

Turizm Fakültelerinin Gözünden Eğitime Bakış*

Hakan SEZEREL**
H. Zümrüt TONUS***

ÖZ

Türkiye’de, 2017 yılı itibariyle, fakülte ve yüksekokullarda bulunan turizm rehberliği, gastronomi ve mutfak sanatları ile turizm işletmeciliği programlarının sayısı 100’ün üzerindedir. 2016-2017 eğitim öğretim döneminde turizm işletmeciliği lisans programlarının sayısı ise 62’dir. Önlisans ve lisansüstü eğitim programları da eklendiğinde, turizm işletmeciliği eğitim alanının, özellikle son yirmi yılda çarpıcı biçimde büyüdüğü gözlenmektedir. Geline aşamada, nicelikteki mevcut değişimin, niteliksel karşılığını da araştırma gerekliliği doğmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de turizm fakülte ve yüksekokullarında verilen turizm işletmeciliği lisans programları üç döneme ayrılmış ve web siteleri üzerinden incelenmiştir. Programların misyon, vizyon, hedef ve değerleri, içerik analizine tabi tutularak, tematik bir sınıflandırılmaya gidilmiş ve turizm alanındaki iç ve dış paydaşların beklentileri açısından değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamındaki üniversitelerin üç başlıkta kurumsal meşruiyet sağladıkları görülmüştür. Bu konular, sektör odaklılık, akademi ve toplumdur. Buradan yola çıkarak, lisans programlarının üç temel paydaşa seslendiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunlardan birincisi, turizm sektöründe ana paydaş olan konaklama işletmeleridir. İkinci paydaş, akademik alan, bir diğer deyişle diğer üniversiteler ve üniversite çevreleridir. Üçüncü paydaş ise, sivil toplum örgütleri, medya ve yerel yönetimler başta olmak üzere kamudur. Üniversitelerin kuşaklar arası farklılıkları kurumsal ifadelerinde çok belirgin olarak farklılaşmaktadır. Buradan hareketle, lisans programlarının yapılanmasında ilk kuşak programların eğilimleri öncelik kazanmaktadır. Özellikle sektöre yönelik söylemde neredeyse tam bir uzlaşma bulunmaktadır. Üçüncü kuşak üniversiteler, yerele daha fazla vurgu yapsa da, genel eğilimi takip etmektedir. Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise, turizm fakülte ve bölümlerinin vizyon, misyon, değer ve amaç ifadelerinin turizm alanına özgü olmadığı gibi, mevcut misyonla vizyona nasıl ulaşacağı konusunda belirgin bir ipucu sunmamaktadır. Buna ek olarak, fakültelerin amaçları konusunda da bir belirsizlik göze çarpmaktadır. İfadelerden, turizm işletmeciliği eğitiminin belirli alanlarda uzmanlaşmamış olduğu ortaya çıkmaktadır. Akademik yönünden ziyade, ağırlıklı olarak turizmin sektörel yönü vurgulanmaktadır. Bölümlerin amaç, vizyon ve misyon ifadelerinde daha çok turizm ve otel işletmelerinin beklentileri göz önünde tutularak, analiz düzeyinin genelde örgütler düzeyinde kaldığı ve bu nedenle de, daha evrensel ve makro konulara değinilmediği görülmektedir. Sektöre değinirken, kamusal amaçlarına ve kamu kuruluşlarıyla ilişkilere yönelik bilgiler bulunmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm işletmeciliği eğitimi, strateji, talim, paydaşlar.

The Gaze of Tourism Faculties on Tourism Education

ABSTRACT

In 2017, the number of tour guiding, gastronomy and culinary arts, and tourism management graduate programs in Turkey above 100. In 2016-2017 educational year, only the tourism management programs reached 62. When adding the undergraduate and the postgraduate programs, the tourism management education has a dramatic expansion. At this point, the quantitative increase calls to examine the quantitative correspondence. In this study, the tourism management programs in tourism faculties and tourism colleges divided into three generations and examined through their websites. The mission, vision, targets, and values of the programs were examined via content analysis and thematic classification was conducted. The data were evaluated from the stakeholders’ point of view. The universities attempt to gain legitimacy in three fields. The first one is the sectoral focus, the latter is the academy, and the last one is the public. From this point, the graduate programs address to three major stakeholder groups. The primary group is the hospitality enterprises. The following is the academy, in other saying, the other universities and academic environment. The third stakeholder is the public, in terms of, the nongovernmental organizations, media, and the local governments. The discourses in the websites are not distinguished significantly when comparing the universities. The first generation universities have a great impact on the construction of the graduate programs. Particularly a strong consensus was established towards the sector orientation. The third generation universities slightly concentrate on local environment. Additionally, the vision, mission, values, and purposes of the faculties and programs are not distinctive to tourism field and do not clearly provide a road map how to reach the desired state. The statements suggest that the faculties and programs do not seem like being expertise in tourism education. The statements emphasize on the sectoral focus rather than the academic focus. The statements suggest that the programs strictly oriented to expectations of tourism and hospitality enterprises and the analysis levels. This lead them to be limited in organizations level avoiding the macro and universal issues. There were very little information on the governmental and public networks and collaboration opportunities in order to highlight the sectoral needs.

Keywords: Tourism education, strategy, training, stakeholders.

* Bu çalışma, “Turizm İşletmeciliği: Teorik Eğitim mi, Talim mi? Temalar ve Kurumsal Baskılar” başlıklı bildiriden türetilmiştir.

** Yrd. Doç. Dr. Anadolu Üniversitesi, hakansezerel@anadolu.edu.tr

*** Prof. Dr. Anadolu Üniversitesi, zguven@anadolu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 04.03.2017; Makalenin Kabul Tarihi: 09.08.2017

1.Giriş

Turizm işletmeciliği eğitimi veren kurumları incelemek isteyen araştırmacı hangi sorulara yanıt aramalıdır?

