

Kendimizi Pazarlayabiliyor muyuz? Yüksek Öğretimde Küreselleşme ve Öğrenci Hareketliliği: Turizm ve Otel İşletmeciliği Okullarının Karşılaştırması ile İlgili Bir Örnek Çalışma*

Doç. Dr. Ayşe COLLINS

Bilkent Üniversitesi, Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, e-posta: collins@bilkent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7312-810X>

Öz

Son araştırmalara göre dünya çapında yoğun bir öğrenci hareketliliği gözlemlenmektedir. Bu da eğitim kurumlarının gerekli bilgileri elektronik ortamda sağlamalarını kaçınılmaz kılmaktadır. Bu araştırma turizm ve otel işletmeciliği okullarını resmi web sayfalarında ki bilgilerini kullanarak yapıları, ders programları ve staj programları açısından değerlendirmeyi ve karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Sonuçlar, bütün dünyadan, karşılaştırılan okullar arasında benzerlikler kadar farklılıklar da olduğunu göstermektedir. Bu araştırmanın bulgularının konuyla doğrudan ya da dolaylı olarak alakası olan öğrenciler, eğitimciler, sektör çalışanları ve karar vericiler de dahil olmak üzere, eğitim sisteminin tüm paydaşlarına faydalı olması ümit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi, Eğitimde Öğrenci Hareketliliği, Eğitimde Küreselleşme.

*Bu çalışma 18. Ulusal Turizm Kongresinde bildiri olarak sunulmuş ve bildiri kitabında yayımlanmıştır.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.2, 2018
ss.34-41.

DOI: 10.26677/tutad.2018.30

Önerilen Atıf:

Collins, A. (2018). Kendimizi Pazarlayabiliyor muyuz? Yüksek Öğretimde Küreselleşme ve Öğrenci Hareketliliği: Turizm ve Otel İşletmeciliği Okullarının Karşılaştırması ile İlgili Bir Örnek Çalışma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, ss. 34-41.

Are We Marketing ourselves: Higher Education Globalization and Student Mobility a Case Study of Comparison of Tourism and Hotel Management Schools

Associate Prof. Dr. Ayşe COLLINS

Bilkent University, School of Applied Technology and Management, Department of Tourism and Hotel Management, e-mail: collins@bilkent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7312-810X>

Abstract

Recent researches from international statistics show there is a big flow of student mobility all over the world, which makes it inevitable to provide necessary information on educational institutions. This study examines and compares tourism/hotel management programs in different levels including nature of programs, their curriculum and industrial training components by analysing the information given on the official web pages of the schools. Results show there are similarities as much as differences all around the world within the frame of the institutions compared. It is hoped that the findings could help the stakeholders of the education systems, students, educators, professionals, decision maker and more.

Keywords: Tourism and Hotel Management Education, Student Mobility in Education, Globalization in Education.



Journal of Turkish Tourism Research
Vol.2, Issue.2, 2018
pp. 34-41.

Suggested Citation:

Collins, A. (2018). Are We Marketing Ourselves: Higher Education Globalization and Student Mobility a Case Study of Comparison of Tourism and Hotel Management, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.2, pp. 34-41.

GİRİŞ

Son araştırmalara göre dünya çapında yoğun bir öğrenci hareketliliği/dolaşımı gözlemlenmektedir. Her ülke, bu rekabet ortamında yerini alabilmek için, daha kolay erişilebilen ve geçerli/güncel bilgiyi sağlayan programlar sunmayı amaçlamaktadır.

UNESCO'nun 2014 raporuna göre yaklaşık 5 milyon uluslararası öğrenci kaydı tespit edilmiştir. Bu rakam 2000 yılındakinin iki mislidir ve her yıl ortalama %10'luk bir artışı göstermektedir (<http://monitor.icef.com>). Hatta bu gidişle, bu rakamın 2025 yılına kadar yıllık 8 milyona ulaşması beklenmektedir (www.oecd.org).

