



Araştırma Makalesi (Research Article)

**KARİYER ETKİNLİKLERİNDE TURİZM SEKTÖR TEMSİLCİLERİNİN VE TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN BEKLENTİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ (EVALUATION OF EXPECTATIONS OF TOURISM SECTOR REPRESENTATIVES AND TOURISM STUDENTS AT CAREER EVENTS)\*\***

Murat AKSU<sup>1\*</sup> (orcid.org/ 0000-0003-2429-4624)

Ecevit SAYILIR<sup>2</sup> (orcid.org/ 0000-0001-9522-3757)

Gencay SAATCI SAVSA<sup>3</sup> (orcid.org/ 0000-0002-7842-989X)

<sup>1,2,3</sup>Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Çanakkale, Türkiye

**Özet**

Günümüz yaşam koşullarında üniversiteyi bitiren gençlerin iş tecrübesi olmadan sektörde kendilerine iş bulmaları hayli zor olmaktadır. Bundan dolayı turizm gibi hizmet sektörlerinde mezuniyet öncesi sektöre hazırlık önemli bir yer tutmaktadır. Üniversitelerde öğrencileri mezuniyetleri sonrasında sektöre mümkün olduğunca hazır hale getirmek için yapılan önemli faaliyetlerden biri de kariyer etkinlikleri olmaktadır. Bu etkinlikler de öğrencilerin sektör temsilcileriyle buluşmaları sağlanmaktadır. Çalışmanın amacı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin kariyer etkinliğine katılan turizm sektör temsilcilerinin ve turizm öğrencilerinin karşılıklı beklentilerinin tespit edilmesidir. Çalışmanın evrenini kariyer etkinliğine katılan 64 işletme ve fakültede öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında amaçlı örnekleme yapılarak demografik ve açık uçlu sorulardan oluşan bir form kullanılarak 25 işletme ile e-posta üzerinden yazılı olarak, 29 öğrenci ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşme formları içerik analizine tabi tutularak raporlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, etkinliğe katılan işletmelerin nitelikli personel bulma ve kendilerini tanıma beklentileri ön plana çıkmaktadır. Öğrencilerin ise kariyer hedeflerine uygun nitelikli işletme bulma ve işletmeleri tanıma beklentileri ön plana çıkmıştır. Bunun yanında işletmeler öğrencilerin yeterli katılım göstermediğini belirtirken; öğrenciler ise daha fazla işletmenin katılım göstermesini istemişlerdir. Hem işletmeler hem de öğrenciler kariyer etkinliğinin birkaç güne daha yayılması konusunda ortak görüş belirtmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Çanakkale, Kariyer Etkinlikleri, Turizm Sektörü, Turizm Öğrencileri, Beklenti

**Abstract**

In today's living conditions, it is quite challenging for young people who have graduated from university to find a job in the sector without any work experience. Therefore, pre-graduation preparation for the sector holds significant importance in service industries such as tourism. One of the key activities undertaken at universities to prepare students for the sector as much as possible after graduation is career events. These events enable students to meet with industry representatives. The aim of this study is to identify the mutual expectations of tourism sector representatives and tourism students who participated in the career event of the Tourism Faculty of Çanakkale Onsekiz Mart University. The population of the study consists of 64 businesses that participated in the career event and students studying at the faculty. Within the scope of the study, purposive sampling was conducted, and a form consisting of demographic and open-ended questions was used to conduct written interviews via email with 25 businesses and face-to-face interviews with 29 students. The interview forms were subjected to content analysis and reported. As a result of the study, the expectations of businesses participating in the event to find qualified personnel and to promote themselves came to the forefront. On the other hand, the students' expectations to find qualified businesses that align with their career goals and to get to know these businesses were highlighted. Additionally, while businesses noted insufficient student participation, students expressed a desire for more businesses to participate. Both businesses and students agreed that the career event should be extended over a few more days.

**Keywords:** Çanakkale, Career Events, Tourism Sector, Tourism Students, Expectations

**Giriş**

Son yıllarda özellikle bireylerin ekonomik düzeylerinin yükselmesi, buna bağlı olarak boş zamanlarının artması, destinasyonlara erişimin kolaylaşması ve teknolojik gelişmeler turizmin küresel çapta hızla yükselen

\*\*Bu makale, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından 18-20 Nisan 2024 tarihinde düzenlenen IV. Ulusal / I. Uluslararası Balıkesir Turizm Kongresinde genişletilmiş özet bildiri olarak sunulmuştur.

\*Sorumlu yazar: [drmurataksu@comu.edu.tr](mailto:drmurataksu@comu.edu.tr)

DOI: 10.33083/joghat.2024.414

bir sektör olmasına sebep olmuştur. Bu durum turizm faaliyetinin sosyal, politik, kültürel ve ekonomik yapıya etki etmesine olanak sağlamıştır. Turizm hizmetlerin sunumunun hacmi ve karmaşıklığı, seyahat ve turizm endüstrilerinin gelişmesini hızlandırmıştır (Bunghez, 2016). Turizm ülke ekonomisi için ciddi bir gelir sağlamakta, istihdamı arttırmakta, alt yapının gelişmesini sağlamakta ve yerel halk ile turistler arasında kültürel bir bağ oluşturmaktadır. Bunun sonucunda ülkelerin ekonomisindeki ve sosyal yapılarındaki artan etkisine bağlı olarak turizmin kazandığı ivme diğer sektörler göre daha fazla olmuştur. Turizm özellikle gelişmekte olan ülkeler, bölgeler için ekonomik büyümenin önemli bir kaynağı ve GSYİH'ya önemli bir katkı sağlayan faktörlerdendir (Buhalis vd., 2022).

Ülkelere sağladığı döviz girdisi açısından büyük bir potansiyele sahip olan turizm, pek çok kişiye iş imkânı oluşturan oldukça karlı bir sektör olarak görülebilir (Kalaiarasan and Panchalan, 2024). Turizm endüstrisinin iş sektörü üzerindeki etkisi ve dünya genelinde hızlı bir şekilde büyümesiyle birlikte, birçok ülkede yetişmiş insan kaynaklarına yönelik talep artmıştır. Turizm endüstrisi kariyer gelişimini deneyimleyen en karlı sektörler arasındadır. Doğal olarak bu turizm eğitiminde hızlı bir gelişme yaratmıştır. Turizmin birçok ülkede önemli ekonomik etkileri olan bir sektör olarak kademeli bir şekilde büyümesi, aynı zamanda işgücünde ve sektör içindeki işletmelerin idaresinde daha yüksek profesyonellik ihtiyacına yol açmıştır (Edelheim, 2020). Turizm endüstrisinin iş sektörü üzerindeki etkisi, turizm eğitimi veren okullara ve öğrencilerine hem zorluklar hem de yeni fırsatlar sunmaktadır. Turizm sektöründe çalışacak kişilerin işlerine kendilerini adanmış olması gerekmektedir. Bugünün öğrencilerinin yarının çalışanları olacağını unutmamak ve onların kariyerlerini oluşturma konusundaki her türlü yönlendirmenin büyük önemi bulunduğunu öngörmek gerekmektedir.

Turizm fakültelerinde verilen mesleki eğitimin yanında fakültelerin düzenledikleri ve öğrencilerinin kariyer yolculuğuna önemli yeri olan kariyer etkinlikleri, üzerinde dikkatle durulması gereken faaliyetlerdendir. Üniversitelerde düzenlenen kariyer etkinlikleri özellikle en iyi yetenekleri çekme rekabeti göz önüne alındığında, şirketlerin işe alım hedeflerine ulaşmasının bir yoludur (Silkes, Adler and Phillips, 2010). Bu etkinlikler öğrencilerin çalışacakları sektörün temsilcileri ile etkileşim içerisine girmeleri, yeni eğilimleri takip edebilmeleri ve sonrasında çalışabilecekleri potansiyel iş yerlerini tanımaları için güzel fırsatlar taşımaktadır. Bu çalışma, turizm sektöründeki kariyer etkinliklerinin önemini belirtirken Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi 12. Kariyer Günleri Etkinliği' ne katılan öğrencilerin ve katılımcı işletmelerin beklentilerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

### **Kavramsal Çerçeve**

Günümüzde küreselleşme etkisi, teknolojik gelişmeler ve insan kaynaklarında bilginin ön planda olması kariyer kavramının önemini arttırmaktadır. Kariyer kelimesi Latince “savaş veya arabası” anlamındaki “carrus”tan ve “yol” anlamındaki “carrera” kelimesinden türemiştir. Bu kelime bireyin mesleki anlamda yaşam seyri anlamında kullanılmaktadır. Kavram İngilizce’deki “career” kelimesiyle “meslek” anlamında bugünkü kullanımına uygun şekilde kullanılmaktadır (Tutar, 2020). Kariyer, Türk Dil Kurumu internet sözlüğünde “Bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık” şeklinde belirtilmektedir (TDK, 2024). Literatür incelendiğinde araştırmacıların kariyerle ilgili farklı tanımlamalar yaptıkları görülmektedir. Bakioğlu ve İnandı (2001), kariyeri, kişinin yaşam boyu edindiği mevki, özellikle belli bir meslek dalında parasal gelirini ve sorumluluklarını yükselterek ilerlemesi şeklinde tanımlamaktadır. Geleneksel kariyer yaklaşımını yansıtan bu tanıma göre kişinin çalışma süresi bellidir, gelebileceği en yüksek mevki bellidir, çıkabileceği hiyerarşik basamaklar bellidir. Günlük hayatın sosyal akışında kariyer gelişiminden birey kendisi sorumludur. Savickas (2012)’a göre kariyer gelişim süreci; bir kişinin hayatı boyunca yaşadığı roller arasındaki uyumu ve gelişimi gerçekleştirmek amacıyla yerine getirdiği faaliyetlerin bütünüdür. Günümüzde kariyerin eskiye nazaran daha radikal hamleler, doğaçlama ve kişisel değerlerin ifade edilmesini içerdiğini söylemek mümkündür (Arnold, 2002).

