



GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN TURİZM ENDÜSTRİSİNDE KARIYER YAPMA İSTEĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: TURİZM EĞİTİMİ ALAN YÜKSEKÖĞRENİM ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

THE EFFECTS OF ENTREPRENEURIAL PERSONALITY TRAITS ON DESIRE TO MAKE CAREER IN TOURISM INDUSTRY: A RESEARCH ON TOURISM STUDENTS

Seyit Ahmet SOLMAZ*

Öz

Bu araştırmanın amacı, girişimci kişilik özelliklerinin turizmde kariyer yapma isteği üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu amaçla ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler üzerine bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 308 öğrenciden veri elde edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Verilerin analizinde faktör analizi, korelasyon ve yapısal eşitlik modellemesinin bir türü olan yol analizinden yararlanılmıştır. Araştırma bulguları, girişimci kişilik özellikleri ile turizmde kariyer yapma ve turizmi tavsiye etme davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, girişimci kişilik özelliklerinin turizmde kariyer ve turizmi tavsiye etme davranışını etkilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimci Kişilik Özellikleri, Turizmde Kariyer, Turizm.

Abstract

The aim of this study is to determine to effects of entrepreneurial personality traits on desire to make career in tourism. With this purpose an empirical research was carried out on associate and undergraduate tourism students. In the scope of research Data were obtained from 308 tourism students studying at Sakarya and Abant İzzet Baysal Universities. Convenience sampling was preferred as sampling method. Obtained data from the research was analysed by statistical methods. With aim of analysing data, factor analysis, correlation and path analysis (is a kind of structural equation modelling) methods utilized. Findings indicated that there is a positive and significance correlation between entrepreneurial personality traits and desire to make career in tourism and the behavior of recommending tourism as a career path. However, it is determined that entrepreneurial personality traits affect desire to make career in tourism and advice behaviour.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Personality Traits, Carrer in Tourism, Tourism.

1. Giriş

Turizm endüstrisi, dünya çapında büyüme trendini devam ettiren emek-yoğun bir hizmet endüstrisi olarak gelişimini sürdürmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) yayınladığı raporlara göre 2030 yılında uluslararası seyahatlere katılacak kişi sayısının 2 Milyara yaklaşacağı tahmin edilmektedir. Uluslararası seyahatlere katılan kişi sayısının artması, endüstriyel hacmin artması anlamına da gelmektedir (WTO, 2017). Bu durum turizmin orta vadede istihdam yaratma kapasitesinin artacağı şeklinde de yorumlanabilir. Türkiye özelinde de durum benzerlik göstermektedir. 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde 50 Milyon Turist ve 50 Milyar USD turizm geliri hedefi ortaya konmaktadır. Bu hedef, Türkiye'nin sahip olduğu turizm tesisi sayıları ve kapasitelerinin önümüzdeki yıllarda artacağına işaret etmektedir.

Turizm endüstrisindeki büyüme, turizmin istihdam yaratma kapasitesinin de artması anlamına gelmektedir. Diğer yandan istihdam oranlarındaki artış, turizm işletmelerine nitelikli ve kalifiye personel yetiştirmeyi hedefleyen turizm okullarında öğrenim gören öğrenciler için de mezuniyetleri sonrası önemli iş fırsatlarını beraberinde getirmektedir. Ancak turizm eğitimi alan bireylerin turizmde çalışmaya karşı sıcak bakmadıkları son 20 yıllık süreçte yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur (Airey ve Frontistis, 1997; Kuşlivan ve Kuşlivan, 2000; Kozak ve Kızılırmak, 2001; Aksu ve Köksal, 2005; Duman vd. 2006; Solmaz ve Erdoğan, 2013; Yıldız, 2013; Günay ve Akıncı, 2017). Bunun sonucu olarak turizmde nitelikli ara eleman veya yöneticilik alanlarında önemli sıkıntıların yaşandığı ve yakın vadede yaşanacağı muhtemeldir.

Turizm eğitimi alan bireylerin sektörde çalışmaya neden istekli olmadıkları ile ilgili olarak farklı çalışmalarda değişik nedenler ileri sürülmüştür. Bu nedenlerin pek çoğunda sektörün yapısal koşulları dile getirilmiştir. Lakin bireylerin kariyer planlamalarında etkili olan tek husus endüstri veya sektör koşulları değildir. Psikolojik, toplumsal ve ekonomik çok farklı değişkenlerin de etkisi altında, bireyler kariyer planlamalarını gerçekleştirmektedirler. Bu bağlamda turizm endüstrisinde kariyer yapmama veya

*Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turist Rehberliği Bölümü.



çalışmama düşüncesinin yalnızca sektörel koşullarla açıklanamayacağı ifade edilebilir. Bu araştırma, turizmde kariyer yapma isteği üzerinde kişilik özelliklerinin rolünü araştırmaktadır. Kişilik özellikleri ise özelde girişimcilik yönüyle ele alınmış ve girişimci kişilik özelliklerinin turizm endüstrisinde çalışma düşüncesine etkileri incelenmiştir.

2. Literatür Taraması

2.1. Kişilik ve Kariyer Tercihleri Arasındaki İlişki

Sözlük anlamı itibarıyla, bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerin bütünü, şahsiyet olarak açıklanan kişilik (Türk Dil Kurumu, 1998), insanın doğuştan sahip olduğu bazı biyolojik ve psikolojik özelliklerinin, yaşam süresince edindiği ilgi, yetenek ve becerileri ile bütünleşmesi sonucu ortaya çıkan bir yapı olarak ifade edilmektedir (Gökdeniz ve Merdan, 2011: 24). Parks ve Guay (2009) ise kişilik kavramını, bireyin çevresi ile karakteristik etkileşimini doğuran daimi yatkınlık olarak tanımlamaktadır.

Bireylerin değerleri ve tutumları üzerinde önemli bir etkiye sahip olan kişiliğin, bununla paralel olarak kariyer planlaması üzerinde de benzer bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Öyle ki Bacanlı (2006), kişilik özelliklerinin kariyer tercihlerinde en etkili değişkenlerden biri olduğunu ifade etmektedir. Kişilik, hem kariyer sürecinin oluşumunda etkili bir içsel faktör hem de bu süreç içinde bireyi yönlendiren itici bir güçtür (Merdan, 2011: 55). Kişilik aynı zamanda bireyin kariyer tatmininde de etki üreten önemli bir değişkendir (Lounsbury vd., 2003).

Kişilik özellikleri ile kariyer tercihleri arasındaki muhtemel ilişkiler, bu ilişkilerin boyutlarının ortaya çıkarılabilmesi adına pek çok ampirik araştırmayı da beraberinde getirmiştir. Bu nedenle literatürde kişilik ve kariyer tercihleri arasındaki ilişkinin farklı yönleri üzerine odaklanan çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Rogers vd., 2008; Gunkel vd., 2010; Erol, 2013; Çetiner, 2014). Araştırmaların sonuçları farklı pek çok kişilik özelliğinin doğrudan ve dolaylı olarak kariyer tercihleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin Erol (2013)'ün çalışması, dışa dönük ve deneyime açık kişilik özelliğine sahip bireylerin kariyer tercihlerini, kendi işlerini kurma yönünde kullandıklarını ortaya koymuştur. Gökdeniz ve Merdan (2011) ise farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin kariyer tercihlerinde farklı özelliklere odaklandığını tespit etmiştir. Bunların yanı sıra, hedef yönelimli olma, liderlik, sosyotropik ve otonomik kişilik özelliği gibi çok farklı kişilik özelliklerinin de kariyer tercihleri üzerinde etki ürettiği görülmektedir (Türkey vd., 2011; Türkey ve Solmaz, 2011; Solmaz vd., 2012; Çetiner, 2014)

2.2. Girişimcilik ve Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişim veya girişimcilik kavramlarının literatürde ilk olarak iktisatçılar tarafından incelendiği görülmektedir. Zira girişimcilik kavramına yönelik ilk tanım denemesi Fransız bir iktisatçı olan Richard Cantillion tarafından 18. yy.'da gerçekleştirilmiştir. Cantillion girişimcileri, "Getirisi belirsiz, katlanılacak maliyetin bilindiği koşullarda, basiretli ve kendi kendine güveni tam bir şekilde hareket eden bireyler." olarak tanımlamıştır (Hisrich ve Peters, 1989:7). Bu kavramın iktisadi perspektiften ele alınmasının temel sebebi ise, girişimin aynı zamanda üretim faktörlerinin bir ögesi olmasıdır (Dinler, 2006: 17). Bu yönüyle girişimci, diğer üretim faktörleri olan doğal kaynaklar, sermaye ve emeği mal ve hizmet üretmek amacıyla bir araya getiren ve uygun şekilde birleştiren kimse olarak tanımlanabilir (Mucuk, 2013: 6).

