılmıştır. Ancak anketin uygulandığı dönemde ilgili okullarda öğrenim gören bazı öğrencilerin devamsızlığı ve eksik ya da hatalı doldurulan anketlerin değerlendirilmemesi sonucunda toplam 504 anket formu üzerinden araştırma analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan turizm rehberliği öğrencilerinden elde edilen verilerin örneklem büyüklüğünün, evreni temsil edebileceği ve araştırmanın sonuçlarının genellenebileceği açısından yeterli olduğu düşünülmektedir.

3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Araştırmada ilk olarak genel başlıklarıyla turizm, eğitim, hizmet kalitesi ve Skal ile ilgili yazın taraması yapılmış ve elde edilen kuramsal bilgiler ile birlikte birincil verilerin toplanması aşamasına geçilmiştir. Kuramsal bilgilere dayanarak

anket formu oluşturulmuş (EK 1) ve birincil verilerin toplanması için anket tekniği kullanılmıştır.

Anket, belirli bir amaç ve plan dahilinde düzenlenmiş ve sıralanmış soru listesi olarak tanımlanmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 93). Başka bir tanıma göre anket, birincil kaynaklardan bilgi toplamak için hazırlanmış olan bir düzen doğrultusunda geliştirilmiş soru formudur (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014: 131).

Anket örneklem grubu üzerinde uygulanmadan önce bir pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama ile deneklere dağıtılmadan önce anketteki olası hataları düzeltmek amaçlanmıştır. Pilot uygulama 2015 Kasım ayında araştırmaya dahil edilmeyecek olan 50 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Pilot uygulamaya tabi tutulan bireylerden elde edilen veriler SPSS 21.0 programı ile analiz edilmiştir. Pilot uygulama sonucunda anket formu üzerinde bulunan ifadelerde gerekli değişiklikler yapılarak anket formuna son hali verilmiştir.

Araştırmanın anketi 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm araştırmaya katılan turizm rehberliği öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmeye çalışıldığı sorulardan meydana gelmektedir. Bu bölümde toplam 9 adet soru yer almaktadır. Ayrıca bu bölümdeki sorular ordinal ve nominal ölçek olarak hazırlanmıştır. Sosyo-demografik sorular; öğrencilerin cinsiyeti, yaşı, öğrenim gördüğü fakülte, sınıfı, Skal ödülü hakkında bilgisinin olup olmadığı, öğrenim gördüğü fakültenin Skal ödülü aldığını bilip bilmediği, tercih ettiği fakültenin ödül alıp almamasının tercihini etkileyip etkilemediği, eğitim aldığı fakülteyi kaçınıcı sırada tercih ettiği ve mezun olduğu lise türü ile ilgili bilgileri edinmeyi amaçlamaktadır.

Araştırma anketinin ikinci bölümünde Skal Ödülü almış yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin turizm rehberliği öğrencileri tarafından nasıl değerlendirildiğini belirlemek amacıyla yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilmiş “Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeği (HEdPERF)” bulunmaktadır. HEdPERF ölçeği 6 boyut ve 28 ifadeden oluşmaktadır ve Likert ölçeğinin beşli derecelendirilmesi ile uygulanmaktadır. 2005 yılında Firdaus tarafından geliştirilen ve 2013 yılında Bektaş ve Akman tarafından Türkçe'ye çevrilen HEdPERF ölçeğinin ifadelerinin sıralamasında herhangi bir değişiklik yapılmadan orijinal ölçeğe sadık kalınarak kullanılmıştır. Bu ölçeğin seçilmesindeki temel amaç ise; hizmet kalitesini belirlemek konusunda diğer ölçeklere kıyasla daha kapsamlı olması ve performansı temel almasıdır. Bazı araştırmacılar HEdPERF ölçeğinin yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesini ölçmede daha iyi bir ölçek olduğunu belirtmiş ve geçerliliği ve güvenilirliğini de araştırmaları ile ortaya

koymuşlardır (Firdaus, 2006; Brochado, 2009; Bektaş ve Akman, 2013; Mang'unyi ve Govender, 2014; İçli ve Anıl, 2014; Lazibat vd., 2014).

HEdPERF ölçeği, SERVPERF ölçeğini temel almış ve sadece yükseköğretim kurumlarında kullanılmak üzere geliştirilmiştir. HEdPERF ölçeği 41 maddeden oluşan bir ölçek olup 13 maddesi SERVPERF ölçeğinden uyarlanmıştır ve diğer maddeler ise literatür incelemesi, odak grup görüşmeleri, pilot uygulamalar ve uzman görüşleri gibi nitel çalışmalar ile şekillendirilmiştir (Firdaus, 2005: 305-328). Başlangıçta, yükseköğretim kurumunu akademik olmayan özellikler, akademik özellikler, güvenilirlik ve empati olmak üzere 4 boyutta değerlendiren ölçek daha sonra 6 boyutlu hale getirilmiştir (Bektaş ve Akman, 2013: 124).

Firdaus tarafından geliştirilen ve Bektaş ve Akman (2013) tarafından hem Türkçe'ye uyarlanan hem de geçerlilik ve güvenilirliğinin tespit edildiği HEdPERF ölçeğinin ifadeleri aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır:

- Kurumun idari yönü 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 ve 10. ifadeler
- Kurumun akademik yönü 11, 12, 13, 14, 15 ve 16. ifadeler
- Kurumun imajı 17, 18 ve 19. ifadeler
- Erişilebilirlik 20, 21 ve 22. ifadeler
- Kurumun sunduğu diploma programları 23, 24 ve 25. ifadeler
- Kurumun fiziki imkanları 26, 27 ve 28. ifadelerden meydana gelmektedir.

İfadeler

Kurumun İdari Yönü	
KİY1	İdari personelin, öğrencilerle olan iletişimi iyi düzeydedir.
KİY2	İdari personel, öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.
KİY3	İdari personel, öğrencileri şikayetleri ile etkin olarak zamanında ilgilenir.
KİY4	İdari personel, öğrenciye verdiği sözü zamanında yerine getirir.
KİY5	İdari personel, öğrencilere özenli ve bireysel ilgi göstermektedir.
KİY6	İdari personel, kendi görev alanlarına ait prosedüre ilişkin yeterli bir bilgi düzeyine sahiptir.
KİY7	İdari personel, hiçbir zaman öğrencilerin isteklerine cevap vermeyecek kadar meşgul değildir.
KİY8	İdari birimler, öğrencilere ait kayıtları ve bilgileri hatasız ve ulaşılabilir olarak tutmaktadırlar.
KİY9	Öğrencinin bir sorunu olduğunda idari personel, sorunu çözmek için samimi bir ilgi göstermektedir.
KİY10	İdari personel, öğrencilere ayırım gözetmeksizin ve saygılı olarak davranmaktadır.
Kurumun Akademik Yönü	
KAY1	Araştırma görevlileri, öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.
KAY2	Araştırma görevlileri uygulama derslerinde anlatacakları konulara hakim ve ders anlatmaya isteklidirler.

KAY3 Öğretim üyesi, ders ile ilgili sorularımı yanıtlayabilecek yeterli bilgiye sahiptir.

KAY4 Öğretim üyesi, öğrenciye nazik ve saygılı bir şekilde yaklaşmaktadır.

KAY5 Öğretim üyesinin, öğrencilerle olan sınıf içi etkileşimi yeterli düzeydedir.

KAY6 Öğretim üyesi, kendi alanında oldukça bilgili ve tecrübe sahibidir.

Kurumun İmaju

Kİ1 Bir daha fakülte seçme şansım olsa, yine öğrenim gördüğüm bu fakülteyi seçerdim.

Kİ2 Fakültemi başkalarına tavsiye ederim.

Kİ3 Fakültemden aldığım hizmet beklentilerimi tamamını yerine getirmiştir.

Erişilebilirlik

ER1 Öğretim üyesi, öğrencileri yönlendirmek için yeterli zamanı ayırmaktadır.

ER2 Öğretim üyesi, bilgi ve becerilerimin (performansımın) gelişim süreci ile ilgili geribildirim sağlamaktadır.

ER3 Öğretim üyesi, sorunun olduğunda çözmek için samimi bir tavır göstermektedir.

Kurumun Sunduğu Diploma Programları

KSDP1 Fakültemde yandal ve çift anadal diploma programları sunulmaktadır.

KSDP2 Fakültemde esnek müfredat (seçmeli dersler) yapısına sahip programlar sunulmaktadır.

KSDP3 Fakültem turizm sektöründe saygın olan diploma programı sunulmaktadır.

Kurumun Fiziki İmkanları

KFİ1 Fakültemin içerisinde bulunduğu üniversitenin öğrenci yurt imkanı vardır ve yeterlidir.

KFİ2 Fakültemin içerisinde bulunduğu üniversitenin sosyal tesisleri, öğrencilerin kullanımına uygun ve yeterlidir.

KFİ3 Fakültemin akademik tesisleri (derslik, laboratuvar, konferans salonu vb.) yeterlidir.

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırmada anket formunun yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla oluşturulan anket formu Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi "Turizm Rehberliği" bölümü öğrencilerine uygulanmıştır. Pilot uygulamada elde edilen veriler değerlendirilerek sosyo-demografik soruların ve ifadelerin bazılarında düzenlemeler yapılarak ankete son hali verilmiş ve anketin uygulama süreci başlamıştır. Anketin yapılması 2015 yılı Aralık ayında başlamış ve 2016 yılı Ocak ayının ilk haftası sonlandırılmıştır. Bu tarihin seçilmesindeki amaç ise; final sınavlarından önce öğrencilerin okulda daha fazla bulduklarının düşünülmesidir. Tüm öğrenciler ile bire bir görüşülerek anket uygulanmıştır. Toplamda 580 anket bastırılmış ve tüm öğrencilere ulaşmak istenmiştir ancak bazı öğrencilerin devamsızlığı ve eksik ya da tutarsız doldurulan anketlerin araştırmaya dahil edilmemesinden dolayı 504 anketten elde edilen veriler araştırmanın analizlerinde kullanılmıştır. Ayrıca katılımcıya uygulanan anketin ne amaçla, kim tarafından ve kimin gözetiminde uygulandığı hususunda bilgiler verilerek katılımcıya güven vermeye çalışılmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakóltesi, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakóltesi ve Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakóltesi “Turizm Rehberliği” bölümü öğrencilerinin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programı ve LISREL 8.80 istatistiksel yazılımı ile analiz edilmiştir.

Araştırmada sosyo-demografik özelliklerin frekans analizleri, aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon analizi, bağımsız grup t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), güvenilirlik analizleri, faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin turizm rehberliği öğrencileri tarafından nasıl değerlendirildiğinin ortaya çıkarılmasını amaçlayan çalışmanın bu bölümünde araştırma analizlerine ve bulgulara yer verilmektedir.

4.1. Sosyo-Demografik Özellikler

Bu bölümde ankete katılanların sosyo-demografik özelliklerine yer verilmektedir. Ankete katılanların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak cinsiyeti, yaşı, öğrenim gördüğü turizm fakültesi, öğrenim gördüğü sınıf, Skal ödülü hakkında bilgisinin olup olmadığı, öğrenim gördüğü fakültenin Skal Ödülü aldığını bilip bilmediği, öğrenim gördüğü fakültenin ödül alıp almamasının tercihini etkileyip etkilemediği, öğrenim gördüğü fakülteyi kaçınıcı sırada tercih ettiği ve mezun olduğu lise türü sorulmuştur. Araştırmanın anketine katılan turizm rehberliği öğrencilerinin bu sorulara vermiş oldukları cevaplara ilişkin bulgular Tablo 18'de gösterilmektedir.

Tablo 18'e göre ankete katılanların %54,8'i erkeklerden, %45,2'si kadınlardan oluşmaktadır. Ankete katılanların %45,6'sı 17-19 yaş, %45,2'si 20-22 yaş iken %9,1'i 23 yaş ve üstündedir. Ankete katılanların %67,5'i Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde, %20,4'ü Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde ve %12,1'i Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenim görmektedir. 1. sınıfların oranı %37,7, 2. sınıfların oranı %33,9, 3. sınıfların oranı %17,1 ve 4.sınıfların oranı ise %11,3'tür. 1. sınıf ve 2. sınıfların yüzdesinin daha yüksek çıkmasının sebebi Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde turizm rehberliği bölümünün 1. ve 2. sınıflarında II.öğretim programının da bulunmasıdır. Ankete katılanların %8,1'i Skal Ödülü hakkında bilgi sahibidir, ancak %91,9'unun Skal Ödülü hakkında bilgisi yoktur. %9,1'i öğrenim gördüğünü fakültenin Skal Ödülü aldığını bilmekte ancak %90,9'u bilmemektedir. Ankete katılanların %14,5'i tercih yaparken fakültenin ödül almasından etkilenmiştir, %85,5'i ise etkilenmemiştir. Araştırmaya katılanların %24,4'ü eğitim aldığı fakülteyi 1. sırada, %10,7'si 2. sırada, %13,3'ü 3. sırada, %9,5'i 4. sırada, %42,1'i ise 5. ve daha sonraki sırada tercih etmiştir. Ankete katılanların %4'ü turizm ile ilgili liseden, %72,4'ü anadolu lisesinden ve %23,6'sı diğer lise türlerinden mezun olmuştur. Diğer lise türünden mezun

olanların da %2,6'sı anadolu öğretmen lisesi, %20,4'ü düz lise, %0,6'sı da yurtdışında özel lise mezunudur.

