



## Akademisyenlerin Turizm Eğitimi Algısı Üzerine Bir Araştırma (A Study on the Perceptions of Academicians on Tourism Education)

\* Hakan ARSLAN<sup>a</sup> , Burhanettin ZENGİN<sup>a</sup> , Pelin TUNA ARSLAN<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Sakarya/Turkey

<sup>b</sup> Istanbul Kültür University, Vocational School, Department of Tourism and Hotel Management, Istanbul/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 28.08.2021

Kabul Tarihi: 10.12.2021

### Anahtar Kelimeler

Turizm

Turizm eğitimi

Turizm eğitimi algısı

Akademisyen

### Öz

Bu çalışmada turizm akademisyenlerinin turizm eğitimiyle ilgili algılarının araştırılması amaçlanmaktadır. Dünya çapında büyük bir gelişme gösteren turizm endüstrisi için eğitim giderek önem kazanmaktadır. Özellikle hizmet odaklı ve endüstrinin ihtiyaç duyduğu nitelikteki çalışanların yetiştirilmesi için eğitimin önemli bir misyona sahip olduğu söylenebilir. Turizm eğitiminin önemli paydaş gruplarından biri olan akademisyenlerin faaliyet gösterdikleri alana ilişkin algılarının tespit edilmesi turizmle ilgili yapısal sorunların tespiti ve sorunların çözümü için değerli sonuçlar üretmektedir. Veriler nicel araştırma yöntemleri veri toplama araçlarından anket kullanılarak elde edilmiştir. Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde aktif olarak görev yapan 324 akademisyenden veri toplanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye’de turizm akademisyenlerinin turizm eğitimi algıları bireysel veya toplumsal kazanımlar, meslekle ilgili kaygı ve beklentiler, istihdam olanakları ve farkındalık ve mesleğin teknoloji ve proje kullanma düzeyi gibi alanlarda yoğunlaşmıştır. Turizm akademisyenleri turizm eğitiminin istihdam ve farkındalık oluşturma potansiyelini düşük görmektedir. Ayrıca, akademisyenlerinin bazı demografik özellikleri turizm eğitimi algılarında belirleyici bir rol üretmektedir.

### Keywords

Tourism

Tourism education

Tourism education perception

Academician

### Abstract

In this study, it is aimed to investigate the perceptions of tourism academicians with tourism education. Education is becoming more and more important for the tourism industry, which is showing a great development around the world. It can be said that education has an important mission especially in terms of training service- oriented and qualified employees that the industry needs. Determining the perceptions of academicians, who are one of the important stakeholder groups of tourism education, about the field in which they operate, produces valuable results for the determination and solution of structural problems related to tourism. The data were obtained by using a questionnaire, one of the quantitative research methods data collection tools. Data were collected from 324 academicians actively working at the higher education level in Turkey. According to the results of the research, tourism academicians in Turkey focus on tourism education perceptions, individual or social gains, professional concerns and expectations, employment opportunities and awareness, and the level of technology and project use by the profession. Tourism academics consider the potential of tourism education to create employment and awareness as low. In addition, some demographic characteristics of academicians play a decisive role in tourism education perceptions.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: hakan.85@gmail.com (H. Arslan)

DOI: 10.21325/jotags.2021.920

## GİRİŞ

Turizm, döviz kazandırıcı rolü ile ülkelerin en çok üzerinde durduğu stratejik endüstrilerinden biridir. Endüstri bu iktisadi öneminden dolayı birçok ülke tarafından geliştirilmeye çalışılmaktadır. Ortada ciddi bir ekonomik pazar bulunmakta ve turistik destinasyonların bu pazardan pay almak için giriştikleri yoğun bir rekabet ortamı bulunmaktadır. Eğitimin pek çok açıdan belirleyici olması nedeniyle ülkelerin turizm rekabetinde de başvurulan önemli alanlardan biridir. Başta nitelikli personel olmak üzere turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu birçok konuda eğitim belirleyici bir rol oynamaktadır (Korukoğlu, 2003; Ünlüöner & Boylu, 2005). Bu kapsamda turizm açısından önemli arz kaynaklarına sahip ülkelerde turizm eğitiminin farklı alanlarında bir artış yaşanmaktadır. Stratejik bir amaç olmasının yanında, turizm eğitimindeki artışlar planlı ve dengeli yapılmadığında bazı önemli riskler içerebilmektedir. Özellikle ilerleyen dönemlerde çok mezun olması nedeniyle doğabilecek rekabet ortamından kaynaklanacak maddi ve manevi kayıplar bu bölümlerin tercih edilebilirliğini düşürebilmektedir.

Turizm eğitimiyle ilgili doğabilecek risklerin azalması nitelikli eğitim ve nitelikli mezun arasındaki dengeye bağlı olarak azalma eğilimi taşıyabilmektedir. Geliştirilebilecek nitelikli eğitim sayesinde farklı alternatif turizm faaliyetlerinin ortaya çıkmasına kaynaklık eden ve rekabette avantaj sağlayabilecek bir ortam oluşabilmektedir. Çavuş ve Kaya (2015) nitelikli turizm eğitimi turizmde çalışan personelin kalifiye seviyeye gelmesi, turizme karşı oluşabilecek bir farkındalığın ortaya çıkması, konuyla ilgili eğitim alan bireylere yöneticilikle ilgili bir donanımın kazandırılması, özellikle teknoloji ve iletişim ağırlıklı yeni çağa uyum sağlayabilecek bir ortamın oluşmasına kaynaklık edebilmektedir. Başta turizm işletmeciliği olmak üzere, turist rehberliği, gastronomi, rekreasyon ve animasyon gibi pek çok konuda turizm eğitimi verilmektedir.

Nitelikli personel turizm endüstrisi için önemli bir konu olmakla birlikte, insanların genel olarak turizm endüstrisinde çalışmakla ilgili negatif bir tutum geliştirdikleri söylenebilir. Bu durum Türkiye’de daha belirgin bir şekilde yaşanmaktadır. Çünkü turizm endüstrisinde çalışan personelin özlük haklarıyla ilgili olumsuz bir durum söz konusudur. Turizmde işletmelerin uyguladığı düşük ücret politikası, çalışma saatlerinin uzun olması ve tatil dönemlerinde çalışma zorunluluğu sebeplerden dolayı turizm endüstrisinin çalışanlar tarafından diğer bazı iş kollarına daha az tercih edildiği söylenebilir (Şengel, Çevrimkaya & Zengin, 2020). Son yıllarda ise turizmle ilgili bazı iş kollarının daha kazançlı hale geldikleri görülmektedir. Ancak giderek artan kontenjanlar eğitilmiş personelin sayısını artırırken, bu sayının ihtiyaç fazlası olması ve ilerde istihdamla ilgili sorunların yaşanması gibi endişeleri beraberinde getirmektedir. Bu endişelere rağmen kontenjan sayılarında artışın devam ettiği de görülmektedir. Turizm işletmeciliği gibi daha geleneksel bölümlerde kontenjanlarda daralma yaşanıyor gibi görünse de, turizmle ilgili farklı bölümler açılmakta yüksek kontenjan sayılarıyla öğrenciler alınmaktadır. Konuyla ilgili kamu otoriteleri ve karar alıcıların doğru bir politika uygulayarak uzun vadede planlama yapmalarına ihtiyaç vardır.

