

Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dışa Dönüklükleri ve Hizmet Yönelimlerine Göre Kümelendirilmesi*

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, e-posta: celilcakici@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9192-1969>

Öğr. Gör. Murat ÖZDAMAR

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Mersin, e-posta: muratozdamar@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2673-4358>

Öz

Turizm sektöründe çalışanların dışadönük ve hizmet yönelimli olmaları beklenmektedir. Araştırmada; üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklükleri ve hizmet yönelimlerine göre kümelendirilmesi amaçlanmıştır. Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veriler literatüre dayalı geliştirilen bir anketle toplanmıştır. Evreni Türkiye’de üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler olmakla birlikte, bir kamu üniversitesinin önlisans ve lisans turizm işletmeciliği öğrencileri çalışma evreni olarak tanımlanmıştır. Önlisans ve lisans öğrenci sayısına göre kotalar belirlenmiş, anket 1-10 Mart 2016 tarihlerinde yüz yüze ve bırak topla tekniği ile uygulanmış ve 349 adet anket elde edilmiştir. Verilerin analizinde; tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör, k-ortalamar kümeleme, ki-kare ve ayırma analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin hemen yarısının dışa dönüklüğünün yüksek %49,6, diğer yarısının düşüktür %50,4. %81,7’sinin hizmet yönelimi yüksek olup; %18,3’ünün düşüktür. Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %86,7’sinin hizmet yönelimi de yüksektir. Hizmet yönelimliliği yüksek olanların %52,6’nının dışa dönüklüğü yüksek olup düşük olanların %64,1’inin de dışa dönüklüğü düşüktür. Dışadönüklük ve hizmet yönelimleri düşük-yüksek olanlar ile cinsiyet, okul ve program türü arasındaki istatistiksel olarak ilişkiler tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite turizm öğrencisi, Dışadönüklük, Hizmet yönelimlilik, Kümeleme.

*18. Ulusal Turizm Kongresi (18-22 Ekim) kapsamında bildiri olarak sunulmuştur.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.2, 2018
ss.42-54.

DOI: 10.26677/tutad.2018.31

Önerilen Atf:

Çakıcı, C. A. ve Özdamar, M. (2018). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dışa Dönüklükleri ve Hizmet Yönelimlerine Göre Kümelendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, ss.42-54.

Grouping of The Students Receiving Tourism Education at University by Their Level of Extaversion and Service Orientation

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin, e-mail: celilcakici@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9192-1969>

Lecturer Murat ÖZDAMAR

Mersin University, Social Sciences Vocational School, Mersin, e-mail: muratozdamar@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2673-4358>

Abstract

Those working at tourism sector are supposed to be extraverted and service oriented. This study aims to group tourism students at university by their extra version and service orientation levels. In the study designed as a descriptive research, data were collected through a survey developed based on literature. Although population consists of students who receive tourism education at university in Turkey, the students receiving associate's and undergraduate level education in tourism management at a state university are defined as the study population. Quotas were set according to the number of associate's and undergraduate students. The survey was conducted through face-to-face and drop-off/pick-up techniques on 1-10 March 2016, and 349 questionnaires were obtained. In the analysis of the data, descriptive statistics as well as factor, k-means clustering, chi-square and separation analysis were used. While almost half of the students' extraversion was high 49,6%, the level of extraversion in the other half was low 50,4%. 81,7% of the students had high service orientation, and 18,3% had low service orientation. Of the students who had high extraversion, 86,7% had also high service orientation. 52,6% of those with high service orientation had high extraversion while 64,1% of those with low service orientation had also low extraversion. Statistical relationships were found between the students with low-high extraversion and service orientation and gender, school and program type.

Keywords: University student of tourism, Extaversion, Service orientation, Clustering



Journal of Turkish Tourism Research
Vol.2, Issue.2, 2018
pp. 42-54.

Suggested Citation:

Çakıcı, C. A. and Özdamar, M. (2018). Grouping of The Students Receiving Tourism Education at University by Their Level of Extaversion and Service Orientation, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.2, pp.42-54.

GİRİŞ

Turizm sektörünün potansiyel işgörenleri arasında turizm eğitimi alan öğrenciler bulunmaktadır. Bu öğrencilerin bazı kişilik özelliklerinin keşfedilmesi, çalışanlar ve sektör için oldukça önemli hale gelmiştir. Alan yazın taramasında turizm alanında kişilik özellikleri üzerine yapılan çalışmaların belli bir yoğunluğa ulaştığı anlaşılmaktadır (Brymer ve Pavesic 1990; Berings, De Fruyt ve Bouwen, 2004; Harris, Vernon, Johnson, Jang, 2006; Eren, 2007; Teng, 2008; Richardson, 2008; Chen, Wu, Chen, 2010; Kuşluyan ve Eren, 2011; Aslan, Ünüvar ve Başoda, 2012; Başoda, 2012; Tokmak, Turgut ve Öktem, 2013; Köroğlu, 2014). Çalışmalarda; genellikle öğrencilerin ve çalışanların kişilikleri ile turizmde çalışma nedenleri, kariyer planları ve çalışmak istedikleri departmanlar üzerinde durulmuştur (Altman ve Brothers, 1995; Birdir, 2002; Çatı ve Bilgin, 2013; Walsh, Chang ve Tse, 2014; Chang, Ching ve Tse, 2015; Özdemir, Aktaş ve Altıntaş, 2005; Kuşluyan ve Eren, 2011).