2008 mali krizi uluslararası "öğrenci hareketliliğini" yavaşlatmasına rağmen, tarihsel olarak ABD ve Birleşik Krallık (BK) her zaman için en popüler ülkeler olmaya devam etmiştir. UNESCO'nun araştırmasına göre, öğrencilerce tercih edilen ilk beş ülke sırasıyla ABD (%19 toplam mobil öğrenci), Birleşik Krallık (BK) (%10), Avustralya (%6), Fransa (%6) ve Almanya'dır (%5). Bu yüzdeler BK da uygulamakta olduğu katı vize kuralları nedeniyle, 2012'den beri azalma göstermektedir. Farklı bir açıdan bakıldığında, öğrenci hareketliliğinin %53'ü, başta Çin, Hindistan ve Güney Kore olmak üzere Asya kökenlidir. Son olarak, yolculuk masrafları ve kültürel yakınlığı düşünerek, öğrencilerin ülkelerine daha yakın ülkeleri tercih etme eğilimi göstermeye başladıkları gözlemlenmektedir. Bu eğilim, Rusya Federasyonu (%3), Japonya (%3), Kanada (%3), Çin (%2) ve İtalya (%2) olmak üzere, yeni gelişen bölgesel merkezler oluşmasına neden olmaktadır.

Bu öğrenci hareketliliği gerçekliği, ülkeler, hükümetlerin karar mekanizmaları, eğitimciler ve hatta yerel yönetimler arasında oluşması gereken koordinasyonu gündeme getirmektedir. Bu durum birçok uluslararası politikanın birlikte düşünülmesini kaçınılmaz kılmakta. Bu politikalar:

- a) yükseköğretim politikası ve göç politikasının bazı boyutları (öğrenci ve akademisyen vizeleri ve eğitim sonrası ikamet),
- b) ticaret politikası (ikili ve çoklu anlaşmalardaki eğitim hizmetleri yükümlülüklerinin uyumlulukları), c) gelişme politikası (yükseköğretimde yardım geliştirme politikasının tutarlılığı),
- d) iş piyasası politikasıdır (yükseköğretim kurumları ile sektördeki profesyonel meslek kuruluşlarının koordinasyonu) (<http://www.oecd.org>).

Bütün bu konular, yükseköğretimdeki her bilim alanı için geçerli olup, öğrencilerin okul ve ülke tercihlerini etkilemektedir. Hatta küresel rekabet ortamı içinde, her bir kurumun yapısı, önkoşulları ve sundukları programlarla ilgili detaylar önem kazanmaktadır.

Turizm 40 yıl öncesine kadar bir bilim dalı değildi (Airey, 2005). Turizm eğitim programları bile erken 1930/1940'larda başlamıştır (Jafari, 1990, 1997 ve Majò, 2004), ancak asıl patlama 1960/1970'lerde Avrupa'daki birkaç öncü üniversiteyle gerçekleşmiş ve sonrasında ABD, Kanada, Avustralya ve Yeni Zelanda ile devam etmiştir (Jenkins, 1997). Bu kaçınılmaz tarihsel gelişim, farklı ülkelerde ve hatta aynı ülkenin farklı eğitim kurumlarında değişik eğitim uygulamalarına yol açmış olsa da dünya çapında öğrenci ve akademisyen hareketliliği hiç bir zaman durmamıştır.

Turizm ve hizmet alanında, tam zamanlı ya da daha kısa süreli değişim programları ile öğrencileri cezbetmeye çalışan birçok üniversite mevcuttur. Araştırmalara göre öğrenci değişim programları çoğaldıkça, hizmet alanındaki programlar da daha popüler hale gelmektedir (Jenkins, 1997; Richards, 1995) çünkü sektördeki kalifiye eleman ihtiyacı artmaktadır (High Level Group, 1998; ILO, 2001; Leslie, 1993; Zehrer ve Mössenlechner, 2009).