Turizm eğitimi, mesleğin ve bu mesleği icra edecek kişilerin bazı özellikleri nedeniyle üzerinde durulan önemli bir konu olmaktadır. Hizmet ağırlıklı olan turistik ürünün endüstriyel özellikler barındıran bazı beceriler istemesi, iletişim becerileri ve insan ilişkilerinin yoğun olması, müşteriye üretimin merkezine koyan bir anlayışı temsil etmesi gibi sebepler turizm endüstrisi için eğitimi önemli bir araç haline getirmektedir (Kokt & Strydom, 2014). Bununla birlikte kaliteli bir eğitim öğrencilerin iş deneyimleriyle ilgili olumlu bir eğilimin oluşmasına da kaynaklık edebilmektedir (Richardson, 2009). Turizm eğitiminin teorik bilginin yanında uygulama becerisini de kazandırması

eğitimin endüstri için önemli bir işlevi yerine getirmesini sağlamaktadır. Staj ve işyeri deneyimleriyle öğrencilerin iş deneyimleri erken yaşta arttırılmak istenmektedir (Chuang, Goh, Stout & Dellman-Jenkins, 2007).

Turizm algısıyla ilgili literatürde yapılmış oldukça fazla çalışma mevcuttur. Ancak özellikle yerel halk ve turizm eğitimi alan öğrencilerin bu konudaki algıları ölçülmektedir. Yerel halkın algısını ele alan çalışmalar ekonomik, sosyal, coğrafi, psikolojik ve politik birçok faktörün turizm algısını belirlemede etkili olduğunu ortaya koymaktadır (McCool & Moisey, 1996; Toprak, 2015; Şengel, Işkın & Dil, 2015; Eker, Şengel & Zengin, 2015; Karademir, Sandal & Urhan, 2018; Zengin, Şengel & Ergül, 2018; Reichenberger & Raymond, 2021). Öğrencilerin algılamalarına yönelik yapılan çalışmalarda ise özellikle meslekle ilgili kaygı ve beklentilerin algılamalarda belirleyici unsur olarak öne çıktığı görülmektedir (Kokt & Strydom, 2014; Üzümcü, vd., 2015; Zengin, Işkın & Şengel, 2020). Bunların yanında spesifik bir örneklem olarak esnafların turizm algısını ölçen çalışmalar bulunmaktadır. Bu tür çalışmalar genellikle turizmin yoğun olarak geliştiği ve alışveriş turizminin canlı olduğu bölgelerde yoğunlaştıkları söylenebilir (Zengin & Şengel, 2014; Sarıışık & Işkın, 2017; Qui & Qi, 2020). Gelişmiş ülkelerde bu algılamaların daha olumlu olabileceği söylenebilir.

Eğitim ve mesleğin koşulları noktasındaki konjonktürel yapı, gerek turizm endüstrisiyle gerekse de turizm eğitimiyle ilgili olumsuz algılamaların oluşmasına neden olmaktadır. Turizm endüstrinin kendine özgü bazı dinamikleri bu alandaki mesleklerin zor olmasına ve endüstriyle ilgili sosyolojik anlamda olumsuz bir tutum gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle turizm eğitimi sürecindeki her bir paydaşın meslekle ilgili olumlu bir tutum geliştirmeleri önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı turizm eğitiminin en önemli paydaşlarından biri olan turizm akademisyenlerinin turizm eğitime ilişkin algılarının belirlenmesidir. Gelecekleriyle ilgili mesleki beklentileri yüksek ve bu beklentilere eğitim ile erişme çabasında olan öğrencilere eğitim veren akademisyenlerin, turizm eğitimiyle ilgili algılamaları oldukça önemli bir konudur. Ayrıca yerel halk ve öğrenci düzeyinde turizm eğitimiyle ilgili tutum ölçen çalışmalar çoğunlukta olsa da akademisyenlerin görüşleriyle ilgili çalışmaların sınırlı olmasının da çalışmayı önemli kılan bir diğer özellik olduğu düşünülmektedir.

## Literatür Taraması

Turizm algısı ile turizm eğitimi algısı arasında bir paralelliğin olduğu söylenebilir. Bu anlamda turizm ile ilgili olumlu bir algıya sahip olmanın turizm eğitimiyle ilgili algılamaları da değiştireceği bir gerçektir. Son yıllarda Türkiye’de turizmle ilgili bazı bölümlere oluşan olumsuz tutumların da etkisiyle talep azalırken, popüler kültüre daha fazla entegre edilebilen bölümlere olan talep artmaktadır. Turizm algısı talep ve arz kaynaklı iki farklı değerlendirmeye göre değişebilmektedir. Karademir vd. (2018) arz kaynaklı bir bakış açısı geliştirerek, bir destinasyonun tarihi, kültürel, coğrafi veya doğal güzelliklerinin turizm bölgesi ile ilgili algıyı etkilemede belirleyici faktörler olabileceğini ortaya koymaktadır. Bu faktörlerin referans alındığı pazarlama stratejilerinin destinasyonların tanınırlığında önemli bir faktör olarak ortaya çıkabileceği vurgulanmaktadır. Destinasyonların bu özellikleri pazarlama faaliyetlerinde kullanılma düzeyine bağlı olarak ulusal veya uluslararası talebin artışına kaynaklık edebilmektedir. Bu çabalarda tüm paydaşların etkin katılım gösterdiği bir sistemin başarı şansı ise daha yüksektir.

Turizm algısına yönelik çalışmalarda genellikle yerel halk üzerine yapılmış çalışmalara rastlanmaktadır. Yerel halkın bakış açısı da genellikle destinasyonların gelişmişliğiyle paralel olacak şekilde olumlu veya olumsuz olabilmektedir. Avcıkurt ve Soybalı (2002) yaptıkları çalışmada halkın ekonomik getirileri bağlamında turizme karşı olumlu bir tutum geliştirildiklerini ortaya koymuşlardır. Ancak aynı kitle turizmin kaynaklık edeceği plansız ve

orantısız bir büyüme nedeniyle olumsuz bir tutum sergilemektedir. Alaeddinoğlu (2008) gerçekleştirdiği çalışmada Sivas halkının turizmin olumlu etkileri nedeniyle turizme ve turiste karşı olumlu bir tutum sergilediklerini ortaya koymuştur. Baykan (2007), turizm hareketlerinin yerel kültürleri üzerinde olumsuz bazı etkilere sebep olduğunu belirtmektedir. Bu tür olumsuz etkiler turizme karşı olumsuz bir tutum geliştirmeye sebep olmaktadır.