Turizm sektöründe çalışmanın ön gereklerinden birisi, sektörde çalışmayı sevebilmektir. Turizm sektöründe çalışmayı sevebilme ise, hizmet yönelimli olabilmeyi gerektirmektedir. Çalışanların kişilik özelliklerinin bir parçası olan hizmet yönelimli olma, çalışanların konuklarına verdiği hizmetten duyduğu memnuniyet ile ilgilidir. Bu durum ise, işletmelerin hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini, müşteri sadakatini bunun sonucunda işletmelerin rekabet üstünlüğünü ve performansını belirleme açısından önemli olduğu kabul görülmektedir (Kuşluyan ve Eren, 2011:140). Bundan dolayı turizm işletmelerinin hizmet yönelimi yüksek çalışanları seçmeleri işletmelerin başarıları ve devamları açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Turizmde fiili olarak ve/veya turizm eğitimi alan öğrenciler gibi potansiyel çalışanların dışa dönüklükleri ile hizmet yönelimi üzerine yapılan çalışmaların sayısının da çok az olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada, üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dışa dönüklükleri ile hizmet yönelimlerine göre kümelendirilmesi amaçlanmıştır. Böylece, hizmet yönelim düzeyine ve dışa dönüklük düzeylerine göre ortaya çıkacak kümelerle, öğrencilerin demografik özellikleri arasındaki ilişkiler tespit edilebilecek, bu ise, üniversite yönetimlerinin öğrencileri daha yakından tanımalarına ve onların yüksek hizmet yönelimlilik konusunda öğrencileri yönlendirici çalışmalar yapabilmelerine olanak tanıyacaktır. Ayrıca, hizmet yönelimi yüksek ve düşük olan dışa dönüklük boyutunun tespit edilmesiyle de, dışa dönüklüğün hangi boyutu üzerine odaklanılacağı tespit edilebilecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dışa dönüklük, araştırmacılar ve kuramcıların ilgi gösterdiği kişilik boyutudur. Jung, içedönük ve dışadönük kavramlarını ilk kullanan kişilerdendir. Buna göre, içedönük kimsenin düşünceleri ve ilgileri kendi iç dünyasına yönelmiş, diğerleriyle az birlikte olan kimselerdir. Dışadönükler, sürekli başkaları ile beraber olmak ister ve yalnız kalmaktan hoşlanmaz. Bu boyut bireylerin pozitif, sosyal, girişken, konuşkan, aktif, kararlı, samimi, dürüst, enerjik, neşeli, eğlenmeyi, heyecanı, coşkuyu ve toplum içinde olmayı seven, çabuk ilişki kurabilen, insan odaklı, iyimser, sevgi dolu, cesur, kendine güvenen bir yapıya sahip kişilik özelliklerini ifade etmede kullanılabilir. Bunların, özellikle kişilerarası etkileşim gerektiren işlerde iletişim kurarken çevrelerindeki ile sıkıntı yaşamadıkları söylenebilir. Nihayetinde bu kişilerin işlerinde yüksek performans sergilemeleri beklenilebilecektir. Ayrıca grup içinde liderlik

sergileyebilen ve sosyal yeteneği üst seviyede olan bireylerdir (Robbins ve Timothy, 2009:138). Dışadönükler sürekli dış dünyaya açık ve dış dünyaya yönelen uyaranları çevreden alan tek başına kalmaktan haz almayan kişilerdir (Özgün, 2007:21).

Eysenck pek çok kaynaktan elde ettiği bilgilere dayandırarak, bir insanın içe veya dışa dönük olmasındaki en önemli katkıyı sağlayan şeyin kalıtım olduğunu belirtmiştir (Burger, 2006:393). Bu tür araştırmalardan çıkan en önemli sonuç, bireyin ne derece dışadönük ne derece içe dönük olduğunun büyük oranda ebeveynlerden geçen genlere bağlı olduğudur.

Hizmet verme veya hizmet yatkınlığını kişiliğin bir parçası olduğunu kabul ettiğimizde, çalışanların konuklarına hizmet verme isteği, becerisi, kabiliyeti, yeteneği ve hizmet vermekten duyduğu memnuniyet olduğu rahatlıkla belirtilebilir. Bu kavramı ilk dile getiren araştırmacılar, işgörenlerin müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılamada, hizmet sunmada istekli ve şevkli olması olarak tanımlarlar. Hogan ve diğerleri (1984) ve Cran (1994) hizmet verme yatkınlığını kişilerin uyumluluk, sosyallik, sevimlilik, kuralcılık, kendi kendini kontrol etme, güvenilirlik, duygusallık, mantıklılık, tutarlılık, işbirlikçilik, naziklik, cana yakınlık ve sosyal beceri kişilik özellikleri ile bağdaştırmaktadırlar.