Tablo 18. Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri

Sosyo Demografik Özellikler	n	%
Cinsiyet		
Erkek	276	54,8
Kadın	228	45,2
Toplam	504	100
Yaş		
17-19	230	45,6
20-22	228	45,2
23 ve üzeri	46	9,1
Toplam	504	100
Öğrenim Görülen Turizm Fakültesi		
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi	340	67,5
Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi	103	20,4
Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	61	12,1
Toplam	504	100
Öğrenim Görülen Sınıf		
1.sınıf	190	37,7
2.sınıf	171	33,9
3.sınıf	86	17,1
4.sınıf	57	11,3
Toplam	504	100
Skal Ödülü hakkında bilgi		
Evet	41	8,1
Hayır	463	91,9
Toplam	504	100
Fakültenizin Skal ödülü hakkında bilgi		
Evet	46	9,1
Hayır	458	90,9
Toplam	504	100
Fakültenizin ödül alıp almaması tercihinizi etkiledi mi		
Evet	73	14,5
Hayır	431	85,5
Toplam	504	100
Eğitim aldığınız fakülteyi tercih sıralaması		
1.sırada	123	24,4
2.sırada	54	10,7
3.sırada	67	13,3
4.sırada	48	9,5
5 ve daha sonrasında	212	42,1
Toplam	504	100
Mezun olunan lise		
Turizm ile ilgili lise	20	4,0
Anadolu lisesi	365	72,4
Diğer lise (aşağıda sıralanmaktadır)	119	23,6
<i>Anadolu öğretmen lisesi</i>	13	2,6
<i>Düz lise</i>	103	20,4
<i>Yurt dışı özel lise</i>	3	0,6
Toplam	504	100

4.2. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin Bulgular

Yükseköğretimde hizmet kalitesinin, ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin demografik özellikleri ile arasındaki ilişkinin incelenmesi için farklılık analizleri yapılmıştır. Yapılan analizlerden hangilerinin kullanılacağı belirlenmesi için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro Wilk testi yapılmış her iki testte $p>,05$ düzeyinde veriler anlamlı çıkmıştır. Fakat sosyal bilimlerde normallik dağılımı için basıklık-çarpıklık katsayılarına bakılarak değerlendirme yapıldığı görülmektedir (Büyüköztürk, 2002: 480).

Özellikle sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) katsayılarının -2 ve +2 aralığında olması halinde verilerin normal dağılım gösterdiği ifade edilmektedir (Garson, 2012: 18).

Kaynaklar ve açıklamalar doğrultusunda bu araştırmada ki verilerin basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) katsayıları -2 ve +2 aralığındadır ve normal dağılım göstermektedir. Normal dağılım gösteren veriler üzerinde değişkenler arasındaki farklılıkları ölçmek ve değerlendirmek için parametrik testler uygulanmaktadır. Ankete katılanların demografik özellikleri açısından yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarının karşılaştırılması amacıyla bağımsız grup t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), gruplar arasındaki farklılıklar bulunduğu kaynağının belirlenmesi için varyansların normal dağılım gösterdiğinde veya varyansların eşitliği varsayımı sağlandığında Tukey HSD testi, sağlanmadığı durumlarda ise Games Howell testi kullanılmıştır.

Tablo 19, Tablo 20, Tablo 21, Tablo 22, Tablo 23, Tablo 24 ve Tablo 25'te farklar $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır. Farklılıkların analiz edilmesi için iki kategorik değişkene sahip olan cinsiyet değişkeninde bağımsız örneklem t-testi, ikiden daha fazla kategorik değişkene sahip nominal ve ordinal ölçeklerde ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Tablo 19, Tablo 20, Tablo 21, Tablo 22, Tablo 23, Tablo 24 ve Tablo 25'te yapılan analiz sonuçlarına ilişkin bulgular görülmektedir.

Tablo 19'da demografik özellikler ile kurumun idari yönü boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet ve yaş değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte kurumun idari yönü boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ($F=16,036$, $p=,000<,05$) ve öğrenim gördüğü sınıf ($F=2,790$, $p=,040<,05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 19. Demografik Özellikler İle Kurumun İdari Yönü Boyutu Arasındaki İlişki

		Kurumun İdari Yönü Boyutu					
		n	\bar{x}	SS	t/F	p	fark
Cinsiyet	Erkek	276	3,53	,735	,202	,840	yok
	Kadın	228	3,51	,691			
Yaş	17-19	230	3,47	,659	1,044	,353	yok
	20-22	228	3,55	,764			
	23 ve üzeri	46	3,59	,733			
Fakülte	Balıkesir Üni. Turizm Fak.	340	3,57	,730	16,036	,000	1-3 2-3
	Anadolu Üni.Turizm Fak.	103	3,64	,549			
	Akdeniz Üni.Turizm Fak.	61	3,05	,706			
Sınıf	1.sınıf	190	3,48	,641	2,790	,040	2-3
	2.sınıf	171	3,46	,792			
	3.sınıf	86	3,71	,689			
	4.sınıf	57	3,55	,710			

Tablo 20’de demografik özellikler ile kurumun akademik yönü boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş, öğrenim görülen fakülte ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 20. Demografik Özellikler İle Kurumun Akademik Yönü Boyutu Arasındaki İlişki

		Kurumun Akademik Yönü Boyutu					
		n	\bar{x}	SS	t/F	p	fark
Cinsiyet	Erkek	276	3,89	,704	,648	,517	yok
	Kadın	228	3,85	,652			
Yaş	17-19	230	3,89	,672	,097	,908	yok
	20-22	228	3,86	,668			
	23 ve üzeri	46	3,88	,793			
Fakülte	Balıkesir Üni.Turizm Fak.	340	3,88	,694	,128	,880	yok
	Anadolu Üni.Turizm Fak.	103	3,89	,641			
	Akdeniz Üni.Turizm Fak.	61	3,84	,678			
Sınıf	1.sınıf	190	3,92	,654	,886	,448	yok
	2.sınıf	171	3,84	,756			
	3.sınıf	86	3,90	,615			
	4.sınıf	57	3,78	,680			

Tablo 21. Demografik Özellikler İle Kurumun İmajı Boyutu Arasındaki İlişki

		Kurumun İmajı Boyutu					
		n	\bar{x}	SS	t/F	p	fark
Cinsiyet	Erkek	276	3,18	1,182	,428	,669	yok
	Kadın	228	3,14	1,045			
Yaş	17-19	230	3,19	1,050	,523	,593	yok
	20-22	228	3,11	1,155			
	23 ve üzeri	46	3,27	1,300			
Fakülte	Balıkesir Üni. Turizm Fak.	340	3,08	1,136	3,393	,034	1-2
	Anadolu Üni.Turizm Fak.	103	3,39	1,107			
	Akdeniz Üni.Turizm Fak.	61	3,26	1,014			
Sınıf	1.sınıf	190	3,15	1,075	,950	,416	yok
	2.sınıf	171	3,25	1,091			
	3.sınıf	86	3,00	1,255			
	4.sınıf	57	3,21	1,150			

Tablo 21’de demografik özellikler ile kurumun imajı boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte kurumun imajı boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte (F=3,393, p=,034<,05) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 22. Demografik Özellikler İle Erişilebilirlik Boyutu Arasındaki İlişki

		Erişilebilirlik Boyutu					
		n	\bar{x}	SS	t/F	p	fark
Cinsiyet	Erkek	276	3,51	,812	,778	,437	yok
	Kadın	228	3,45	,831			
Yaş	17-19	230	3,50	,774	1,440	,238	yok
	20-22	228	3,43	,843			
	23 ve üzeri	46	3,65	,921			
Fakülte	Balıkesir Üni. Turizm Fak.	340	3,47	,841	1,031	,357	yok
	Anadolu Üni.Turizm Fak.	103	3,45	,748			
	Akdeniz Üni.Turizm Fak.	61	3,62	,821			
Sınıf	1.sınıf	190	3,52	,757	,596	,618	yok
	2.sınıf	171	3,49	,847			
	3.sınıf	86	3,38	,877			
	4.sınıf	57	3,51	,861			

Tablo 22’de demografik özellikler ile erişilebilirlik boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş, öğrenim görülen fakülte ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 23. Demografik Özellikler İle Kurumun Sunduğu Diploma Programları Boyutu Arasındaki İlişki

		Kurumun Sunduğu Diploma Programları Boyutu					
		n	\bar{x}	SS	t/F	p	fark
Cinsiyet	Erkek	276	3,72	,784	-1,369	,172	yok
	Kadın	228	3,82	,710			
Yaş	17-19	230	3,76	,723	1,387	,251	yok
	20-22	228	3,73	,766			
	23 ve üzeri	46	3,94	,820			
Fakülte	Balikesir Üni. Turizm Fak.	340	3,82	,720	12,281	,000	1-3 2-3
	Anadolu Üni.Turizm Fak.	103	3,84	,740			
	Akdeniz Üni.Turizm Fak.	61	3,33	,816			
Sınıf	1.sınıf	190	3,78	,705	1,763	,153	yok
	2.sınıf	171	3,67	,816			
	3.sınıf	86	3,89	,787			
	4.sınıf	57	3,82	,627			

Tablo 23’te demografik özellikler ile kurumun sunduğu diploma programları boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte kurumun sunduğu diploma programları boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ($F=12,281$, $p=,000<,05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 24’te demografik özellikler ile kurumun fiziki imkanları boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak cinsiyet değişkeni ($t=3,574$, $p=,000<,05$) açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bununla birlikte, kurumun fiziki imkanları boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ($F=27,397$, $p=,000<,05$) ve öğrenim gördüğü sınıf ($F=2,789$, $p=,040<,05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 24. Demografik Özellikler İle Kurumun Fiziki İmkanları Boyutu Arasındaki İlişki

		Kurumun Fiziki İmkanları Boyutu					
		n	\bar{x}	SS	t/F	p	fark
Cinsiyet	Erkek	276	3,07	1,052	3,574	,000	var
	Kadın	228	2,73	1,077			
Yaş	17-19	230	2,94	1,060	,511	,600	yok
	20-22	228	2,88	1,075			
	23 ve üzeri	46	3,05	1,165			
Fakülte	Balıkesir Üni.Turizm Fak.	340	2,74	1,011	27,397	,000	1-2
	Anadolu Üni.Turizm Fak.	103	3,02	1,063			1-3
	Akdeniz Üni.Turizm Fak.	61	3,78	1,075			2-3
Sınıf	1.sınıf	190	3,06	1,073	2,789	,040	1-2
	2.sınıf	171	2,74	1,089			
	3.sınıf	86	2,90	,1,059			
	4.sınıf	57	3,00	1,075			

Tablo 25'te demografik özellikler ile hizmet kalitesi ölçeği arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş, öğrenim görülen fakülte ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 25. Demografik Özellikler İle Hizmet Kalitesi Ölçeği Arasındaki İlişki

		Hizmet Kalitesi Ölçeği					
		n	\bar{x}	SS	t/F	p	fark
Cinsiyet	Erkek	276	3,54	,579	1,035	,301	yok
	Kadın	228	3,49	,532			
Yaş	17-19	230	3,51	,521	,638	,529	yok
	20-22	228	3,50	,558			
	23 ve üzeri	46	3,60	,721			
Fakülte	Balıkesir Üni. Turizm Fak.	340	3,51	,591	2,024	,133	yok
	Anadolu Üni.Turizm Fak.	103	3,60	,453			
	Akdeniz Üni.Turizm Fak.	61	3,43	,516			
Sınıf	1.sınıf	190	3,53	,510	,702	,551	yok
	2.sınıf	171	3,47	,622			
	3.sınıf	86	3,57	,539			
	4.sınıf	57	3,53	,541			

Tablo 26. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Korelasyon Matrisi

		KİY	KAY	Kİ	ER	KSDP	KFİ	YHK
KİY	Pearson Correlation	1	,452 ^(**)	,374 ^(**)	,479 ^(**)	,420 ^(**)	,167 ^(**)	,809 ^(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	504	504	504	504	504	504	504
KAY	Pearson Correlation	,452 ^(**)	1	,354 ^(**)	,525 ^(**)	,348 ^(**)	,242 ^(**)	,732 ^(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	504	504	504	504	504	504	504
Kİ	Pearson Correlation	,374 ^(**)	,354 ^(**)	1	,457 ^(**)	,310 ^(**)	,290 ^(**)	,661 ^(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	504	504	504	504	504	504	504
ER	Pearson Correlation	,479 ^(**)	,525 ^(**)	,457 ^(**)	1	,288 ^(**)	,306 ^(**)	,721 ^(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	504	504	504	504	504	504	504
KSDP	Pearson Correlation	,420 ^(**)	,348 ^(**)	,310 ^(**)	,288 ^(**)	1	,170 ^(**)	,575 ^(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	504	504	504	504	504	504	504
KFİ	Pearson Correlation	,167 ^(**)	,242 ^(**)	,290 ^(**)	,306 ^(**)	,170 ^(**)	1	,491 ^(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	504	504	504	504	504	504	504
YHK	Pearson Correlation	,809 ^(**)	,732 ^(**)	,661 ^(**)	,721 ^(**)	,575 ^(**)	,491 ^(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	504	504	504	504	504	504	504

**** . Korelasyon 0.01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.**

Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarının birbiriyle olan ilişkilerini değerlendirmek ve ortaya çıkarmak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda boyutlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca bütün ifadelerin birbiriyle olan ilişkisini değerlendirmek amacıyla yapılan korelasyon analizinde de hepsi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kurumun idari yönü boyutu ile ilişkisinin en fazla olduğu boyut erişilebilirlik boyutudur. Aynı şekilde kurumun akademik yönü, kurumun imajı ve kurumun fiziki imkanları boyutları ile ilişkilerinin en fazla olduğu boyut erişilebilirlik boyutudur. Erişilebilirlik boyutunun ise en fazla ilişkisinin olduğu boyut kurumun akademik yönü boyutudur. Kurumun sunduğu diploma programları boyutu ile ilişkisinin en fazla olduğu boyut kurumun idari yönü boyutudur. Ayrıca yükseköğretimde hizmet kalitesinde en yüksek korelasyon katsayısına sahip kurumun idari yönü boyutudur.

Açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapmadan önce, yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeğinin güvenilirliğini sağlamak için Cronbach Alpha değerlerine bakılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri ,906 olarak sonuçlanmıştır. Yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeğinin güvenilirliği yüksek olarak sonuçlandığı görülmektedir.

Sosyal bilimler araştırmalarında Cronbach Alpha değeri (İslamoğlu ve Alniaçık, 2014: 283);

- $0,00 < \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilirliği yok,
- $0,41 < \alpha < 0,60$ ise güvenilirliği düşük,
- $0,61 < \alpha < 0,80$ ise kabul edilebilir güvenilirlik,
- $0,81 < \alpha < 1,00$ ölçek güvenilirliği yüksek olarak ifade edilmektedir.

Açıklayıcı faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkenin bir araya getirilmesi ile kavramsal olarak anlamlı daha az değişken keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiksel analiz olarak açıklanmaktadır (Seçer, 2015: 153). Faktör analizi yardımıyla, araştırmacı tarafından aralarında ilişki olduğu düşünülen çok sayıda değişkenin ilişkilerinin daha rahat anlaşılması ve yorumlanması için sayıca daha az boyut ortaya çıkarabilmeyi mümkün kılmaktadır (Altunışık, 2012: 264).

Araştırmanın analizlerinde örneklem yeterlilik testi olan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. KMO örneklem değeri ,906 olarak 0,9 üzerinde bir değer olduğu için “mükemmel” sıralamasında yer almaktadır.

Sosyal bilimlerde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri (Büyükekşi ve Çolakoğlu, 2014 : 160);

- 0,5-0,7 arasındaki değer orta,
- 0,7-0,8 arasındaki değer iyi,
- 0,8-0,9 arasındaki değer çok iyi ve
- 0,9 üzerindeki değer mükemmel olarak ifade edilmektedir.

Faktör analizinin uygulanabilirliği için testlerden bir diğeri Bartlett Küresellik Testi, ölçek içinde bulunan maddelerin tutarlılıklarının sınanmasında kullanılmaktadır. Bu test genellikle maddeler arasında ilişkinin sıfırdan farklı olup olmadığını belirlemektedir. Faktör analizinin yapılabilmesi için bu testin sonucunun anlamlı çıkması gerekmektedir. Bu değer $p < 0,05$ düzeyinde olmalıdır (İslamoğlu ve Alniaçık, 2014: 396).

Barlett Küresellik Testine göre, yaklaşık ki kare (x^2) değerinin 6380,240 ve anlamlılık düzeyinin $P=,000$ olduğu görülmektedir. Yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett testlerinin sonuçları doğrultusunda bu ölçeğin faktör analizine uygun olduğu göstermektedir. Yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonuçlarına göre, değişkenlerin toplam açıklanan varyans 63,661 olarak sonuçlanırken, yükseköğretimde hizmet kalitesinin orjinal ölçekte olduğu gibi altı boyut altında toplandığı görülmektedir. Faktör analizinin sonuçları Tablo 27'de görülmektedir.

Tablo 27'ye göre 10 ifadeyi içeren birinci faktörün özdeğerinin 8,546 ve varyansı açıklama oranının 31,662 düzeyinde olduğu ve Cronbach Alpha değerinin ise ,897 olduğu görülmüştür. 6 ifadeyi içeren ikinci faktörün özdeğerinin 2,613 ve varyansı açıklama oranının 9,676 düzeyinde olduğu ve Cronbach Alpha değerinin ise ,854 olduğu bulunmuştur. 3 ifadeyi içeren üçüncü faktörün özdeğerinin 1,948 ve varyansı açıklama oranının 7,216 düzeyinde olduğu ve Cronbach Alpha değerinin ise ,849 olduğu tespit edilmiştir.

Üç ifadeyi içeren dördüncü faktörün özdeğerinin 1,533 ve varyansı açıklama oranının 5,676 düzeyinde olduğu ve Cronbach Alpha değerinin ise ,822 olduğu saptanmıştır. 3 ifadeyi içeren beşinci faktörün özdeğerinin 1,439 ve varyansı açıklama oranının 5,328 düzeyinde olduğu ve Cronbach Alpha değerinin ise ,751 olduğu görülmüştür. 3 ifadeyi içeren altıncı faktörün özdeğerinin 1,111 ve varyansı açıklama oranının 4,114 düzeyinde olduğu ve Cronbach Alpha değerinin ise ,660 olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte orijinal ölçekte olduğu gibi ait olduğu faktörler altında toplandığı görülmektedir.

Ayrıca yapılan faktör analizi sonucunda yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeği ilgili bir ifade (YHK İfade 8) binişik madde olmasından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde (AFA) bir ifadeye ait olan iki faktör yükü arasında en az 0,10 fark olması uzmanlar tarafından önerilmektedir ve faktör yükleri arasında fark 0,10'dan küçük bir değer olduğu durumlarda bu ifadeler binişik olarak ifade edilmektedir (Demir ve Koç, 2013: 1770).

Tablo 27. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi İfadeleri	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Ortak Varyans
YHK İfade 2	,841						,683
YHK İfade 3	,814						,737
YHK İfade 1	,802						,682
YHK İfade 5	,754						,585
YHK İfade 4	,728						,615
YHK İfade 9	,674						,513
YHK İfade 6	,621						,306
YHK İfade 10	,559						,583
YHK İfade 7	,497						,478
YHK İfade 13		,760					,491
YHK İfade 16		,727					,608
YHK İfade 14		,726					,632
YHK İfade 12		,724					,587
YHK İfade 15		,713					,632
YHK İfade 11		,638					,613
YHK İfade 18			,870				,816
YHK İfade 17			,866				,833
YHK İfade 19			,695				,675
YHK İfade 21				,797			,725
YHK İfade 20				,747			,773
YHK İfade 22				,707			,688
YHK İfade 27					,836		,660
YHK İfade 28					,796		,635
YHK İfade 26					,745		,560
YHK İfade 23						,777	,603
YHK İfade 24						,753	,769
YHK İfade 25						,611	,708
Cronbach Alpha (Boyut)	,897	,854	,849	,822	,751	,660	
Cronbach Alpha (Ölçek)	,906						
Özdeğer	8,546	2,613	1,948	1,533	1,439	1,111	
Açıklanan Varyansın %	31,662	9,676	7,216	5,676	5,328	4,114	
Top. Açıklanan Varyans %	18,702	13,797	8,729	7,968	7,660	6,787	
Top. Açıklanan Varyans Ölçek %	63,661						
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçümü							,906
Bartlett Küresellik Testi						Yaklaşık Ki-kare	6380,240
						df	351
						Sig.(Anlamlılık)	,000

Tablo 28. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalaması ve Standart Sapma Değerleri

Yükseköğretim Hizmet Kalitesi İfadeleri		\bar{X}	S.S.
Kurumun İdari Yönü	İdari personelin, öğrencilerle olan iletişimi iyi düzeydedir.	3,61	1,008
	İdari personel, öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.	3,69	,928
	İdari personel, öğrencileri şikayetleri ile etkin olarak zamanında ilgilenir.	3,31	,943
	İdari personel, öğrenciye verdiği sözü zamanında yerine getirir.	3,37	,895
	İdari personel, öğrencilere özenli ve bireysel ilgi göstermektedir.	3,27	1,024
	İdari personel, kendi görev alanlarına ait prosedüre ilişkin yeterli bir bilgi düzeyine sahiptir.	3,77	,928
	İdari personel, hiçbir zaman öğrencilerin isteklerine cevap vermeyecek kadar meşgul değildir.	3,48	,949
	İdari birimler, öğrencilere ait kayıtları ve bilgileri hatasız ve ulaşılabilir olarak tutmaktadırlar.	3,67	,919
	Öğrencinin bir sorunu olduğunda idari personel, sorunu çözmek için samimi bir ilgi göstermektedir.	3,48	,996
	İdari personel, öğrencilere ayırım gözetmeksizin ve saygılı olarak davranmaktadır.	3,70	1,017
Toplam		3,53	,960
Kurumun akademik Yönü	Araştırma görevlileri, öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.	3,83	,882
	Araştırma görevlileri uygulama derslerinde anlatacakları konulara hakim ve ders anlatmaya isteklidirler.	3,85	,947
	Öğretim üyesi, ders ile ilgili sorularımı yanıtlayabilecek yeterli bilgiye sahiptir.	4,02	,857
	Öğretim üyesi, öğrenciye nazik ve saygılı bir şekilde yaklaşmaktadır.	3,83	,933
	Öğretim üyesinin, öğrencilerle olan sınıf içi etkileşimi yeterli düzeydedir.	3,83	,869
	Öğretim üyesi, kendi alanında oldukça bilgili ve tecrübe sahibidir.	3,89	,884
Toplam		3,87	,895
Kurumun İmajı	Bir daha fakülte seçme şansım olsa, yine öğrenim gördüğüm bu fakülteyi seçerdim.	3,03	1,410
	Fakültemi başkalarına tavsiye ederim.	3,38	1,259
	Fakültemden aldığım hizmet beklentilerimi tamamını yerine getirmiştir.	3,08	1,158
Toplam		3,16	1,275
Erişilebilirlik	Öğretim üyesi, öğrencileri yönlendirmek için yeterli zamanı ayırmaktadır.	3,50	,937
	Öğretim üyesi, bilgi ve becerilerimin (performansımın) gelişim süreci ile ilgili geribildirim sağlamaktadır.	3,31	,993
	Öğretim üyesi, sorunum olduğunda çözmek için samimi bir tavır göstermektedir.	3,64	,934
Toplam		3,48	,954
Kurumun Sunduğu Diploma Programları	Fakültemde yandal ve çift anadal diploma programları sunulmaktadır.	3,61	,939
	Fakültemde esnek müfredat (seçmeli dersler) yapısına sahip programlar sunulmaktadır.	3,72	1,051
	Fakültem turizm sektöründe saygın olan diploma programı sunulmaktadır.	3,97	,931
Toplam		3,76	,973
Kurumun Fiziki İmkanları	Fakültemin içerisinde bulunduğu üniversitenin öğrenci yurt imkanı vardır ve yeterlidir.	3,20	1,261
	Fakültemin içerisinde bulunduğu üniversitenin sosyal tesisleri, öğrencilerin kullanımına uygun ve yeterlidir.	2,58	1,385
	Fakültemin akademik tesisleri (derslik, laboratuvar, konferans salonu vb.) yeterlidir.	1,30	1,692
Toplam		2,36	1,446
Ölçeğin Değerler Toplamı		3,46	1,033

Tablo 28’de yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeğinin genel aritmetik ortalaması 3,46 olarak bulunmuştur. Kurumun idari yönü boyutunun genel aritmetik ortalaması 3,53, kurumun akademik yönü boyutunun 3,87, kurumun imajı boyutunun 3,16, erişilebilirlik boyutunun 3,48, kurumun sunduğu diploma programları boyutunun 3,76 ve kurumun fiziki imkanları boyutunun ise 2,36 olarak saptanmıştır. Bununla birlikte yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeğinin standart sapma değeri 1,033 olarak bulunmuştur. Kurumun idari yönü boyutunun standart sapma değeri ,960, kurumun akademik yönü boyutunun ,895, kurumun imajı boyutunun 1,275, erişilebilirlik boyutunun ,954, kurumun sunduğu diploma programları boyutunun ,973 ve kurumun fiziki imkanları boyutunun ise 1,446 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca yükseköğretimde hizmet kalitesi ifadeleri; “1=Hiç katılmıyorum”, “2=Katılmıyorum”, “3=Kararsızım”, “4=Katılıyorum” ve “5=Kesinlikle katılıyorum” şeklinde değerlendirilmiştir.

