

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, TURİZM MESLEĞİNE
YÖNELME FAKTÖRLERİ İLE TURİZMDE
KARİYER YAPMA İSTEĞİ ARASINDAKİ
İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ; TURİZM
EĞİTİMİ ALAN ÖNLİSANS VE LİSANS
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Sinem UYSAL BAYRAKTAR

2501141016

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. Haluk TANRIVERDİ

İSTANBUL- 2019



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : SİNEM UYSAL BAYRAKTAR Numarası : 2501141016

Anabilim Dalı /
Anasanat Dalı / Programı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ Danışmanı : PROF. DR. HALUK TANRIVERDİ

Tez Savunma Tarihi : 10.05.2019 Saati : 11.00

Tez Başlığı : KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, TURİZM MESLEĞİNE YÖNELME FAKTÖRLERİ İLE TURİZMDE
KARIYER YAPMA İSTEĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ: TURİZM EĞİTİMİ
ALAN ÖNLİSANS VE LİSANS ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış,
sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. HALUK TANRIVERDİ		KABUL
2- PROF. DR. FÜSUN İSTANBULLU DİNÇER		KABUL
3- DOÇ. DR. EMRAH ÖZKUL		KABUL

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. MEHMET ERKAN		
2- DR. ÖĞR. ÜYESİ ARİF YILMAZ		

ÖZ

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, TURİZM MESLEĞİNE YÖNELME FAKTÖRLERİ İLE TURİZMDE KARIYER YAPMA İSTEĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ; TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖNLİSANS VE LİSANS ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sinem UYSAL BAYRAKTAR

Turizm sektörü emek yoğun bir sektör olması nedeniyle bu çalışmada da turizm eğitimi alan ön lisans ve lisans öğrencilerinin kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ile turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede bir vakıf ve bir devlet üniversitesinde turizm eğitimi alan 384 öğrenciyle anket uygulanmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama ve analizinde nicel yöntemler kullanılmış ve elde edilen veriler, SPSS 20 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen veriler üzerinden yapılan analizler sonucunda, devlet üniversitesinde okuyanlar vakıf üniversitesinde okuyanlara göre turizme yönelmede daha istekli çıkmıştır. Aynı zamanda ikinci sınıf öğrencilerinin birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin ise birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla kariyer yapmak istedikleri saptanmıştır. Kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ile turizmde kariyer yapma isteği arasında ilişki bulunmuştur. Aynı zamanda kişilik özelliklerin turizm mesleğine yönelten faktörleri ve turizmde kariyer yapma isteği üzerine ve turizm mesleğine yönelten faktörlerin turizmde kariyer yapma isteği üzerine etkisi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: kişilik özellikleri, turizmde kariyer yapma isteği, turizm mesleğine yönelten faktörler

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONALITY TRAITS, FACTORS THAT MOTIVATE TO HAVE A PROFESSION IN THE TOURISM AND WILLINGNESS TO MAKE CAREER ON TOURISM: RESEARCH ON VOCATIONAL AND BACHELOR GRADE TOURISM STUDENTS

Sinem UYSAL BAYRAKTAR

In this study, it is aimed to examine the relationship between the personality traits of associate degree and bachelor's degree students in tourism education, the leading factors towards the tourism occupation and the willingness to pursue a career in tourism industry. In this context, a survey was carried out with 384 students who received tourism education at a foundation and a state university.

In this research, as a data collection method, three different scales were used namely; personality traits, leading factors towards tourism occupation and willingness to follow a career in tourism industry. Quantitative methods were used in data collection and analysis and the data obtained were analyzed through using SPSS 20 statistical package program. As a result of the analysis conducted on the collected data, the students from the state university have more tendency to work in tourism industry than the students from the foundation university do. At the same time, it was found out that the second-year students are more willing to pursue a career in tourism than the first and third year students do and the third and fourth year students have higher willingness to work in tourism industry the first year students do. The relationship between personality traits, leading factors towards tourism occupation and willingness to follow a career in tourism industry was found out. Besides, it has been determined that personality traits have an impact on the leading factors towards tourism occupation as well as the willingness to pursue a career in tourism and the leading factors towards tourism occupation have an effect on the willingness to pursue a career in tourism.

Keywords: personality traits, willingness to pursue a career in tourism industry, leading factors to tourism occupation.

ÖNSÖZ

Bu çalışmada; kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ile turizmde kariyer yapma isteği konularına ilişkin kuramsal bilgilere yer verilerek, bir vakıf ve bir devlet üniversitesinde turizm eğitimi alan ön lisans ve lisans öğrencilerinin kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ile turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmanın hazırlanmasında yönlendirici ve eğitici desteğini aldığım her türlü bilgi ve deneyimini, destek ve yardımını benden esirgemeyen danışman hocam Prof Dr. Haluk TANRIVERDİ'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Eğitim öğretim hayatım boyunca bilgilerinden yararlandığım tüm değerli hocalarıma şükranlarımı sunarım.

Çalışmada, pozitif düşünceleri ve destekleriyle hayatımı güzelleştiren aileme ve yardımlarıyla daima yanımda olan sevgili eşim Hakan BAYRAKTAR'a, çalışmayı yaptığım süreçte beni üzmeyen biricik oğlum Kaan BAYRAKTAR'a ve destekleri ile beni yalnız bırakmayan arkadaşlarım Hanife Ayşen KARAGÖZ, Eda KOCABAŞ GÖKCECİK ve Ayşegül ACAR'a teşekkür ederim.

Aynı zamanda çalışmama katkıda bulunan Haliç Üniversitesi ve Karabük Üniversitesi personeli ve turizm öğrencilerine teşekkür ederim.

İstanbul,2019

Sinem UYSAL BAYRAKTAR

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	III
ABSTRACT	IV
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XIII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XIV
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GENEL BİLGİLER

1.1. Kişilik Özellikleri.....	4
1.1.1. Kişilik Kavramı.....	4
1.1.2. Kişiliği Belirleyen Faktörler	5
1.1.2.1. Kalıtım ve Bedensel yapı Faktörleri	6
1.1.2.2. Sosyo- Kültürel Faktörler.....	7
1.1.2.3. Aile Faktörü	9
1.1.2.4. Sosyal Sınıf Faktörü	10
1.1.2.5. Coğrafi ve Fiziki Faktörler	11
1.1.2.6. Diğer Faktörler	12
1.1.3. Kişilik Kuramları	13
1.1.3.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı.....	13
1.1.3.2. Eric Berne'nin Kişilik Kuramı	14
1.1.3.3. Carl Gustav Jung'un Kişilik Teorisi	15
1.1.3.4. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı.....	17
1.1.4. Kişilik Tipleri	17
1.1.4.1. Kişiliğin Fiziksel Özelliklere Göre Sınıflandırılması	18

1.1.4.2.	Kişiliği Psikolojik Özelliklere Göre Sınıflandırma.....	19
1.1.4.3.	A ve B Tipi Kişilik.....	20
1.1.5.	Kişiliğin Belirlenmesinde Kullanılan Teknikler	20
1.1.5.1.	Beş Faktör Kişilik Ölçeği.....	21
1.1.5.2.	Myers-Briggs Kişilik Ölçeği	22
1.1.5.3.	Cattell 16PF Kişilik Ölçeği	22
1.1.6.	Kişilik ve Turizm	22
1.2.	Mesleğe Yönelten Faktörler	23
1.2.1.	Meslek Kavramı	23
1.2.2.	Meslek Seçimi ve Yönlendirme	23
1.2.3.	Mesleğe Yönlendirme Süreci	25
1.2.4.	Mesleğe Yönelmeye Etki Eden Etkenler	27
1.2.4.1.	Mesleğe Yönlendirmede Ailenin Etkisi	27
1.2.4.2.	Mesleğe Yönlendirmede Okulun Etkisi	28
1.2.4.3.	Mesleğe Yönlendirmede Sosyal Çevrenin Etkisi.....	29
1.2.5.	Turizm Mesleğine Yönelme faktörleri.....	29
1.3.	Kariyer Yapma İsteği	32
1.3.1.	Kariyer Kavramı.....	32
1.3.2.	Kariyer Aşamaları	33
1.3.2.1.	Keşif Aşaması	34
1.3.2.2.	Kurma Aşaması.....	34
1.3.2.3.	Kariyer Ortası.....	35
1.3.2.4.	Kariyer Sonu, Azalma ve Çekilme (Emeklilik) Aşaması	35
1.3.3.	Turizm ve Kariyer	36
1.4.	Kişilik Özellikleri, Mesleğine Yönelme Faktörleri ve Kariyer Yapma İsteği Konusunda Yapılan Çalışmalar	36

İKİNCİ BÖLÜM
TURİZM EĞİTİMİ ALAN LİSANS VE ÖNLİSANS ÖĞRENCİLERİNE
YÖNELİK BİR ALAN ÇALIŞMASI

2.1.	Araştırmanın Konusu	43
2.2.	Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	43
2.3.	Araştırmanın Yöntemi.....	43
2.3.1.	Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	43
2.3.2.	Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	45
2.3.3.	Veri Toplama Araçları	47
2.3.4.	Araştırma Verilerinin Analizi	47
2.3.5.	Araştırmanın Sınırlılıkları	50
2.4.	Araştırmanın Bulguları.....	51
2.4.1.	Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirliğine Yönelik Bulgular	51
2.4.2.	Ölçeklerin ve Boyutların Ortalamalarına İlişkin Bulgular.....	59
2.4.3.	Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular	60
2.4.4.	Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması.....	61
2.4.5.	Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması.....	67
2.4.6.	Turizmde Kariyer Yapma İsteğinin Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması.....	74
2.4.7.	Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	75
2.4.7.1.	Kişilik Özelliklerinin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler ve Turizmde Kariyer Yapma İsteği İle İlişkisi	76
2.4.8.	Regresyon Analizine İlişkin Bulgular	77
2.4.8.1.	Kişilik Özelliklerinin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler Üzerindeki Etkisi.....	77
2.4.8.2.	Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki Etkisi.....	87

2.4.8.3. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Turizmde Kariyer Yapma İsteklerine Etkisi	88
BULGULARIN GENEL OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ.....	91
SONUÇ.....	100
KAYNAKÇA	105
EKLER.....	129

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine İlişkin Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	51
Tablo 2. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlere İlişkin Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları	54
Tablo 3. Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İsteğine İlişkin Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları	58
Tablo 4. Ölçeklerin ve Boyutların Ortalamalarına İlişkin Bulgular.....	60
Tablo 5. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	61
Tablo 6. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Okudukları Üniversiteye Göre Karşılaştırması.....	62
Tablo 7. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Cinsiyetlerine Göre Karşılaştırması....	63
Tablo 8. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırması.....	63
Tablo 9. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Okudukları Sınıflara Göre Karşılaştırması.....	64
Tablo 10. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Lisede Turizm Eğitim Alma Durumlarına Göre Karşılaştırması	65
Tablo 11. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Turizmde Staj Yapma Durumlarına Göre Karşılaştırması.....	66
Tablo 12. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Ailede Turizmci Olma Durumlarına Göre Karşılaştırması.....	67
Tablo 13. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Okudukları Üniversiteye Göre Karşılaştırması	68

Tablo 14. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırması.....	69
Tablo 15. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırması.....	70
Tablo 16. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Okudukları Sınıflara Göre Karşılaştırması.....	71
Tablo 17. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Lisede Turizm Eğitimi Alma Durumlarına Göre Karşılaştırması	72
Tablo 18. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Turizmde Staj Yapma Durumlarına Göre Karşılaştırması	73
Tablo 19. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Ailede Turizmci Olup Olmama Durumuna Göre Karşılaştırması.....	74
Tablo 20. Turizmde Kariyer Yapma İsteğinin Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması.....	75
Tablo 21. Kişilik Özelliklerinin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler ve Turizmde Kariyer Yapma İsteği İle İlişkisi	76
Tablo 22. Kişilik Özelliklerinin Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler Üzerine Etkisi.....	78
Tablo 23. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Gelir Boyutuna Etkisi	79
Tablo 24. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Bireysel Yetenek Boyutuna Etkisi	80
Tablo 25. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Eğitim ve Öğretim İmkânları Boyutuna Etkisi	81

Tablo 26. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Sosyal Faktörler Boyutuna Etkisi	82
Tablo 27. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden İş Koşulları Boyutuna Etkisi	83
Tablo 28. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden İletişim Kurma İmkânları Boyutuna Etkisi	84
Tablo 29. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Kendi İşini Kurma İmkânı Boyutuna Etkisi	85
Tablo 30. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Turizm İmajı Boyutuna Etkisi.....	86
Tablo 31. Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İsteklerine Etkisi	87
Tablo 32. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi.....	88
Tablo 33. Öğrencilerin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi	89
Tablo 34. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Alt Boyutlarının Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi	90

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırmanın Modeli.....	44
-----------------------------------	----



KISALTMALAR LİSTESİ

MYO	: Meslek Yüksek Okulu
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TDK	: Türk Dil Kurumu
Vb.	: Ve Benzeri
V.d.	: Ve diğerleri



GİRİŞ

Günümüzde meslek, para kazanmaya yönelik bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişiler çeşitli beklentilerle bazı meslekleri seçmekte ve bu mesleğe ait davranışlar da kişilerin mesleki rollerini meydana getirmektedir. Bunun yanı sıra neredeyse her meslek belirli sosyal yargılar ile değerlendirilmektedir. Bu açıdan bakıldığında modern toplumlarda bireylerin mesleki seçimleri her ne kadar kişiye bırakılsa da, kişilere meslek seçimlerinde yardımcı olunması faydalı olacaktır. Bu açıdan bakıldığında bireylerin karar vermeleri yaşadığı toplumun kültürü, sosyoekonomik durumu, kişisel özellikleri gibi birçok etmenden etkilenmektedir. Bu nedenle bireylerin mesleki yönlendirme ve kariyer yapma süreci ve buna etki eden durumların bilinmesi oldukça önemlidir.

Birey ve çabaları, iş hayatındaki organizasyonların başarısı için temel unsurdur. İş hayatının devamlılığına katkı sağlayan çalışanın işinden beklentileri ve çalışma yaşamındaki ilişkilerine bakış açısı gelişmiştir. Son zamanlarda personelin sadece işini yapması yeterli kalmamaktadır, aynı zamanda personelin kendini geliştirmesi, yenilemesi ve takım çalışmasında bulunması önemli hale gelmiştir. Diğer taraftan personel için de; işlerinde ilerlemek, daha fazla kazan sağlamak, inisiyatif kullanmak, saygın ve prestijli olmak gibi faktörler önemli hale gelmiştir. Bu değişimlerin gerçekleştirilebilmesi yani personellerin bilgi, becerilerini geliştirmesiyle organizasyondaki gelişimini iyi planlanmasıyla başka bir deyişle kariyer planlaması ile olacaktır.

21. yüzyılda oldukça gelişen rekabet ortamı sebebi ile işletmeler yeni ve modern yönetim anlayışını benimsemektedir. Bunun yanı sıra emek yoğun özelliğine sahip insan unsurunun önemli olduğu turizm endüstrisinde işletmeler hedeflerine ulaşmak için çalışanların verimli olmasına büyük önem verilmektedir. Turizm sektöründeki dinamik çalışma koşulları çalışan faktörünü ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda konaklama işletmeleri çalışanlarından en iyi şekilde yararlanabilmesi için çalışanların kariyer planlamasını ve kariyer yolu tercihlerini dikkate almalılar.

Turizm işletmelerini yoğun rekabet içinde birbirinden ayıran en önemli özelliklerinden birisi de turizm eğitimi almış işgörenlerin işletmelerde

çalıştırılmasıdır. Eğitimli çalışanı önemseyen ülkelerde turizm eğitimi alan kurumlar açılmaktadır. Turizm sektöründe kaliteli bir hizmetin misafirlere verilmesi için öğrencilerin turizm mesleğini tercih etmesini ve turizm eğitimi alanların da eğitimini tamamlanmasından sonra sektörde kariyer yapma istekleri artırılması gerekliliğidir. Buradan hareketle turizm sektöründe eğitim alan öğrencilerin yetenek ve becerilerini okul sonrasında sektörde de hayata geçirmeleri sektörün gelişimine katkı sağlayacaktır.

Yapılan çalışmalara bakıldığında turizm sektörünün yapısı ile kariyer yapma isteği arasında ilişki olduğunu gösterse de, bireylerin kişilik özelliklerinin, bireyleri mesleğe yönelten faktörlerin ve turizmde kariyer yapma isteği arasında da ilişki olduğu düşünülmektedir.

Bu kapsamda bu çalışmada turizm eğitimi almakta olan lisans ve önlisans öğrencilerinin kişilik özellikleri ile turizm mesleğine yönelme faktörleri ve turizmde kariyer yapma istekleri arasındaki ilişkiye bakılacaktır. Çalışma Haliç Üniversitesi ve Karabük Üniversitesinde turizm eğitimi alan lisans ve önlisans öğrencilerine uygulanmıştır. Çalışmada Haliç ve Karabük Üniversitesinin seçilmesinin en büyük sebeplerinden biri turizm eğitimi alan bütün öğrencilere ulaşmaya çalışmak hem çok uzun zaman alacağından hem de maliyetin yüksek olacağından zaman ve maliyet etkenleri düşünülmüştür. Aynı zamanda potansiyel çalışan olan turizm eğitimi alan öğrencilerin bir vakıf ve bir devlet üniversitesinden olması istenmiş ve bunlar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının incelenmesi hedeflenmiştir.

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmış ve elde edilen veriler, SPSS 20 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında ölçeklerin yapı geçerliliğini belirlemek için sıklıkla kullanılan açıklayıcı faktör analizi tekniği kullanılmıştır. Kişilik özellikleri, turizme yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteğinin öğrencilerin demografik özelliklerine göre farklılaşma durumlarını tespit etmek amacıyla t-test ve tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Değişkenlerin aralarındaki ilişkiyi test etmek için korelasyon analizi kullanılmıştır. Son olarak değişkenler arasındaki etkiyi belirlemek için regresyon analizi kullanılmıştır.

Bu doğrultuda çalışmanın birinci bölümünde konu ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir. Genel bilgilerin verildiği bölümün ilk kısmında kişilik kavramı, bireylerin kişiliklerini belirleyen faktörler, kişilik kuramları kişilik tipleri ve kişiliğin belirlemesinde kullanılan teknikler ve turizm ve kişilik hakkında bilgiler verilmiştir. İkinci kısmında ise kişileri mesleğe yönelten faktörlerden bahsedilmiş ve bu kapsamda meslek kavramı meslek seçimi ve yönlendirme, mesleğe yönlendirme süreci, mesleğe yönelmede etki eden faktörler ve turizm mesleğine yönelten faktörlerden bahsedilmiştir. nc kısmında ise kariyer yapma isteği konusundan bahsedilmiş ve bu kapsamda kariyer kavramı, kariyer aşamaları ve turizm ve kariyer konusunda bilgiler verilmiştir. Son kısımda ise kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği konusunda yapılan diğer çalışmalardan bahsedilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise araştırmanın konusu, amacı, modeli, hipotezleri, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, araştırmanın sınırlılıklarından bahsedilmiştir. Aynı bölümde araştırma analizler sonucunda elde edilen bulgular ortaya konulmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise elde edilen araştırma bulgularından hareketle araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1. Kişilik Özellikleri

1.1.1. Kişilik Kavramı

Kişilik Latince “persona” anlamına gelmektedir. Persona; tiyatro kullanılan maske demektir. Türk Dil Kurumuna göre Kişilik “Bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerinin bütünü, şahsiyet” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2006). Kişilik kişilerin iş seçimlerinde ve iş hayatlarında oldukça önemli bir kavramdır.

Kişilik Kavramının bilimsel gelişimine bakacak olursak, uzun yıllar bireyin sosyal hayatının bir ögesi olarak karşımıza çıkmasına rağmen, 1930’lu yıllardan sonra diğer sosyal bilimlerden ayrı bir disiplin olarak ele alınmıştır (Mc Adams, 1997: 3-39)

Kişilik, “bir insanın duyuş, düşünüş, davranış biçimlerini etkileyen etmenlerin kendine özgü görüntüsüdür”. Kişilik, insanın içten ve dıştan gelen devamlı olarak gelen dürtülerinin etkisindedir ve kişinin “biyolojik ve psikolojik, kalıtsal ve edinilmiş bütün yeteneklerini, güdülerini, duygularını, isteklerini, alışkanlıklarını ve bütün davranışlarını içine almaktadır” (Tınar, 1999: 14)

Cüceloğlu (2011) kişilik kavramını, “bir bireyi diğer bireylerden ayırt eden, onun iç ve dış çevresiyle etkileşimi sonucu kurduğu, tutarlı ve kalıplaşmış bir ilişki biçimi ” olarak tanımlamıştır. Ayrıca, kişilerin benzer olaylara ve farklı zamanlarda tutarlı ve önceden kestirilebilir bir şekilde hareket etmesini de mümkün kılmaktadır (Feldman, 1996). Kişilik kavramını “bir bireyin diğer bireylere tepki göstermek veya onlarla etkileşime girmek için kullandığı yolların tamamı” olarak da tanımlamaktadır (Robbins ve Judge, 2013: 154).

Kişilik hakkında şöyle denilebilir; insanı çevresindeki diğer bireylerden ayıran, yapılaşmış ve tutarlı ilişki biçimidir (Çetin ve Beceren, 2007: 110-132). Yani

kişilik, kişiyi diğer bireylerden ayrı kılan, kişilerin kendisi ve etrafındakilere bakış açıları ve etrafındakilerle kurabildikleri ilişki düzeylerinin yanı sıra, kişilerin olaylar karşısındaki tepkilerini de kapsayan farklı zamanlarda kendini gösteren bedensel, ruhsal ve zihinsel özelliklerdir (Tokat ve Giderler, 2006). Davranış bilimleri açısından baktığımızda ise kişilik, kişinin düşünsel, bedensel ve ruhsal farklılıklarının hepsinin kişinin kendi davranış şekillerine ve yaşamına yansımaları olarak tanımlanmaktadır (Çetin ve Beceren, 2007: 110-132).

Kişilik, bireylerin davranışlarını belirlemede çalışma ve sosyal ortamlarda da önemlidir (Sığrı ve Gürbüz, 2011: 30-48). Birçok organizasyonda kişilik psikolojik ve sosyal faktör olarak önemli bir rol oynamaktadır. (Abdullah ve Marican, 2016:19-25). Kişilikle ilgili yapılan çalışmalar işyeri motivasyonu, davranış ve tutum gibi çeşitli örgütsel sonuçlarla ilgilidir (Bodankin ve Tziner, 2009: 549-564).

İnsanların kişilikleri, onların işlerini seçmelerinde ve iş yaşamındaki başarılarında da oldukça önemlidir. Baktığımız zaman kişilik, insanın toplum ve çalışma ortamı içerisinde büründüğü farklı farklı rollerin tek yansımasıdır (Gözcü, 2014).

1.1.2. Kişiliği Belirleyen Faktörler

Kişinin davranışlarına etki eden her etmen, aynı zamanda insanın kişiliğini de belirleyen bir faktördür. Bu yüzden kişiliği, insanın toplum içerisindeki soyut tutum ve eylemleri ile somut tutum ve eylemleri arasındaki bir araç olarak görmek mümkündür (Eroğlu, 2015).

İnsanlarının hayatları boyunca diğer kişilerle ilişkileri, deneyimleri ve bunlar hakkındaki düşünce ve kararları kişiliğin oluşumunu etkilemektedir (Türküm, 2004).

Kişilik, belirli bir dönem içerisindeki davranış biçimi olarak görmek doğru olmamakla birlikte; var olan zamanda geçmiş ve geleceğin oluşturduğu bir bütün olarak tanımlanabilmektedir (Zel, 2001: 22).

Birçok çalışmada kişiliği oluşturan birçok değişken olduğu görülmektedir ve bu çalışmalara göre de bu değişkenlerin sayısı ve önemi değişmektedir (Bozkurt,

2006; Zel, 2001; Karabacak, 2010; Topçu, 2015; Soysal, 2008; Luthans, 1995). Bu değişkenler aşağıda açıklanacaktır.

1.1.2.1. Kalıtım ve Bedensel yapı Faktörleri

Kalıtımsal faktörlerin kişilik üzerindeki etkisine yönelik yapılan araştırmaların sonuçlarının kesin olmamasına rağmen kişinin bazı özelliklerinin oluşmasında bu faktörlerin diğer kişiliği belirleyen faktörlerden daha önemli rol aldığı bilinmektedir (Baysal ve Tekarslan, 2004).

Kalıtım ya da soyaçekim, kişinin çevresinin etkisiyle değişmeyen özelliklerinin ailesinin kromozomlarıyla kuşaktan kuşağa geçmesi olup, insanın hayatını biçimlendiren bir etkidir (Köknel, 1995). Diğer bir deyişle ebeveynlerin DNA sını kuşaktan kuşağa çocuklarına aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Yurtsever, 2009). Böylece, her kişi, insana ait kalıtımın yanı sıra, kendi soyuna ve ebeveynlerine ait bazı kalıtım özelliklerini de taşımaktadır (Soysal, 2008: 4-19). Bireyin fiziksel özellikleri ve genetik özelliklerinin yanında kişilik özellikleri de kalıtım ile aileden kazanılan miraslardır (Çetin ve Beceren, 2007: 110-132).

Kişilik ile ilgili kuramsal birçok yaklaşımda, kişiliğin davranışsal özelliklerinin açıklanabilmesi, soyaçekime ve buna bağlı psikolojik özelliklere dayandırılmıştır (Silah, 2000: 233).

Birçok araştırmaya göre kişilerin davranışlarının çoğunun temelinde yer alan en önemli etmenin kalıttır. Bu duruma göre; genlerin kişiliği oluşturmada önemli rol oynadığını söyleyebiliriz (Zel, 2001: 23). Bazı araştırmacılara göre ise; genetik özelliklerin kişiliği belirlemedeki etkisi kişiden kişiye değişim göstermektedir (Bozkurt, 2006: 93-111).

Kalıtımın kişiliği oluşturduğunu düşünen araştırmacılar birçok çalışma yapmışlardır. Fakat insanlarda kişiliğin oluşumunu sadece genlere bağlamak bir kısır döngü oluşturabilir. Çünkü kişinin hangi özellikleriyle hangi özelliklerini genler aracılığıyla aldığı hangi özelliklerini çevresinden aldığını kesin olarak ortaya koymak mümkün değildir. Ayrıca kişinin bazı fiziksel özellikleri örneğin iskelet, boy, ağırlık,

göz ve saç rengi gibi hatta bunlarla birlikte bazı psikolojik, zihinsel ve duygusal özelliklerinde kalıtımın payı büyük olduğu görülmektedir. Lakin daha sonra kazanılan bazı davranışlarda genlerin etkisinden çok diğer etmenlerin etkili olduğu söylenebilir. Fakat sonradan edinilen birtakım davranış kalıplarında kalıtımın etkisi çok fazla değildir. Bunun farkına varan araştırmacılar bireylerin kişiliğinin oluşmasında diğer faktörlere yönelmişlerdir. Hatta kişiliği oluşturan faktörlere yönelirken daha çok çevresel etkenleri göz önünde bulundurmışlardır (Yurtsever, 2009).

Genetiğin kişilik üzerine etkisini gösteren araştırmalarda yaş, cinsiyet ve bedensel yapının da kişiliğin oluşumunda etkisi olduğunu söylemektedir. Örneğin, bu faktörlerden cinsiyet ve yaşa göre kişilerin yaşadıkları toplum içerisinde davranışları değişmekte, bu da bireylerin farklı kişiliklerin oluşmasına neden olmaktadır (Atkinson v.d., 1995: 526)

1.1.2.2. Sosyo- Kültürel Faktörler

Farklı kişilerde farklı davranışlara sebep olan, sosyo-kültürel faktörler; kalıtsal ve bedensel faktörlerden sonra kişiliği etkileyen önemli faktörlerdendir.

Kişilerin hayatlarını sürdürdükleri çevrenin koşulları ve sahip oldukları sosyo-kültürel özellikler kişiliklerin bir bölümünü oluşturmaktadır. Doğuştan olan kalıtların bazıları değiştirilmesi mümkün olamaz ve ya değişmez. Ama kişinin sosyo-kültürel çevresi değiştikçe davranışları değişir ve bununla birlikte kişilik özelliklerinde gözle görülebilir ya da görülmez bazı değişiklikler olabilir (Özdevecioğlu, 2002: 115-134).

Bireyler doğduklarından itibaren geniş bir toplumsal çevre etkisi altındadır. Kişinin içinde yaşadığı toplumun ferdi durumuna gelmesine “toplumsallaşma” denmektedir. Kişiler bu süreçte, bir yandan diğer bireylerle uyum içerisinde hayatını sürdürebilmek için toplumsal kuralları benimseyerek diğer yandan onlarla benzeşirken, öte yandan doğuştan gelen kalıtsal özellikleri ile kendini diğer bireylerden ayıran kişilik özelliklerini kazanır ve geliştirir. Bakıldığında her birey yaşadığı kültürel yapıdan etkilenir. Kişinin gelecek planları ve ilgi alanları bu

kültürel yapı içerisinde şekillenir (Köknel, 1995: 69). Bu bilgiler kapsamında kültürün toplum içerisinde yaşayan bireylerin paylaştığı ortak değerleri içine aldığı ve bu değerlerinde bireyin kişisel özelliklerini etkilediği söylenebilir. Bu sebeple doğuştan gelen bireyin bazı kişilik özellikleri çevresindeki kültürel ortamla değişime uğramaktadır (Kaplan, 2008: 9).

Her toplumun, benimsemiş oldukları bir kültürü, birikmiş verileri, duygu ve düşünceleri, tavırları, tarzları, amaçları ve idealleri vardır. Kişilerin bir kültüre bağlı bir toplumda yaşamaları kişilik özelliklerine etki eder. Toplumun kültürü bir çocuğa ne verileceğini, ne gösterileceğini belirtir ve bireyleri kısıtlar. Toplum içerisinde benimsenmiş her kültürün kişiden bazı beklentileri vardır ve kişinin toplum tarafından kabul görecekt tutum ve davranışlar öğretilmesi beklenir (İstengel, 2006: 41). Topluma özgü ayırıcı değerler, ahlaki anlayış ve davranış biçimleri çocukların eğitilmesi ile aile içerisindeki ilişkilerin kurallarına temel oluşturur (Silah, 2000).

Toplum tarafından bireylerden bazı davranışlar beklenir (Özkalp, 2004: 245). Bazıları, bireyin kişiliğini yaşadığı ortam içerisinde sahip olduğu rollerin bir birleşimi olarak görmektedir. Kendimizle ilgili özelliklerimiz yazmamız istendiğinde uzun bir liste yapabiliriz. Listede yer alan her bir özelliğimiz toplum tarafından uygun görülen tutum ve davranışlar içinde olacaktır. Çünkü toplumun bize sunduğu kalıplar dışına çıktığımızda sosyal baskı altında kalırız. Bakıldığı zaman, kişinin yaşadığı toplulukta hangi davranışların doğru olmadığı kurallarla belirlenmiştir. Bizden toplumun normal gördüğü davranışlara uymamız beklenir (Olson ve Hergenhahn, 2003: 4).

Bireylerin tümü, belirli bir sosyo- kültürel ortam içindedirler ve bu ortamdan yaşamları boyunca etkilenirler. Bütün insanlar hem genlerin hem de yaşadıkları ortamın ortak eserleridir. Yaşadıkları çevrede kişileri en çok etkileyen etmenler, kişilerin hayatlarını sürdürdükleri ortamın sosyal ve kültürel yapısıdır. Bireylerin her biri kültürlerinden yoğun bir şekilde etkilenmektedirler (Bozkurt, 2006).

1.1.2.3. Aile Faktörü

Bireyin kişiliğinin oluşmasında aile faktörü önemlidir. Aile toplumun ilk kaynağıdır ve yapı taşıdır. Bireyin karşılaştığı ilk sosyal grup ailedir. Baktığımızda, Aile ortamı kişinin sosyal değer yargılarını ilk algıladıkları yerdir. Bireyler çocukluk dönemlerinde nasıl davranacaklarını, bir durum karşısındaki tutumlarını ve bazı davranışlarını anne ve babayı izleyerek şekillendirirler (Macionis, 2012: 418).

Kişiliğin oluşmasında kişinin yetiştiği ailesi ve ailedekilerle olan ilişkisi önemli rol oynamaktadır. Ebebeyinlerin baskıcı olmadıkları durumlarda yani demokratik bir yapıya sahip olduğu durumlarda, çocukların daha rahat yetiştiği ve bundan dolayı objektif ve rasyonel olduğu görülmüş ve zamanla ilişki kurmakta başarılı olduğu gözlemlenmiştir. Ebebeyinlerin bazı tepkileri, bireylerin bazı davranışlarını pekiştirmiş, bazı davranışlarda ise cesaret kırıcı olarak bazı alışkanlıkların ve değerlerin öğrenilmesini sağlamıştır (Bozkurt, 2006: 93-111).

Özgüven; sağlıklı bir kişiliği oluşturan faktörlerdendir. Kişinin ihtiyaç ve isteklerini bilmesi, bunları kolayca ifade etmek, duygularını açıklama, diğer bireylerle ilişkilerinde kendi özelliklerinin farkında olmak, sağlıklı bir kişiliğe sahip olduğunu ve özgüvenli olduğunu gösterir. Dozunda gelişen özgüven, kişilik gelişiminin önemli faktörlerinden biridir. Kişilerin ailelerinin onları yetiştirirken sergilediği tutumlar, o zaman ki psikolojileri, hayata ve olaylara bakış açıları bireylerin kişiliklerini önemli derece de etkilemektedir. Anne babanın ev içerisindeki düzeni, kuralları ve birbiriyle olan iletişimi ile bazı karakter özellikleri örneğin iyimserlik, karamsarlık, yardımseverlik, konuşkanlık, ya da içedönüklük çocuğun kişiliğini etkiler. Bunlar bireylerin kişiliklerini direkt etkilediği gibi, bireyin baş etme becerisine göre dönem dönem farklı etkileyebilir (Bilgin, 2011).

Luthans(1995) “ kişilik gelişiminde muhtemelen aile, sonrada sosyalleşme prosesi en önemli etkidir” diye düşünmektedir. Bakıldığında kişilerin çevresi ile ilgili değerleri ve tutumları aynı zamanda bazı davranışlarını ebebeyinlerinden görerek öğrenirler. Hatta bireyler yetişirken, ebebeyinlerinin birçok kişilik özelliklerini, ahlakını ve kültürel davranışlarını onlar gibi davranarak öğrenirler (Abdioğlu v.d. 2015).