Bu soruya verilecek yanıtlar çeşitlidir. Makro düzeyde bir araştırmada, ülkelerin turizm stratejileri incelenerek bu strateji ile turizm eğitimi kurumları arasında bir uyum aranabilir. Ülkelerin eğitim politikalarının belirli bir stratejiye uygun olarak yapılandırılması beklenir. Bu strateji; politika, plan ve uygulamalar aracılığıyla gerçekleşir ve eğitim kurumlarının açılmasından işleyiş sürecine yönelik çok sayıda karar stratejilere uygun olarak verilir. Örneğin, gelişmekte olan ülkelerde çalışan müşteri ilişkilerindeki uyumsuzluğa ve potansiyel risklere yönelik bir eğitime ihtiyaç duyuluyorsa, eğitim bu düzlemde geliştirilmeli (Blanton, 1981), eğitim paydaşlar açısından değerlendirilmeli (Zaganori, 2009) ve hatta eğitim olanakları düşünülerek örgün ya da uzaktan eğitime karar verilmesi önerilmektedir (Afifi, 2011). Turizm eğitiminde de benzer bir örüntünün takip edilmesi beklenmektedir. Diğer bir ifadeyle, stratejilerin planlı ya da kendiliğinden (emergent) ortaya çıkışı, turizm eğitimi veren kurumların tüm yapı ve işleyişlerini etkilemektedir.

İkinci bir yanıt ise, kurumlardan yola çıkarak mezzo düzeyde bir araştırma yapmaktır. Bu yönüyle, araştırmacı, hâlihazırdaki kurumların benzerlik ve farklılıklarını ortaya koyarak bir araştırma desenleyebilir. Böyle bir araştırmanın getirisi, kurumlardan yola çıkarak genel eğilimler hakkında sonuçlar üretmektedir. Bir başka yanıt ise, belirli bir kuruma ilişkin çalışmalar yaparak, özellikle öğrenciler, eğitimciler ve yönetim hakkında sonuçlara varmak olabilir. Mikro analiz düzeyinde yapılacak bu çalışmalar, davranış araştırmaları temelli olmaktadır.

Bu araştırmada, yaklaşım olarak, ikinci yanıt benimsenmiş ve turizm eğitimi veren kurumların benzerlik ve farklılıklarını incelemeye karar verilmiştir.

Avrupa'da ortak bir yükseköğretim süreci yaratmayı amaçlayan Bologna Süreci, Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarının işbirliği yapabilmesi için üniversitelerde bir standart bilgi sistemi kurulmasını getirmiştir (<http://www.yok.gov.tr/web/uluslararası-iliskiler/bologna-sureci-nedir;jsessionid=E2B8045F8F2AA9941047BBAC0822D8A2>). Üniversitelerin Bologna Sürecine uyumuyla birlikte ders içeriklerinden öğretim elemanı bilgilerine ve kurumsal bilgilere kadar tüm bilgilerin girilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu araştırmada, üniversitelerin sürece uyum sağlarken kendilerine özgü bir yol izledikleri kabulünden hareket edilmiştir. Araştırmada, Türkiye'deki lisans düzeyinde eğitim veren kurumların değer, amaçlar ve vizyon ifadeleri incelenmiş ve benzer ve farklı yönleri okulların kuruluş dönemleri açısından değerlendirilmiştir. Buradaki amaç, kendiliğinden ortaya çıkan turizm stratejileri sonucu, uygulamadan teoriye doğru gelişim gösterdiği belirlenen bu eğitim kurumlarının web siteleri yoluyla kendilerini ifade etmeleri açısından bir çeşitlilik olup olmadığının bulunmasıdır.

Bu araştırmada, Türkiye'deki, fakülte ve yüksekokullardaki lisans düzeyindeki programların web siteleri incelenmektedir. Web siteleri, kurumsal kimlik; amaç, hedef, kurucu değerler, vizyon ve misyon ifadeleri ile bir örgütün temsil edildiği sanal ortamlardır. Lisans düzeyindeki turizm işletmeciliği eğitiminin kapsamı, boyutları ve işleyişini anlamak için, lisans eğitimi veren eğitim kurumlarının incelenmesinin gerekli olduğu görülmektedir. Kapsamı bu biçimde tanımlanan kurumların web sitelerinin taranması yoluyla; değer, amaç, vizyon ve misyon ifadeleri incelenerek farklı kuşaklardaki turizm okullarının benzer ve farklı yönleri belirlenmiş ve turizm okullarından beklentiler konusunda yanıtlar aranmıştır.

2.Literatür Taraması

2.1.Turizm Eğitiminde Eğilimler

Turizm, hem endüstriyel bir alan hem de bir bilimsel bir disiplin olma özellikleriyle, farklı amaçları olan paydaşların beklentilerini karşılamaya çalışan özgün bir konuma sahiptir. Bu nedenle, turizm eğitiminde turizm sektörünün beklentileri ile akademinin beklentileri arasındaki karşılıklı bağlılık başat bir rol oynamaktadır. Bu rol, ağırlıklı olarak işe alınabilecek öğrenciler yetiştirme amacına yönelmektedir (İnu, 2006; 27).

Turizm eğitimine yönelik yapılan çalışmalar genel olarak, turizm gelirlerinden alınacak payın nasıl arttırılabileceğine ilişkin "ekonomist" yönü ağır basan çalışmalardır. Temel yaklaşım, nitelikli insan kaynağı oluşturarak, rekabet avantajına sahip olmak ve katma değer yaratmaktır. Bu yaklaşımın temel varsayımı,

turizm işletmelerinde rekabet üstünlüğünün hizmet kalitesinden bağlı olması ve müşteri memnuniyetini sağlayacak en temel unsurun insan kaynağı olmasıdır. Söz konusu yaklaşımın ağırlık kazandığı turizm eğitimi; insan kaynağı yaratmak ve geliştirmek üzerine inşa edilmektedir. Bu nedenle turizm meslek liselerinden başlayarak; ön lisans, lisans ve lisansüstü programlarda bilimsel yönü ağır basan bir müfredat yerine “uygulamaya dönük” bilgi ve beceriler temelinde bir eğitim programı tercih edilmektedir.

Eğitimin araçsal olarak ele alındığı bu yaklaşım, turizm eğitiminin gerekli olduğunu veri olarak kabul etmekte (Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), 2010; 62; Akoğlan-Kozak, 2009; Erdinç ve Yılmaz, 2012; Yeşiltaş vd. 2010) ve daha çok, “Nasıl bir turizm eğitimi?” sorusuna odaklanmaktadır. Turizm eğitiminin bu araçsal yönünü olumlayan araştırmacılar turizm eğitimi alanındaki hedeflerin, iç ve dış paydaşların beklentileri doğrultusunda üç başlığa yönelmesi gerektiğinin altını çizmektedir (Dale ve Robinson, 2001). Bu başlıklar; a) turizm işletmeciliği ve uluslararası turizm gibi jenerik programlar, b) kültür ve kültürel miras turizmi, ekolojik ya da macera turizmi, kentsel kırsal turizm gibi ürün ve pazara yönelik alanlar ve c) turizm pazarlaması, turizm bilgi sistemleri ve turizm planlaması gibi fonksiyonel programlardır. Görüldüğü gibi, genelde turizm eğitimin, özelde ise turizm işletmeciliği eğitiminin meşruiyeti konu edilmemekte, öte yandan, paydaşların beklentileri öncelenmektedir.