Kişilerin kendi hizmet yönelim düzeyleri ile uyumlu işleri aramaları beklenebilir. Bu durum, çekicilik-seçkinlik-yıpranma (A-S-A; attraction-selection-attrition) teorisi ile de açıklanabilmektedir. Teoriye göre, kişiler, kendi tutum ve inanışlarının aynı değerinde veya paralelde olduğuna inandıkları işlere girme fırsatlarını ararlar. Bu durum, bu gibi kişilerin sektöre girmeleri için önemlidir. A-S-A modeline göre; güçlü bir iş tecrübesi olmayanlar, kendilerini kısa süre sonra sektörün dışına atabilirler. Kişiler küçük bir uyumla bile olsa, bir kuruma veya sektöre girseler bile, meslek seçimlerinde bir hata yaptıklarını belirterek, eninde sonunda kendilerinin işletmedeki son iş pozisyonlarını bile bırakabilirler. Kendileri ile daha uyumlu yeni bir iş arayabilirler (Walsh vd., 2014:372).

Teng (2008) Tayvan'da turizm öğrencilerinin kişilik özellikleri ile turizme yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında, dışa dönük öğrencilerin sektörde kariyer yapma isteklerinin diğerlerine oranla daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Dışa dönüklük kişilik özelliğinin turizm ile ilgili mesleklere karşı öğrencilerin tutum ve beklentileriyle önemli derecede ilişkili olduğu, dışa dönüklük ve yumuşak başlılığın sektör-kişi uyumu ve kişilerarası ilişkilerle ilgili tutumları etkilediği de ortaya konmuştur. Araştırmada ayrıca işverenlerin, yüksek derecede sosyal becerilere sahip oldukları için dışa dönük kişileri tercih ettikleri, dolayısıyla bu kişilik özelliğinin önemine de vurgu yapılmaktadır (Teng, 2008:83).

Avustralya'da Richardson (2008), turizm bölümündeki lisans öğrencilerine yönelik yaptığı araştırmada öğrencilerin yaklaşık %73'nün kişiliklerinin turizmdeki iş tiplerine uygun olduğunu, yaklaşık %90'ının turizmde çalışarak yetenek ve becerilerini sergileyebileceklerine inandıklarını, %88,4'nün sektörde çalışmayı cazip bulduklarını belirtmiştir.

Aslan ve arkadaşları (2012), turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve turizm sektörüne uyumunu esas alan çalışmasında, öğrencilerin duygusal dengesizlik, deneyime açıklık ve dışa dönüklük özelliklerinden aldıkları puanların orta, sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinden aldıkları puanların ise yüksek olduğu belirtilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmada veriler, literatüre dayalı geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Ankette demografik soruların yanı sıra 10 maddeli dışa dönüklük (Girgin, 2007) ve 5 maddeli hizmet yönelimi (Gwinner, Bitner, Brown ve Kumar, 2005) ölçeği yer almaktadır. Tepki kategorileri “1:Kesinlikle Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li Likert derecelemesine göre dir.

Evreni, Türkiye’de üniversite düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem çerçevesi, 2015-2016 eğitim-öğretim yılı bahar yarıyılında kayıt yenileme işlemi yapan, bir kamu Üniversitesinin Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümüne kayıtlı (hazırlık sınıfı hariç) 878 lisans ve Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu (SBMYO) Turizm ve Otel İşletmeciliği programına kayıtlı 149 ön lisans öğrencisi oluşturmaktadır.

Örnek büyüklüğü, %5 anlam düzeyinde, varyansı maksimum kılan oran ($p=0,5$) ve %3 örneklem hatası ile 347 olarak tespit edilmiştir. SBMYO’nun evrendeki payına (%15) karşılık 52 öğrenciye ulaşılması gerekirken birlikte, bu oran %30 olarak uygulanmış ve SBMYO için 104, Turizm Fakültesi için 243 öğrencilik kota belirlenmiştir. Anlaşılabilirlik ve ön test sonrası anket, kota örnekleme tekniğine göre, sınıflardaki öğrenci sayısı dikkat alınarak, araştırmacıların kendileri tarafından 1-10 Mart 2016 tarihleri yüz yüze uygulanmıştır. SBMYO’dan 107 ve Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünden 242 olmak üzere toplam 349 anket elde edilmiştir.