Literatürdeki kaynakların yerel halkın olumlu turizm algısının ekonomik, olumsuz turizm algısının ise kültürel sebeplerle gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Turizmin yerel ekonomiye olan katkısı yerel halkı da ekonomik anlamda olumlu etkilemekte ve bu durum olumlu bir turizm algısının şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Elbette turizmin bölgesel enflasyon gibi olumsuz etkilerinin olduğunu da unutmamak gerekir. Turizmin sosyal etkileri ekonomik etkilerine göre daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri olmakla birlikte, dil güçlükleri, kültürel yozlaşma, kimlik ve kültür kaynaklı çatışmalar, uygunsuz bazı davranışların sergilenmesi gibi çok farklı düzeyde olumsuz etkileri de olmaktadır. Bu olumsuz sosyo-kültürel etkiler yerel halkın turizmle ilgili olumsuz bir algıya sahip olmalarının en önemli unsurlarından kabul edilmektedir (Toprak, 2015).

Turizm eğitimi nitelikli personel ve turizmdeki sektörlerin ihtiyaç duyduğu standartlara uygun çalışanların yetiştirilmesi için destinasyonların önem verdikleri alanlardan biridir. Eğitim faaliyetleri içerisinde bazı eğitim gruplarının kendine has dinamikleri nedeniyle farklı özellikler taşıdıkları söylenebilir. Bu anlamda sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personellerin yetiştirilmesi uygulama (Üzümcü, Alyakut ve Günsel, 2015), iletişim becerileri ve insan ilişkileri (Aksu ve Bucak, 2012), yabancı dil (Akoğlu Kozak, 2009) ve misafir ilişkileri gibi bazı temel konulara yoğunlaşmış bir eğitim modelini öngörmektedir. Böyle bir eğitim sürecinin tüm ülkeler için belli ve ortak standartlarda uygulanması zor bir durumdur. Ancak sektörün ihtiyaç duyduğu niteliklere sahip personelin yetiştirilmesi için gereklidir.

Turizm eğitiminin sektörün ihtiyacına göre şekillenmesi, bu eğitimin diğer eğitim türlerinden farklılaşan bazı özellikler barındırmasına neden olmaktadır. Belli amaçları barındıran bu özelliklerin ortaya çıkmasında turizm eğitiminin bir mesleki eğitim modeli kimliğinde gelişmesinin büyük etkisi vardır. Bu bağlamda mesleki turizm eğitiminin amaçları aşağıdaki gibi ele alınabilir (Hacıoğlu, Kaşlı, Şahin & Tetik, 2008);

- Nitelikli personelin yetiştirilmesini sağlamak,
- İnsanların turizme olan ilgisini artırmak,
- Eğitim süreciyle pratik ve teorik dengeyi sağlamak,
- Turizmin endüstriyel gelişimine katkıda bulunmak,
- Sektördeki kalifiye çalışan ihtiyacını gidermek,
- Turizmin ekonomik potansiyelini tüm yönleriyle anlatmak,
- Kamuoyu nezdinde olumlu bir turizm imajını sağlamak,
- Turizmin ihtiyaç duyduğu iletişim becerisini güçlendirmek ve
- Meslekle ilgili paydaşlara mesleki bilgi kazandırmaktır.

Ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile turizm algısı arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Gelişmişlik seviyesinin arttığı ülkelerde genellikle turizm ile ilgili olumlu tutum gösterme eğiliminin daha fazla olduğu söylenebilir. Bu durum sadece turizm ile ilgili olmayıp, turizm ile ilgili olan birçok farklı konu için de benzer değerlendirmelerin olduğu söylenebilir. Eğitim de bu alanların başında gelmektedir. Bazı araştırmalarda özellikle

yerel halk düzeyinde turizme karşı olumlu bir tutum gelişmesine rağmen turizm eğitime karşı olumsuz bir tutum gelişmesi gibi bir sonuç ortaya çıkabilmektedir. Zengin vd. (2018) yaptıkları çalışmada halk genel olarak turizme karşı olumlu bir tutum geliştirmektedir. Ayrıca turizm eğitimiyle ilgili de genel bir olumlu tutum olmasına rağmen katılımcıların önemli bir kısmı çocuklarının turizm eğitimi almasını ve turizmle ilgili derslerde çalışmasını istememektedir. Bu durumun farklı sebepleri olmakla birlikte, bireylerin ekonomik anlamda katkıları olan turizmin desteklendiğini, ancak özlük hakları veya mesleğin toplumdaki itibarı gibi nedenlerle kendi çocuklarının turizm eğitimi almalarına veya turizm mesleğini icra etmelerine sıcak bakmadıkları söylenebilir.

## Metodoloji

Bu çalışmanın amacı turizm ile ilgili bölümlerde çalışan akademisyenlerin turizm eğitime ilişkin algılarının belirlenmesidir. Eğitimin giderek önem kazandığı modern dünyada, yükseköğretim düzeyinde eğitim veren eğitimcilerin nitelikleri de aynı düzeyde önem kazanmaktadır. Türkiye’de ve dünyada son yıllarda gelişen gözde bir pazar olan turizm ile ilgili önemli ihtiyaçlardan biri olan nitelikli personellerin yetiştiği üniversitelerde nitelikli eğitimcilerin olması son derece önemlidir. Niteliğin yanında, ilgili eğitimcilerin eğitim verdikleri alanla ilgili olumlu bir algıya sahip olmaları da önemli bir konudur. Elette eğitimcilerin algısını olumsuzluğa sevk edecek birçok durumun yaşandığı bir ortamda, olumlu algıya ilişkin bir refleksin olması alanda nitelikli personellerin yetişmesinde kritik bir işleve aracılık edebilmektedir. Böyle bir gereksinime cevap vermesi bakımından yapılan bu çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada belli bir konuya ilişkin algıların test edilmesi nedeniyle nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Sahadan veri elde edilirken bir nicel veri toplama aracı olan anketten yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcı akademisyenlerin betimleyici istatistiklerini ortaya koyan ve akademisyenlerin turizm eğitimiyle ilgili algılarını etkileyebileceği düşünülen dört adet demografik soruya yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise Zengin vd. (2018) kullandığı ve 20 sorudan oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Kullanılan ölçek 5’li Likert (1-Kesinlikle Katılmıyorum - 5-Kesinlikle Katılıyorum) ölçüm yapısına sahiptir.