Literatürde girişimciliği çok farklı şekillerde tanımlayan araştırmacılara rastlamak mümkündür. Ancak pek çok tanım denemesinde ortaya çıkan bazı ortak noktaların varlığı da ifade edilmelidir. Bunlar içinde "Yenilik yaratma", "Fırsatları kovalama", "Kar elde etme", "Risk alma" ve "Değer yaratma" en dikkat çekici olanlardır (Başar, 2007: 3). Örneğin Allen (2006: 13)'a göre girişimci, "Yenilikçi, yaratıcı, endüstri içi ve endüstriler arası organizatör, ekonomik büyümede rol model olan ve bütün bunları yaparken riski üstlenebilen kişidir." Gedeon (2010) ise girişimciyi "Dinamik bir değişime sahip olan, fırsatları kollayan, yenilikçi, risk ve belirsizliği göze alan, üstün karar verme, fiyat arbitrajından yararlanan, mülkiyetçi" şeklinde tanımlamaktadır.

Girişimcilik tanımlarında pek çok araştırmacının ortak olarak dile getirdiği hususlar, aynı zamanda bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklere de işaret etmektedir. Burada belirtilmesi gereken önemli bir husus ise girişimci kişilik özelliklerine sahip olan bireylerin tümünün aynı zamanda birer girişimci olmayabileceğidir. Aynı zamanda girişimci kişilik özelliğine sahip bireylerin tümü bu özellikleri aynı biçimde ve aynı oranda taşımayacağı gibi her birinin daha güçlü ve zayıf olduğu taraflarının da olabileceği de belirtilmelidir.

Birlikte çalıştıkları kişilere etki etmeyi ve yönlendirmeyi seven, liderlik ve konuşma yetenekleri olan kişiler olarak tarif edilen girişimci kişilik (Bozkurt, 2007: 99) pek çok özelliğin bir kombinasyonu olarak ortaya çıkmaktadır. Yazın incelendiğinde, girişimci kişilik özelliklerini ele alan çok sayıda araştırmada, girişimci kişiliği oluşturduğu ileri sürülen farklı alt boyutların varlığı ile karşılaşılmaktadır (Gürol ve Atsan,



2006; Örucü, Kılıç ve Yılmaz, 2007; Uygun, Mete ve Güner, 2012; Bilge ve Bal, 2012). Bu boyutlar özetle aşağıdaki şekilde açıklanabilir:

Risk Alma

Girişimciyi girişimci yapan en önemli özelliklerin başında gelmektedir. Zira risk alma girişimciyi profesyonel yöneticiden ayıran en temel özelliktir (Efil, 2004: 23). Girişimcilik açısından risk alma ise, ilk bakışta kişinin girişimde bulunduğu işle ilgili finansal kar-zarar durumlarını üstlenmesi gibi görülse de aslında sosyal açıdan kayıp ve kazançları da kapsamaktadır (Kayalar ve Ömürbek, 2007: 187). Genellikle aile ve sosyo-kültürel çevre tarafından şekillendirildiği düşünülen risk alma özelliği (Kunday, 2008: 19), 20. yy.'da yenilik ile birlikte girişimciliği oluşturan en temel özelliklerden biri olarak ifade edilmektedir (Tüsiad, 2002).

Yenilikçilik ve Yaratıcılık

Temelde aynı kavramlar olmamakla birlikte aralarındaki organik bağ dolayısıyla genellikle eşzamanlı olarak anılırlar. Kavram olarak yenilik, bir fikri pazarlanabilir bir ekonomik değere (ürüne) yeni ya da geliştirilmiş bir dağıtım sistemine veya yeni bir sosyal hizmet biçimine dönüştürmeyi ifade etmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 93). Tamamen düşünce ile ilgili olan yaratıcılık ise hem yeni hem de uygun ve kullanışlı fikirleri üretme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Sternberg ve Lubart, 1999: 3; Prabhu, Sutton ve Sauser, 2008: 53). Yeniliğin hammaddesi olarak ifade edebileceğimiz yaratıcılık temelde bir yetenek; yenilikçilik de yaratıcılık tarafından üretilen fikirlerin uygulandığı bir süreçtir (Ürper, 2007).

Belirsizlik Toleransı

Yaratıcılık ile yakından ilişkili bir kavramdır (Merrotsy, 2013). Kişilerin belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneği olarak açıklanan belirsizlik toleransı (İşcan ve Kaygın, 2011: 447), karmaşık durumların üstesinden gelebilmede, bireyin sahip olduğu yaratıcı düşünce ve davranışlarını optimal bir dengede kullanma olanağı sunmaktadır. Aynı zamanda bireyin yaratıcılık potansiyelinin ortaya çıkarılmasında da ona yardımcı olan önemli bir kişilik özelliğidir (Zenasni, Besançon ve Lubart, 2008: 63). Belirsizlik, riskten farklı bir olasılığı ihtiva etmektedir. Nitekim riskte kişi daha önceden kategorize edilmiş bir belirsizlikle karşı karşıyadır. Belirsizlik ise daha önceden karşılaşılmamış bir durumu niteler. Bu yönüyle girişimciliğin belirsizliklerin yönetim ve kontrolünü de içerdiği söylenebilir (Bozkurt ve Baştürk, 2009: 48).

Kontrol Bölgesi (Odağı)

Bireyin çevresinde gelişen olay ve davranışları kontrol edebilme yeteneğidir. Kontrol bölgesi, bireyin kendi davranışlarının yanı sıra (içsel kontrol), kendi denetim sınırlarının ötesindeki olay ve davranışlara (dışsal kontrol) yönelik kontrolünü de içermektedir (Orman, 2009: 25-26). Kontrol bölgesi, işletmeler açısından en önemli kişilik özelliklerinden biridir. Öyle ki kontrol bölgesinin bireyin motivasyonu, çabası ve işten tatmin olması ile yakından ilişkisi söz konusudur (Spector, 1982).

Başarma İhtiyacı

Bir diğer önemli girişimci kişilik özelliğidir. Bireyleri girişimcilik faaliyetlerine bulunmaya iten motivasyon kaynaklarından biri olarak ifade edilebilir. Başarma ihtiyacı, bir şeyleri, birilerinden daha iyi veya daha hızlı yapma isteği olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte başarma güdüsü, hedeflenen amaca ulaşmak için planlı çalışma ve çaba gösterme isteği olarak da açıklanabilir (Hansemark, 1998: 35-36). Girişimci kişiler de geliştirdikleri yeni iş fikirleri sayesinde piyasada eksikliklerini gördükleri pek çok alanda yenilikler ortaya çıkarmakta ve böylelikle başarma ihtiyaçlarını tatmin etmektedirler.

Yukarıda ifade edilen girişimci kişilik özelliklerinin yanında araştırmalarda ortaya koyulan çok farklı özelliklerden de söz etmek mümkündür. Bunların başında "**Fırsatları Değerlendirme**" gelmektedir. Ünlü yönetim bilimci Peter Drucker, girişimciyi her zaman değişiklik arayan, bu değişime yanıt veren ve bunu bir fırsat olarak patlatan bir kişi olarak tanımlamıştır. Drucker aynı zamanda girişimciyi, problemden çok değişim yaratan fırsatları görebilen kişi olarak değerlendirmiştir (Simpeh, 2011: 4). Yine pek çok araştırmada dile getirilen "**Gelecek Odaklılık**" özelliği de temelde fırsatları değerlendirme özelliği ile benzerlik göstermektedir. Zira girişimci, gelecekte ortaya çıkabilecek fırsatları önceden sezebilen ve daima ileriye bakan kişidir. Bütün bu özelliklerin yanında bir girişimci de olması gereken özelliklerden biri de kendine güvendir. "**Kendine Güven**", girişimcilerin gelecekte ortaya çıkabilecek karmaşık ve tahmin edilemeyen sorunların üstesinden gelebileceklerine dair inançlarını ifade etmektedir (Soyşekerci ve Akatay, 2004: 74).