Veriler, bilgisayar ortamında tasnif ve analiz edilmiştir. Her iki ölçekte kayıp verilerin tesadüfen ortaya çıktığı tespit edilmiş olup; yerlerine seri ortalaması atanmıştır. Çoklu sapan durumdan herhangi bir gözlem yoktur. Ayrıca veri çoklu normal dağılım özelliği göstermektedir. Bu işlemlerin ardından verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, faktör, k-ortalamalar kümeleme, ki-kare ve ayırma analizinden yararlanılmıştır. Dışadönüklük ölçeğinin güvenilirlik katsayısı, 0,789 ve hizmet yönelimi ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ise 0,791’dir. Her iki ölçeğin de “güvenilir” (Büyüköztürk, 2007:171) olduğu kanaatine varılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin %57’si erkek olup; %59’u, 22 ve üstü yaşta dır. Önceden belirlenen kota nedeniyle yaklaşık üçte biri ön lisans öğrencisidir. %57’si birinci öğretim öğrencisidir. %25’i birinci sınıf, %38’i ikinci sınıftır.

Dışa dönüklüğün tek boyutlu bir yapı sergileyip sergilemediğini kontrol etmek için faktör analizi yapılmış olup; sonuçlar Tablo 1’de sunulmaktadır. Buna göre, KMO örneklem yeterliliği %80,6 olarak tespit edilmekte ve Bartlett testi ($X^2:849,279$; s.d.:45; $p<0.0001$) de anlamlı bulunmaktadır. Böylece veri setinin faktör analizine uygunluğu teyit edilmektedir. Kişiliğın dışadönüklük boyutunda, üç alt boyut ortaya çıkmıştır. Bu üç alt boyut toplam varyansın %60’ını açıklamaktadır. Birinci faktörü oluşturan maddeler dikkate alınarak faktör, “konuşkanlık” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör, dört maddeden oluşmakta ve toplam varyansın yaklaşık %20’sini açıklamaktadır. Faktör genel hali ile rahatlığı çağrıştırdığından,

adına “rahatlık” denmiştir. Son faktör iki maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %15,6’sını açıklamakta olup; “ilgi çekicilik” adı verilmiştir.

Öğrencilerin hizmet yönelimliliklerini belirlemeye çalıştığımız beş maddeli ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucu, Tablo 2’de görülmektedir. Bu ölçek için KMO örneklem yeterliliği %81,6 olarak tespit edilmekte ve Bartlett testi ($X^2:487,7988$; s.d.:10; $p<0.0001$) de anlamlı bulunmaktadır. Böylece veri setinin faktör analizine uygunluğu teyit edilmektedir. Beş maddeden oluşan hizmet yönelimi ölçeği tek boyutlu bir yapıyı teyit etmekte ve toplam varyansın %56’sını açıklamaktadır.

Tablo 1: Dışadönüklük Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

1. Konuşkanlık Özdeğer:2,534; A.Var.: %25,538; Ort.:3,3072; Alfa: 0,786	Yükü
Genelde az konuşurum (R)	,820
Söyleyeceklerim genelde azdır (R)	,795
Yabancılar arasında sessizimdir (R)	,711
Genelde arka planda kalırım (R)	,645
2. Rahatlık Özdeğer:1,9263; A.Var.:%19,256; Ort.:3,7169; Alfa: 0,641	
Birçok değişik insanla konuşabilirim	,730
Çevremde insanlar olduğunda kendimi rahat hissederim	,683
Tam bir eğlence insanıyım	,655
Genelde sohbete ilk başlayan olurum	,601
3. İlgi Çekicilik Özdeğer:1,566; A.Var.: %15,664; Ort.:2,9308; Alfa: 0,675	
İlgi odağı olmayı önemsemem (R)	,849
Dikkat çekmekten hoşlanmam (R)	,776
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; KMO Örneklem Yeterliliği: %80,6; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:849,279; s.d.:45; $p<0.0001$; Açıklanan t.varyans: %.60,258; Genel ortalama: 3,3947; Ölçeğin tamamı için Alfa:0,789; Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum.	

Araştırmaya katılan öğrencilerin dışa dönüklükleri ve hizmet yönelimlerine göre düşük-yüksek şeklinde kümelendirilmesi amaçlandığından, elde edilen faktörler kullanılarak k-ortalamlar kümeleme uygulanmıştır. Öğrencilerin hemen yarısının dışa dönüklüğü yüksek iken (%49,6), diğer yarısının düşüktür (%50,4). %81,7’sinin hizmet yönelimi yüksek iken, %18,3’ünün düşüktür. Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %86,7’sinin hizmet yönelimi de yüksektir. Ayrıca hizmet yönelimliliği yüksek olanların %52,6’nının dışa dönüklüğü yüksek olup; düşük olanların %64,1’inin de dışa dönüklüğü düşüktür.