Sonuç olarak bireylerin kişilik oluşumuna bakıldığında; bir çok özelliklerini kasti yada farkında olmadan ailesinden ya da çevresinden kazanmıştır. Kişilerin bir durum karşısında memnun olma yolları, duygularını karşısındakine belirtme şekilleri ve duygusal tartışmaları çözüme kavuşturma şekilleri, gelecek planları ve çeşitli davranışların sebebi ve coşkusu, bazı durumlarda yasak koyma ve suçluluk duyma sıklığı gibi bazı kişilik özellikleri sıklıkla aile içindeki ilişki ve davranışlarla şekillenmektedir (Eroğlu, 2015).

1.1.2.4. Sosyal Sınıf Faktörü

Tischler (1993) sosyal sınıfı, “belli ortak özelliklere sahip, etkileşim ve ilişki içinde bulunan iki veya daha fazla kişinin meydana getirdiği göreceli bir sürekliliği olan bireyler topluluğu” olarak tanımlanmaktadır.

Kalıtımsal faktörler, yani kişinin genlerinden gelen özellikler kişilik özelliklerinin oluşumunda belirleyici olsa da bu özelliklerin şekillendirilmesi konusunda kişinin içinde bulunduğu sosyal sınıf önemli rol oynamaktadır (Erdoğan, 2007: 341). Buradan yola çıkarak bireyin içerisinde bulunduğu toplumsal sınıfın özellikleri, tutumları kişiliğinde oluşmasını etkiler diyebiliriz.

Kişilerin yetiştiği sosyal ortamda, her birinin benzer eğitim vb konularda aynı oranda imkana sahip olduğunu söylemek mümkün değildir. Bireyin yaşadığı sosyal yapı, eğitimi, yaşamı ile ilgili imkanları, düşünce ve ilgi konularını, tüketim alışkanlıklarını ve bazı kişilik özelliklerini etkileyebilir. Bakacak olursak; yüksek gelire sahip, üst sınıf sosyal yapı içerisinde yaşayan bireyin, sahip olacağı işin de gelirinden tutun birçok sosyo-ekonomik faktörlerinin yüksek olduğu bir sahibi olacak ve buna uygun davranışlar içinde olacağı söylenebilir; bunun tam tersi de biraz daha alt sınıfa ait olan kişi de o sınıfa uygun davranışlar sergileyip ve sınıfıyla uyumlu bir konumda yaşayacaktır (Eroğlu, 2015: 213).

Kişiler hayat boyu farklı birçok sosyal grubun mensubu olurlar. Kişiliği belirleyen önemli faktörlerden biri de sosyal yapıdır. Bakıldığında, kişiler ait oldukları sosyal yapıya göre çevresindeki kişileri seçerler ve hatta davranışları onlara göre olur. Örneğin kişiler çalışma ortamındaki, okuldaki arkadaşlarını yaşadığı

sosyal çevrenin özelliklerine göre seçerler. Hatta çocuklardaki oyun arkadaşı ve bireylerin evlenecekleri eş seçimleri de sosyal çevresine göre olduğu söylenebilir. Yani kısaca bireylerin yaşadığı sosyal çevre ister istemez arkadaş seçimlerinde bile etkilidir.

1.1.2.5. Coğrafi ve Fiziki Faktörler

Gerek yerleşik düzende gerekse göçebe usulü yaşayan kişiler hayatları süresince üstesinden gelmek zorunda olduğu kişilik özelliklerini etkileyen etmenlerden biri de yaşadıkları yörenin coğrafyası, iklimi ve fiziki şartlarıdır (Çetin ve Beceren, 2007: 111-132).

Toplulukların yaşadıkları coğrafyanın enlem ve arz durumu ile rakımı dolaylı da olsa kişilerin özelliklerinde etkilidir. İklim koşullarının ılıman olduğu ülkelerde mevsimsel dalgalanmalar çok sık olduğundan, bireylerin gereksinimleri, görevleri ve faaliyetleri de değişmektedir. Mevsimlerin dönemlere göre farklılık göstermesi çoğu özelliğinde ve davranışında değişikliğin nedenidir (Kessler, 1985: 217-218).

Bakıldığında, deniz ve okyanuslara yakın yaşayan insanlarla, kara kısımlarda, ovalarda yada dağlık bölgelerde, güneşli gün sayısının fazla olduğu sıcak iklimlerle az olduğu soğuk iklimlerde yaşayanların diğer kişiliği etkileyen faktörlerin etkisi düşünülmendiğinde farklı kişilik yapılarına sahip oldukları görülmektedir. Açıklayacak olursak mesela; soğuk iklimde yaşayan kişilerin daha sert ve donuk mizaçlı, bunun tam tersi sıcak iklimde ve kıyı kesimde yaşayan kişilerin çabucak değişiklik gösteren duygusal yapıları, daha gevşek mizaçları olduğu şeklinde bir düşünce vardır (Karabacak, 2010: 32).

Sonuç olarak, bireyin zihinsel özellikleri ve davranış şekillerinin oluşmasında yerel ya da coğrafi özellikler önemli etken olduğu söylenirken, kişilerin değer yargılarının ortaya çıkmasında, ideallerinin oluşmasında ve inançlarının belirlenmesinde kalıtsal faktörlerle birlikte soya-kültürel, aile ve sosyal sınıf faktörleri de etkindir (Bozkurt, 2006: 93-111).

1.1.2.6. Diğer Faktörler

Bireylerde kişiliğin şekillenmesinde yukarıda saydığımız faktörler dışında başka faktörlerde vardır. Bunlardan biri kitle yayın araçlarıdır. Kitle iletişim araçları “kitlesel boyutta ileti dağıtabilen araçlar”dır. Yapılan araştırmalara göre; kitle iletişim araçlarını kullanan ve kullanmayan bireyler arasında farklılıklar görülmektedir. Çünkü kitle iletişim araçları bireylerin çocuk yaşta hayatlarının bir parçası olmaya başlamıştır. Kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanan bireyler yeni davranış kalıplarını öğrenmektedir. Kitap, dergi, televizyon vb. kitle yayın araçlarının bireylerin çocukluk ve gençlik dönemlerinde davranışlarının oluşumunda etkilidir (Masterson, 2008: 163).

Alfred Adler’in yaptığı araştırmaya göre bireyin kardeşleri arasında doğduğu sıra da kişiliğini etkilemektedir. Yani doğumdaki sıra bireyin zeka ve yeteneğini etkilemektedir. Adler ilk doğan çocuğun zeki ve yetenekli olduğunu ve daha kolay sosyal bağlar kurduğunu savunmuştur, hatta ailede çocuk sayısı arttıkça çocuklar arasında ilk ve son çocuk arasında zekası ve ilişki kurması bakımından farklılık olduğunu savunmuştur. Lakin Adler’in araştırması bir çok araştırmaya öncülük etmiş olsa da bireylerin kişilik ve zekasal gelişimlerinde doğum sırası son zamanlarda belirgin olmamıştır. Adler’den sonra yapılan araştırmalarda doğum sırası bireylerin kişiliğini etkilemeyeceği sonucuna varılmıştır. Bu çalışmalarda doğum sırası bireylerin kişilikleri ile ilgili sonuçları her zaman doğru olmamış ve bir araştırmada elde edilen sonuçlar diğerinde farklılık göstermiştir. Bunun sebebi Adler’in yaşadığı dönemdeki klasik aile yapısı ile şu anki aile yapısı arasında farklılıklar olmuş olması ve aile yapılarında değişiklikler meydana gelmiş olmasıdır (Burger, 2006: 155; Dixon v.d., 2008: 120).

Bireylerin kişilikleri oluşurken onların içinde bulunduğu yetişkinler grubu da kişiliklerini etkilemektedir. Bakıldığı zaman çocuklar yetişkinleri gelişim dönemlerinde izler ve onları kendilerine rol model olarak alabilirler.

Baktığımızda kişiliğin oluşumunu tek bir faktöre bağlamak doğru değildir. Görüldüğü üzere bireylerde kişilik oluşumunda birçok etken vardır. Kişilik oluşumu

uzun yıllar sonunda tamamlanan bir süreç olarak bakabiliriz. Hatta uzun yıllar içerisinde bu saydığımız faktörlerden dolayı zamanla kişinin hayatı boyunca farklılık gösterebilir. Yani yıllar geçtikçe bireylerin kişiliklerinde farklılık oluşabilmektedir.

1.1.3. Kişilik Kuramları

İnsanoğlunun ilk ortaya çıkmasından bu zamana kişiliklerinin oluşumu üzerinde bir çok görüş ve düşünce ortaya atılmıştır. Kişilik konusunda her geçen gün daha karılık ve birbirinden farklı görüşler ortaya çıkmış ve bununla paralel olarak davranış bilimlerinde de yeni gelişmeler ortaya çıkmaktadır (Eren , 2001: 85).

Kişiliği açıklayabilmek için bir çok kuramsal yapılar geliştirmiştir. Geliştirilen bu kuramlar bazen birbiri ile paralel olmuş, bazen birbirlerinden çok farklı olmuş, bazen de birbirlerinin devamı niteliğinde olmuşlardır (Demirkan, 2006: 58). Bu çalışmada araştırmalar sonucu en fazla karşılaşılan kişilik kuramlarından bahsedilecektir. Bunlar; Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı, Carl Guslav Jung'un Kişilik Kuramı, Alfred Adler'in Kişilik Kuramı, Eric Fromm'un Kişilik Kuramı, Karen Horney'in Kişilik Kuramıdır.

1.1.3.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı

Freud kişiliği duygusal açıdan incelemiş, bireyin bilinçaltını kişiliğinin başlangıcı olarak görmüştür. Freud'un oluşturduğu kişilik kuramına göre bireylerde kişilik 3 ana bölümden oluşur. Bu bölümler; id(ilkel ben), ego(ben), süper ego(üst ben) olarak adlandırılır. Bu öğeler genellikle kişilerin davranışlarını etkiler (Zel, 2001: 33).

İlkel benlik olarak da bilinen id, bireylerde davranışlarını yönetir ve kişiliklerinin özünü oluşturur. İd, bilinçsiz, insanın içgüdüsel olarak kabul gören isteklerini ve duygularını içerir. Bireylerin öncelikli ihtiyaçlarından olan hatta tatmin edilmeleri için gerekli olan biyolojik ve fizyolojik ihtiyaçların yer aldığı bir öğedir. İd, başka bir ifade ile kültürün oluşturduğu sınırlamalardan etkilenmeyip kişinin bilinçaltındaki gelişen doğal his ve dürtüler olarak söylenebilir (Macionis, 2003: 119).

Benlik ya da ben olarak bilinen ego, bireyin kişiliğini düzenleyen, dengeleyen ve uyum sağlayan bir ögesidir. Ego, ilkel benlik olarak da bilinen idin arzu ve ihtiyaçlarını hayatın gerçekleri ve süperegounun sınırları içerisinde tatmin etmeye çalışan kişilik kuramıdır. Bakıldığında egounun temel görevi uyum sağlamaktır (Korkman, 2003: 11-12). Yani, ego dış dünyanın gerçekleri ile id(ilkel benlik) arasında bir aracıdır. Ego, bireyin davranışlarına yön veren gerçekçi bilişsel süreçlerdir.

Süper ego(alt benlik), idin tam tersi yani tamamen kişinin sosyal hayatının, yaşadığı çevrenin eseri olarak söylenebilir. Alt benlik egounun kişinin isteklerinin hangisinin dışa vurulmasına izin vereceğini, hangi isteklerinin de dışa vurulmayacağını yani bilinçaltında tutulacağını belirler (Kağıtçıbaşı, 2006: 328; Erdoğan, 2007). Süper ego kişiliğin ahlaki boyutudur ve kişilerin sosyal çevresinde edindiği en doğru düşüncelerini, örf ve adetlerini dinle ilgili ve ahlakla ilgili değerlerini, aileden alınan terbiyeyi, yaşadıkları çevrenin etkilerini, toplumsal değerleri ve çevresindeki kişilerden(büyüklerinden, öğretmenlerinden) öğrendiği bütün iyi özellik ve davranışları temsil eder. Yani kişinin üst düzey denetimini sağlar ve kişi koşullar uygun olduğu zaman ve etrafında kimsenin olmadığı halde adalet, özellikle vicdan denilen duygularla davranışlarını kontrol altında tutar (Eren, 2008: 86).

Tüm bunlara bakıldığında; ego(benlik); id(alt benlik) ve süper egoyu(üst benlik) dengeleyicidir. Yani alt benliğin isteklerini üst benliğe uygun hale getirir. Eğer ego, başarılı olmazsa kişide zihnen gerginlik, tereddüt ve çekişme meydana gelir.

1.1.3.2. Eric Berne'nin Kişilik Kuramı

Berne'nin kişilik kuramına göre kişilik üç bölümden oluşmaktadır. Bu yönü ile Sigmund'un kişilik kuramı ile benzerlik göstermektedir. Bunlar kişiliğin, çocukluk, ebeveynlik ve olgunluk yönüdür.

Kişiliğin çocukluk yönüne bakacak olursak, her insanın içinde biraz da olsa çocukluk vardır. Yani her kişinin içerisinde bir noktaya kadar bazı çocuksu tutumlar

bulunur, bunlar; bencillik sorumsuzluk, eğlence arama gibi çocuksu tutumlardır (Güney, 2009: 206). Kişiliğin çocukluk yönünde çevrenin baskısına karşılık kişisel istekler her zaman başta gelir. Bu aşamada kişinin davranışları, çevrenin etkileri göz ardı edilerek biçimlenir. Bakıldığı zaman Berne'nin çocukluk yönü Sigmund'un id(ilkel benlik) kavramının hafif haline benzerlik gösterir (Karabacak, 2010: 44-45).

Berne'ye göre kişiliğin ebeveynlik yönünde ise, bireylerin her birinin birer anne babası olduğu ya da onların yerine konulan kişiler olduğunu ifade eder ve bu kişilerin bireylere yol gösterdiği öğüt verdiği aşamadır. Kişilerin kültür ve geleneklerine olan bağlılıkları ebeveynlik aşamasındadır. Çocukluk döneminde ebeveynlik yönü düşük iken, kişiler yaş aldıkça payı yükselmektedir. Bakıldığında bu yönü ile Sigmund'un süper egosuna yakın bir rol oynamaktadır (Köknel, 1995: 68; Erdoğan, 2007: 256; Eroğlu, 2015: 206).

Kişiliğin olgunluk yönüne göre; bireyin çocukluğunu disipline eden ve ortama uygun düzenlenmesini yerine getirmektedir. Yani insanın yapmak isteyip de yapmadığı şeyler olgunluk kısmı sayesinde bilinçaltına gönderilip orda baskıda bırakılmaktadır. Baskılar arttığında ve olgunluk kısmında disiplin açısından bir azalma olduğu taktirde, kişinin çocukluk kısmı ağır basacak ve yaramazlık tarzında davranışlar ortaya çıkacak ve çevresine zarar vermeye başlayacaktır (Burger, 2006: 383) .

Bu kişilik yönleri aşamalı olarak birbirini takip eden ve tamamlayan yönler olarak görülmemelidir. Bireyin kişiliğini oluşturan her özellik, bireyin hayatı boyunca her anında vardır ve bireyin kişilik özellikleri bu üç yönün farklı birleşimlerinden oluşur. (Eroğlu, 2015: 206).

1.1.3.3. Carl Gustav Jung'un Kişilik Teorisi

Carl Gustav, Freud'un da savunduğu gibi bilinçdışı ve benliğin kişiliğin önemli parçaları olduğunu savunur. Ama Carl, kişilerin ırklarından gelen özelliklerini taşıyan ve bütün insanlık tarihini içine alan kalıtım ve genler yoluyla ırk bilinçdışı kavramını geliştirmiştir. Bu kişilik kavramı bireylerin geçmişinden gelen

davranışları ile ilgilidir ve geçmişten bireylere geçen genetik davranışdır (Eren, 2008: 88-89).

Bakıldığında Carl'a göre; bireyin davranışları geçmişinden atalarından etkilenir, fakat geleceğine göre şekillenir. Bu şekilde kişi gelecekte nasıl olmak istiyorsa öyle davranışlar sergilemektedir. Bireyin sürekli kendini geliştirdiğini savunmuştur (Bickhard v.d., 2010: 243). Jung(1964)'a göre kişilik teorileri şöyle açıklanmaktadır:

Jung egoyu kişiliğin bilinçli bölümü olarak tanımlamaktadır. Ego, kişinin düşüncelerinden, anılarından, sezgilerinden ve duygularından oluşmaktadır ve ego da esas olan seçiciliktir. Ego, herhangi bir anıyı, düşünceyi ve duyguyu seçmedikçe birey bunların varlığından bihaber olur. Bu işlevler herkeste vardır ancak kişilerde biri daha fazla gelişmiştir ve kişilerin bilinçli hayatında etkilidirler. Bu işlevler kişide zihinsel işlevlerin iç dünyasına yönelmesiyle içedönüklük ve bu işlevlerin dış dünyasına yönelmesi ile dışadönüklük olarak iki tür yönelim ortaya çıkarır (Tanrıverdi v.d., 2009).

Kişisel bilinçdışı ise, egoya yakındır. Kişinin kendisine özgü bir teoridir. Kişinin bastırılmış duygularından yani çocuksu arzu ve dürtülerinden, yüksek algısından ve sayısız unutulmuş deneylerinden oluşur ve kişinin kendisine ait bir teoridir. Buna ait duygular tamamıyla kişinin kendi isteğiyle denetimi altında olmasa da, baskının azaldığı anlarda ortaya çıkabilir (Fordham, 1997: 24).

Kişisel bilinçdışında bireyin hiç karşılaşmadığı ya da karşılaştığında bireyi rahatsız ettiği için geri gönderilmiş yaşantılar denilebilir. Yani farkında olarak yapılan ve daha sonra bireyi rahatsız ettiği için unutulan yada hatırlanmak istenmeyen olaylardır (Bickhard v.d. 2010: 243). Mesela; kişiler onları mutlu etmeyen olaylar yerine daha iyi ve onları rahatsız etmeyen ama yaşanmamış olayları gündeme getirir ve bu şekilde mutlu olmaya çalışırlar. “ Beni Trabzonspor istedi ama gitmedim.” Gibi. Yani gerçekte böyle bir olay gerçekleşmemiştir. Sadece mutlu olmak için dile getirilmiştir (Güney, 2009: 204).

Kollektif bilinçdışı ise; insanların ırklarının geçmişinin tamamından getirdiği gizil kalmış kalıntıların bütünüdür. Bireyin gelişiminde insan zihni ile ilgili geçmişteki atalarının yaşantıları ile biriken kalıntılar olarak tanımlanabilir. Carl, bu teorinin bireylerin beyin yapılarındaki benzerliklerin olması nedeniyle evrim teorisiyle açıklanacağına inanmıştır (Schultz ve Schultz, 2002: 563).

1.1.3.4. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı

Adler bireylerin her birinin eşsiz, bölünmez, öz tutarlılığı olan ve kendisine özgü olduğuna inandığından dolayı kişilik kuramının adını “bireysel psikoloji” olarak adlandırmaktadır. Bireysel psikoloji, insanın sosyal davranışlarına vurgu yapan ve kişinin diğer kişilerle ilişkilerde gösterdiği tepkilere öncelik vermektedir (Gençtan, 1988: 83-87).

Adler üstünde durduğu iki önemli kavram vardır. Bunlar aşağılık ve üstünlük kompleksidir. Hayatta kişilerin yaşadığı güç problemleri, mesela tehlikeler, acılar vb. ruh halleri aşağılık duygusunda düşünülür. Aşağılık kompleksi; bu durumlarda ortamdan kaçış ya da hayatın sürekli isteklerinden kaçış gibi düşünülmektedir. Üstünlük kompleksi ise çoğunlukla orta halli bir kişinin imkanlarının ve kapasitesine üstün olduğuna inanan bireyin davranışlarında, karakterlerinde ve düşüncelerinde açıkça görülmektedir. Üstünlük kompleksi kişinin kendi kendisine ve diğer bireyler karşısındaki aşırı istekleriyle kendini belli eder (Adler, 2008: 11).

1.1.4. Kişilik Tipleri

Kişilerin diğer insanlardan farklı olduğunu gösteren farklı özellikleri vardır. Bireylerin her birinin hayat görüşleri birbirlerinden farklıdır. Herkesin amaçları farklı olabileceği gibi, amaçları aynı olan bireyler de, amaçlarına ulaşırken farklı yolları seçebilirler. Bunun nedeni ise; kişiliklerinin oluşumunda rol oynayan ihtiyaçlar, arzular ve hırsların etkisi farklı olarak görülür. Kişilerin genlerinden ve doğuştan farklı kişiliklere sahip olmasının yanında, yaşadığı olaylar, karşılaştığı bireyler sebebiyle kişiliklerinin farklılaşıp geliştiği söylenebilir (Türk ve Helvacı, 2005: 108).

Etrafımızdaki kişilerin kimileri neşeli ve dışadönükken, kimileri de içedönük ve sessizdir, kimileri kararlarında analitik yeteneklerini kullanırlar, kimileri de duygusal davranır, bazıları planlı ve rahat davranırken, bazıları da hayatının akışına göre yaşarlar. Bakıldığında kişiler belli bazı yönlerden farklı özellikler gösterir.

Kişilik tiplerini inceleyen birçok araştırma vardır. Bunlarda kişinin davranış, düşünce, fiziksel özellikler, psikolojik ve karakteristik özellikler gibi farklı konular ele alınmıştır (Zel, 2001: 38).

1.1.4.1. Kişiliğin Fiziksel Özelliklere Göre Sınıflandırılması

Bireyin fiziksel görünüşü, bedensel yapısı, sağlığı gibi çeşitli özellikleri kişiliğinin üzerinde etkisi olduğu bilinmektedir. Örneğin, kişinin boyunun kısalığı veya uzunluğu, şişmanlığı, güzelliği veya çirkinliği, saç rengi ve göz rengi diğer bireylerin kişiye karşı vereceği tepkilere etki eden ve bireyin geliştireceği kişiliğine yön veren özellikler olarak düşünülmüştür (Türk ve Helvacı, 2005: 108). Bunun savunan araştırmacılar kişinin fiziksel kimyası ile kişiliğinin oluşumu arasında ilişki kurmuştur.

Kişilik özelliklerine temel olan üç farklı kavram üzerinde durulmuştur. Bunlardan ilki endomorf tiptir. Şişman tip olarak da adlandırılan endomorf tip yumuşak yapılı yuvarlak hatları olan kişilerdir. Genellikle rahatlarına düşkün ve yemek yemekten hoşlanırlar ve neşeli bir karaktere sahip olmalarının yanında, çabuk kaygılanırlar ve ruh halleri çabuk değişebilir. İkinci tip ise mesomorf tiptir. Güçlü tip olarak bilinen mesomorf tipler kaslı, atletik ve güçlü kişilerdir. Bu kişiler bedensel olarak enerjik ve dayanıklıdırlar ayrıca sosyal faaliyetlerinde aktiflerdir. Genellikle lider olma eğilimindedirler. Zayıf tip olarak da bilinen üçüncü tip ektomorf denir. Bu tip kişiler genellikle zayıf, düşük omuzlu, hassas tenli kişilerdir. Kişilik özelliği olarak genelde hassas, kaygılı ve içe kapalıdırlar. Yalnız yaşamayı severler ve insanlardan kaçarlar, hislerini dışarı vuramazlar.

Kişinin fiziksel yapısına ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştıran bir diğer araştırmacı olan Kretschmer da üç adet kişilik tipi belirlemiştir. Bunlar; Atletik Tip, Astenik Tip, Piknik Tip olarak adlandırılmaktadır (Baymur, 1994: 256).

Uzun boylu, kasları gelişmiş ve liderlik vasfı olan kişiler atletik tip olarak adlandırılır. Ayrıca tahammül gücünün fazla olması, gösteriş sevmeleri ve maceradan hoşlandıkları özellikleri arasındadır. İkinci tip olarak bilinen astenik tip uzun ve zayıf kişilerdir. Bu kişilerin kişilik özellikleri arasında soğukkanlılık, inatçılık, alınganlık ve kindarlık vardır. Kretschmer'ın belirlediği son kişilik tipi ise piknik tiptir. Bu tipteki kişiler orta boylu ya da kısa boylu, şişman, kasları yumuşak ve yemek yemeyi seven kişilerdir. Fiziksel özellikleri ile birlikte aynı zamanda dışadönük, iyi kalpli bireylerdir (Soysal, 2008; Baymur, 1994: 256).

1.1.4.2. Kişiliği Psikolojik Özelliklere Göre Sınıflandırma

Bireyin kişiliği ve fiziksel özellikleri arasındaki ilişkiye karşın bazı araştırmacılar, fiziksel özellikleri dikkate almadan kişilik ve davranış özelliklerine göre bireylerin kişilik özelliklerini sınıflandırmışlardır. Bunlar arasındaki en bilinen araştırmacı ise Gustav Jung'dır. Jung'a göre; bireylerin kişilikleri içe dönük ve dışa dönük olarak ikiye ayrılır (Türk ve Helvacı, 2005: 109). Dışa dönük olan kişiler dünyaya yoğunlaşırken, içe dönük olan kişiler kendi iç dünyasına oluşan fikirlere yoğunlaşırlar (Zel, 2001: 39).

İçe dönük tipler, diğer kişilerle zor ve olumsuz ilişkiler kurarlar (Köknel, 1995: 39). Bu tip kişiler neşelerini ve üzüntülerini diğer bireylerle paylaşmak istemezler. Duygusal tepkileri kendilerinedir. Duygularını diğer insanlara yansıtmazlar. Bu kişiler sosyal ilişki kurmaktan kaçarlar ve yalnız kalmayı isterler ve hayal kurmayı severler (Karamustafa, 2000). Bu tip bireyler endişeli, katı, içine kapanık, asosyal, aşırı kontrollü ve başkası ile ilgili olan sorunları kendisiyle ilgiliymiş gibi sanırlar. Bu tip kişiler genellikle stresli olurlar (Ercan ve Şar, 2004: 217-242).

Dışa dönük özellikler gösteren bireyler ise, dış dünyayla kolay ve uyumlu ilişkilerde bulunur. Diğer bireylere ve nesnelere değer verir ve onları düşünür. Yapacaklarını dış dünyaya göre düzenler. Yaşadığı toplumun kurallarına ve değerlerine kolayca ve çabuk adapte olur (Köknel, 1995: 90). Diğer yandan bu tip

özelliklere sahip bireylerin stres düzeyleri daha düşüktür ve bu yüzden bu bireyler strese karşı daha dirençlidirler (Soysal, 2008: 4-19) .

1.1.4.3. A ve B Tipi Kişilik

Freidman ve Rosenman (1960) tarafından stres kavramı ile bağlantılı olarak iki tür kişilik tipi ortaya koymuştur. Bunları “A tipi ve B tipi” kişilik olarak adlandırmışlardır. Bu kişilik tipleri günümüzde de kabul görmüşlerdir. A tipi ve B tipi kişilik özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz. (Zel, 2001: 44-45).

A Tipi Kişilik Özellikleri: Hareketlidirler, hızlı yürürler, yükselme, başarı hırsı, işleri çabuk bitirme hissine sahiptirler, zamana karşı yarışır ve boşa zaman geçirmekten hoşlanmazlar. Bunlara ek olarak çabuk öfkelenmek, insan ilişkilerinde zayıflık, dinlememeyi sevmemek, planlama yapmayı zaman kaybı olarak görmek, beklemekten sıkılmak, otururken sürekli ayaklarını hareket ettirmek gibi çoğu özelliği gösterirler. Bu özelliklerin birçoğu A tipi kişilik özelliği gösteren bireylerde bulunabilir. Freidman ve Rosenman (1960)’a göre bu özelliğe sahip bireylerin kolesterol oranındaki yükseklikten dolayı kalp krizi geçirme riskleri fazladır. Çoğu firma bu tip bireylerle çalışmak isterler ancak bu tip bireyler zaman içerisinde çabuk yıpranırlar (Zel, 2001: 44).

B Tipi Kişilik Özellikleri: Bu özelliklere sahip bireyler işlerinde oldukça rahat davranırlar. Daha çok işte kalite ararlar, zaman ve başarı ile ilgilenmezler, başkalarıyla yarış içerisinde olmazlar. Bu bireyler kendinden emin, sağlıklarına düşkünlerdir ve boş vakitleri oldukça fazladır. Ayrıca bu bireyler her şeyi olduğu gibi kabul eder, herkesle dostluk içindedirler. Bu tip özelliklere sahip bireylerin alkol, sigara gibi zararlı alışkanlıkları ya da genetik kalp sorunları yoksa sağlıklı bireyler olarak söyleyebiliriz. Ayrıca bu kişiler stresin etkilerinden rahatça kurtulabilirler (Burger, 2006).

1.1.5. Kişiliğin Belirlemesinde Kullanılan Teknikler

Bireylerin hal ve hareketlerinin değerlendirmesi ile kişiliğin ölçülmesi yapılır. Bireyler ve onların meydana getirdiği gruplar hakkındaki değerlendirmeler kişiliği

ölçmekteki hareket noktasıdır. Bireylerin her birine bakıldığında tam anlamıyla aynı özelliklere sahip değildir. Kişiliği ölçmenin bir yolu da belli durumlar çevresinde aynı özelliklere sahip olmayan bireylerin arasındaki farklılıkları ve bireylerin özelliklerini araştırmaktır (Güney, 2009). Kişiliği ölçülmesi ile ilgili birçok kişilik testi bulunmaktadır. Bunlar; Beş faktör kişilik ölçeği, Myers-Briggs kişilik ölçeği, Cattell 16PF kişilik ölçeği olarak adlandırılır.

1.1.5.1. Beş Faktör Kişilik Ölçeği

Son zamanlarda kişiliği oluşturan boyutları belirlemek için kişilik konusunda birçok araştırma yapılmıştır. Bu konu hakkında anlaşma tam olarak sağlanamamış ancak son dönemlerdeki araştırmalar tutarlı bilgiler sağlamaya başlamıştır. Son dönemlerdeki kişilik araştırmacıların en çok kullandığı model beş faktörle açıklanan kişilik modelidir (Tomrukcu, 2008: 10).

Bu model 1985 yılında Costa Paul T. ve McCrae Robert R tarafından geliştirilmiştir. Costa ve McCrae kişiliği tespit etmek için beş faktör olduğunu düşünmüştür. Bu faktörler aşağıdaki gibi açıklanmıştır (McCrae ve Costa, 1989: 267-283):

- ***Dışadönüklük (Extraversion)***: Cana yakın, enerjik, neşeli, heyecan arayan ve baskın (yüksek puan); mesafeli, sakin, içedönük, yalnızlığı tercih eden (düşük puan),
- ***Açıklık (Openness)***: Yaratıcı, analitik, başka görüşlere açık, duyarlı (yüksek puan); geleneksel, tutucu, gerçekleri savunan, ilgisiz (düşük puan),
- ***Duygusalılık (Emotional Stability)***: Rahat, özgüvenli, sabırlı, eleştiriye açık, strese toleranslı (yüksek puan); endişeli, gergin, çekingen (düşük puan),
- ***Geçimlilik (Agreeableness)***: Alçak gönüllü, iş birliğine inanan, samimi anlayışlı (yüksek puan); şüpheli, dik başlı, inatçı, rekabetçi, ihtiyatlı (düşük puan),
- ***Sorumluluk (Conscientiousness)***: Sistemli, azimli, başarıya yönelimli, hırslı, titiz (yüksek puan); plansız, erteleyen, dikkati kolay dağılan, düzensiz (düşük puan).

1.1.5.2. Myers-Briggs Kişilik Ölçeği

Psikiyatrist Carl G. Jung'un kişilik/karakter analizlerinden esinlenerek Katharina Cook Briggs ve Isabel Myers'ın hazırladığı kişilik belirleme ölçeğidir. 1921'den beri kişilik analizi gibi birçok alanda en çok kabul gören metot olarak kabul edilir (Myers - Briggs Kişilik Tip Belirleme Envanteri, 2018).

Bu ölçekte dört farklı değişken bulunmaktadır. Her faktör içinde de iki adet değişken bulunmaktadır. Bunlar Dışa Dönüklük-İçe Dönüklük, Duygusal-Sezgisel, Düşünsel-Duygusal ve Yargısal-Algısal olarak adlandırılmaktadır (Özkalp ve Kirel, 2011: 85-87).

1.1.5.3. Cattell 16PF Kişilik Ölçeği

Bireyin hayatında sergilediği davranışları tahmin etmek için kullanılan ve çoktan seçmeli 185 sorudan oluşan 16PF Kişilik Envanteri'ni 1949 yılında Raymond Cattell geliştirmiştir (Revelve, 2009:253, Bilgin, 2011: 45). Bireylerin kişilik özelliklerini ölçmek için oluşturulan faktörler onlu derecelendirme üzerinde konumlandırılması ile kişilik profili ortaya çıkmaktadır (Zel, 2001:61)

1.1.6. Kişilik ve Turizm

Turizmde istihdam oranının gittikçe artması ile turizmde insan kaynakları üzerinde önemsenmesi gerekmektedir. Kuşluvan ve Kuşluvan (2010) göre turizmde insan faktörü, turizm işletmelerinin örgütsel yapısını doğrudan etkilediğinden dolayı turizm işletmeleri için önemlidir.

Kaliteli hizmet için çalışanların tutum ve davranışlarının belirlenmesinde kişilik oldukça önemlidir. Bu bağlamda potansiyel çalışan olan turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ile eğitim kurumları ve işletmeler açısından önemli yararlar sağlanacaktır. Örneğin; öğrencilerin kişilik özellikleri ile turizm sektöründe istenilen kişilik özellikleri karşılaştırılarak bireylere uygun işin seçilmesine yarar sağlayacaktır. Aynı zamanda eğitim kurumlarının da öğrencilerin

kişiliklerine uygun stratejileri uygun stratejileri uygulamalarına yardımcı olacaktır (Aslan v.d., 2012).

Hizmet sektöründe çalışanların kendilerini nasıl hissettikleri ve başkaları ile nasıl iletişim kurdukları önemli bir faktördür. Örneğin kimi bireyler yüz yüze iletişim olması gereken işlerde çalışırken, kişilikleri gereği daha mutlu olmaktadır ve işlerini daha fazla sevmektedirler (Kuşluvan v.d., 2010: 194). Bu bağlamda işletmeler kişilik ve iş uyumuna oldukça önem vermektedir. Costen ve Barrash (2006)'a göre otel işletmelerinde misafirler ile yüz yüze iletişim halinde olan bireylerin yumuşak başlı kişilik özelliğine sahip olması gerekmektedir. Turizm sektöründe de karşılıklı ilişkilerin oldukça çok olduğu düşünüldüğünde, kişilik bireyin diğer bireyler ile olan ilişkisini etkilediğinden, çalışanlar ve misafirler arasındaki karşılıklı ilişkinin kalitesini de etkilediği söylenebilir (Ekinci ve Dawes, 2009). Bu kapsamda, misafirlerle karşılıklı iletişimde bulunan konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan ön büro ve servis personeli oldukça önemlidir (Ünüvar ve Başoda, 2012).