Araştırmanın evrenini ise Türkiye’deki turizm akademisyenleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışma verilerinin toplandığı dönemde Türkiye’deki farklı üniversitelerde çalışan yaklaşık 1700 akademisyen çalışmanın araştırma evrenini oluşturmaktadır. 1700 kişiden oluşan bir araştırma evreni için 313 örneklem sayısının temsil yeteneği mevcuttur (Coşkun, Altunışık & Yıldırım, 2019). Bu kapsamda Türkiye genelindeki akademisyenlerden kolayda örnekleme yöntemi ile toplam 328 akademisyenden veri elde edilmiş ve bunların 324 tanesi analiz sürecine dahil edilmiştir. Bu veri sayısı araştırma evrenine göre %5 hata payı yeterli bir sayı kabul edilmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004). Veriler yüz yüze ve online olmak üzere iki farklı şekilde toplanmıştır. Örneklemenin Türkiye’nin geneline yayılması ve veri toplama sürecinde COVID-19 pandemisi nedeniyle uygulanan seyahat kısıtları ve sosyal mesafe kuralları nedeniyle verilerin bir bölümünün online platformlar yardımıyla toplanmasını zorunlu kılmıştır. Ayrıca çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulu 02.08.2021 tarihi ve 900/15140 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Çalışmanın geçerliliği ile güvenilirliği için bazı yöntemler kullanılmıştır. Ölçeğin geçerliliği noktasında en önemli referans ölçeğin daha önce benzer bir amaçla farklı akademik çalışmalarda kullanılmış olmasıdır. Ayrıca veriler toplandıktan sonra veri seti eşit sayıda veriyi içeren iki ayrı veri tabanında analiz edilmiş ve her iki veri setinin benzer

sonuçlar ürettiği görülmüştür. Bu uygulama ölçeğin araştırmanın amaçlarına uygun ve anlaşılır bir ölçek olduğunu ve çalışmanın geçerliliğini ortaya koyan değerlendirmelerdir. Bununla birlikte elde edilen verilerin güvenilirliği Cronbach Alpha katsayısı yardımıyla test edilmiştir. Ölçekte kullanılan 20 ifade için Alpha değeri 0,761 olarak tespit edilmiştir. Sosyal bilimlerdeki güvenilirlik testleri için istenen referans değer aralığında olduğu için bu çalışmanın güvenilirlik koşulunu yerine getirdiği söylenebilir (Can, 2018). Verilerin analizinde istatistiksel analiz programlarından yararlanılırken, analiz sürecinde parametrik testler kullanılmıştır. Test öncesi yapılan değerlendirmede boyutlara ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,96/-1,96 aralığında olması verilerin normal dağılımına ilişkin öngörüler sağladığından parametrik testler uygulanmıştır (Tabachnick & Fidel, 2007). Araştırmanın amaçları doğrultusunda ise 4 adet hipotez geliştirilmiştir. Bunlar;

$H_1$ : Akademisyenlerin turizm eğitimi algıları cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

$H_2$ : Akademisyenlerin turizm eğitimi algıları medeni durumlarına göre farklılık gösterir.

$H_3$ : Akademisyenlerin turizm eğitimi algıları yaşlarına göre farklılık gösterir.

$H_4$ : Akademisyenlerin turizm eğitimi algıları unvanlarına göre farklılık gösterir.

## Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin çalışma amaçlarına uygun son üretmesi adına bazı istatistiksel testler uygulanmıştır. Bu kapsamda frekans, faktör ve farklılık testleri kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar için istatistiksel ve mantıksal tutarlılık gibi iki önemli ölçüt dikkate alınarak raporlamalar gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Değişkenlerine Ait Bulgular

|                               | N   | %    |
|-------------------------------|-----|------|
| <b>Cinsiyet</b>               |     |      |
| <i>Kadın</i>                  | 196 | 60,5 |
| <i>Erkek</i>                  | 128 | 39,5 |
| <b>Yaş</b>                    |     |      |
| <i>30 yaş ve altı</i>         | 146 | 45,4 |
| <i>31-45 yaş</i>              | 100 | 30,9 |
| <i>46 ve üstü yaş</i>         | 77  | 23,8 |
| <b>Unvan</b>                  |     |      |
| <i>Doç. Dr. ve Prof. Dr.</i>  | 59  | 18,2 |
| <i>Dr. Öğr. Üyesi</i>         | 103 | 31,8 |
| <i>Arş. Gör. ve Öğr. Gör.</i> | 162 | 50,0 |
| <b>Medeni Durum</b>           |     |      |
| <i>Evli</i>                   | 110 | 34,0 |
| <i>Bekar</i>                  | 214 | 66,0 |

Tablo 1’de katılımcıların demografik değişkenlerine ait bulgular yer almaktadır. Araştırmanın amaçları ve hipotezleri ile katılımcı grubun özellikleri dikkate alınarak sadece 4 adet demografik değişkene ait veriler elde edilmiştir. Bu değişkenlerin tamamı farklılık testlerinde turizm algısını belirleyecek birer kriter olarak kullanılmıştır. Bu bilgiler ışığında katılımcı akademisyenlerin yaklaşık üçte ikisinin bekar olduğu araştırmanın sonuçlarına yansımıştır. Bu bilgiyle paralel olarak daha genç olabilecek kitlenin fazla olması beklenmektedir. Buna uygun şekilde katılımcıların yaklaşık %45’i 30 yaş ve altı, yarısı ise öğretim elemanlarından (Arş. Gör. ve Öğr. Gör.) oluşmuştur. Böyle bir sonucun ortaya çıkmasında, genç akademisyenlerin veri toplama sürecine daha fazla destek vermesi belirleyici olmuştur. Son olarak veri toplanan katılımcı grubun içerisinde kadınların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** İfadelerin Açıklayıcı Faktör Analizi

| <b>Faktör Boyutları</b>                                                                                                       | <b>Açıklanan Varyans</b> | <b>Aritmetik Ortalama</b> | <b>Cronbach Alfa</b> | <b>Faktör Yüklü</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------|---------------------|
| <b>Bireysel ve Sektörel Kazanımlar</b>                                                                                        | <b>22,503</b>            | <b>3,799</b>              | <b>0,878</b>         |                     |
| Turizmin daha iyi anlaşılabilmesi için yerel halka çeşitli konferans ve öğretici seminerle verilmesi gerektiğini düşünüyorum. |                          |                           |                      | 0.868               |
| Turizm Türkiye'nin önemli gelir kaynaklarından biridir. Bu yüzden turizm eğitimini destekliyorum.                             |                          |                           |                      | 0.836               |
| Turizm eğitiminde yabancı dil oldukça önemlidir.                                                                              |                          |                           |                      | 0.827               |
| Turizm eğitiminde birlikte gelişen turizm sektörünün Türkiye'nin kalkınmasında önemli bir rol oynayacağını düşünüyorum.       |                          |                           |                      | 0.818               |
| Turizm eğitiminin turizm sektörüne katkısı vardır.                                                                            |                          |                           |                      | 0.677               |
| <b>Kaygı ve Beklentiler</b>                                                                                                   | <b>15,990</b>            | <b>3,083</b>              | <b>0,702</b>         |                     |
| Türkiye'de turizm eğitiminin yaygınlaşması bizi eğitimin kalitesiyle ilgili olarak endişelendiriyor.                          |                          |                           |                      | 0.795               |
| İlerde oğlumun/kızımın turizm sektöründe çalışmasını isterim.                                                                 |                          |                           |                      | 0.786               |
| Turizm eğitimini gerekli bulmuyorum.                                                                                          |                          |                           |                      | 0.665               |
| <b>İstihdam ve Farkındalık</b>                                                                                                | <b>14,782</b>            | <b>2,243</b>              | <b>0,725</b>         |                     |
| Türkiye halkı turizme yeterince önem vermemektedir.                                                                           |                          |                           |                      | 0.808               |
| Turizm eğitimi alan öğrenciler kolaylıkla iş bulabilir.                                                                       |                          |                           |                      | 0.738               |
| Turizm eğitimi alan öğrencilerin Türkiye'de rahatlıkla iş bulabileceğini düşünüyorum.                                         |                          |                           |                      | 0.674               |
| Türk halkı turizm konusunda bilinçsizdir                                                                                      |                          |                           |                      | 0.557               |
| <b>Teknoloji ve Proje</b>                                                                                                     | <b>11,040</b>            | <b>4,117</b>              | <b>0,665</b>         |                     |
| Turizm eğitiminin yeni projelerle ve ilerleyen teknolojiyle birlikte geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum.                  |                          |                           |                      | 0.811               |
| Türkiye'de turizm adına akademisyenlerin ve öğrencilerin proje yapmasını isterim.                                             |                          |                           |                      | 0.719               |
| Türkiye'de turizmin gelişmesi için turizm eğitiminin iyileştirilmesi gerektiğini düşünüyorum.                                 |                          |                           |                      | 0.625               |