Bu yaklaşımın bir alternatifi, turizm alanına yönelik uzun dönemli bir eğitim stratejisi oluşturabilmek için öncelikle, “neden” sorusunun yanıtını aramanın daha işe vuruş olabileceğinden yola çıkar. Diğer bir ifadeyle, lisans programları açısından, nasıl bir turizm eğitime gereksinim duyuyoruz, sorusundan önce, neden bir turizm eğitime gereksinim duyuyoruz sorusunu sormak daha öncelikli bir konuyu hak etmektedir. Bu soruyu kapsayan diğer soru ise, “neyi, neden öğretiyoruz?” (Tribe, 2015; 20) sorusudur ve bu soru, her eğitim kurumunu kendine özgü bir turizm felsefesi geliştirmeye çağırılmaktadır.

“Neden turizm eğitime gerek duyuyoruz?”, sorusu bir kez sorulunca; akademik (kuramsal) ya da uygulamalı (talim) ayrımından doğan bir ikilem doğmaktadır. Bu sorunun yanıtı, başka bir soruyla yakından ilgilidir: “Kimlerin (hangi paydaşlar) bu eğitimden ne yönde beklentileri var?”, sorularını yanıtlamak için ise, turizm gibi farklı disiplinlerden yararlanan alanlardaki (örn: sağlık hizmetleri, bankacılık ve sigortacılık) teori ve uygulama başlıklarındaki ikileme göz atmak gerekmektedir. Söz konusu ikilemin, turizm eğitiminin ilgi alanındaki karşılığı, eğitimin niteliği ile ilgilidir. Bu konuda, araştırmacılar (Cooper ve Shepherd, 1997) eğitimin amaçları ve uygulanma biçimleri ile ilgili bir ayrım gitmektedir. Bu ayrımda, “training” (eğitim, kurs, idman, alıştırma, egzersiz, terbiye, talim, staj) olarak eğitim ile “education” olan (eğitim, öğretim, öğrenim, maarif, pedagoji, tahsil, ilim, irfan) eğitim iki farklı kategori olarak ele alınmaktadır.

Araştırmanın başlangıç aşamasında, turizm eğitime ilişkin bir ikilem olacağı varsayılmış ve bu durumu ifade etmek için, teorik eğitim ve uygulama karşılığında yararlanmaya çalışılmıştır. Mevcut yazında aynı eğilim gözlenmektedir. Üstelik, turizm eğitiminin stajları da dahil olmak üzere “uygulamalı” eğitim vurgusu yüksektir. Çalışma süreci ilerledikçe, uygulama kavramının belirsiz olduğu ve yabancı yazında “training” sözcüğünü tam anlamıyla karşılamaının güç olduğu saptanmıştır. Uygulama kavramı “practice” kavramına daha yakın olmakta ve eğitsel niteliği ikinci planda yer almaktadır. Benzer bir durum, kimi zaman “training” kavramını karşılamak için kullanılan geliştirme kavramında da görülmektedir. Oysa İngilizcede bu kavramın içeriğindeki olaylar, “development” sözcüğüyle temsil edilmektedir. Bu çalışmada, training sözcüğünün karşılığı olarak önerilen Arapça kökenli talim sözcüğü ise, turizm alanında “uygulama” ile kast edilen eğitimi büyük oranda karşılayabileceği ve bu kullanımın çalışmalar için daha uygun olduğu düşünülmektedir. Ancak, elbette alan uzmanlarının fikir birliği içinde olacağı başka bir sözcüğün seçiminin daha doğru olacağı fikri benimsenmektedir. Tüm bu tartışmalar, turizm eğitimi alanındaki kavramsal kargaşayı ortadan kaldırmak için gereken kavramsal çalışmaların eksikliğine işaret etmektedir. Kısacası, bu bağlamda yapılacak çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Çalışmanın bir diğer amacı ise, turizm eğitiminde kurumsal baskı yaratabilecek paydaşların, üniversite lisans programlarının gözünden değerlendirmesidir. Araştırma açısından, lisans eğitiminin yapısında kurumsal paydaşların birçok beklentiye sahip olduğunun sanıldığı fakat turizm sektörüne ilişkin bilgi üretmede sınırlılıklar olduğu görülmektedir. Birincisi, eğitimin pratik becerilerin geliştirilmesine odaklanırken, ikincisi, genel ve aktarılabılır becerilere odaklanmaktadır. Bu çalışmada, Türkçede benzer bir ayrımı yapmak için training yerine “talim (öğretim, alıştırma,-Büyük Türkçe Sözlük-),” education yerine ise “eğitim” sözcüklerinin kullanılması önerilmektedir. Bu kısa kavramsal ayrımdan devam edilecek olursa,

eğitim ve talim arasındaki farklar aynı zamanda biçimsel (formel) ve biçimsel olmayan (informel) eğitimler arasında da belirginleşmektedir. Eğitim ile talim arasındaki bu ikilem yükseköğrenim düzeyinde, özellikle de planlama aşamasında bir karmaşaya yol açmaktadır. Bu karmaşanın nedeni, yükseköğrenimdeki farklı seviyelerde eğitim veren bölümler arasındaki amaç farklılığı olarak gösterilebilir. Amaç farklılığına, bir dizi ilişkili sorun eşlik etmektedir.

Tribe'in (2015; 18-20), turizm eğitiminde müfredat hazırlamaya yönelik incelemesinde benzer biçimde saptadığı gibi beş temel konu ağırlık kazanmaktadır. Bunlar; amatörizm, amaç karmaşası, sürdürülebilirlik paradigmasının baskınlığı, küresel ekonomik krizlerin etkileri ve turizm bilgisine yönelik dağınıklığıdır. Bu sorunlar, bölümlerin kurulması, müfredatların hazırlanması ve derslerin sürdürülmesinde de benzerlik göstermektedir.