Tablo 2: Hizmet Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Hizmet Yönelimlilik		Yükü
Öz değer: 2,793; A.Varyans: %55,865; Ortalama: 4,1879; Alfa: 0,791		
Uygun hizmet sunmakla kendim ile gurur duyarım.		,768
Başkalarına yardım etmekten mutluluk duyarım.		,767
Hayalimdeki en iyi iş, insanların problemlerini çözmemde yardımcı olmayı içerir.		,752
Çoğu insanla iyi anlaşırım.		,737
Benim yaratılışında başkalarının ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmam vardır.		,711
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; KMO Örneklem Yeterliliği: %81,6; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:487,7988; s.d.:10; p<0.0001; Açıklanan t. varyans: %55,865; G. ortalama: 4,1879; Ölçeğin tamamı için Alfa:0,791; Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum		

Tablo 3: Öğrencilerin Dışadönüklükleri İle Hizmet Yönelimlilikleri Arasındaki İlişki

Dışa dönüklük		Hizmet yönelimi		Toplam
		Yüksek	Düşük	
Yüksek	N	150	23	173
	% Dışa dönüklük içinde	%86,7	%13,3	%100,0
	% Hizmet yönelimi içinde	%52,6	%35,9	%49,6
Düşük	N	135	41	176
	% Dışa dönüklük içinde	%76,7	%23,3	%100,0
	% Hizmet yönelimi içinde	%47,4	%64,1	%50,4
Toplam	N	285	64	349
	% Dışa dönüklük içinde	%81,7	%18,3	%100,0
	% Hizmet yönelimi içinde	%100,0	%100,0	%100,0
X ² :5,178; s.d.:1; p<0,019; En küçük beklenen değer: 31,72				

Elde edilen kümeler ile cinsiyet, okul ve program türü arasındaki ilişkiler ki-kare analizi ile ortaya konmuştur. Cinsiyet ile dışa dönüklük arasında bir ilişki tespit edilmektedir. Erkeklerin %44'ü yüksek dışa dönük bir yapı sergilerken, bu oran kadınlarda %57'dir. Dışa dönüklüğü düşük olanların %56'sı erkek iken, %43'ü kadındır.

Tablo 4'e göre, α :%10 anlam düzeyinde geçerli olmak üzere ön lisans veya lisansa devam etmek ile dışadönüklük arasında bir ilgi söz konusudur. Ön lisans öğrencilerinin %57'si yüksek düzeyde dışa dönük bir kişilik yapısına sahipken, bu oran lisans öğrencilerinde %46,3'tür. Önlisans öğrencilerinin %35'i, lisans öğrencilerinin %65'i yüksek düzeyde dışa dönüklerdir. Ayrıca, program türü ile dışadönüklük arasında da bir bağlantı tespit edilmektedir. Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %51'i birinci, %43'ü ikinci öğretim öğrencisidir. Birinci öğretim öğrencilerinin %45'inin dışa dönüklüğü yüksek iken bu oran ikinci öğretim öğrencilerinde %56'dır.

Tablo 4: Öğrencilerin Bazı Özellikleri İle Dışadönüklükleri Arasındaki İlişki

Özellik	Kategoriler	Dışadönüklük		N	X ² değeri; s.d.; p-değeri
		Yüksek; Sr%; St%*	Düşük; Sr%; St%		
Cinsiyet	Erkek	88 (%44,0;%50,9)	112 (%56,0; %63,6)	200	X ² :5,814; s.d.:1; p:0,017
	Kadın	85 (%57,0;%49,1)	64 (%43,0; %36,4)	149	
	Toplam	173	176	349	
Düzey	Ön lisans	61 (%57,0; %35,3)	46 (%43,0;%26,1)	107	X ² :3,416; s.d.:1; p:0,065
	Lisans	112(%46,3;%64,7)	130(%53,7;%73,9)	242	
	Toplam	173	176	349	
Tür	Birinci öğretim	88 (%44,4;%50,9)	110 (%55,6;%62,5)	198	X ² :4,810; s.d.:1; p:0,028
	İkinci öğretim	85 (%56,3;%43,7)	66 (%43,7;%37,5)	151	
	Toplam	173	176	349	

*Sr:Satır; St:Sütun

Tablo 5, hizmet yönelim düzeyi ile bazı öğrenci özellikleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Cinsiyet ile hizmet yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Erkeklerin %78'i yüksek hizmet yönelimlilik gösterirken, bu oran kadınlarda %87'ye yükselmektedir. Hizmet yönelimi düşük olanların %69'u erkek olup; %31'i kadındır. %10 anlam düzeyinde önlisans veya lisans öğrencisi olmak ile hizmet yönelim düzeyi arasında bir ilişki söz konusudur. Ön lisans öğrencilerinin %88'i yüksek hizmet yönelimlilik gösterirken, bu oran lisans öğrencilerinde %79'dur. Ancak hizmet yönelimi yüksek olanların %33'ü önlisans öğrencisi iken, %67'si lisanslıdır. Düşük olanlarında %20'si ön lisans ve %80'i lisanslıdır. Lisans öğrencileri hem düşük hem de yüksek hizmet yönelimlilik gösterebilmektedir. Program türü ile hizmet yönelimlilik arasında bir ilişki bulunmamaktadır.