Kariyer kavramının sadece işletmelerle ilgili olmadığı ve işletmelerde çalışsın ya da çalışmasın bireylerin de kariyer sahibi olabileceği gerçeği kariyer yönetimini önemli yapmaktadır. Burada kariyer yönetimi ile çalışanların ve işletmenin birbirlerini tanıırken karşılıklı olarak beklenti ve isteklerini de anlamaları amaçlanmaktadır. Böylelikle karşılıklı olarak bir uyumlanma yaşanmaktadır (Seçer, 2013). Geleneksel işletmecilikten çağdaş yönetim anlayışına geçişin etkisi olarak işletmelerdeki çalışanların da bakış açıları zamanla değişmiştir. Bu da işletmelerdeki yöneten ve yönetilenlerde donanımsal niteliklerde değişime sebep olmuştur (Bakioğlu ve İnandı, 2001). Faaliyetlerini turizm sektöründe sürdüren işletmeler için konuklara en yüksek seviyede kaliteli hizmet sunumu konuk memnuniyetini sağlamak için önemli bir unsurdur. Turizm endüstrisinde insan kaynakları değerli bir yere sahiptir. İyi iletişim, kusursuz hizmet anlayışıyla müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilme, takım çalışması ve turistlerin beklentilerini anlama becerilerine sahip bireyleri

işletmelere çekme insan kaynaklarının uzmanlığıdır (Laliberté, 2006). Bu sebeple işletmeler gerekli mesleki ve teknik eğitimini tamamlamış, kişiliği gelişmiş, iletişim kabiliyeti yüksek bireyler tercih ederler (İnce ve Kendir, 2016). Çelik (2016) turizm eğitiminin bireylere hizmet sektörünün ihtiyaç duyduğu turizm kişiliği, çeşitli yetenekler ve etkin olma kabiliyeti kazandırdığını belirtirken; Kunwar (2018)'a göre turizm eğitimi turizm endüstrisinin temelidir. Özellikle yükseköğretim düzeyinde turizm ve otelcilik eğitimini ele aldığımızda, hem nitelikli çalışana ihtiyacı olan kuruluşlara birçok işe alım olanağı oluşturur hem de sektörde kariyer hedefleyen mevcut ve potansiyel iş gücü için bilgi ve beceriler sağlamaktadır (Armoo ve Neequaye, 2014).

Turizm gibi uygulamalı bir sektörde bireysel kariyer planlamada önemli bir yeri olan staj ve iş yeri seçimi öğrencilik yıllarında önemsenmesi gereken bir süreçtir. Yapacakları stajlar ve ilk iş deneyimleri ile sektörle ilk temaslarını sağlayacak olan öğrencilerin sektör hakkındaki duygu ve düşünceleri ile mezuniyet sonrası sektörle ilgili bir kariyer yapıp yapmayacakları birbiriyle bağlantılıdır. Doğal olarak işletmelerin sağladığı sosyal ve ekonomik şartlar ile sosyal güvence ve yasal şartlar öğrenciler için karar verme süreçlerini etkilemektedir (Polat, Ardıç ve Özdemir, 2016). Yapılan birçok araştırma öğrencilerin turizm sektörüne karşı, düşük ücret, kötü koşullar ve yetersiz ücretlendirme gibi sebeplerle olumsuz bir algı oluşturabildiklerini göstermiştir (Anandhwanlert and Wattanasan, 2016). Bu sebeple öğrenciler hem mesleği tanımak hem de kariyer basamaklarını çıkmaya başlamak için üniversitede aldıkları genel ve mesleki eğitimler ile kendilerinde geliştirdikleri yetenekleri işletmelere ifade etmek ve kariyer planlamasını daha lisans yıllarında yapmak istemektedirler.

Tercih ettikleri sektörle ilgili gerekli eğitimleri alan öğrenciler için bir sonraki aşamada önemli olan konulardan biri de kariyer planlamasıdır. Öğrenciler mezuniyetleriyle beraber giderek daha dinamik hale gelen bir işgücü piyasasına girmektedirler. Bu durum öğrencilerin işgücü piyasasında nispeten bağımsız bir konum benimsemelerini gerektirmektedir. Bu da sonuç olarak, gelecekteki kariyerlerine yön verebilmek için yeterliliklerini, itibarlarını ve ilişkilerini kendi kendine yönetebilmelerini gerektirmektedir (Krouwel, Luijin and Zweekhorst, 2020). Öğrencilerin kariyerleri ile ilgili planlama yaparken öğretim elemanları ve özel sektör temsilcileriyle birlikte hareket etmeleri çalışma hayatları ile köprü oluşturacağı için önemlidir (Cevher, 2015). Öğrencilerin iş yaşamlarının başlangıç altyapısını meydana getirme etkilerinden dolayı üniversiteler öğrencilerin kariyer planlamalarında önemli bir noktadadırlar (Işık, Tokgöz ve Işık, 2022). Öğrenciler için önemli bir yeri olan kariyer planlamasını, kişilerin karşılarına çıkan fırsat ve seçeneklerin farkındalığıyla kariyerleri hakkında hedefler belirlemesi kendine bir yol haritası çizdiği planlama olarak tanımlanabilmektedir (Kocabey, 2010). Bireylerin kariyerleri, hangi işte başarılı olacakları, kendilerini kanıtlayma gayretleri, amaçlarına ulaşabilmek ve kendilerini geliştirmek için yoğun çaba sarf ettikleri kariyerde keşif aşaması 20-25 yaş aralığında görülmekte olup (Geylan vd., 2013), turizm eğitimi alan bireyler için bu durum lisans eğitimi aşamasına denk gelmektedir.

İşletmeler halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında üniversiteler ve mesleki liselerle düzenli bir şekilde iletişim içerisindeyler. Bu halkla ilişkiler çabası aslında eğitim kurumlarındaki başarılı öğrencileri kuruma getirmek, çeşitli tanıtımlar yapmak, konferanslar düzenlemek gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Aynı zamanda bu işletmelerdeki işe alım uzmanları, açılan herhangi bir iş ilanına potansiyel başvuru sahiplerini çekmek için kariyer görüşmeleri ve iş fuarları gibi resmi veya resmi olmayan arama yöntemlerini kullanmaktadır (Fulgence, 2015). Bu sayede işletmeler kendilerini tanıtarak hem okullar hem öğrencileri üzerinde olumlu etki yaratarak nitelikli iş gücünü de çekmeye çalışırlar (Belber ve Kale, 2017). Kariyer etkinlikleri aynı zamanda öğrencilerin işe alım uzmanlarına ilişkin algılarına dayalı olarak potansiyel istihdam kuruluşları hakkında bir bütün olarak bilgi edinmelerine de olanak sağlamaktadır (Kaskey, 2012). Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin işe alım süreçlerinin başarılı olabilmesi için yenilikçi, gelişime açık, yaratıcı ve iletişimi iyi çalışan adaylarını bünyelerine katabilmelerine bağlıdır (Akbaba ve Günlü, 2011). Bu nitelikleri öğrencilerine verme çabası içerisinde olan turizm fakülteleri nitelikli iş gücü için iyi birer alternatif olmaktadır. Günümüzde üniversitelerde öğrencilerin staj yeri ya da mezuniyetleri sonrasında çalışabilecekleri iş kolları ve iş yerlerini tanımlarını sağlayan kariyer günü etkinliği gibi çeşitli etkinliklerle yönlendirmeler yapılmaktadır (Kozak ve Dalkıranoglu, 2013; Işık, Tokgöz ve Işık, 2022).