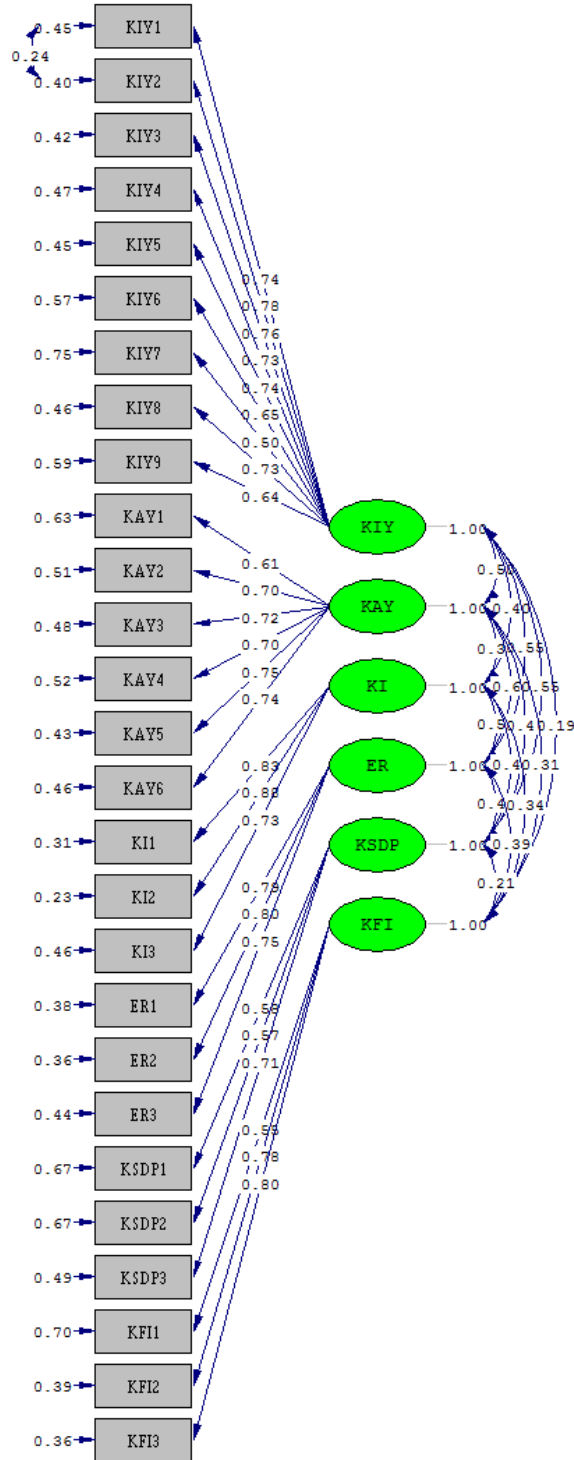
Açıklayıcı faktör analizi sonucunda hizmet kalitesi ölçeğinde ortaya çıkan faktörlerin sınanması için doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) daha önceden belirlenmiş veya kurgulanmış olan faktör yapıları ile araştırmacının verileriyle yapılan analiz sonucunda birbirleriyle uyumlu olup olmadıklarını test etmek amacıyla kullanılmaktadır (Meydan ve Şeşen, 2015: 14). Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile modelin ortaya konulması için modelde yer alan temel parametrelerin hesaplanması gerekmektedir. Bu parametreler ortaya çıktıktan sonra model uyum indekslerine bakılmaktadır. Tablo 29’da ilgili alan yazında çoğunlukla kullanılan uyum indeksleri yer almaktadır.

Tablo 29. Yaygın Olarak Kabul Görmüş Uyum İndeksleri

Uyum indeksi	Kabul edilebilir uyum	İyi uyum
χ^2/sd	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$
AGFI	$.85 \leq AGFI \leq .90$	$.95 \leq AGFI \leq 1.00$
GFI	$.90 \leq GFI \leq .95$	$.95 \leq GFI \leq 1.00$
NNFI	$.90 \leq NNFI \leq .95$	$.95 \leq NNFI \leq 1.00$
NFI	$.90 \leq NFI \leq .95$	$.95 \leq NFI \leq 1.00$
CFI	$.90 \leq CFI \leq .95$	$.95 \leq CFI \leq 1.00$
RFI	$.90 \leq RFI \leq .95$	$.95 \leq RFI \leq 1.00$
IFI	$.90 \leq IFI \leq .95$	$.95 \leq IFI \leq 1.00$
RMSEA	$.05 \leq RMSEA \leq .08$	$.00 \leq RMSEA \leq .05$
RMR	$.05 \leq RMR \leq .08$	$.00 \leq RMR \leq .05$

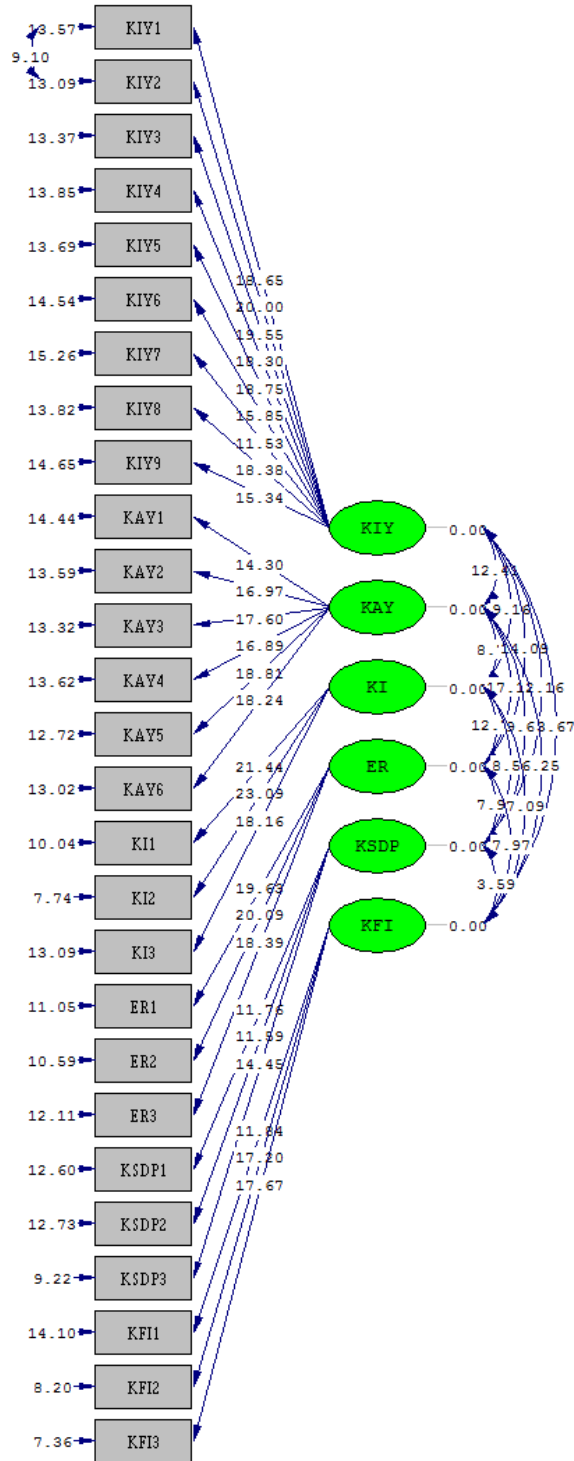
Kaynak: Çapık, 2014: 199; Meydan ve Şeşen, 2015: 33; Yılmaz ve Varol, 2015.

Şekil 6. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeline İlişkin Sonuçlar (Standart Solution)



Chi-Square=680.89, df=308, P-value=0.00000, RMSEA=0.049

Şekil 7. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeline İlişkin Sonuçları (T Değerleri)



Chi-Square=680.89, df=308, P-value=0.00000, RMSEA=0.049

Bu araştırmada yükseköğretimde hizmet kalitesi ile yapılan doğrulamalı faktör analizi (DFA) ile elde edilen alt boyutlara ilişkin değerler yer almaktadır. Yükseköğretimde hizmet kalitesinde 27 adet gözlenen değerken ve 6 adet örtük değerken tasarlanmıştır. GFI değerinin 0,89 gibi 0,90'dan küçük bir değer bulunmasıyla yükseköğretimde hizmet kalitesi modelinde uyum değerleri modelin uygunluğunu sağlamadığı iin düzeltme indeksleri göz önüne alınarak değerlendirilmiş ve düzeltme yoluna gidilmiştir. Düzeltme iki yönlü path aracıyla (hata kovaryansı) KİY1 ile KİY2 birbirine bağlanmıştır. Düzeltmeye gidilmeden önce uyum indeksleri Tablo 30'da verilmiştir.

Tablo 30. Düzeltme ncesi Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi lm Modelinin Uyum Değerleri

Uyum indeksi	Kabul edilebilir uyum	İyi uyum	Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi lği Uyum Değerleri
x^2/sd	$2 \leq x^2/sd \leq 3$	$0 \leq x^2/sd \leq 2$	2,777
AGFI	$.85 \leq AGFI \leq .90$	$.95 \leq AGFI \leq 1.00$	0,86
GFI	$.90 \leq GFI \leq .95$	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	0,89
NNFI	$.90 \leq NNFI \leq .95$	$.95 \leq NNFI \leq 1.00$	0,96
NFI	$.90 \leq NFI \leq .95$	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	0,95
CFI	$.90 \leq CFI \leq .95$	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	0,97
RFI	$.90 \leq RFI \leq .95$	$.95 \leq RFI \leq 1.00$	0,94
IFI	$.90 \leq IFI \leq .95$	$.95 \leq IFI \leq 1.00$	0,97
RMSEA	$.05 \leq RMSEA \leq .08$	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	0,059
RMR	$.05 \leq RMR \leq .08$	$.00 \leq RMR \leq .05$	0,057

Yükseköğretimde hizmet kalitesi lm modelinde *t* değerlerine bakıldığında hepsinin 1,96'dan büyük ve ,01 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca yükseköğretimde hizmet kalitesi modelinin yorumlanmasında kullanılan istatistikler ve lğin geerliliğini ifade eden düzeltme sonrası uyum iyiliği değerleri Tablo 31'de verilmektedir. GFI değerinin 0,90 ve 0,95 aralığında olması kabul edilebilir uyum iyiliğine sahip olduğu göstermektedir.

Tablo 31. Düzeltme Sonrası Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelinin Uyum Değerleri

Uyum indeksi	Kabul edilebilir uyum	İyi uyum	Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeği Uyum Değerleri
x^2/sd	$2 \leq x^2/sd \leq 3$	$0 \leq x^2/sd \leq 2$	2,211
AGFI	$.85 \leq AGFI \leq .90$	$.95 \leq AGFI \leq 1.00$	0,89
GFI	$.90 \leq GFI \leq .95$	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	0,91
NNFI	$.90 \leq NNFI \leq .95$	$.95 \leq NNFI \leq 1.00$	0,97
NFI	$.90 \leq NFI \leq .95$	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	0,96
CFI	$.90 \leq CFI \leq .95$	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	0,98
RFI	$.90 \leq RFI \leq .95$	$.95 \leq RFI \leq 1.00$	0,95
IFI	$.90 \leq IFI \leq .95$	$.95 \leq IFI \leq 1.00$	0,98
RMSEA	$.05 \leq RMSEA \leq .08$	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	0,049
RMR	$.05 \leq RMR \leq .08$	$.00 \leq RMR \leq .05$	0,053

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin turizm rehberliği öğrencileri tarafından nasıl değerlendirildiğinin ortaya çıkarılmasını amaçlayan çalışmanın bu bölümünde araştırma sonuçlarına ve önerilere yer verilmektedir.

5.1. Sonuç

Ankete katılan katılımcılar daha çok erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Ankete katılanların çoğu 17-19 ve 20-22 yaş aralığındadır. Bunun nedeni araştırmanın yapıldığı üç üniversitede de 1. ve 2. sınıf olmasıdır. Bununla birlikte Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 3. sınıfta bulunmaktadır. 17-19 ve 20-22 yaş aralığı da 1., 2. ve 3. sınıf öğrencilerine denk gelmektedir. 4. sınıfın ise sadece Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde bulunmasından dolayı 23 yaş ve üzeri öğrenci az sayıdadır.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin büyük çoğunluğu Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenim görmektedir. Bunu Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi takip etmekte ve en az öğrenci sayısı Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'ndedir. Bunun nedeni ise; Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 1., 2., 3. ve 4. sınıf turizm rehberliği öğrencileri, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 1., 2. ve 3. sınıf turizm rehberliği öğrencileri ve Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde ise 1. ve 2. sınıf turizm rehberliği öğrencileri bulunmaktadır. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi 1998-1999 yılından beri *Turist/Turizm Rehberliği bölümünde* eğitim verdiği için de öğrenci sayısı daha fazladır. Ancak Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi 2013, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi ise 2014 yılından beri *Turizm Rehberliği bölümünde* eğitim vermeye başladığından öğrenci sayısı daha azdır.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin büyük çoğunluğu 1. ve 2. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Bunun sebebi ise yukarıda da belirtildiği gibi hem araştırma yapılan söz konusu üç üniversitede 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin bulunması hem de Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümünde 1. ve 2. sınıflarda II.öğretim programının bulunmasıdır.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin büyük çoğunluğunun Uluslararası Skal Ödülü hakkında bilgisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla

birlikte büyük çoğunluğu öğrenim gördüğü fakültenin de Uluslararası Skal Ödülü aldığını bilmediği görülmektedir.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu öğrenim gördüğü fakültenin Uluslararası Skal Ödülü aldığını bilmediği için bu durum üniversite tercihlerini de büyük oranda etkilemediği sonucuna varılmıştır.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu öğrenim gördüğü fakülteyi 5. ve daha sonraki tercih sırasında seçtiği görülmektedir.

Araştırmada ortaya çıkan diğer sonuçlardan biri de turizm rehberliği öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun anadolu lisesi mezunu olmasıdır. Turizm ile ilgili liseden mezun olan öğrenci sayısı oldukça azdır. Mezun olunan lise türünde diğer cevabını veren turizm rehberliği öğrencilerin çoğu da düz lise mezunlarından oluşmaktadır. Anadolu öğretmen lisesi ve yurtdışındaki özel liselerden mezun olan öğrenci sayısı da oldukça azdır.

Araştırmada ankete katılanların yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesinden orta düzeyin üzerinde memnun oldukları ortaya çıkmıştır.