Yükseköğretim ile ilgili daha önceki araştırmalar genellikle paydaşların algıları bağlamında farklı müfredatları karşılaştırmaktadır. Bu alanda programların nasıl daha iyi planlanabileceği ile ilgili değişik ülkelerden akademisyenler araştırmalar ve analizler yapıp alana katkıda bulunmaktadır (Daniel, Costa, Pita ve Costa, 2017; Fidgeon, 2010; Johanson, Ghiselli, Shea ve Roberts, 2011; Malan, Cobanoglu ve Waldo, 2015; Wang, Huyton, Gao ve Ayres, 2010; Volgger ve Pechlaner, 2015; Zhang ve Xiong, 2017). Fakat web sayfalarında yazılanlarla gerçek hayatta olanlar yeterli sayıda araştırmada henüz karşılaştırılmamıştır. Sheldon ve arkadaşlarına (2008:62) göre 'Dünyada sismik değişimler oluyor... toplum ve turizm bunun artçı şoklarıyla sarsılıyor ve etkilerine uyum sağlamak üzere, harekete geçmek, düşünmek ve farklı planlamalar yapmak için hazırlık yapılması gerekiyor.' Dolayısıyla, bu belirsiz turizm ortamında mezunların eskiye oranla daha farklı beceri, yetenek ve bilgi donanımlarına ihtiyaçları vardır. Bu da, eğitim sistemlerinde, bilgi teknolojilerinden de gelen yeni yaklaşımların uygulanabileceği (Buhalis ve Law, 2008), acil değişiklikler yapılmasını gerektirmektedir (Wallis ve Steptoe, 2006).

Sonuçta, 21. yüzyılda, pek çok toplum 'küreselleşme' denen uluslararası sistemlere şekillenmektedir. İyi etkilerin kötü etkileri bastırabilmesi, küreselleşmenin olumlu ve olumsuz yönlerinin dengelenebilmesi için bilginin geçerli ve güvenli yöntemlerle işlenmesi gerekmektedir. Her alanda olduğu gibi, yükseköğretimin de küresel bir piyasası vardır. Bu kıran kırana iş ortamı yükseköğretim kurumlarına, öğrencilerin ve sektörlerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, kendi 'rekabet avantajlarını' oluşturma baskısı yaratmaktadır. Yükseköğretim piyasası düşünüldüğünde, bu 'rekabet avantajı', özellikle üniversitelere sundukları programları gözden geçirip daha güçlü hale getirmeleri fırsatını vermektedir.

YÖNTEM

Bu araştırma, yukarıda belirtilen sorunlara ışık tutmak amacıyla, turizm ve otel işletmeciliği okullarının resmi web sayfalarındaki bilgileri kullanarak, okulları a) yapıları, b) ders programları ve c) staj programları açılarından karşılaştırmaktadır.

Araştırmanın örneklemini için, dünya çapında turizm okullarının üyesi olduğu, CHRIE (Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education) seçilmiştir (<http://www.chrie.org>). Örneklemini, verilerin toplandığı 2015 yılında CHRIE üyesi 344 eğitim kurumundan 261'i oluşturmuştur.

Araştırma, genel olarak, 'öğrenci hareketliliği' açısından 'turizm ve otel işletmeciliği' alanının, eğitim ve staj programları seçimi bağlamında, web sayfalarının gerçekleri ne ölçüde yansıttığını incelemeyi

amaçlamaktadır. Veriler, bu alanda programları karşılaştıran Tribe (2005) ve Wang vd., (2010) kullandıkları araçların geliştirilmesi ile oluşturulan bir kontrol listesi hazırlanarak toplanmıştır.