Yükseköğretimdeki yöneticiler ve eğitimciler, işletmelerin belirttiği arz ve öğrencilerin talebini dengelemek için öğrencilerin üniversite yıllarında endüstriyle etkileşime girmeleri için fırsatlar oluştururlar. Böylece mezun olduktan sonra endüstriye katılmak için daha iyi hazırlanabilirler (Lee vd., 2019). Kariyer günü etkinliği sayesinde sektör paydaşları ve üniversite arasında karşılıklı fayda esasına dayalı bir iş birliği gerçekleştirilmektedir. Üniversitelerin düzenlediği kariyer etkinliklerine katılmak işletmelere, en uygun adayları bulmanın yanı sıra bir şirketin normal şartlarda elde edebileceği görünürlük miktarından ve

ulaşabileceği insan sayısından fazlasına ulaşmasını sağlar (Gordon and Adler, 2014). Sektör temsilcileri ihtiyaçları olan nitelikli personeli daha eğitim aşamasındayken bulabilmekteyken hem öğrenciler hem üniversite sektöründeki yenilikleri ve sektörün ihtiyaçlarını birinci ağızdan öğrenebilmekte ve gerekli güncellemeleri bünyelerine alabilmektedirler. Kariyer günü etkinliği sayesinde sektör temsilcileri işletmelerini öğrencilere kolaylıkla tanıtılabilmekte, gerekli iş başvurularını toplayabilmekte ve kariyer hayatlarını düzenleyebilmeleri için öğrencilere gerekli bilgileri verebilmektedirler. Böylelikle üniversite, sektör ihtiyaçlarına uygun eğitim programı güncellemelerini, öğrenciler mesleklerine ilişkin edinmeleri gereken ek yetenekleri birinci ağızdan almış olmaktadır.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi 12 yıldır düzenli olarak her yıl kariyer günü etkinliği düzenlemektedir. Bu etkinliklere ülkemizin çeşitli turizm bölgelerinden ve Çanakkale içinden çeşitli sektör temsilcileri ile STK'lar davet edilmektedir. Bunlara ek olarak hem başarılı mezunlarımız hem de başarılı sektör temsilcileri tecrübe paylaşımında bulunmaktadır. 2023-2024 eğitim öğretim yılında 12. Kariyer Günü Etkinliği düzenlenmiş ve tüm bu paydaşlar ile fakülte öğrencileri bir araya getirilmiştir. Bu sektör buluşması Fakültenin eğitim binasındaki sınıflarında ve çeşitli fuaye alanlarında gerçekleştirilmiştir. Her yıl düzenli olarak yürütülmekte olan kariyer etkinliği ile birçok öğrencimiz staj yeri ayarlama ve mezuniyet sonrasında çalışacak iş yeri bulma amaçlarına ulaşmaktadır.

### **İlgili Araştırmalar**

Milman and Whitney (2014), Amerika'da turizm alanında eğitim veren bir üniversitenin kariyer fuarında öğrencilerin deneyimlerini ve memnuniyetini değerlendiren bir çalışma yapmışlardır. Çalışmaya göre öğrenciler, farklı sektörlerden çeşitli işverenlerle tanışmayı çok önemsemektedir. Öğrencilerin memnuniyet düzeyi, onlara hitap eden iş fırsatlarının mevcudiyetiyle güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Öğrenciler, işverenlerin kariyer fuarında basılı özgeçmişleri kabul etmesini hazırlık çabalarının takdir edildiği duygusunu yaşattığı için değerli bulmaktadır. Öğrenciler işverenlerin kendileri ile profesyonel bir iletişim kurmalarının olumlu bir kariyer fuarı deneyimi için kritik öneme sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Gordon and Adler (2014), yaptıkları çalışmalarında üniversitelerde düzenlenen konaklama ve turizm kariyer fuarlarına katılan işe alım görevlilerinin algılarını değerlendirmişlerdir. Araştırmaya göre işe alım görevlileri, kariyer fuarlarının şirketlerinin işe alım stratejilerinin önemli bir parçası olduğunu düşünmektedir. İşe alım görevlileri aynı zamanda bu fuarlara katılımın bir PR çalışması olduğunu da düşünmektedirler. İşe alım görevlileri bu fuarların veriminin artırılması için süresinin arttırılmasının önemini belirtmişlerdir. İşe alım görevlileri, öğrencilerle etkileşim kurmayı ve onlarla mülakat yapmayı kariyer fuarlarına katılmanın ana amacı olarak görmektedir.

Belber ve Kale (2017), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin sektör temsilcisi firmaların halkla ilişkiler eğitim faaliyetlerinin staj ve işyeri seçme süreçlerine nasıl bir etkisi olduğunu tespit etmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırmanın bulgularına göre öğrencilerin en çok katılım gösterdiği halkla ilişkiler eğitim faaliyetinin kariyer günleri olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler, kariyer günleri ve işyeri oryantasyon gezileri ile işletme temsilcilerinin kariyer günleri gibi etkinliklerdeki güler yüzlü ve istekli tavırlarının staj ve işyeri seçimlerini etkileyen unsurların başında geldiği tespit edilmiştir.

Eşitti ve Buluk (2018), yaptıkları çalışma ile lisans öğrencilerinin kariyer günü etkinlikleri hakkındaki düşüncelerini ve kariyer planlama algılarını ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Eşitti ve Buluk, yaptıkları araştırma ile lisans öğrencilerinin staj yeri seçiminde ve mezuniyetleri sonrasında çalışacakları işyeri seçiminde üniversitenin yaptığı kariyer etkinliklerinin önemli bir yeri olduğunu belirlemişlerdir. Çalışma sonuçlarında ayrıca işletmelerin sağladığı olanakların öğrencilerin staj yeri seçimindeki etkisine de dikkat çekilmektedir.

Özer ve Zencir (2018), üniversite öğrencilerinin iyimserlik düzeyleri ve kariyer fuarlarına katılmaları ile iş arama davranışları arasındaki ilişkide iş arama öz-yetkinliğinin aracı rolünü incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada öğrencilerin kariyerleri hakkında iyimser bir düşüncede olmalarının ve kariyer fuarlarına katılmalarının, iş arama öz-yetkinliği sayesinde iş arama davranışlarını dolaylı olarak artırdığını belirlemişlerdir. Diğer bir deyişle, kariyer uyumu öz yetkinliği arttırmakta, bu artışın da iş aramayı artırdığını belirtmektedirler. Ayrıca kariyer günü etkinliklerinin öğrencileri iş arama konusunda daha verimli yollara teşvik ettiği ve öğrencilerin doğru kaynakları kullanabileceğine olan inançlarını arttırdığı da bulunan diğer sonuçlar arasındadır.

Lee, Lee and Villa-Lopez (2019), çalışmalarında konaklama ve turizm kariyer fuarlarının öğrenciler açısından ne kadar önemli olduğunu ve bu fuarların amacına ne kadar ulaştığını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda

öğrencilerin kariyer fuarlarından beklentilerinin yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle işveren temsilcileri ile etkileşim, sorularına yanıt alabilme, temsilcilerin dostane ve hevesli olmasının, bilgi sahibi olmaları ve özgeçmişlerini kabul etmeleri gibi konuların öğrenciler için önemli olduğunu belirtmişlerdir. Öğrenciler, katılacak şirketlerin isimlerini önceden bilmek istemektedir. Araştırmacılar, öğrencilerin beklentilerinin karşılanabilmesi için fuar öncesinde kariyer fuarı organizatörlerinin şirketlerle daha yakın iş birliği yapması gerektiğini belirtmişlerdir.

Boyd and Boyd (2020), kariyer fuarlarına katılan öğrencilerin ve işletmelerin neden bu fuarlara katıldıklarını, motivasyonlarını, beklentilerini ve seçim süreçlerini ortaya çıkarmak için bir çalışma yapmışlardır. İşletmeler motivasyonlarının işe alım süreci başlatma ve marka oluşturarak kendilerini tanıtmak olduğunu belirtmişlerdir. Öğrenciler ise kariyer seçeneklerini keşfetmek ve yeni bilgiler edinmek için fuarlara katılmayı motive edici bulmaktadır. Öğrencilere göre bu fuarlar kariyer yolculuğunun ilk adımı olarak yorumlanmaktadır. Yazarlara göre kariyer fuarları iş hayatına geçişte önemli bir role sahiptir. Üniversiteler ve işverenler, bu fuarların formatını, erişimi artıracak ve daha doğal etkileşimleri teşvik edecek şekilde düzenlemelidir. Üniversiteler kariyer fuarlarını bir kariyer planlama egzersizinin doruk noktası olarak görmeli ve işverenlerle daha yakın çalışarak etkinliklerin en verimli şekilde gerçekleştirilmesini sağlamalıdır. İşverenler ise stantlarını daha ilişkilendirilebilir ve çeşitli temsilcilerle donatmaya odaklanmalıdır.