1.2. Mesleğe Yönelten Faktörler

1.2.1. Meslek Kavramı

Meslek kavramı dilimize Arapçadan girmiştir. Kelime anlamı olarak "yol, gidiş, usul, tarz, tertip" denilmektedir (Büyük Türk Ansiklopedisi, 1990: 847). Kişinin hayatını ikame edebilmesi için yaptığı iş olarak tanımlanmaktadır (Torun v.d., 2009). Lee v.d.(2000) mesleği, kişilerin yaşamları ile ilgili faaliyetlerini devam ettirebilmek ve para kazanmak amacıyla bir işte belirli bir zaman çalışmaları olarak tanımlamaktadırlar (Lee v.d., 2000: 800).

1.2.2. Meslek Seçimi ve Yönlendirme

Bireyin kendine uygun mesleği seçmesi; işini istekli yapmasına, mesleğinde terfi etmesine, huzurlu ve verimli olarak yaşamasına neden olur (Sarıkaya ve Khorshid, 2009: 393-423). Bireyin kişiliğinin en önemli kaynağı meslektir ve kişinin saygı ile anılmasına, diğer kişilerle ilişkisine, topluluk içinde tutunmasına ve işe yarama duygusunu yaşamasına yardımcı olan bir alandır (Kuzgun, 2000). Meslek

seçimi, bireyin yapmak istediği meslekler arasında birini seçmesi ve o meslekte olabilmesi için çalışmasıdır. Bireyler, mesleğini seçmekle hayatının nasıl şekilleneceği de seçerler; çünkü meslek giyim tarzımızı, iletişim kuracağımızı da etkiler (Sarıkaya ve Khorshid, 2009: 393-423). Örneğin; turizm mesleğini seçmiş ve özellikle otellerde çalışacak bireyler giyim tarzı olarak daha klasik giyinirler ve fiziksel olarak da saç ve sakal konusunda dikkatli olmak durumundadırlar.

Meslek seçimi uzun ve zamanla oluşan bir süreçtir. Bireylerin kişisel özellikleri zaman içerisinde değişikliğe uğrayıp gelişir, ayrıca mesleklerin de zamanla değişip yeniden boyutlanması söz konusudur. Bu nedenle bireyler ve meslekler arasında bağlantı kurmak zorlaşmaktadır. Bireylerin özelliklerinin zaman içerisinde gelişime uğraması, meslek seçimine hangi yaşıta ve hangi öğrenim düzeyinde karar vereceği konusunda sorun yaşatmaktadır. Bu nedenle meslek seçimi konusunda birey psikolojik yardıma ihtiyaç duymaktadır (Gençdoğan, 2017: 231).

Literatürde çok uzun zamandan beri gündemde olan mesleki yönlendirme, bireylerin bilgi, ilgi ve yetenekleri gibi kişisel özelliklerine göre mesleğe yönlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Mesleğe yönlendirme bireylere sosyo-ekonomik açıdan en çok yararı sağlayacak etkinlik sahalarını ve iş imkanlarını bulması gereken bir kavramdır. Aynı zamanda mesleki yönlendirmenin temel amacı her kişinin kendine özgü, arzu, zeka, zevk ve yeteneklerine göre farklı iş sahalarından hangisini tercih edeceğinin araştırılmasıdır (Özcan, 1985: 102).

Özgüven’e göre mesleki yönlendirme; “öğrencilerin okula ve genel yasama uyum sağlamaları amacı ile izleyecekleri davranışlar, dersler ve seçenekleri meslekler hakkında bilinçlendirilmesi”dir (Özgüven, 2000: 126).

Bu ana kadar anlatılanlardan anlaşılaçağı üzere, mesleki yönlendirme bireyin yetkinliklerine ve olanaklarına uyan bir iş tercih etmesine ve bireyin o işte başarı elde etmesine yardımcı olmak amacıyla ortaya ıkmiştir. İlk başlarda bireyin hayatında dar alanlarda ortaya çıkan bu kavram zamanla bireyin tüm hayatını kavramıştır. O yüzden literatürde bu kavram ile ilgili birçok farklı tanım bulunmaktadır.

1.2.3. Mesleğe Yönlendirme Süreci

Mesleğe yönlendirme sürecinin üç ögesi vardır. Kepçeoğlu(2004) bunları şöyle sıralamıştır:

- Bireyin kişisel özellikleri hakkında bilgi sahibi olma
- Mesleklerin özellikleri ve eğitimi hakkında bilgilendirme
- Meslek ve bireyin kişisel özellikleri arasında bağlantı kurma

Mesleğe yönelme konusundaki literatür incelendiğinde kişilerin hangi mesleğe yöneleceği kararının verilmesinde, yani o mesleği elde edebilmek için hangi eğitim programının seçileceğinde farklı etmenler dikkate alınmalıdır. Bu etmenlerde önce mesleğe yönelme ile ilgili kararı verecek bireyin kişisel özellikleri ile ilgili tam bir bilgiye sahip olması ve o meslek ile ilgili eğitimleri ayrıntılı şekilde incelemesi önemlidir (Kepçeoğlu, 2004).

Eğitim sırasında mesleki yönlendirme konusunda yapılması gereken en önemli adım, bireylerin bilgi, ilgi ve yetkinlikleri kapsamının yanı sıra ülkedeki gereksinim ve ülke durumu da göz önünde bulundurularak bireylerin eğitim alacağı kuruma ve iş sahalarına yönlendirilmesine yardımcı olmaktır. Bu sebeple okulların rehberlik bölümlerindeki danışmanların ilk görevi öğrencilerin ilgisine ve yeteneğine göre mesleğe ya da eğitime yönlendirilmesidir (Bozgeyikli, 2004: 220-234).

Bireyi tanımak düşünüldüğünde bireyin tüm yönlerinin bilinmesi gerekmektedir. Sadece akademik başarısı ve akademik yeterliliğine göre mesleğe yönlendirilmemelidir. Örneğin mesleki yönlendirmede kişinin cinsiyet, yaş, boy, ağırlık, sağlık durumu, gelişme ve büyüme özellikleri, enerjiklik durumu, görünüşü, ses tonu, bedensel özellikleri, arızaları, zeka durumu, yetenek, ilgi gibi özellikleri de dikkate alınmalıdır (Tan, 2000: 143).

Mesleki yönlendirmede diğer aşama ise mesleklerin incelenmesi ve eğitimi hakkında bilgilendirilmesidir. İnceleme sonucunda meslekler hakkında bireyleri bilgilendirilmesi, oldukça kapsamlı ve bir çok tekniğin kullanılması gereken devamlı

bir süreçtir. Mesleklerin incelenmesinde meslek sayısının fazlalığından dolayı birçok güçlüğü vardır (Kepçeoğlu, 2004: 65).

Mesleklerin tanınması için tanıtma sırasında mesleğin konumu, meslekte bireyin yapacağı işler, bireyin kullanacağı makine, araç ve gereç, mesleğin bireyde gerektirdiği özellikler, çalışma ortamı ve meslek koşulları, iş alanları ve olanakları, mesleğin eğitiminin verildiği yerler, eğitimin süresi-içeriği, meslekte terfi olanakları, burs-kredi-ücret durumu hakkında bilgiler verilmelidir (Binbaşioğlu, 2004)

Binbaşioğlu gibi birçok yazar, bireyin seçeceği meslek hakkında neleri bilmesi gerektiği konusunda değişik başlıklar altında farklı listeler oluşturmuştur, ancak birçok oluşturulan liste hemen hemen benzer konular içerdiği görülmektedir. Örneğin Kepçeoğlu(2004)'na göre mesleğin incelenmesi için mesleğin adı, tanımı, görevler ve yapılan işler, kullanılan alet, makine ve malzemeler, mesleğin gerektirdiği özellikler, çalışma ortamı ve koşulları, iş yapılırken iletişimde bulunan kişiler, meslekte iş bulma olanağı, meslek eğitimi, işe girmek için yapılması gerekenler, geliri, meslekle benzerlik gösteren diğer meslekler, mesleğin geleceği, olumlu- olumsuz yönleri, mesleğin talebi, meslekte ilerleme, mesleki kuruluşlar, emekli olma durumu gibi konular bilinmesi gerekmektedir.

Tüm bunların yanı sıra meslek hakkında yukarıda saydığımız bilgiler doğru, gerçekçi, güncel olmalıdır. Ayrıca açık, sade ve anlaşılır bir dille, bireyin yapacağı işin özelliklerini, gerekliliklerini ve eğitim olanaklarını belirtecek şekilde olmalıdır. Bu yüzden bir çok okul ya da kuruluşa kendi imkanları doğrultusunda meslek planları geliştirmesine olanak sağlamaktadır.

Mesleki yönlendirme de son aşama ise; bireyin kişisel özellikleri ve mesleğin yapması için gereken özellikler arasında bağ kurmadır ve sonucunda da bireyin kişisel özelliklerine uygun olan meslekleri belirleyip, aralarından birini seçip karar verilmesidir. Bunun için mesleki yönlendirmenin amacı olsa da seçme ve karar verme hakkının ve sorumluluğunun kişiye bırakılması gerekmektedir (Kepçeoğlu, 2004: 63).

Bireyin özellikleri ve mesleğin gereksinimlerini karşılaştırmak, birey ve meslek arasında bağ kurmak için kişinin fiziksel, zihinsel ve bireysel özellikleri, ilgi alanları, tavrı, isteği, genel ve özel eğitim seviyesi, bilgi birikimi mesleğin gereklilikleri ve yeterliliklerine ne kadar uygun olduğu, mesleğin bu gereklilikleri ve yeterlilikleri ve diğer imkanları bireyin hayallerine, ideallerine, maddi ve manevi gereksinimlerine uygunluğu, aile ve sosyal hayatı seçeceği meslek için uygun olup olmadığı, mesleğin geleceği ile ilgili nasıl bir beklentisi olduğu gibi sorulara yanıt vermesi gerekmektedir. Bu soruların yanıtına göre bireyin en uygun meslek kararı ve bilincini vermesi sağlanır (Tan, 2000)

1.2.4. Mesleğe Yönelmeye Etki Eden Etkenler

Bireyin mesleğini belirlemede çok fazla öge vardır. Bu yüzden yalnızca bireyin kişisel özelliklerine göre mesleklere yönlendirme doğru olmaz (Kepçeoğlu, 2004, s. 58). Kişilerin mesleklerinin seçim süreci, kişinin çalışacağı işi belirlemesinden çok daha öncesidir. Meslek seçimi, sadece var olan işlerden bireye en uygununa karar vermek olarak tanımlanamaz. Kişinin meslek seçimini, geçmiş yaşantısı, örnek aldığı modeller, tecrübeleri, ilgi alanları ve kişilik özellikleri önemli derece etkilemektedir (Onur, 2000: 130).

Bireyin anne ve babası dışında çevresinde hayranlık duyduğu kişinin çalıştığı meslek ve onun model olarak alması, bireyin o mesleği seçmesine ya da çevresindekilerden birinin bir meslekte başarılı olmaması kişinin o meslekten uzaklaşmasına sebep olabilmektedir. Aynı zamanda bireyin yaşadığı çevrede yaygın olan mesleği yapmasıdır olasıdır. Bireyin özellikleri ne olursa olsun ilk akla gelen çevredeki iş olanakları olacaktır (Özgüven, 2000: 159).

1.2.4.1. Mesleğe Yönlendirmede Ailenin Etkisi

Bireyin hayatı boyunca aldığı kararlar arasında meslek seçimi önemli bir yet tutmaktadır ve bu konuda ailenin etkisi oldukça fazladır. Anne babalar kişilerin eğitim ve meslek planlarını etkileyen önemli kişilerdir. Mesela ebeveynler çocuklarını mesleki gelişime yardımcı olması için meslekleri tanımaya yönlendirebilirler ve bu süreçte çocuklarının öğrendikleri bilgileri onlarla tartışıp ilgi

duydukları meslek ve ya meslekler hakkında sohbet edebilirler. Aynı zamanda çocuklarının beceri ve ilgilerini fark etmeleri ve bu yetenek ve ilgileri geliştirmeleri için yardımcı olabilirler (Hamamcı ve Hamurlu, 2005: 57-58).

Bireyin ailesinin ekonomik gücü ve kültür durumu mesleğini seçmesinde olumlu ya da olumsuz etkisi vardır. Araştırmalara göre ailesinin ekonomik düzeyi yüksek olan bireylerin yetenek ve ilgileri doğrultusunda destek gördükleri ekonomik düzeylerinin elverişsiz olduğu bireylerin ise kısa yoldan para kazandıracak statü sağlayacak mesleklere yönlendirildikleri görülmektedir (Özgüven, 2000).

Bireyin ailesinin eğitim düzeyi de mesleğe yönlendirilmesinde belirleyici olmaktadır. Çünkü eğitimi iyi almış aileler çocuklarını olumlu yönlendirilmesinden öte gelecekteki mesleklerinde daha profesyonel işlerle ilgilenmesi yönünde teşvik ederler. Bunun yanında bu aileler çocuklarına daha yapıcı olanaklar sağlamakla birlikte çocuğunun okuldaki durumu ile daha ilgililerdir. Bu da çocuğun okul başarısının yanı sıra sosyal gelişiminde de olumlu bir etki olarak görülmektedir. Ancak eğitim seviyesi düşük ailelerde çoğu zaman çocukların gelişimi de olumsuz yönde ilerlemektedir (Erceleb, 1996: 60-61).

Bireyin mesleki yönlendirilmesinde ailenin mesleği de önemli rol oynamaktadır. Daha öncesindeki gibi aile içindeki bireyin mesleki gelişimini aile içinde sürdürmesi, aile işini devam ettirmesi istenmektedir (Temel ve Aksoy, 2000: 129). Babanın otoriter olarak egemen olduğu aileler baba mesleğini sürdürme çabasıdadır. Çocuklarının başarı ve mutluluklarından daha çok baba mesleğini yapması istenir. Çocuklar istekli ya da isteksiz babasının mesleğine yönelir (Özgüven, 2000). Ailedeki birey sayısı, aile içindeki ebeveynlerin ve diğer kardeşlerin ilişkileri, ve ekonomik, kültürel ve sosyal yapısı bireyin mesleki yönlendirmesini etki etmektedir (Ay, 2002).

1.2.4.2. Mesleğe Yönlendirmede Okulun Etkisi

Kişilerin mesleki yönlendirmelerini etkileyen bir diğer önemli faktör ise okuduğu okuldur. Bireyin eğitimi sırasında okul imkanları, okulun ve hatta ilk olarak okuldaki öğretmenlerin etkisi oldukça büyüktür. Mesleki yönlendirme konusunda

bakıldığında okulun niteliği belirleyici olabilmektedir. Örnek verecek olur isek meslek liselerinde okuyanların buradaki meslekleri sürdürmesi beklenir; fakat verilen kararların geri dönülmez olmaması mesleki yönlendirmenin önemli özelliklerindendir. mesleki yönlendirmenin sağlıklı yönetilmesi gerekmektedir; çünkü bireyler meslek lisesinde eğitimini aldığı alanda ileride çalışmayı sürdürmek istemeyebilirler (Özdel, 2008: 46) .

Bireylerin mesleki yönelimlerinde okul niteliğinin belirleyiciliği yükseköğrenimde de görülmektedir. Dünyadaki gelişmelerle Türkiye'deki Üniversite sayılarının fazlalığı ve küreselleşme sayesinde bireylerin diğer ülkelerde eğitim görebilmesi sebebiyle çoğu üniversite tercih edilebilmek için birçok olanak sunmaktadır. Bu yüzden üniversitenin olanakları ve imkanları bireyin seçeceği üniversiteyi hatta belki de seçeceği bölümü etkileyebilir. Fakat araştırmalara göre bireylerin hem sınıf hem de bölümlerine göre üniversite tercihinde oldukça etkili olan faktörün ilgi alanlarına göre bölümün olup olmadığıdır (Cerit v.d., 2007: 320).

1.2.4.3. Mesleğe Yönlendirmede Sosyal Çevrenin Etkisi

Bireylerin hemen hemen hepsi kişisel özelliklerinin yanı sıra yaşadığı toplumun özelliklerinden de etkilenmektedir. Bu sebeple kişiler etkileşimde olduğu sosyal çevre şartları doğrultusunda gelişim göstermektedir. Mesleki yönlendirmeleri de yaşadığı sosyal ortamda etkilenmektedir (Temel ve Aksoy, 2001: 126).Bireylerin okul başarılarını da yaşadığı sosyal çevre etkilemektedir. Bireyin ailesinin sosyal çevresi oturacağı yeri ve gideceği okulda da etkilidir (Ay, 2002).

Bireyin çevresinde anne-babasının dışında hayranlık duyduğu bir birey olabilir. Kişi onun sahip olduğu mesleğe yönelme bu konuda kendini geliştirmek isteyebilir ya da tam tersi de yaşanabilir yani çevresinde bir meslek hakkında olumsuz yorum duyduğunda bundan etkilenebilir. Bu da mesleki yönelimini etkileyebilir.

1.2.5. Turizm Mesleğine Yönelme faktörleri

Turizm sektöründe emek-yoğun özelliğinden dolayı her alanda kaliteli hizmet anlayışı ve misafir memnuniyetinin önemli olması, sektörü temsil edenleri ve akademisyenleri işleri yapacak personelleri izlemeye incelemeye yönelmişlerdir.

Sektörde çalışacak olan öğrencilerin tavırlarını öğrenmenin önemini Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) üç açıdan değerlendirmişlerdir:

- Gelecekte sektörde çalışma durumları hakkında tahminde bulunmak,
- Sektör ile ilgili olumlu ve olumsuz düşüncelerin etkenlerini belirlemek ve öğrencilerin sektöre karşı olumlu olmasını sağlayacak önerilerin verilmesini sağlamak,
- Kamu harcamalarının turizm öğretiminde etkili kullanılıp kullanılmadığını saptamak.

Sarıışık, 2007 yılında yaptığı çalışmada turizm sektöründe meslek sahibi olmaya yönelten etmenleri şöyle sıralamıştır:

Turizmden elde edilen gelir: Bireylerin turizmi elde edecekleri gelir açısından seçmesidir. Sarıışık (2007)'in çalışmasına göre bireyler genelde ortalama olarak turizmi yüksek kazançlı olarak görmüşler ve kısa zamanda daha çok kazanacaklarını düşünmüşlerdir. Hatta daha iyi hayat standartı yakalayıp uygun bir gelire sahip olacaklarını düşünmüşlerdir. Bu faktörde en çok dikkat çeken gerekçe “turizmin toplum tarafından prestijli birsektör olarak görülmesidir”. Diğer gerekçelerden farklı gibi dursa da prestij kavramı bazen gelirle özdeşleştirilmektedir. Yani bireylerin prestij kazanabilmesi için gelirlerinin de oldukça iyi olması beklenir.

Bireylerin Eğitim ve Öğretimi: Bireyleri turizm sektörüne yönelten bir diğer etmen ise aldığı eğitim ve öğretimdir. Bireyler eğitimleri doğrultusunda mesleklerini seçmek istemektedirler. Sarıışık(2007)'in çalışmasına göre bireyler ortalama olarak aldığı eğitim ile ilgili bir iş sahibi olmak istiyorlar ve bu yüzden de gelecekte de bu alanda öğrenimlerine devam etmek istiyorlar. Hatta bazıları turizm okullarında öğretici olmak istediklerini söylemişlerdir. Yine orta derecede ailesinin ve yakın çevresinin turizm mesleğini yapma konusunda önemli desteğini aldığını söylemiştir.

İletişim Kurma: Turizm sektörü sürekli insanlarla iletişim içerisinde olunan sektördür. Sarıışık(2007)'in çalışmasına göre öğrenciler insanlarla sürekli iletişim içerisinde olmaktan hoşlandıkları için turizm sektörünü seçtiğini söylemiştir.

Öğrenciler orta derece de olsa farklı kültürlerdeki insanları tanımak istediklerini ve mutlu olan insanlarla bir arada olmak istediklerini söylemişlerdir.

Bireysel Yetenekler: Sarıışık (2007)'a göre sektörün Çalışma koşullarının kişilere uygun olması, kişilerin sosyal yaşantısına katkılar sağlamasını, kişilerin meslekte kendilerini daha özgür hissetmesi, bireylerin yeteneklerinin en iyi turizmde kullanabilmesi ve turizm sektöründe en iyi bilgiye turizmde ulaşılması öğrencilerin bireysel yeteneklerini göstermektedir.

İş koşulları ve olanakları: Sarıışık(2007) turizm sektörünün iş koşullarının ve olanaklarının turizm mesleğine yönelten faktörler arasında olduğunu savunur. Bu etken altında sorduğu sorulardan birisi olan turizmde çalışmak diğer mesleklerden daha kolay olduğu sorusuna katılımcılar katılmadıklarını ifade etmiştir. Sürekli olarak sosyal güvenceye sahip olmak istedim ve Ünlü kişi ile tanışma sorularına da katılmadıklarını söylemişlerdir. Yükselme olanakları ile ilgili soruya da ne katılıp ne katılmadıklarını bildirmişlerdir.

Sosyal Olanaklar: Bireylerin turizm sektörüne yönelme faktörlerinden biri de turizmin bireylere sağladığı sosyal olanaklardır. Sosyal olanaklarla anılmak istenen kişilerin daha fazla seyahat etmesi, yeni ve farklı yerler görmesi, daha çok arkadaş edinebileceğini düşünmesi ve farklı deneyimler elde etmek istemesidir (Sarıışık, 2007: 151). Sarıışık (2007) çalışmasına göre; önem dereceleri açısından bakıldığında bireylerin farklı insanlarla sürekli iletişim halinde olmasından hoşlandığı söylenmektedir. Bunu motivasyon nedenini farklı insanları tanıma isteği takip etmektedir. Bu açıdan bakıldığında iletişim kurma isteği açısından beklentiler olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra yine kişilerin yeni farklı yerler görme arzusu önem derecesi bakımında yüksek çıktığından bireylerin turizm sektörünün meslek olarak seçilmesinin en önemli etkeni sosyal beklentiler olduğu anlaşılmaktadır(Sarıışık, 2007: 151).

Kendi İşini Kurma: Bireyler bir mesleği kendi işlerini yapmak yada aileleri o işi yapıyor diye seçiyor olabilir. Sarıışık (2007)'ın çalışmasında bakıldığında turizm

bireylerin kendi işini kurma beklentisi turizm sektörünü seçmesine etken olarak görülmemiştir.

Turizm İmajı: Bireylerin turizm mesleğini seçmelerinin sebeplerinde turizm imajı da etkilidir. Çalışanların hoş bir ortamda çalışmak istemesi ve turizmin sahip olduğu imajın onlara çekici gelmesi bu mesleği seçmelerine etken olmuştur (Sarıışık, 2007)

1.3. Kariyer Yapma İsteği

1.3.1. Kariyer Kavramı

1970’lerden bu yana birçok yönden ele alınmış olan kariyer kavramı, algı ve kullanım bakımından sözlükte meslek, meslek hayatı, meslekte başarıma ve meslekte gelişim gösterme olarak tanımlanmaktadır (Keçelioğlu, 1998: 62).

Başlarda kariyer denilince akla yüksek maaş ve yüksek statü gelmekteydi; ama kariyeri sadece yüksek ücret olarak tanımlamak ve sadece üst düzey yöneticilerin kariyer sahibi olacağını düşüncesi zamanla değişmiştir (Doğan, 1997: 245).

Kariyeri en genel tanımı ile “Kişinin seçtiği bir işte ilerleme ve gelişme derecesi ve bunun sonucunda da kişinin daha fazla para kazanması, sorumluluk üstlenmesi, daha fazla saygınlık görmesi, statü ve prestij elde etmesi”dir. Buradan da anlaşılacağı üzere yalnızca iş sahibi olmak olarak algılanmamakta aynı zamanda bireye başarıma hissini de vermektedir (Akat ve Budak, 1994: 409).

Bir örgüt içinde gerçekleştirilmesi ve bir meslek dalı içinde gerçekleştirilmesi şeklinde kariyeri iki şekilde incelenebilir. Bireyler aynı sektör içinde farklı işletmelere geçerek kariyer edinip, kariyerlerini geliştirirken yüksek pozisyonlara geleceklerini düşünürler, bazı bireyler ise aynı işletme içerisinde dikey olarak kariyer basamaklarını çıkmayı hedef edinmişlerdir (Gürel, 2010: 3).

Kariyer Seçimini Etkileyen Faktörler

Kişiler, kariyer planlayıp, kariyerlerinde seçim yaparken birçok etmenden etkilenirler. Bunlar ailenin sosyo-ekonomik durumu, yaşadığı toplumun etkisi, kişisel beklentiler ve kişisel gelişimdir. Kariyer seçimini dört temel faktörün etkilediği görülmektedir (Aydın, 2010: 84):

Kendini Tanıma: Kişinin kariyeri kendi görüşüne göre şekillenmektedir ve görüşünü yansıtır.

İlgi Alanları: Birey ilgi alanında girdiğine inandığı mesleği seçmektedir.

Kişilik: Bireyin kendi ihtiyaçları kadar kişisel eğilimi de kariyer seçimini etkiler.

Sosyal Ortam: kişinin eğitimi, mesleki düzeyi, ebeveynlerinin sosyo-ekonomik statüleri, içinde yer aldığı toplum gibi noktalar sosyal ortamı oluşturur.

1.3.2. Kariyer Aşamaları

Bireyin işe başlamasından bitişine kadar geçirdiği sürece kariyer yönetimi aşaması denmektedir. Bu yüzden kişinin işe başlarken olduğu yaşı, kariyerinin başlangıcı için oldukça önemlidir. Bunun yanı sıra kişi başka bir işe başladıktan sonra aynı kariyer aşamalarını tekrar yaşayacaktır.

Kişiler, çalışma hayatı boyunca kariyerinde birçok aşamadan geçer. Bu aşamalar keşif, kurulma, kariyer ortası, kariyer sonu ve azalma aşaması olarak kendi içinde bölümlere ayrılmaktadır (Çalık ve Ereş, 2006: 53)

Kişinin yaşı ve çalışma süresi esas alınarak kariyer aşamaları konusunda üç, dört ve beş aşamalı birçok model oluşturulmuştur. Modellerin ortak birçok özelliği vardır. Bu özellikler (Nihat, 2003: 21):

- Bireyler çeşitli aşamalardan geçerler ve bu aşamalar farklı görev ve başarılarından oluşur.
- Aşamaların her birinin karşılık geldiği bir yaş vardır.

- Aşamaların her biri kişinin ailesini, işini ve kişisel gelişimini dikkate alır ve birey odaklıdır.

1.3.2.1. Keşif Aşaması

Keşif aşaması, kişinin kendini gösterme çabasında olduğu, iş seçeneklerinin değerlendirdiği ve kendi gözlemlemesi sonucunda da mesleğine karar verdiği dönemdir (Kabadayı, 2013: 9). Başka bir tanıma göre bireyin 20’li yaşlarının ortasına doğru son bulan ve okulu bitirip ilk işe başladığı zamana kadar geçen süreçtir (Sevinç, 2010: 58).

Bu aşamada işle ilgili yeni sorumluluklar alma, terfi etme söz konusudur. Kişi bu aşamada güvenlik gereksinimine önem verir ve yerini sağlamlaştırma çabasıdır (Noe, 1999: 336).

Kişiler, farklı mesleklerle ilgili bilgi sahibi olmaya başlarlar bununla birlikte mesleklerinde kendini ispatlama, bir kimlik sahibi olma ve toplum içerisinde bir yere gelme istemelerinden dolayı mesleki ilgileri belirginleşir (Kabadayı, 2013: 9).

Bu dönem de kişiler beklentileriyle iş ve kurumda yaşadıklarının farklı olmasından dolayı “gerçek şoku” denilen sorunla karşılaşabilirler. Bu yüzden birey hayal kırıklığına uğrayarak iş değiştirme veya işte kalıp duruma alışma arasında gidip gelecektir (Noe, 1999: 336).

Bireylerde bu dönemde kariyer gelişimi çok hızlı olur ve genellikle mezuniyetten sonra 25-30 yaşlarına kadar olan dönem olarak söylenir. Üretkenlik bakımında verimli bir dönemdir. Birey bu aşamada belirlediği amaçlara ulaşma konusunda çaba sarf eder, işini ve performansını sürekli gözlemler ve kariyerine dair beklentilerini karşılama düzeyini anlamak zorundadır (Aytaç, 1997: 64).

1.3.2.2. Kurma Aşaması

Kurma aşaması ortalama olarak birey 25 yaşında iken başlar ve 35 yaşına kadar süren ilerleme aşamasıdır. Bu dönemde artık birey güvenlik ihtiyacını

karşılama başarı, saygınlık ihtiyaçları ön plana gelmiştir. Bağımsız karar vermeye ve terfi için sorumluluk almaya başlamıştır (Çalık ve Ereş, 2006: 54).

1.3.2.3. Kariyer Ortası

Bu evrede artık bireyin kariyerindeki pozisyonu daha sağlamdır. Yaş olarak ortalama 36-50 yaş arasına denk gelmektedir. Artık bu dönemde kişinin çıraklık aşamasından ustalık aşamasına bir bakına öğrencilikten uygulayıcılık aşamasına gelmesi beklenmektedir. Bu aşama verdiği kararlarda hayati önem artar ve hata yaptığında cezalandırılırken başarılı olduğunda ödüllendirme söz konusudur ve sorumlulukları artmıştır (Sav, 2008: 19).

Bu aşamada kişiler genellikle olgunluk dönemindedirler, yaptıkları işte ustalaşırlar, kurum içindeki statüsünü sağlama alıp korurlar ve terfi alırlar. Bu aşamada aynı zamanda değişen çevre koşullarına uyum sağlamak için bireyler kendini geliştirirler. Bazı bireyler orta yaş kriziyle değişime ayak uyduramayıp performans düşüşü yaşayıp kariyerlerinde düşüş yaşarlar. Bu düşüşten dolayı kurumun kendisine verdiği önemin azaldığını düşünen bireyler kuruma katkı sağlayamaz bunun sonunda da ya işten çıkarılır veya kendisi istifa etmek zorunda kalırlar (Barutçugil, 2004: 328).

1.3.2.4. Kariyer Sonu, Azalma ve Çekilme (Emeklilik) Aşaması

Bu aşama bireyin kariyerindeki en son aşamadır. Kariyeri boyunca karşısına çıkan fırsatları iyi değerlendiren kişiler, bu aşamada iş hayatındaki en üst düzeydedir ve artık bu aşamada kişi sağlığı ile ilgilenebilir. Yaş olarak yaklaşık 50-65 yaşları arasını kapsamaktadır. Bu aşamada artık kişiler kendisine yönelir ve kariyeri boyunca sağladığı saygıyı korumaya çalışır (Aytaç, 1998: 9).

Birey bu aşamada ister emekli olur ya da çalıştığı kurumda veya başka bir kurumda tecrübeleri ve birikimleri ile danışmanlık yapabilir. Birey artık bu aşamada eğitici konumundadır ve bundan dolayı çevresinden saygı görür ve yaşamına yeni verdiği yön ile devam eder (Kabadayı, 2013: 12-13).

1.3.3. Turizm ve Kariyer

Turizm sektörü otomasyona diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha az imkan sağlamasından dolayı emek-yoğun olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle insan faktörü turizmde diğer sektörlerle kıyaslandığında oldukça önemlidir (Yanardağ ve Avcı, 2012) .

Turizm sektörünün ülke ekonomisi katkısı oldukça önemli olduğundan dolayı, bu alanda çalışacak potansiyel bireyler yetenekli, içinde bulunduğu zamanın gerektirdiği donanımına sahip olmalıdırlar. Bu sebepten turizm okulları için sektörün ihtiyacı olan bireyleri yetiştiren ilk sorumluluğa sahip kurumlar denilebilir(Solmaz v.d., 2016).

Sektör temsilcileri ve işletme yöneticileri tarafından nitelikli personel yetersizliği sürekli dile getirilmektedir. Nitelikli personel eksikliği, işletmelerde kaliteli üretimin ve kurumların gelişmesinin önünde önemli engeldir. Bakıldığında Türkiye’deki turizm eğitiminin olanakları ve turizm eğitimi alan öğrenci sayısı oldukça yeterlidir (Temeloğlu ve Aksu, 2016). Ancak yapılan çalışmalar doğrultusunda turizm eğitimi alan öğrencilerin, kariyerlerine mezun oldukları sektörden daha farklı sektörlerde devam ettikleri tespit edilmiştir (Morçin ve Morçin, 2018).

1.4. Kişilik Özellikleri, Mesleğine Yönelme Faktörleri ve Kariyer Yapma İsteği Konusunda Yapılan Çalışmalar

Bireylerin kişilik özellikleri ile ilgili çalışmalar sadece turizm mesleğinde değil birçok meslekte de yapılmıştır(Chait v.d., 2000; Judge v.d., 2002; Coetzee ve Schreuder, 2002; Kılıç ve Bozkaya, 2014; Gözel v.d., 2017). Chait v.d. (2000) müşteri hizmetleri pozisyonunda çalışan 605 kişiye uyguladığı çalışmasının sonucunda bir kişilik özelliği olan dışa dönüklük hizmet verme konusuna katkıda bulunan en önemli özellik olduğunu bulmuştur. Hizmet verme yatkınlığı ile bir diğer ilişkili olan kişilik özellikleri ise; uyumluluk ve deneyime açıklıktır. Bunun yanında aynı zamanda nezaket, incelik ve saygı gibi özellikler de hizmet verme yatkınlığını

belirleyen kişilik özelliklerindendir. Judge v.d. (2002) çalışmalarında beş faktör kişilik modeli ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda dışadönük, sorumlu, duygusal dengeli ve yumuşak başlı çalışanların iş tatmin düzeyleri yüksek düzeyde çıkmıştır. Coetzee ve Schreuder (2002) kariyer ve kişilik özelliklerine yönelik yapılan araştırmasında kariyerinde başarı sağlamak için kişilik özelliklerinin önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir. Kılıç ve Bozkaya(2014) bir kamu kurumunda çalışanlarının kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmaları sonucunda kişilik özelliklerinden olan dışadönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk ve deneyime açıklık örgütsel bağlılığın alt boyutu olan duygusal bağlılığı etkilediğini, duygusal denge kişilik özelliğinin örgütsel bağlılığın alt boyutu olan devam bağlılığını etkilediği ve yine kişilik özelliklerden olan dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık örgütsel bağlılığın alt boyutu olan normatif bağlılığı etkilediğini bulmuşlardır. Gözel v.d. (2017) çalışmalarında hemşirelerin kişilik özellikleri ile iş performansı arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamışlar ve sonuç olarak kişilik özellikleri ve iş performansının birbirlerinden etkilendiğini belirlemişlerdir.