2.3. Turizm Endüstrisinde Kariyer

Turizmin emek-yoğun bir endüstri özelliği göstermesi, istihdam anlamında ülke ekonomileri açısından bu endüstrisinin önemsenmesini beraberinde getirmektedir. Zira turizmde insanın insana hizmeti söz konusudur. Sözü edilen bu emek-yoğun özelliğin istihdam rakamlarında da karşılığının olduğu



görülmektedir. Turizmin istihdama katkısını Türkiye özelinde değerlendiren bir araştırmada 2016 yılı itibariyle turizm endüstrisinin toplam istihdamın yaklaşık % 8,5'ini oluşturduğu ortaya koyulmaktadır (Şit, 2016). Dünyada ise toplam istihdamın % 10'u turizm endüstrisi tarafından sağlanmaktadır. Önümüzdeki on yıllarda ise bu rakamların artacağı tahmin edilmektedir (WTTC, 2014). Rakamlar, turizmin gelecek yıllarda da önemli bir kariyer alanı olabileceğini göstermektedir.

Bir hizmet endüstrisi olan turizmde, hizmetlerin kalitesinin büyük ölçüde hizmeti üreten işgörelere bağlı olduğu bilinmektedir. Bu anlamda alanında eğitim almış bireylerin turizm endüstrisinde bir kariyer hedeflemeleri, işletmelerin üst hedefi olan müşteri memnuniyetini sağlama noktasında kritik rol oynayan faktörlerden biri olarak değerlendirilebilir. Buradan hareketle turizm eğitimi alan ön lisans ve lisans öğrencilerinin turizm endüstrisine karşı tutumlarını ve kariyer planlarını inceleyen çok sayıda ampirik araştırmanın literatürde yer aldığı görülmektedir (Airey ve Frontistis, 1997; Kuşluvan ve Kuşluvan, 2000; Kozak ve Kızıllırmak, 2000; Aksu ve Köksal, 2005; Duman vd. 2006; Solmaz ve Erdoğan, 2013; Yıldız, 2013; Günay ve Akıncı, 2017).

Turizm endüstrisine yönelik tutumları ele alan araştırmaların sonuçları incelendiğinde ise öğrencilerin turizm endüstrisinde bir kariyer düşüncesine çok da sıcak bakmadıkları anlaşılmaktadır. Bazı araştırmalarda öğrencilerin eğitimlerine başlangıç aşamalarında pozitif bir tutuma sahipken, ilerleyen yıllarda negatife doğru bir dönüşüm gerçekleştiği görülmektedir (Erdoğan ve Yılmaz, 2012; Günay ve Akıncı, 2017). Solmaz ve Erdoğan (2013)'ın çalışmasında da turizm eğitimi alan öğrencilerin özel sektörde bir kariyer hedeflemekle birlikte turizme karşı olumlu bir tutum sergilemedikleri tespit edilmiştir. Aynı çalışmada turizmi bir çalışma alanı olarak başka kişilere tavsiye etme noktasında da turizm öğrencilerinin negatife yakın bir tutuma sahip oldukları belirlenmiştir.

Turizm endüstrisine karşı öğrencilerin geliştirdikleri olumsuz tutumun altında yatan sebeplerin genellikle turizmin yapısal koşullarından kaynaklı nedenler olduğu anlaşılmaktadır. Birdir (2002)'in çalışmasında turizmin bir çalışma alanı olarak tercih edilmemesinde "Ücretlerin düşük olması", "İş güvencesi ve çalışma garantisinin olmaması", "Kişiyi prestij kazandırmaması", "Terör, siyaset gibi dışsal faktörlere bağlı risklerin yüksek olması", "Aile yaşantısıyla uyumlu olmama" gibi faktörlerin öğrenciler tarafından öne sürüldüğü görülmektedir. Kuşluvan ve Kuşluvan (2000) araştırmasında öğrencilerin %77'si turizm mesleğinin stresli, % 68'i yorucu olduğunu, % 79'u ise çalışma saatlerinin uzun olduğunu ifade etmiştir. Benzer şekilde öğrencilerin % 87'si turizmde çalışmanın aile yaşamının iş koşullarından olumsuz etkilendiğini, %87'si ise turizmin mevsimlik özelliği nedeniyle sektörde sürekli bir iş bulmanın zor olduğunu belirtmişlerdir. Türker ve arkadaşlarının (2016) nispeten yakın tarihli çalışmasında da elde ettiği bulguların Kuşluvan ve Kuşluvan (2000)'ün çalışması ile büyük ölçüde örtüşmesi, geçen yıllar içerisinde turizm endüstrisinin yapısal koşullarında büyük farklılıkların olmadığı sonucuna ulaştırmaktadır.

3. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizmde yüksek gelir elde edilebilmesi, nitelikli hizmet sunan işletmeler ve gelir düzeyi yüksek turistlerin Türkiye'ye çekilmesi ile mümkün olabilecektir. Diğer taraftan hizmetlerin ayrılmazlık özelliğinden hareketle, hizmetin sunan çalışanların da nitelikli olması gerekliliği müşteri memnuniyetinin sağlanmasında en kritik rolü üstlenen hususlardan biri olarak ifade edilebilir. Turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu nitelikte mesleki formasyonları kazandırma amacı ile kurulan yükseköğrenim kurumlarının da sayısal olarak artışı, yetişmiş çok sayıda işgücünün bu alana kazandırılmasında etkin bir işleve sahiptir. Ancak bundan daha önemli bir husus ise turizm alanında eğitim alan bireylerin yine bu alanda çalışmayı arzu etmesi gerekliliğidir.

Turizm öğrencilerinin turizmde kariyer düşüncesini etkileyen çok sayıda içsel ve dışsal faktör söz konusudur. Önceki araştırmaların içsel özelliklerden ziyade sektörel koşullara odaklandığı görülmektedir. Bununla birlikte turizmde kariyer isteğinin, içsel birtakım özellikler ile ilişkilendirildiği çalışmalar da mevcuttur. Bu araştırmanın amacı, girişimci kişilik özelliklerinin turizm endüstrisinde kariyer yapma isteği ve turizm endüstrisinde çalışmayı tavsiye etme davranışı üzerindeki etkileri tespit edilmesidir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın literatür kısmında da aktarıldığı üzere, turizm eğitimi alan öğrencilerin turizmde kariyer yapmaya istekli olmadıkları, bu alana yönelik tutumlarının da olumsuz olduğu görülmektedir. Bununla birlikte önceki araştırmalar incelendiğinde, çalışmaların tek bir perspektifle konuya yaklaştıkları anlaşılmaktadır. Zira bu araştırmaların neredeyse tamamı turizmde kariyer konusunu, turizmin dışsal koşulları çerçevesinde ele almıştır. Şüphesiz ki istihdam ve çalışma koşulları, bu alanda kariyer düşüncesini etkileyen önemli değişkenlerdir. Ancak yine literatür kısmında aktarıldığı üzere kariyer planlaması ile kişilik

arasında da oldukça yakın bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Bu durum, turizmde kariyer isteğinin yalnızca sektörel dinamikler ile değil, kişisel özelliklerle de ilişkili olduğunu göstermektedir.

Yapılan araştırmalar, turizmde kariyer yapma isteğini etkileyen bazı içsel değişkenlerin, bir diğer ifade ile kişilik özelliklerinin etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda öncü çalışmalardan birinde Türkay ve arkadaşları (2011) hedef yönelimli bir kişilik yapısının turizmde kariyer düşüncesini etkilediğini tespit etmiştir. Solmaz ve arkadaşları (2012) ise sosyotropik ve otonomik kişiliğin turizmde kariyer isteğini açıklamada etkin kişilik özellikleri olduğunu belirlemiştir. Türkay ve Solmaz (2011)'in araştırmasında ise öğrencilerin liderlik yetenekleri ve kariyer değerleri ile turizmde kariyer yapma istekleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Girişimci kişilik özellikleri de bireylerin kariyer planlarına etki edebilecek bir kişilik özelliği olarak ifade edilmektedir. Önceki araştırmaların sonuçlarından hareketle bir kişilik özelliği olarak girişimcilik ile turizmde kariyer isteği arasında anlamlı bir ilişki olacağı söylenebilir. Aynı zamanda girişimci kişilik özelliklerinin turizmde kariyer isteğini açıklamada da anlamlı bir etki üreteceği düşünülmektedir. Bu bağlamda geliştirilen hipotezler aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

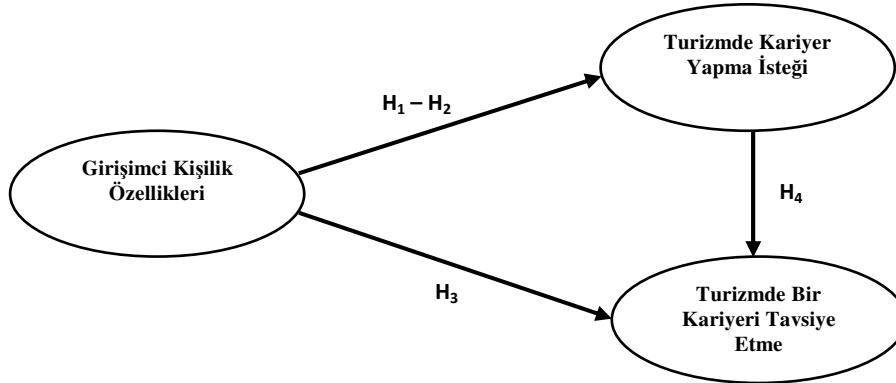
H₁: Girişimci kişilik özellikleri ile turizmde kariyer yapma isteği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Girişimci kişilik özellikleri, turizmde kariyer yapma isteğini etkiler.