Amatörizm olarak adlandırılan birinci sorun, turizm eğitimcilerinin eğitim konusundaki yetersizlikleriyle ilgilidir. Bu soruna örnek olarak (Tribe, 2015), nükleer santralde çalışan her kişinin atom fiziği konusunda uzman olmaması gibi, turizm alanında eğitimci olarak çalışan her kişinin de otomatik olarak eğitim konusunda uzman olmadığını belirtmektedir. Bu nedenle de, programlar oluşturulurken, misyon, vizyon ve hedefler belirlenirken çoğu zaman eğitim felsefesine ilişkin tartışmalar atlanabilmektedir. Oysa, hedef ve amaçların belirlenmesinde temel olan misyon ve vizyon belirli bir ontolojik ve epistemolojik konum almayı gerektirmektedir (Edelheim, 2015).

İkinci konu ise amaç karmaşasıdır. Tribe (2015) dünyanın çeşitli yerlerindeki üst düzey üniversitelerin misyon ifadelerinden örnekler sunarak, turizm eğitime yönelik “insanlığa hizmet etme”, “yerel, ulusal ve uluslararası topluluklara yarar sağlama”, “yenilik, yetenek ve teknoloji geliştirme” gibi misyon ifadelerinin turizm eğitiminin ve turizm sektörünün gerçekleriyle ilişkisiz olduğunu belirtmektedir. Bu türden idealist ifadeler, üniversitelerin verdiği eğitim içeriğiyle ve eğitim sürecinde baskın olan yönetimsel (managerialist) ve neoliberal bakış açısıyla zıtlık göstermektedir. Tüketici memnuniyetini ve piyasayı temel alarak yukarıda sayılan “aydınlanmacı” değerlere ulaşmak mümkün görünmemektedir.

Üçüncü konu, sürdürülebilirlik konusunda oluşmuş konsensüstür. Sürdürülebilirlik her ne kadar her eğitimcinin benimseyebileceği bir kavramsa da, kendisiyle rekabet edebilecek birçok kavramı soğurmaktadır. Böylece, yüzeysel ve kapsamı belli olmayan bir sürdürülebilirlik söylemi, ekonomist bir söyleme dönüşmekte, değişimi ve yaratıcılığı engellemektedir.

Dördüncü konu, ekonomik krizler gerçekleştiğinde, 2008 örneğinde olduğu gibi, toplumlarda yaygınlaşan etnosentrik yaklaşımın ve dar görüşlülüğün eğitim alanına da yansımalarıdır. Sözelimi, kriz dışı dönemlerde uygulanacak pozitif ayrımcılık ve farklılık programlarına yönelik bütçelerin, bursların ve sosyal desteklerin kesilmesi gibi uygulamalar turizm eğitimini de olumsuz etkilemektedir.

Beşinci konu ise, bilgi dağınıklığıdır. Turizm alanının kendine özgü bir bilimsel disiplin olarak mı, yoksa disiplinlerarası bir uzmanlık alanı olarak mı ele alınması gerektiği konusunda farklı görüşler bulunmaktadır (Echtner ve Jamal, 1997; 869). Bu nedenle, ekonomi, sosyoloji, yönetim ve örgüt, pazarlama ve tüketici araştırmaları, coğrafya, psikoloji ve antropoloji gibi farklı disiplinlerden gelen araştırmacıların turizm eğitimi konusundaki görüşleri farklılaşmaktadır. Bu durum, turizm eğitiminde hangi konulara nasıl yer verileceği konusunda birbiriyle çelişen yaklaşımlara zemin sunmaktadır. Bu karmaşa, Türkiye özelinde, sıkça dile getirilen bir ikilemi doğurmaktadır. Lisans düzeyindeki turizm eğitimi; yönetim ve örgüt çalışmalarında olduğu gibi (Özen ve Kalemci, 2009) yönetimsel ve bilimsel, diğer bir ifadeyle uygulamacı ve teorik olarak bölünmüş durumdadır. Bu bilgiler ışığında, turizmde lisans düzeyinde eğitim veren kurumların kendilerini nasıl konumlandıklarını saptamak için yapılacak araştırmalara gerek duyulmaktadır.

2.2. Turizm Eğitim Kurumları

Eğitim, 19. Yüzyıla kadar, geniş çapta erişilebilir bir hizmet olmamıştır. 1810 yılında Prusya'da başlayan ve evrensel eğitimin bir anlamda ilk örneklerini sunan denemeler, bu yüzyılda sürmüştür. Kamusal eğitimin Prusya'dan Avrupa'nın diğer kesimlerine, oradan Amerika'ya ve dünyanın diğer bölgelerine doğru yayılması, üç temel nedene dayandırılmaktadır (Starbuck, 2003; 151). Birincisi, aydınlanma düşüncesinin

† Yönetim ve örgüt çalışmalarında, sosyal bilimci olarak inceleme yapan yaklaşım ile örgütlerin sorunlarıyla ilgilenen yönetime daha araçsal bakan yaklaşımı ayırt eden kavramsallaştırma.

insanın rasyonelliğine ve mükemmelliğine duyduğu inanç olmuştur. İkincisi, 19. Yüzyılın ortalarına gelinirken, çocuk çalışmasına getirilen kısıtlamalardır. Sonuncu ve yükseköğretimde turizm eğitimi ile ilişkili neden ise, hızlı biçimde genişleyen endüstrileşmenin okuryazar olan beyaz yakalılara duyduğu gereksinimdir.

Eğitimin kurumsallaşması, dünya çapında da turizm eğitimi için de benzer bir örüntü izleyerek, talimden eğitime doğru yol almıştır. Bir anlamda, akademik eğitim, talimi izlemiş ve günümüzdeki biçimsel anlamdaki turizm eğitimi de mesleki eğitimden türetilmiştir (Inui vd.,2009). Türkiye’de turizm eğitimi veren biçimsel eğitim kurumlarının gelişimine bakıldığında, eğitim üzerinde durulmakta, turizm işletmeleri ise, genellikle kısa süreli kurslar, dışarıdan temin edilen eğitimciler yoluyla talime başvurmaktadır (Yeşiltaş vd., 2010). Türkiye’de lisans eğitimi Türkiye’de turizm eğitimi veren kuruluşlar, 1953 yılında, meslek kursları yoluyla başlamış ve 1969 yılından beri üniversite bünyesinde etkinlik göstermeye başlamıştır (Erdoğan ve Yılmaz, 2012). 2016-2017 eğitim döneminde, turizm işletmeciliği ve konaklama işletmeciliği programlarına öğrenci alan lisans düzeyindeki yüksekokul/fakülte sayısı 62’dir(ÖSYS).