Tablo 5: Öğrencilerin Bazı Özellikleri İle Hizmet Yönelimlilikleri Arasındaki İlişki

Özellik	Kategoriler	Hizmet yönelimi		N	X ² değeri; s.d.; p-değeri
		Yüksek; Sr%; St%*	Düşük; Sr%; St%		
Cinsiyet	Erkek	156 (%78,0;%54,7)	44 (%22,0;%68,8)	200	X ² :3,642; s.d.:1; p:0,05
	Kadın	129 (%86,6;%45,3)	20 (%13,4;%31,3)	149	
	Toplam	285	64	349	
Düzey	Ön lisans	94 (%87,9;%33,0)	13 (%12,1;%20,3)	107	X ² :3,373; s.d.:1; p:0,066
	Lisans	191 (%78,9;%67,0)	51 (%21,1;%79,7)	242	
	Toplam	285	64	349	
Tür	Birinci öğretim	161 (%81,3;%56,5)	37 (%18,7;%57,8)	198	X ² :0,0370; s.d.:1; p:0,847
	İkinci öğretim	124 (%82,1;%43,5)	27 (%17,9;%42,2)	151	
	Toplam	285	64	349	

*Sr:Satır; St:Sütun

Turizm eğitimi alan öğrencilerden hizmet yönelimi yüksek olanları düşük olanlardan ayırmaya yarayan dışadönüklük boyutunu tespit etmek için ayırma analizinden yararlanılmıştır. Yapılan incelemede dışa dönüklüğün boyutları arasında 0,206 ile 0,436 aralığında değişen düşük korelasyonların olduğu görülmüştür. Bu, ayırma analizi için istenilen bir durumdur (Nakip, 2003:471). Ayırma analizinde ilk adım, grup kovaryans matrislerinin benzer olup olmadığının incelenmesidir. Grup kovaryans matrislerinin homojen olması durumunda “doğrusal ayırma analizi”, benzer olmaması durumunda ise “karesel ayırma analizi” kullanılmaktadır (Özdamar, 2004:390). Grup kovaryans matrisinin eşit olup olmadığı Box’s M testi ile belirlenmektedir. Yapılan incelemede Box’s M test sonucunun p:0,106 düzeyinde anlamsız olduğu (Box’s M:10,675; Fyaklaşık=1,747; s.d.1:6; s.d.2:74940,659; p:0,106), başka bir ifade ile grup kovaryans matrislerinin homojen olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle ayırma işleminde “doğrusal ayırma analizi” kullanılmıştır. Ayırma analizinde Wilks’ Lambda değeri 0,915 ve bu değere ilişkin Ki-Kare değeri ($X^2:30,605; s.d.:3$) $p<0,0001$ düzeyinde anlamlıdır. Buna göre elde edilen ayırma denklemi geçerlidir ve modele dayanarak yorum ve tahminlerde bulunulabilir (Nakip, 2003:472).

Yüksek hizmet yönelimli öğrencileri düşük olanlardan ayırmaya yarayan dışadönüklük boyutlarını tespitinde yapı matrisinden yararlanılmıştır. Yapı matrisi, değişkenleri güçlüden zayıfa doğru sıralamakta ve açıklama gücü %30’un üstünde olanları geçerli, altında olanları ise geçersiz kabul etmektedir (Nakip, 2003:473). Yapı matrisine göre, hizmet yönelimi yüksek ve düşük öğrencileri birbirinden en iyi “rahatlık” (%96,8) ve konuşkanlık (%62,4) ayırmaktadır. İlgili çekiciliğin ayırıcı gücü bulunmamaktadır.

Tablo 6: Ayırma Analizi Sınıflandırma Sonuçları

		Hizmet yönelimi	Tahmin Edilen Grup Üyeliliği		Toplam
			Yüksek	Düşük	
Orijinal	N	Yüksek	192	93	285
		Düşük	21	43	64
	%	Yüksek	67,4	32,6	100,0
		Düşük	32,8	67,2	100,0
Orijinal grubun %67,3’ü doğru sınıflandırılmıştır					

Ayırma analizinin geçerliliği, doğru sınıflandırma oranı dikkate alınarak değerlendirilmektedir. Analizde doğru sınıflandırma oranı %67,3 olarak tespit edilmiştir (Tablo 6). Elde edilen oran şanslı sınıflama oranından (1/2:0,50 veya bu oranın %25 fazlasından %62,5) büyüktür. Ancak maksimum şans kriterine göre belirlenen orandan (en fazla gözlemin bulunduğu kümenin toplam birey sayısına oranlanması; $285/349 = 0,817$) küçüktür. Oransal şans kriteri esasına göre hesaplanan orandan (küme büyüklüklerinin toplama oranlarının karelerinin toplanmasıyla elde edilen oran; $(285/349)^2 + (64/349)^2 = 0,700$) biraz küçüktür (Nakip, 2003:477-478).

SONUÇ

Yapılan araştırmada turizm öğrencilerinin yarısının dışa dönüklüğünün yüksek (%49,6), yarısının düşüktür (%50,4). %81,7’sinin hizmet yönelimi yüksek olup; %18,3’ünün düşüktür.