Kişilik, insan davranışlarının önemli belirleyicilerinden biri olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda kişilik özelliklerinin turizmi bir kariyer yolu olarak başkalarına da tavsiye etme davranışını etkileyeceği söylenebilir. Psikolojide yaygın olan anlayış, tutumların davranışları etkileyeceği yönündedir. Bir diğer deyişle bireyler tutumları ile uyumlu davranışlar sergilemektedir. Bu durum, bireylerin turizmde kariyer yapma yönündeki tutumlarının, bu endüstriyi başkalarına tavsiye etme davranışlarını da etkileyeceği anlamına gelmektedir. Bu çerçevede geliştirilen hipotezler şunlardır:

H₃: Girişimci kişilik özellikleri, turizmi bir kariyer yolu olarak tavsiye etme davranışını etkiler.

H₄: Turizmde kariyer yapma isteği, turizmi bir kariyer yolu olarak tavsiye etme davranışını etkiler.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı ve Ölçekler

Araştırmada veri toplama aracı olarak "anket" kullanılmıştır. Bir alan araştırması olarak tasarlanan araştırmada, geniş bir örneklem grubundan veri elde etmede kolaylık sağlaması ve elde edilen veriler üzerinde planlanan istatistiksel analizlerin yapılmasına olanak vermesi nedeniyle anket tekniği tercih edilmiştir. Kullanılan anket formu 2 kısımdan meydana gelmektedir. Birinci kısımda, turizm eğitimi alan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve turizm endüstrisinde kariyer yapma düşüncesine ilişkin tutumların belirlenmesi amacıyla 5'li Likert tipi ölçeğe göre derecelendirilmiş iki ölçek yer almaktadır. Bu ölçeklerde yer alan ifadelerin derecelendirmesi en olumsuzdan (1- Kesinlikle Katılmıyorum.), en olumluya (5- Kesinlikle Katılıyorum.) doğrudur.

Girişimci kişilik özelliklerinin tespitinde kullanılan ölçeğin oluşturulmasında Summer (1998) ve Brice (2002)'in çalışmalarından yararlanılmıştır. Söz konusu ölçeklerin Türkiye'de Avşar (2007) tarafından da kullanıldığı tespit edilmiştir. Girişimcilik ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanmasında Avşar (2007)'in çalışması da dikkate alınmıştır. Bu ölçekte yer alan ifade sayısı 41'dir. Birinci kısımdaki diğer ölçek olan turizmde kariyer yapma isteği ölçeğinde ise Solmaz ve Erdoğan (2013)'in çalışmasından yararlanılmıştır. Anket formunun ikinci kısmında ise öğrencilerin demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla oluşturulan kategorik tarzda oluşturulmuş sorular yer almaktadır.

Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın teorik evrenini Türkiye'de turizm eğitimi alan tüm öğrenciler oluşturmaktadır. Ulaşılabilir evrenini ise Sakarya Üniversitesi ile Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans ve



ön lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Her iki üniversitenin turizm bölümlerinde öğrenim gören öğrenci sayısı 2017 yılı itibarıyla yaklaşık 1300 civarındadır. Araştırmanın örnek kümesini kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş 308 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Bir araştırmanın geçerliliği, iç geçerlilik, dış geçerlilik ve ölçek geçerliliği olmak üzere 3 şekilde değerlendirilmektedir (Gliner, Morgan ve Leech, 2015). İç geçerlilik, araştırmanın kurgulandığı neden-sonuç ilişkisinin geçerli olmasını ifade eder. Araştırmanın literatür taraması ve hipotezler bölümünde ifade edildiği üzere, kişilik özellikleri, kariyer planlama davranışının bir belirleyicisi konumundadır. Aynı zamanda bireyin tutumları ile tutarlı davranışlar sergileyeceği göz önünde bulundurulduğunda turizmde kariyer yapmaya ilişkin tutumların turizmi tavsiye etme davranışını da etkilemesi beklenmektedir. Bu açıdan araştırmanın içsel geçerliliğinin yüksek olduğu ifade edilebilir. Dış geçerlilik ise örneklemin evreni temsil gücüdür. Bu noktada örnekleme dâhil edilen iki üniversitede yürütülen turizm eğitiminin tarihi oldukça eskidir. Araştırmacının maddi imkânları çerçevesinde oluşturulan bu örneklem ulaşılabilir evreni temsil gücüne sahiptir. Araştırmada kullanılan ölçekler de konu ile ilgili önceki araştırmalarda kullanılmış ve geçerliliği ispatlanmış ölçeklerdir. Buradan hareketle ölçek geçerliliğinin de sağlandığı söylenebilir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin tespitinde sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan bir yöntem olan Cronbach Alfa katsayısı incelenmiştir. Ölçeğin geneli için hesaplanan Alfa katsayısı 0,832 olarak tespit edilmiştir. Bu değer ölçeğin içsel tutarlılığının yüksek ve güvenilir bir ölçek olduğunu ortaya koymaktadır (Kayış, 2005: 403).

Analizler

Araştırmada öncelikle ölçeğin yapısal geçerliliğinin test edilmesi ve ifadeleri daha az sayıda boyut altında toplayabilmek adına faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma çerçevesinde geliştirilen hipotezlerin sınanması amacıyla korelasyon analizi ve yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerinin aktarılmasında frekans analizi kullanılmıştır.

4. Bulgular ve Yorum

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri sunulmuştur. Katılımcıların cinsiyet açısından dağılımları birbirine yakındır. 17-21 yaş arasındaki öğrencilerin araştırma grubunda 207 kişi ile %67,4 oranında bulunması girişimcilik eğilimlerini ölçmede hedeflenen erken genç yaş grubuna ulaşılabilirliğini göstermektedir. Öğrencilerin önemli bir bölümü (45,8) 1. sınıf öğrencisidir. Lisans ve ön lisans öğrencilerin öğrencilerinin dağılımı da birbirine yakındır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Değişken	Sayı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kız	137	44,5
Erkek	171	55,5
Toplam	308	100,0
Yaş		
17-21	207	67,4
22-26	98	31,9
26+	2	0,7
Toplam	307	100,0
Sınıf		
1.	141	45,8
2.	87	28,2
3.	43	14,0
4.	37	12,0
Toplam	308	100,0
Eğitim		
Ön Lisans	172	56,0
Lisans	135	44,0
Toplam	307	100,0

Faktör analizi gerçekleştirilmeden önce veri setinin faktör analizi koşullarını sağlayıp sağlamadığına ilişkin bazı ön testler gerçekleştirilmiştir. Bilindiği üzere faktör analizi için öncelikli koşul, veri setinin normal dağılım göstermesidir. Veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek adına basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerleri incelenmiştir. Bu değerlerin +2 ve -2 arasında değer aldığı, standart sapma değerlerinin 1’e yakın olduğu, ayrıca mod, medyan ve aritmetik ortalama değerlerinin de birbirine yakın değerler olduğu görülmüştür. Bu değerler veri setinin normal dağılım koşullarını sağladığını göstermektedir (Garson, 2012; George ve Mallery, 2010 ; Tabachnick ve Fidell, 2015: 79).



Aynı zamanda veri setinin faktör analizi için uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Keiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ve Barlett's küresellik testi sonuçları da incelenmiştir. Veri setine ilişkin KMO değeri % 89,7 olarak tespit edilmiştir. Bu değer, araştırma örnekleminin yeterli olduğunu göstermektedir. Ayrıca Barlett's küresellik testi sonucu da anlamlıdır ($p < 0,05$). Bu sonuçlar, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Eroğlu, 2005: 322).