Araştırmada demografik özellikler ile yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla analizler yapılmıştır. Demografik özellikler ile kurumun idari yönü boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet ve yaş değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte kurumun idari yönü boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ve öğrenim gördüğü sınıf arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Demografik özellikler ile kurumun akademik yönü boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş, öğrenim görülen fakülte ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Demografik özellikler ile kurumun imajı boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte kurumun imajı boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Demografik özellikler ile erişilebilirlik boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş, öğrenim görülen fakülte ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Demografik özellikler ile kurumun sunduğu diploma programları boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş ve öğrenim görülen sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte kurumun sunduğu diploma programları boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Demografik özellikler ile kurumun fiziki imkanları boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak cinsiyet değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bununla birlikte, kurumun fiziki imkanları boyutu ile ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ve öğrenim gördüğü sınıf arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarının birbiriyle olan ilişkilerini değerlendirmek ve ortaya çıkarmak amacıyla yapılan analiz sonucunda boyutlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca bütün ifadelerin birbiriyle olan ilişkisini değerlendirmek amacıyla yapılan korelasyon analizinde de pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kurumun idari yönü boyutu ile ilişkisinin en fazla olduğu boyut erişilebilirlik boyutudur. Aynı şekilde kurumun akademik yönü, kurumun imajı ve kurumun fiziki imkanları boyutları ile ilişkilerinin en fazla olduğu boyut erişilebilirlik boyutudur. Erişilebilirlik boyutunun ise en fazla ilişkisinin olduğu boyut kurumun akademik yönü boyutudur. Kurumun sunduğu diploma programları boyutu ile ilişkisinin en fazla olduğu boyut kurumun idari yönü boyutudur. Ayrıca yükseköğretimde hizmet kalitesinde en yüksek korelasyon katsayısına sahip kurumun idari yönü boyutudur.

Araştırmada elde edilen veriler doğrultusunda araştırmanın hipotezleri ve sonuçları Tablo 32'de yer almaktadır.

Tablo 32. Araştırmanın Hipotezleri ve Sonuçları

No	Hipotezler	Sonuç
H1a=	Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H1b=	Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H1c=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H1d=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KİY (Kurumun İdari Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H2a=	Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H2b=	Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H2c=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H2d=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KAY (Kurumun Akademik Yönü) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H3a=	Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H3b=	Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H3c=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile Kİ (Kurumun İmajı) arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H3d=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile Kİ (Kurumun İmajı) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H4a=	Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H4b=	Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H4c=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H4d=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile ER (Erişilebilirlik) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H5a=	Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H5b=	Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H5c=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H5d=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KSDP (Kurumun Sunduğu Diploma Programları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H6a=	Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H6b=	Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H6c=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H6d=	Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile KFİ (Kurumun Fiziki İmkanları) boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL

H7a= Turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyetleri ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H7b= Turizm rehberliği öğrencilerinin yaşı ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H7c= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü fakülte ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H7d= Turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenim gördüğü sınıf ile yükseköğretimde hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RET
H8= Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL

5.2. Öneriler

Uluslararası Skal Ödülü almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesinin turizm rehberliği öğrencileri tarafından nasıl değerlendirildiğinin ortaya çıkarılmasını amaçlayan bu çalışmada elde edilen sonuçlara dayanarak sunulabilecek öneriler aşağıda yer almaktadır.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin büyük çoğunluğunun Uluslararası Skal Ödülü hakkında bilgisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Oysaki Skal, dünya turizm profesyonellerinin küresel turizmi ve arkadaşlığı yaymaya çalıştığı uluslararası en yaygın ve en eski turizm sivil toplum örgütüdür. Bu bağlamda turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları bu konuyu kapsayan derslerde Uluslararası Skal Organizasyonu hakkında kısa da olsa bilgi verebilir.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin büyük çoğunluğu öğrenim gördüğü fakültenin de Uluslararası Skal Ödülü aldığını bilmediği sonucuna varılmıştır. Ayrıca öğrenciler öğrenim gördükleri fakültenin Uluslar arası Skal Ödülü aldığını bilmediği için bu durum üniversite tercihlerini de büyük oranda etkilememektedir. Bu durumda çalışmaya dahil edilen Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi sahip oldukları Skal Ödülü hakkında internet sitelerinde bilgi verebilir ve okul broşürlerinde de bu konuya yer verebilirler. Okulun internet sitesinin yanı sıra sosyal medya, youtube vb. gibi video izleme siteleri gibi yerlerde de Skal Organizasyonu hakkında ve okulun Skal ödülü aldığı hakkında bilgi içerikli videolar, paylaşımlar yapılarak öğrencilerin daha çok bilgi sahibi olması sağlanabilir ve böylece okulların tercih edilebilirliği de artabilir.

Skal Ödülü'nün amacı; hem turizm sektöründe "kalite" çitasını yükseltmeyi hedefleyen kişi ve kuruluşları ödüllendirmek hem de kaliteyi bir yönetim felsefesi olarak benimsemiş olan kişilerin sektör çalışanlarına örnek olmasını sağlamaktır. Bu nedenle araştırmadaki üç yükseköğretim kurumu Uluslararası Skal Dernekleri

Federasyonu ile işbirliği sağlayarak hem öğrencileri Skal Organizasyonu hakkında bilgilendirebilir hem de Skal Organizasyonu'na dahil olan turizm sektöründeki profesyonel kişilerin öğrencilere örnek olmasını sağlayabilir. Bununla birlikte yükseköğretim kurumları Skal Organizasyonu'na dahil olan turizm sektöründeki profesyonel kişi ve kurumlarla iş birliği sağlayarak öğrencilerine onların yanında çalışma ve staj imkanı da yaratabilir.

Bunlarla birlikte Uluslararası Skal Dernekleri Federasyonu ile görüşülerek her yıl belirlenen zamanlarda Federasyon'dan gelen yetkili kişiler tarafından bu organizasyon hakkında üniversitelerde bilgilendirme amaçlı seminerler düzenlenebilir. Ayrıca yılın belirli zamanlarında yayınlanan *SKAL* dergisi ücretsiz olarak üniversitelere dağıtılarak öğrencilerin bilgi sahibi olması sağlanabilir.

Skal Ödülleri 1998 yılından beri çeşitli alanlarda her yıl sahiplerini bulmaktadır. Ödüller kişi ve kuruluşlara çeşitli alanlarda verilmektedir. Bu alanlar her yıl bazı değişiklikler göstermektedir. Turizm eğitimi alanında verilen ödüller her yıl orta öğretim ve yükseköğretim kurumlarına ayrı ayrı verilebilir. Ayrıca bazı yıllarda profesyonel turist rehberi ödülü kategorisinde de ödül verildiği görülmektedir. Bu her yıl tekrarlanarak turizm rehberliği öğrencileri ve rehberler içinde teşvik edici nitelikte olabilir.

Araştırmada ankete katılanların yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesinden orta düzeyin üzerinde memnun oldukları ortaya çıkmıştır. Ancak bunu daha da arttırmak adına birtakım önerilerde bulunulabilir. Yöneticiler yılda en az bir defa kurumun idari yönü, akademik yönü ve fiziki imkanları hakkında öğrencilere bir anket uygulayarak elde ettikleri bilgiler doğrultusunda bir durum değerlendirmesi yapabilirler bu durum değerlendirmesi sonucunda hizmet kalitesini arttırmaya yönelik birtakım çalışmalar yapabilirler.

Akademik personeller öğrencilerin bilgi düzeyi, öğrenme kapasitesi ve ileriye yönelik idealleri konusunda daha fazla bilgi sahibi olmalı ve kendilerini geliştirmelidirler. Bununla birlikte öğrenciyi yönlendirme yeteneğini de geliştirmelidirler. Eğitim kalitesinin yüksek oranda öğrenci tatminine bağlı olduğu söylenebilir ve bu doğrultuda akademik personelin öğrenciler hakkında daha fazla bilgi sahibi olması hizmet kalitesini arttırmaya katkı sağlayabilir.

Üniversiteler kurumun imajını arttırıcı birtakım faaliyetlerde bulunmalıdırlar. Kurumun imajı pozitif oldukça ve öğrenciler kurumun hizmet kalitesinden memnun oldukça kurumu başka öğrencilere de tavsiye edebilirler. Ayrıca öğrenciler akademik

personelin hepsini tek tek tanımayabilirler ve seçimlerini kurumun imajına, sunduğu hizmet kalitesine ve imkanlarına göre yaparlar. Bu yüzden bunlara da gerekli önemin verilmesi kurumlara katkı sağlayacaktır.

Akademik personele ve okulda çalışan diğer personele hizmet kalitesini arttırmak amacıyla belirli zamanlarda eğitimler düzenlenebilir ve öğrencilerin her sorununda çözüm üretmeye karşı bilgilendirilebilirler.

Ankete katılan turizm rehberliği öğrencilerinin en az memnun olduğu yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutu kurumun fiziki imkanlarıdır. Bu doğrultuda öğrencilerin fikri de değerlendirilerek üniversitenin ve fakültenin fiziki imkanlarını geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılabilir.

Bu çalışma, araştırma yapılan söz konusu üç fakülte yönetimi için dikkate alınması gereken, fayda sağlayabilecek bilgiler sunabilir ve sundukları hizmetlerin kalitesinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi adına önem taşımaktadır. Çalışmada elde edilen sonuçlar ve sunulan öneriler yalnızca Skal Ödülü almış üç yükseköğretim kurumunda öğrenim gören öğrencilerden elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulmuştur. Daha sonraki zamanlarda araştırmacılar bu kapsamı biraz daha genişleterek fakültelerde yer alan diğer bölüm öğrencilerini de çalışmaya dahil edebilirler. Bununla birlikte sadece bir fakülte değil üniversiteye bağlı diğer fakülteleri de dahil edebilir ve fakülteler arasında karşılaştırma yapabilirler. Bunların yanı sıra sadece öğrenciler değil akademik personel de çalışmaya dahil edilebilir. Bu hususta bu çalışmanın daha sonra yapılacak olan çalışmalara örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Açan, Bora ve Saydan, Reha. (2009). Öğretim Elemanlarının Akademik Kalite Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Kafkas Üniversitesi İİBF Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (2), 225-253.
- Ahipaşaoğlu, Suavi. (2006). *Turizmde Rehberlik*. (2.Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Airey, David and Johnson, Susan. (1999). The Content of Tourism Degree Courses in the UK. *Tourism Management*, 20, 229-235.
- Akbaba, Atila, Gürü, Behiye Elvin, Yaran, Mehmet ve Çimen, Hürriyet. (2006). Öğrencilerin Öğretim Elemanları İle İlgili Kalite Beklentileri: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 9-21.
- Akçay, R. Cengiz. (2003). Küreselleşme, Eğitimsel Yoksunluk ve Yetişkin Eğitimi. *Milli Eğitim Dergisi*, 159, Web: http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/159/akcay.htm adresinden 01.03.2016'da alınmıştır.
- Akdoğan, Ceylan. (2011). Hizmet Pazarlamasında Kalite Anlayışı: SERVQUAL ve SERVPERF Kalite Modellerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Akın, Mehmet Ali. (2013). Okul Değerleri ile Okul Başarısı Arasındaki İlişkinin Analizi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Aksu, Murat ve Bucak, Turgay. (2012). Mesleki Turizm Eğitimi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 7-18.
- Ali, Faizan, Zhou, Yuan, Hussain, Kashif, Nair, Pradeep K. and Ragavan, Neithiahnanthan. (2016). Does Higher Education Service Quality Effect Student Satisfaction, Image and Loyalty? A Study of International Students in Malaysian Public Universities. *Quality Assurance in Education*, 24 (1), 70-94.
- Altan, Şenol ve Atan, Murat. (2004). Bankacılık Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 17-32.
- Altan, Cemal. (2011). Eğitim- Siyasal Eğilim İlişkisi: Mersin Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12 (1), 313-329.
- Altunışık, Remzi, Çoşkun, Recai, Bayraktaroğlu, Serkan ve Yıldırım, Engin. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Spss Uygulamalı*. (7. Baskı). İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- Ansary, Amin, Jayashree, Sreenivasan and Malavizhi, Chinnasamy A.N. (2014). The Effect of Gender and Nationality on Service Quality in Malaysian Higher Education. *The Journal of Developing Areas*, 48 (4), Fall 2014, 97-118.
- Antony, Jiju, Antony, Frenie J. and Ghosh, Sid. (2004). Evaluating Service Quality in a UK Hotel Chain: A Case Study, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (6), 380-384.