**Varimaks Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi:** Açıklanan Toplam Varyans: %64,31; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü: 0,852; Barlett Küresellik Testi:  $p < 0,05$ ;  $df$ : 120; Ki-Kare: 2435,988; Değerlendirme Aralığı [1] Kesinlikle Katılmıyorum – [5] Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmada kullanılan değişkenlerin boyutlandırması amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi gerçekleştirilmiştir. Analizin ilk aşamasında Varimaks Rotasyonlu Bileşenler Analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonucunda elde edilen sonuçlar ölçeğin elde edilen veriler ışığında faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. Bu kapsamda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem büyüklüğü: 0,852, Barlett Küresellik Testi 0,000 ( $p < 0,05$ ) olarak tespit edilmiştir. Sosyal bilimlerin konuya ilişkin referans değerleri dikkate alındığında, bu değerler yapılan çalışmada kullanılan ölçeğin elde edilen veriler bağlamında faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 4 boyutta toplandığı sonucuna varılmıştır. Tablo 2 dikkate alındığında boyutların “Bireysel ve Sektörel Kazanımlar”, “Kaygı ve Beklentiler”, “İstihdam ve Farkındalık” ile “Teknoloji ve Proje” isimlendirildiği anlaşılmaktadır. Analiz esnasında 5 ifade istatistiksel kaidelere uygun olmaması nedeniyle devre dışı bırakılmıştır. Bu sonuçlar anketin alındığı çalışmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Boyutları oluşturan ifadelerin faktör yükleri 0.868 ile 0.557 arasında değişen değerler almaktadır. Tablo 2 aynı zamanda boyutların güvenilirlik katsayıları (Cronbach Alpha), aritmetik ortalamaları ve açıklanan varyans değerlerine ilişkin bilgileri de içermektedir. Boyutlara ilişkin açıklanan varyanslar boyut düzeyinde kabul edilebilir düzeylerde iken, tüm ölçeğin boyutlara bölünürken oluşan açıklanan varyans yaklaşık %63'tür. Bu değerle ilgili farklı değerlendirmeler olmakla birlikte, sosyal bilimlerde %60'ın üzerindeki açıklanan varyans değerlerinin yeterli düzeyde açıklayıcılığa sahip oldukları sonucunu vermektedir.

**Tablo 3.** Cinsiyetlerine Göre Katılımcıların Turizm Algısı Değerlendirmeleri

| Kategoriler                     | Değişken | n   | $\bar{X}$ | t      | p             |
|---------------------------------|----------|-----|-----------|--------|---------------|
| Bireysel ve Sektörel Kazanımlar | Kadın    | 196 | 3.7602    | -1,301 | 0,194         |
|                                 | Erkek    | 128 | 3.8594    |        |               |
| Kaygı ve Beklentiler            | Kadın    | 196 | 2.8980    | -3,885 | <b>0,000*</b> |
|                                 | Erkek    | 128 | 3.3672    |        |               |
| İstihdam ve Farkındalık         | Kadın    | 196 | 2.1020    | -3,308 | <b>0,001*</b> |
|                                 | Erkek    | 128 | 2.4609    |        |               |
| Teknoloji ve Proje              | Kadın    | 196 | 4.1684    | 2,500  | <b>0,013*</b> |
|                                 | Erkek    | 128 | 4.0391    |        |               |

\*  $p < 0.05$  düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 3 katılımcıların cinsiyetlerine göre katılımcıların turizm algısı değerlendirmelerini göstermektedir. Bu kapsamda *Kaygı ve Beklentiler*, *İstihdam ve Farkındalık*, *Teknoloji ve Proje* boyutları için turizm algısı değerlendirmeleri cinsiyete göre farklılık ( $p < 0,05$ ) göstermektedir. Aritmetik ortalamalara göre Kaygı ve Beklentiler boyutu için erkeklerin ( $\bar{X} = 3,36$ ) kadınlara ( $\bar{X} = 2,89$ ) göre daha olumlu görüş bildirmelerinden kaynaklanan bir farklılık söz konusudur. Erkekler turizm algısı kadınlara kıyasla daha fazla kaygı ve beklentilere yoğunlaşmaktadır. Benzer şekilde İstihdam ve Farkındalık boyutu için de erkeklerin ( $\bar{X} = 2,46$ ) kadınlara ( $\bar{X} = 2,10$ ) kıyasla daha olumlu görüş bildirmelerinden kaynaklanan bir farklılık söz konusudur. Turizmin istihdam ve farkındalık gibi konulardaki algıları erkeklerde daha yüksektir. Teknoloji ve Proje boyutunda ise diğer iki boyutun aksine kadınların ( $\bar{X} = 4,16$ ) erkeklere ( $\bar{X} = 4,03$ ) göre daha olumlu düşüncelerinde kaynaklanan bir farklılık söz konusudur. Kadınlar turizm veya turizm eğitiminin teknoloji ve proje kullanımı konusunda ilişkin erkeklere göre daha pozitif bir algıya sahiptir.

**Tablo 4.** Medeni Durumlarına Göre Katılımcıların Turizm Algısı Değerlendirmeleri

| Kategoriler                     | Değişken | n   | $\bar{X}$ | t      | p             |
|---------------------------------|----------|-----|-----------|--------|---------------|
| Bireysel ve Sektörel Kazanımlar | Bekar    | 214 | 3.855     | 2,024  | <b>0,044*</b> |
|                                 | Evli     | 110 | 3.690     |        |               |
| Kaygı ve Beklentiler            | Bekar    | 214 | 3.135     | 1,242  | 0,216         |
|                                 | Evli     | 110 | 2.981     |        |               |
| İstihdam ve Farkındalık         | Bekar    | 214 | 2.200     | -1,111 | 0,267         |
|                                 | Evli     | 110 | 2.327     |        |               |
| Teknoloji ve Proje              | Bekar    | 214 | 4.200     | 4,684  | <b>0,013*</b> |
|                                 | Evli     | 110 | 3.954     |        |               |

\*  $p < 0.05$  düzeyinde anlamlıdır.