Turizmde kişilik konusu ile ilgili literatürde hem öğrenciler(Janes v.d., 2003; Lai, 2003; Teng, 2008; Bilgin, 2011; Aslan, v.d., 2012; Erdem ve Kayran, 2013; Şengel v.d., 2016; Keleş ve Çakır, 2017) hem de çalışanlar (Hurley, 1998; Brown v.d., 2002; İnanır, 2012; Çetinsöz ve Akdağ, 2015) üzerine kaynaklar bulunmaktadır. Janes v.d. (2003) turizm ve seyahat öğrencilerine yaptığı çalışmasına göre kişilik öğrencilerin iş ile ilgili davranışlarının belirlemede meslek seçiminde önemli bir faktör olarak çıkmıştır. Lai (2003) çalışmasına göre bir kişilik özelliği olan dışadönüklük ile öğrenme şekilleri arasında ilişki olduğunu belirlemiş ve dışadönük kişilerin öğrenmeye daha açık olduğu ortaya çıkmıştır. Teng(2008), Tayvan’da yaptığı çalışmasında turizm öğrencilerinin kişilik özellikleri ile turizm mesleğine karşı olan tutumları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bunun sonucunda öğrencilerin kişilik özelliği olan dışadönüklük ile turizm mesleğine karşı olan tutumları arasında ilişki olduğu çıkmıştır. Bilgin(2011)’in turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin kişilik özellikleri ile turizm mesleği hakkındaki düşüncelerini incelemeyi amaçladığı çalışmasına göre öğrencilerin kişilik özellikleri ile turizm mesleği hakkındaki

düşünceleri arasında ilişki tespit edilmiştir. Aslan v.d. (2012)'nin turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerini belirleyip turizm sektörü uyumu açısından değerlendirmesini yaptığı araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliği baskın çıkmıştır. Öğrencilerin kişiliği ve iş uyumu açısından bakıldığında kişi, işletme ve toplum bakımından olumlu sonuçlar ortaya çıkmıştır. Erdem ve Kayran (2013) öğrencilerin kariyer beklentisinin meslek seçimini etkileyen en önemli faktör olduğu ve bunu kişisel özellikler faktörünün takip ettiğini belirlemiştir. Şengel v.d. (2016) yaptığı kişilik özelliklerinin turizm bölümünü tercihleri üzerine yaptığı araştırması sonucunda kişilik özellikleri turizm bölümünü seçme sebeplerini etkilediği ortaya çıkmıştır. Keleş ve Çakır (2017) 'ın lisans eğitimi alan turizm öğrencilerinin kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik yaptığı çalışmasında öğrencilerin daha fazla deneyime açık ve öz disiplinli olduğu ve daha az duygusal dengeli olduğu ortaya çıkmıştır.

Hurley (1998) yiyecek içecek işletmesi çalışanlarına uyguladığı çalışmasının sonucuna göre yumuşak başlı ve dışadönük personelin hizmet performansı yüksek çıkmış ve bu çalışanların mükemmel hizmet sunma eğilimi vardır. Brown v.d. (2002) çalışmasına göre kişilik özelliği olan sorumluluk ile işgören performansı arasında olumlu bir ilişki vardır. Aynı çalışmada kişilik özelliklerinden yumuşak başlılık ve duygusal denge ile hizmet verme yatkınlığı arasında da ilişki saptanmıştır. İnanır (2012)'ın konaklama işletmelerinde işgörenlerin kişilik tipleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik yaptığı araştırmasında işgörenlerin kişisel özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı ilişki çıktığı görülmüştür. Çetinsöz ve Akdağ (2015) beş yıldızlı otel çalışanlarının kişilik özellikleri ile iş performansı arasındaki ilişkilerini incelediği çalışmasının sonucuna göre kişilik özelliklerinin iş performansını etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Meslek seçimi ile ilgili yazın incelendiğinde öğrencilerin meslek seçimleri ile ilgili birçok araştırma yapıldığını ancak meslek seçimini etkileyen faktörler üzerinde durulduğu görülmüştür (Saatçi, 2013; Erdinç ve Kahraman, 2012; Correll, 2001; Yanikkerem v.d., 2004; Tai v.d., 2006; Sarıkaya ve Khorshid, 2009; Erdem ve Kayran, 2013; Saatçi v.d., 2018; Genç v.d., 2007).

Saatçi (2013), Uludağ Üniversitesi Harmancık Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programı öğrencilerine yaptığı çalışmasının sonucunda öğrencilerin çoğunluğunun bir meslek sahibi olmak için bölümü tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.

Sarıkaya ve Khorshid (2009), Ege Üniversitesine yeni kayıt yaptıran öğrenciler arasında yaptığı çalışmada öğrencilerin büyük çoğunluğu meslekle ilgili olumlu görüşleri olduğu için bu mesleği seçmişlerdir. Aldıkları puan, puan türü, tercih sırası anne eğitim düzeyi ve mesleğinin öğrencilerin seçimlerinde etkili olduğunu bulmuştur.

Erdoğan ve Kahraman (2012)'nin Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'na kayıt yaptıran öğrencilerle yaptığı çalışmada öğrencilerin mesleklerini seçmede istekli oldukları ve severek seçtikleri belirlenmiştir. Correll(2001)'e göre kültürel değerlerin meslek seçimi üzerinde daha çok etkili olduğunu tespit etmiştir. Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerine yaptığı araştırmada Saatçi v.d. (2018) yaptığı çalışmada öğrenciler üniversite mezunu olmak için meslek seçmediklerini, tam tersi seçtikleri mesleğin kendilerini çok mutlu edeceğini düşünmüşlerdir.

Turizmde meslek sahibi olmaya yönelten etmenler bakıldığında Batman v.d.(2000) 320 önlisans öğrencisinin turizm mesleğine ilişkin tutumlarını incelemiş ve bu çalışmaya göre öğrencilerin %24'ünün mesleğini sev.dikleri, %21,9'unun mesleği çekici buldukları ve %21,3'ünün insanlarla iyi ilişkiler kurmayı sev.dikleri belirlenmiştir.

Akoğlu Kozak ve Kızıllırmak (2000)'in üç üniversitede turizm işletmeciliği bulunan MYO'da yaptığı çalışmada öğrencilerin sektör tercihi nedenlerinde farklı insanlarla tanışma beklentisi ilk sıralarda yer almaktadır. Bunun yanında olumsuz düşünceler de ortaya çıkmıştır. Bunlar; sektörde çalışmanın saygın olarak görülmemesi, otellerin çalışanlar için çekim merkezi olarak görülmemesi ve sektörde çalışılmaya sıcak olarak bakılmamasıdır.

O'Mahony v.d. (2001), Avustralya'da turizm işletmeciliği programında üniversitede eğitime yeni başlayan 143 öğrenciye anket uygulamış ve öğrencilerin

%30'u doğrudan bu bölümü tercih ettiğini saptamışlardır. Araştırmaya göre öğrencilerin turizm sektörüne karşı olumlu görüşe sahip oldukları belirlenmiş ve bunun nedeni olarak öğrencilerin part-time çalışma sonucunda elde ettikleri kişisel deneyimler, bireysel gözlemler, çevrelerinde turizm alanında çalışanlardan elde edilen bilgiler ve endüstrideki büyüme ile ilgili medyada çıkan haberler olarak belirlenmiştir. Çalışmada ortaya çıkar bir diğer sonuç ise öğrencilerinin sektöre ilgilerinin ve hakkında bilgi sahibi olmalarının en önemli etkenleri ailelerinin desteği ve kariyer danışmanlarının sektöre yönlendirmesidir.

Jenkin(2001), Hollanda ve İngiltere'de turizm işletmeciliği programındaki öğrenciler ile yaptığı çalışmada öğrencilerin gelecek ile ilgili bakış açılarını belirlemeye hedeflemiştir. Çalışmaya göre öğrenciler mezun olduktan 10 yıl sonra yönetici olmayı beklemektedirler. Bunun yanı sıra öğrencilerin mezun olması yaklaştıkça turizm sektörü hakkındaki görüşleri olumsuz yönde değişmiştir.

2002 yılında Yüksel v.d. tarafından yapılan çalışmada Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencilerinin turizm endüstrisinden en büyük beklentilerinin, yabancı dil gelişimi, iyi adil ücret, müşterileri tanıma ve kariyer gelişimi olarak belirlenmiştir.

Schmidt (2002) çalışmasında turizm işletmeciliği bölümünde öğrenime karar verme ile demografik, sosyal, kişisel ve psikolojik dört önemli etken arasında bağlantı olduğunu vurgulamıştır.

Sziva v.d. (2003) İngilterenin iki ayrı bölgesinde yaşayan 309 kişi ile bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmaya göre her iki bölgede de bireyleri turizme motive eden 30 etken arasında ilk üç sırayı; insanlarla sürekli iletişim kurmayı sağlayan sektör olması, hoş bir ortamda çalışma beklentisi ve ilginç bir işe sahip olma isteği almıştır. Yine bu çalışmada son üç sırayı; özellik aranmayan bir işe gereksinim duyulması, ailesinin turizm sektörüyle ilgili bir işe sahip olması ve farklı bir işin bulunamaması almıştır.

Kwan(2005) iş deneyiminin turizm ve ağırlama endüstrisinde iş algısı üzerine etkisine yönelik yaptığı çalışmada üniversitede ilk sınıflarda olan

öğrencilerin ailelerinden etkilendiğini ve son sınıflara doğru öğrencilerin yaşadıkları iş deneyimlerinin turizm ile ilgili düşünce ve algılarını etkilediğini belirlemiştir.

Kim v.d. (2007) Turizm işletmeciliği programlarında eğitim alan öğrencilerin ilgilerinin meslek deneyimine ve bilgi edinme durumuna göre değiştiğini belirtmiştir.

Sarışık (2007) meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik yaptığı çalışmada turizm sektöründe meslek sahibi olmaya yönelten etkenleri belirlemiştir. 723 öğrenciye uyguladığı anket çalışmasında öğrencileri turizm sektörüne yönelten sekiz etken olduğunu belirlemiştir. Bu etkenler; turizmden elde edilen gelir, eğitim ve öğretim, iletişim kurma, bireysel yetenekler, iş koşulları ve olanakları, sosyal olanaklar, kendi işini kurma, turizm imajı olarak sıralamıştır.

Turizm sektöründe kariyer yapma isteği üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında turizmde kariyer yapma isteğini etkileyen farklı değişkenleri ele almıştır(Türkay v.d.,2011; Türkay ve Solmaz,2011; Morçin ve Erdoğan,2018).

Türkay v.d. (2011) orta öğretimden lisansüstü öğrenimine kadar turizm eğitimi alan öğrencilere yaptığı araştırmalarında kişilik özelliği olan hedef yönelimi ile kariyer yapma isteği arasında anlamlı ilişki bulmuşlardır.

Türkay ve Solmaz (2011) lise,önlisans, lisans ve lisansüstü öğrencileri üzerine yaptığı araştırmasında liderlik yeteneğinin ve kariyer değerlerinin turizmde kariyer yapma isteği üzerine yaptığı araştırmasının sonuçlarına göre turizmde kariyer yapma isteğini sadece kariyer değeri değişkeni olan yönetsel yetkinlik etkilemektedir.

Solmaz v.d. (2016) sosyotropi ve otonomi kişilik özelliklerinin turizmde kariyer yapma isteği üzerindeki etkileri incelemeyi amaçladığı çalışmalarında 230 öğrenciye anket uygulamışlar ve sonucunda bir kişilik özelliği olan otonominin turizmde kariyer yapma isteği üzerine etkisi olduğunu saptamışlardır.

Temeloğlu ve Aksu (2016)'nın çalışmasında turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin ile kariyer yapma isteğini etkileyip etkilemediğini belirlemeyi

amaçlamış ve çalışmanın sonucunda kişilik özelliklerinin turizmde kariyer yapma isteğini etkilediği ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra uyumluluk, sorumluluk ve yeniliklere açık olma kişiliğindeki öğrencilerin dışa dönüklük ve duygusal denge kişiliğindeki öğrencilere göre daha fazla turizmde kariyer yapmak istediklerini belirlemiştir.

Morçin ve Erdoğan (2018)'ın çalışmasında lise, önlisans ve lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilere yönelik yaptığı öğrencilerin ücret ve ek imkanlara karşı tutumlarının kariyer yapma isteği etkisi araştırmış ve araştırma sonucuna göre ücret ve ek imkanların turizm sektöründe kariyer yapma isteğini etkilediği ortaya çıkmıştır.

Solmaz (2018)'ın turizm eğitimi alan yükseköğrenim öğrencileri üzerine yapılan araştırmasına göre girişimci kişilik özellikleri, turizmde kariyer yapma isteği ve turizmi kariyer yolu olarak önerme davranışı arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Yine aynı araştırmada girişimci kişilik özelliklerinin turizmde kariyer yapma arzusunu ve tavsiye davranışını etkilediği belirlenmiştir.

Kuşlivan ve Kuşlivan (2000) turizm eğitimine yeni başlayan öğrencilere kıyasla deneyimli öğrencilerin görüşlerinin genellikle olumsuz olduğunu belirlemiştir. Duman, v.d. (2006) Mersin'de yükseköğretim ve orta öğretim düzeyinde eğitim alan öğrencilerinin çalışma koşullarını algısını ve sektörde çalışma isteklerinin analizini yaptığı çalışmasına göre öğrenciler işin doğasını ve çalışma koşullarını ağır, ücret ve ek gelirleri düşük buldukları ortaya çıkmıştır ve turizmde kariyer yapma isteklerini etkileyen en önemli faktörler ise kişi-endüstri uyumu, terfi imkanları ve sektörde çalışmanın sağlayacağı sosyal statü olarak çıkmıştır.

Bu zamana kadar turizmde yapılan çalışmalara bakıldığında kişilik özellikleri ile kariyer arasında ilişkiye yada kişilik özellikleri ile meslek seçimi arasında ilişkiye bakılmış; ama üçünün bir arada yapıldığı bir çalışma ile karşılaşılmamıştır. Bu çalışmada da kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten ve turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkiye bakmak amaçlanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM EĞİTİMİ ALAN LİSANS VE ÖNLİSANS

ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ALAN ÇALIŞMASI

2.1. Araştırmanın Konusu

Turizm alanında eğitim alan öğrencilerin kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ile öğrencilerin turizm mesleğinde kariyer yapma istekleri arasındaki ilişkilerin derecesi nedir?

2.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmada; Turizm Eğitimi Alan önlisans ve lisans öğrencilerinin kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ile öğrencilerin turizm mesleğinde kariyer yapma istekleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma turizm üzerine eğitim ve araştırma yaptırın 1 vakıf ve 1 devlet üniversitesinde okuyan önlisans ve lisans düzeyindeki öğrencileri kapsamaktadır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

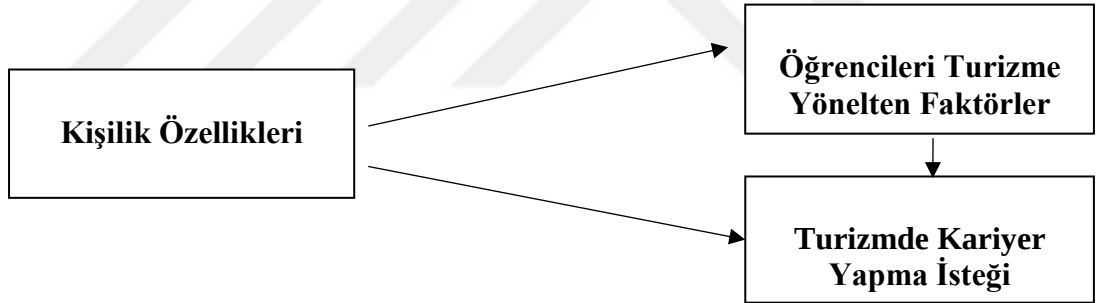
2.3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bilimsel çalışmalarda amaca uygun olarak verilerin en ekonomik biçimde toplanması ve çözümlenmesine araştırma modeli denilmektedir (Karasar, 2008: 76). Dolayısıyla bu çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, her hangi bir olgu çerçevesinde birbirleriyle muhtemel ilişkisi olduğu düşünülen değişkenlerin sonuçlarını ortaya koymayı bir araştırma modelidir. Dolayısıyla bu çalışmada nicel yaklaşım yöntemi kullanılmıştır (Büyüköztürk v.d., 2010: 17). Niceliksel araştırmalar istatistiksel testlerle değerlendirme yapılabilmesi hemen her zaman mümkün olan çalışmalardır. Bu tür çalışmalar göreceli olarak daha hızlı uygulanabilmekte ve tekrar edilebilir özelliktedirler (Ulus v.d., 2010: 44).

Nicel araştırmalarda hipotez veya hipotezlerin test edilmesi isteniyorsa ve istatistiksel olarak sonuç elde etmek hedefleniyorsa niceliksel araştırmaların uygulanması doğru olarak kabul edilmektedir (Padem v.d., 2012: 58). Hipotez, yapılan çalışmanın veya çalışmayla ilgili bir özelliğin doğruluğunu sınamak için öne

sürülen geçici bir önermedir. Araştırmacı olay ve olgularla ilgili bilgileri toplayarak önermiş olduğu hipotezi doğrulamaya çalışmaktadır. Bu işlem sonucunda araştırmanın problemine cevap veren hipotezler ve probleme cevap vermeyen hipotezler tespit edilmiş olur (Erdem, 2007: 47).

Bu zamana kadar turizmde yapılan çalışmalara bakıldığında kişilik özellikleri ile kariyer arasında ilişkiye yada kişilik özellikleri ile meslek seçimi arasında ilişkiye bakılmış; ama üçünün bir arada yapıldığı bir çalışma ile karşılaşılmamıştır. Bu çalışmada da kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten ve turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkiye bakmak amaçlanmıştır. (Saatçi, 2013; Erdinç ve Kahraman, 2012; Correll, 2001; Yanikkerem v.d., 2004; Tai v.d., 2006; Sarıkaya ve Khorshid, 2009; Erdem ve Kayran, 2013; Saatçi v.d., 2018; Genç v.d., 2007 Türkay v.d.,2011; Türkay ve Solmaz,2011; Morçin ve Erdoğan,2018). Bu çerçevede araştırmada Şekil 1’deki gibi bir model oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Şekil 1’de görüldüğü üzere; araştırmada bağımsız değişken öğrencilerin kişilik özellikleri ve bağımlı değişkenler olarak öğrencileri turizme yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma istekleri olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilen hipotezler aşağıda sunulmuştur;

H₁. Öğrencilerin kişilik özellikleri ile öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂. Öğrencilerin kişilik özellikleri ile öğrencilerin turizmde kariyer yapma istekleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃. Öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörler ile turizmde kariyer yapma isteklerinin arasında ilişki vardır.

2.3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bilimsel çalışmalar genel olarak küçük bir kitle üzerinde gerçekleştirilmekte ve çıkan sonuçlar hedef kitlenin tümüne genellemektedir. Evren ve örneklem belirleme süreci beş alt başlık altında incelenir. Birincisi, sonuçların genelleneceği ana kütle veya ana kütlelerin belirlenmesidir. İkinci aşamada örneklem çerçevesi saptanır. Üçüncü aşama örnekleme yönteminin belirlenmesidir. Dördüncü aşama, örneklem büyüklüğünün hesaplanmasıdır. Beşinci aşama, örnekleme hatası ve örnekleme dışı hatalar konusunda okuyuculara bilgi verilmesidir (Şencan, 2007: 130). Buradan hareketle evreni; çalışmanın problemine cevap verebilecek olan, aralarından örneklem seçilebilen edinilen sonuçların genellenebileceği bir grup olarak tanımlamak mümkündür (Altunışık v.d., 2010: 27-142). Evren; genel ve erişilebilir olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Genel evren soyut bir kavramdır. Tanımlanması kolay ancak ulaşılması zordur. Erişilebilir evren ise ulaşılması mümkün olanıdır. Bu açıdan somuttur (Karasar, 2011: 110). Bu tanımdan hareketle, araştırmanın evreni vakıf üniversitesinde 386 kişi ve devlet üniversitesinde 2612 kişi olmak üzere toplam 2998 öğrenci olarak belirlenmiştir. Çalışmada turizm eğitimi devam eden vakıf üniversitesi olarak Haliç Üniversitesi ve devlet üniversitesi olarak da Karabük Üniversitesi seçilmiştir. Çalışmada Haliç ve Karabük Üniversitesinin seçilmesinin en büyük sebeplerinden biri turizm eğitimi alan bütün öğrencilere ulaşmaya çalışmak hem çok uzun zaman alacağından hem de maliyetin yüksek olacağından zaman ve maliyet etkenleri düşünülmüştür. Yapılan çalışmalardan bazıları devlet üniversitesinde yapıldığından (Duman v.d., 2006; Sarıışık, 2007; Solmaz v.d., 2016; Morçin ve Erdoğan, 2017) dolayı hem vakıf üniversitesi hem de devlet üniversitesi arasında değişkenler arasında ne gibi farklılıklar olacağı tespit edilmek için tercih edilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada hedef kitlenin çalışma koşullarından kaynaklı cevap alma oranı, maliyet, zaman ve araştırmada kullanılacak veri toplama aracı dikkate alınarak evrenden bir örneklem belirleme sürecine başvurulmuştur (Altunışık v.d., 2005:

128). Örneklem; araştırmanın problemine cevap vereceği düşünülen hedef kitleden, sınırları çizilmiş ve belli kurallar çerçevesinde seçilen küçük bir birim olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede araştırma seçilen küçük birimler üzerinde yapılmakta ve elde edilen sonuçlar genele yansıtılmaktadır (Karasar, 2011: 110). Örneklem ise hedef kitleyi temsil edebilecek bireylerin belirlenmesi sürecidir (Özen ve Gül, 2007: 397). Araştırmada tesadüfi olmayan örneklem tekniklerinden, kolayda örneklem tercih edilmiştir. Kolayda örneklem, birimlerin seçiminin büyük ölçüde görüşmecilere bırakıldığı örneklem türüdür (Nakip, 2013: 204). Niceliksel çalışmalarda hesaplanacak örneklem büyüklüğünün çalışmada kullanılan değişken sayısının en az beş katı olması gerekmektedir (Tavşancıl, 2002: 51). Ancak literatürde, evren hacminin büyüklüğü ($N > 10.000$ veya $N < 10.000$), değişkenlerin türü (nitel veya nicel) ve güven düzeyinin göz önünde bulundurulup bulundurulmayacağı gibi belirleyiciler dikkate alınarak, örneklem hacminin hesaplanması için ilgili literatürde (Ryan, 1995: 36; Sekaran, 2003: 119) örneklem büyüklüğünün hesaplanmasına yönelik bazı formüller verilmiştir. Bu kapsamda örneklem büyüklüğünün hesaplanması için aşağıdaki örneklem hesaplama formülünden yararlanılmıştır (Arıkan, 2005: 87).

$$n = \frac{N}{\frac{(N-1) \times B^2 + Pq}{Z^2}}$$

n = Örneklem sayısı

N = Araştırmaya konu olan topluluğu

P = Topluluk oranını veya tahminini

q = 1-P'yi

B = Katlanılabilir hata oranını

Z = İstenilen güven aralığını ifade etmektedir.

2998 kişilik evrende $\alpha=0.05$ anlamlılık ve $\pm \% 5$ hata payına göre ihtiyaç duyulan örneklem sayısı 341 kişidir (Baş, 2010, s. 41; Davis ve Cosenza, 1998, s. 28; Yamane, 2001, s. 116-117). Ancak araştırma kapsamında 384 kişiye ulaşılmıştır.

2.3.3. Veri Toplama Araçları

Bilimsel çalışmalarda örneklem ve evren belirlendikten sonra doğru veri ve bilgilerin nasıl toplanacağı ile ilgili olarak kararın verildiği aşama gelmektedir. Toplumu ilgilendiren olgular veya olayların çözümlenmesi için doğru veri ve bilgilerin elde edilmesi gerekmektedir. Bu tarz konularda bilgilerin elde edileceği temel kaynak insandır. Dolayısıyla bu çalışmada insan kaynağından doğru bilgi alma araçlarından biri olan yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır (Odabaşı, 1999: 81). Anket, araştırma problemini ortaya koyacak soruların kullanılarak şekillendirilmesi ve örneklemden doğru bilgileri almak için tasarımı yapılmış yapısal formlardır (Nakip, 2013: 173).

Söz konusu anket 4 bölüm şeklinde tasarlanmıştır. Birinci bölümde araştırmaya katılan öğrencilere ilişkin 6 tanımlayıcı soruya yer verilmiştir. İkinci bölüm, öğrencilerin kişilik özelliklerini belirleyen ve 10 madde ve 5 faktörden oluşan bir ölçekten oluşmaktadır. Kişilerin Kişilik Özelliklerini belirlemek için McCrae ve Costa (1989) tarafından geliştirilen ve Atak'ın 2013 yılında Türkçe'ye uyarladığı 10 maddelik kişilik özellikleri ölçeği kullanılmıştır. Üçüncü bölümde öğrencilerin Turizm Mesleğine Yönelme Faktörlerini ölçümlemek için Sarıışık(2007)'in Turizm Sektöründe Meslek Sahibi Olmaya Yönelten Etkenler: Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik yaptığı çalışmasında kullanmak üzere konuya ilişkin önceki yazın taranarak oluşturduğu 30 madde 8 faktörden oluşan anket formu kullanılmıştır. Dördüncü bölümde ise öğrencilerin Turizmde kariyer yapma isteğini ölçümlemek için Riegel ve Dallas (1998) ve Kuşluyan ve Kuşluyan (2000) çalışmalarında kullanılan Duman ve diğerlerinin (2006) Türkçe'ye uyarladıkları 10 madde 1 faktörlük ölçek kullanılmıştır. Analizler aşamasında s1, s2, s3, s4 ve s5'inci maddeler ters kodlanmıştır. Ölçek ifadeleri "1-Kesinlikle Katılıyorum; 5-Kesinlikle Katılmıyorum" 5'li Likert ölçeği formatında puanlandırılmıştır (Özdamar, 2004: 145).

2.3.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Turizm bölümünde okuyan öğrencilerden elde edilen veriler, SPSS 20 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analizlerin ilk aşamasında

veri setlerinin yapı geçerliği ve güvenirliliğinin test edilmesi büyük önem taşımaktadır (Christensen, v.d., 2015: 154). Yapı geçerliği, ölçülen özelliğin ne olduğu ile ilgilidir ve bunu test etmek için en yaygın kullanılan yöntem faktör analizidir. Faktör analizinin, açıklayıcı ve doğrulayıcı olmak üzere iki çeşidi vardır. Açıklayıcı faktör analizi bir dilden başka bir dile çevrilmiş bir ölçeğin değişkenlerini temsil eden ifadelerin altında yatan faktör yapısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi ise daha önce kullanılmış olan bir ölçeğin, başka bir çalışmada kullanılması sonucu orijinal faktör yapısına uyup uymadığını test etmeyi ifade etmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 75).

Bu çalışmada, ölçeğin yapı geçerliliğini incelemede sıklıkla kullanılan açıklayıcı faktör analizi tekniği kullanılmıştır (Büyüköztürk v.d. , 2004: 117). Açıklayıcı faktör analizinde iki temel değer vardır. Bu değerlerden ilki olan Bartlett değeri; alan çalışması sonucu elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğunu gösteren bir değerdir. Bartlett değerinin $p < 0,05$ veya $p < 0,01$ olması gerekmektedir (Hair v.d., 2010, s. 99). Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ise, değişkenler setinin ne kadar ortak olduğunun bir göstergesi olarak kullanılmaktadır. Ölçümde elde edilecek 0.6'nın üzerinde bir sonuç faktör analizi için uygun olarak kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidel, 2013: 53). Dolayısıyla Hair ve arkadaşlarına (2010: 99)'a göre, KMO oranının 0,5 veya 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir. 0,5'in altındaki değerler değerlendirmeye uygun değildir.

KMO'dan hareketle 1'den büyük özdeğere sahip olan faktörler dikkate alınarak, veri setinin kaç faktörden oluştuğu saptanabilmektedir (Erdoğan, 2003: 358). Çalışmada, yaygın kullanım alanı olan ve yorumlama kolaylığı sağlayan dikey (ortagonal) döndürme yöntemlerinden biri olan Varimax Döndürme Yöntemi kullanılmıştır. Varimax döndürme yöntemi, az değişkenden hareketle faktör varyanslarının yüksek çıkmasını sağlayabilmektedir (Tavşancıl, 2002: 50). Ayrıca, sosyal bilimlerde faktör analizi sonucu ortaya çıkan boyutların kümülatif varyans oranlarının 0,40-0,60 aralığında olması gerekmektedir (Tavşancıl, 2002: 48).

Veri setinin güvenilirliğini ölçmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlik, bir ölçüm sürecinde, ölçüm işleminin tekrarlanabilir olması ya da tekrarlardaki tutarlılıktır (Alpar, 2010: 411). Güvenirlik, zamana göre değişmezlik

ölçüsüdür (Tavşancıl, 2002: 148). Güvenirlik aynı zamanda, ölçekleri oluşturan maddelerin kendi içlerinde tutarlı olup olmadığını ölçmek için kullanılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 280). İçlerinde tutarlı olup olmadığını ölçmek için kullanılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 280). Güvenilirlik analizi için Alfa katsayısı (Cronbach Alpha) kullanılmıştır (Özdamar, 2004: 623; Erkuş, 2009: 132). Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği için ise “ $0,00 \leq \alpha < 0,40$ = güvenilir değil, $0,40 \leq \alpha < 0,60$ = düşük güvenilirlik, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ = oldukça güvenilir ve $0,80 \leq \alpha < 1,00$ = yüksek güvenilirlik” değerleri dikkate alınmıştır (Kalaycı, 2010: 405). Alfa katsayısı kişilik özellikleri için $\alpha=0,683$, öğrencileri turizme yönelten faktörler için $\alpha=0,730$ ve kariyer yapma istekleri için $\alpha=0,980$ olarak tespit edilmiştir. Alfa katsayılarından hareketle ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Akgül ve Çevik, 2003: 436).

Analizlerin ikinci aşamasında araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri ve ifadelere verdikleri cevapların tespiti için betimsel analizler yapılmıştır. Betimsel analizler frekans ve aritmetik ortalama olmak üzere iki değişkenden oluşmaktadır. Dolayısıyla frekanslar bir dizi nicel değişken için sıklık sayısı ve yüzdeleri gösterirken, ortalamalar yalnızca sayısal değişkenlerin aritmetik ortalamasını temsil etmektedir (Veal, 2006: 159; Cebeci, 2010: 124). Dolayısıyla boyutlardaki ifadelerin değerlendirmesinde; “1.00-1.80 için kesinlikle katılmıyorum(oldukça önemsiz), 1.81-2.60 için katılmıyorum(önemsiz), 2.61-3.40 için kısmen katılıyorum(kısmen önemli), 3.41-4.20 için katılıyorum(önemli) ve 4.21-5.00 için kesinlikle katılıyorum(oldukça önemli)” değer aralıkları dikkate alınmıştır (Özdamar, 2001: 145).

Üçüncü aşamada katılımcıların kişilik özellikleri, turizme yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteğinin öğrencilerin demografik özelliklerine göre farklılaşma durumlarını tespit etmek amacıyla, farklılık testleri ele alınmıştır. Öncelikle verilerin, parametrik veya parametrik olmayan test koşullarından hangisini sağladığını tespit etmek gerekmektedir. Bu kapsamda verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine ve basıklık çarpıklık değerlerine bakılmaktadır. Normal dağılım testlerinde p değerlerinin 0,05’ten büyük ve basıklık/çarpıklık değerlerinin de -1,5 ve +1,5 aralığında olması gerektiği ifade edilmektedir (Tabachnick ve Fidell,

2013). Dolayısıyla verilerin normal dağıldığı ve parametrik test koşullarını sağladığı tespit edilmiş ve Bağımsız örneklem t-testi ve Tek yönlü ANOVA testi gerçekleştirilmiştir. T testi; aralarında bağımsız olan iki grubun arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemeye yardımcı olan bir testtir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 172; Arslantürk, 2001: 140). ANOVA ise birkaç grup arasında, ortalama skorlardaki anlamlı farklılıkları tanımlamaktadır. Gruplar arasındaki anlamlı farklılıkları belirlemede, gruplar arası varyansın grup içi varyansa oranıyla elde edilen F değeri göz önüne alınmıştır. Yüksek bir F değeri, belli bir sosyal etki değişkeninde bir veya birden fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olduğunun göstergesidir (Pallant, 2005: 214).

Araştırmanın dördüncü aşamasında; değişkenler arasındaki olası ilişki durumunu belirlemek üzere pearson korelasyon testi yapılmıştır. Pearson korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değer almaktadır. Korelasyon katsayısı +1'e yaklaştıkça değişkenler arasında pozitif ve güçlü bir ilişki, -1'e yaklaştıkça negatif ve güçlü bir ilişki olduğu belirtilmektedir (Nakip, 2013: 439). Kalaycı (2010: 116)'ya göre, değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyi, korelasyon katsayısının 0,00-0,25 aralığında olması durumunda “çok zayıf”, 0,26-0,49 için “zayıf”, 0,50-0,69 için “orta”, 0,70-0,89 için “yüksek” ve 0,90-1,00 için “çok yüksek” şeklindedir. Araştırmanın son aşamasında ise değişkenler arasındaki etkiyi belirlemek için regresyon analizi kullanılmıştır.

2.3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada sadece Türkiye’de eğitime devam eden bir vakıf ve bir devlet üniversitesinde turizm eğitimi alan 384 öğrenciye ile sınırlıdır. Turizm eğitimi alan bütün öğrencilere ulaşmaya çalışmak hem çok uzun zaman alacağından hem de maliyetin yüksek olacağından dolayı bu sınırlama zaman ve maliyet etkenleri düşünülerek konulmuştur. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmış ve ulaşılan sonuçlar, anket de yer verilen ifadeler ile sınırlıdır. Araştırmada elde edilen veriler 2018-2019 eğitim-öğretim dönemi eylül-kasım ayları arasında toplanmıştır.

2.4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulguları kapsamında, Haliç Üniversitesi ve Karabük Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinden elde edilen bilgilerin analiz edilmesiyle elde edilen sonuçlar detaylı bir biçimde incelenmiştir.