Şahin, Kafa ve Korkmaz. (2021), yaptıkları araştırma ile 2014 yılında Balıkesir Üniversitesi İstihdam ve Kariyer Günleri etkinliğine katılan işletme temsilcilerinin demografik özellikleri, etkinlik hakkındaki algı ve memnuniyet durumlarını belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda, katılımcıların çoğunluğunun en az lisans mezunu olduğu, turizm eğitimi aldığı, yetkili otel çalışanı olduğu, uzun yıllardır turizmde çalıştıkları ve başka üniversitelerin kariyer etkinliklerine de katıldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan temsilcilerin büyük oranda üniversitenin kariyer günü faaliyetini beğendikleri ama öğrencilerin katılımını az buldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

Işık, Tokgöz ve Işık (2022), yaptıkları çalışmada Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin kariyer ilerlemesinde kariyer günü etkinliklerinin rolünü belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin staj yeri seçiminde birinci derecede etkilendikleri faktör kariyer günü etkinliği iken ikinci sırada işletmede çalışanlar çıkmıştır. Aynı zamanda çalışma ile araştırmaya katılan öğrencilerin mantıksal karar verme süreçlerinde kariyer günü etkinliğinin büyük rolü olduğu ortaya çıkmıştır.

Miller (2024), yaptığı çalışmada kariyer fuarlarında işverenlerin ve öğrencilerin dikkat ettiği konuları şu şekilde belirtmiştir. İşverenlerin iyi bir otopark düzenine, sistemli bir yönlendirme planına, öğrencilerle yapacakları konuşmalarda gizliliğin ve sessiz bir ortamın gerekliliğine önem verdikleri ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin ise yine işletmeleri kolay bulabilecekleri bir düzenin gerekliliğini belirttikleri ama iş bulma konusunda istedikleri başarıyı elde edemedikleri ortaya çıkmıştır. Kariyer fuarları öncesinde; öğrencilere fuar sonucu bulunabilecek işlerle tecrübe sonrası elde edilebilecek mevkilerin arasındaki seviye farkının iyi bir şekilde anlatılması gerekliliği de bulunan önemli sonuçlar arasında çıkmıştır.

## Yöntem

Bu çalışma ile Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin kariyer etkinliğine katılan turizm sektör temsilcilerinin ve turizm öğrencilerinin karşılıklı beklentilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda sektör temsilcilerine ve öğrencilere kariyer günü ile ilgili katılım öncesi beklentileri, katılım sonrası düşünceleri ve bundan sonraki kariyer günleri için önerileri hakkında üç açık uçlu soru sorulmuştur.

Çalışmanın evrenini kariyer etkinliğine katılan 64 işletme ve fakültede öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. "Amaçlı örnekleme zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak verir. Bu anlamda, amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olur." (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Çalışmanın amacına bağlı olarak kariyer gününe katılan işletme temsilcilerine e-posta yoluyla görüşme formları yollanmış ve 25 işletme cevap vermiştir. Görüşme sözü alınan 14 öğrenci ile de yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşme formları içerik analizine tabi tutularak raporlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi görüşme, gözlem, belge incelemesi gibi birincil ya da ikincil verilerin yardımı ile farklı bilgi parçacıklarından bütüne ulaşılmasını sağlar (Kozak, 2017). Nitel yöntem hem anlamayı hem yorumlamayı kolaylaştıran esnek bir yapıya sahip olması sayesinde araştırmacının derinlemesine keşif yapabildiğini sağlar (Karataş, 2015). Nitel araştırmalarda görüşme tekniği ile araştırmacı, katılımcının sorular hakkındaki düşüncelerini derinlemesine keşfeder ve katılımcı aktif bir rol oynar (Seggie

ve Bayyurt, 2017). Çalışmada Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Bilimsel Etik Kurulunun 29.02.2024 tarih ve 03/67 sayılı kararı ile onayı alınan soru formu ile yapılan görüşmelere bağlı olarak elde edilen veriler deşifre edilmiş ve sonra Maxqda analiz ve görselleştirme programı yardımıyla betimsel analiz ve içerik analizi yapılmıştır. Betimsel analiz ile veriler belirli temalar altında yorumlanır, özetlenir ve aralarındaki neden-sonuç ilişkisi belirlenirken; içerik analizi ile bu bulgular daha derinlemesine incelenir ve sayısallaştırılır (Karagöz, 2017).

## Bulgular

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi 12. Kariyer Günü Etkinliği' ne katılan işletmelere ait demografik veriler aşağıdaki gibidir.

**Tablo 1. İşletme Temsilcilerine Ait Demografik Özellikler**

Cins	Yaş	Medeni Durum	Eğitim	Turizm Eğitimi	İletme Sınıfı	Çalıştığı Departman	Görevi	Sektör Tecrübesi	Eleman Aradığı Departman	
İ1	K	44	E	Lisansüstü	E	Özel	İ.K.	Müdür	26	Fb / Mutfak / Önbüro / Hk
İ2	E	48	E	Lisansüstü	E	4 Yıldız	Satış Pazarlama	Müdür	25	Fb
İ3	K	27	B	Lisans	E	Otel	Housekeeping	Müdür Yrd.	2	Housekeeping
İ4	K	39	E	Lisans	E	Otel	Önbüro	Satış Yöneticisi	18	Önbüro / Fb / Mutfak
İ5	K	35	E	Lisansüstü	E	Otel	İ.K.	Uzman	3	Mutfak / Önbüro
İ6	E	29	B	Lisans	E	5 Yıldız	Fb	Restoran Şefi	10	Fb
İ7	E	41	E	Lisans	E	5 Yıldız	Fb	Müdür	22	Fb / Önbüro
İ8	K	36	B	Lisans	H	5 Yıldız	İ.K.	Müdür	13	Hk / Fb
İ9	E	29	E	Lisans	H	5 Yıldız	İ.K.	İk Memuru	3	Fb / Mutfak / Hk / Önbüro
İ10	K	36	E	Lisans	H	Rezidans	İ.K.	Müdür Yrd.	11	Fb / Hk / Önbüro
İ11	E	43	E	Ön Lisans	E	5 Yıldız	Fb	Müdür	25	Fb / Mutfak / Hk / Önbüro
İ12	E	33	B	Lisans	E	5 Yıldız	Mutfak	Sous Chef	12	Mutfak
İ13	E	30	B	Lisans	E	Hotel	Önbüro	Guest Experience Manager	8	Önbüro / Mutfak / Fb
İ14	E	25	B	Lise	E	Konaklama ve Eğlence	Muhasebe	İk Memuru	10	Fb / Mutfak / Hk / Önbüro
İ15	K	29	E	Lisans	H	Otel	İ.K.	Eğitim ve İşe Alım Uzmanı	1	Fb / Hk / Önbüro
İ16	E	29	B	Lisans	E	4 Yıldız	Önbüro	Yönetici Asistanı	7	Önbüro
İ17	E	49	E	Lise	H	4 Yıldız	Fb	Müdür	35	Fb
İ18	E	53	E	Ön Lisans	E	4 Yıldız	Mutfak	Executive Cheff	34	Önbüro / Mutfak / Fb
İ19	K	35	B	Lisansüstü	H	Özel	İ.K.	Müdür	12	Fb / Mutfak / Hk / Önbüro
İ20	E	28	B	Lisansüstü	E	Otel	Önbüro	Müdür	8	Önbüro
İ21	E	30	B	Lisans	E	Uygulama Otel	Önbüro	Resepsiyonist	3	Önbüro
İ22	E	27	B	Lisansüstü	E	Otel	Önbüro	Pazarlama	7	Önbüro
İ23	E	36	E	Lisans	E	A Sınıfı S.A.	Bölge	Sorumlusu	14	Acenta Temsilcisi
İ24	E	45	E	Lisans	E	A Sınıfı S.A.	Tur Operatörü	Bölge Müdürü	15	Acenta Temsilcisi

İ25	E	27	B	Lisansüstü H	A Sınıfı S.A.	Bölge Şefi	Rehberlik	8	Rehberlik
-----	---	----	---	--------------	------------------	------------	-----------	---	-----------

Tablo 1 incelendiğinde kariyer günü etkinliğine katılan ve görüşülen işletme temsilcilerinin 17 erkek ve 8 kadın toplam 25 kişi olduğu ve bunların 18'inin 25-40 yaş arası genç, işe alım yetkisinde oldukları görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun en az turizm eğitimi almış lisans mezunlarından oluştuğu dikkat çekici diğer bir bulgudur. Katılımcıların %80'den fazlasının konaklama işletmesi kalanların ise seyahat acentesi olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlasının 10 yılın üzerinde sektörde tecrübesi bulunmaktadır.