Ölçeğe ilişkin faktör boyutları temel bileşenler analizi yöntemi elde edilmiştir. Faktör analizi neticesinde yorumlanabilir faktörler elde etmek amacıyla da yaygın olarak kullanılan varimaks rotasyonu tekniği kullanılmıştır. Bununla birlikte anlamlandırılabilir boyutlar elde etmek amacıyla özdeğeri 1'den büyük olan boyutlar dikkate alınmış ve eşdeğerliliği 0,50'nin altında olan ifadeler çıkarılarak faktör analizi tekrarlanmıştır. Faktör analizine ilişkin sonuçlar Tablo 2'de aktarılmıştır.

Faktör analizi sonucunda turizm öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin 6 boyut altında toplandığı Tablo 2'den anlaşılmaktadır. Bu 6 boyut tarafından açıklanan toplam varyans % 63,08'dir. Boyutlar içinde "Başarma Arzusu", "Kararlılık" ve "Yenilik" açıkladıkları varyans yüzdeleri ile girişimci kişilik özellikleri olarak turizm öğrencilerinde ön plan çıkan faktör grupları olarak dikkat çekmektedir. Boyutlara ilişkin aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde ise en yüksek değer "Kararlılık" boyutunda olduğu görülmektedir (4,3582). Bu değeri, "Yaratıcılık" (4,3499) takip etmektedir. Buradan hareketle turizm öğrencilerinin kararlı ve yaratıcı bir yapıya sahip oldukları ifade edilebilir.

Diğer yandan en düşük değer "Kendine Güven" boyutunda olması da dikkat çekici bir bulgudur. Her ne kadar bu değer, orta değer olan 3'ün üzerinde olsa da (3,8169) girişimciliğin en önemli özelliklerinden biri olan kendine güven özelliğinin diğer özelliklere nazaran nispeten düşük olması, turizmci girişimci adayları açısından düşündürücüdür.

Tablo 2. Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Boyutları	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Aritmetik Ortalama	Cronbach Alfa	Faktör Yüğü
BAŞARMA ARZUSU	2,830	12,863	4,0356	0,795	
Yenilmekten hic hoşlanmam. asla pes etmem.					,731
Yarışırken her daim kazanmayı düşünürüm.					,723
Yapacağım işte herkesten iyi olmaya çalışırım.					,694
Başkaları ile yarışmak, benim tarzımı yansıtmaktadır					,688
Başarma mutluluğunu içimde çok yoğun hissettiğimden, işimi canla başla yaparım.					,602
KARARLILIK	<u>Özdeğer</u> 2,769	<u>Aç.Varyans</u> 12,856	<u>Art. Ort.</u> 4,3582	<u>Cr. Alfa</u> 0,781	
İnsanlara yardımcı olmayı severim.					,719
İnsanlarla kaynaşmaktan hoşlanırım.					,628
Başladığım işi asla yarım bırakmam, sonuna kadar takip ederim.					,607
Bir şeyi yapacağıma söz verdiğem, mutlaka yaparım					,607
Eğer bir şey yapmaya karar verdiğem ve buna imkânım varsa hiç durmam, hemen yaparım.					,582
YENİLİK	<u>Özdeğer</u> 2,263	<u>Aç. Varyans</u> 11,923	<u>Art. Ort.</u> 4,1232	<u>Cr. Alfa</u> 0,799	
Mevcut sorunları çözebilecek orijinal fikir ve düşünceler üretebilirim.					,768
Gelecekteki müşteri eğilimlerine yönelik yeni mal ve hizmetler tasarlayabilirim.					,716
Geleceğe ilişkin fırsatları yakalayabilecek yeteneğe sahibim.					,695
Bir işyerinde patron olsam, yeni fikirleri ve projeleri olan çalışanlarımı dinlerim.					,675
YARATICILIK	<u>Özdeğer</u> 2,558	<u>Aç. Varyans</u> 11,628	<u>Art. Ort.</u> 4,3499	<u>Cr. Alfa</u> 0,806	
İnsanlar, farklı fikirleri dinleyerek kendilerine bir sentez yaratmalıdır.					,817
İnsan bütün fikirlere açık olmalıdır.					,766
Hayatta yeni deneyimler kazanmalıyım.					,626
Yeni fikirlerin doğması için katılımlı olmaya ihtiyaç vardır.					,613
BAĞIMSIZLIK	<u>Özdeğer</u> 1,595	<u>Aç. Varyans</u> 7,248	<u>Art. Ort.</u> 4,1624	<u>Cr. Alfa</u> 0,495	
Farklı olmaktan çekinmem.					,778
Eğer yaptığım bir işe gerçekten inanıyorsam, çevremdekilere kulak asmadan o işi yaparım.					,618
KENDİNE GÜVEN	<u>Özdeğer</u> 1,503	<u>Aç.Varyans</u> 6,834	<u>Art. Ort.</u> 3,8169	<u>Cr. Alfa</u> 0,539	
Bir kişinin benim hayatımda yönlendirici bir rol oynamasını kabul edemem					,794
Eğer çevremdeki insanlar, boş bir şey peşinde olduğumu söyleseler, onlara kulak asmam.					,781

Varimaks Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi: Açıklanan Toplam Varyans: %63,08; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği: % 89,7; Barlett's Küresellik Testi: $p < 0,001$; df : 231; Değerlendirme Aralığı: (1) Kesinlikle Katılmıyorum - (5) Kesinlikle Katılıyorum.

Başarma arzusu yenilik boyutlarının da aritmetik ortalama değerleri, turizm öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerini taşıdıklarını göstermektedir. Genel olarak bakıldığında ifadeler verilen yanıtlar, öğrencilerin kendilerinde girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğunu göstermekle birlikte, girişimcilik faaliyetlerinde dışsal pek çok faktörün de etkisinin olduğu göz ardı edilmemelidir.



Turizmde kariyer yapma isteğinin ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçlarının detaylı şekilde aktarıldığı Tablo 3'e bakıldığında, yapılan faktör analizi neticesinde açıklanan toplam varyansın % 69,871 olduğu ve söz konusu bu varyans yüzdesinin iki boyut tarafından açıklandığı görülmektedir. Toplam varyansın % 39,568'ini açıklayan ve turizmi tavsiye etmeye yönelik ağırlıklı ifadelerin bulunduğu boyut "Turizmi Tavsiye Etme" şeklinde adlandırılmıştır. Açıklanan toplam varyansın % 30,303'ünü açıklayan ve daha çok turizm endüstrisinde bireysel kariyere yönelik düşüncelere ilişkin ifadelerin yer aldığı bu boyut ise "Turizmde Kariyer İsteği" olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 3. Turizm Endüstrisinde Kariyer Yapma İsteği Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

TURİZMİ TAVSİYE ETME	Özdeğer 4,748	Aç. Varyans 39,568	Art. Ort 3,1737	Cr. Alfa 0,916	Faktör Yükü
Gelecekte çocuklarımla da turizm eğitimi almasını isterim.					,911
Çocuklarımla da turizm endüstrisinde bir kariyer yapmasını isterim.					,890
Üniversite sınavına girecek olan öğrencilere turizm bölümlerini tavsiye ederim.					,745
Çevremdeki insanlara (arkadaş, dost, akraba vs.) bir meslek olarak turizmi tavsiye ederim.					,744
Bir kariyer yolu olarak kendime turizmi seçtiğim için mutluyum.					,623
Bir kariyer yolu olarak turizmi seçmem doğru bir karardır.					,618
Turizmin dışında başka bir alanda çalışmayı düşünmüyorum.					,522
TURİZMDE KARIYER İSTEĞİ	Özdeğer 3,636	Aç.Varyans 30,303	Art. Ort 3,5005	Cr. Alfa 0,876	Faktör Yükü
Turizmde bir yönetici veya departman müdürü olabilmem için bu endüstride çalışmam gerekir.					,841
Turizmde bir iş bulabilmek için elimden gelen gayreti göstereceğim.					,796
Mezun olduktan sonra turizmde çalışmak istiyorum.					,703
Profesyonel geleceğimi turizm endüstrisinde görüyorum.					,604
Mezun olduktan sonra turizmle ilgili her türlü işi yaparım.					,574

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi: Açıklanan Toplam Varyans: % 69,871; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: 0,928; Barlett Küresellik Testi: $p < 0,05$; Ki-Kare: 2803,085; Df: 66; Değerlendirme Aralığı: (1) Kesinlikle Katılmıyorum – (5) Kesinlikle Katılıyorum.