2.4.1. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirliğine Yönelik Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerlilikleri için yapılan “Açıklayıcı Faktör” analizi, güvenilirlikleri amacıyla yapılan “Cronbach’s Alpha” testi ve ölçek ifadelerinin aritmetik ortalama sonuçları incelenmiştir. Bu çerçevede öğrencilerin kişilik özelliklerine ilişkin ölçeğin yapı geçerliliği, güvenilirlik ve ifadelere katılım düzeylerine ilişkin bulgulara Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine İlişkin Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfadeler	1. Yumuşak Başlılık	2. Duyusal Dengelik	3. Dışa Dönüklük	4. Sorumluluk	5. Deneyime Açıklık	$\bar{X}$	Cronbach's Alpha
C4	,923					3,351	0,827
C3	,913					3,398	
C6		,902				2,622	0,815
C5		,901				2,536	
C9			,884			2,757	0,764
C10			,870			2,658	
C8				,875		3,398	0,696
C7				,840		3,166	
C1					,835	3,000	0,565
C2					,821	3,364	
Özdeğerler	2,718	1,710	1,326	1,170	1,046		
VAO	27,177	17,100	13,261	11,702	10,457	3,025	0,683
Toplam Varyans Açıklama Oranı				79,697			

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,598

Bartlett testi: $\chi^2 = 1028,654$; $p=0,000$

Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinden elde edilen veriler çerçevesinde, kişilik tarzı ölçeğine temel bileşenler (principal components) yöntemi ve varimax rotasyonuna göre faktör analizi yapılmıştır. Öğrencilerin kişilik özelliklerine ilişkin ölçeğin KMO değeri 0,598 ve Bartlett değeri $p < 0,000$ olarak ortaya çıkmıştır. Bu değerlere göre; kişilik özellikleri ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu görülmektedir. Kişilik özellikleri ölçeği toplam varyansın yaklaşık %80'ini açıklamaktadır. Ölçek, öz değeri 1'in üzerinde olan 5 boyuttan oluşmakta ve faktör yükleri de 0,92-0,820 arasında çıkmıştır. Dolayısıyla faktör yüklerinin 0,32 veya 0,35'ten büyük olması gerektiği düşüncesinden hareketle, kişilik özellikleri ölçeğinin kullanılabılır olduğunu söylemek mümkündür (Tabachnick ve Fidell, 1989; Büyüköztürk, 2007). Ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha $\alpha=0,683$) da kabul edilebilir düzeyde tespit edilmiştir. Bu sonucun $\alpha=0,60$ 'ın üzerinde olması, kullanılan ölçeğin güvenilir olduğuna işaret etmektedir (Kayış, 2009: 405; Hair v.d., 1998: 611).

Tablo 1'de görüldüğü üzere; birinci faktör 2 ifadeden oluşmaktadır. İç güvenirliliği 0,82, özdeğeri 2,71 olan ve toplam varyansın %27,17'sini açıklayan bu faktör; sempatik-sıcak ve eleştirel-kavgacı gibi kişilik özelliklerinden meydana gelmektedir. Bu nedenle, birinci faktör "Yumuşak Başlılık" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,91 ile 0,92 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin, kendilerini nispeten eleştirel ve kavgacı ($\bar{X}=3,39$) olmakla birlikte sempatik ve sıcak ($\bar{X}=3,35$) olarak gördükleri söylenebilir.

İkinci faktör 2 ifadeden oluşmaktadır. İç güvenirliliği 0,81, özdeğeri 1,71 olan ve toplam varyansın %17,10'unu açıklayan bu faktör; duygusal, sakin, dengeli ve kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrama gibi kişilik özelliklerinden meydana gelmektedir. Bu nedenle, ikinci faktör "Duygusal Dengelilik" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,90 çıkmıştır. Tablo 1'de görüldüğü gibi öğrenciler, nispeten kendilerini kaygılı ve kolaylıkla hayal kırıklığına uğradıklarını ($\bar{X}=2,62$) ifade etmekle birlikte duygusal, sakin ve dengeli olmadıklarını ($\bar{X}=2,53$) düşündükleri söylenebilir.

Üçüncü faktör 2 ifadeden oluşmaktadır. İç güvenirliliği 0,76, özdeğeri 1,32 olan ve toplam varyansın %13,26'sını açıklayan bu faktör; dışa dönük, istekli ve çekingen, sessiz gibi kişilik özelliklerinden meydana gelmektedir. Bu nedenle, üçüncü faktör “Dışadönüklük” olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,87 ve 0,88 arasında değişmektedir. Faktör ifadelerine bakıldığında; öğrencilerin, kısmen dışadönük ve istekli olmakla ($\bar{X}=2,75$) birlikte kısmen de sessiz ve çekingen olduklarını ($\bar{X}=2,65$) ifade ettikleri görülmektedir.

Dördüncü faktör 2 ifadeden oluşmaktadır. İç güvenirliliği 0,69, özdeğeri 1,17 olan ve toplam varyansın %11,70'ini açıklayan bu faktör; kaygılı, alt-üst olmuş, dikkatsiz ve güvenilir, öz disiplinli gibi kişilik özelliklerinden meydana gelmektedir. Bu nedenle, dördüncü faktör “Sorumluluk” olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,84 ve 0,87 arasında değişmektedir. Faktör ifadelerine bakıldığında; öğrencilerin, kendilerini kısmen kaygılı, altüst olmuş ve dikkatsiz ($\bar{X}=3,39$) olmakla birlikte kısmen de güvenilir ve öz disiplinli olarak ($\bar{X}=3,16$) gördükleri söylenebilir.

Beşinci faktör 2 ifadeden oluşmaktadır. İç güvenirliliği 0,56, özdeğeri 1,04 olan ve toplam varyansın %10,45'ini açıklayan bu faktör; yeni yaşantılara açık, karmaşık ve geleneksel, yaracı olmayan kişilik özelliklerinden meydana gelmektedir. Bu nedenle, beşinci faktör “Deneyime Açıklık” olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,82 ve 0,83 arasında değişmektedir. Faktör ifadelerine bakıldığında; öğrencilerin, kendilerini kısmen yeni yaşantılara açık ve karmaşık ($\bar{X}=3,00$) olmakla birlikte kısmen de gelenekselci ve yaratıcı olmayan bir kişilik özelliği taşıdıkları ($\bar{X}=3,36$) söylenebilir.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlere ilişkin ölçeğin yapı geçerliliği, güvenirlilik ve ifadelere katılım düzeylerine ilişkin bulgulara Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlere İlişkin Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfadeler	1.Gelir	2. Bireysel Yetenek	3. Eğitim ve Öğretim	4. Sosyal Faktörler	5. İş Koşulları	6. İletişim Kurma	7. Kendi İşini Kurma	8.Turizm İmajı	$\bar{X}$	Cronbach's Alpha
T4	,935								3,145	0,935
T6	,925								3,140	
T1	,921								3,145	
T3	,920								3,533	
T5	,915								3,515	
T2	,478								3,505	
T16		,838							3,244	0,804
T14		,788							3,445	
T15		,725							2,906	
T17		,714							3,278	
T18		,659							3,356	
T8			,878						4,083	
T7			,859						4,182	
T9			,814						3,773	
T10			,656						4,179	
T23				,838					3,398	
T26				,793					3,562	0,836
T25				,772					3,388	
T24				,771					3,085	
T20					,848				4,338	0,817
T21					,829				4,195	
T19					,766				4,002	
T22					,743				4,385	
T13						,893			3,317	0,904
T12						,888			3,296	
T11						,852			3,065	
T27							,864		2,278	0,733
T28							,859		2,546	
T29								,862	2,895	0,754
T30								,836	3,218	
Faktörler			Özdeğer		Varyans Açıklama Oranı				0,730	
Gelir			5,441		18,135				71,801	
Bireysel Yetenek			4,295		14,318					
Eğitim ve Öğretim			3,068		10,228					
Sosyal Faktörler			2,453		8,175					
İş Koşulları			2,117		7,056					
İletişim Kurma			1,757		5,856					
Kendi İşini Kurma			1,311		4,371					
Turizm İmajı			1,098		3,662					

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,812

Bartlett testi: $\chi^2 = 7036,150$; $p=0,000$

Turizm bölümü öğrencilerinden elde edilen veriler çerçevesinde, turizm sektörüne yönelten faktörler ölçeğine temel bileşenler (principal components) yöntemi ve varimax rotasyonuna göre faktör analizi yapılmıştır. Öğrencileri turizm sektörüne yönelten faktörlere ilişkin ölçeğin KMO değeri 0,812 ve Bartlett değeri $p < 0,000$ olarak ortaya çıkmıştır. Bu değerlere göre; ölçeğin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Öğrencileri turizm sektörüne yönelten faktörler ölçeği toplam varyansın %71,80'ini açıklamaktadır. Ölçek, öz değeri 1'in üzerinde olan 8 boyuttan oluşmakta ve faktör yükleri de 0,93-0,47 arasında çıkmıştır. Dolayısıyla faktör yüklerinin 0,32 veya 0,35'ten büyük olması gerektiği düşüncesinden hareketle ölçeğin kullanılabilir olduğunu söylemek mümkündür (Tabachnick ve Fidell, 1989; Büyüköztürk, 2007). Ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha $\alpha = 0,730$) da kabul edilebilir düzeyde tespit edilmiştir. Bu sonucun $\alpha = 0,70$ 'in üzerinde olması, kullanılan ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğuna işaret etmektedir (Kayış, 2009: 405; Hair v.d., 1998: 611).

Tablo 2'de görüldüğü üzere; birinci faktör 6 ifadeden oluşmakta ve ifadeler dikkate alınarak "Gelir" olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,93, özdeğeri 5,44 ve varyans açıklama oranı %18,13'tür. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,47 ile 0,93 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin kısmen daha iyi bir hayat standardı yakalamak ($\bar{X} = 3,14$), turizmin toplum tarafından prestijli bir sektör olarak görülmesi ($\bar{X} = 3,14$) ve turizmi yüksek kazançlı bir sektör olarak gördükleri ($\bar{X} = 3,14$) için turizme yöneldikleri görülmektedir. Bununla birlikte öğrencilerin uygun bir gelire sahip olmak istedikleri ($\bar{X} = 3,53$) için turizmde çok iyi iş fırsatlarının olabileceğini düşündükleri ($\bar{X} = 3,51$) ve kısa zamanda çok kazanabileceklerini ($\bar{X} = 3,50$) ifade ettikleri görülmektedir.

İkinci faktör 5 ifadeden oluşmakta olup ifadeler dikkate alınarak faktör, "Bireysel Yetenek" olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,80, özdeğeri 4,29 ve varyans açıklama oranı %14,31'dir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,65 ile 0,83 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin turizm sektöründe kendilerini kısmen daha bağımsız hissedebileceklerini ($\bar{X} = 3,24$) ve çalışma koşullarının da kendilerine uygun

olduğunu düşündükleri ($\bar{X}=3,44$) ortaya çıkmıştır. Turizmin, öğrencilerin sosyal yaşantılarına kısmen de önemli katkılar sağlayacağına ($\bar{X}=2,90$), yeteneklerin kısmen turizmde kullanılabileceği ($\bar{X}=3,27$) ve bu sektörde kısmen de olsa bilgiye ulaşılabileceği ($\bar{X}=3,35$) düşünülmektedir.

Üçüncü faktör 4 ifadeden oluşmakta olup ifadeler dikkate alınarak faktör, “Eğitim ve Öğretim” olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,84, özdeğeri 3,06 ve varyans açıklama oranı %10,22’dir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,65 ile 0,87 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin gelecekte bu alanda öğretimlerine devam ederek ($\bar{X}=4,08$), bir iş sahibi olmak ($\bar{X}=4,18$) veya turizm okullarında öğretici olarak çalışmak istedikleri ($\bar{X}=4,17$) tespit edilmiştir. Dolayısıyla turizm eğitime yönelirken aile ve yakın çevrelerinin önemli desteklerini ($\bar{X}=3,77$) aldıkları belirlenmiştir.

Dördüncü faktör 4 ifadeden oluşmakta olup ifadeler dikkate alınarak faktör, “Sosyal Faktörler” olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,83, özdeğeri 2,45 ve varyans açıklama oranı %8,17’dir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,77 ile 0,83 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin sektörü seçmelerinde kısmen seyahat etme isteğinin etkili olduğu ($\bar{X}=3,39$) ve farklı deneyimler elde etmek istedikleri ($\bar{X}=3,56$) tespit edilmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin, kısmen daha çok arkadaş edinebilecekleri bir iş olarak gördükleri ($\bar{X}=3,38$) ve kısmen yeni ve farklı yerler görmek istedikleri ($\bar{X}=3,08$) için sektörü tercih ettikleri söylenebilir.

Beşinci faktör 4 ifadeden oluşmakta olup ifadeler dikkate alınarak faktör, “İş Koşulları” olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,81, özdeğeri 2,11 ve varyans açıklama oranı %7,05’tir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,74 ile 0,84 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin sürekli olarak sosyal güvenceye sahip olmak ($\bar{X}=4,33$), birçok ünlü kişiyle tanışabilmek ($\bar{X}=4,19$), kolay yükselme olanakları ($\bar{X}=4,38$) ve turizmde çalışmanın diğer sektörlere göre daha kolay ($\bar{X}=4,00$) olmasından dolayı turizmi tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Altıncı faktör 3 ifadeden oluşmakta olup ifadeler dikkate alınarak faktör, “İletişim Kurma” olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,90, özdeğeri 1,75 ve varyans açıklama oranı %5,85’tir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,85 ile 0,89 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin kısmen mutlu olan insanlarla bir arada olmak ($\bar{X}=3,31$), farklı kültürleri ve insanları tanımak ($\bar{X}=3,29$) ve kısmen insanlarla iletişim içerisinde olmaktan hoşlandıkları ($\bar{X}=3,06$) için turizme yöneldikleri görülmektedir.

Yedinci faktör 2 ifadeden oluşmakta olup ifadeler dikkate alınarak faktör, “Kendi İşini Kurma” olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,73, özdeğeri 1,31 ve varyans açıklama oranı %4,37’dir. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,85 ve 0,86 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin gelecekte bu sektörde kendi işlerini kurmayı arzulamadıkları ($\bar{X}=2,27$) ve ailelerinin de turizmle ilgili bir işe sahip olmadığını ($\bar{X}=2,54$) belirttikleri görülmektedir.

Sekizinci faktör 2 ifadeden oluşmakta olup ifadeler dikkate alınarak faktör, “Turizm İmajı” olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin iç güvenirliliği 0,75, özdeğeri 1,09 ve varyans açıklama oranı %3,66’dır. Bu boyut altında toplanan ifadelerin faktör yükleri 0,83 ve 0,86 arasında değişmektedir. İfadelerin aritmetik ortalamalarından hareketle; öğrencilerin turizmi tercih ederken kısmen hoş bir iş ortamında çalışmak istemeleri ($\bar{X}=2,89$) ve kısmen turizmin sahip olduğu imajın çekici geldiği ($\bar{X}=3,21$) söylenebilir.

Öğrencilerin kariyer yapma isteklerine ilişkin ölçeğin yapı geçerliliği, güvenirlik ve ifadelere katılım düzeylerine ilişkin bulgulara Tablo 3’te yer verilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İsteğine İlişkin Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfadeler	Kariyer Yapma İsteği	$\bar{x}$	Cronbach's Alpha
S4	,971	3,099	0,980
S10	,970	3,109	
S9	,968	3,078	
S2	,963	3,231	
S6	,958	3,252	
S1	,951	3,278	
S3	,920	3,481	
S7	,901	3,028	
S8	,833	2,622	
S5	,774	3,151	
Özdeğerler	8,521		
Varyans Açıklama Oranı	85,215		

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,949

Bartlett testi: $\chi^2 = 6958,836$; $p=0,000$

Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinden elde edilen veriler çerçevesinde, kariyer yapma isteği ölçeğine temel bileşenler (principal components) yöntemi ve varimax rotasyonuna göre faktör analizi yapılmıştır. Öğrencilerin kariyer yapma isteklerine ilişkin ölçeğin KMO değeri 0,949 ve Bartlett değeri $p<0,000$ olarak ortaya çıkmıştır. Bu değerlere göre; kariyer yapma isteği ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Kariyer yapma isteği ölçeği toplam varyansın %85,21'ini açıklamaktadır. Ölçek, öz değeri 1'in üzerinde olan tek boyuttan oluşmakta ve faktör yükleri de 0,77-0,97 arasında çıkmıştır. Dolayısıyla faktör yüklerinin 0,32 veya 0,35'ten büyük olması gerektiği düşüncesinden hareketle, kariyer yapma isteği ölçeğinin kullanılabilir olduğunu söylemek mümkündür (Tabachnick ve Fidell, 1989; Büyüköztürk, 2007). Ölçeğin güvenirlik katsayısı ($\alpha=0,980$) da kabul edilebilir düzeyde tespit edilmiştir. Bu sonucun $\alpha=0,70$ 'in üzerinde olması, kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğuna işaret etmektedir (Kalaycı, 2009: 405; Hair v.d., 1998: 611).

Kariyer yapma isteği ile ilgili ifadeler değerlendirildiğinde; öğrencilerin, mezun olunca turizm sektöründe kısmen çalışmayı istedikleri ($\bar{X}=3,27$) ve kısmen sektörde uzun yıllar çalışmayı ($\bar{X}=3,23$) düşündükleri tespit edilmiştir. Çalışmada

öğrencilerin okuldan mezun olunca ne iş yapacaklarını bildikleri ($\bar{X}=3,48$) ortaya çıkmıştır. Öğrenciler, turizm endüstrisinde kariyer yapmanın, kendilerine kısmen yararlar sağlayacağını ($\bar{X}=3,09$) ve bu mesleği seçmenin kısmen doğru olduğunu ($\bar{X}=3,15$) düşünmektedirler. Öğrenciler, kendi geleceklerinin turizm endüstrinin geleceği ile kısmen ilgili olduğunu ($\bar{X}=3,25$) ve bunun için turizm sektöründeki diğer iş olanakları ile de kısmen ilgilenmektedirler ($\bar{X}=3,02$). Öğrencilerin nispeten fazla iş değiştirmeyi sevemedikleri ($\bar{X}=2,62$) söylenebilir. Ayrıca farklı bir endüstride kariyer yapmayı kısmen de olsa düşünmedikleri ($\bar{X}=3,07$) ve arkadaşlarla turizm endüstrisindeki iş olanakları hakkında kısmen olumlu konuştukları ($\bar{X}=3,10$) ortaya çıkmıştır.

2.4.2. Ölçeklerin ve Boyutların Ortalamalarına İlişkin Bulgular

Ölçeklerin ve boyutların ortalamalarına ilişkin bilgiler Tablo 4’de verilmiştir. Haliç ve Karabük Üniversitesi üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinden elde edilen veriler çerçevesinde öğrenciler turizme yönelen faktörlere ilişkin sorulara genelde katıldıklarını bildirmiştir. ($\bar{X}=3,447$). Turizme yönelmede elde edilen gelir($\bar{X}=3,331$), bireysel yetenekler($\bar{X}=3,246$), iş koşulları($\bar{X}=3,226$), turizm imajı ($\bar{X}=3,057$) ve sosyal faktörler ($\bar{X}=3,358$) kısmen önemli, eğitimin önemli ($\bar{X}=4,054$) olduğunu düşüncesini belirtirken kendi işini kurma isteğinin ($\bar{X}=2,412$) önemli olmadığını ve iş koşullarının ($\bar{X}=4,230$) oldukça önemli olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin kişilik özelliklerine ilişkin veriler incelendiğinde kısmen sorumluluk sahibi ($\bar{X}=3,078$), yumuşak başlı ($\bar{X}=3,375$), dışa dönük ($\bar{X}=2,708$), deneyime açık ($\bar{X}=3,182$) olduğunu ve duygusal dengeli($\bar{X}=2,579$) olmadığını belirtmişlerdir. Kariyer yapma isteklerine bakıldığında da turizmde kısmen kariyer yapmak istediklerini belirtmişlerdir ($\bar{X}=3,094$).

Tablo 4. Ölçeklerin ve Boyutların Ortalamalarına İlişkin Bulgular

	N	Minimum	Maximum	$\bar{X}$	SS
Turizme Yönelten Faktörler	384	2,070	4,530	3,447	0,447
Gelir	384	1,000	5,000	3,331	1,192
Bireysel Yetenek	384	1,000	5,000	3,246	1,068
Eğitim	384	1,000	5,000	4,054	0,947
Sosyal Faktörler	384	1,000	5,000	3,358	1,067
İş Koşulları	384	1,000	5,000	4,230	0,954
İletişim Kurma	384	1,000	5,000	3,226	1,174
Kendi İşini Kurma	384	1,000	5,000	2,412	1,286
Turizm İmajı	384	1,000	5,000	3,057	1,307
Kişilik Özellikleri	384	1,500	4,900	3,025	0,659
Yumuşak Başlılık	384	1,000	5,000	3,375	1,246
Duygusal Dengelilik	384	1,000	5,000	2,579	1,221
Dışadönüklük	384	1,000	5,000	2,708	1,109
Sorumluluk	384	1,000	5,000	3,078	0,902
Deneyime Açıklık	384	1,000	5,000	3,182	1,139
Kariyer Yapma İsteği	384	1,000	4,640	3,094	1,105

2.4.3. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinin demografik özellikleri kapsamında; cinsiyet, okudukları üniversite ve okul türü, sınıfları, turizm eğitimi alıp almama durumları, staj durumları ve ailede turizmcisi olup olmama durumlarına yönelik bulgulara yer verilmiştir (Bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Üniversite	n	%
Haliç Üniversitesi	167	43,5
Karabük Üniversitesi	217	56,5
Cinsiyet	n	%
Kadın	169	44,0
Erkek	215	56,0
Okul Türü	n	%
Lisans	182	47,4
Ön Lisans	202	52,6
Sınıf	n	%
Birinci Sınıf	69	18,0
İkinci Sınıf	132	34,4
Üçüncü Sınıf	93	24,2
Dördüncü Sınıf	90	23,4
Lisede Turizm Eğitimi Alma Durumu	n	%
Evet	200	52,1
Hayır	184	47,9
Turizmde Staj Yapma Durumu	n	%
Evet	229	59,6
Hayır	155	40,4
Ailede Turizmci Olup Olmama Durumu	n	%
Evet	180	46,9
Hayır	204	53,1
GENEL TOPLAM	384	100

Araştırmaya katılan öğrencilerden 167'si Haliç Üniversitesi ve 217'si Karabük Üniversitesi öğrencisidir. Haliç ve Karabük üniversitesi öğrencilerinden 169'u kadın ve 215'i erkektir. Öğrencilerin 182'si lisans ve 202'si ön lisans okumaktadır. Lisans ve ön lisans okuyan öğrencilerden 69'u birinci sınıf, 132'si ikinci sınıf, 93'ü üçüncü sınıf ve 90'ı dördüncü sınıfta okumaktadır. Öğrencilerden 200 daha önce lisede turizm eğitimi aldığını ifade ederken 184'ü almadığını belirtmiştir. Çalışmaya katılan 229 öğrenci turizmde stajını yapmış ve 155'i staj yapmamıştır. Öğrencilerden 180'inin turizmde çalışan akrabası varken turizmde çalışan akrabası olmayanların sayısı 204 kişidir.

2.4.4. Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması

Araştırmanın bu kısmında, Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinin kişilik özelliklerinin, öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Bu çerçevede

öğrencilerin kişilik özelliklerinin okudukları üniversiteye göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Okudukları Üniversiteye Göre Karşılaştırması

	Üniversite	N	$\bar{X}$	SD	t	P
Kişilik Özellikleri	1. Haliç Üniversitesi	167	2,380	1,263	-0,434	0,664
	2. Karabük Üniversitesi	217	2,437	1,305		
Yumuşak Başlılık	1. Haliç Üniversitesi	167	3,440	1,250	0,898	0,370
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,324	1,245		
Duygusal Dengelilik	1. Haliç Üniversitesi	167	2,805	1,260	3,219	0,001*
	2. Karabük Üniversitesi	217	2,405	1,163		
Dışadönüklük	1. Haliç Üniversitesi	167	2,841	1,143	2,070	0,039*
	2. Karabük Üniversitesi	217	2,606	1,073		
Sorumluluk	1. Haliç Üniversitesi	167	3,248	0,934	3,288	0,001*
	2. Karabük Üniversitesi	217	2,947	0,855		
Deneyime Açıklık	1. Haliç Üniversitesi	167	3,104	1,147	-1,169	0,243
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,241	1,133		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Tablo 6’da görüldüğü üzere; kişilik özellikleri alt boyutlarından olan duygusal dengelilik ($t=3,219$, $p<0,05$), dışadönüklük ($t=2,070$, $p<0,05$) ve sorumluluk boyutlarının ($t=3,288$, $p<0,05$) üniversiteye göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Aritmetik ortalama değerlerinden hareketle; Haliç üniversitesi öğrencilerinin, Karabük üniversitesi öğrencilerinden daha fazla duygularını dengeleyebildikleri, dışadönük ve sorumluluk sahibi oldukları söylenebilir.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Cinsiyetlerine Göre Karşılaştırması

Cinsiyet	N	$\bar{X}$	SD	t	P
Kişilik Özellikleri	1. Kadın	169	2,393	1,319	-0,260 0,795
	2. Erkek	215	2,427	1,262	
Yumuşak Başlılık	1. Kadın	169	3,287	1,243	-1,227 0,221
	2. Erkek	215	3,444	1,248	
Duygusal Dengelilik	1. Kadın	169	2,541	1,146	-0,540 0,589
	2. Erkek	215	2,609	1,279	
Dışadönüklük	1. Kadın	169	2,633	1,045	-1,178 0,239
	2. Erkek	215	2,767	1,155	
Sorumluluk	1. Kadın	169	3,020	,901	-1,106 0,269
	2. Erkek	215	3,123	,901	
Deneyime Açıklık	1. Kadın	169	3,257	1,093	1,145 0,253
	2. Erkek	215	3,123	1,174	
TOPLAM	384				

*p<0,05

Kişilik özelliklerinin kadın ve erkekler açısından anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Tüm boyutlarda kadın ve erkeklerin kişilik özelliklerinin birbirine yakın çıktığı söylenebilir.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırması

Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	SD	t	P
Kişilik Özellikleri	1. Lisans	182	2,357	1,297	-0,804 0,422
	2. Önlisans	202	2,462	1,277	
Yumuşak Başlılık	1. Lisans	182	3,428	1,246	0,799 0,425
	2. Önlisans	202	3,326	1,248	
Duygusal Dengelilik	1. Lisans	182	2,590	1,212	0,171 0,864
	2. Önlisans	202	2,569	1,231	
Dışadönüklük	1. Lisans	182	2,747	1,060	0,652 0,515
	2. Önlisans	202	2,673	1,153	
Sorumluluk	1. Lisans	182	3,178	0,902	2,080 0,038*
	2. Önlisans	202	2,987	0,894	
Deneyime Açıklık	1. Lisans	182	3,112	1,146	-1,137 0,256
	2. Önlisans	202	3,245	1,133	
TOPLAM	384				

*p<0,05

Tablo 8’de; eğitim durumu itibariyle kişilik özellikleri alt boyutlarından sadece sorumluluk ($t=2,080$, $p<0,05$) boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Dolayısıyla lisans okuyan öğrencilerin ön lisans okuyan öğrencilerden daha fazla sorumluluk sahibi oldukları söylenebilir. Bununla birlikte diğer kişisel özelliklerin eğitim durumu açısından birbirine yakın çıktığı tespit edilmiştir.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin okudukları sınıfa göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan tek yönlü Anova testi analizi sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Okudukları Sınıflara Göre Karşılaştırması

	Sınıf	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
Kişilik Özellikleri	1. Birinci Sınıf	69	2,384	1,213	1,152	0,328	
	2. İkinci Sınıf	132	2,375	1,375			
	3. Üçüncü Sınıf	93	2,284	1,225			
	4. Dördüncü Sınıf	90	2,622	1,263			
Yumuşak Başlılık	1. Birinci Sınıf	69	3,391	1,280	0,529	0,663	
	2. İkinci Sınıf	132	3,363	1,310			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,263	1,199			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,494	1,181			
Duygusal Dengelilik	1. Birinci Sınıf	69	2,282	1,109	6,622	0,000*	2>1,3
	2. İkinci Sınıf	132	2,886	1,262			
	3. Üçüncü Sınıf	93	2,258	1,237			
	4. Dördüncü Sınıf	90	2,688	1,105			
Dışadönüklük	1. Birinci Sınıf	69	2,782	1,001	8,382	0,000*	1,2>3
	2. İkinci Sınıf	132	3,000	1,183			
	3. Üçüncü Sınıf	93	2,274	0,982			
	4. Dördüncü Sınıf	90	2,672	1,068			
Sorumluluk	1. Birinci Sınıf	69	3,173	0,869	6,575	0,000*	1>3 2>3,4
	2. İkinci Sınıf	132	3,295	0,922			
	3. Üçüncü Sınıf	93	2,790	0,818			
	4. Dördüncü Sınıf	90	2,983	0,897			
Deneyime Açıklık	1. Birinci Sınıf	69	2,594	0,900	11,780	0,000*	2>1,3 3,4>1
	2. İkinci Sınıf	132	3,534	1,154			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,048	1,103			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,255	1,129			
TOPLAM		384					

* $p<0,05$

Kişisel özelliklerin alt boyutlarından olan duygusal dengelilik ($F=6,622$, $p<0,05$), dışadönüklük ($F=8,382$, $p<0,05$), sorumluluk ($F=6,575$, $p<0,05$) ve deneyime açıklık ($F=11,780$, $p<0,05$) boyutlarının sınıflara göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tukey testi sonuçlarına göre; ikinci sınıf öğrencilerinin birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla duygularını dengeleyebildikleri ortaya çıkmıştır. Birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla dışadönük oldukları görülmektedir. Sorumluluk konusunda birinci sınıf öğrencileri üçüncü sınıf öğrencilerinden, ikinci sınıf öğrencileri ise üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla sorumlu davrandıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte ikinci sınıf öğrencileri birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri ise birinci sınıf öğrencilerine göre daha fazla deneyimlere açıktırlar.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin lisede turizm eğitimi alıp almama durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Lisede Turizm Eğitim Alma Durumlarına Göre Karşılaştırması

Lisede Eğitim Alma Durumu	N	$\bar{X}$	SD	t	P
Kişilik Özellikleri	1. Evet	200	2,497	1,301	1,347 0,179
	2. Hayır	184	2,320	1,266	
Yumuşak Başlılık	1. Evet	200	3,352	1,256	-0,368 0,713
	2. Hayır	184	3,399	1,238	
Duygusal Dengelilik	1. Evet	200	2,560	1,187	-0,325 0,746
	2. Hayır	184	2,600	1,259	
Dışadönüklük	1. Evet	200	2,752	1,092	0,813 0,417
	2. Hayır	184	2,660	1,128	
Sorumluluk	1. Evet	200	3,130	0,889	1,175 0,241
	2. Hayır	184	3,021	0,914	
Deneyime Açıklık	1. Evet	200	3,125	1,122	-1,027 0,305
	2. Hayır	184	3,244	1,158	
TOPLAM		384			

* $p<0,05$

Tablo 10’da görüldüğü üzere; lisede turizm eğitim alma durumuna göre kişilik özelliklerinin anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla tüm boyutlarda kişilik özelliklerinin birbirine yakın çıktığı söylenebilir.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin turizmde staj yapıp yapmama durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Turizmde Staj Yapma Durumlarına Göre Karşılaştırması

Staj Yapma Durumu		N	$\bar{X}$	SD	t	P
Kişilik Özellikleri	1. Evet	229	2,369	1,297	-0,810	0,418
	2. Hayır	155	2,477	1,270		
Yumuşak Başlılık	1. Evet	229	3,314	1,240	-1,158	0,248
	2. Hayır	155	3,464	1,255		
Duygusal Dengelilik	1. Evet	229	2,384	1,169	-3,875	0,000*
	2. Hayır	155	2,867	1,243		
Dışadönüklük	1. Evet	229	2,626	1,075	-1,759	0,079
	2. Hayır	155	2,829	1,150		
Sorumluluk	1. Evet	229	3,030	0,888	-1,257	0,210
	2. Hayır	155	3,148	0,920		
Deneyime Açıklık	1. Evet	229	3,168	1,135	0,296	0,768
	2. Hayır	155	3,203	1,150		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Tablo 11’de; staj yapma durumu itibariyle kişilik özelliklerin alt boyutlarından sadece duygusal dengelilik ($t=-3,875$, $p<0,05$) boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Aritmetik ortalama değerlerinden hareketle; turizmde staj yapmayan öğrencilerin staj yapanlardan daha fazla duygularını dengeleyebildikleri ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte diğer kişisel özelliklerin staj yapma durumu açısından birbirine yakın çıktığı tespit edilmiştir.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin ailelerinde turizmci olup olmama durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Ailede Turizmci Olma Durumlarına Göre Karşılaştırması

Ailede Turizmci Olma Durumu	N	$\bar{X}$	SD	t	P	
Kişilik Özellikleri	1. Evet	180	2,333	1,267	-1,137	0,256
	2. Hayır	204	2,482	1,302		
Yumuşak Başlılık	1. Evet	180	3,383	1,244	0,123	0,902
	2. Hayır	204	3,367	1,252		
Duygusal Dengelilik	1. Evet	180	2,638	1,246	0,896	0,371
	2. Hayır	204	2,527	1,199		
Dışadönüklük	1. Evet	180	2,786	1,132	1,292	0,197
	2. Hayır	204	2,6397	1,086		
Sorumluluk	1. Evet	180	3,191	0,915	2,330	0,020*
	2. Hayır	204	2,977	0,879		
Deneyime Açıklık	1. Evet	180	3,311	1,142	2,089	0,037*
	2. Hayır	204	3,068	1,128		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Ailede turizmci olup olmama durumuna göre kişilik özelliklerin alt boyutlarından olan sorumluluk (t=2,330, p<0,05) ve deneyime açıklık (t=2,089, p<0,05) boyutlarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Aritmetik ortalama değerlerinden hareketle; ailesinde turizmci olan öğrencilerin ailesinde turizmci olmayanlara göre daha fazla sorumluluk sahibi oldukları ve deneyimlere açık oldukları söylenebilir. Bununla birlikte diğer kişisel özelliklerin ailede turizmci olup olmama durumu açısından birbirine yakın çıktığı tespit edilmiştir.

2.4.5. Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması

Araştırmanın bu kısmında, Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerini turizme yönelten faktörlerin, öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Bu çerçevede öğrencileri turizme yönelten faktörlerin okudukları üniversiteye göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 13'te verilmiştir.