BULGULAR

Bulgular, daha iyi 'Turizm ve Otel İşletmeciliği' programlarına doğru bir iyileşme göstermesine rağmen, mezunlar için kişisel ve kurumsal gelişme sağlamak açısından alanın hala göz önünde bulundurulması gereken konular vardır. Araştırmanın başlığı düşünüldüğünde – 'Kendimizi Pazarlayabiliyor muyuz?' – eğitim sektöründe ki pazarlama kanallarından birincisi eğitim kurumlarının resmi web sayfalarıdır çünkü öğrencilerimiz, öğrenci adaylarımız ve sektör aktörleri eğitim kurumlarını, bu sayfalar aracılığıyla tanımaktadır. İkincisi ise, stajyer programlarımızdır, çünkü bu programlar aracılığıyla, hem öğrencilerimiz gerçek dünya ile karşılaşmaktadır, hem de sektör aktörleri öğrencilerimizi, beceri, yetenek ve bilgilerini, yani eğitim kurumumuzu tanımaktadır.

Araştırmanın sonuçları iki önemli konuyu ortaya çıkarmıştır: 1) eğitim kurumlarının resmi web sayfalarında sunulan bilgilerin yetersizliği ve 2) bilgilerinin tutarsızlığı.

Eğitim kurumlarının resmi web sayfalarından alınan bilgiler programların a)bağlı oldukları yüksek okul ya da fakülte, b) program adı, c) eğitim süresi, d) mezun olmak için gereken toplam kredi ve e) programda sunulan derslerin yapıları ve çeşitliliği açısından tutarlı bir yapı içermediğini göstermektedir.

Turizm ve Otel İşletmeciliği programlarının sadece %19,8 ilgili okul ya da fakülterele bağlı iken geri kalanların işletme (%38,1), insani bilimler (%13,7), ekonomi (%8,6) ve ziraat (%4,6) okul ya da fakültelerine bağlı olduğu görülmüştür. Geri kalan yüzde 15,2 si toplum sağlığı, profesyonel çalışmalar, kaynak mühendisliği, uygulamalı bilimler, hukuk, eğitim bilimleri ve çevre bilimleri okul ya da fakültelerine bağlıdır.

Araştırma, programların sadece %17,5 in isminin "Turizm ve Otel İşletmeciliği" geri kalanların isimlerinin "insan ekolojisi" ya da "aile bilimleri" gibi, web sayfasından, bu programlar ile ilgili inceleme yapan birinin zor tahmin edebileceği isimler olduğunu göstermiştir.

Aynı şekilde eğitim süreleri açısından programların % 19,2 si bu bilgiyi vermemiştir. Süre bilgisi verenlerin % 33 ü 2-3 yıl arası, % 47,8 i 3-4 yıl arası eğitim içermektedir. Mezun olmak için gereken toplam kredi çeşitliliği genelde 121-139 arasındadır (% 43,9). Bu kredi den az (%31,9) ve daha fazla (%17,8) isteyen bölümlerde mevcuttur.

Araştırma kapsamında programların sundukları dersler web sayfasındaki isimleri göz önüne alınarak analiz edilmiştir. Toplam 2016 ders, 5 ana grup altında toplanmıştır. Sonuçlar derslerin % 47,5 unun alan dersleri, % 34.4 ünün genel işletme ve yönetim dersleri, % 6.9 unun staja yönelik

dersler ve % 4 ünün araştırmaya yönelik dersler olduğunu göstermiştir. Geri kalan yüzde 11,2 inin yabancı dil, tarih vb. dersler olduğunu göstermiştir.

Araştırmada karşılaştırılan 261 üniversitenin “staj programları” da;

- a) staj programlarına verilen isim,
- b) zorunlu olup olmaması,
- c) kaç defa yapıldığı,
- d) kredili olup olmaması,
- e) yabancı bir ülkede yapılıp yapılmaması,
- f) süresi,
- g) staj performansının nasıl değerlendirildiği konularında değerlendirilmiştir.