- Ap, John and Wong, Kevin K.F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Arslan, M. Metin ve Eraslan, Levent. (2003). Yeni Eğitim Paradigması ve Türk Eğitim Sisteminde Dönüşüm Gerekliliği. *Milli Eğitim Dergisi*, 160, Web: http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/160/arslan-eraslan.htm adresinden 01.03.2016'da alınmıştır.
- Arslantürk, Yalçın. (2010). Yükseköğretim Düzeyinde Turist Rehberliği Eğitimi Veren Öğretim Kurumlarında Uygulanan Eğitime Yönelik Öğrenci Algılamaları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arslantürk, Yalçın, Altınöz, Özlem ve Çalık, Azade Özlem. (2013). Turist Rehberliği Hizmet Kalitesi Ölçümü: SERVQUAL Yaklaşımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (27), 107-118.
- Aslan, Kadir. (2001). Eğitimin Toplumsal Temelleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (5), 16-30.
- Avcıkurt, Cevdet ve Karaman, Sebahattin. (2002). Lisans Eğitimi Veren Turizm Okullarının Ders Programı Karşılaştırması. Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop (11-13 Aralık 2002) Bildiriler Kitabı. Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 53-65.
- Avcıkurt, Cevdet. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (3.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, Cevdet. (2010). Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme. (3.Baskı). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Avcıkurt, Cevdet, Deveci, Bilal ve Türkmen, Serkan. (2012). Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (BTİOYO) Mezunlarının Turizm Sektöründeki İstihdam Profili. *Turizm Eğitimi Konferansı –Workshop (17-19 Ekim 2012) Bildiriler Kitabı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 109-119.
- Aymankuy, Yusuf ve Aymankuy, Şimal. (2002). Önlisans ve Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Buldukları Yerlerin Analizi ve Turizm Eğitimi İçin Öneri Bir Model. *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop (11-13 Aralık 2002) Bildiriler Kitabı*. Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 29-41.
- Aymankuy, Şimal Yakut. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sendikaların Hizmet Kalitesine Etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (14), 1-22.
- Aydın, Seda. (2010). Üniversite ve Sektör Temsilcilerinin Bakış Açısıyla Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitiminin Araştırılması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Balay, Refik. (2004). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 37 (2), 61-82.
- Barutçugil, İsmet Sabit. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. (3.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

- Bayrak, Berna. (2007). Yükseköğretim Kurumlarında Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bektaş, Hakan ve Akman, Sema Ulutürk. (2013). Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 18, 116-133.
- Boylu, Yasin ve Arslan, Emin. (2013). Türkiye'deki Turizm Eğitiminde Son Rakamsal Gelişmeler. *14.Ulusal Turizm Kongresi (05-08 Aralık 2013) Bildiri Kitabı*, Kayseri. 539-556.
- Brochado, Ana. (2009). Comparing Alternative Instruments to Measure Service Quality in Higher Education. *Quality Assurance in Education*, 17 (2), 174-190.
- Büyükeksi, Cem ve Çolakoğlu, Özgür Murat. (2014). Türkiye'de Eğitim Araştırmalarında Kullanılan Faktör Analizi Tekniğinin İncelenmesi. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 158-167
- Büyüköztürk, Şener. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, 470-483.
- Canbulut, Fazıl, Özbakır, Lale ve Canıyılmaz, Erdal. (2001). Mühendislik Fakültesi Yapısına Uygun Eğitim Sistemi Modeli Seçimi ve Sistemi Geliştirme Önerileri. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 17 (1-2), 49-60.
- Carman, James M. (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assesment of The Serqual Dimensions. *Journal of Retailing*, 66 (1), 33-35.
- Cevher, Ezgi. (2015). Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi ve Kalite Algısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (39), 804-814.
- Chopra, Rita, Chawla, Mamta and Sharma, Tejinder. (2014). Service Quality in Higher Education: A Comparative Study of Management and Education I nstitutions. *NMIMS Management Review*, Vol: 14, 59-72.
- Civelek, Ayşen. (2010). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişime Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13 (1-2), 331-350.
- Civelek, Hatice. (2014), Ortaöğretim Düzeyindeki Turizm Öğrencilerinin Turizm Sektörüne İlişkin Görüşleri (Trabzon İli Örneği). Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cohen, Erik. (1972). Towards A Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39 (1), 164-182.
- Çakır, Mesut ve Bostan, Aziz. (2000).Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörü İle Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi İle Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl:11, Eylül-Aralık, 35-44.
- Çakır, Gülay, Çakır, Ali ve Çiftçi, Gülsel. (2012). Turizm ve Otel İşletmeciliği Ders Programlarının İKMEP Kapsamında İncelenmesi: Trakya Bölgesi Örneği. *Turizm Eğitimi Konferansı –Workshop (17-19 Ekim 2012) Bildiriler Kitabı*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 135-147.

- Çapık, Cantürk. (2014). Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulayıcı Faktör Analizinin Kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17 (3), 196-205.
- Çalık, Temel ve Sezgin, Ferudun. (2005). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim. *Gazi Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 13 (1), 55-66.
- Çavdar, Ertuğrul. (2009). Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Unsurları ve Bir Uygulama. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2 (2), 100-115.
- Çiçek, Recep ve Doğan, İsmail Can. (2009). Müşteri Memnuniyetinin Arttırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma:Niğde İli Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 199-217.
- Çimrin, Hüseyin. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*. Antalya: Akdeniz Kitabevi.
- Çoban, Orhan ve Özcan, Ceyhun Can. (2013). Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8 (1), 243-261.
- Çolakoğlu, O. Eralp, Epik, Fatih ve Efendi, Ergün. (2007). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çuhadar, Murat. (2006). Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama). Yayımlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Decrop, Alain and Zidda, Pietro. (2008). Tatil Kararı Verme Tarzına Dayalı Bir Tipoloji. (Çev: Çağıl Hale Kayar). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (1), 84-92.
- Değirmencioğlu, Ahmet Özdal. (1998). Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimine Genel Bir Yaklaşım. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Değirmencioğlu, Ahmet Özdal. (2001). Türkiye'de Turizm Rehberliği Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl:12, 189-196.
- Demir, Selçuk Beşir ve Koç, Hakan. (2013). Coğrafya Dersi Tutum Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Turkish Studies*, 8 (8), 1765-1777.
- Demirkol, Şehnaz. (2002). Turizm Alanındaki Lisansüstü Programların Analizi ve Sektörel Uyumlaştırmaya Yönelik Görüşler. *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop (11-13 Aralık 2002) Bildiriler Kitabı*, Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 87-98.
- Demirkol, Şehnaz ve Pelit, Elbeyi. (2002). Türkiye'deki Turizm Eğitim Sistemi ve Avrupa Birliği Sürecinde Olası Gelişmeler. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 125-146.
- Diken, Ahmet. (1998). Sanayi ve Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi. Konya: Ticaret Odası Kültür ve Eğitim Yayınları No:8.

- Dilşeker, Feryal. (2011). Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi, Öğrenci Memnuniyeti, İmaj, Sadakat ve Tavsiye Etme Kararı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Doğanay, Hayati. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. (3.Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Dursun, Tolga. (2011). Uzaktan Eğitimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Eğitim Sektöründe Bir Uygulama. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Duygulu, Ercan. (2004). Eğitimin Çalışma Yaşamında ve Kariyer Üzerindeki Rolü. *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*. 6 (1). Web: <http://www.isgucdergi.org/?p=article&id=181&cilt=6&sayi=1&yil=2004> adresinden 28.12.2015'de alınmıştır.
- Eleren, Ali ve Kılıç, Burhan. (2007). Turizm Sektöründe SERVQUAL Analizi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 235-263.
- Eralp, Ziya. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu.
- Erdoğan, Saliha Başak ve Yılmaz, Gökhan. (2012). Günümüzde Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçindeki Yeri. *Turizm Eğitimi Konferansı –Workshop (17-19 Ekim 2012) Bildiriler Kitabı*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 17-31.
- Erdoğan, Hamit. (2007). Eğitim Bilimine Giriş Ders Notları, Karabük. Web: <http://edebiyat.karabuk.edu.tr/pformasyon/icerikler/herdogan/5.%20HAFTA.pdf> adresinden 29.12.2015'de alınmıştır.
- Eroğlu, Erhan. (2000). Eğitimde Algılanan Hizmet Kalitesi. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 17, 199-209.
- Ertuğrul, Bayer (1998). Türkiye Meslek Yüksekokulları Turizm Eğitimi Kalitesinin Geliştirilmesinde Sanal Yöntemlerin Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3, 145-156.
- Fidan, Nurettin ve Erden, Münire. (1998). *Eğitime Giriş*. İstanbul: Alkim Yayınevi.
- Firdaus, Abdullah. (2005). HEdPERF Versus SERVPERF The Quest for Ideal Measuring Instrument of Service Quality in Higher Education Sector. *Quality Assurance in Education*, 13 (4), 305-328.
- Firdaus, Abdullah. (2006). Measuring Service Quality in Higher Education: HEdPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence&Planning*, 24 (1), 31-47.
- Garson, David G. (2012). *Testing Statistical Assumptions*. (2012 Edition). Statistical Publishing Associates: USA. Web: www.statisticalassociates.com/assumptions.pdf, adresinden 05.01.2016'da alınmıştır.
- Gedikoğlu, Tokay. (2005). Avrupa Birliği Sürecinde Türk Eğitim Sistemi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 66-80.

- Gencel, Ufuk. (2001). Yükseköğretim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Akreditasyon. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (3), 164-218.
- Giritlioğlu, İbrahim. (2012). Yiyecek İçecek Bölümlerinde İşgörenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algıları: Termal Otellerde Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Goeldner, Charles R. and Ritchie, J.R.Brent. (2003). *Tourism;Principles, Practises, Philosophies*. (9th Edition). John Wiley&Sons Inc, New Jersey.
- Gökgöz, Bünyamin. (2010). Dünya’da ve Türkiye’de Kruvaziyer Turizmi ve Endüstrisi: Karadeniz’e Yönelik Bir Destinasyon Modellemesi. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Gökçer, Necmi. (2012). Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğrencilerin Bazı Akademik Hizmetlere İlişkin Beklentileri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (2), 139-154.
- Grönroos, Christian. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44.
- Güçer, Evren. (2004). Türkiye’deki Turizm Eğitimi ile Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerdeki Turizm Eğitiminin Karşılaştırılması ve Sektörün Turizm Eğitiminden Beklentileri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güdü, Özge. (2011). Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması-Trabzon’da Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gül, Tolga. (2012). Türkiye’deki Turizm Rehberliği Öğretim Programlarının Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Gümüş, Fadime ve Büyük, Özge. (2008), Sağlık Turizminde Yeni Açılımlar: Tıp Turizmi. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan 2008) Bildiri Kitabı*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 433-437.
- Güngördü, Ersin. (2003). *Türkiye’nin Turizm Coğrafyası (Doğal ve Tarihi Coğrafya Açısından)*. (1.Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Gürdal, Mehmet. (2002), Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin Yapısal Analizi, Okullaşma-Eğitimin Kalitesi-Staj-İstihdam Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop (11-13 Aralık 2002) Bildiriler Kitabı*. Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 391-400.
- Güven, İsmail ve Tunç, Binali. (2007). Lisansüstü Öğretim Öğrencilerinin Akademik Sorunları (Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Örneği). *Milli Eğitim Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 173, 157-172.
- Güzel, Özlem. (2007). Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma). Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Hacıoğlu, Necdet, Köroğlu, Ahmet ve Köroğlu, Özlem. (2007). Profesyonel Turist Rehberlerinin Meslekte Uzmanlaşma Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *I. Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi (07-08 Eylül 2007) Bildiri Kitabı*. Ankara: Detay Yayıncılık, 685-700.
- Hacıoğlu, Necdet. (2008). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitimine Yeni Bir Yaklaşım. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan 2008) Bildiri Kitabı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 244-247.
- Hacıoğlu, Necdet, Kaşlı, Mehmet, Şahin, Seda ve Tetik, Nuray. (2008). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, Necdet ve Şahin, Bayram. (2008). Üçüncü Yaş Turizmi. Hacıoğlu, Necdet ve Avcıkurt, Cevdet. (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 17-39.
- Hacıoğlu, Necdet ve Demirbulat, Özge Güdü. (2013). Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitiminin İlgili Mevzuat Çerçevesinde Kavramsal Analizi. *14.Ulusal Turizm Kongresi (05-08 Aralık 2013) Bildiri Kitabı*, Kayseri, 170-185.
- Hacıoğlu, Necdet. (2014). *Turizm Pazarlaması*. (9.Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hanaysha, Jalal R.M, Abdullah, Haim Hilman and Warokka, Ari. (2011). Service Quality and Students’ Satisfaction at Higher Learning Institutions: The Competing Dimensions of Malaysian Universities’ Competitiveness. *Journal of Southeast Asian Research*, 2011, 1-10.
- Hatipoğlu, Aysu ve Batman, Orhan. (2014). Turizm Eğitimiyle Kazanılacak Yetkinlikler, Yiyecek- İçecek Müşterisinin Kalite Beklentilerini Karşılıyor Mu?. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 6 (2), 24-32.
- İçli, Gülnur Eti ve Anıl, Nihat Kamil. (2014). The HEDQUAL Scale: A New Measurement Scale of Service Quality for MBA Programs in Higher Education. *South African Journal of Business Management*, 45 (3), 31-43.
- İslamoğlu, Hamdi ve Alnıaçık, Ümit. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (4.Baskı). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Kar, Muhsin, Zorkirişçi, Ebru ve Yıldırım, Metin. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (8), 87-112.
- Karahan, Mehmet. (2013). Yükseköğretim Kurumlarında Kalite Yeterliliklerinin Öğrenci Memnuniyeti ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi: İnönü Üniversitesi Malatya MYO Uygulaması. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (3), 1-9.
- Karaman, Sebahattin, Köroğlu, Özlem ve Köroğlu, Ahmet. (2012). Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Rehberlik Eğitimine Yönelik Düşüncelerinin Belirlenmesi Üzerine bir Araştırma. *Turizm Eğitimi Konferansı –Workshop (17-19 Ekim 2012) Bildiriler Kitabı*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 351-362.
- Karataş, Muhammed ve Babür, Serap. (2013). Gelişen Dünya’da Turizm Sektörünün Yeri. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15 (25), 15-24.