İşletme temsilcileri ve öğrencilerle yapılan görüşmelerde sorulan ortak açık uçlu sorulara verilen cevaplar deşifre edildiğinde bazı katılımcıların verdikleri cevaplar ile sorular bazında ortaya çıkan temalar ve bunlarla ilgili betimleyici analizler aşağıda verilmiştir.

### Soru 1: İşletmelerin kariyer gününe ilişkin beklentileri

İşletmelerin beklentilerine yönelik soruya İ3, İ6, İ7, İ11 ve İ18 şu şekilde cevap verilmiştir:

İ3: Kariyerinde bizim de olumlu etki de bulunabileceğiniz öğrenciler ile iletişime geçmek

İ6: Yeni yetişen turizm çalışanlarının taleplerini öğrenmek

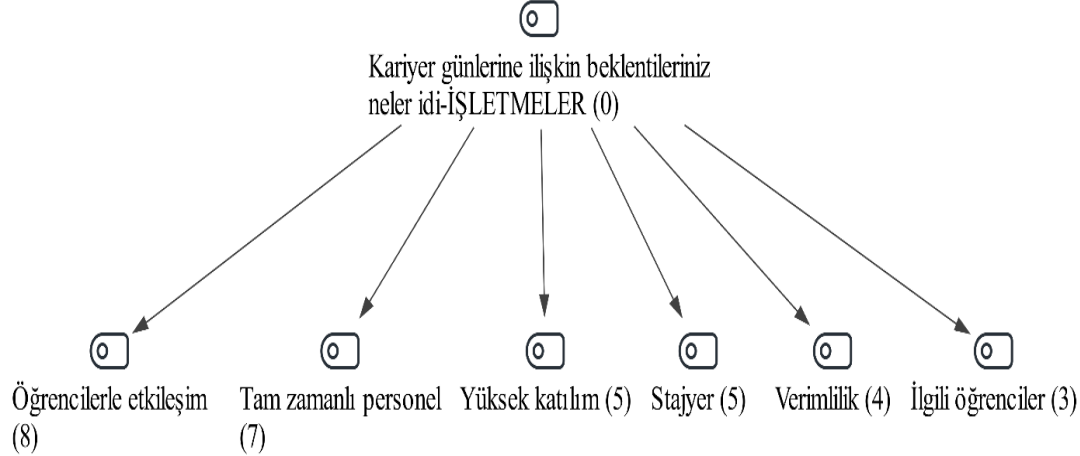
İ7: Mezun olan yeni sektör çalışanlarını istihdam etmek ve öğrencilere staj imkânı sağlamak

İ11: İhtiyaç duyduğumuz sayıda başvuru ve nitelikli başvuru, tecrübe olmasa da istekli heyecanlı ekip üyesi adayları

İ18: Daha önceki katılımınızdan çok memnun sonuçlar aldık. Özellikle staj süresinin uygunluğu öğrencilerin özverili olması

İşletmelerin kariyer gününe ilişkin beklentileri hiyerarşik kod-alt kod modeli ile gösterilmiştir. Buna göre ortaya çıkan model şekil 1'de görülmektedir.

### Şekil 1. İşletmelerin Kariyer Gününe İlişkin Beklentileri- Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



İşletme temsilcilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde öncelikli motivasyonlarının kariyer günü içerisinde öğrencilerle etkileşim kurmak olduğu, onlara işletmelerini tanıtmak ve tecrübe paylaşımında bulunmak istedikleri görülmektedir. Bunların dışında işletmelerin öncelikli olarak tam zamanlı çalışabilecek nitelikli personel arayışında oldukları ikincil olarak da stajyer temini yaparak verimli bir etkinlik süreci geçirmeyi planladıkları görülmektedir. Ayrıca işletmeler iletişim kabiliyeti yüksek, ilgili ve yabancı dil bilen öğrencilere ulaşmak istediklerini, katılımın yüksek olmasını ve yapacakları tanıtımlar ve görüşmeler sırasında rahatsız edilmeyecekleri kendilerine ait bir alan bekledikleri de görülmektedir.

### Soru 2. İşletmelerin kariyer günü için değerlendirmesi

İşletmelerin etkinliğe katılım sonrası değerlendirmelerine yönelik soruya İ6, İ12, İ2, İ4 ve İ18 şu şekilde cevap verilmiştir:

İ6: Turizmin tüm paydaşlarının bulunduğu faydalı ve boş geçilmemesi gereken bir etkinlik

İ12: Güzel bir etkinlik. Sektöre hiç başlamayan öğrenciler için güzel bir alışveriş oluyor. Öğrenciler meraklı, kendini geliştirmek için merak edilen sorular soruyorlar

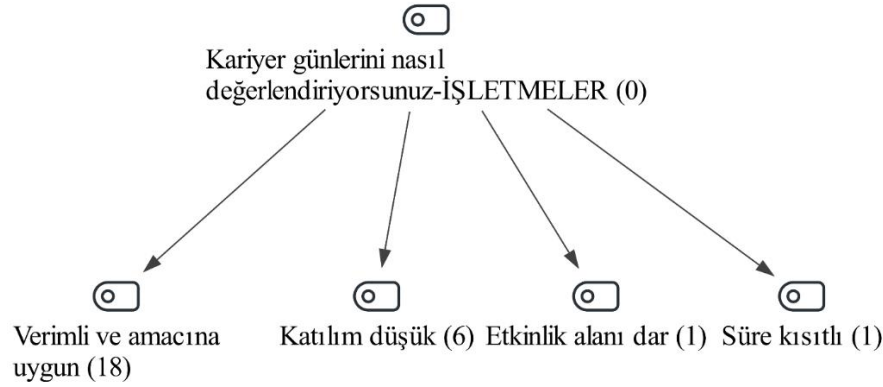
İ2: Maalesef zincir işletmelere, yıldızı yüksek otellere başvurular fazla bizim ihtiyacımıza yeterli başvuru olmadı

İ4: Beklentimin altında talep vardı, gastronomiye ilgi çoktu

İ18: Katılımın az olduğunu gördük ve üzüldük

İşletmelerin kariyer günü için değerlendirmeleri hiyerarşik kod-alt kod modeli ile gösterilmiştir. Buna göre ortaya çıkan model şekil 2’de görülmektedir.

## Şekil 2. İşletmelerin Kariyer Günü İçin Değerlendirmesi- Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Kariyer günü etkinliğinin beklentilerini ne kadar karşıladığı sorulan işletme temsilcileri genel olarak verimli geçtiğini belirtmiştir. İşletme temsilcileri kariyer günü etkinliğinin sektör ve öğrenci buluşması, işletmelerini tanıtmaya, CV toplama vb. dinamiklerin karşılanması anlamında amacına uygun ve verimli geçtiğini belirtmişlerdir. Yalnız buna karşın öğrenci ve işletme katılımının daha yüksek olması gerektiğinin, özellikle öğrencilerin ilgisinin yetersizliğinin altını çizmişlerdir. Bunların yanında katılımcılar etkinlik süresini az bulduklarını ve alanın darlığını da belirtmişlerdir.

## Soru 3. İşletmelerin bundan sonraki kariyer günlerine ilişkin önerileri

İşletmelerin önerilerine yönelik soruya İ6, İ2, İ9, İ18, İ12 ve İ5 şu şekilde cevap verilmiştir:

İ6: Kariyer günlerine daha fazla istihdam sağlayıcı işletmenin katılmasını ve öğrencileri sektörde tutmalarını öneririm

İ2: Organizasyon güzeldi sadece masa, kat, sınıf gibi ayrımlar yaparak bunlardan bir bedel talep edilebilir

İ9: Daha büyük bir toplantı salonu öğrencilerin firmalarla ilgili daha detaylı bilgi alabileceği herhangi bir tanıtım, slayt gösterisi vs.