Türkiye’de turizm çalışan ihtiyacı, ara eleman ya da orta kademe ihtiyacı mesleki ve teknik liseler ile önlisans programlarıyla, üst düzey yönetici ve eğitimci ihtiyacı ise, lisans programlarıyla sağlanacağı yönünde bir konsensüs oluşmuş gibidir (Akoğlan-Kozak, 2009; 8).

Mesleki ve teknik liseler ile önlisans düzeyinde, ağırlıklı olarak iş yaşamına hazırlanmakta olan kişilere yönelik verilecek eğitimin niteliği az çok netleşmektedir. Bu kişiler, talim niteliği yüksek olan bir programı seçmektedir. Önlisans programlarının yapı ve işleyişi de ara eleman yetiştirmeye göre yönelik tasarlandığından, “bilimsel-akademik” beklentiler düşük seviyededir.

Öte yandan, **lisansüstü** programlara gelindiğinde, eğitim alan kişiler gerek yaşları ve kariyer aşamalarında geldikleri noktalar itibariyle, daha “bilimsel- akademik” beklentilere sahip olmaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen **lisans** düzeyi ise, birçok ülkede olduğu gibi, hem eğitim müfredatları, hem programların genel yapısı, işleyiş ve hedefleri açısından sorgulanmaktadır (Airey ve Tribe, 2005). Mesleki ve teknik liseler arasındaki eğitimin niteliğine ilişkin farklar dahi netlik kazanmamışken, lisans düzeyinde verilecek eğitimin bu kurumlardan nasıl ayrışacağı daha büyük bir soru işareti oluşturmaktadır.

Turizm eğitimi, çok boyutlu olan turizm olgusunun bir alt unsuru olarak, turizm sektörünün tümünü, doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir (Ayıkoru, 2009: 191). Bu nedenle, turizm eğitiminin araştırılması, turizmle ilgili hemen bütün çalışma alanları için önem kazanmaktadır. Bu araştırmanın etkili ve kapsamlı biçimde yapılabilmesi için ise, turizm işletmeciliği eğitiminin paydaşlarının, bu paydaşların beklentilerinin ve eğitim kurumlarının stratejilerinin bilinmesi gerekmektedir.

Buna karşın, yönetici ve eğitimci yetiştirme amacıyla faaliyet gösteren lisans programlarının bu amacı yerine getirmek için hangi amaç, değer, misyon ve vizyonları belirledikleri, genel turizm eğitimi stratejilerinin belirlenmesi için önem taşımaktadır. Ayrıca, turizm yüksekokul/fakültelerinin amaçlar, değerler, vizyon ve misyonları açısından bir homojenlik gösterip göstermediğinin de belirlenmesi önemli görünmektedir. Bu yönüyle, lisans programları arasındaki farklılaşma ve benzeşmeler de okullara yönelik genel değerlendirmeler yapabilmek için gerekli görünmektedir.

Öte yandan turizm eğitiminin bu denli eleştirilmesine rağmen, turizm eğitimi üzerine yapılan çalışmalarda üniversite dışındaki değişkenlere daha az vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu konuda gerçekleşen bir arama konferansının sonuçları (Akoğlan Kozak, 2009; 8) akademik turizm eğitiminin sorunların öncelikle sektörle ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu sorunlarda, kötü çalışma koşulları ve yatırımcı yönetici ilişkisindeki sorunlar çekmektedir. (Yeşiltaş vd., 2010). Üstelik turizm alanında işe alımlarda, çeşitli nedenlerle turizm eğitimi dışındaki mezunların tercih edildiği görülmektedir (Dale ve Robinson, 2001; 30). Bu bilgiler, turizm eğitim kurumlarının incelenmesinde, daha büyük bir çerçeveye, turizm paydaşlarının turizmden beklentileri ile turizm eğitim kurumlarının bu beklentileri karşılamak için göstereceği çabanın sınırlarına işaret etmektedir.

2.3.Turizm Sektörü ve Turizm Eğitimi

Turizm sektörü, turizm işletmelerinin varlıklarını sürdürmesinde ve rekabet edebilmesinde büyük oranda insan kaynağına bağımlıdır (Amoah ve Baum, 1997; 5). Bunun nedeni, turistik ürün ve hizmetlerin yanı sıra turizm deneyimini etkileyen ana unsur, turistlerle çalışanlar arasındaki etkileşimin niteliğidir. İnsan

faktörünün bu kadar önemli olduğu turizm sektöründe eğitim politikaları, genel turizm politikası için basat bir role sahiptir. Buna karşın, turizm eğitimi alanlarla, almayanlar arasındaki fark, birincilerin lehine bir avantaj sağlamamaktadır. Tam aksine, “alaylı” olarak tabir edilen deneyim sahibi çalışanlar, biçimsel eğitim alanlara göre karşılaştırmalı olarak rekabet avantajına sahiptir (Aykaç, 2010; 23). Bunun nedeni, alaylıların işgücündeki sınırlı talepleri, düşük maaşa çalışmaları ve esnek çalışmaya katlanabilmeleridir. Özetle, sektördeki işverenler, eğitimliler ile talim bakımından yetkin olanlar arasında, bir ayrımı geliştirmekte, böylece, çalışma koşullarının belirli bir standartın altında kalması sağlanmaktadır. Özetle, turizm eğitiminden bağımsız olarak, turizm sektörünün yapısal sorunları olan sezonluk çalışma, uzun çalışma saatleri, sendikasızsız çalışma, iş güvencesizliği, uzun çalışma saatleri, karşılaştırmalı olarak düşük gelir, sınırlı kariyer olanakları, taşeron ve dışarıdan temin yoluyla personel alma ve yüksek işgücü devri oranı olarak sıralanmaktadır. Bu koşullar, ülkeden ülkeye çeşitlilik göstermektedir (ILO, 2010; 14).

Turizm eğitimi alanının meşruiyeti ile kaygıların istihdama yansması ise turizm mezunlarının işe alınmaması biçiminde görülmektedir. Çeşitli nedenlerle, turizmle ilgili işlerde başka alanlardan gelen kişiler istihdam edilmektedir. 2011 yılı itibarıyla Türkiye’de istihdam edilenlerin %71,0 ı yüksekokul/ fakülte mezunudur (TÜİK, 2012). Konaklama ve yiyecek hizmetlerinde istihdam edilenlerin ise yalnızca %10,1 ı yüksekokul ve fakülte mezunudur. Görüldüğü gibi, istihdam konusunda turizm lisans mezunu olmak ayrıcalık sağlamamaktadır. Bu nedenlerden biri, turizm eğitiminin içeriğine ilişkin bilgi eksikliği ve adaylar arasındaki bitirilen bölümlere yönelik referans farklılıklarıdır (Dale ve Robinson, 2001; 30). Özetle, akademi ve sektör açısından turizm eğitiminin gerekliliğine ve alanın meşruiyetine ilişkin çok çeşitli kaygılar ortaya çıkmaktadır. Görüldüğü gibi, turizm eğitiminin indirgenemez bir yönü olan sektöre yönelme, bizzat sektörden dolayı akamete uğramakta, fakat sektörel sorunlara değinilirken, problem kaynağı olarak turizm okulları adres gösterilmektedir.