Karşılaştırmanın sonucu, okulların “staj programına” 21 farklı isim verdiğini göstermektedir. Okullardan % 94,5 inde stajın zorunlu olup, % 75 inde en az bir defa yapıldığını göstermektedir. Bunun yanı sıra 5 defa staj yapılmasını programında belirlemiş okullarda bulunmaktadır. Stajın süresinin belirlenmesinde okullar saat, hafta, ay, sömestr hatta yıl bazında belirlemeler, yapmış ki buda ortak bir süre kavramı yaratmaktan uzaktadır. Programların % 64,2 i staj programına “kredi” vermiş fakat bu kredinin sayısı her kurumda farklılık göstermektedir. Okulların çoğu (% 96,2) başka bir ülkede staj yapılmasını seçenek olarak benimsemiş.

Son olarak, “staj performansının değerlendirilmesi” konusunda okulların sadece % 4,7 i bu konu ile ilgili son derece “sınırlı” bilgiyi “web sayfalarında” paylaşmıştır. Bu bilgide “değerlendirmenin staj koordinatörü ya da stajdan sorumlu öğretim elemanı” tarafından yapılacağı şeklindedir. Değerlendirme kriteri ya da süreci ile ilgili bilgi sunulmamıştır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Araştırmanın sonuçları farklı açılardan farklı sonuçlar açığa çıkarmıştır. Öncelikle, web sayfası ve arayüz tasarımı söz konusu olduğunda, serbest piyasada kullanılan pazarlama yöntemlerinin kullanılması gereksinimi ortaya çıkmaktadır ki ‘seçim yapma’ kolaylığı sağlansın. Bu bağlamda yükseköğretim kurumlarının serbest piyasadaki bir farkı yoktur, çünkü eğitim kurumlarının da kendilerini pazarlaması gerekmektedir. Diğer bir açı ise araştırmacıların kullandığı yöntemlerle ilgilidir. Bu tür araştırmalarda ‘netnografi’ (Kozinets, 2010) yönteminin kullanılması son dönemlerde yaygınlaşmıştır. Son olarak, öğrenciler açısından konuya bakıldığında, hareketlilik savaşında, sorulması gereken pek çok soru olduğu ortaya çıkmıştır. Öncelikle, öğrencilerin ve sektör paydaşlarının yükseköğretim kurumlarının resmi web sayfalarından neleri araştırdıklarına bakılmalı. Cevap aranılan sorulardan bazıları: seçilen üniversitenin uygunluğu, eğitim ödeneğinin önemi, web sayfasında sunulmakta olan ‘değerler’ paydaşlar için ne ifade ediyor ve gerçekler onların beklentilerini ne ölçüde karşılıyor (Annandale, 2013).

Bu araştırmanın bulgularının konuyla doğrudan ya da dolaylı olarak alakası olan öğrenciler, eğitimciler, sektör çalışanları ve karar vericiler de dahil olmak üzere, eğitim sisteminin tüm paydaşlarına faydalı olması ümit edilmektedir.

Bu araştırma seçilen örneklem açısından, CHRİE ye üye okullar ile sınırlıdır. Daha geniş örneklem kullanarak araştırmanın yapılması önem taşımaktadır. Ayrıca, sadece Türkiye'deki Turizm ve Otel İşletmeciliği programlarının karşılaştırarak bunun uluslararası programlarla benzerlik ve farklılıklarının araştırılması Erasmus programı ile diğer ülkelere giden ve gidecek öğrenci ve akademisyenlere yol gösterici kaynak olabilecektir.

KAYNAKÇA

Airey, D. (2015). 40 Years of Tourism Studies—A Remarkable Story. *Tourism Recreation Research*, 40(1):6-15.

Annandale, W. (2013). <http://www.guardian.co.uk/higher-education-network/blog/2013/feb/04/higher-education-marketing-predications-2013>

Buhalis, D. and Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years On and 10 Years After the Internet—The State of Etourism Research. *Tourism Management*, 29(4): 609-623.