Tablo 13. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Okudukları Üniversiteye Göre Karşılaştırması

	Üniversite	N	$\bar{X}$	SD	t	P
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	1. Haliç Üniversitesi	167	3,388	0,414	-2,284	0,023*
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,492	0,467		
Gelir	1. Haliç Üniversitesi	167	3,165	1,196	-2,401	0,017*
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,458	1,175		
Bireysel Yetenek	1. Haliç Üniversitesi	167	3,168	1,132	-1,247	0,213
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,306	1,015		
Eğitim ve Öğretim	1. Haliç Üniversitesi	167	3,944	0,981	-2,005	0,046*
	2. Karabük Üniversitesi	217	4,139	0,914		
Sosyal Faktörler	1. Haliç Üniversitesi	167	3,291	1,025	-1,076	0,282
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,410	1,097		
İş Koşulları	1. Haliç Üniversitesi	167	4,274	0,892	0,761	0,447
	2. Karabük Üniversitesi	217	4,197	1,045		
İletişim Kurma	1. Haliç Üniversitesi	167	3,309	1,211	1,186	0,236
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,165	1,147		
Kendi İşini Kurma	1. Haliç Üniversitesi	167	2,380	1,263	-0,434	0,664
	2. Karabük Üniversitesi	217	2,437	1,305		
Turizm İmajı	1. Haliç Üniversitesi	167	3,035	1,262	-0,280	0,779
	2. Karabük Üniversitesi	217	3,073	1,344		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Üniversiteler açısından turizme yönelten faktörlerin geneli ($t=-2,284$, $p<0,05$) ve alt boyut olan gelir boyutunda ($t=-2,401$, $p<0,05$) ve eğitim öğretim boyutunda ($t=-2,005$, $p<0,05$) anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Aritmetik ortalama değerlerinden hareketle; Karabük üniversitesinde okuyan öğrencilerin, Haliç üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla turizme yönelten faktörlerden etkilendikleri söylenebilir. Bununla birlikte Karabük üniversitesinde okuyan öğrencilerin, Haliç üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla gelirden dolayı turizme yöneldikleri tespit edilmiştir. Aynı zamanda Karabük üniversitesinde okuyan öğrenciler Haliç Üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla eğitim ve öğretime önem verdikleri söylenebilir. Turizme yönelten diğer faktörlerin hem Haliç hem de Karabük üniversitesi öğrencilerini aynı düzeylerde etkiledikleri söylenebilir.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 14’te verilmiştir.

Tablo 14. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırması

Cinsiyet		N	$\bar{X}$	SD	t	P
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	1. Kadın	169	3,497	0,452	1,796	0,049*
	2. Erkek	215	3,407	0,440		
Gelir	1. Kadın	169	3,301	1,150	-0,428	0,669
	2. Erkek	215	3,354	1,225		
Bireysel Yetenek	1. Kadın	169	3,372	1,056	2,064	0,040*
	2. Erkek	215	3,147	1,069		
Eğitim ve Öğretim	1. Kadın	169	4,195	0,883	2,596	0,010*
	2. Erkek	215	3,944	0,983		
Sosyal Faktörler	1. Kadın	169	3,510	1,014	2,485	0,013*
	2. Erkek	215	3,239	1,094		
İş Koşulları	1. Kadın	169	4,192	1,016	-0,675	0,500
	2. Erkek	215	4,260	0,954		
İletişim Kurma	1. Kadın	169	3,335	1,263	1,584	0,114
	2. Erkek	215	3,144	1,098		
Kendi İşini Kurma	1. Kadın	169	2,393	1,319	-0,260	0,795
	2. Erkek	215	2,427	1,262		
Turizm İmajı	1. Kadın	169	2,940	1,230	-1,550	0,122
	2. Erkek	215	3,148	1,361		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Cinsiyet açısından turizme yönelten faktörlerin geneli ($t=1,796$, $p<0,05$) ve alt boyutlar olan bireysel yetenek ($t=2,064$, $p<0,05$), eğitim ve öğretim ($t=2,596$, $p<0,05$) ile sosyal faktörler ($t=2,485$, $p<0,05$) boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Buna göre; kadınların erkeklerden daha fazla turizme yönelten faktörlerden etkilendikleri, başka bir deyişle bireysel yeteneklerden, eğitim ve öğretim imkânlarından ve sosyal faktörlerden dolayı turizmi tercih ettikleri söylenebilir.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerin eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırması

Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	SD	t	P	
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	1. Lisans	182	3,369	0,441	-3,288	0,001*
	2. Önlisans	202	3,517	0,441		
Gelir	1. Lisans	182	3,097	1,162	-3,713	0,000*
	2. Önlisans	202	3,542	1,181		
Bireysel Yetenek	1. Lisans	182	3,272	1,053	0,455	0,649
	2. Önlisans	202	3,222	1,084		
Eğitim ve Öğretim	1. Lisans	182	4,044	0,931	-0,210	0,833
	2. Önlisans	202	4,064	0,964		
Sosyal Faktörler	1. Lisans	182	3,210	1,024	-2,609	0,009*
	2. Önlisans	202	3,492	1,089		
İş Koşulları	1. Lisans	182	4,226	0,945	-0,072	0,942
	2. Önlisans	202	4,233	1,015		
İletişim Kurma	1. Lisans	182	3,258	1,151	0,473	0,636
	2. Önlisans	202	3,201	1,200		
Kendi İşini Kurma	1. Lisans	182	2,357	1,297	-0,804	0,422
	2. Önlisans	202	2,462	1,277		
Turizm İmajı	1. Lisans	182	2,859	1,298	-2,833	0,005*
	2. Önlisans	202	3,235	1,294		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Tablo 15'teki sonuçlar; lisans ve önlisans okuyan öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörlerden ($t=-3,288$, $p<0,05$) etkilenme düzeylerinin farklılık gösterdiğine işaret etmektedir. Bunun yanı sıra öğrencilerin gelir ($t=-3,713$, $p<0,05$), sosyal faktörler ($t=-2,609$, $p<0,05$) ve turizm imajından ($t=-2,833$, $p<0,05$) etkilenme düzeylerinin eğitim durumlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre; önlisans okuyan öğrencilerin lisans okuyan öğrencilerden daha fazla gelir, sosyal faktörler ve turizm imajından etkilenecek turizme yöneldikleri söylenebilir.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerin okudukları sınıflara göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan tek yönlü anova testi analizi sonuçları Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Okudukları Sınıflara Göre Karşılaştırması

	Sınıf	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	1. Birinci Sınıf	69	3,343	0,506	1,897	0,130	
	2. İkinci Sınıf	132	3,449	0,448			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,458	0,427			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,511	0,410			
Gelir	1. Birinci Sınıf	69	3,154	1,195	1,303	0,273	
	2. İkinci Sınıf	132	3,258	1,217			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,424	1,154			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,475	1,184			
Bireysel Yetenek	1. Birinci Sınıf	69	3,194	1,093	0,212	0,888	
	2. İkinci Sınıf	132	3,289	1,094			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,273	1,063			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,195	1,028			
Eğitim ve Öğretim	1. Birinci Sınıf	69	3,956	0,991	0,316	0,814	
	2. İkinci Sınıf	132	4,072	0,928			
	3. Üçüncü Sınıf	93	4,094	0,920			
	4. Dördüncü Sınıf	90	4,063	0,979			
Sosyal Faktörler	1. Birinci Sınıf	69	3,036	1,049	2,840	0,038*	3>1
	2. İkinci Sınıf	132	3,399	1,036			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,508	1,031			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,391	1,127			
İş Koşulları	1. Birinci Sınıf	69	4,148	0,983	1,309	0,271	
	2. İkinci Sınıf	132	4,335	0,832			
	3. Üçüncü Sınıf	93	4,096	1,087			
	4. Dördüncü Sınıf	90	4,277	1,058			
İletişim Kurma	1. Birinci Sınıf	69	3,343	1,186	0,587	0,624	
	2. İkinci Sınıf	132	3,199	1,277			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,121	1,120			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,292	1,072			
Kendi İşini Kurma	1. Birinci Sınıf	69	2,384	1,213	1,152	0,328	
	2. İkinci Sınıf	132	2,375	1,375			
	3. Üçüncü Sınıf	93	2,284	1,225			
	4. Dördüncü Sınıf	90	2,622	1,263			
Turizm İmajı	1. Birinci Sınıf	69	3,021	1,435	0,875	0,454	
	2. İkinci Sınıf	132	2,947	1,269			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,069	1,273			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,233	1,298			
TOPLAM		384					

*p<0,05

Tablo 16'daki sonuçlar; sınıflara göre turizme yönelten faktörlerden sadece sosyal faktörler (F=2,840, p<0,05) boyutunda anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Tukey testi sonuçlarına göre; üçüncü sınıf öğrencilerinin birinci sınıf

öğrencilerinden daha fazla turizme yönelirken sosyal faktörlerden etkilendikleri tespit edilmiştir.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerin lisede turizm eğitimi alıp almama durumlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Lisede Turizm Eğitimi Alma Durumlarına Göre Karşılaştırması

Lisede Eğitim Alma Durumu		N	$\bar{X}$	SD	t	P
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	1. Evet	200	3,415	0,445	-1,470	0,142
	2. Hayır	184	3,482	0,448		
Gelir	1. Evet	200	3,276	1,212	-0,934	0,351
	2. Hayır	184	3,390	1,169		
Bireysel Yetenek	1. Evet	200	3,359	1,041	2,164	0,031*
	2. Hayır	184	3,123	1,086		
Eğitim ve Öğretim	1. Evet	200	4,013	1,003	-0,882	0,378
	2. Hayır	184	4,099	0,883		
Sosyal Faktörler	1. Evet	200	3,277	1,059	-1,558	0,120
	2. Hayır	184	3,447	1,071		
İş Koşulları	1. Evet	200	4,072	1,071	-3,331	0,001*
	2. Hayır	184	4,402	0,843		
İletişim Kurma	1. Evet	200	3,216	1,111	0,202	0,840
	2. Hayır	184	3,240	1,245		
Kendi İşini Kurma	1. Evet	200	2,497	1,301	1,347	0,179
	2. Hayır	184	2,320	1,266		
Turizm İmajı	1. Evet	200	2,950	1,318	-1,680	0,094
	2. Hayır	184	3,173	1,289		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Lisede turizm eğitimi alıp almama durumlarına göre öğrencilerin bireysel yetenek (t=2,164, p<0,05) ve iş koşulları (t=-3,331, p<0,05) gibi faktörlerden dolayı turizme yönelmeleri farklılık göstermektedir. Aritmetik ortalamalara bakıldığında; lisede turizm eğitimi alan öğrencilerin daha fazla bireysel yeteneklerine göre turizme yöneldikleri ve lisede turizm eğitimi almayan öğrencilerin daha çok iş koşullarından dolayı turizmi tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerin turizmde staj yapıp yapmama durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Turizmde Staj Yapma Durumlarına Göre Karşılaştırması

Staj Yapma Durumu	N	$\bar{X}$	SD	t	P
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	1. Evet	229	3,430	0,446	-0,874 0,383
	2. Hayır	155	3,471	0,448	
Gelir	1. Evet	229	3,264	1,180	-1,340 0,181
	2. Hayır	155	3,430	1,205	
Bireysel Yetenek	1. Evet	229	3,237	1,105	-0,196 0,845
	2. Hayır	155	3,259	1,015	
Eğitim ve Öğretim	1. Evet	229	3,965	0,984	-2,265 0,024*
	2. Hayır	155	4,187	0,877	
Sosyal Faktörler	1. Evet	229	3,389	1,031	0,692 0,490
	2. Hayır	155	3,312	1,120	
İş Koşulları	1. Evet	229	4,223	0,992	-0,162 0,872
	2. Hayır	155	4,240	0,968	
İletişim Kurma	1. Evet	229	3,286	1,178	1,184 0,237
	2. Hayır	155	3,141	1,172	
Kendi İşini Kurma	1. Evet	229	2,369	1,297	-0,810 0,418
	2. Hayır	155	2,477	1,270	
Turizm İmajı	1. Evet	229	3,122	1,321	1,184 0,237
	2. Hayır	155	2,961	1,286	
TOPLAM		384			

*p<0,05

Turizm alanında staj yapıp yapmama durumlarına göre öğrencilerin eğitim ve öğretim ($t=-2,265$, $p<0,05$) nedeniyle turizme yönelmeleri farklılık göstermektedir. Bu çerçevede, turizmde staj yapmayan öğrencilerin staj yapanlardan daha çok eğitim ve öğretim nedeniyle turizme yöneldikleri söylenebilir.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerin ailede turizmcisi olup olmama durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonuçları Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Ailede Turizmci Olup Olmama Durumuna Göre Karşılaştırması

Ailede Turizmci Olma Durumu	N	$\bar{X}$	SD	t	P	
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	1. Evet	180	3,497	0,446	2,093	0,037*
	2. Hayır	204	3,402	0,444		
Gelir	1. Evet	180	3,373	1,224	0,648	0,517
	2. Hayır	204	3,294	1,164		
Bireysel Yetenek	1. Evet	180	3,214	1,122	-0,549	0,583
	2. Hayır	204	3,274	1,020		
Eğitim ve Öğretim	1. Evet	180	4,162	0,889	2,103	0,036*
	2. Hayır	204	3,959	0,988		
Sosyal Faktörler	1. Evet	180	3,475	1,081	2,013	0,045*
	2. Hayır	204	3,256	1,046		
İş Koşulları	1. Evet	180	4,363	0,916	2,520	0,012*
	2. Hayır	204	4,112	1,023		
İletişim Kurma	1. Evet	180	3,246	1,238	0,281	0,779
	2. Hayır	204	3,212	1,120		
Kendi İşini Kurma	1. Evet	180	2,333	1,267	-1,137	0,256
	2. Hayır	204	2,482	1,302		
Turizm İmajı	1. Evet	180	3,105	1,284	0,679	0,498
	2. Hayır	204	3,014	1,329		
TOPLAM		384				

*p<0,05

Tablo 19'daki sonuçlar; ailede turizmci olup olmama durumuna göre öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörlerden ($t=2,093$, $p<0,05$) etkilene düzeylerinin farklılık gösterdiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla ailesinde turizmci olan kişilerin daha çok turizme yönelten faktörlerden etkilendikleri saptanmıştır. Bunun yanı sıra öğrencilerin eğitim ve öğretim ($t=2,103$, $p<0,05$), sosyal faktörler ($t=2,013$, $p<0,05$) ve iş koşullarından ($t=2,520$, $p<0,05$) etkilene düzeylerinin ailede turizmci olup olmama durumlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre; ailesinde turizmci olan öğrencilerin daha fazla bu faktörlerin etkisinde kalarak turizme yöneldiği söylenebilir.

2.4.6. Turizmde Kariyer Yapma İsteğinin Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması

Araştırmanın bu kısmında, Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinin turizmde kariyer yapma isteklerinin demografik özelliklerine

göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Bu çerçevede iki değişkenli karşılaştırmalarda t testi ve ikiden çok değişkenli karşılaştırmalarda yapılan anova testi sonuçları Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. Turizmde Kariyer Yapma İsteğinin Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırması

	Sınıf	N	$\bar{X}$	SD	t/F	P	Tukey
Üniversite	1. Haliç Üniv.	167	3,073	1,356	-0,795	0,427	
	2. Karabük Üniv.	217	3,179	1,260			
Cinsiyet	1. Kadın	169	3,184	1,258	0,676	0,500	
	2. Erkek	215	3,093	1,337			
Eğitim Durumu	1. Lisans	182	2,945	1,268	-2,711	0,007*	
	2. Önlisans	202	3,303	1,312			
Sınıf	1. Birinci Sınıf	69	2,349	1,065	13,598	0,000*	2>1,3 3,4>1
	2. İkinci Sınıf	132	3,492	1,256			
	3. Üçüncü Sınıf	93	3,037	1,285			
	4. Dördüncü Sınıf	90	3,306	1,301			
Turizm Eğitimi Alma Durumu	1. Evet	200	3,138	1,250	0,073	0,942	
	2. Hayır	184	3,128	1,360			
Staj Yapma Durumu	1. Evet	229	3,166	1,248	0,612	0,541	
	2. Hayır	155	3,083	1,381			
Ailede Turizmci Olma Durumu	1. Evet	180	3,211	1,277	1,107	0,269	
	2. Hayır	204	3,064	1,323			
TOPLAM		384					

*p<0,05

Tablo 20’de görüldüğü üzere; öğrencilerin kariyer yapma isteğinin eğitim durumu ($t=-2,711$, $p<0,05$) ve sınıflar ($F=15,598$, $p<0,05$) açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; önlisans okuyan öğrencilerin lisans okuyan öğrencilerden daha fazla kariyer yapmak istedikleri söylenebilir. Bununla birlikte ikinci sınıf öğrencilerinin birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin ise birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla kariyer yapmak istedikleri saptanmıştır.

2.4.7. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında kişilik özelliklerinin turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkiye bakılacaktır.

2.4.7.1. Kişilik Özelliklerinin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler ve Turizmde Kariyer Yapma İsteği İle İlişkisi

Araştırmanın bu kısmında kişilik özelliklerinin öğrencileri turizme yönelten faktörlerle ve kariyer yapma istekleriyle ilişkisi analiz edilmiştir (Bkz. Tablo 21).

Tablo 21. Kişilik Özelliklerinin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler ve Turizmde Kariyer Yapma İsteği İle İlişkisi

Pearson Korelasyon		Kişilik Özellikleri	Yumuşak Başlılık	Duyusal Dengelilik	Dışadönüklük	Sorumluluk	Deneyime Açıklık	Turizmde Kariyer Yapma İsteği
Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler	r	0,119*	0,109*	0,102*	-0,003	0,002	0,144*	0,231*
	p	0,020	0,032	0,045	0,957	0,966	0,005	0,000
Gelir	r	0,143*	0,080	0,058	0,045	0,063	0,215*	0,199*
	p	0,005	0,118	0,254	0,375	0,214	0,000	0,000
Bireysel Yetenek	r	0,071	0,095	0,076	-0,017	-0,024	0,061	0,102*
	p	0,164	0,064	0,136	0,747	0,642	0,233	0,046
Eğitim ve Öğretim	r	0,042	0,039	0,035	0,005	0,018	0,056	0,089
	p	0,412	0,443	0,496	0,923	0,732	0,271	0,082
Sosyal Faktörler	r	-0,002	0,020	-0,007	-0,036	-0,038	0,066	0,120*
	p	0,976	0,699	0,889	0,482	0,458	0,197	0,019
İş Koşulları	r	0,010	-0,040	0,078	-0,046	-0,012	-0,009	0,006
	p	0,846	0,430	0,125	0,372	0,810	0,864	0,913
İletişim Kurma	r	0,029	0,000	0,057	0,033	0,011	-0,051	0,007
	p	0,577	0,994	0,263	0,513	0,823	0,320	0,892
Kendi İşini Kurma	r	0,067	0,127*	0,037	0,083	0,032	-0,049	0,055
	p	0,190	0,013	0,472	0,104	0,535	0,341	0,278
Turizm İmajı	r	0,105*	0,006	0,063	0,113*	0,109*	0,036	0,037
	p	0,039	0,907	0,222	0,027	0,033	0,483	0,471
Kariyer Yapma İsteği	r	0,335*	0,020	0,073	0,176*	0,133*	0,676*	1
	p	0,000	0,692	0,152	0,001	0,009	0,000	

*p<0,05

Tablo 21'deki sonuçlara göre; kişilik özellikleri ve turizme yönelten faktörler arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=0,119$). Kişilik özelliklerinden olan yumuşak başlılık ($r=0,109$), dışadönüklük ($r=0,102$) ve deneyime açıklık ($r=0,144$) ile turizme yönelten faktörler arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Kişilik özellikleri ve turizme yönelten faktörlerden gelir arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=0,143$).

Kişilik özelliklerinden deneyime açıklık ve turizme yönelten faktörlerden gelir arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=0,215$). Kişilik özelliklerinden yumuşak başlılık ve turizme yönelten faktörlerden kendi işini kurma arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=0,127$). Kişilik özellikleri ve turizme yönelten faktörlerden turizm imajı arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=0,105$). Kişilik özelliklerinden dışadönüklük ($r=0,113$) ve sorumluluk ($r=0,109$) ile turizme yönelten faktörlerden turizm imajı arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kişilik özellikleri ve turizmde kariyer yapma isteği arasında pozitif yönlü zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=0,355$). Kişilik özelliklerinden dışadönüklük ($r=0,176$) ve sorumluluk ($r=0,133$) ile kariyer yapma isteği arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kişilik özelliklerinden deneyime açıklık ve kariyer yapma isteği arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,676$).

Yapılan analizler sonucunda turizmde kariyer yapma isteği ile turizme yönelten faktörler arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki ($r=0,231$) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kariyer yapma isteği ile turizme yönelten faktörlerden gelir ($r=0,199$), bireysel yetenek ($r=0,102$) ve sosyal faktörler ($r=0,120$) arasında çok zayıf bir ilişki tespit edilmiştir.

2.4.8. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında kişilik özelliklerinin turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği üzerine etkisine ve turizm mesleğine yönelten faktörlerin turizmde kariyer yapma isteği üzerine etkisine bakılacaktır.

2.4.8.1. Kişilik Özelliklerinin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler Üzerindeki Etkisi

Araştırmanın bu kısmında kişilik özelliklerinin öğrencileri turizme yönelten faktörler üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu çerçevede; kişilik özelliklerin, öğrencileri turizme yönelten faktörler üzerindeki etkisine yönelik sonuçlar Tablo 22’de sunulmuştur.

Tablo 22. Kişilik Özelliklerinin Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler Üzerine Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	3,203	0,107		30,035	0,000*
Kişilik Özellikleri	0,081	0,034	0,119	2,344	0,020*
R	0,119				
R ²	0,014				
Düzeltilmiş R ²	0,012				
Standart Hata	0,444				
F	5,495				0,020*

*p<0,05

Öğrencilerin kişilik özellikleriyle ilgili düzeltilmiş determinasyon katsayısı %01'dir. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerde yaşanan değişimin %01'i öğrencilerin kişilik özelliklerinde yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 5,495 ve anlamlılık düzeyi $p<0,05$ 'tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde bağımsız değişken olan kişilik özelliklerinin katsayısı 0,081 ve t değeri 2,344 olup anlamlılık düzeyi $p<0,05$ 'tir. Bu çerçevede; kişilik özelliklerinde yaşanan bir birimlik pozitif yönlü değişim, öğrencileri 0,081 birim turizme yöneltmektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan gelir boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 23'de sunulmuştur.

Tablo 23. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Gelir Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,225	0,048	0,229	4,733	0,000*
Duygusal Denge	0,126	0,054	0,102	2,344	0,020*
Dışa Dönüklük	-0,151	0,090	-0,125	-1,678	0,094
Sorumluluk	0,416	0,102	0,377	4,078	0,000*
Deneyime Açıklık	0,401	0,053	0,383	7,567	0,000*
R	0,935				
R ²	0,874				
Düzeltilmiş R ²	0,872				
Standart Hata	1,264				
F	525,158				0,000*

*p<0,05

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %87,2'dir. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden gelirde yaşanan değişimin %87,2'si kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 525,158 ve anlamlılık düzeyi p<0,05'tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,225 ve t değeri 4,733'tür. Duygusal dengelilik boyutunun katsayısı 0,126 ve t değeri 2,344'tür. Sorumluluk boyutunun katsayısı 0,416 ve t değeri 4,078'dir. Deneyime açıklık boyutunun katsayısı ise 0,401 ve t değeri 7,567 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden geliri, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,225 birim, duygularını dengede tutmaları 0,126 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,416 ve deneyime açık olmaları 0,401 birim olumlu yönde etkilemektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan bireysel yetenek boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 24'te sunulmuştur.

Tablo 24. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Bireysel Yetenek Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,292	0,046	0,308	6,374	0,000*
Duygusal Denge	0,193	0,052	0,161	3,704	0,000*
Dışa Dönüklük	-0,139	0,087	-0,119	-1,597	0,111
Sorumluluk	0,367	0,098	0,345	3,736	0,000*
Deneyime Açıklık	0,278	0,051	0,275	5,443	0,000*
R	0,935				
R ²	0,874				
Düzeltilmiş R ²	0,873				
Standart Hata	1,219				
F	527,034				0,000*

*p<0,05

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %87,3'tür. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden bireysel yeteneklerde yaşanan değişimin %87,3'ü kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 527,034 ve anlamlılık düzeyi p<0,05'tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,292 ve t değeri 6,374'tür. Duygusal dengelilik boyutunun katsayısı 0,193 ve t değeri 3,704'tür. Sorumluluk boyutunun katsayısı 0,367 ve t değeri 3,736'dır. Deneyime açıklık boyutunun katsayısı ise 0,278 ve t değeri 5,443 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden bireysel yetenekleri, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,292 birim, duygularını dengede tutmaları 0,193 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,367 ve deneyime açık olmaları 0,278 birim olumlu yönde etkilemektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan eğitim ve öğretim imkânları boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 25'te sunulmuştur.

Tablo 25. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Eğitim ve Öğretim İmkânları Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,302	0,046	0,261	6,503	0,000*
Duygusal Denge	0,177	0,053	0,121	3,352	0,001*
Dışa Dönüklük	-0,185	0,088	-0,130	-2,099	0,037*
Sorumluluk	0,595	0,100	0,459	5,982	0,000*
Deneyime Açıklık	0,341	0,052	0,277	6,593	0,000*
R	0,956				
R ²	0,913				
Düzeltilmiş R ²	0,912				
Standart Hata	1,234				
F	797,241				0,000*

*p<0,05

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %91,2'dir. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden eğitim ve öğretim imkânlarında yaşanan değişimin %91,2'si kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 797,241 ve anlamlılık düzeyi $p<0,05$ 'tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,302'dir. Duygusal dengelik boyutunun katsayısı 0,177'dir. Dışadönük olmalarının katsayısı -0,185'tir. Sorumluluk boyutunun katsayısı 0,595 ve deneyime açıklık boyutunun katsayısı 0,341 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden eğitim ve öğretim imkânlarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,302 birim, duygularını dengede tutmaları 0,177 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,595 ve deneyime açık olmaları 0,341 birim olumlu yönde etkilemektedir. Ancak turizme yönelten faktörlerden eğitim ve öğretim imkânlarını, dışa dönük olmaları -0,185 birim olumsuz yönde etkilemektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan sosyal faktörler boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 26’de sunulmuştur.

Tablo 26. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Sosyal Faktörler Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,257	0,048	0,262	5,383	0,000*
Duygusal Denge	0,132	0,054	0,107	2,450	0,015*
Dışa Dönüklük	-0,165	0,090	-0,137	-1,823	0,069
Sorumluluk	0,459	0,102	0,418	4,493	0,000*
Deneyime Açıklık	0,328	0,053	0,314	6,178	0,000*
R	0,934				
R ²	0,872				
Düzeltilmiş R ²	0,871				
Standart Hata	1,267				
F	517,775				0,000*

*p<0,05

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %87,1’dir. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden sosyal faktörlerde yaşanan değişimin %87,1’i kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 517,775 ve anlamlılık düzeyi p<0,05’tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,257’dir. Duygusal dengelilik boyutunun katsayısı 0,132’dir. Sorumluluk boyutunun katsayısı 0,459 ve deneyime açıklık boyutunun katsayısı 0,328 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden sosyal faktörleri, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,257 birim, duygularını dengede tutmaları 0,132 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,459 ve deneyime açık olmaları 0,328 birim olumlu yönde etkilemektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan iş koşulları boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 27’de sunulmuştur.

Tablo 27. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden İş Koşulları Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,281	0,050	0,233	5,661	0,000*
Duygusal Denge	0,246	0,056	0,161	4,362	0,000*
Dışa Dönüklük	-0,253	0,094	-0,170	-2,690	0,007*
Sorumluluk	0,682	0,106	0,504	6,411	0,000*
Deneyime Açıklık	0,330	0,055	0,257	5,978	0,000*
R	0,953				
R ²	0,909				
Düzeltilmiş R ²	0,908				
Standart Hata	1,320				
F	755,118				0,000*

*p<0,05

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %90,8’dir. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden iş koşullarında yaşanan değişimin %90,8’i kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 755,118 ve anlamlılık düzeyi p<0,05’tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,281’dir. Duygusal dengelilik boyutunun katsayısı 0,246’dır. Dışa dönük olmalarının katsayısı -0,253’tür. Sorumluluk boyutunun katsayısı 0,682 ve deneyime açıklık boyutunun katsayısı 0,330 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden iş koşullarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,281 birim, duygularını dengede tutmaları 0,246 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,682 ve deneyime açık olmaları 0,330 birim olumlu yönde etkilemektedir. Ancak turizme

yönelten faktörlerden iş koşullarını, dışa dönük olmaları -0,253 birim olumsuz yönde etkilemektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan iletişim kurma imkânları boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 28’de sunulmuştur.

Tablo 28. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden İletişim Kurma İmkânları Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,239	0,051	0,250	4,667	0,000*
Duygusal Denge	0,191	0,058	0,158	3,285	0,001*
Dışa Dönüklük	-0,064	0,097	-0,055	-0,662	0,508
Sorumluluk	0,439	0,110	0,410	4,005	0,000*
Deneyime Açıklık	0,192	0,057	0,189	3,363	0,001*
R	0,919				
R ²	0,845				
Düzeltilmiş R ²	0,843				
Standart Hata	1,361				
F	413,157				0,000*

*p<0,05

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %84,3’tür. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden iletişim kurma imkânlarında yaşanan değişimin %84,3’ü kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 413,157 ve anlamlılık düzeyi p<0,05’tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,239’dur. Duygusal dengelilik boyutunun katsayısı 0,191’dir. Sorumluluk boyutunun katsayısı 0,439 ve deneyime açıklık boyutunun katsayısı 0,192 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden iletişim kurma koşullarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,239 birim, duygularını dengede

tutmaları 0,191 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,439 ve deneyime açık olmaları 0,192 birim olumlu yönde etkilemektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan kendi işini kurma imkânı boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 29’da sunulmuştur.

Tablo 29. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Kendi İşini Kurma İmkânı Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,284	0,051	0,374	5,602	0,000*
Duygusal Denge	0,118	0,058	0,123	2,049	0,041*
Dışa Dönüklük	0,076	0,096	0,081	0,787	0,432
Sorumluluk	0,197	0,109	0,231	1,809	0,071
Deneyime Açıklık	0,078	0,056	0,096	1,378	0,169
R	0,872				
R ²	0,760				
Düzeltilmiş R ²	0,756				
Standart Hata	1,349				
F	239,497				0,000*

*p<0,05

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %75,6’dır. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden kendi işini kurma imkânında yaşanan değişimin %75,6’sı kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 239,497 ve anlamlılık düzeyi p<0,05’tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,284 ve duygusal dengelilik boyutunun katsayısı 0,118’dir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden kendi işini kurma imkânlarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,284 birim, duygularını dengede tutmaları ise 0,118 birim olumlu yönde etkilemektedir.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden olan turizm imajı boyutu üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 30’da sunulmuştur.

Tablo 30. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden Turizm İmajı Boyutuna Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	0,276	0,056	0,298	4,877	0,000*
Duygusal Denge	0,111	0,064	0,095	1,729	0,085
Dışa Dönüklük	-0,226	0,107	-0,199	-2,110	0,036*
Sorumluluk	0,470	0,121	0,454	3,886	0,000*
Deneyime Açıklık	0,268	0,063	0,272	4,258	0,000*
R	0,894				
R ²	0,799				
Düzeltilmiş R ²	0,796				
Standart Hata	1,401				
F	300,546				0,000*

***p<0,05**

Kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %79,6’dır. Dolayısıyla turizme yönelten faktörlerden turizm imajında yaşanan değişimin %79,6’sı kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 300,546 ve anlamlılık düzeyi $p<0,05$ ’tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden yumuşak başlılık boyutunun katsayısı 0,276’dır. Dışa dönük olmaları boyutunun katsayısı -0,226’dır. Sorumluluk boyutunun katsayısı 0,470 ve deneyime açıklık boyutunun katsayısı 0,268 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizme yönelten faktörlerden turizm imajını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,276 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,470 birim ve deneyime açık olmaları 0,268 birim olumlu yönde etkilemektedir. Ancak dışa dönük olmaları, turizm imajını -0,226 birim olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

2.4.8.2. Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki Etkisi

Araştırmanın bu kısmında kişilik özelliklerinin öğrencilerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu çerçevede; kişilik özelliklerin turizmde kariyer yapma isteği üzerindeki etkisine yönelik sonuçlar Tablo 31’de sunulmuştur.

Tablo 31. Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İsteklerine Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	1,134	0,295		3,849	0,000*
Kişilik Özellikleri	0,661	0,095	0,335	6,945	0,000*
R	0,335				
R ²	0,112				
Düzeltilmiş R ²	0,110				
Standart Hata	1,228				
F	48,235				0,000*

*p<0,05

Öğrencilerin kişilik özellikleriyle ilgili düzeltilmiş determinasyon katsayısı %11’dir. Dolayısıyla öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde yaşanan değişimin %11’i öğrencilerin kişilik özelliklerinde yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 48,235 ve anlamlılık düzeyi p<0,05’tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde bağımsız değişken olan kişilik özelliklerinin katsayısı 0,661 ve t değeri 6,945 olup anlamlılık düzeyi p<0,05’tir. Bu çerçevede; kişilik özelliklerinde yaşanan bir birimlik pozitif yönlü değişimin, öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde 0,661 birim artışa neden olmaktadır.

Kişilik özellikleri alt boyutlarının, öğrencilerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 32’de sunulmuştur.

Tablo 32. Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Yumuşak Başlılık	-0,060	0,040	-0,057	-1,491	0,137
Duygusal Denge	-0,006	0,042	-0,006	-0,148	0,882
Dışa Dönüklük	0,080	0,069	0,068	1,158	0,247
Sorumluluk	-0,049	0,085	-0,034	-0,575	0,566
Deneyime Açıklık	0,770	0,044	0,674	17,354	0,000*
R	0,679				
R ²	0,461				
Düzeltilmiş R ²	0,454				
Standart Hata	0,962				
F	64,741				0,000*

*p<0,05

Çoklu regresyon analizi sonucuna göre; kişilik özellikleri alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %45,4'tür. Dolayısıyla öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde yaşanan değişimin %45,4'ü kişilik özelliklerinin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 64,741 ve anlamlılık düzeyi p<0,05'tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden deneyime açıklık boyutunun katsayısı 0,770 ve t değeri 17,354 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; öğrencilerin deneyime açık olmaları turizmde kariyer yapma isteklerinde 0,770 birim artışa neden olmaktadır.

2.4.8.3. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Turizmde Kariyer Yapma İsteklerine Etkisi

Araştırmanın bu kısmında öğrencileri turizme yönelten faktörlerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu çerçevede; öğrencileri turizme yönelten faktörlerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerindeki etkisine yönelik sonuçlar Tablo 33'de sunulmuştur.

Tablo 33. Öğrencilerin Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	0,812	0,504		1,612	0,108
Turizme Yönelten Faktörler	0,673	0,145	0,231	4,647	0,000*
R	0,231				
R ²	0,054				
Düzeltilmiş R ²	0,051				
Standart Hata	1,268				
F	21,595				0,000*

***p<0,05**

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerle ilgili düzeltilmiş determinasyon katsayısı %05,1'dir. Dolayısıyla öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde yaşanan değişimin %05,1'i öğrencileri turizme yönelten faktörlerde yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 21,595 ve anlamlılık düzeyi $p<0,05$ 'tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde bağımsız değişken olan öğrencileri turizme yönelten faktörlerin katsayısı 0,673 ve t değeri 4,647 olup anlamlılık düzeyi $p<0,05$ 'tir. Bu çerçevede; öğrencileri turizme yönelten faktörlerde yaşanan bir birimlik pozitif yönlü değişimin, öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde 0,673 birim artışa neden olduğu söylenebilir.