Dışa dönüklüğü yüksek olan öğrencilerin %86,7'sinin hizmet yönelimi de yüksektir. Hizmet yönelimliliği yüksek olanların %52,6'nının dışa dönüklüğü yüksek olup; düşük olanların %64,1'inin de dışa dönüklüğü düşüktür. Dolayısıyla dışadönüklük ile hizmet yönelimlilik arasında bir ilişki tespit edilmektedir. Ayrıca, kadınların (557) erkeklere (%44), önlisans öğrencilerinin (%57) lisans öğrencilerine (%46,3) ve ikinci öğretim öğrencilerinin (%56,3) birinci öğretim öğrencilerine (%44,4) kıyasla daha yüksek dışadönüklük özelliğinde olduğu bulunmuştur. Kadınlar (%86,6) erkeklere (%78,0) ve önlisans öğrencileri (%87,9) lisans öğrencilerine (%78,9) kıyasla daha yüksek hizmet yönelimlidirler. Hizmet yönelim düzeyi ile birinci veya ikinci öğretim öğrencisi olma arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Hizmetin doğası gereği kişilerde diğer insanlara yardım etme eğilimi ve isteği varsa, bu kişiler büyük bir olasılıkla hizmet tabanlı işleri ilgi çekici ve anlamlı bulacaklardır. Ayrıca büyük bir olasılıkla yaptıkları işlerde başarılı olacaklardır. Yine dışa dönük kişilik özelliği taşıyan kişilerin kişilerarası etkileşim gerektiren işlerde iletişim kurarken çevrelerindeki kişiler ile sıkıntı yaşamadıkları ve yüksek performans sergiledikleri de söylenebilir. Bu kişilik özelliklerine sahip işgörenlerin istihdam edilmesi işgörenlerin işletmede konuklarına sundukları hizmetlerin kalitesinin ve verimliliğinin artmasına da yansiyabilir. Böylece işletmeler konuklarının zihnindeki imajlarına çalışanlar aracılığıyla kolayca yakalayabilir.

Turizm sektöründe çalışanlar, hizmet sunumunu ve kalitesini belirleyen temel unsurdur. İşgören seçiminde, onların dışadönük ve hizmet yönelimli olup olmadıklarının bilinmesi, işe uygun kişinin seçilmesi ve uyumunun sağlanması için hayati önemdedir. Emek yoğun turizm sektöründeki artan rekabetten dolayı işletmelerin nitelikli personel talebi hızla artmaktadır. Çünkü işletmelerdeki nitelikli, yetenekli ve başarılı personel, işletmeye rekabet üstünlüğü getirmektedir. Hemen her sektörde olduğu gibi, turizm sektöründe de iş ve kişilik özelliğinin uyuşmadığı personel seçimleri sonucunda işgören verimliliği ve işe bağlılığın azalacağını öngörmek, yanıltıcı bir tahmin olmayacaktır. Ayrıca, yanlış eşleşme sonucunda turizm eğitimi almış kalifiye personel ya sık sık işletme değiştirmekte ya da bu kişiler turizm sektöründen diğer sektörlere geçmektedir. Durum böyle olunca da, sektörün turizm eğitimi almış nitelikli eleman ihtiyacının şiddeti, hiçbir zaman hafiflememektedir. Ayrıca öğrencilerin, kişilik özelliklerine uygun işletme seçimleri, onların ileriki dönemde kariyerlerine de olumlu veya olumsuz etki yapacağına inanılmaktadır.

Uygulama açısından araştırma, öğrencilerin özellikle dışa dönüklük ve hizmet yönelimlerinin dikkate alınarak uygun eğitim programlarının geliştirilmesine de katkıda bulunabilir. Doğru kişilikteki ve hizmet yönelim düzeylerine göre bireylerin doğru eğitim almasına olanak sağlanabilir. Bu yönüyle araştırmanın en fazla otellerde insan kaynakları yöneticilerine ve ülke genelindeki turizm eğitim veren kurumlardaki eğitim elemanlarına fayda sağlayacağı düşünülebilir. Eğitim kurumları açısından ise, okulların öncelikli amaçlarının öğrencilerini turizm sektörüne hazırlamak olduğu düşünüldüğünde, üniversite yıllarının başlarında öğrencilerin hizmet yönelimlilikleri ve özellikle dışadönüklükleri irdelenerek, kişiliklerine uygun doğru kariyer yönetimlerine yönlendirilmeleri, öğrencilerin sektördeki çalışma hayatlarının sürekliliği için oldukça önemlidir. Turizmin Türkiye'de geçmiş yıllardaki hızlı büyümesine paralel olarak ve içinden geçilen sıkıntılı dönemlerde bile turizm eğitimi veren kuruluşlara ve bu kurumlardan mezunlara olan talebin belli seviyenin altına inmeyeceği öngörülebilir. Ayrıca, araştırmanın sonuçları, öğrencilerin kişilik özelliklerine uygun bir iş seçmeleri gerektiği ve turizm işinde insana hizmet etmeyi içselleştirebilmeleri gerektiği konusunda da bir mesaj niteliğindedir.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Araştırmanın en önemli kısıdı, pratik, zaman ve maliyet gibi gerekçelerle araştırmanın sadece bir kamu üniversitesinin öğrencileri üzerinde yapılmasıdır. Başka bir kısıt da, öğrencilerin sadece dışa dönüklük ve hizmet yönelimlikleri üzerine odaklanılmasıdır. Oysa alan yazında kişilik özelliği ile ilgili birçok kavramdan bahsedilmektedir. Diğer bir kısıt ise, kişilerin olaylara karşı tutum davranışlarının zaman içinde değişeceğinin bilinmesine karşın, veri derlemenin anlık olarak gerçekteşmesidir. İleriki dönemlerde yapılacak araştırmalarda bu kısıtlar dikkate alınarak yapılırsa alan yazına daha büyük bir katkı yapacağı düşünölmektedir.