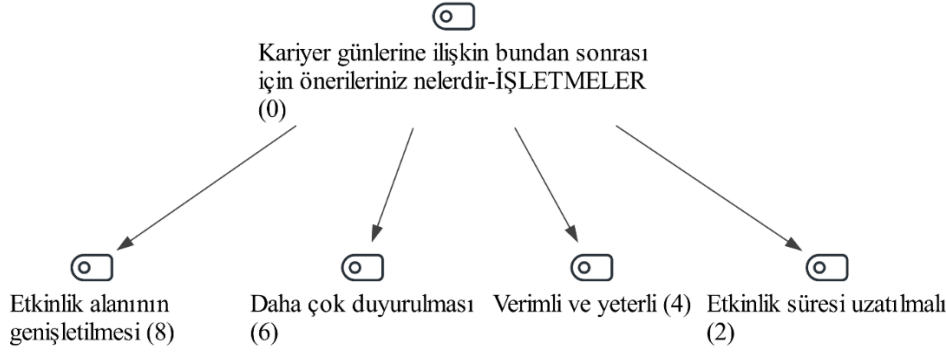
İ18: Sınıf düzeni bana göre güzel fakat koridorlara konulan otel veya tesis pankartları arka tarafları kapatıp verimliliği azaltıyor

İ12: 2-3 güne çıkartılabilir böylelikle tüm departmanlar katılabilir

İ5: Mezun öğrencileri de görmek isteriz

İşletmelerin bundan sonraki kariyer günlerine yönelik önerileri hiyerarşik kod-alt kod modeli ile gösterilmiştir. Buna göre ortaya çıkan model şekil 3’te görülmektedir.



**Şekil 3. İşletmelerin Bundan Sonraki Kariyer Günlerine İlişkin Önerileri- Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli**

İşletme temsilcilerinin çoğunun üzerinde birleştiği öneri etkinlik alanının genişletilmesi üzerine olmuştur. İşletme temsilcileri önceki sorularda olduğu gibi burada da verimli bir etkinlik gerçekleştirdiklerini belirtirken bu etkinliğin hem başka işletmelere hem de öğrencilere daha fazla duyurulması ve katılımın artırılması gerektiğini belirtmiştir. İşletme temsilcileri görüşmelerin yapılacağı alanların sessiz ve kendilerine özel alanların olmasını belirtirken mutlaka panel, tecrübe paylaşımı tarzı içerikler de eklenerek etkinlik süresinin uzatılması gerektiğini iletmişlerdir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi 12. Kariyer Günü Etkinliği' ne katılan öğrencilere ait demografik veriler aşağıdaki gibidir.

**Tablo 2. Öğrencilere Ait Demografik Özellikler**

	Cinsiyet	Yaş	Kaçıncı Sınıf	Staj	Çalışmak İsteddiği Departman
Ö1	K	22	3	E	MUTFAK
Ö2	E	21	3	E	ACENTA TEMSİLCİSİ
Ö3	E	21	3	E	GUEST RELATIONS
Ö4	K	23	4	E	TRANSFER
Ö5	K	21	3	E	ACENTA TEMSİLCİSİ
Ö6	K	27	1	H	REHBERLİK
Ö7	K	20	2	E	ÖNBÜRO
Ö8	E	20	2	H	ÖNBÜRO / FB / SATIŞ
Ö9	K	22	3	E	REHBERLİK
Ö10	E	22	1	H	ACENTA TEMSİLCİSİ / REHBERLİK
Ö11	E	18	1	H	TUR OPERATÖRLÜĞÜ
Ö12	E	20	2	E	REHBERLİK
Ö13	E	21	2	H	FARK ETMEZ
Ö14	K	20	2	E	ÖNBÜRO
Ö15	E	20	2	H	ÖNBÜRO
Ö16	E	20	2	E	FB
Ö17	E	21	2	H	FB
Ö18	E	19	2	E	ÖNBÜRO
Ö19	E	20	2	H	FB
Ö20	E	19	2	H	ÖNBÜRO
Ö21	E	21	2	E	MUTFAK
Ö22	E	21	2	H	REKREASYON
Ö23	E	19	2	H	İK
Ö24	K	22	2	H	GUEST RELATIONS
Ö25	K	20	2	H	FB
Ö26	E	20	2	H	FB
Ö27	K	20	2	H	FB
Ö28	K	20	2	H	FB / ÖNBÜRO
Ö29	K	19	2	H	ÖNBÜRO

Tablo 2 incelendiğinde kariyer günü etkinliğinde görüşülen 17 erkek ve 12 kadından oluşan öğrencilerin çoğunlukla otellerde önbüro bölümünde ya da seyahat acentesinde çalışmak istedikleri ve çoğunluğunun stajını tamamlamadığı görülmektedir.

### Soru 1. Öğrencilerin kariyer gününe ilişkin beklentileri

Öğrencilerin beklentilerine yönelik soruya Ö8, Ö9 ve Ö13 şu şekilde cevap verilmiştir:

Ö8: *Otellerle ve şirketlerle ilgili daha yakından bilgi ve görüş aldım*

Ö9: *Bağlantılarını güçlendirmek ve sektörde tanınmak*

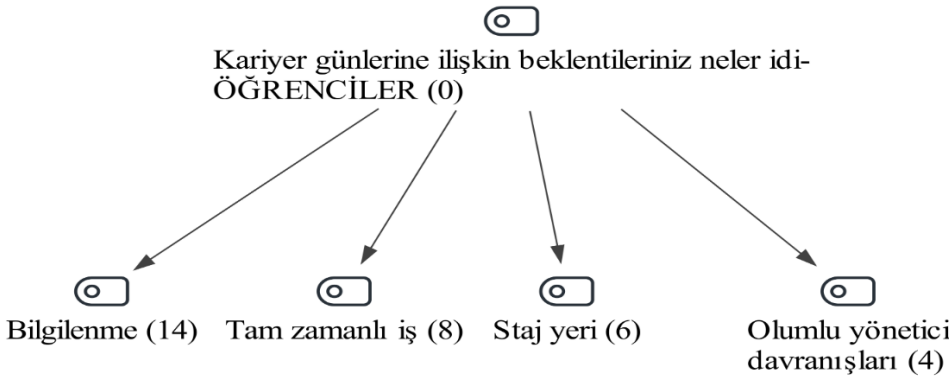
Ö13: *Tecrübe ilk defa iş ve staj başvurusu nasıl yapılır gördüm*

Ö22: *sektörü tanımak ve yönetici tavırlarını, üslubunu, hareketlerini analiz etmek*

Ö28: *staj yerimi ayarlayıp, gerçekten bu mesleğe devam edip etmeyeceğime karar vermek. İleride nasıl bir yönetici olmam gerektiğine dair fikir almak.*

Öğrencilerin kariyer gününe ilişkin beklentileri hiyerarşik kod-alt kod modeli ile gösterilmiştir. Buna göre ortaya çıkan model şekil 4’te görülmektedir.

#### Şekil 4. Öğrencilerin Kariyer Gününe İlişkin Beklentileri- Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Öğrencilerin kariyer gününe gelirken öncelikle kendilerine uygun bir işletme bulmak ve eğitim dönemi sonrasında tam zamanlı bir iş imkânı yakalamak niyetinde oldukları görülmektedir. Bunun yanında öğrenciler staj yeri ayarlamak, mülakat deneyimi yaşamak, sektörü tanımak, tecrübeli kişilerden tecrübelerini öğrenmek, işletme yöneticilerinden olumlu bir yaklaşım ve iletişim ağlarını genişletmek üzerine beklentileri olduğunu belirtmişlerdir.

### Soru 2. Öğrencilerin kariyer günü için değerlendirmesi

Öğrenciler etkinliğe katılım sonrası değerlendirmelerine yönelik soruya Ö5, Ö11, Ö2 ve Ö8 şu şekilde cevap verilmiştir:

Ö5: *İyiydi yeterince bilgi alabildim, aklıma takılan bir yer olmadı, gayet açık bir dille bilgi alabildim*

Ö11: *Benim için çok verimli geçti her sene katılabilmek dileğiyle*

Ö2: *Yabancı şirketler açısından yeterince katılım yok*

Ö8: *Bilgi edinme hususunda benim için faydalı oldu*

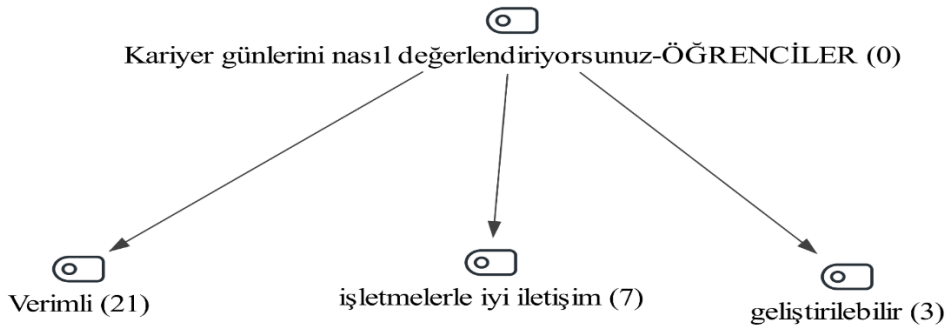
Ö16: *Fikir olarak iyiydi fakat organizasyon olarak eksiği vardı kalabalık ve düzensiz ortam vardı*

Ö21: *Güzel ve etkiliydi. Birçok yere cv verdim ve bazı işletmeler iletişim için kart verdi, bazıları şahsi numarasını verdi.*

Ö27: *İşletmeler yanlarında çalıştırmak istediklerini ve bu sektörün avantaj ve fırsatlarını dezavantajlarını net ifade ettiler.*

Öğrencilerin kariyer gününe yönelik değerlendirmeleri hiyerarşik kod-alt kod modeli ile gösterilmiştir. Buna göre ortaya çıkan model şekil 5’te görülmektedir.