3.Yöntem

Bu çalışmada, araştırma sorularına en uygun yanıtları aramak için, uygun olan yöntem sorgulanmış ve nitel yöntemde karar kılınmıştır. Veri toplama aracı olarak doküman analizinden yararlanılan çalışmada, kısaca “ mevcut olmayan iletişim boyutlarını analiz etmek ve buradan mevcut olmayan sosyal gerçeğin belirli boyutlarına yönelik çıkarım yapmak amacıyla, metinlerin içeriklerini analiz eden” (Gökçe, 2006; 20) içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. Araştırmanın analiz birimleri, turizm fakülteleri ve turizm işletmeciliği bölümleri, analiz tekniği ise doküman/ içerik analizi olmuştur. Bulguların analizi, iki araştırmacı tarafından üniversitelerin web sitelerinin araştırma sorularına yönelik olarak taranması, verilerin sözel veriler halinde kodlanması ve bu verilerin belirli kategorilere dönüştürülmesinin ardından, ortak temaların belirlenmesi biçiminde yürütülmüştür. Bu analiz, yazında, tematik analiz olarak adlandırılmaktadır (Glesne, 2013; 59).

Araştırmada, Türkiye’deki lisans düzeyinde eğitim veren programların örneklenmesinde, üniversitelerin ve fakültelerin nicelik (kuruluş yılları, öğretim elemanı sayıları, bölüm sayıları, öğrenci sayıları vb.) ve nitelik (öğretim elemanlarının geldiği alanlar, fakültelerin üniversite içindeki konumu, uygulama alanları, bilinirlik, vb.) açısından çeşitliliği yansıtabilmek için maksimum çeşitlilik örneklemesine başvurulmuştur. Bu örnekleme yönteminde amaç, çeşitlilik gösteren durumlar arasında ne tür ortaklıkların ve benzerliklerin var olduğunu bulmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011; 108). Araştırmada, çeşitlilik unsuru olarak, kuruluş yılları, bölgeler belirlenmiştir.

Araştırmada, öncelikli olarak turizm fakültelerinin genel tanımları, ardından da bölüm profilleri incelenmiştir. Araştırmada analiz edilen veriler, web sitelerinde, değerler, vizyon, misyon, amaçlar, tarihçe, dekanın mesajı başlıklarındadır. Araştırmada, fakülte ve yüksekokullarda 4 yıllık turizm işletmeciliği eğitimi veren bölümlerin web siteleri incelenerek araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- Vizyon, misyon, değerler, amaçları nelerdir?
- Eğitimde odaklanılan alanlar nelerdir?
- Hangi ihtiyaçlara yanıt vermek istemektedir?
- Turizm işletmeciliğiyle ilgili programlar benzeşmekte midir, farklılaşmakta mıdır?

Araştırma sorularına yanıt vermek üzere yukarıda kapsamı açıklanan bulgular, temalara dönüştürülmüştür. Bu araştırma, kapsamlı bir projenin önsel bilgilerinin bir bölümünü sunmaktadır. Bu nedenle, özellikle, Türkiye’de turizm eğitimi stratejisini açıklamak için gerekli olan dış çevre analizi, stratejilerin uygulanmasında ana öğeler olan, program, bütçe, prosedür ve etkililik ölçütlerine (Wheelen ve Hunger, 2012) yer verilmemektedir.

4.Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde araştırmanın bulguları sunulmaktadır. Tablo 1’de araştırma kapsamında ele alınan fakülteler ve bölümler, Tablo 2’de ise, veri analizinden elde edilen bulgular gösterilmektedir.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Fakülte ve Bölümler

Üniversiteler	Fakülte/ Yüksekökol Kuruluş yılı*	Bölüm
1. G1	1965	Turizm İşletmeciliği
2. B1	1975	Turizm İşletmeciliği
3. B2	1976	Turizm İşletmeciliği
4. A1	1986	Turizm İşletmeciliği
5. E1	1987	Konaklama İşletmeciliği
6. D1	1994	Turizm İşletmeciliği
7. A2	1993	Turizm İşletmeciliği
8. S1	2010	Turizm İşletmeciliği
9. G2	2010	Turizm İşletmeciliği
10. O1	2011	Turizm İşletmeciliği

* Yüksekökolundan fakülteye dönüşme, İşletme Fakültesi içinde bölümün kuruluş yılı.

** Eğitim öğretimi süren okullara yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında ele alınan fakülte ve bölüm sayısı 10’dur. Turizm alanında lisans eğitimi veren ilk lisans programı 1965 yılında kurulmuş ve 1990’lı yıllara kadar Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren programların sayısı bu tarihten itibaren yıllar boyunca sürekli bir artış göstermiştir. Araştırma kapsamı dışında kalan okullar da dahil edildiğinde, Türkiye’de lisans düzeyindeki okulları incelemek için üç dönemden ya da kuşaktan yararlanılabileceği düşünülmektedir. Buna göre; a) Birinci kuşak okullar: 1970-1990, b) İkinci kuşak okullar: 1990-2010, ve c) Üçüncü kuşak okullar: 2010 sonrası olarak değerlendirilmektedir. Okullarda, ilk olarak turizm işletmeciliği bölümlerinin kurulduğu ve diğer bölümlerin turizm işletmeciliği bölümlerini takip ettiği görülmektedir.