Katılımcıların medeni durumları *Bireysel ve Sektörel kazanımlar ile Teknoloji ve Proje* boyutları için anlamlı farklılıklar ( $p < 0,05$ ) üretmiştir. Aritmetik ortalamalara göre *Bireysel ve Sektörel kazanımlar ile Teknoloji ve Proje* boyutlarının her ikisi için de bekarların (Birinci boyut için  $\bar{X} = 3,85$ , İkinci boyut için  $\bar{X} = 4,20$ ) evlilere (Birinci boyut için  $\bar{X} = 3,69$ , İkinci boyut için  $\bar{X} = 3,95$ ) göre daha olumlu düşüncelerinden kaynaklanan anlamlı bir farklılık söz konusudur. Bekarların hem turizmin veya turizm eğitiminin kazanımları hem de teknoloji ve proje üretimiyle ilgili algıları daha yüksektir.



**Tablo 5.** Yaşlarına Göre Katılımcıların Turizm Algısı Değerlendirmeleri

| Kategoriler                     | F      | p             | 30 yaş ve<br>altı | 31-45 yaş | 46 yaş ve<br>üzeri | Post Hoc Testi - Tukey        |
|---------------------------------|--------|---------------|-------------------|-----------|--------------------|-------------------------------|
|                                 |        |               | $\bar{X}$         | $\bar{X}$ | $\bar{X}$          |                               |
| Bireysel ve Sektörel Kazanımlar | 3,230  | <b>0,041*</b> | 3,71              | 3,80      | 3,96               | 30 yaş altı ile 45 yaş üstü   |
| Kaygı ve Beklentiler            | 44,194 | <b>0,000*</b> | 2,57              | 3,26      | 3,81               | 30 yaş altı ile diğer gruplar |
| İstihdam ve Farkındalık         | 16,909 | <b>0,000*</b> | 1,91              | 2,47      | 2,57               | 30 yaş altı ile diğer gruplar |
| Teknoloji ve Proje              | 0,425  | 0,654         | 4,07              | 4,11      | 4,14               | -                             |

\*  $p < 0.05$  düzeyinde anlamlıdır.

Katılımcıların yaşlarına göre turizm algısı değerlendirmeleri Tablo 5'te verilmektedir. *Bireysel ve Sektörel Kazanımlar*, *Kaygı ve Beklentiler* ile *İstihdam ve Farkındalık* boyutlarının 3'ün de katılımcıların yaşlarına göre istatistiksel ve anlamlı olarak farklı ( $p < 0,05$ ) değerlendirmeler ortaya çıkmıştır. Değerlendirme yapan gruplar 2'den fazla olduğu için Post-Hoc testlerinden Tukey testi yapılarak anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bireysel ve Sektörel Kazanımlar boyutunda anlamlı farklılık 30 yaş altı grubundan katılımcılar ile 45 yaş üstü grubuna mensup katılımcılar arasında gerçekleşmiştir. Tukey testi sonucunda göre Kaygı ve Beklentiler ile İstihdam ve Farkındalık boyutlarındaki farklılık 30 yaş altı katılımcılar ile diğer iki yaş grubuna mensup katılımcılar arasında gerçekleşmiştir. Bu sonuç katılımcıların yaşları ile turizm algıları arasında bir doğrusallığın olduğunu ortaya koymaktadır. Akademisyenlerinin yaşları arttıkça turizmden kaynaklı kaygı ve beklentiler ile istihdama etkileri ve farkındalık ile ilgili algıları da olumlu olmaktadır.

**Tablo 6.** Unvanlarına Göre Katılımcıların Turizm Algısı Değerlendirmeleri

| Kategoriler                     | F      | p             | Doç. Dr. ve<br>Prof. Dr. | Dr. Öğr.<br>Üyesi | Arş. Gör. ve<br>Öğr. Gör. | Post Hoc Testi - Tukey                           |
|---------------------------------|--------|---------------|--------------------------|-------------------|---------------------------|--------------------------------------------------|
|                                 |        |               | $\bar{X}$                | $\bar{X}$         | $\bar{X}$                 |                                                  |
| Bireysel ve Sektörel Kazanımlar | 6,755  | <b>0,001*</b> | 3,95                     | 3,91              | 3,66                      | Doç. Dr. ve Prof. Dr. ile Arş. Gör. ve Öğr. Gör. |
| Kaygı ve Beklentiler            | 24,014 | <b>0,000*</b> | 3,76                     | 3,24              | 2,73                      | Arş. Gör. ve Öğr. Gör. ile diğer gruplar         |
| İstihdam ve Farkındalık         | 0,477  | 0,621         | 2,30                     | 2,29              | 2,19                      | -                                                |
| Teknoloji ve Proje              | 2,303  | 0,102         | 4,10                     | 4,20              | 4,06                      | -                                                |

\*  $p < 0.05$  düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6 katılımcıların turizm algılarına ilişkin unvana bağlı değerlendirmelerini içermektedir. *Bireysel ve Sektörel Kazanımlar* ile *Kaygı ve Beklentiler* boyutlarında anlamlı bir farklılık ( $p < 0,05$ ) ortaya çıkmıştır. Yaş değişkenine benzer şekilde değerlendirme yapan gruplar 2'den fazla olduğu için Post-Hoc testlerinden yararlanılarak farklılığın gerçekleştiği gruplar tespit edilmiştir. Bireysel ve Sektörel Kazanımlar boyutundaki farklılık öğretim elemanları ile doçent ve profesör gibi yüksek akademik unvana sahip gruplar arasında bir farklılık oluşmuştur. Yüksek akademik unvanlara sahip akademisyenler genç akademisyenlere göre turizmin bireysel ve sektörel kazanımlarıyla ilgili daha olumlu bir görüşe sahip olduğu bir sonuç ortaya çıkmıştır. Kaygı ve Beklentiler boyutundaki farklılık ise öğretim elemanları ile öğretim üyesi mensuplarının yer aldığı iki grup arasında gerçekleşmiştir. Akademik unvan arttıkça turizm veya turizm eğitimiyle ilgili algılar da olumluya doğru bir eğilim göstermektedir.

## Sonuç ve Tartışma

Turizm endüstrisinde yaşanan gelişmelere paralel olarak, farklı kademelerde turizm eğitimi veren kurumların sayısında ciddi bir artış meydana gelmektedir. Bu kapsamda yükseköğretim düzeyinde de son yıllarda birçok eğitim kurumu faaliyete başlamıştır. Eğitim kurumları departmanlar düzeyinde farklı mesleki beceri kazandıracak eğitimler verilmektedir. Ülkelerde ihtiyaçtan fazla turizm eğitimi kurumlarının inşa edilmesi veya kontenjan artışlarının olması, yakın gelecekte sosyal ve ekonomik bazı toplumsal sorunları beraberinde getirebileceği düşünülmektedir. Çünkü sayıca fazla yükseköğretim düzeyinde eğitim kurumunun açılması kısa vadede (2 veya 4 yıl sonra) ihtiyaçtan fazla turizm mezunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum farklı sosyal ve ekonomik dinamiklerine bağlı olarak farklılık gösterebilir.