#### Şekil 5. Öğrencilerin Kariyer Günü İçin Değerlendirmesi- Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Kariyer gününe katılan öğrenciler genel olarak kariyer gününü oldukça verimli bulduklarını, birçok işletme tanıdıklarını, mülakat yaptıklarını, güzel bağlantılar yakaladıklarını belirtmişlerdir. Öğrenciler ayrıca işletme sayısının, işe alım yapılan departmanların artırılmasını ve yönlendirmelerin geliştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

### Soru 3. Öğrencilerin bundan sonraki kariyer günlerine ilişkin önerileri

Öğrencilerin önerilerine yönelik soruya Ö9, Ö11, Ö4 ve Ö2 şu şekilde cevap verilmiştir:

Ö9: 2 güne bölünebilir 2 oturum halinde bölümlere göre daha çok verim alınır karşılıklı tatmin sağlanır

Ö11: Kariyer günü' nün öğrencilerine daha detaylı anlatılarak katılımı yükseltmek

Ö4: Marmara ve Karadeniz Bölgesi' ndeki turizme acentelerinin de gelmesi gerektiğini düşünüyorum

Ö2: Yabancı dilleri geliştirmek için yabancı şirketlerde iş imkânı sağlanması

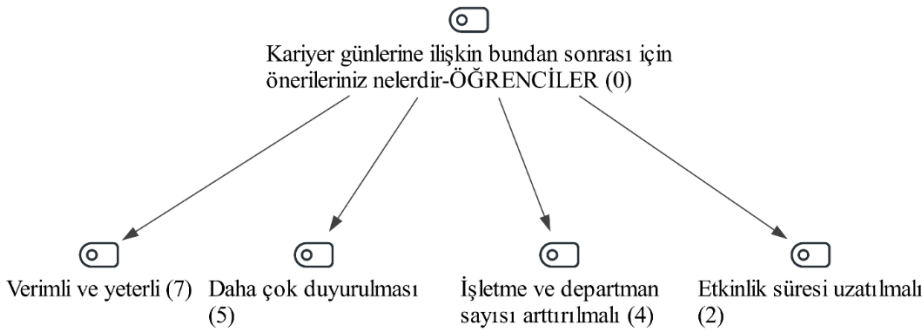
Ö17: Departmanlar çok sınırlı. Yalnızca restoran bölümüne personel aranıyor. Departman çeşitliliği olması gerekir.

Ö16: Hangi otelin nerede olduğuna dair güzel yönlendirme olmalı

Ö29: Öğrencilere stajyer gözüyle değil de birey gözüyle bakıp değer veren işletmelerin sayıca artması zannımca daha iyi olacaktır.

Öğrencilerin bundan sonraki kariyer günleri için önerileri hiyerarşik kod-alt kod modeli ile gösterilmiştir. Buna göre ortaya çıkan model şekil 6' da görülmektedir.

### Şekil 6. Öğrencilerin Bundan Sonraki Kariyer Günlerine İlişkin Önerileri- Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Öğrenciler kariyer gününü verimli olarak değerlendiklerini belirtirken daha fazla duyurulması ve hem öğrenci hem de katılımcı sayısının artırılması önerisinde bulunmaktadır. Öğrenciler kariyer günü etkinliğinin 2-3 güne yayılmasının ve daha fazla duyurulmasının faydalı olacağını düşünmektedirler. Öğrenciler ayrıca yabancı dillerini geliştirebilmek için kariyer günlerine yabancı işletmelerin de davet edilmesini önermektedirler.

### Sonuç ve Öneriler

Günümüzün küresel anlamda önemli sektörlerinden biri olan turizmde sektör temsilcilerinin istihdam edecekleri nitelikli personele daha eğitim aşamasındayken kolaylıkla ulaşmaları ve aynı şekilde sektöre hazırlanan turizm öğrencilerinin mezuniyetleri öncesinde kariyerlerini sürdürecekleri işletmelerle bir araya gelmeleri hem sektör hem de öğrenciler için faydalı olmaktadır. Bu amaçla turizm eğitimi veren üniversite bölümlerinde çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinliklerden sektör paydaşlarını, öğrencileri, akademisyenleri ve sivil toplum kuruluşlarını bir araya getiren ve hem işletmelerin kendilerini tanıtmaya fırsatı

bulduğu hem de öğrencilerin sektör hakkında bil toplayıp kariyer planlaması yapabildikleri kariyer günü etkinlikleri ön plana çıkmaktadır. Bu çalışma ile Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin kariyer etkinliğine katılan turizm sektör temsilcilerinin ve turizm öğrencilerinin karşılıklı beklentilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma kapsamında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi 12. Kariyer Günü etkinliğine katıldıktan sonra görüşülen işletme temsilcilerinin çoğunluğunun erkek, 25-40 yaş arası genç, işe alım yetkisine sahip, en az turizm eğitimi almış lisans mezunlarından oluştuğu ve tecrübeli oldukları görülmüştür.

İşletme ve öğrencilerin beklentileri ve sonraki etkinlikler için önerileri: İşletmelerin kariyer günü etkinliği ile nitelikli personel bulma, kendilerini tanıtmaya ve stajyer bulmaya odaklandıkları görülmektedir. İşletmeler nitelikli personel bulma ve potansiyel iş gücüne doğrudan erişim beklentisi ile kariyer gününe katılım göstermiştir. İşletmelerin arayışı özellikle iletişim becerisi yüksek ve yabancı dil bilen öğrenciler üzerinde yoğunlaşmıştır. İşletmeler, kariyer günü etkinliği sırasında kendilerini ve işletmeleri bünyesinde sundukları kariyer fırsatlarını tanıtmışlardır. Bu sayede işletmeler markaları için bilinirlik oluşturarak potansiyel adaylarla iyi ilişkiler kurmak adına faydalı bir platform oluşturmuşlardır. İşletmeler kariyer günü vasıtası ile staj yapabilecek ve sonrasında uzun vadede kalıcı personele dönüşebilecek adaylar bulma amacındadırlar. İşletmeler beklentilerine uygun olarak kariyer günü etkinliğinin verimli geçtiğini, hevesli ve nitelikli adaylar ile tanışıp kendilerini tanıttıklarını belirtmiş ama öğrencilerin sayısal baz da katılımının yetersiz olduğunu belirtmişlerdir.

Öğrencilerin ise kariyer hedeflerine uygun işletme bulma, sektör hakkında bilgi edinme, mülakat deneyimi kazanma ve iletişim ağlarını geliştirme çabası içerisinde oldukları görülmektedir. Öğrenciler genel olarak amaçlarına uygun bir şekilde kariyer gününü verimli bulduklarını, birçok işletme tanıdıklarını, mülakat yaptıklarını ve güzel bağlantılar yakaladıklarını belirtmişlerdir. Aynı işletmeler gibi öğrenciler de katılımın yetersiz ve etkinlik süresinin kısa olduğunu belirtmişlerdir.

Hem işletmeler hem öğrenciler kariyer günü etkinliğinin 2-3 günlük bir süreye yayılmasını, sektör temsilcilerinin ve kariyer hayatında ilerlemiş mezunların tecrübe paylaşımlarında bulunmalarının, etkinliğin daha sistemli ve geniş bir kitleye duyurulmasını ve etkinlik için daha geniş bir alanın kullanılmasını önermiş ve bunların kariyer günlerinin etki ve verimliliği üzerinde olumlu olabileceğini belirtmişlerdir. Bunların dışında işletmeler başka işletmelerden izole, sessiz ve özel alanlar tahsis edilmesini önerirken; öğrenciler ise yabancı dil gelişimi için özellikle yabancı şirketlerin de katılımının sağlanmasını önermişlerdir.