- Keblawi, Amal, Johansson, Isak and Svensson, Dennis. (2013). Student Satisfaction in a Higher Education Context. Unpublished Master Thesis, Kristianstad University International Business Master Program, Norway.
- Kenar, Necdet. (2009). Yaygın Eğitim Kapsamında Mesleki Eğitim Sistemi. Mess Eğitim Vakfı Yayınları. Web: <http://www.messegitim.com.tr/ti/579/0/YAYGIN-EGITIMKAPSAMINDA-MESLEKI-EGITIM-SISTEMI>. adresinden 09.02.2016'da alınmıştır.
- Kızılırmak, İsmail. (2000). Meslek Yüksek Okulları Turizm ve Otelcilik Programlarının Günümüz Turizm Sektörünün Beklentileri Doğrultusunda Değerlendirilmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 147. Web: http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/147/kizilirmak.htm adresinden 08.01.2016'da alınmıştır.
- Kızılgöl, Özlem ve Erbaykal, Erman. (2008). Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 351-360.
- Kızılloluk, Hakkı. (2007). Ekonominin Eğitim Amaçları ve İçeriği Üzerindeki Etkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8 (1), 21-30.
- Kocaağa, Ali. (2010). Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite ve Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kocacık, Faruk. (2003). Bilgi Toplumu ve Türkiye. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (1), 1-10.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. (14th Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Kozak, Nazmi, Kozak, Meryem Akoğlan ve Kozak, Metin. (2001). *Genel Turizm*. (5.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, Meryem Akoğlan ve Güçlü, Hatice. (2006). *Turizmde Etik*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, Meryem Akoğlan ve Bahçe, A. Sadık. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Özlem. (2007). Değişen Tüketici Eğilimleri Çerçevesinde Özel İlgi Turizminin Geliştirilmesi ve Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmanın Önemi. *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu (21-23 Kasım 2007) Bildiriler Kitabı*, İzmir: Çeşme, 226-234.
- Köroğlu, Özlem. (2008). Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşma: Meslekte Uzmanlaşma Amacıyla Gerçekleştirilen Eğitim Programlarının İncelenmesi. *III.Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu (17-19 Ekim 2008) Bildiriler Kitabı*, Isparta: Eğirdir, 260-272.
- Köroğlu, Özlem. (2011). İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma.

Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Kurtoğlu, Kenan. (1994). *Önemli Bir Turistik Mahal Olarak İstanbul ve Milli Saraylar*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayını.
- Kuzu, Yaşar ve Demirli, Cihad. (2002). Mesleki ve Teknik Orta Öğretim Kurumlarındaki Gelişmeler. *Milli Eğitim Dergisi*, 155-156. Web: http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/155-156/kazu.htm adresinden 07.01.2016'da alınmıştır.
- Küçükaslan, Nazife. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. (1.Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Lazibat, Tonci, Bakovic, Tomislav and Duzevic, Ines. (2014). How Perceived Service Quality Influences Students' Satisfaction? Teachers' and Students' Perspectives. *Total Quality Management*, 25 (8), 923-934.
- Malik, Muhammed Ehsan, Danish, Rizwan Qaiser and Usman, Ali. (2010). The Impact of Service Quality on Students' Satisfaction in Higher Education Institutes of Punjab. *Journal of Management Research*, 2 (2), 1-11.
- Mankan, Esra. (2012). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Manea, Natalia Pariza. (2014). The Analysis of Perception of Master Students Regarding the Quality of Educational Services of Bucharest Universities. *Procedia Economics and Finance*, 15, 746-751.
- Manea, Natalia Pariza and Iatagan, Mariana. (2015). Perceptions of PhD Students Regarding The Quality of Educational Services of Romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191,1735-1739.
- Mang'unyi, Eric E. and Govender, Krishna K. (2014). Perceived Service Quality (SQ) and Customer Satisfaction (CS): Students' Perceptions of Kenyan Private Universities. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (23), 2739-2748.
- Maviş, Fermani, Ahıpaşaoğlu, Halit Suavi ve Kozak, Nazmi. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*. Kozak, Meryem Akoğlan (Editör). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- MEB. Türkiye Mesleki Ve Teknik Eğitim Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2014-2018. (07.05.2014).
- Mei, Amy Wong Ooi, Dean, Alison M. and White, Christopher, J..(1999). Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry. *Managing Service Quality*, 9 (2), 136-143.
- Meydan, Cem H. ve Şeşen, Harun. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi: Amos Uygulamaları*. (2. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Murphy, Peter E. (2013). *Tourism: A Community Approach*. (4th Edition). Newyork: Routledge.

- Narin, Meziyet. (2006). Ayvalık ve Burhaniye İlçelerinin Yat Turizmi Arzı ve Sorunları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (16), 127-144.
- Oktayer, Nagihan, Susam, Nazan ve Çak, Murat. (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Okumuş, Abdullah ve Duygun, Adnan. (2008). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 17-38.
- Olalı, Hasan. (1984). Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı ve Sorunları. *Turizm Eğitimi Kongresi Tebliğ ve Tartışmalar Kitabı*. İstanbul, 15-21.
- Ongun, Utku. (2004). Krizlerin Antalya Turizmine Etkileri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Ong, Wee Ming and Nankervis, Alan. (2012).Service Quality in Higher Education: Students’ Perceptions in Australia and Malaysia. *Review of Integrative Business & Economics*, 1 (1), 277-290.
- Owino, Edward Otieno. (2013). The Influence of Service Quality and Corporate Image on Customer Satisfaction Among University Students in Kenya. Unpublished Doctoral Thesis, School of Business, University of Nairobi.
- Öncüler, Melek Ece. (2006). Avrupa Birliği Eğitim Politikasında Mesleki Turizm Eğitimi Yaklaşımı ve Türk Turizm Eğitimine Uygulanabilirliği. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu, (2012).
- ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu, (2013).
- ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu, (2014).
- ÖSYS Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu, (2015).
- Özçalık, Fatih. (2007). Yükseköğretimde Eğitim Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özdemir, Mehmet Ali ve Kervankıran, İsmail. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*. 24, 1-25.
- Özdemir, Murat. (2015). Yükseköğretim Kalite Göstergeleri Üzerine Bir İnceleme (Gaziantep Üniversitesi Örneği). *The Journal of International Education Science*, 2 (3), 191-207.
- Özen, Yener ve Gül, Aldulkadir. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren ve Örneklem Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 394-422.
- Özmen, Murat. (2007). Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Akçakoca Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akçakoca.

- Öztürk, Sevgi Ayşe. (2003). *Hizmet Pazarlaması*. (4.Baskı). İstanbul: Ekin Kitabevi.
- Sözen, Muhteşem Öztürk. (2007). 1982 Sonrasında Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikalarının Çanakkale Turizmine Etkileri. *Sosyo Ekonomi Dergisi*, 6 (6), 63-88.
- Parasuraman, A., Zeithmal, Valarie A. and Berry, Leonard L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Pelit, Elbeyi ve Güçer, Evren. (2006). Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 139-164.
- Purgualis, Maris and Zaksa, Kristine. (2012). The Impact Of Service Quality On Student Loyalty In Higher Education Institutions. *Journal of Business Management*, 6, 138-152.
- Randheer, Kokku. (2015). Service Quality Performance Scale in Higher Education: Culture as a New Dimension. *International Business Research*, 8 (3), 29-41.
- Raslı, Amran, Shekarchizadeh, Ahmadreza, and Iqbal, Muhammad Jawad. (2012). Perception of Service Quality in Higher Education: Perspective of Iranian Students of Malaysian Universities. *International Journal of Economics and Management*, 6 (2), 201-220.
- Saat, Mesihe. (1999). Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesi Ölçme Aracı Olarak SERVQUAL Analizi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (1), 107-118.
- Sabuncuğlu, Zeyyat. (1991). *Personel Yönetimi*. İstanbul: Teknografik Matbaacılık.
- Sağ, Vahap. (2003). Toplumsal Değişim ve Eğitim Üzerine. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (1), 11-25.
- Santos, Jessica. (2002). From Intangibility to Tangibility on Service Quality Perceptions: A Comparison Study Between Consumers and Service Providers in Four Service Industry. *Managing Service Quality*, 12 (5), 292-302.
- Sarı, Zeliha. (1996). Turizm Pazarlaması ve Malatya’daki Turistik Belgeli Konaklama İşletmelerindeki Turizm Pazarlaması Uygulamaları. Yayımlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Saydan, Reha. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Öğretim Elemanlarından Kalite Beklentileri: Yüzüncü Yıl Üniversitesi İİBF Örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (1), 63-79.
- Seçer, İsmail. (2015). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi: Analiz ve Raporlaştırma*. (2. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Selvi, Özgür. (2012). Bilgi Toplumu, Bilgi Yönetimi ve Halkla İlişkiler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1 (3), 191-214.
- Serçek, Sadık ve Özaltaş, Gülseren. (2012). Hizmet Kalitesi Ölçümünde SERVPERF Analizi ve Bankacılık Okulunda Bir Uygulama. *VI. Lisansüstü*

- Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (12-15 Nisan) Bildiri Kitabı*, Antalya, 499-519.
- Serin, Hasan ve Aytekin, Alper. (2009). Yükseköğretimde Toplam Kalite Yönetimi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (15), 83-93.
- Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu. (28.09.1972). Resmi Gazete, 14320.
- Sezgin, Orhan. (1984). İtalya'daki Otelcilik Eğitim Sistemi ve Türkiye'deki Turizm Eğitimi. *Turizm Eğitimi Kongresi Tebliğ ve Tartışmalar Kitabı*. İstanbul, 47-50.
- Sharma, Deepti. (2014). Measuring Service Quality In Management Education In Select Institutions Affiliated To GBTU (Formerly UPTU). Unpublished Doctoral Thesis, Department Of Business Administration University Of Lucknow, Lucknow.
- Soyak, Münevver. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4, 1-18.
- Stewart, Heather, Hope, Chris and Muhlemann, Alan. (1998). Profesional Service Quality A Step Beyond Other Services?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 5 (4), 209-222.
- Sultan, Parves and Tarafder, Tasmiha. (2007). A Model for Quality Assessment in Higher Education: Implications for ODL Universities. *Malaysian Journal of Distance Education*, 9 (2), 125-143.
- Şahin, Gonca Güzel. (2011). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algısına Yönelik Ankara'da Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 49-65.
- Şahin, Mehmet, Uysal, Özge ve Kuru, Elif. (2012). Türkiye Turizm Politikasının Shift Share Analizi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32 (1), 95-122.
- Şenol, Fazıl. (2008). Kamp ve Karavan Turizmi. Hacıoğlu, Necdet ve Avcıkurt, Cevdet (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 481-499.
- Şenel, Aysin. (2008). Eğitimin Temel Kavramları. Gültekin, Mehmet (Editör). *Eğitim Bilimlerine Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Taşkın, Makbule. (2006). Ortaöğretim Turizm Eğitiminde Staj ve İzmir İli Anadolu Otelcilik Turizm Meslek Liselerinde Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Taşkın, Ercan ve Büyük, Köksal. (2002). Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite (Kütahya'daki Özel Dershane Öğrencileri İle İlgili Bir Saha Araştırması). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 203-224.
- Tayyar, Nezih ve Dilşeker, Feryal. (2012). Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 28, 184-203.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2011). Strateji Geliştirme Başkanlığı, *Kalite El Kitabı*, Doküman No: KTB-KEK, Web: <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/4560,kaliteelkitabi.pdf?0> adresinden 22.10.2015'de alınmıştır.
- Teeroovengadum, Viraiyan, Kamlanabhan, T.J. and Seebaluck, Ashley Keshwar. (2016). Measuring Service Quality in Higher Education- Development of a Hierarchical Model (HESQUAL). *Quality Assurance in Education*, 24 (2), 244-258.
- Temizkan, S. Pınar. (2010). Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Pazarlamasındaki Rolüne Etkisi Açısından Hizmetçi Eğitim Seminerleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Temizkan, S.Pınar, Temizkan, Rahman ve Tokay, Simge. (2013). Turist Rehberliği Meslek Kanun Ve Turist Rehberliği Eğitiminde Yeni Bir Paradoks. *14.Ulusal Turizm Kongresi (05-08 Aralık 2013) Bildiri Kitabı*, Kayseri. 474-486.
- Tetik, Nuray. (2006). Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerinin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği). Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tezcan, Mahmut. (1985). *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları No:150.
- Timur, Alp. (1992). Türkiye'de Turizm Eğitimin Yapısı, Uygulanan Politikalar ve Sonuçları. *Turizm Eğitimi Konferansı- Workshop (9-11 Aralık 1992) Bildiriler Kitabı*, Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 47-53.
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu. (22 Haziran.2012). Resmi Gazete, 28331.
- Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. (23 Şubat 2013). Resmi Gazete, 28568.
- Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. (26 Aralık 2014). Resmi Gazete, 29217.
- Tunç, Azize. (2003). Dünyadaki Türkiye İmajının Turizm Sektörüne Etkisi ve Bir Uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 38-54.
- Türel, Nesrin ve Aytar, Oğuzhan. (2014). Meslek Yüksekokulu Eğitiminde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi İle Ölçümü: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesinde Bir Uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 43. Web: <http://earsiv.kmu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11492/1005/Meslek%20Y%C3%BCksekokulu%20E%C4%9Fitiminde%20Hizmet%20Kalitesinin%20Servqual%20Y%C3%B6ntemi...pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden 10.03.2016'da alınmıştır.
- TÜROFED. (2015). Turizm Raporu. Yıl:5, Sayı:10.
- Türker, Ali, Güzel, F.Özlem ve Türker, Gülay Özaltın. (2012). Turizm Aktörü Olarak Profesyonel turist Rehberlerinin Türkiye'deki Rehberlik Eğitim Sistemine Bakış Açılarını Belirlemeye Yönelik Bir Odak Grup Çalışması. *Turizm Eğitimi Konferansı –Workshop (17-19 Ekim 2012) Bildiriler Kitabı*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 336-350.
- Türkeri, İlker. (2014). Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitiminin Özel Nitelikli Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3 (4), 1-14.