Tablo 2. Web Sitelerinin İçerik Analizi

Kodlar	Kategoriler	Temalar
<ul style="list-style-type: none"> Müşteri odaklılık Etkinlik ve verimlilik Girişimci yetiştirme Sektörle işbirliği Mesleki stajlar Sektörün problemlerini çözüme Birden fazla yabancı dil Teorik bilginin uyumlaştırılması Turizm bilgi teknolojileri Uluslararası deneyim Sektöre yönelik bilgi üretmek Kaliteli iş/hizmet Bölgesel turizm 	<p>İnsan kaynağının geliştirilmesi Sektör bilgisi üretmek</p>	Sektör odaklılık
<ul style="list-style-type: none"> Bilimsel işbirliği Ulusal ve uluslararası bilimsel organizasyonlar Bilimsel bilgi üretme Öğretim elemanı yetiştirme Yaşamboyu öğrenme Disiplinlerarası bilgi üretimi 	<p>Bilimsel amaçlar Kurumsal amaçlar</p>	Bilimsel meşruiyet
<ul style="list-style-type: none"> Sosyal sorumluluk Toplumsal duyarlılık 	Farkındalık yaratma	Toplumsal meşruiyet

Çalışmada elde edilen bulgular Tablo 2’de görüldüğü gibi özetlenmektedir. Analizlerden elde edilen bulgular, turizm işletmeciliği eğitiminin hedef aldığı düşünülen paydaşlara atfedilmektedir. Kodlar, alanyazında ve web sitelerinden elde edilmiş olan verilerden yararlanarak temalara indirgenmiştir.

Dünyada, üniversitelerin misyon ifadeleri de daha fazla öğrenci çekebilmek için; tanınmış profesörlerin ve yapılan yayınların tanıtımlarına, en gelişkin teknoloji/ altyapı unsurlarına sahip olduklarına, üniversitenin çevre tarafından bilinirlik seviyesine, endüstriyle olan bağlarına, istihdam olanaklarına değinmektedir (Ayikoru vd., 2009; 198). Bu durumun Türkiye’deki lisans programları için de geçerli olduğu görülmektedir. Yalnızca mesleki eğitime odaklanmak, öğrencilerin gelişmekte olan turizm toplumunun paydaşlarına yanıt verme kabiliyetlerini azaltmaktadır (İnuı vd., 2009). Buna karşılık, çalışanların çoğunluğu ya hiç biçimsel eğitim almamış ya da kısa süre eğitim almış kişilerden oluşmakta, biçimsel turizm eğitiminden geçmiş kişiler ise (örn: öğrenciler), turizm sektöründe uzun dönemli çalışma eğiliminde görünmemektedir. Bu yanlarıyla turizm sektörü çalışanları da genellikle, göçmenler, dezavantajlı gruplardan gelen kimselerden oluşmaktadır (ILO, 2010; 14).

Araştırmada üç temaya ulaşılmıştır. Bu temalar yazında, daha önce tanımlanan dört temel paydaş olan işletmeler; öğrenciler, diğer eğitim kurumları ve devlet kurumlarına yönelmektedir (Zagonary, 2009). Araştırmadan elde edilen birinci tema, sektör odaklılıktır. İkinci tema, bilimsel meşruiyet ve üçüncü tema ise toplumsal meşruiyettir.

Birinci tema fonksiyonel amaçlarla ilişkilidir. Buna göre, turizm eğitimi veren lisans programları sektörün ihtiyaçlarını karşılamak için nitelikli insan kaynağı yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç yönetimsel bakış açısına uygun biçimde, etkinlik ve verimlilikle karakterize edilmektedir. Müşteriyi merkeze alan bu yaklaşımda hizmet kalitesi yaratma amacıyla bir dizi becerinin geliştirilmesine odaklanılmaktadır. Bu nedenle öğrencilerin birden fazla yabancı dili bilmeleri, turizmde kullanılan bilgi teknolojilerine hakim olmaları ve mesleki stajlarının yanı sıra uluslararası bir çalışma deneyimi kazanmaları amaçlanmaktadır. Bu temanın kapsadığı ikinci önemli konu ise, sektörel problemlere çözüm getirmek amacıyla ile sektörün ihtiyaç duyduğu uygulamaya dönük bilgiyi üretmeyi ve öğrencilere kazandırmayı amaçlamaktır. Burada,

girişimci yetiştirme, sektörün problemlerini çözme ve sektöre yönelik bilgi üretmek öne çıkmaktadır. Bir diğer konu ise bölgesel turizmdir. Bu konu görece daha yakın tarihlerde kurulan üniversitelerde daha belirgindir. Mesleki eğitim veren okulların programları, sektörün taleplerine yeterince yanıt verememektedir. Bu nedenle, lise ve önlisans düzeyinde çözülemeyen bir sorun büyüyerek lisans düzeyinde de süreklilik göstermektedir. Bu durum, yazın taramasında da (Tribe, 2015) görülen amaç karmaşasına tutarlılık göstermektedir. Bu araştırmada, sektör odaklılık denildiğinde, turizm işletmelerine işaret edilmektedir. Özel sektör ve yüksek öğretim arasında bilgi akışının yetersiz düzeyde olduğu vurgulanmaktadır.

İkinci tema ise, bilimsel meşruiyettir. İncelenen üniversitelerde ağırlıklı olarak sektör odaklılık öne çıkmışken, daha eski tarihlerde kurulan üniversitelerde akademiye ilişkin amaçlara ulaşılmıştır. Bu tema, lisans programlarının diğer mesleki eğitim veren programlardan ayrıştığı noktadır. Akademik yalnızca sektöre yönelik ifade edilmesi, bilimsel meşruiyet zeminini ortadan kaldıracaktır. Bu nedenle, öğretim elemanı yetiştirme, bilimsel organizasyonlarda bulunma gibi kurumsal hedeflerin yanı sıra düşük hacimde de olsa, disiplinlerarası bilgi üretimi ve yaşamboyu öğrenmeye değinildiği görülmektedir. Akademik meşruiyeti sağlamanın yollarından biri de uluslararası ve ulusal işbirliklerinde bulunmaktır. Birinci ve ikinci kuşak üniversitelerde bu konu daha belirgindir.

Üçüncü tema ise, toplumsal meşruiyettir. Okulların başarısı ve mezun olan öğrencilerin istihdam oranının yanı sıra, topluma dönük yaptıkları gönüllü çalışmalarınıdır. Bu çalışmalar, toplum nezninde saygınlık kazanmak, kamuoyunda daha fazla yer almak ve bulunulan kentle bütünleşmek amacıyla yapılmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada, Türkiye’de lisans eğitimi veren kurumlar kuruluş yıllarına göre kuşaklara ayrılmış ve her kuşaktan temsil yeteneği olduğu düşünülen okullar incelenerek, kurumsal web sitelerindeki ifadeleri değerlendirilmiştir. Araştırmada, kuşaklar arasında bir örüntü olup olmadığı sorgulanmış ve bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamındaki üniversitelerin üç başlıkta kurumsal meşruiyet sağladıkları görülmüştür. Bu konular, sektör odaklılık, akademi ve toplumdur. Buradan yola çıkarak, lisans programlarının üç temel paydaşa seslendiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunlardan birincisi, turizm sektöründe ana paydaş olan konaklama işletmeleridir. İkinci paydaş, akademik alan, bir diğer deyişle diğer üniversiteler ve üniversite çevreleridir. Üçüncü paydaş ise, sivil toplum örgütleri, medya ve yerel yönetimler başta olmak üzere kamudur.