İşletme temsilcileri ve öğrencilerin önerilerine ek olarak aşağıda sıralanan öneriler de gelecek kariyer günleri için yapılabilecek uygulamalar arasında sayılabilir:

1. Etkinlik Süresini ve Kapsamını Genişletme: Kariyer günlerini birden fazla güne yaymanın bir yolu olarak; otel yönetimi, rehberlik, gastronomi uygulamaları gibi farklı turizm alanlarına özel oturumlar düzenleyerek öğrencilerin ilgi alanlarına yönelik detaylı bilgi edinmelerini sağlamak.
2. İşletme ve Öğrenci Katılımını Artırma: Etkinlik duyurularını erken yapmak ve özellikle LinkedIn, Instagram ve Facebook üzerinden etkinlik tanıtımları ve teşvikler sunmak. Aynı zamanda, sektör dernekleriyle ortaklık kurarak etkinliğin tanıtımını ve katılımını artırmak.
3. İletişim ve Ağ Oluşturma Fırsatlarını Geliştirme: Etkinlik alanında özel networking bölgeleri oluşturarak, öğrenci ve işletme temsilcilerinin rahat bir ortamda tanışmalarını ve bağlantı kurmalarını sağlamak. İşletmelerin sanal gerçeklik teknolojisi kullanarak kendilerini ve iş olanaklarını tanıtımalarına imkân tanıyan interaktif stantlar kurmak.
4. Eğitim ve Bilgilendirme Oturumları: Öğrencilere yönelik olarak mülakat teknikleri ve etkili CV hazırlama yöntemleri üzerine atölye çalışmaları düzenlemek. Turizm sektöründeki güncel trendler ve gelecekteki gelişmeler hakkında sektör profesyonelleri vasıtasıyla bilgilendirme oturumları düzenlemek.

Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri ve kariyer gününe katılan işletme temsilcileri ile sınırlandırılmıştır. Gelecek çalışmalarda; Çanakkale kariyer gününden sonra başka kariyer etkinliğine katılacak işletmelere her iki etkinliği karşılaştırması ya da fakültenin farklı bölümlerindeki öğrencilerin bölümler bazında bir değerlendirme yapmaları şeklinde araştırmalara yer verilebilir.

## Kaynakça

- Akbaba, A. ve Günlü, E. (2011). Otel işletmelerinde işgören bulma, seçme ve eğitim sürecinin stratejik insan kaynakları bakış açısıyla değerlendirilmesi: Beş yıldızlı otellerde bir araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(22), 199-228.
- Anandhwanlert, T. and Wattanasan, C. (2016). Career perception of undergraduate students on tourism and hospitality industry in Thailand, *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 5(10), 339-346.
- Armoo, A. K. and Neequaye, K. (2014). Factors used by Ghanaian students in determining career options in the tourism and hospitality industry, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(2), 166-178. DOI 10.1108/WHATT-12-2013-0053
- Arnold, J. (2002). *Careers and career management*. Erişim Tarihi: 08.05.2024 <https://psycnet.apa.org/record/2003-00438-006>.
- Bakioğlu, A. ve İnandı, Y. (2001). Öğretmenin kariyer gelişiminde müdürün görevleri, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 28(güz), 513-529.
- Belber, B. G. ve Kale, E. (2017). Halkla ilişkiler araçlarından eğitim uygulamalarının, işyeri seçimine etkisi: Turizm fakültesi öğrencileri üzerine bir uygulama, *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 8(30), 2223-2238.
- Boyd, J. and Boyd, S. (2020). Expectation and interaction: Student and employer approaches to university careers fairs. *Journal of the National Institute for Career Education and Counselling*, 44(1), 57-63.
- Buhalis, D., Leung, X.Y., Fan, D., Darcy, S., Chen, G., Xu, F., Wei-Han Tan, G., Nunkoo, R. and Farmaki, A. (2023), "Editorial: Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint", *Tourism Review*, 78(2), 293-313. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2023-620>.
- Bunghez, C. L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016, 1-9.
- Cevher, E. (2015). Üniversitelerde kariyer planlama faaliyetleri ekseninde kariyer merkezlerine yönelik bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 164-177.
- Çelik, K. (2016), *Otellerde staj yapan öğrencilerin ve otel yöneticilerinin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Edelheim, J. (2020). How should tourism education values be transformed after 2020?. *Tourism Geographies*, 22(3), 547-554.
- Eşitti, B. & Buluk, B. (2018). Öğrencilerin geleceğinde kariyer günleri etkinliklerinin rolü: Turizm işletmeciliği ve rehberlik lisans öğrencileri üzerine bir araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 38-56.
- Fulgence, K. (2015). Factors influencing graduates recruitment decisions: The case of Tanzaniacorporate recruiters. *Academy of Educational Leadership Journal*, 19(1), 195–216.
- Geylan, R., Tonus, Z., Kağmıçoğlu, D., Benligiray, S., Baraz, B. ve Ergun Özler, D. (2013). *İnsan kaynakları yönetimi*, 1.Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayını
- Gordon, S., Adler, H., and Scott-Halsell, S. (2014). Career fairs: are they valuable events? Hospitality and tourism recruiter perceptions of attributes towards participation and activities. *International Journal of Hospitality and Event Management*, 1(1), 81-94.
- Işık, M. F., Tokgöz, L. ve Işık, Z. (2022). Öğrencilerin kariyerleri ile ilgili karar verme süreçlerinde kariyer günleri etkinliklerinin rolü: Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(2), 300-316.
- İnce, C. ve Kendir, H. (2016). Turizm öğrencilerinin kariyer beklentilerine yönelik düşünceleri: Stajyer öğrenciler örneği, *International Journal of Academic Value Studies*, 2(3), 13-23.
- Kalalarasan, C., and Panchalan, R. (2024). Transformative impacts of tourism advertising on global travel industry. *REST Journal on Banking, Accounting and Business*, 3(1), 17-23.

- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı Nicel-Nitel-Karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*, Sivas: Nobel Yayıncılık.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kaskey, V. (2012). An investigation into a career day on a student's choice of profession. *International Journal of Business and Social Science*, 3(14), 53-58.
- Kocabey, U. (2010). *İşletmelerde performans değerlendirme, geri bildirim, kariyer planlama ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilere yönelik bir araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Kozak, M. (2017). Bilimsel araştırma: *Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, Akoğlan. M., ve Dalkıranoğlu, T. (2013). Mezun öğrencilerin kariyer algılamaları: Anadolu Üniversitesi örneği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 41-52.
- Krouwel, S. J. C., van Luijn, A. and Zweekhorst, M. B. (2020). Developing a processual employability model to provide education for career self-management. *Education+ Training*, 62(2), 116-128.
- Kunwar, R. R. (2018). Tourism education, curriculum spaces, knowledge production, and disciplinary pluralism. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 9, 83–155. <https://doi.org/10.3126/gaze.v9i0.19724>
- Laliberté, M. (2006). Nous entrons dans l'ère des ressources humaines: bilan passé et défis à relever. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 25(1), 55-57. <https://journals.openedition.org/teoros/1351>
- Lee, M. J., Lee, P., and De Villa-Lopez, B. (2019). Hospitality and tourism career fairs: how important are they and how well do they work? *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 19(4), 326–340. <https://doi.org/10.1080/15313220.2019.1592061>
- Miller, L. (2024). *Hospitality highway career fair: An exploratory study*. (Unpublished Master's Thesis), Human Nutrition and Hospitality Management Undergraduate, University of Arkansas, USA.
- Milman, A. and Whitney, P. A. (2014). Evaluating students' experience and satisfaction at a hospitality and tourism college career fair. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 13(2), 173-189.
- Özer, A ve Zencir, T. (2018). Üniversite öğrencilerinin iyimserlik düzeyleri ve kariyer fuarlarına katılmaları ile iş-arama davranışları arasındaki ilişkide öz-yetkinliğin aracı rolü, 27. Uluslararası Eğitim Bilimleri Kongresi, Antalya.
- Polat, F. B., Ardıç, K. ve Özdemir, Y. (2016). Bireysel kariyer planlamada etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Sakarya devlet okulları örneği, *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 2016; 4(1): 29-65. DOI: 10.22139/ibd.13907.
- Savickas, M. L. (2012). Life design: A paradigm for career intervention in the 21st century, *Journal of Counseling & Development*, 90(1), 13-19. <https://doi.org/10.1111/j.1556-6676.2012.00002.x>
- Seçer, H. (2013). *Bireysel kariyer planlama ve kişisel başarı algısı arasındaki ilişki ve Pamukkale Üniversitesi'nde bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Seggie, F. N. ve Bayyurt, Y. (Ed.). (2017). *Nitel araştırma yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Silkes, C., Adler, H. and Phillips, P.S. (2010). Hospitality career fairs: student perceptions of value and usefulness, *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 9(2), 117–130.
- Şahin, B., Kafa, N. ve Korkmaz, H. (2021). Turizm işletmelerinde insan kaynakları seçim süreci ve kariyer günleri, *Türk Dünyası Araştırmaları*, 127(250), 103-120.
- TDK (Türk Dil Kurumu). (2024). *Kariyer kelimesinin sözlük anlamı*, Erişim tarihi: 04.02.2024, <https://sozluk.gov.tr/>
- Tutar, H. (2020). *Kariyer planlaması ve yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.