Öğrencileri turizme yönelten faktörlerin alt boyutlarının, öğrencilerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerindeki etkisine yönelik bulgular Tablo 34'te sunulmuştur.

Tablo 34. Öğrencileri Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerin Alt Boyutlarının Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Gelir	0,262	0,061	0,240	4,321	0,000*
Bireysel Yetenek	0,119	0,062	0,098	1,932	0,054
Eğitim ve Öğretim	0,062	0,075	0,045	0,825	0,410
Sosyal Faktörler	0,138	0,070	0,113	1,982	0,048*
İş İmkânları	-0,001	0,069	-0,001	-0,015	0,988
İletişim Kurma	0,096	0,061	0,087	1,574	0,116
Kendi İşini Kurma	-0,007	0,053	-0,007	-0,126	0,900
Turizm İmajı	-0,015	0,055	-0,015	-0,279	0,781
R	0,274				
R ²	0,075				
Düzeltilmiş R ²	0,055				
Standart Hata	1,266				
F	3,801				0,000*

*p<0,05

Çoklu regresyon analizi sonucuna göre; öğrencileri turizme yönelten faktörler alt boyutlarının düzeltilmiş determinasyon katsayısı %05,5'tir. Dolayısıyla öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde yaşanan değişimin %05,5'i öğrencileri turizme yönelten faktörlerin alt boyutlarında yaşanan değişimle açıklanmaktadır. Modelin F değeri 3,801 ve anlamlılık düzeyi p<0,05'tir. Bu sonuç, modelin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde anlamlı sonuçlar veren bağımsız değişkenlerden gelir imkânı boyutunun katsayısı 0,262 ve sosyal faktörler boyutunun katsayısı 0,138 olarak tespit edilmiştir. Bu çerçevede; turizmde kariyer yapma isteğinde, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden gelir imkânı 0,262 birim ve sosyal faktörler 0,138 birim artışa neden olmaktadır.

BULGULARIN GENEL OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular mevcut literatür çerçevesinde tartışılacaktır. Böylece, bu çalışmada turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ve turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkinin ne derece olduğunu ve diğer araştırmalardan elde edilen verilerle aralarında farklılık olup olmadığını ortaya konacaktır.

Turizm işletmeleri misafirlerin rahat edilebilmesi için her türlü imkana sahip emek yoğun işletmelerdir. Turizm işletmelerin emek yoğunluğunun en büyük sebebi misafir ve çalışanların sürekli karşılıklı iletişim içerisinde olduklarından dolayıdır. Bu sebeple sektörde çalışacak olan bireylerin kişilik özelliklerinin bilinmesi de önemlidir. Turizm sektörünün emek yoğun özelliğinden dolayı çalışanlarının önemi oldukça fazladır. Bu sebeple özellikle bu sektörde çalışan yöneticilere ve eğitim kurumlarına büyük görev düşüyor. Aksi takdirde bireyler turizm mesleğini tercih etmek istemezler ve turizmde kariyer yapma istekleri olmaz.

Çalışma turizm eğitimi alan lisans ve önlisans öğrencilerini kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörlerini ve turizmde kariyer yapma isteklerini ve aralarındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya bir vakıf ve bir devlet üniversitesinde turizm eğitimi alan öğrenciler katılmıştır.

Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinden elde edilen veriler sonucunda öğrencilerin, kendilerini nispeten eleştirel ve kavgacı olmakla birlikte sempatik ve sıcak olarak gördükleri söylenebilir. Öğrenciler, nispeten kendilerini kaygılı ve kolaylıkla hayal kırıklığına uğradıklarını ifade etmekle birlikte duygusal, sakin ve dengeli olmadıklarını düşündükleri söylenebilir. Öğrencilerin, kısmen dışadönük ve istekli olmakla birlikte kısmen de sessiz ve çekingen olduklarını ifade ettikleri görülmüştür. Öğrencilerin, kendilerini kısmen kaygılı, altüst olmuş ve dikkatsiz olmakla birlikte kısmen de güvenilir ve öz disiplinli olarak gördükleri söylenebilir. Öğrencilerin, kendilerini kısmen yeni yaşantılara açık ve karmaşık olmakla birlikte kısmen de gelenekselci ve yaratıcı olmayan bir kişilik özelliği taşıdıkları söylenebilir.

Öğrencileri turizm sektörüne yönelten faktörler değerlendirildiğinde; öğrencilerin kısmen daha iyi bir hayat standardı yakalamak, turizmin toplum tarafından prestijli bir sektör olarak görülmesi ve turizmi yüksek kazançlı bir sektör olarak gördükleri için turizme yöneldikleri görülmüştür. Bununla birlikte öğrencilerin uygun bir gelire sahip olmak istedikleri için turizmde çok iyi iş fırsatlarının olabileceğini düşündükleri ve kısa zamanda çok kazanabileceklerini ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin turizm sektöründe kendilerini kısmen daha bağımsız hissedebileceklerini ve çalışma koşullarının da kendilerine uygun olduğunu düşündükleri ortaya çıkmıştır. Turizmin, öğrencilerin sosyal yaşantılarına kısmen de önemli katkılar sağlayacağına, yeteneklerin kısmen turizmde kullanılabileceği ve bu sektörde kısmen de olsa bilgiye ulaşılabilceği düşünülmektedir. Öğrencilerin gelecekte bu alanda öğretimlerine devam ederek, bir iş sahibi olmak veya turizm okullarında öğretici olarak çalışmak istedikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla turizm eğitimine yönelirken aile ve yakın çevrelerinin önemli desteklerini aldıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin sektörü seçmelerinde kısmen seyahat etme isteğinin etkili olduğu ve farklı deneyimler elde etmek istedikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin, kısmen daha çok arkadaş edinebilecekleri bir iş olarak gördükleri ve kısmen yeni ve farklı yerler görmek istedikleri için sektörü tercih ettikleri söylenebilir. Öğrencilerin sürekli olarak sosyal güvenceye sahip olmak, birçok ünlü kişiyle tanışabilmek, kolay yükselme olanakları ve turizmde çalışmanın diğer sektörlere göre daha kolay olmasından dolayı turizmi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin kısmen mutlu olan insanlarla bir arada olmak, farklı kültürleri ve insanları tanımak ve kısmen insanlarla iletişim içerisinde olmaktan hoşlandıkları için turizme yöneldikleri görülmektedir. Öğrencilerin gelecekte bu sektörde kendi işlerini kurmayı arzulamadıkları ve ailelerinin de turizmle ilgili bir işe sahip olmadığını belirttikleri görülmektedir. Öğrencilerin turizmi tercih ederken kısmen hoş bir iş ortamında çalışmak istemeleri ve kısmen turizmin sahip olduğu imajın çekici geldiği söylenebilir.

Kariyer yapma isteği ile ilgili ifadeler değerlendirildiğinde; öğrencilerin, mezun olunca turizm sektöründe kısmen çalışmayı istedikleri ve kısmen sektörde uzun yıllar çalışmayı düşündükleri tespit edilmiştir. Çalışmada öğrencilerin okuldan

mezun olunca ne iş yapacaklarını bildikleri ortaya çıkmıştır. Öğrenciler, turizm endüstrisinde kariyer yapmanın, kendilerine kısmen yararlar sağlayacağını ve bu mesleği seçmenin kısmen doğru olduğunu düşünmektedirler. Öğrenciler, kendi geleceklerinin turizm endüstrinin geleceği ile kısmen ilgili olduğunu ve bunun için turizm sektöründeki diğer iş olanakları ile de kısmen ilgilenmektedirler. Öğrencilerin nispeten fazla iş değiştirmeyi sevemedikleri söylenebilir. Ayrıca farklı bir endüstride kariyer yapmayı kısmen de olsa düşünmedikleri ve arkadaşlarla turizm endüstrisindeki iş olanakları hakkında kısmen olumlu konuştukları ortaya çıkmıştır.

Ölçeklerin ve boyutların ortalamalarına ilişkin bilgilere bakıldığında Haliç ve Karabük Üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinden elde edilen veriler çerçevesinde öğrenciler turizme yönelten faktörlere ilişkin sorulara genelde katıldıklarını bildirmiştir. Turizme yönelmede elde edilen gelir, bireysel yetenekler, iş koşulları, turizm imajı ve sosyal faktörler kısmen önemli, eğitimin önemli olduğunu düşüncesini belirtirken kendi işini kurma isteğinin olmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar Sarıışık (2007)'ın çalışması ile benzerlik göstermektedir.

Öğrencilerin kişilik özelliklerine ilişkin veriler incelendiğinde kısmen sorumluluk sahibi, yumuşak başlı, dışa dönük, deneyime açık olduğunu ve duygusal dengeli olmadığını belirtmişlerdir. Aslan v.d.(2012) çalışmasında ise turizm eğitimi alan öğrenciler sorumluluk sahibi ve yumuşak başlı olarak çıkmıştır. Kariyer yapma isteklerine bakıldığında da turizmde kısmen kariyer yapmak istediklerini belirtmişlerdir. Duman v.d. (2006) çalışması ile benzerlik göstermiştir.

Araştırmada Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinin kişilik özelliklerinin, öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Bu çerçevede kişilik özellikleri alt boyutlarından olan duygusal dengelilik, dışadönüklük ve sorumluluk boyutlarının üniversiteye göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Aritmetik ortalama değerlerinden hareketle; Haliç üniversitesi öğrencilerinin, Karabük üniversitesi öğrencilerinden daha fazla duygularını dengeleyebildikleri, dışadönük ve sorumluluk sahibi oldukları söylenebilir. Kişilik özelliklerinin kadın ve erkekler açısından anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Tüm boyutlarda kadın

ve erkeklerin kişilik özelliklerinin birbirine yakın çıktığı söylenebilir. Eğitim durumu itibariyle lisans okuyan öğrencilerin ön lisans okuyan öğrencilerden daha fazla sorumluluk sahibi oldukları söylenebilir. Bununla birlikte diğer kişisel özelliklerin eğitim durumu açısından birbirine yakın çıktığı tespit edilmiştir.

Kişilik özelliklerin alt boyutlarından olan duygusal dengelilik, dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının sınıflara göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; ikinci sınıf öğrencilerinin birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla duygularını dengeleyebildikleri ortaya çıkmıştır. Birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla dışadönük oldukları görülmektedir. Sorumluluk konusunda birinci sınıf öğrencileri üçüncü sınıf öğrencilerinden, ikinci sınıf öğrencileri ise üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla sorumlu davrandıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte ikinci sınıf öğrencileri birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri ise birinci sınıf öğrencilerine göre daha fazla deneyimlere açık olduğu söylenebilir.

Çalışmada lisede turizm eğitim alma durumuna göre kişilik özelliklerinin anlamalı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla tüm boyutlarda kişilik özelliklerinin birbirine yakın çıktığı söylenebilir. Staj yapma durumu itibariyle kişilik özelliklerin alt boyutlarından sadece duygusal dengelilik boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Aritmetik ortalama değerlerinden hareketle; turizmde staj yapmayan öğrencilerin staj yapanlardan daha fazla duygularını dengeleyebildikleri ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte diğer kişisel özelliklerin staj yapma durumu açısından birbirine yakın çıktığı tespit edilmiştir. Ailede turizmcı olup olmama durumuna göre kişilik özelliklerin alt boyutlarından olan sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Aritmetik ortalama değerlerinden hareketle; ailesinde turizmcı olan öğrencilerin ailesinde turizmcı olmayanlara göre daha fazla sorumluluk sahibi oldukları ve deneyimlere açık oldukları söylenebilir. Bununla birlikte diğer kişilik özelliklerin ailede turizmcı olup olmama durumu açısından birbirine yakın çıktığı tespit edilmiştir.

Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerini turizm mesleğine yönelten faktörlerin, öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Bu çerçevede Karabük üniversitesinde okuyan öğrencilerin, Haliç üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla turizme yönelten faktörlerden etkilendikleri söylenebilir. Bununla birlikte Karabük üniversitesinde okuyan öğrencilerin, Haliç üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla gelirden dolayı turizme yöneldikleri tespit edilmiştir. Aynı zamanda Karabük üniversitesinde okuyan öğrenciler Haliç Üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla eğitim ve öğretime önem verdikleri söylenebilir.

Cinsiyet açısından turizme yönelten faktörlerin geneli ve alt boyutlar olan bireysel yetenek, eğitim ve öğretim ile sosyal faktörler boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Buna göre; kadınların erkeklerden daha fazla turizme yönelten faktörlerden etkilendikleri, başka bir deyişle bireysel yeteneklerden, eğitim ve öğretim imkânlarından ve sosyal faktörlerden dolayı turizmi tercih ettikleri söylenebilir. Bu sonuçlar kapsamında Sarıışık (2007)'ın meslek yüksekokulu öğrencilerine yapmış olduğu çalışması ile benzerlik göstermektedir.

Çalışmada lisans ve önlisans okuyan öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörlerden etkilenme düzeylerinin farklılık gösterdiğine işaret etmektedir. Bunun yanı sıra öğrencilerin gelir, sosyal faktörler ve turizm imajından etkilenme düzeylerinin eğitim durumlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre; önlisans okuyan öğrencilerin lisans okuyan öğrencilerden daha fazla gelir, sosyal faktörler ve turizm imajından etkilenecek turizme yöneldikleri söylenebilir.

Sınıflara göre turizme yönelten faktörlerden sadece sosyal faktörler boyutunda anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda üçüncü sınıf öğrencilerinin birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla turizme yönelirken sosyal faktörlerden etkilendikleri tespit edilmiştir. Turizm alanında staj yapıp yapmama durumlarına göre öğrencilerin eğitim ve öğretim nedeniyle turizme yönelmeleri farklılık göstermiştir. Bu çerçevede, turizmde staj yapmayan öğrencilerin staj yapanlardan daha çok eğitim ve öğretim nedeniyle turizme yöneldikleri söylenebilir.

Bu sonuçlar kapsamında Sarıışık (2007)'ın meslek yüksekokulu öğrencilerine yapmış olduğu çalışması ile desteklenmektedir.

Lisede turizm eğitimi alıp almama durumlarına göre öğrencilerin bireysel yetenek ve iş koşulları gibi faktörlerden dolayı turizme yönelmeleri farklılık göstermiştir. Buna göre; lisede turizm eğitimi alan öğrencilerin daha fazla bireysel yeteneklerine göre turizme yöneldikleri ve lisede turizm eğitimi almayan öğrencilerin daha çok iş koşullarından dolayı turizmi tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Ailede turizmci olup olmama durumuna göre öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörlerden etkilenme düzeylerinin farklılık gösterdiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla ailesinde turizmci olan kişilerin daha çok turizme yönelten faktörlerden etkilendikleri saptanmıştır. Bunun yanı sıra öğrencilerin eğitim ve öğretim, sosyal faktörler ve iş koşullarından etkilenme düzeylerinin ailede turizmci olup olmama durumlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre; ailesinde turizmci olan öğrencilerin daha fazla bu faktörlerin etkisinde kalarak turizme yöneldiği söylenebilir.

Haliç ve Karabük üniversitelerinde okuyan turizm bölümü öğrencilerinin turizmde kariyer yapma isteklerinin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Bu çerçevede öğrencilerin kariyer yapma isteğinin eğitim durumu ve sınıflar açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; önlisans okuyan öğrencilerin lisans okuyan öğrencilerden daha fazla kariyer yapmak istedikleri söylenebilir. Duman v.d.(2006) çalışması ile farklılık göstermektedir. Duman'ın çalışmasına göre lisans ve lise öğrencileri önlisans öğrencilerine göre turizmde daha fazla kariyer yapmak istedikleri ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte ikinci sınıf öğrencilerinin birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin ise birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla kariyer yapmak istedikleri saptanmıştır. Bu doğrultuda Kuşlivan ve Kuşlivan (2003) bulguları ile farklılık göstermektedir, bu çalışmaya göre turizm eğitimine yeni başlayan öğrencilere kıyasla deneyimli öğrencilerin görüşlerinin genellikle olumsuz olduğunu belirlemiştir.

Kişilik özellikleri ve turizme yönelten faktörler arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Kişilik özelliklerinden olan yumuşak başlılık,

dışadönüklük ve deneyime açıklık ile turizme yönelten faktörler arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Kişilik özellikleri ve turizme yönelten faktörlerden gelir arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Kişilik özelliklerinden deneyime açıklık ve turizme yönelten faktörlerden gelir arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Kişilik özelliklerinden yumuşak başlılık ve turizme yönelten faktörlerden kendi işini kurma arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Kişilik özellikleri ve turizme yönelten faktörlerden turizm imajı arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Kişilik özelliklerinden dışadönüklük ve sorumluluk ile turizme yönelten faktörlerden turizm imajı arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada kişilik özellikleri ve turizmde kariyer yapma isteği arasında pozitif yönlü zayıf düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Kişilik özelliklerinden dışadönüklük ve sorumluluk ile kariyer yapma isteği arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kişilik özelliklerinden deneyime açıklık ve kariyer yapma isteği arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda turizmde kariyer yapma isteği ile turizme yönelten faktörler arasında pozitif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kariyer yapma isteği ile turizme yönelten faktörlerden gelir, bireysel yetenek ve sosyal faktörler arasında çok zayıf bir ilişki tespit edilmiştir.

Literatürdeki ilgili çalışmalara bakıldığında kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği konusunda ayrı ayrı farklı değişkenlerde ilişkili olduğu birçok çalışma vardır (Saatçi, 2013; Erdinç ve Kahraman, 2012; Correll, 2001; Yanıkkerem v.d., 2004; Tai v.d., 2006; Sarıkaya ve Khorshid, 2009; Erdem ve Kayran, 2013; Saatçi v.d., 2018; Genç v.d., 2007 Türkay v.d.,2011; Türkay ve Solmaz,2011; Morçin ve Erdoğan,2018); lakin üçünün bir arada olduğu çalışma ile karşılaşılmamıştır.

Araştırmada kişilik özelliklerinin öğrencileri turizme yönelten faktörler üzerinde etkisi olup olmadığını tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede; kişilik özelliklerinde yaşanan bir birimlik pozitif yönlü değişim, öğrencileri 0,081 birim turizme yönelttiği tespit edilmiştir. Turizme yönelten faktörlerden geliri, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,225 birim, duygularını dengede tutmaları 0,126 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,416 ve deneyime açık olmaları 0,401 birim olumlu yönde etkilemektedir. Turizme yönelten faktörlerden bireysel yetenekleri, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,292 birim, duygularını dengede tutmaları 0,193 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,367 ve deneyime açık olmaları 0,278 birim olumlu yönde etkilemektedir. Turizme yönelten faktörlerden eğitim ve öğretim imkânlarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,302 birim, duygularını dengede tutmaları 0,177 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,595 ve deneyime açık olmaları 0,341 birim olumlu yönde etkilemektedir. Ancak turizme yönelten faktörlerden eğitim ve öğretim imkânlarını, dışa dönük olmaları -0,185 birim olumsuz yönde etkilemektedir. Turizme yönelten faktörlerden sosyal faktörleri, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,257 birim, duygularını dengede tutmaları 0,132 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,459 ve deneyime açık olmaları 0,328 birim olumlu yönde etkilemektedir. Turizme yönelten faktörlerden iş koşullarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,281 birim, duygularını dengede tutmaları 0,246 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,682 ve deneyime açık olmaları 0,330 birim olumlu yönde etkilemektedir. Ancak turizme yönelten faktörlerden iş koşullarını, dışa dönük olmaları -0,253 birim olumsuz yönde etkilemektedir. Turizme yönelten faktörlerden iletişim kurma koşullarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,239 birim, duygularını dengede tutmaları 0,191 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,439 ve deneyime açık olmaları 0,192 birim olumlu yönde etkilemektedir. Turizme yönelten faktörlerden kendi işini kurma imkânlarını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,284 birim, duygularını dengede tutmaları ise 0,118 birim olumlu yönde etkilemektedir. Turizme yönelten faktörlerden turizm imajını, öğrencilerin yumuşak başlı olmaları 0,276 birim, sorumluluk sahibi olmaları 0,470 birim ve deneyime açık olmaları 0,268 birim olumlu yönde etkilemektedir. Ancak dışa dönük olmaları, turizm imajını -0,226 birim olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Araştırmada kişilik özelliklerinin öğrencilerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerinde etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Bu çerçevede; kişilik özelliklerinde yaşanan bir birimlik pozitif yönlü değişimin, öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde 0,661 birim artışa neden olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin deneyime açık olmaları turizmde kariyer yapma isteklerinde 0,770 birim artışa neden olmaktadır.

Araştırmada ğrencileri turizme yönelten faktörlerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu çerçevede; öğrencileri turizme yönelten faktörlerde yaşanan bir birimlik pozitif yönlü değişimin, öğrencilerin turizmde kariyer yapma isteklerinde 0,673 birim artışa neden olduğu söylenebilir. Bununla birlikte turizmde kariyer yapma isteğinde, öğrencileri turizme yönelten faktörlerden gelir imkânı 0,262 birim ve sosyal faktörler 0,138 birim artışa neden olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen verilerden bahsedilecektir. Çalışmada kişilik kavramı, bireylerin kişiliklerini belirleyen faktörler, kişilik kuramları kişilik tipleri ve kişiliğin belirlenmesinde kullanılan teknikler ve turizm ve kişilik hakkında bilgiler verilmiştir. Bunu yanında kişileri mesleğe yönelten faktörlerden bahsedilmiş ve bu kapsamda meslek kavramı meslek seçimi ve yönlendirme, mesleğe yönlendirme süreci, mesleğe yönelmede etki eden faktörler ve turizm mesleğine yönelten faktörlerden bahsedilmiştir. Buna ek olarak kariyer yapma isteği konusunda bahsedilmiş ve bu kapsamda kariyer kavramı, kariyer aşamaları ve turizm ve kariyer konusunda bilgiler verilmiştir ve bununla birlikte kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği konusunda yapılan diğer çalışmalardan bahsedilmiştir. Son olarak araştırmanın konusu, amacı, modeli, hipotezleri, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, araştırmanın sınırlılıklarından bahsedilmiştir. Araştırma analizler sonucunda elde edilen bulgular ortaya konulmuştur.

Bulgular sonucunda, Turizm bölümü öğrenciler, kısmen sorumluluk sahibi, yumuşak başlı, dışa dönük, deneyime açıktırlar ve bunun yanında duygusal dengeli olmadıkları belirlenmiştir. Turizm mesleğine yönelimde öğrenciler için elde edilen gelir, bireysel yetenekler, iş koşulları, turizm imajı ve sosyal faktörler kısmen önemli iken, eğitim önemli olarak belirlenmiştir ve öğrencilerin kendi işini kurma isteğinin olmadığını belirlenmiştir. Turizm eğitimi alan öğrenciler turizmde kısmen de olsa kariyer yapmak istedikleri tespit edilmiştir.

Kişilik özelliklerine yönelik yapılan fark analizi sonucunda ise, Haliç üniversitesi öğrencilerinin, Karabük üniversitesi öğrencilerinden daha fazla duygularını dengeleyebildikleri, dışadönük ve sorumluluk sahibi oldukları ortaya çıkmıştır. Lisans okuyan öğrencilerin ön lisans okuyan öğrencilerden daha fazla sorumluluk sahibi oldukları ortaya çıkmıştır. İkinci sınıf öğrencilerinin birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla duygularını dengeleyebildikleri ortaya çıkmıştır. Birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla dışadönük oldukları görülmektedir. Aynı zamanda birinci sınıf öğrencileri üçüncü sınıf öğrencilerinden, ikinci sınıf öğrencileri ise üçüncü ve dördüncü sınıf

öğrencilerinden daha fazla sorumlu davrandıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte ikinci sınıf öğrencileri birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri ise birinci sınıf öğrencilerine göre daha fazla deneyimlere açıktırlar. Turizmde staj yapmayan öğrencilerin staj yapanlardan daha fazla duygularını dengeleyebildikleri ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin arasında ailesinde turizmci olan olmayanlara göre daha fazla sorumluluk sahibi oldukları ve deneyimlere açık oldukları ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerden Turizm mesleğine yönelten faktörler konusunda elde edilen veriler doğrultusunda Karabük Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerin, Haliç Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerden daha fazla Turizm mesleğine yönelten faktörlerden etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Karabük üniversitesinde okuyan öğrencilerin, Haliç üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla gelirden dolayı turizme yöneldikleri tespit edilmiştir. Karabük üniversitesinde okuyan öğrenciler Haliç Üniversitesinde okuyan öğrencilerden daha fazla eğitim ve öğretime önem verdikleri tespit edilmiştir. Kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla Turizm mesleğine yönelten faktörlerden etkilendikleri, başka bir deyişle bireysel yeteneklerden, eğitim ve öğretim imkânlarından ve sosyal faktörlerden dolayı turizmi tercih etmektedirler. Çalışmada önlisans okuyan öğrencilerin lisans okuyan öğrencilerden daha fazla Turizm mesleğine yönelten faktörlerden gelir, sosyal faktörler ve turizm imajından etkilenecek turizme yöneldikleri belirlenmiştir. Bunun yanı sıra üçüncü sınıf öğrencilerinin birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla turizme yönelirken sosyal faktörlerden etkilendikleri tespit edilmiştir. Lisede turizm eğitimi alan öğrencilerin daha fazla bireysel yeteneklerine göre turizme yöneldikleri ve lisede turizm eğitimi almayan öğrencilerin daha çok iş koşullarından dolayı turizmi tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Turizmde staj yapmayan öğrencilerin staj yapanlardan daha çok eğitim ve öğretim nedeniyle turizme yönelmektedirler. Ailesinde turizmci olan öğrencilerin daha fazla eğitim ve öğretim, sosyal faktörler ve iş koşullarının etkisinde kalarak turizme yöneldiği ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin Turizmde Kariyer Yapama İsteğine ilişkin veriler incelendiğinde Önlisans okuyan öğrencilerin lisans okuyan öğrencilerden daha fazla turizmde kariyer yapmak istedikleri söylenebilir. Bununla birlikte ikinci sınıf öğrencilerinin

birinci ve üçüncü sınıf öğrencilerinden daha fazla, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin ise birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla turizmde kariyer yapmak istedikleri saptanmıştır.

Araştırmada ön görülen hipotezlerin testi için korelasyon analizi kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler doğrultusunda genel olarak Kişilik özellikleri ve Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler arasında ilişki tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra bir Kişilik Özelliği olan yumuşak başlılık, dışadönüklük ve deneyime açıklık ile Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler arasında da ilişki bulunmuştur aynı zamanda Kişilik Özellikleri ve Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden olan gelir ve turizm imajı arasında ilişki tespit edilmiştir. Kişilik Özelliği olan deneyimi açıklık ve Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden gelir arasında, Kişilik Özelliklerinden yumuşak başlılık Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden kendi işini kurma arasında ve Kişilik Özelliklerden dışadönüklük ve sorumluluk ile Turizm Mesleğine Yönelten Faktörlerden turizm imajı arasında ilişki tespit edilmiştir. Çalışmada kişilik özellikleri ve turizmde kariyer yapma isteği arasında bir ilişki bulunmuş Buna ek olarak Kişilik Özelliklerden dışadönüklük, deneyime açıklık ve sorumluluk ile turizmde kariyer yapma isteği ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda Turizmde kariyer yapma isteği ile Turizm Mesleğine Yönelten Faktörler arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kariyer yapma isteği ile turizme yönelten faktörlerden gelir, bireysel yetenek ve sosyal faktörler arasında bir ilişki tespit edilmiştir.

Hipotezlerin testi için yapılan analiz sonucunda;

- H₁ “Öğrencilerin kişilik özellikleri ile öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.
- H₂. “Öğrencilerin kişilik özellikleri ile öğrencilerin turizmde kariyer yapma istekleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.
- H₃. “Öğrencilerin turizme yönelmelerine neden olan faktörler ile turizmde kariyer yapma isteklerinin arasında ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Yapılan regresyon analizi sonucunda ise; araştırmada kişilik özelliklerinin öğrencileri turizme yönelten faktörler üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda kişilik özelliklerinin öğrencilerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Ek olarak araştırmada öğrencileri turizme yönelten faktörlerin turizmde kariyer yapma istekleri üzerindeki etkisi olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sadece Türkiye’de eğitime devam eden bir vakıf ve bir devlet niversitesinde turizm eğitimi alan 384 öğrenciye ile sınırlıdır; çünkü turizm eğitimi alan bütün öğrencilere ulaşmaya çalışmak hem çok uzun zaman alacağından hem de maliyetin yüksek olacağından dolayı bu sınırlama zaman ve maliyet etkenleri düşünülerek konulmuştur. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmış ve ulaşılan sonuçlar, anket de yer verilen ifadeler ile sınırlıdır. Ancak çalışmanın sahip olduğu sınırlamalara rağmen, literatüre ve sektöre önemli katkılar sağlayacağı da düşünülmektedir.

Araştırmada beş faktör kişilik özellikleri leğinin ele anıp her bir boyutunun turizm mesleğine yönelten faktörler ve alt boyutları ile turizmde kariyer yapma isteği ile ilişkisi incelenmesi suretiyle çok değişkenli modellerin kullanılmış olması literatüre olan katkılarının biridir. Çalışmanın kısıtlılıklarının yanında turizm işletmelerinin potansiyel çalışanları olan öğrencilerin kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği düzeyleri ile bu düzeyleri etkileyen faktörlerle ilgili önemli ipuçları sunacağı söylenebilir. Bu kapsamda turizm eğitimi veren eğitim kurumlarına ve turizm işletmelerine bazı önerilerde bulunulabilir.

Turizm eğitimi veren eğitim kurumlarına öneriler:

- Öğrencilerin kişilik özellikleri çok çeşitli olarak tespit edildiğinden öğrencileri kişilik özelliklerine göre turizmin ilgili alanlarına ynlendirmeliler.
- Öğrenciler için turizm sektöründen elde edecekleri gelir kısmen de olsa önemli olduğundan turizm sektörünün gelir imkanları hakkında daha fazla bilgi vermeliler.

- Öğrenciler için sosyal statü kısmen de olsa önemli olduğu için turizm çalışanlarının sosyal statüleri hakkında daha fazla bilgi vermeliler.
- Turizmin imajı ve geleceği hakkında bilgilendirmeler yapmalılar.
- Öğrencilerin gelecekte alacakları eğitimler hakkında bilgilendirmeler yapmalılar.
- Turizmde kariyerlerini devam ettirmeleri için öğrencileri desteklemeliler.

Turizm işletmelerine öneriler:

- Turizm öğrencilerinin turizmden elde ettikleri gelir ile turizmde kariyer yapma isteği arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edildiğinden dolayı çalışanların elde edecekleri gelirlerde iyileştirmeler yapılabilir.
- Öğrencilerin turizmin sosyal faktörleri ile turizmde kariyer yapma isteği arasında ilişki olmasından dolayı çalışanlara sunulan sosyal imkanlarda iyileştirmeler yapılabilir.
- Öğrencilerin turizme yönelmeleri için eğitim önemli olduğundan dolayı gelecekte daha vasıflı personele sahip olabilmek için çalışanlarının eğitimlerine destekte bulunabilir.

Yukarıda verilen bilgiler ışığında kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelten faktörler ve turizmde kariyer yapma isteği ile ilgili yapılan bu literatür ve uygulama çalışmasının, ileride yapılacak olan çalışmalara bir referans niteliğinde olması ve bu konularla ilintili yapılacak olan gerek literatür gerekse sektöre yönelik uygulamalı çalışmalara bir bakış açısı sunması temennisi içerisindeyiz.

KAYNAKÇA

ABDİÖĞLU, H., KILIÇ,
R., ÇALIŞ, N: 2015

“Öğrencilerin Ders Başarısı Üzerine Kişilik Özelliklerinin Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma.” **Sosyal Bilimler Dergisi**, 7/1, 83-109.

ABDULLAH, A.,
MARICAN, S.: 2016

“The Effects of Big-Five Personality Traits on Deviant Behavior.” **Procedia - Social and Behavioral Sciences**,19-25.

ADLER, A.: 2008

Sosyal Duygunun Gelisminde Bireysel Psikoloji. Halis Özgü (Çev.), İstanbul, Hayat Yayınları.

AKAT, İ., BUDAK, G.:
1994

İşletme Yönetimi. İstanbul, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

AKGÜL, A., ÇEVİK, O.:
2003

İstatistiksel Analiz Teknikleri, SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları. Ankara, Emek Ofset Ltd. Şti.

AKOĞLAN KOZAK, M.,
KIZILIRMAK, İ.: 2000

“Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının İncelenmesi.” **Haftasonu Seminerleri VII**, 205-217, Erciyes Üniversitesi TİOYO,24–26 Kasım, Nevşehir.

ALPAR, R.: 2010

Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinde Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlilik- Güvenirlik. Ankara, Detay Yayıncılık.

ALTUNIŞIK, R.,
COŞKUN, R.,
BAYRAKTAROĞLU,
S.,YILDIRIM, E.: 2010

**Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri:
SPSS Uygulamalı.** Sakarya, Sakarya
Yayıncılık.

ALTUNIŞIK, R.,
COŞKUN, R.,
BAYRAKTAROĞLU,
S.,YILDIRIM, E.: 2005

**Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri:
SPSS Uygulamalı.** Sakarya, Sakarya
Yayıncılık.

ARIKAN, R.: 2005

Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama.
Ankara, Asil Yayın.

ARSLANTÜRK, Z.: 2001

**Sosyal Bilimciler İçin Araştırma Metod ve
Teknikleri.** İstanbul, Çamlıca Yayınları.

ASLAN, Z., ÜNÜVAR,
Ş., BAŞODA, A.: 2012

“Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik
Özelliklerinin Belirlenmesi ve Turizm
Sektörüne Uyumu Açısından
Değerlendirilmesi.” **Anatolia: Turizm
Araştırmaları Dergisi**, 23/2, 203-219.

ATAK, H.: 2013

“On-Maddeli Kişilik Ölçeği’nin Türk
Kültürü’ne Uyarlanması.” **Nöropsikiyatri
Arşivi**, 50, 312-319.

ATKINSON, R. L.,
ATKINSON, R. C.,
HILGARD, E. R.: 1995

Piskolojiye Giriş II. İstanbul, Sosyal Yayınlar.