Faktör analizi neticesinde ortaya çıkan iki boyutlu yapı öğrencilerin, turizmde kariyer noktasında daha iyimser ancak, tavsiye etme boyutunda oldukça negatif olduklarını ortaya koymaktadır. Bu durum, turizm eğitimi alan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümden de dolaylı olarak memnun olmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Zira tutumların davranışları etkileyeceği varsayımından hareketle, turizm alanında bir kariyere karşı olumlu bir tutum sergileyen bireylerin bu endüstriyi diğer bireylere de tavsiye edeceği düşünülmektedir. Ancak sonuçlar, bunun aksi yöndedir.

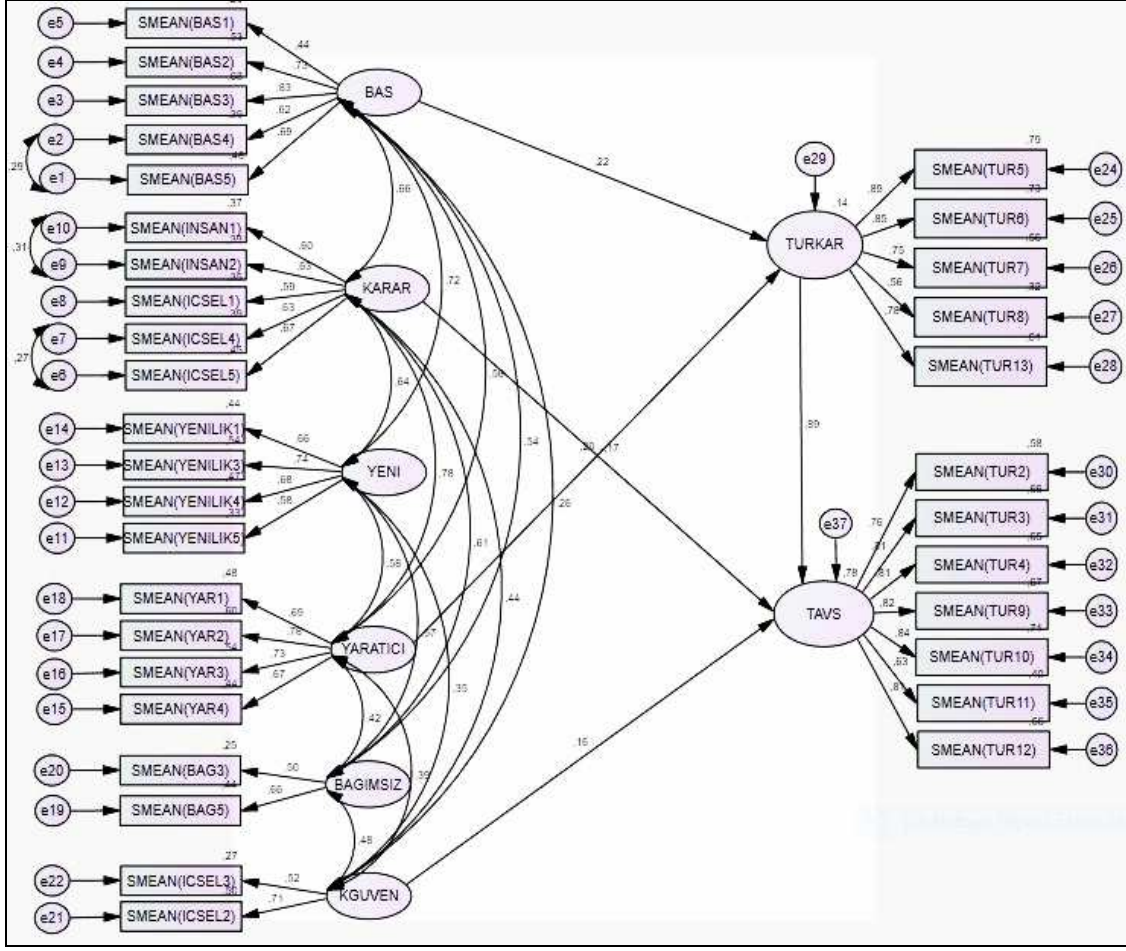
Tablo 4. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Başarıma Arzusu	Kararlılık	Yenilik	Yaratıcılık	Bağımsızlık	Kendine Güven
Turizmde Kariyer	0,280*	0,264*	0,261*	0,294*	0,082	0,196*
Turizmi Tavsiye Etme	0,201*	0,161*	0,189*	0,194*	0,060	0,169*

* $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı korelasyon

Turizmde kariyer yapma isteği ile girişimci kişilik özelliklerinin boyutları arasındaki ilişkiyi inceleyen korelasyon analizi sonuçları Tablo 4'de aktarılmıştır. Tablo incelendiğinde, en yüksek korelasyon değerinin yaratıcılık ve turizmde kariyer boyutları arasında olduğu görülmektedir ($r: 0,294$; $p < 0,01$). Çok yüksek bir değer olmamakla birlikte turizm öğrencilerinin yaratıcılık yönleri ile bu endüstride bir kariyer düşünceleri arasında pozitif bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Tablo 4'teki sonuçlar bağımsızlık hariç diğer tüm girişimci kişilik özellikleri boyutları ile turizmde kariyer düşüncesi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, turizmi tavsiye etme davranışı ile girişimcilik özellikleri arasındaki korelasyonun da nispeten düşük olduğu gözlenmektedir. Analiz sonuçlarına göre H_1 hipotezi desteklenmektedir.

Şekil 2. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma ve Turizmi Tavsiye Etme Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Yol Diyagramı



Model Uyum Değerleri: χ^2/df : 2,140; RMR: 0,067; RMSEA: 0,061; IFI: 0,890; CFI: 0,889; GFI: 0,834

Araştırma modelinde ortaya koyulan H₂, H₃ ve H₄ hipotezlerinin bütüncül şekilde sınanması amacıyla yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi, sürekli ya da süreksiz, bir ya da daha fazla bağımsız değişken ile sürekli ya da süreksiz bir ya da daha fazla bağımlı değişken arasındaki ilişki dizilerini test eden istatistiksel test topluluğudur. (Ullman, 2015: 681). Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerin test edilmesinde de yapısal eşitlik modellemesinin bir türü olan yol analizinden yararlanılmıştır.

Yol analizi, iki veya daha çok değişken arasındaki nedensel ilişkilerin test edilmesinde, doğrudan ve doğrudan olmayan ilişkilerin karşılaştırılmasında kullanılan ve çoklu regresyon ile yakından ilişkisi olan bir tekniktir (Meydan ve Şeşen, 2011: 27). Oluşturulan yapısal modele ilişkin sonuçlar Şekil 2'de gösterilmektedir. Yol diyagramının son hali, anlamsız etki üreten boyutların analizden çıkarılıp analizin tekrarlanması neticesinde ortaya çıkarılmıştır. Yol diyagramının son haline ilişkin uyum değerlerine bakıldığında χ^2/df değerinin iyi uyum değerine sahip olduğu (2,140), diğer değerlerin de kabul edilebilir uyum sınırları içerisinde yer aldığı görülmektedir (Rmr: 0,067; Rmse: 0,061; Ifi: 0,890; Cfi: 0,889; Gfi: 0,834). Analiz sonuçları, girişimci kişilik özelliklerinin turizmde kariyer yapma isteği ve turizmi tavsiye etme davranışı üzerinde etki ürettiğini göstermektedir. Yol analizinin sonucuna ilişkin detaylar Tablo 5'te aktarılmaktadır.



Tablo 5. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma ve Turizmi Tavsiye Etme Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Yol Analizi Sonuçları

Hipotezler	R ²	Beta (β)	Std. hata	t değeri	p değeri
Başarım Arzusu → Turizmde Kariyer İsteği	0,14	0,216	0,129	2,655	0,008*
Yaratıcılık → Turizmde Kariyer İsteği		0,200	0,168	2,447	0,014*
Kararlılık → Turizmi Tavsiye Etme	0,78	0,171	0,095	3,083	0,002*
Kendine Güven → Turizmi Tavsiye Etme		0,162	0,073	2,503	0,012*
Turizmde Kariyer → Turizmi Tavsiye Etme		0,893	0,060	13,645	0,000*

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Yol analizinin sonuçları incelendiğinde, girişimci kişilik özelliklerinden “Başarım Arzusu” ($\beta=0,216$; $p < 0,008$) ve “Yaratıcılık” ($\beta=0,200$; $p < 0,014$) boyutlarının turizmde kariyer yapma isteği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu iki boyut, turizmde kariyer yapma isteğinin % 14’ünü açıklamaktadır. Bu iki boyutun aynı zamanda korelasyon analizi sonuçlarında da turizmde kariyer isteği ile en yüksek korelasyon değerine sahip iki boyut olduğu belirtilmelidir. Diğer boyutların turizmde kariyer isteği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadıkları tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Bu nedenle H₂ hipotezi kısmen desteklenmektedir.