Eğitim kurumlarındaki sayısal artıştan ziyade mevcut eğitim kurumlarının niteliksel olarak iyileştirilmesi her ülke açısından kritik bir öneme sahiptir. Özellikle turizm gibi hizmet ağırlıklı bölümler için uygulama imkânları güçlü, öğrenciyi mezuniyet sonrası mesleğiyle ilgili işlere uygun hale getirecek eğitim kurumlarının tesis edilmesi gerekmektedir (Fatima, Ghandforoush, Khan & Mascio, 2019). Birçok ülkede turizm eğitimiyle ilgili nitelikli eğitim kurumları ve buralardan mezun olacak nitelikli öğrenciler bulunmaktadır. Ancak mezun sayısının çok fazla olması, mezuniyet sonrası mutlu olamayacak geniş bir kitlenin oluşabileceği endişesi uyandırmaktadır (Ünlüönen & Boylu, 2005; Thomas, Khalil & Joseph, 2020). Tüm bu süreç turizm ile ilgili algının olumlu veya olumsuz olma sürecini de etkilemektedir.

Turizm ile turizm eğitimi arasındaki güçlü bağ bu iki unsurun toplumsal algılamalarında da bir benzeşmenin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Turizm eğitime olan bakış açısı turizm endüstrisinin tümü için önemli bir referans olabileme özelliği taşımaktadır. Eğitimin en önemli paydaşlarından olan akademisyenlerin turizm eğitimi algısının olumlu olması son derece önemlidir. Türkiye’de turizm akademisyenleri turizm eğitimi bireysel veya toplumsal kazanımları, meslekle ilgili kaygı ve beklentiler, istihdam olanakları ve farkındalık ile mesleğin teknoloji ve proje kullanma düzeyi gibi parametrelerle değerlendirmektedir. Akademisyenlerin istihdam ve farkındalık oluşturma noktasında Türkiye’deki turizm eğitiminin zayıf kaldığını düşünmektedir. Mevcut sonuçlar Akoğlan Kozak (2008) tarafından Türkiye’nin akademik turizm eğitiminin durum analizinin yapıldığı çalışmayla paralellik göstermektedir. Bu durum Türkiye’deki araştırma boyunca üzerinde durulan yapısal sorunu da tekrar ortaya koymaktadır. Turizm akademisyenleri turizm eğitiminin istihdam ve farkındalık oluşturma potansiyelini düşük gördükleri halde ülkede sürekli olarak turizmle ilgili yeni bölümler açılmaktadır. Başta üniversiteler olmak üzere, kamu otoritelerine sayısal artışın durulmasında önemli görevler düşmektedir. Ayrıca akademisyenlerin bazı demografik özellikleri turizm eğitimi algılarında belirleyici bir rol üretmektedir. Bu bağlamda genel olarak erkeklerin kadınlara ve bekârların evlilere göre daha olumlu bir tutuma sahip oldukları söylenebilir. Turizm endüstrisindeki çalışma koşullarının bu durum oluşmasında belirleyici olduğu düşünülmektedir. Kadınların ve evlilerin daha fazla ailevi sorumluluklarının olması, onları vardiya sistemi ve çalışma saati gibi konularda zora sokmaktadır. Böylece daha olumsuz bir tutum geliştirmeleri gibi bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Yaş ve unvan değişkenlerindeki yükselme akademisyenlerin turizm algılamalarıyla doğrusal bir görüntü ortaya koymaktadır. Bu anlamda akademisyenlerin yaşları ve unvanları arttıkça turizme ve turizm eğitime yönelik daha olumlu bir tutum geliştirildikleri söylenebilir. Burada toplumsal dinamiklerin belirleyici bir role sahip olduğu söylenebilir.

Çalışma kapsamında bazı öneriler getirilebilir. Çalışmanın ampirik bulguları turizm akademisyenlerinin algısıyla ilgilidir. Ancak yapılan literatür taraması Türkiye’de turizmle ilgili alanlarda verilen eğitimle ilgili kontenjan artışlarının önemli bir sorun olabileceğinin ortaya koymaktadır. Bu nedenle devletin kontenjan artışlarında istihdam ihtiyacına uygun hareket etmesinde yarar vardır. Akademisyenlerin turizm eğitime ilişkin algıları önem taşımaktadır. Bu nedenle dünyanın farklı ülkelerinde benzer araştırmalar gerçekleştirilebilir.

## Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulu 29/06/2021 tarihi ve 900/15140 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

## KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, M. (2009). Akademik turizm eğitimi üzerine bir durum analizi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 1-20.
- Aksu, M., & Bucak, T. (2012). Mesleki turizm eğitimi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 7-18.
- Alaeddinoğlu, F. (2008). Sivas kentinde halkın turiste ve turizme bakışı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(2), 1-23.
- Avcıkurt, C., & Soybalı, H. (2002). Residents attitudes towards tourism in Ayvalik, Turkey. *Tourism Analysis-An Interdisciplinary*, 6 (3/4), 259-265
- Baykan, E. (2007). *Turizmin yerel kültürler üzerindeki etkilerinin yerel halk tarafından algılanması (Ürgüp yöresine yönelik bir uygulama)* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Can, A. (2018). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları
- Chuang, N. K., Goh, B. K., Stout, B. L., & Dellman-Jenkins M. (2007). Hospitality undergraduate career choices and factors influencing ommitment to the profession. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 19(4), 28-37
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2019), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çavuş, Ş., & Kaya, A. (2015). Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumu. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), 101-117
- Eker, N., Şengel, Ü., & Zengin, B. (2015). Safranbolu turizminin “Doxey Irritation Index“ kapsamında değerlendirilmesi. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators*, (ss. 2013-221), 28-30 Mayıs, Konya/Türkiye
- Fatima, J. K., Ghandforoush, P., Khan, M., & Mascio, R. D. (2019). Mobile learning adoption for tourism education in a developing country. *Current issues in Tourism*, 22(4), 420-427.

- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S., & Tetik, N. (2008). *Türkiye’de turizm eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Karademir, N., Sandal, E. K., & Urhan, F. B. (2018). Kahramanmaraş’ta turizm algısı. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), 45-64.
- Kokt, D., & Strydom, A. J. (2014). Reflecting on industry and student expectations for working in the tourism and hospitality industry: A case study. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 36(1), 119-130
- Korukoğlu, A. (2003). Üniversite öğrencilerinin eğitimden beklentileri. Ege Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(8), 79-89
- McCool, S. F., & Moisey, R. N. (1996). Monitoring resident attitudes toward tourism. *Tourism analysis*, 1(1), 29-37.
- Qiu, L., & Qi, L. (2020). E-learning assessment for tourism education LISREL Assisted intercultural tourism perception and data integrated satisfaction perspectives. *Journal of Computing in Higher Education*, 32(1), 89-108.
- Reichenberger, I., & Raymond, E. M. (2021). Students’ perceptions of tertiary tourism education and careers during the Covid-19 pandemic. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 1-23, <https://doi.org/10.1080/15313220.2021.1950593>
- Richardson, S. (2009). Undergraduate’s perceptions of tourism and hospitality management. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 382-388
- Sarıışık, M., & Işkın, M. (2017). Sivas medrese esnafının turizm endüstrisine yönelik görüşlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *4th International Congress of Tourism & Management Researches*, (ss. 416-427), 12-14 Mayıs, Girne/Kıbrıs
- Şengel, Ü., Çevrimkaya, M., & Zengin, B. (2020). The effect of professional expectations of tour guiding students on their professional motivation. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 100293, <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100293>
- Şengel, Ü., Işkın, M., & Dil, E. (2015). Sapanca turizminin “Doxey Kızgınlık Modeli”nin boyutları kapsamında değerlendirilmesi. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators*, (ss. 189-198), 28-30 Mayıs, Konya/Türkiye
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2015). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı*. M. Baloglu (Çev.), Ankara: Nobel Yayıncılık
- Thomas, B. J., Khalil, T., & Joseph, N. (2020). The role of educational technologies in CSR perception of tourism education: The comparative analysis of e-learning and m-learning tools as moderators. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(12), 1-13.
- Toprak, L. (2015). Mardin’de halkın turizm algısı. *Electronic Journal of Social Sciences*, 14(54), 201-218
- Ünlüönen, K., & Boylu, Y. (2005). Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimindeki gelişmelerin değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 11-32