KAYNAKÇA

Altman, L.A. and Brothers, L.R. (1995). Career Longevity of Hospitality Graduates. *Ftu Hospitality Review*, 13(2): 77-83.

Aslan, Z., Ünüvar, ř. ve Başoda, A. (2012). Turizm EĞitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi Ve Turizm Sektörün Uyumu Açısından Değerlendirilmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2): 203-219.

Başoda, A. (2012). *Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığının İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Nevşehir Üniversitesi, Nevşehir.

Berings, D., De Fruyt, F. and Bouwen, R. (2004). Work Values and Personality Traits as Predictors of Enterprising and Social Vocational Interests, *Personality and Individual Differences*, 36: 349-364.

Birdir, K. (2002). *Turizm ve Otel İşletmeciliği EĞitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması*, Turizm EĞitimi Konferans-Workshop 11-13 Aralık 2002. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Turizm EĞitimi Genel Müdürlüğü.

Brymer, R. A. and Pavesic, D. V. (1990). Personality Characteristics and Profiles of Hospitality Management Graduate, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 14(1): 77-86.

Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. (İkinci Basım), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Büyüköztürk, ř. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Chang, S., Ching, E. and Tse, T. (2015). Understanding The Initial Career Decisions of Hospitality Graduates İn Hong Kong: Quantities and Quality Evidence, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(1): 57-74.

Chen, S-C., Wu, M-C. and Chen, C-H. (2010). Employees' Personality Traits, Work Motivation, and Innovative Behavior in Marine Tourism Industry, *J. Service Science and Management*, 3: 198-205.

Cran, D. J. (1994). Toward Validation of the Service Orientation Construct, *The Service Industries Journal*, 14(1):34-44.

Çatı, K. ve Bilgin, Y. (2013). Turizm Lisans Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Çalışma Eğilimleri, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1): 23-45.

Eren, D. (2007). *Örgütsel Hizmet Odaklılığın İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Girgin, B. (2007). *Beş Faktör Kişilik Modelinin İşyerinde Duygusal Tacize (Mobbing) Etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Gwinner, K. P., M. J. Bitner, S. W. Brown, and A. Kumar. (2005). Service Customization Through Employee Adaptiveness, *Journal of Service Research* 8: 131-148.

Harris, J. A., Vernon, P. A., Johnson, A. M. and Jang, K. L. (2006). Phenotypic and Genetic Relationships Between Vocational Interests and Personality, *Personality and Individual Differences*, 40: 1531-1541.

Hogan, J., Hogan, R. and Busch, C. M. (1984). How to Measure Service Orientation, *Journal of Applied Psychology*, 69(1): 167-173.

Schopenhauer, A., Jung, C. G., Spranger, E. and Von Schiller, W. F. (2005). *Kişilik Oluşumu ve Sorunları*. İstanbul: İz Yayınları.

Köroğlu, Ö. (2014). Meslek Seçimi İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2): 137-157.

Kuşluyan, S. ve Eren, D. (2011). İş Görenlerin Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığı Ve Ölçümü: Bir Literatür Taraması, *Anatolia Turizm araştırmaları Dergisi*, 22(2): 139-153.

Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar İle Veri Analizi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Özdemir, B, Aktaş, A. ve Altıntaş, V. (2005). Turizm Ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1): 46-58.

Özgün, M.S. (2007). *Okul Psikolojik Danışmanlarının Kişilik Özellikleri İle Mesleki Yetkinlik Beklentileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Richardson, S. (2008). Undergraduate Tourism and Hospitality Students' Attitudes Towards a Career in The Industry: A Preliminary Investigation, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*. 8(1): 23-46.

Robbins, S., and Timothy A.J. (2009). *Organization Behavior*. Seventeenth Edition. New Jersey: PrenticeHall.

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.

Tokmak, İ., Turgut, H. ve Öktem, Ş. (2013). Turizm Ve Otelcilik Öğrencilerinin Sosyotropik-Otonomik Kişilik Özelliklerinin İletişim Becerilerine Etkisi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 1-13.

Walsh, K., Chang, S. and Tse, E.C.Y. (2014). Understanding Students' Intentions to Join the Hospitality Industry: The Role of Emotional Intelligence, Service Orientation, and Industry Satisfaction. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(4): 369-382.