Turizm endüstrisi, emek-yoğun yapısı gereği çok sayıda kişinin istihdam edildiği bir alandır. Aynı endüstride çalışan sayısının fazla olması, çalışanlar arasında da doğal bir rekabet ortamının oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Ancak gerekli çabayı gösteren bireylerin yine bu endüstride hak ettikleri noktalara gelebildiği gözlenmektedir. Başarım arzusunun turizmde bir kariyer düşüncesini etkilemesi ve birbiri ile pozitif ilişki göstermesi, bu açıdan doğal bir durum olarak değerlendirilebilir. Benzer şekilde yaratıcılık yeteneği de dinamik bir endüstri olan turizmde çalışanların bireysel anlamda rekabetçilik düzeylerine katkı yapacak önemli bir kişilik özelliğidir. Zira turizm işletmeciliği hızla değişebilen yönetsel koşulları ve turist beklentileri ile yaratıcı yeteneği ve analiz becerileri gelişkin çalışanlara ihtiyaç duymaktadır.

Araştırmanın bir diğer bağımlı değişkeni olan “Turizmi Tavsiye Etme” boyutu üzerinde anlamlı etki üreten 3 boyut olduğu Tablo 5’te görülmektedir. Her ne kadar bu üç boyutun turizmi tavsiye etme davranışı üzerindeki etkisinin % 78 olduğu görülse de beta değerlerine bakıldığında en yüksek açıklayıcılığa sahip boyutun “Turizmde Kariyer Yapma” boyutu olduğu anlaşılmaktadır ($\beta=0,893$; $p < 0,014$). Psikoloji literatüründe yaygın olarak benimsenen tutumların davranışları etkilediği yönündeki görüşün araştırma sonuçları ile desteklendiği görülmektedir. Nitekim turizmde bir kariyer düşüncesine sahip bireyler turizmi tavsiye etme yönünde bir davranış sergilemektedir. Bulgular, H₄ hipotezini desteklemektedir.

Turizmi tavsiye etme davranışını etkileyen diğer iki boyut, girişimci kişilik özelliklerinden “Kararlılık” ve “Kendine Güven” boyutlarıdır. Turizm endüstrisinin çalışma koşullarında kararlılık ve kendine güven en az başarım arzusu kadar önemlidir. Zira genç girişimcilerin bu alana dahil olabilmesi ve tutunabilmesi, bu iki kişilik özelliğinin önemini ortaya koymaktadır. Yukarıda da ifade edildiği üzere turizm gibi mücadelenin yüksek olduğu bir alanı başka bireylere tavsiye etme davranışında da turizmde çalışmak için gerekli kişilik özelliklerin etken olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda H₃ hipotezinin de kısmen desteklendiği söylenebilir.

5. Tartışma ve Sonuç

Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm endüstrisinde çalışma isteğinin literatürde tek boyutlu olarak ele alındığı görülmektedir. Nitekim bu çalışmaların pek çoğunda öğrencilerin turizmin çalışma koşulları hakkındaki algı ve tutumları incelenmiştir. Söz konusu araştırmaların literatüre anlamlı katkılar yaptığı ifade edilmelidir. Zira turizm endüstrisi Türkiye’de her geçen yıl hacmini artırmaktadır.

Gelişen turizm, bu alanda nitelikli işgücü ihtiyacının doğmasına neden olmaktadır. Bu ihtiyaca cevap üretmek amacıyla kurulan yükseköğretim kurumlarının sayısı da turizm endüstrisindeki gelişmeye paralel şekilde artış göstermektedir. Bu noktada turizmin gerektirdiği niteliklere haiz öğrenciler, bu eğitim kurumlarının farklı bölümlerinde yetiştirilmeye çalışılmaktadır. Ancak burada bir sorunla karşılaşmaktadır. Literatür taraması kısmında da ifade edildiği üzere yapılan araştırmalar, öğrencilerin turizm endüstrisinde çalışmaya pek sıcak bakmadıklarını göstermektedir. Ancak yine bu araştırmaların büyük bir bölümünde turizmin tercih edilmeme nedenleri olarak turizmin istihdam ve çalışma şartları olarak ileri sürülmektedir. Ancak literatür, bireylerin kariyer tercihlerinde başta kişilik olmak üzere pek çok farklı değişkenin rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Bu araştırma, turizmde kariyer düşüncesi üzerinde bir kişilik özelliği olarak girişimci kişilik özelliklerini ele almıştır. Nitekim bu alanda sınırlı da olsa yapılan bazı araştırmalar, kişiliğin turizm



endüstrisinde çalışma düşüncesi üzerinde bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur (Solmaz ve Türkay, 2011; Türkay, Solmaz ve Erkol, 2011; Solmaz ve diğ., 2012). Araştırma sonuçları, girişimci kişilik özelliklerinin de turizm endüstrisinde kariyer yapma düşüncesi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Aynı zamanda girişimci kişilik özelliklerinin turizm endüstrisinde kariyer yapmayı başkalarına tavsiye etme davranışı üzerinde de etkili olduğu araştırmada elde edilen önemli bulgular arasındadır. Araştırma bulguları, kişilik ve kariyer tercihleri arasında yakın bir ilişkinin olduğunu ileri süren araştırmaların bulgularını da doğrular niteliktedir (Rogers vd., 2008; Gunkel vd., 2010; Günay, 2013). Turizmde kariyer yapma düşüncesinin turizmi tavsiye etme davranışını etkilemesi ise psikolojide yaygın olarak kabul edilen tutumların davranışları etkilediği savını desteklemektedir. Girişimci kişilik özelliğini turizmde kariyer bağlamında ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan literatüre anlamlı bir katkı sunulduğu düşünülmektedir.

Girişimci kişilik özelliklerine ilişkin boyutlardaki aritmetik ortalama değerleri, turizm öğrencilerinin bireysel anlamda girişimci kişiliğe sahip olduklarına yönelik bir kanaatlerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bu boyutlar içerisinde en düşük ortalamanın kendine güven boyutunda olması, potansiyel yönetici adaylarının iş yaşamları açısından kaygı vericidir. Zira kendine güven bir girişimcide olmazsa olmaz özelliklerin başında gelmektedir.

Bilimsel araştırmaların pek çoğunda olduğu gibi bu araştırma için de belirli kısıtlar söz konusu olmuştur. Bu kısıtların başında örneklem büyüklüğü ifade edilebilir. Bununla birlikte kariyer planlamasının; kişilik başta olmak üzere çok sayıda değişkenin etkisi altında verilen bir kararlar topluluğu olarak düşünülürse, farklı değişkenlerin birlikte analiz edildiği, kapsamı genişletilmiş bir araştırma daha sağlıklı sonuçlar üretebilecektir.