AY, M.: 2002

**Mesleki Yönlendirme İlköğretim Okulları
Sekizinci Sınıf Öğrencileri Üzerine Bir Alan
Araştırması.** (Yayımlanmamış Yüksek Lisans
Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- AYDIN, A.: 2010 **İzmir’deki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Kariyer Yönetimi Uygulamaları Ve Ekonomik Krizin Otel Çalışanlarının Kariyer Planlarına Etkisi.** (Yükseklisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- AYTAÇ, S.: 1997 **Çalışma Yaşamında Kariyer Yönetimi, Planlama, Geliştirilmesi Sorunları.** İstanbul, Epsilon Yayınları.
- AYTAÇ, S.: 1998 “Kariyer Planlaması.” **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi, 16/1.**
- BARUTÇUGİL, İ.: 2004 **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi.** İstanbul, Kariyer Yayınları.
- BAŞ, T.: 2010 **Anket.** Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- BATMAN, O., ZENGİN, B., YILDIRGAN, R. VE BAYRAKTAR L.: 2000 “Önlisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Mesleğe İlişkin Tutumları ve Sakarya Üniversitesi Örneği”, **Haftasonu Seminerleri VII**, Erciyes Üniversitesi TİOYO, 24–26 Kasım, Nevşehir: 218–239
- BAYMUR, F.: 1994 **Genel Psikoloji.** İstanbul, İnkılâp Yayınevi.
- BAYSAL, A. C., TEKARSLAN, E.: 2004 **Davranış Bilimleri.** İstanbul, Avcıol Basım Yayın.

- BICKHARD, M.,
BLUTNER, R.,
HOCHNADEL, E.: 2010
“Two Qubits for C.G. Jung’s Theory of Personality.” **Cognitive Systems Research**, 11, 243-259.
- BİLGİN, Y.: 2011
Turizmde Lisans Öğrenimi Gören Öğrencilerin Kişilik Özellikleri ve Mesleğe Yönelik Düşünceleri Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Düzce Üniversitesi, Düzce.
- BİNBAŞIOĞLU, C.: 2004
Türkiye’deki Rehberlik Merkezlerinin Kuruluşu Ve Okullarda Mesleki Rehberlik Çalışmaları. Ankara, Nobel Yayınları.
- BODANKIN, M.,
TZINER, A.: 2009
“Constructive Deviance, Destructive Deviance and Personality: How do they interrelate?” **Economic Interferences**, 11/26, 549-564.
- BOZGEYİKLİ, H.: 2004
“Meslek Kararı Verme Yetkinlik Ölçeğinin Gelistirilmesi.” **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 220-234.
- BOZKURT, Ö.: 2006
“Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi.” **ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 1/2, 93-111.
- BROWN, T. J., MOWEN,
J. C., DONAVAN, D. T.,
LICATA, J. W.: 2002
“The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait Effects on Self and Supervisor Performance Ratings.” **Journal of Marketing Research**, 110-119.

BURGER, J. M.: 2006

Kişilik. İnan Deniz Sarıoğlu (Çev.), İstanbul, Kaknüs Yayınları.

BÜYÜK TÜRK
ANSİKLOPEDİSİ.: 1990

İstanbul, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş.:
2007

Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı.
Ankara, Pegem Yayıncılık.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş.,
AKGÜN, Ö. E.,
ÖZKAHVECİ, Ö.,
DEMİREL, F.: 2004

“Güdülenme ve Öğrenme Stratejileri Ölçeğinin
Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenirlik
Çalışması.” **Kuram ve Uygulamada Eğitim
Bilimleri**, 4/2, 207-239.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş.,
ÇAKMAK, E. K.,
AKGÜN, Ö. E.,
KARADENİZ, Ş.,
DEMİREL, F.: 2010

Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara,
Pegem Akademi.

CEBECİ, S.: 2010

Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri.
İstanbul, Alfa Basım Yayın Dağıtım.

CERİT, Y., YILDIZ, K.,
AKGÜN, N.: 2007

“Üniversite Seçiminde Etkili Olan Faktörlere
İlişkin Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin
Görüşleri.” **Milli Eğitim Dergisi**, 173, 314-
330.

- CHAIT, H. N.,
CARRAHER, S. M.,
BUCKLEY, M. R.: 2000
“Measuring Service Orientation With Biodata.” **Journal of Managerial Issues**, 12/1, 109-120.
- CHRISTENSEN, B. L.,
JOHNSON, R. B.,
TURNER, L. A.: 2015
Research Methods, Design and Analysis, Pearson Education Limited, England.
- COETZEE, M.,
SCHREUDER, A. M.: 2002
“The Relationship Between Career Patterns And Personality Types.” **Journal of Industrial Psychology**, 28/1, 53-59.
- CORRELL, S. J.: 2001
“Gender and the career choice process: The role of biased self-assessments.” **American Journal of Sociology**, 106/6, 1691-1730.
- COSTEN, W. M.,
BARRASH, D. I.: 2006
“ACE-Ing The Hiring Process: A Customer Service Orientation Model.” **Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism**, 5/1, 35-49.
- CÜCELOĞLU, D.: 2011
İnsan Ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları. İstanbul, Remzi Kitapevi.
- ÇALIK, T., EREŞ, F.: 2006
Kariyer Yönetimi. Ankara, Gazi Yayınları.
- ÇETİN, N. G.,
BECEREN, E.: 2007
“Lider Kişilik: Gandhi.” **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 3/5, 111-132.

ÇETİNSÖZ, B. C.,
AKDAĞ, G.: 2015

“Otel Çalışanlarının Sahip Oldukları Kişilik Özellikleri ve İş Performansı İlişkileri: Antalya’da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama” **Turizm Akademik Dergisi**, 2/1, 1-13.

DAVIS, D., COSENZA,
R. M.: 1998

Business Research for Decision Making.
Boston, Pws-Kent Publishing Company.

DEMİRKAN, S.: 2006

Özel Sektördeki Yöneticilerin ve İşgörenlerin Bağlanma Stilleri, Kontrol Odağı, İş Doyumu ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Araştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara Üniversitesi, Ankara.

DIXON, M. M., REYES,
C. J., LEPPERT, M. F.,
PAPPAS, L. M.: 2008

“Personality and Birth Order in Large Families.” **Personality and Individual Differences**, 44, 119-128.

DOĞAN, S.: 1997

“İnsan Kaynakları Yönetiminde Esnek Kariyerli İşgücüne Geçiş Modeli”. **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 7, 1-12.

DUMAN, T., TEPECİ,
M., UNU, K.: 2006

“Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi.” **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 17/1, 51-69.

EKİNCİ, Y., DAWES, P.
L.: 2009

“Consumer Perceptions of Frontline Service Employee Personality Traits, Interaction Quality, and Consumer Satisfaction.” **The Service Industries Journal**, 107/125, 503-521.

- ERCAN, A. A., ŞAR, S.: 2004 “Edremit Körfez Bölgesindeki Eczane Eczacılarının Stres Kaynakları.” **Ankara Eczacılık Fakültesi Dergisi**, 33/3, 217-242.
- ERÇELEB, H.: 1996 “Aile ve Eğitim.” **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 60-61.
- ERDEM, B., KAYRAN, M. F.: 2013 “Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma.” **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 14/1, 81-106.
- ERDEM, L.: 2007 **Aydınlatmada Sübjektif Analiz İçin Bilimsel Anket Yöntemlerinin Uygulamalı İncelenmesi.** (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- ERDİNÇ, S. B., KAHRAMAN, S.: 2012 “Turizm Mesleğini Seçme Nedenlerinin İncelenmesi.” **VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi**, 229-237, 12-15 Nisan, Antalya.
- ERDOĞAN, İ.: 2003 **Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı İstatistiksel Yöntemler Analiz ve Yorum.** Ankara, ERK Yayınevi.
- ERDOĞAN, İ.: 2007 **İşletmelerde Davranış.** İstanbul, Miad Yayınları,
- EREN, E.: 2001 **Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi.** İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım.

EREN, E.: 2008

Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım.

ERKUŞ, A.:2009

Davranış Bilimleri İçin Bilimsel Araştırma Süreci. Ankara, Seçkin Yayıncılık.

EROĞLU, F.: 2015

Davranış Bilimleri. İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

FELDMAN, R.: 1996

Understanding Psychology. New York, McGraw Hill,

FORDHAM, F.: 1997

Jung Psikolojisinin Ana Hatları. Aslan Yalçınar (Çev.) , İstanbul, Say Yayınları.

GENÇ, G., KAYA, A.,
GENÇ, M.: 2007

“İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler.” **İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 8/14, 49-63.

GENÇDOĞAN, B.: 2017

“Mesleki Rehberlik ve Danışmanlık.” **Psikolojik Danışma ve Rehberlik**, Ankara, Pegem Akademi, 231-249.

GENÇTAN, E.: 1988

Psikanaliz ve Sonrası. İstanbul, Remzi Kitapevi.

- GÖZCÜ, A. C.: 2014 “Kişilik- İş Yaşam İlişkisi.” **Cumhuriyet Gazetesi Bilim ve Teknik.**
- GÖZEL, G., ATMACA, G. D., DURAT, G.: 2017 “Hemşirelerin İş Performansı ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.” **Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, 3/1, 11-16.
- GÜNEY, S.: 2009 **Davranış Bilimleri.** Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- GÜREL, M. T.: 2010 **Kariyer Planlamada Yetkinliklerin Önemi Ve Bir Arastırma.** (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- HAIR, J. F., ANDERSON, R. E., TATHAM, R. L., BLACK, W. C.: 1998 **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective.** Upper Saddle River, Pearson Education.
- HAIR, J.F., BLACK, W.C., BABIN, B.J. AND ANDERSON, R.E.: 2010 **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective,** Upper Saddle River, Pearson Education.
- HAMAMCI, Z., HAMURLU, M.: 2005 “Anne Babaların Meslek Gelismine Yardımcı Olmaya Yönelik Tutumları ve Bilgi Düzeylerinin Çocuklarının Mesleki Kararsızlıkları ile İlişkisi.” **İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 57-58.
- HURLEY, R. F.: 1998 “Customer Service Behavior in Retail Settings: A Study of the Effect of Service Provider Personality.” **Journal of the Academy of Marketing Science**, 26/2, 115-127.

- İNANIR, A.: 2012 **Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Kişilik Tipleri İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Afyonkarahisar. (Yüksek Lisans Tezi) Kocatepe Üniversitesi, Afyon.**
- İSTENGEL, A. M.: 2006 **Okul Rehber Öğretmenlerinin Kişilik Özellikleri ve İş Stresleri Arasındaki İlişki Düzeyinin İncelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.**
- JANES, P. L., WISNOM, M., PYBUS, D. S.: 2003 **“Understanding Interpersonal Behavior Changes From Student to Professional.” *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 53-64.**
- JENKINS, A.K.: 2001 **“Making a Career of it? Hospitality students’ future perspectives: an Anglo-Dutch study,” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13/1, 13–20.**
- JUDGE, T. A., HELLER, D., MOUNT, M. K.: 2002 **“Five-Factor Model of Personality and Job Satisfaction a Meta-Analysis.” *Journal of Applied Psychology*, 89/2, 530-541.**
- KABADAYI, S.: 2013 **Kariyer Yönetiminin Çalışanın Kuruma Bağlılığına Etkisi Üzerine Bir İnceleme. (Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi, Ankara.**
- KAĞITÇIBAŞI, Ç.: 2006 **Yeni İnsan ve İnsanlar. İstanbul: Evrim Yayınları.**
- KALAYCI, Ş.: 2010 **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara, Asil Yayın Dağıtım.**

- KAPLAN, T.: 2008 **İşgörenlerin Kişilik Tiplerinin Örgütsel Bağlılıkları Üzerinde Etkisi: Bursa’da Mobilya Sektöründe Uygulama Örneği.** (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi:
- KARABACAK, G.: 2010 **İşgören Kişilik Özelliklerinin İş Stresi Üzerine Etkisi.** (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- KARAMUSTAFA, M.: 2000 **Lise 2“inci Sınıf Öğrencilerinin Alanlarına Göre, Kişilik Özellikleri, Mesleki İlgileri ve Akademik Başarılarının İncelenmesi.** (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- KARASAR, N.: 2008 **Bilimsel Araştırma Yöntemi.** Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- KARASAR, N.: 2011 **Bilimsel Araştırma Yöntemi.** Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- KAYIŞ, A.: 2009 **Güvenirlilik Analizi.** Ankara, Asil Yayın Dağıtım.
- KEÇELİOĞLU, T.: 1998 **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi.** Ankara, MPM Yayınları.
- KELEŞ, Y., ÇAKIR KELEŞ, M. .: 2017 **“Turizm Öğrencilerinin Kişilik Özellikleri: Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimine Yönelik Bir Değerlendirme.” The Journal of Academic Social Science Studies, 417-428.**

- KEPÇEOĞLU, M.: 2004 **Psikolojik Danışma ve Rehberlik.** İstanbul, Alkım Yayınevi.
- KESSLER, G.: 1985 **Sosyolojiye Başlangıç.** Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu, (Çev.), İstanbul, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın.
- KILIÇ, R., BOZKAYA, E.: 2014 “Örgüt Çalışanlarının Kişilik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.” **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 20, 153-178.
- KIM, S. S., GUO, Y., WANG, K. C., AGRUSA, J.: 2007 “The Study Motivations and Study Preferences of Student Groups From Asian Nations Majoring in Hospitality and Tourism Management Programs.” **Journal of Tourism Management**, 140-151.
- KORKMAN, H.: 2003 **Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Tipleriyle Atıf Karmaşıklığı Arasındaki İlişkinin Karsılaştırılması.** (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- KÖKNEL, Ö.: 1995 **Kaygıdan Mutluluğa Kişilik.** İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi.
- KUSLUVAN, S., KUSLUVAN, Z.: 2000 “Perceptions And Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in The Tourism Industry in Turkey.” **Journal of Tourism Management**, 251-269.
- KUZGUN, Y.: 2000 “Mesleki Rehberlik/Mesleki Rehberlik Nedir?” (Çevrimiçi) http://www.geocities.com/psikolojiarsivi/mesleki_rehberlik.html, 01 Kasım 2018

- KWAN, F.V.C.: 2005 "Effect of Supervised Work Experience on Perception of Work in the Tourism and Hospitality Industry" **Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism**, 4/2, 65-82.
- LAI, H.-S.: 2003 **Learning Styles and Personality Types: Identification and Comparison of Hospitality Students in Taiwan.** (Yayımlanmamış Doktora Tezi), The Graduate Faculty of Texas University, A.B.D.
- LEE, K., CARSWELL, J. J., ALLEN, N.: 2000 "A Meta-Analytic Review of Occupational Commitment :Relation With Person and Work-Related Variables." **Journal of Applied Psychology**, 85, 789-811.
- LUTHANS, F.: 1995 **Organizational Behavior.** New York, McGraw Hill Co.
- MACIONIS, J. J.: 2003 **Sociology.** New Jerseys, Pearson Education, Inc.
- MACIONIS, J. J.: 2012 **Sociology.** New Jerseys, Pearson Education, Inc.
- MASTERSON, J. J.: 2008 **The Personality Disorders(Kişilik Bozuklukları).** Betül Taylan Bozkurt, Tuğrul Veli Soylu (Çev.) İstanbul, Litera Yayıncılık.
- MC ADAMS, D.: 1997 **A Conceptual History of Personality Psychology Handbook of Personality Psychology.** Academic Press, A.B.D.

MCCRAE, R., COSTA, P.: 1989

“Personality, Stress and Coping: Some Lessons From a Decade of Research.” **Aging, stress and health**. New York: Wiley, 267-283.

MORÇİN, İ., MORÇİN ERDOĞAN, S.: 2018

“Ücret & Ek Olanakların Öğrencilerin Turizm Sektöründe Kariyer Yapma İsteğine Etkisi: Erzurum Örneği.” **Turizm ve Araştırma Dergisi**, 7/1, 20-34.

MYERS - BRIGGS
KİŞİLİK TİP
BELİRLEME
ENVANTERİ.: 2018

Myers - Briggs Kişilik Tip Belirleme Envanteri.(Çevrimiçi)<https://www.mentorink.com/kisilik-testi> 24 Şubat 2019.

NAKİP, M.: 2013

Pazarlama Araştırma Teknikleri. Ankara, Seçkin Yayıncılık.

NIHAT, E.: 2003

Kariyer Geliştirme Kuram ve Uygulama. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.

NOE, A. R.: 1999

İnsan Kaynaklarının Eğitim Ve Gelişimi. Canan Çetin (Çev.), Beta Yayıncılık, İstanbul.

ODABAŞI, Y.: 1999

Anket Yöntemi Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1081., 79-97.

OLSON,M.H.,
HERGENHAHN, B. H.:
2003

An Introduction to Theories of Personality. Pearson Education, Londra.

O'MAHONY, G.B., MC
WILIAMS, A.M.,
WHITELAW, P.A.: 2001

“Why Students Choose a Hospitality-Degree Program” **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 42/1, 92–96.

ONUR, B.: 2000

Gelişim Psikolojisi. Ankara, İmge Yayınevi.

ÖZCAN, A. O.: 1985

Ülkemiz İçin İsaletli Olabilecek Bir Mesleğe Yönelme Denemesi. İstanbul, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi.

ÖZDAMAR, K.: 2001

Spss İle Biyoistatistik. Eskişehir, Kaan Kitapevi.

ÖZDAMAR, K.: 2004

Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-I. Eskişehir, Kaan Kitapevi.

ÖZDEL, C. B.:2008

Meslek Lisesi Öğrencilerinin Mesleki Yönelimlerine Etki Eden Faktörler Küçükçekmece İlçesi Örneği. (Yüksek Lisans Tezzi), Beykent Üniversitesi, İstanbul.

ÖZDEVECİOĞLU, M.:
2002

“Kamu Ve Özel Sektör Yöneticileri Arasındaki Davranışsal Çalışma Koşulları Ve Kişilik Farklılıklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.” **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 19, 115-134.

ÖZEN, Y., GÜL, A.: 2007

“Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren ve Örneklem Sorunu.” **Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi**, 15, 394-422.

ÖZGÜVEN, İ. E.: 2000

Çağdaş Eğitimde Psikolojik Danışma ve Rehberlik. Ankara, PDREM Yayınları.

ÖZKALP, E.: 2004

Davranış Bilimlerine Giriş. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.

ÖZKALP, E., KIREL, Ç.:
2011

Örgütsel Davranış. Bursa, Ekin Kitapevi Yayınları.

PADEM, H., GÖKSU, A.,
KONAKLI, Z.: 2012

Araştırma Yöntemler SPSS Uygulamalı. Sarajevo, International Burch University.

PALLANT, J.: 2005

SPSS Survival Manual: A Step By Step Guide to Data Analysis Using SPSS. Allen and Unwin Inc.

REVELVE, W.: 2009

“Personality Structure and Measurement: The Contributions of Raymond Cattell British.” **Journal of Psychology**, 253-257.

RIEGEL, C., DALLAS, M.: 1998

Hospitality and Tourism Careers:A Blue Print for Success. New Jersey, Prentice Hall Inc.

ROBBINS, S. P., JUDGE, T. A.: 2013

Örgütsel Davranış "Organizational Behavior". İnci Erdem(Çev.), Nobel Akademik Yayın, Ankara.

- RYAN, C.: 1995 **Researching Tourist Satisfaction Issues, Concepts, Problems.** London, Routledge.
- SAATÇI, G.: 2013 “Öğrencilerin Pazarlama Mesleğini Seçme Nedenlerinin İncelenmesi: Harmancık Meslek Yüksekokulu Örneği.” **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 6/3, 36-50.
- SAATÇI, G.,
DEMİRBULAT, Ö. G.,
AVCIKURT, C.: 2018 “Turizm Öğrencilerinin Meslek Seçimlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Ezine Meslek Yüksekokulu Örneği.” **VII. Uusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu**, 331-343 Antalya, 20-21 Nisan 2018.
- SARIKAYA, T.,
KHORSHID, L.: 2009 “Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi.” **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, 7/2, 393-423.
- SARIIŞIK, M.: 2007 “Turizm Sektöründe Meslek Sahibi Olmaya Yönelten Etkenler: Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Çalışma.” **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 18/2, 143-160.
- SAV, D.: 2008 **Bireysel Kariyer Planlamada Etkili Olan Faktörler Ve Üniversitelerin Etkisi Üzerine Bir Araştırma.** (Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- SCHMIDT, R.: 2002 “A Student's Initial Perception of Value When Selecting a Collage: an Application of Value Added.” **Quarterly Assurance in Education**, 10/1, 37-39.

SCHULTZ, S. E.,
SCHULTZ, D. P.: 2002

Modern Psikoloji Tarihi. Yasemin
Aslay(Çev.), Kaknüs Yayınları.

SEKARAN, U.: 2003

Research Methods for Business, John Wiley
& Sons Inc.

SEVİNÇ, E.: 2010

Kariyer Planlama ve Yönetimi. İstanbul,
Etap Yayınları.

SİĞRI, Ü., GÜRBÜZ, S.:
2011

“Akademik Başarı Ve Kişilik İlişkisi:
Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir
Araştırma.” **Savunma Bilimleri Dergisi**, 30-
48.

SİLAH, M.: 2000

Sosyal Psikoloji (Davranış Bilimi). Ankara,
Gazi Kitabevi.

SOLMAZ, S. A.: 2018

“Girişimci Kişilik Özelliklerinin Turizm
Endüstrisinde Kariyer Yapma İsteği
Üzerindeki Etkileri: Turizm Eğitimi Alan
Yükseköğrenim Öğrencileri Üzerine Bir
Araştırma.” **Journal of International Social
Research**, 11/56, 1131-1142

SOLMAZ, S. A.,
ERDOĞAN, Ç.,
TÜRKAY, O.,
KORKUTATA, A.: 2016

“Sosyotropi ve Otonomi Kişilik Özelliklerinin
Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki
Etkileri.” **Bartın Üniversitesi İktisadi ve
İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 5, 47-70.

- SOYSAL, A.: 2008 “Çalışma yaşamında kişilik tipleri: Bir literatür taraması.” **Çimento İşveren Dergisi**, 4-19.
- SZIVAS, E., RILEY, M., AIREY D.: 2003 “Labor Mobility into Tourism: Attraction and Satisfaction” **Annals of Tourism Research**, 30/1 64–76.
- ŞENCAN, H.: 2007 **Sosyal ve Davranışsal Bilimlerde Bilimsel Araştırma**. İstanbul, Seçkin Yayıncılık.
- ŞENGEL, Ü., İBİŞ, S., ZENGİN, B., BATMAN, O.: 2016 “Kişilik Özelliklerinin Turizm Bölümleri Tercihlerine Etkileri Üzerine Bir Araştırma.” **Journal of Human Science**, 13/2, 2987-3001.
- TABACHNICK, B. G., FIDEL, L. S.: 2013 **Using multivariate statistics**. USA, Pearson Education Limited.
- TABACHNICK, B. G., FIDELL, L. S.: 1989 **Using Multivariate Statistics**. Northridge, California State University Publish.
- TAI, R. H., LIU, MALTASE, A. V., FAN, X.: 2006 “Career Choice: Enhanced: Planing Early for Careers in Science.” **Science**, 1142-1144.
- TAN, H.: 2000 **Psikolojik Danışma Ve Rehberlik**. İstanbul, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları Öğretmen Kitapları Dizisi.

- TANRIVERDİ, B.,
ULUSOY, Y. Ö.,
ÇEVİRME, H.: 2009 Attitude of Pre-service Teachers Through Punishment Within Jung's Theory of Archetypes. **Procedia Social and Behavioral Sciences**, 1, 1617–1623.
- TAVŞANCIL, E.: 2002 **Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi**. Ankara, Nobel Yayıncılık.
- TDK: 2006 **Kişilik Tanımı**. (Çevrimiçi)http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=K%C4%B0%C5%9E%C4%B0L%C4%B0K , 04 Nisan 2016.
- TEMEL, F., AKSOY, A.: 2001 **Ergen Gelişimi ve Yetişkinliğe İlk Adım** . Ankara, Nobel Akademik.
- TEMELOĞLU, AKSU, M.: 2016 E., “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerindeki Etkisi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği.” **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 1512-1521.
- TENG, C. C.: 2008 “The Effects of Personality Traits and Attitudes on Student Uptake in Hospitality Employment” **International Journal of Hospitality Management**, 27: 78-86.
- TINAR, M.: 1999 “Çalışma Yaşamı Ve Kişilik.” **Mercek Dergisi**, 14.
- TISCHLER, H. L.: 1993 **Introduction to Sociology**. Orlando: Rinehart and Wiston, Inc.

TOKAT, B., GİDERLER, C.: 2006

Yöneticilerin A Tipi ve B Tipi kişilik yapılarının liderlik davranışlarına etkisi üzerine bir araştırma. (Çevrimiçi) <http://www.iif.com.tr/index.php/iif/article/view/iif.2006.242.2520>, 16 Haziran 2016.

TOMRUKÇU, B.: 2008

Beş Faktör Kisilik Özellikleri ile İş Değerleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.

TOPÇU, M. K.: 2015

Çalışanların Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisinde Psikolojik Sözleşme Algısındaki Rolü.(Doktora Tezi),Kara Harp Okulu, Ankara

TORUN, E., ÇELİK, A., OTAR, S.: 2009

“Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Program Tercihlerinde Rol Oynayan Etkenlerin Belirlenmesi KOÜ Arslanbey MYO Örneği.” **1. Uluslararası 5. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu.** Selçuk Üniversitesi Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu, Konya, 27-29 Mayıs.

TÜRKAY, O., SOLMAZ, S. A.: 2011

Liderlik Yeteneği ve Kariyer Değerlerinin Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki Etkileri. **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 46-71.

TÜRK, M., HELVACI, B.: 2005

Kişiliğin İşletmelerde İçsel ve Dışsal Müşteri İlişkileri Açısından Önemi. **Örgütsel Davranış Boyutlarından Seçmeler**, 85-126 Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.

TÜRKAY, O., SOLMAZ, S. A., ERKOL, G.: 2011

“Hedef Yönelimliliğin Turizmde Kariyer Yapma İstegine Etkisi: Potansiyel Turizm Çalışanları Üzerine Bir Araştırma.” **II. Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu**, 228-247 Akdeniz Üniversitesi, Antalya. 11-13 Mart.

TÜRKÜM, A.: 2004

Çağdaş Yaşamda Kişilik ve Kişilerarası İlişkiler. AÖF Yayınları, Eskişehir.

ULUS, T., İNCE, C. H.,
ALİUSTAOĞLU, F. S.,
MELEZ, İ. E.: 2010

Araştırma Nasıl Tasarlanır. **Adli Tıp Dergisi**,
24/2, 40-47

URAL, A., KILIÇ, İ.:
2013

Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS Veri Analizi. Ankara, Detay Yayıncılık.

ÜNÜVAR, Ş., BAŞODA,
A.: 2012

“Algılanan Hizmet Verme Yatkinlığının
Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi:
Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma.”
SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi,
9/1, 46-64.

VEAL, A. J.: 2006

**Research Methods for Leisure and Tourism:
A Practical Guide.** England, Pearson
Education Limited.

YAMANE, T.: 2001

Temel Örneklem Yöntemleri. Alptekin
Esin, Celal Aydın , Esen Gürbüzsel, M.Akif
Bakır (Çev.), İstanbul, Literatür Yayıncılık.

YANARDAĞ, Ö. M.,
AVCI, M.: 2012

“Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları:
Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine
Ampirik Bir İnceleme.” **Ege Stratejik
Araştırmalar Dergisi**, 3/2, 39-62.

YANIKKEREM, E.,
ALTIPARMAK, S.,
KARADENİZ, G.: 2004

“Gençlerin Meslek Seçimini Etkileyen
Faktörler ve Benlik Saygıları.” **Nursing
Forum Dergisi**, 7/2, 61-62.

- YAŞLIOĞLU, M. M.: 2017 Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, 46/Özel Sayı, 74-85.
- YAZICIOĞLU, Y., ERDOĞAN, S.: 2004 **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**. Ankara, Detay Yayıncılık.
- YURTSEVER, H.: 2009 **Kişilik Özelliklerinin Stres Düzeyine Etkisi ve Stresle Başa Çıkma Yolları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**. (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- YÜKSEL, A., HANÇER, M., ADAK, N.: 2002 Önlisans ve Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumlarının Bulundukları Yerlerin Analizi ve Turizm Eğitimi için Öneri Bir Model. **T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Konferans-Workshop**, Ankara 11–13 Aralık.
- ZEL, U.: 2001 **Kişilik ve Liderlik**. Ankara, Seçkin Yayıncılık.

EKLER

EK 1 ANKET FORMU

**KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, TURİZM MESLEĞİNE YÖNELME FAKTÖRLERİ İLE
TURİZMDE KARIYER YAPMA İSTEĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN
İNCELENMESİ; TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖNLİSANS VE LİSANS
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ	Sayın Katılımcı; Turizm eğitimi alan öğrencilerinin Kişilik özellikleri, turizm mesleğine yönelme faktörleri ile turizmde kariyer yapma isteği arasındaki ilişkileri ölçmeye yönelik olarak hazırladığımız bu anketi doldurmak şüphesiz değerli zamanınızın bir kısmını alacaktır. Ancak elde edilecek veriler araştırmamıza ışık tutacaktır. Toplanan veriler kesinlikle akademik çalışmada kullanılacaktır. Değerli katkılarınızı bekler, çalışmalarınızda başarılar dileriz. Saygılarımızla... Sinem UYSAL BAYRAKTAR
----------------------------------	--

Formu Dolduran Hakkında Genel Bilgiler	
Cinsiyet :	☐ Kadın ☐ Erkek
Okuduğu Okul Türü	☐ Lisans ☐ Önlisans
Sınıfı	☐ Birinci ☐ İkinci ☐ Üçüncü ☐ Dördüncü
Bitirdiği okul türü	: ☐ Lise ☐ Önlisans ☐ Lisans ☐ Diğer
Lisede Turizm Eğitimi Aldınız mı?	☐ Evet ☐ Hayır
Turizmde Staj yaptınız mı?	: ☐ Evet ☐ Hayır
Ailem turizm sektöründe çalışıyor :	☐ Evet ☐ Hayır

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ÖLÇEĞİ (5 FAKTÖR TOPLAM 10 MADDE)						
1. FAKTÖR : DENEYİME AÇIKLIK (2 MADDE)		1	2	3	4	5
1	Kendimi Yeni yaşantılara açık, karmaşık olarak görürüm					
2	Kendimi Geleneksel, yaratıcı olmayan olarak görürüm					
2. FAKTÖR: YUMUŞAK BAŞLILIK (2 MADDE)		1	2	3	4	5
3	Kendimi Sempatik sıcak olarak görürüm					
4	Kendimi Eleştirel Kavgacı olarak görürüm					
3. FAKTÖR: DUYGUSAL DENGELİK (2 MADDE)		1	2	3	4	5
5	Kendimi sakin duygusal dengeli olarak görürüm					
6	Kendimi Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan olarak görürüm					
4. FAKTÖR: SORUMLULUK (2 MADDE)		1	2	3	4	5
7	Kendimi güvenilir, öz disiplinli olarak görürüm					
8	Kendimi Kaygılı, Alt üst olmuş dikkatsiz olarak görürüm					
5. FAKTÖR: DIŞA DÖNÜKLÜK (2 MADDE)		1	2	3	4	5
9	Kendimi dışa dönük istekli olarak görürüm					
10	Kendimi çekingen sessiz olarak görürüm					

TURİZM SEKTÖRÜNE YÖNELTEN FAKTÖRLER ÖLÇEĞİ (8 FAKTÖR TOPLAM 30 MADDE)						
1. FAKTÖR: GELİR (6 MADDE)		1	2	3	4	5
1	Turizmi yüksek kazançlı bir sektör olarak görüyorum					
2	Kısa zamanda çok kazanabileceğimi düşündüm					
3	Uygun bir gelire sahip olmak istedim					
4	Daha iyi bir hayat standardı					

	yakalamak istedim					
5	Turizmde çok iyi iş fırsatları olduğunu düşünüyorum					
6	Toplum tarafından prestijli bir sektör olarak kabul ediliyor					
2. FAKTÖR: EĞİTİM VE ÖĞRETİM (4 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
7	Aldığım eğitim ilgili bir iş sahibi olmak istedim					
8	Gelecekte de bu alanda öğretimime devam etmek istiyorum					
9	Ailem ve yakın çevrem önemli desteğini aldım					
10	Turizm okullarında öğretici olarak çalışmak istiyorum					
3. FAKTÖR: İLETİŞİM KURMA (3 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
11	İnsanlarla sürekli iletişim içerisinde olmaktan hoşlanıyorum					
12	Farklı kültürleri ve insanları tanımak istedim					
13	Mutlu olan insanlarla bir arada olmayı istedim					
4. FAKTÖR: BİREYSEL YETENEKLER (5 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
14	Çalışma koşullarının bana uygun olduğunu düşünüyorum					
15	Sosyal yaşantıma önemli katkılar sağlayacağına inanıyorum					
16	Bu sektörde kendimi daha bağımsız hissedebileceğim					
17	Yeteneklerimi en iyi turizmde kullanabilirdim					
18	Daha fazla bilgiye ulaşabileceğime inanıyorum					
5. FAKTÖR: İŞ KOŞULLARI VE OLANAKLARI (4 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
19	Turizmde çalışmak diğerlerine göre daha kolaydır					
20	Sürekli olarak sosyal güvenceye sahip olmak istedim					
21	Birçok ünlü kişi ile tanışabileceğimi düşündüm					
22	Yükselme olanakları diğer sektörlerle göre daha kolaydır					
6. FAKTÖR: SOSYAL OLANAKLAR(4 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
23	Daha fazla seyahat etmek istedim					
24	Yeni ve farklı yerler görmek istedim					

25	Daha çok arkadaş edinebileceğim bir iş olarak görüyorum					
26	Farklı deneyimler elde etmek istedim					
7. FAKTÖR: KENDİ İŞİNİ KURMA (2 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
27	Gelecekte bu sektörde kendi işimi kurmayı arzuluyorum					
28	Ailem turizmle ilgili bir işe sahip olduğu için seçtim					
8. FAKTÖR: TURİZM İMAJI (2 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
29	Hoş bir iş ortamında çalışmak istedim					
30	Turizmin sahip olduğu imaj bana çekici geldi					

TURİZMDE KARIYER YAPMA İSTEĞİ ÖLÇEĞİ (1 FAKTÖR 11 MADDE)						
1. FAKTÖR: TURİZMDE KARIYER YAPMA İSTEĞİ (11 MADDE)		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
1	Mezun olunca turizm sektöründe çalışacağımı sanmıyorum.®					
2	Bu sektörde uzun yıllar çalışmam.®					
3	Okuldan mezun olunca ne iş yapacağımı bilmiyorum.®					
4	Turizm endüstrisinde kariyer yapmamın bana kazandıracağı fazla bir şey yok.®					
5	Bu mesleği seçmem benim için bir hata idi.®					
6	Kendi geleceğimin turizm endüstrinin geleceği ile ilgili olduğunu düşünüyorum.					
7	Turizm sektöründeki iş olanakları ile ilgileniyorum.					
8	İşyeri değiştirmeyi hiç sevmem.					
9	Turizm endüstrisinde kariyer yapmamın bana kazandıracağı fazla bir şey yok.					
10	Farklı bir endüstride kariyer yapacağımı düşünmüyorum.					
11	Genellikle arkadaşlarla turizm endüstrisindeki iş olanakları hakkında olumlu konuşuruz					