Daniel, A. D., Costa, R. A., Pita, M. and Costa, C. (2017). Tourism Education: What About Entrepreneurial Skills? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30: 65-72.

Fidgeon, P. R. (2010). Tourism Education and Curriculum Design: A Time for Consolidation and Review? *Tourism Management*, 31(6): 699-723.

Jafari, J. (1990). Research and Scholarship: The Basis of Tourism Education. *Journal of Tourism Studies*, 1: 33-41.

Jafari, J. (1997). Tourismification of The Profession. Chameleon Job Names Across the Industry. In: WTO, *Human Capital in The Tourism Industry of The 21st Century*. Madrid: WTO, 202-214.

Jenkins, C. L. (1997). Tourism Education Systems, Institutions and Curricula: Standardisations and Certification. in WTO (Ed.) *Human Capital in The Tourism Industry of The 21st Century*. WTO: Madrid, 215-221.

High Level Group on Tourism and Employment, (1998). *European Tourism and New Partnerships or Jobs. Conclusions and Recommendation of the High Level Group On Tourism and Employment*. Bruxelles: EU-Commission.

<http://Www.Uis.Unesco.Org/Education/Pages/International-Student-Flow-Viz.aspx>

<http://monitor.icef.com/2014/02/summing-up-international-studentmobility>

<http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/AHELOFSReportVolume1.pdf>, p. 26

<http://www.oecd.org/innovation/policyplatform/48137663.pdf>

ILO (2001). *Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering, and Tourism Sector*. Geneve: ILO.

Johanson, M., Ghiselli, R., Shea, L. J. and Roberts, C. (2011). Changing Competencies of Hospitality Leaders: A 25-Year Review. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 23(3): 43-47.

Kozinets, R. V. (March 2010). Netnography: The Marketer's Secret Weapon How Social Media Understanding Drives Innovation. http://info.netbase.com/rs/netbase/images/Netnography_WP.pdf

Leslie, D. (1993). Higher Education for Hospitality and Tourism: A European Dimension. *International Journal for Hospitality Management* 12(1), 101-107.

OECD, Education at a Glance 2013: OECD Indicators, Indicator C4 www.oecd.org/edu/eag.htm

Majó, F. J. (ed.) (2004) *Grado de Turismo*. Available from: http://www.aneca.es/modal_eval/docs/libroblanco_jun05_turismo.pdf. (Accessed 30 May 2006)

Malan, G. G., Cobanoglu, C. and Waldo, R. D. (2015). The Use of Personality Styles in Designing Curriculum in Hospitality Schools. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 14(1): 90-105.

Sheldon, P. J., Fesenmaier, D. R. and Tribe, J. (2011). The Tourism Education Futures Initiative (TEFI): Activating Change in Tourism Education. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 11(1): 2-23.

Tribe, J. (2005). Overview of Research. In: D. Airey and J. Tribe (Eds.), *An International Handbook of Tourism Education*, 25-43. UK: Elsevier.

Wallis, C. and Steptoe, S. (2006, December 10). How to Bring Our Schools Out of The 20th Century? *Time*. Retrieved April 3, 2007, From The Future Of Tourism Education Summit 2007 Web site: http://www.tourism.wuwien.ac.at/Summit/Material/How_to_bring_our_schools_out_of_the_20th_Century.pdf

Wang, J., Huyton, J., Gao, X. and Ayres, H. (2010). Evaluating Undergraduate Courses in Tourism Management: A Comparison Between Australia and China. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education (Pre-2012)*, 9(2): 46.

Volgger, M. and Pechlaner, H. (2015). Interdisciplinarity, Transdisciplinarity and Postdisciplinarity in Tourism and Hospitality Education. *The Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Education*, 85-102.

Zhang, Y. and Xiong, Y. (2017). Interdisciplinary Understanding of Place in Tourism Education: An Approach of Participatory Learning in China. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30: 47-54.