- Türkmen, Fatih. (2002). Eğitim Ekonomik ve Sosyal Faydaları Ve Türkiye'de Eğitim Ekonomik Büyüme İlişkisinin Araştırılması. DPT Uzmanlık Tezleri Yayın No: DPT 2655, Ankara.
- TÜSİAD. (1999). *Türkiye'de Mesleki ve Teknik Eğitimin Yeniden Yapılandırılması*. İstanbul: Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri A.Ş..
- Twassai, Naseem M. And Al-Kilani, Mohammad H. (2015). The Impact of Perceived Service Quality on Students' Intentions in Higher Education in a Jordanian Governmental University. *International Business Research*, 8 (5), 81-92.
- Unur, Kamil. (2000). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 1-17.
- UNWTO. (2015). *Tourism Highlights, 2015 Edition*.
- Ural, Ayhan ve Pelit, Elbeyi. (2002). Türkiye'de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yükseköğretim Örgütlerinin Örgütleniş Biçimleri. *Turizm Eğitimi Konferansı- Workshop (11-13 Aralık 2002) Bildiriler Kitabı*, Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 75-86.
- Usta, Öcal. (2009). *Turizm-Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (2.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uyar, Hande ve Zengin, Burhanettin. (2015). Bartın ve Harran Üniversitelerinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Ders İçeriklerine Dair Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (10), 579-592.
- Uzun, Ali Rıza. (2009). Türkiye'de Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkileri (Turizm Eğitimi Üzerine Bir Örnek: Antalya). Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ünal, Ali. (2002). Türkiye'de Örgün Eğitim Yapan Yüksek Öğrenim Kurumlarında, Turizm Eğitiminde Kullanılan Laboratuvarların Önemi: Başkent Üniversitesi Modeli. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop (11-13 Aralık 2002) Bildiriler Kitabı*. Ankara: Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 563-570.
- Ünal, İpek ve Bayram, Ali Turan. (2015). Önlisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Memnuniyet Düzeyine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (10), 525-534.
- Ünlönen, Kurban. (1993). Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitim ve Öğretimi. *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 6 (6), 497-521.
- Ünlönen, Kurban ve Kılıçlar, Arzu. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 131-156.
- Ünlönen, Kurban ve Boylu, Yasin. (2005a). Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarındaki Değişimin Karşılaştırılması (2000-2001 ve 2003-2004 Öğretim Yılları). *Milli Eğitim Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 166. Web: http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/166/index3-boylu.htm adresinden 06.01.2015'de alınmıştır.
- Ünlönen, Kurban ve Boylu, Yasin. (2005b). Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (12), 11-32.

- Ünlüöner, Kurban, Temizkan, Rahman ve Gharamaleki, Mohammad R.E. (2010). Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri Ve Algılamaları Açısından Karşılaştırılması (1998-1999, 2003-2004 ve 2008 Öğretim Yılları). *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 144-159.
- Yamak, Nebiye, Tanrıöver, Banu ve Güneysu, Filiz. (2012). Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (2), 205-220.
- Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan, Samiye. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. (4.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Yazıt, Hasibe. (2013). Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans ve Önlisans Öğrencilerinin Staj Konusundaki Düşünce ve Algılamaları Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yenipınar, Uysal ve Zorkirişçi, Ayşe. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Çag University Journal of Socail Sciences*. 10 (2), 111-136.
- Yıldız, Sevcan ve Demirel, Burcu Utku. (2008). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitimi Bağlamında Kültür ve Turizm Bakanlığı Kurs Programının İncelenmesi. *III.Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan 2008) Bildiri Kitabı*, 255-260.
- Yıldız, Zafer. (2011). Turizmin Sektörün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3 (5), 54-71.
- Yılmaz, Veysel, Filiz, Zeynep ve Yaprak, Betül. (2007). SERVQUAL Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 299-316.
- Yılmaz, Veysel ve Varol, Semra. (2015). Hazır Yazılımlar İle Yapısal Eşitlik Modellemesi: Amos, Eqs, Lisrel. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44, 28-44.
- Yükselen, Cemal. (2013). Pazarlama Araştırmaları. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zeitmal, Valarie A., Parasuraman, A. and Berry, Leonard L. (1985). Problems and Strategies in Service Marketing. *Journal of Marketing*, 49 (2), 33-46.

İnternet Kaynakları;

- <http://abp.anadolu.edu.tr/tr/program/oncekiOgrenme/1612/24> adresinden 02.02.2016’da alınmıştır.
- <http://www.kultur.gov.tr/TR,28163/turizm-isletmelerine-personel-yetistirme-temel-egitim-k-.html> adresinden 09.02.2016’da alınmıştır.
- http://alacatiturem.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/35/08/965028/icerikler/tarihce_695_802.html?CHK=e0a913f1aef76d1b8ae5689f120a98d8 adresinden 09.02.2016’da alınmıştır.
- http://www.ua.gov.tr/docs/leonardo-dvinci/2013ldv_ortakliklari_basvuru_rehberi.pdf?sfvrsn=0 adresinden 09.02.2016’da alınmıştır.

<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,51184/turist-rehberligi.html> adresinden 09.02.2016'da alınmıştır.

http://tureb.org.tr/sayfa_detay.aspx?id=23 adresinden 09.02.2016'da alınmıştır.

<http://btioyo.balikesir.edu.tr/turizmrehberligi.html> adresinden 11.02.2016'da alınmıştır.

<http://turizm.akdeniz.edu.tr/Rehberlik.i109.mufredat#i> adresinden 11.02.2016'da alınmıştır.

<https://www.anadolu.edu.tr/akademik/fakulteler/1575/turizm-rehberligi-bolumu/dersler> adresinden 11.02.2016'da alınmıştır.

<http://ects.nevsehir.edu.tr/ects/bilgipaketi/dil/tr/bolum/181006/sayfa/1> adresinden 11.02.2016'da alınmıştır.

<http://ebys.ege.edu.tr/ogrenci/ebp/organizasyon.aspx?kultur=tr-TR&Mod=2&ustbirim=192&birim=29&altbirim=1&program=8037&organizasyonId=60956&mufredatUrlId=932001> adresinden 15.02.2016'da alınmıştır.

<http://sbe.gazi.edu.tr/posts/view/title/yuksek-lisans-programi-2595> adresinden 15.02.2016'da alınmıştır.

<http://www.aku.edu.tr/web/Sayfa.aspx?ID=57JQM25NDAU151332AQ101> adresinden 15.02.2016'da alınmıştır.

<http://www.wftga.org/tourist-guiding/education-tourist-guides-worldwide/greek-educational-system> adresinden 17.02.2016'da alınmıştır.

http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.56d6dcac380892.05688149 adresinden 02.03.2016'da alınmıştır.

<http://www.skalturkey.com/hakkimizda> adresinden 11.03.2016'da alınmıştır.

<http://www.skalturkey.com/skal-tarihcesi> adresinden 11.03.2016'da alınmıştır.

<http://www.skalantalya.org.tr/tr/skal-hakkinda/skal-nedir> 11.03.2016'da alınmıştır.

http://www.skalistanbul.com/sklite-detay_18 11.03.2016'da alınmıştır.

<http://www.skal.org/en/about-skal> 11.03.2016'da alınmıştır.

<http://www.akdenizgazetesi.com.tr/uluslararasi-skal-uyesi-ugursal-ugur-%E2%80%9Cturizm-iyi-yolda%E2%80%9D-roportaj,48.html> 11.03.2016'da alınmıştır.

<http://www.cappadociaexplorer.com/detay.php?id=46&cid=61> 11.03.2016'da alınmıştır.

<http://www.skalbursa.org/sayfa.aspx?goruntule=4> 11.03.2016'da alınmıştır.

https://tr.wikipedia.org/wiki/Skal_International 11.03.2016'da alınmıştır.

EK-1 ANKET FORMU

ULUSLARARASI SKAL ÖDÜLÜ "TURİZM EĞİTİM OSCARI" ALMIŞ TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VEREN YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ: TURİZM REHBERLİĞİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sayın Katılımcı,

Bu anket "Uluslararası Skal Ödülü "Turizm Eğitim Oscarı" Almış Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Hizmet Kalitesi Ölçümü: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tez çalışmasına veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Elde edilen veriler başka hiçbir amaçla kullanılmayacaktır. Anketi dolduran kişinin kimliği değil, verilen cevaplar önemlidir. Bu nedenle anket formuna kimlik bilgilerinizi yazmayınız. Değerli vaktinizi ayırıp anket sorularını içtenlikle cevapladığınız için şimdiden teşekkür ederiz. Saygılarımızla...

Doç.Dr. Yusuf AYMANKUY
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi
Öğretim Üyesi ve Tez Danışmanı

Bahar DEVECİ
bahar.dvc@gmail.com

I. BÖLÜM: Aşağıdaki 1-9 numaralandırılmış soruları durumunuza göre cevaplandırınız

1.Cinsiyetiniz?

Erkek Kadın

2.Yaşınız?

17-19 20-22 23 ve üzeri

3. Öğrenim gördüğünüz Turizm Fakültesi?

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi
 Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
 Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi

4. Sınıfınız?

1 2 3 4

5. Uluslararası skal ödülü veya "Turizm Eğitim Oscarı" hakkında bilginiz var mı?

Evet Hayır

6. Öğrenim gördüğünüz fakültenin Uluslararası Skal ödülü veya "Turizm Eğitim Oscarı" aldığını biliyor musunuz?

Evet Hayır

7. Tercih ettiğiniz fakültenin ödül alıp almaması tercihinizi etkiledi mi?

Evet Hayır

8. Eğitim aldığınız fakülteyi kaçınıcı sırada tercih ettiniz?

1. sırada 2. sırada 3. sırada 4. sırada 5. sırada ve daha sonrasında

9. Mezun olduğunuz lise türü nedir?

Turizmle ilgili lise Anadolu lisesi Diğer lise(.....)

<u>II. Bölüm Aşağıdaki 1-28 Numaralı Soruları Cevaplandırınız.</u> 1= Hiç katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Kararsızım 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle Katılıyorum	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kurumun İdari Yönü					
S1) İdari personelin, öğrencilerle olan iletişimi iyi düzeydedir.	1	2	3	4	5
S2) İdari personel, öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.	1	2	3	4	5
S3) İdari personel, öğrencilerin şikayetleri ile etkin olarak zamanında ilgilenir.	1	2	3	4	5
S4) İdari personel, öğrenciye verdiği sözü zamanında yerine getirir.	1	2	3	4	5
S5) İdari personel, öğrencilere özenli ve bireysel ilgi göstermektedir.	1	2	3	4	5
S6) İdari personel, kendi görev alanlarına ait prosedüre ilişkin yeterli bir bilgi düzeyine sahiptir.	1	2	3	4	5
S7) İdari personel, hiçbir zaman öğrencilerin isteklerine cevap vermeyecek kadar meşgul değildir.	1	2	3	4	5
S8) İdari birimler, öğrencilere ait kayıtları ve bilgileri hatasız ve ulaşılabilir olarak tutmaktadırlar.	1	2	3	4	5
S9) Öğrencinin bir sorunu olduğunda idari personel, sorunu çözmek için samimi bir ilgi göstermektedir.	1	2	3	4	5
S10) İdari personel, öğrencilere ayırım gözetmeksizin ve saygılı olarak davranmaktadır.	1	2	3	4	5
Kurumun Akademik Yönü					
S11) Araştırma görevlileri, öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.	1	2	3	4	5
S12) Araştırma görevlileri uygulama derslerinde anlatacakları konulara hakim ve ders anlatmaya isteklidirler.	1	2	3	4	5
S13) Öğretim üyesi, ders ile ilgili sorularını yanıtlayabilecek yeterli bilgiye sahiptir.	1	2	3	4	5
S14) Öğretim üyesi, öğrenciye nazik ve saygılı bir şekilde yaklaşmaktadır.	1	2	3	4	5
S15) Öğretim üyesinin, öğrencilerle olan sınıf içi etkileşimi yeterli düzeydedir.	1	2	3	4	5
S16) Öğretim üyesi, kendi alanında oldukça bilgili ve tecrübe sahibidir.	1	2	3	4	5
Kurumun İmajı					
S17) Bir daha fakülte seçme şansım olsa, yine öğrenim gördüğüm bu fakülteyi seçerdim.	1	2	3	4	5
S18) Fakültemi başkalarına tavsiye ederim.	1	2	3	4	5
S19) Fakültemden aldığım hizmet beklentilerimi tamamını yerine getirmiştir.	1	2	3	4	5
Erişilebilirlik					
S20) Öğretim üyesi, öğrencileri yönlendirmek için yeterli zamanı ayırmaktadır.	1	2	3	4	5
S21) Öğretim üyesi, bilgi ve becerilerimin (performansımın) gelişim süreci ile ilgili geribildirim sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
S22) Öğretim üyesi, sorunun olduğunda çözmek için samimi bir tavır göstermektedir.	1	2	3	4	5
Kurumun Sunduğu Diploma Programları					
S23) Fakültemde yandal ve çift anadal diploma programları sunulmaktadır.	1	2	3	4	5
S24) Fakültemde esnek müfredat (seçmeli dersler) yapısına sahip programlar sunulmaktadır.	1	2	3	4	5
S25) Fakültem turizm sektöründe saygın olan diploma programı sunulmaktadır.	1	2	3	4	5
Kurumun Fiziki İmkanları					
S26) Fakültemin içerisinde bulunduğu üniversitenin öğrenci yurt imkanı vardır ve yeterlidir.	1	2	3	4	5
S27) Fakültemin içerisinde bulunduğu üniversitenin sosyal tesisleri, öğrencilerin kullanımına uygun ve yeterlidir.	1	2	3	4	5
S28) Fakültemin akademik tesisleri (derslik, laboratuvar, konferans salonu vb.) yeterlidir.	1	2	3	4	5