Üniversitelerin kuşaklar arası farklılıkları kurumsal ifadelerinde çok belirgin olarak farklılaşmamaktadır. Buradan hareketle, lisans programlarının yapılanmasında ilk kuşak programların eğilimleri öncelik kazanmaktadır. Özellikle sektöre yönelik söylemde neredeyse tam bir uzlaşma bulunmaktadır. Üçüncü kuşak üniversiteler, yerele daha fazla vurgu yapsa da, genel eğilimi takip etmektedir.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise, turizm fakülte ve bölümlerinin vizyon, misyon, değer ve amaç ifadelerinin turizm alanına özgü olmadığı gibi, mevcut misyonla vizyona nasıl ulaşılacağı konusunda belirgin bir ipucu sunmamaktadır. Buna ek olarak, fakültelerin amaçları konusunda da bir belirsizlik göze çarpmaktadır.

İfadelerden, turizm işletmeciliği eğitiminin belirli alanlarda uzmanlaşmamış olduğu ortaya çıkmaktadır. Akademik yönünden ziyade, ağırlıklı olarak turizmin sektörel yönü vurgulanmaktadır. Bölümlerin amaç, vizyon ve misyon ifadelerinde daha çok turizm ve otel işletmelerinin beklentileri göz önünde tutularak, analiz düzeyinin genelde örgütler düzeyinde kaldığı ve bu nedenle de, daha evrensel ve makro konulara değinilmediği görülmektedir. Sektöre değinirken, kamusal amaçlarına ve kamu kuruluşlarıyla ilişkilere yönelik bilgiler bulunmamaktadır.

Araştırma kapsamındaki üniversitelerin “nitelikli” çalışan ve yönetici yetiştirme misyonuna sahip olmakla birlikte, söz konusu “niteliğin” ne olduğu konusunda bir belirsizlik bulunmaktadır. Sektörün yapısal sorunları nedeniyle, belirtilen amaçlara ulaşılmasının güç olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu sonuçlar ışığında, turizm eğitiminin amaçları, paydaşların beklentilerine yönelik yapılandırılmakta fakat sektörün çalışma koşullarından dolayı, amaçlarına ulaşması olası görünmemektedir. Özetle, lisans programlarının

amaçları, kendinden beklenen, “yönetici yetiştirecek donanım” doğrultusunda yapılmakta, ancak sektörün çalışma koşullarını göz ardı etmekten dolayı gerçekleşmemektedir.

Kaynakça

- Afifi, G.M.H. (2011), “E-learning as an alternative strategy for tourism higher education in Egypt”, *Quality Assurance in Education*, 19 (4), 357-374.
- Airey D. ve Tribe J. (2005). “*An International Handbook of Tourism Education*”, Amsterdam: ELSEVIER Ltd.
- Akoğlan Kozak, M. (2009). “*Akademik Turizm Eğitimi Üzerine Bir Durum Analizi*”, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, 22, 1-20.
- Amoah V. A. ve Baum T. (1997). “*Tourism education: policy versus practice*”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9 (1), 5 – 12.
- Ayikoru M., Tribe J. ve Airey D. (2008). “*Reading Tourism Education: Neoliberalism Unveiled*”, *Annals of Tourism Research*, 36, (2) , 191–221.
- Aykaç A. (2010). “*Tourism Employment: Towards an Integrated Policy Approach*”, *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 21 (1), 11-29.
- Blanton D. (1981). “*Tourism training in developing countries*” The social and cultural dimension, *Annals of tourism Research*, 8(1), 116-133.
- Cooper C.ve Shepherd R. (1997) “*The Relationship Between Tourism Education and The Tourism Industry: Implications for Tourism Education*”, *Tourism Recreation Research*, 22 (1), 34-47.
- Crispin Dale Neil Robinson, (2001), “*The theming of tourism education: a three domain approach*”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13 (1) ,30 – 35.
- Edelheim J. R. (2015) “*Ontological, epistemological, and axiological issues?*”. İçinde, Dredge D., Airey D., Gross M. J. (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Education*, Routledge: New York, s. 30-43.
- Erdoğan, S. B. ve Yılmaz, G. (2012). “*Günümüzdeki Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçindeki Yeri*”, *Turizm Eğitimi Konferansı- Tebliğler içinde (s.17-31) , T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.*
- Glesne, C. (2013). “*Nitel Araştırmaya Giriş*”(2. b.). (A. Ersoy, & P. Yalçinoğlu, Çev.) Ankara: Anı Yayıncılık.
- TÜİK (2012) “*Hanehalkı İşgücü İstatistikleri*”.
- International Labour Office (ILO) (2010). “*Developments and challenges in the hospitality and tourism Sector*”, *Sectoral Activities Programme*, Geneva.
- Gökçe O. (2006). “*İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler*”, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Inui Y., Wheeler D. ve Lankford S. (2006) “*Rethinking Tourism Education: What Should Schools Teach?*”, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 5 (2), 25-36.
- Özen Ş. ve Kalemci A. (2009). “*Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi'nin Doğuşu, Kurumsallaşması ve Alana Etkileri*”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi*, 4(1), 79-112.
- Starbuck, W. H. (2003). “*The Oxford Handbook of Organization Theory: MetaTheoretical Perspectives*”. İçinde, Tsoukas H. ve Knudsen C. (Eds.), *The origins of organization theory*. Oxford University Press Oxford: s.143-182.
- Tribe J.(2015) “*The curriculum: a philosophic practice?*”. İçinde, Dredge D., Airey D., Gross M. J. (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Education*, Routledge: New York, s. 17-30.
- Wheelen T. L. ve Hunger J. D. (2012). “*Strategic management and business policy: Toward global sustainability*”, 13th edition. Pearson Prentice Hall: Upper Saddle River, N.J
- Yeşiltaş M., Öztürk, Y. ve Hemmington N. (2010). “*Tourism Education in Turkey and Implications for Human Resources*”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 21 (1), 55-73.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). “*Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*” (6.b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zagonari F. (2009) “*Balancing tourism education and training*”, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (1), 2-9.