KAYNAKÇA

- Ağca, V. ve Kurt, M. (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı 29, ss. 83-112.
- Airey, David and Athanassios Frontistis (1997). Attitudes to Careers in Tourism: An Anglo Greek Comparison. *Tourism Management*, 18(3): 149-158.
- Aksu, A. A. and C. Deniz Köksal, (2005). Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5): 436-447.
- Allen, K. R. (2006). *Launching New Ventures, An Entrepreneurial Approach*. Fourth Edition, Boston: Houghton Mifflin Company.
- Avşar, M. (2007). *Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Çukurova Üniversitesinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bacanlı, F. (2006). Personality Characteristics as predictors of Personal Indecisiveness. *Journal of Career Development*, Vol. 32, Iss. 4, pp. 320-332.
- Başar, M. (2007). *Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri*. İçinde "Girişimcilik". (Edt: Y. Odabaşı). (Yayın No: 824), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Bilge, H. ve V. BAL (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2012/2, Sayı. 16, ss. 131-148.
- Birdir, K. (2002). Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Nedenleri: Bir Nominal Grup Araştırması Tekniği. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop*, 11-13 Aralık, Ankara, ss.:495-511.
- Bozkurt, Ö. (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. Cilt 2, Sayı 2, ss. 93-111.
- Bozkurt, V. ve Ş. Baştürk (2009). Kobi Girişimcilerinde Risk Ve Belirsizlik Algıları: Bursa Örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, ss.43-73.
- Brice, J. (2002). *The Role of Personal Dimension and Occupational Preferences on The Formation of Entrepreneur Intention*. Unpublished Doctorate Dissertation, Department of Management and Information Systems, Mississippi State University.
- Çetiner, M. (2014). *Bireysel Kariyer Planlaması ile Kişilik Arasındaki İlişkinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dinler, Z. (2006). *İktisada Giriş*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Duman, T., M. Tepeci ve K. Unur, (2006). Mersin’de Yükseköğretim ve Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algulamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1): 51-69.
- Efil, İ. (2004). *İşletme Yönetimi*. Bursa: Aktüel Yayınları.
- Erdiç, S. B. ve Yılmaz, G. (2012). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilere Yönelik Betimleyici Bir Araştırma: Turizm, Turist ve Antalya İle İlgili Görüşleri. 13. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 6-9 Aralık Antalya.
- Eroğlu, A. (2005). *Faktör Analizi*. içinde "SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri" (Edt: Şerif KALAYCI), Ankara: Asil Yayın-Dağıtım.
- Erol, E. (2013). *Bireylerin Kişilik Tipleri ve Demografik Özelliklerinin Kariyer Tercihlerindeki Rolüne İlişkin Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Garson, D. (2012). *Testing Statistical Assumptions*. Statistical Associates Press. <http://www.statisticalassociates.com/assumptions.pdf>, E.T. 26.11.2016.
- Gedeon, Steve (2010), What is entrepreneurship?. *Entrepreneurial Practice Review*, Volume 1, Summer. (<http://www.entryerson.com/epr/index.php/jep/article/viewFile/60/43>)
- George, D. and Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson.
- Gliner, Jeffrey A., G. A. Morgan ve N. L. Leech (2015). *Uygulamada Araştırma Yöntemleri: Desen Analizi ve Bütünleşiren Yaklaşım*. (Çeviri Editörü: Selahattin Turan), İkinci Basımdan Çeviri, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gökdeniz, İ. ve Merdan, E. (2011). Kişilik ile Kariyer Seçimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, ss. 23-36.
- Gunkel, M., Schlaegel, C., Langella M. I., Peluchette, J. V. (2010). Personality and Career Decisiveness. *Personel Review*, Vol. 39 No. 4 pp. 503-524.
- Günay, İ. ve Akıncı, Z. (2017). Turizmde Sürdürülebilirlik Açısından Öğrencilerin Sektöre Karşı Tutumlarının Mezuniyet Sonrası Kariyer Planlaması ve Seçimine Etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9, Sayı 20, ss. 1-19.
- Gürol, Y. and Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst, University Students, Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education and Training*, 48/1, pp.25-38.



- Hansemark, O. C. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on Need for Achievement and Locus of Control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 4 Iss. 1, pp. 28-50.
- Hisrich, R. D. ve M. P. Peters (1989). *Entrepreneurship*. Boston: BPI-IRWIN.
- Kayalar, M. ve N. Ömürbek (2007). Girişimci Adayların Risk Almaya Yatkinlik Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:21, Sayı:1, ss.186-200.
- Kayış, A. (2005). *Güvenilirlik Analizi. içinde "SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri"* (Edt: Şerif KALAYCI), Ankara: Asil Yayın- Dağıtım.
- Kozak, M. Akoğlan. ve Kızılırmak, İ. (2001). Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl 12, Bahar, ss. 9-16.
- Kunday, Ö. (2008). *Effect of Personal Characteristics and Gender on Entrepreneurship and Innovativeness: A Comparative Study on Turkish Entrepreneurs*. Yeditepe University, Graduate Institute of Social Sciences, Published doctorate dissertation.
- Kusluvan, Salih ve Zeynep Kusluvan, (2000). Perception and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Toward Working In the Tourism Industry In Turkey. *Tourism Management*, 21(3): 251-269.
- Lounsbury, J. W. et. al. (2003). An Investigation of Personality Traits in Relation to Career Satisfaction. *Journal of Career Assessment*, Vol 11 No. 3, pp. 287-307.
- Merdan, E. (2011). *Kişilikle Kariyer Seçimi İlişkisinin İncelenmesi: Özel Sektörde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Merrotsy, P. (2013). Tolerance of Ambiguity: A Trait of the Creative Personality?. *Creativity Research Journal*, (25) 2: 232-237.
- Meydan, C. H. ve H. Şeşen (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi: AMOS Uygulamaları*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mucuk, İ. (2013). *Modern İşletmecilik*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Orman, S. (2009). *Factors Affecting Entrepreneurial Intentions: An Application for University Students and University Graduates Employees*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Örücü, Edip, R. Kılıç ve Ö. Yılmaz (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi Üzerine Bir Uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, ss. 27-47.
- Parks, L. ve Guay, R. P. (2009). Personality, values and motivation. *Personality and Individual Differences*, (47): 675-684.
- Prabhu, V., Sutton, C. and Sauser, W. (2008). Creativity and Certain Personality Traits: Understanding the Mediating Effect of Intrinsic Motivation. *Creativity Research Journal*, 20(1): 53-66.
- Rogers, M. E., Creed, P. A. and Glendon, I. (2008). The Role of Personality in Adolescent Career Planning and Exploration: A Social Cognitive Perspective. *Journal of Vocational Behaviour*, (73): 132-142.
- Simpheh, K. N. (2011). Entrepreneurship theories and Empirical research: A Summary Review of the Literature. *European Journal of Business and Management*, Vol:3, No:6, pp.1-8.
- Solmaz, S. A. ve Erdoğan, Ç. (2013). Turizm Eğitimi Alan Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisine Bağlılık Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık 2013, Kayseri, ss.557-573.
- Solmaz, S.A., Erdoğan, Ç., Türkay, O. ve Korkutata, A. (2012). Sosyotropi ve Otonomi Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki Etkileri. *Barın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(5): 47-70.
- Soyşekerci, S. ve A. Akatay (2004). Girişimcilik Paradigmalarında Kaymalar ve Girişimcilikte Profil Eksenleri. *TSA*, Yıl:8, ss. 64-76.
- Spector, P. E. (1982). Behaviour in Organizations as a Function of Employee’s Locus of Control. *Psychological Bulletin*, Vol. 91 No. 3, pp. 482-497.
- Sternberg, R. J. ve Lubart, T. I. (1999). The Concept of Creativity: Prospect and Paradigms. *Handbook of Creativity*, (Ed. R. J. Sternberg), Cambridge University Press.
- Summers, D. (1998). An Emprical Investigations of Personal and Situational Factors That Relate to Formation of Entrepreneur Intensions. *Unpublished Doctorate Dissertation*, Texas Universty, p.1-189.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, C. 7. Sayı 1. ss. 101-117.
- Tabachnick, Barbara G. and L. S. Fidell (2015). *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı. Altıncı Basımdan Çeviri*. (Çeviri Editörü: Mustafa BALOĞLU), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu (1998). *Büyük Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Türkay, O., Solmaz, S. A. ve Erkol, G., (2011). Hedef Yönelimliliğinin Turizmde Kariyer Yapma İsteğine Etkisi: Potansiyel Turizm Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *II. Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu*, 11-13 Mart, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, ss.: 228-247.
- Türkay, O., ve Solmaz, S. A. (2011). Liderlik Yeteneği ve Kariyer Değerlerinin Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2, pp.: 46-71.
- Türker, N. Uçar, M. ve Ateş, M. A. (2016). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü Algıları: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Üzerine bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 6, Sayı 2, ss. 311-333.
- TÜSİAD (2002), Türkiye’de Girişimcilik, Yayın No: TÜSİAD-T/2002/12/340, İstanbul.
- Ullman, Jodie B. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi. içinde "Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı"* Altıncı Basımdan Çeviri (Çeviri Editörü: Mustafa BALOĞLU), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, .
- Uygun M., Mete S. ve Güner E. (2012). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasında İlişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimler Dergisi*, 4(2): 145-156.
- Ürper, Y. (2007). *Girişimcilikte Yaratıcılık. İçinde Girişimcilik*. (Edt: Y. Odabaşı). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Yayın No: 824. ss. 19-40.
- World Tourism Organizaton-UNWTO (2017). *Tourism Highlighgt*. WTO Publications.
- WTTC, World Travel & Tourism Council, (2014), The Comparative Economic Impact of Travel & Tourism ve Travel & Tourism, s.2
- Yıldız, S. B. (2013). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik Bakış Açılarının Belirlenmesi. 14. *Ulusal Turizm Kongresi*. 5-8 Aralık 2013, Kayseri, ss. 595-614.
- Zenasni, F., Besançon, M. and Lubart, T. (2008). Creativity and Tolerance Ambiguity. *Journal of Creative Behaviour*, Creative Education Foundation. 42 (1), 61-72.