- Ünlüöner, K., & Boylu, Y. (2005). Türkiye'de yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimindeki gelişmelerin değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (elektronik)*, 3(12), 11-32.
- Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö., & Günsel, A. (2015). Turizm eğitimi alan öğrencilerin, mesleğin geleceğine ilişkin bakış açıları. *Bahkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 179-199.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zengin B., & Şengel, Ü. (2014). İstanbul Kapalıçarşı esnafının turizm algısı üzerine bir araştırma. *13. Geleneksel Turizm Paneli Bildiriler Kitabı*, İstanbul
- Zengin, B., Işkın, M., & Şengel, Ü. (2020). Turizm öğrencilerinin mesleki beklenti, mesleki bağlılık ve meslek değiştirme eğilimleri üzerine bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 79-90.
- Zengin, B., Şengel, Ü., & Ergül, A. A. (2018). İnsanların turizm eğitime bakış açıları: Sakarya örneği. *1st International Congress of New Generation and New Trends in Tourism*, (ss. 66-75), 1-3 Kasım 2018, Sapanca/Sakarya.

## **A Study on the Perceptions of Academicians on Tourism Education**

**Hakan ARSLAN**

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya /Turkey

**Burhanettin ZENGİN**

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya /Turkey

**Pelin TUNA ARSLAN**

Istanbul Kültür University, Vocational School, Istanbul /Turkey

### **Extensive Summary**

Tourism education is an important subject that is emphasized due to some characteristics of the profession and the people who will practice this profession. The reasons such as the service-oriented touristic product requires some skills with industrial features, the intense communication skills and human relations, and the representation of an understanding that puts the customer at the center of production make education an important tool for the tourism industry (Kokt & Strydom, 2014). However, a quality education can also lead to a positive trend in students' work experiences (Richardson, 2009). The fact that tourism education provides practical skills as well as theoretical knowledge ensures that education fulfills an important function for the industry. It is desired to increase the work experience of students at an early age with internship and workplace experiences (Chuang, et al., 2007).

The cyclical structure at the point of education and the conditions of the profession causes negative perceptions about both the tourism industry and tourism education. Some of the unique dynamics of the industry cause the related professions to be difficult and have difficulty in finding a positive response in the sociological sense. For this reason, it is important for each stakeholder in the tourism education process to develop a positive attitude towards the profession. The aim of this study is to determine the perceptions of tourism academicians, who are one of the most important stakeholders of tourism education, about tourism education. The perceptions of the academicians about tourism education is a very important issue for the students who have high professional expectations about their future and who are trying to reach these expectations through education. In addition, although studies measuring attitudes towards tourism education at the level of local people and students are in the majority, the limited number of studies on the views of academics is thought to be another feature that makes the study important.

Quantitative research methods were used in the study because of testing perceptions on a particular subject. While obtaining data from the field, a questionnaire, which is a quantitative data collection tool, was used. The questionnaire form used in the research consists of two parts. In the first part, there are four demographic questions that reveal the descriptive statistics of the participating academicians and that are thought to affect the perceptions of the academicians about tourism education. In the second part of the questionnaire, a scale consisting of 20 questions used by Zengin et al. (2018) was used.

The general universe of the study consists of all tourism academicians, and the research universe consists of tourism academics in Turkey. In this context, approximately 1700 academicians working from different universities in Turkey during the period of 30 March-30 May 2021, when the study data were collected, constitute the research universe of the study. For a research population consisting of 1700 people, 313 samples have the ability to represent

(Coşkun, et al., 2019). In this context, data were obtained from a total of 328 academicians from the academicians throughout Turkey with the convenience sampling method, and 324 of them were included in the analysis process. This number of data is considered a sufficient number with a 5% margin of error according to the research population (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004). Data were collected in two different ways, face-to-face and online. The spread of the sample across Turkey and the travel restrictions and social distance rules applied due to the COVID-19 pandemic during the data collection process required some of the data to be collected with the help of online platforms.

Some methods were used for the validity and reliability of the study. The most important reference scale in terms of the validity of the scale is that it has been used in different academic studies for a similar purpose. In addition, after the data were collected, the data set was analyzed in two separate databases containing the same number of data, and it was seen that both data sets produced similar results. This application has revealed that the scale is a suitable and understandable scale for the purposes of the research, and it is the evaluations that reveal the validity of the study. However, the reliability of the obtained data was tested with the help of the Cronbach Alpha coefficient. Alpha value was determined as 0.761 for 20 expressions used in the scale. It can be said that this study fulfills the reliability condition since it is within the desired reference value range for reliability tests in social sciences (Can, 2018). While statistical analysis programs were used in the analysis of the data, parametric tests were used in the analysis process. Parametric tests were applied since the skewness and kurtosis values of the dimensions were in the range of +1.96/-1.96 in the evaluation made before the test, providing predictions about the normal distribution of the data (Tabachnick & Fidel, 2007).

The strong interaction between tourism and tourism education causes a similarity in the social perceptions of these two elements. The perspective on tourism education has the feature of being an important reference for the entire tourism industry. It is extremely important that academicians, who are one of the most important stakeholders of education, have a positive perception of tourism education. Tourism in Turkey evaluates the tourism education of academicians with parameters such as individual or social gains, concerns and expectations about the profession, employment opportunities and awareness, and the level of technology and project use by the profession. It is reflected in the results of this study that academicians see tourism education as weak in terms of employment and awareness raising. The present results show parallelism with the study by Akoğlan Kozak (2008) in which the situation analysis of Turkey's academic tourism education was made. This situation also reveals the structural problem in Turkey that has been emphasized throughout the research. Although tourism academics consider the employment and awareness-raising potential of tourism education to be low, new departments related to tourism are constantly being opened in the country. Public authorities, especially universities, have important duties in curbing the numerical increase. In addition, some demographic characteristics of academicians play a decisive role in tourism education perceptions. In this context, it can be said that men generally have a more positive attitude than women and singles have a more positive attitude than married people. The increase in the age and title variables reveals a linear image with the tourism perceptions of the academicians.