



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**EĞİTİM TURİZMİ KAPSAMINDA DESTİNASYON SEÇİMİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLER: İSTANBUL ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi

Fatih Hasan HANÇER

Danışman

Prof. Dr. Şule AYDIN

NEVŞEHİR

Mart, 2021

TEŞEKKÜR

Bilimsel gelişimime katkıda bulunan Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin değerli öğretim üyelerine; tez izleme jüri üyelerim Doç. Dr. Korhan KARACAOĞLU, Doç. Dr. Duygu EREN ve Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül KATLAV'a; tez savunma sınavı jüri üyeleri Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU ve Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY'a, yüksek lisans ve doktora eğitimimin her aşamasında tecrübeleriyle akademik gelişimime yön veren ve tez süresince rehberlik eden değerli tez danışmanım Prof. Dr. Şule AYDIN'a en içten saygı ve teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca, bu süreçte desteklerini her zaman yanımda hissettiğim Prof. Dr. Selma KÖKSAL ve Doç. Dr. Mehmet IŞIK'a, alan araştırmalarında yardımcı olan Prof. Dr. Seyfettin GÜRSEL, Prof. Dr. Ünal Halit ÖZDEN, Prof. Dr. Nazan ALİOĞLU, Doç. Dr. Özlem DENLİ ve arkadaşlarına; fikirleriyle destek olan Doç. Dr. Emrah ÖZDEMİR, Doç. Dr. Mustafa ARSLAN'a teşekkür ediyorum.

Destek ve sevgilerini benden esirgemeyen annem Gülendam HANÇER, babam Şükrü HANÇER, ablalarım Ayşe ÖZATA ve Esin EKMEKÇİOĞLU ile teyzem Güldane DOĞAN'a çok teşekkür ediyorum ve çalışmamı onlara armağan ediyorum.

Fatih Hasan HANÇER

EĞİTİM TURİZMİ KAPSAMINDA DESTİNASYON SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Fatih Hasan HANÇER

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm
İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Doktora, Mart, 2021

Danışman: Prof. Dr. Şule AYDIN

ÖZET

İletişim ve ulaşım olanaklarının yaygınlaşması, her alanda olduğu gibi eğitim alanında da önemli gelişmelere yol açmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda, özellikle üniversite öğrenimi için yapılan seyahatler giderek artmıştır. Genellikle gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelere yapılan bu seyahatlerle oluşan uluslararası öğrenci hareketliliği, beraberinde birçok fırsatı ve sorunu getirebilmektedir. Bu önemli fırsatlardan birisi, eğitim turizmidir. Eğitim turizmi, ev sahibi ülke ekonomilerine çok ciddi ekonomik katkılar sağlamaktadır. ABD, Kanada, Avustralya, İngiltere, Fransa ve Almanya, eğitim turizmi pazarındaki en güçlü ülkelerdir. Dünyanın en çok turist ağırlayan ülkelerinden birisi olan Türkiye ise son yıllarda görece fazla sayıda uluslararası öğrenciyi bünyesine çekse de eğitim turizmi alanında ciddi bir varlık gösterememektedir.

Bu araştırmanın temel amacı, eğitim turizmi kapsamında yükseköğrenim için Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin bu kararı almasında etkili olan faktörlerin ortaya çıkarılmasıdır. Ayrıca, Türkiye'de eğitim turizminin genel görünümünün ortaya konulması ve bu öğrencilerin Türkiye'de öğrenim görmeye karar verdikten sonra yaşadıkları olumlu ve olumsuz deneyimlerin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir.

Literatür taramasının ardından nitel yaklaşımın esas alındığı çalışmada derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular kullanılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. İstanbul ilindeki vakıf üniversitelerinde öğrenim gören 27 uluslararası öğrenciden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda, ülke ve şehir seçim sürecinde; ailevi nedenler, tavsiyeler, sosyokültürel ve dini yakınlık, İstanbul ilinin imajı, vize kolaylığı ve düşük öğrenim ücretlerinin oldukça etkili olduğu görülmüştür. Üniversite seçim sürecinde ise arkadaş tavsiyeleri ve üniversitelerin lokasyonu öne çıkmıştır.

Eğitim, turizm, iletişim, kültür, dil, ekonomi ve diplomasi gibi çok sayıda bileşen ile etki ve ilgi alanına sahip olduğu değerlendirilen araştırma konusunun, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu, üniversiteler, yabancı dil kursları, mesleki eğitim kursları, konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, seyahat acenteleri, yurtdışı eğitim hizmeti üzerinde yoğunlaşan aracı kurumlar ve yeni araştırmacılar için kaynak niteliği taşıması öngörülmektedir. Araştırma sonucunda ortaya çıkacak sorunlara ilişkin olarak ilgili kurumlarca uygulanabilir politika önerilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Eğitim Turizmi, Uluslararası Öğrenci, Destinasyon Seçimi

**FACTORS AFFECTING DESTINATION SELECTION WITHIN THE
SCOPE OF EDUCATION TOURISM: ISTANBUL CASE**

Fatih Hasan HANÇER

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences Tourism
Management Department / PhD, March, 2021**

Advisor: Prof. Şule AYDIN

ABSTRACT

The expansion of communication and transportation opportunities leads to important developments in the field of education, as in all areas. As a result of these developments, trips to university education in particular have increased steadily. International student mobility, usually caused by these trips to developed or developing countries, can bring many opportunities and problems. One of these important opportunities is educational tourism. Educational tourism makes a very serious economic contribution to the economies of the host countries. The US, Canada, Australia, the UK, France and Germany are the strongest countries in the education tourism market. Although Turkey, one of the most welcoming countries in the world, has attracted a relatively large number of international students in recent years, it cannot show a serious presence in the field of educational tourism.

The main aim of this research is to identify the factors that are effective in making this decision for international students who come to Turkey for higher education within the scope of education tourism. In addition, it is aimed to reveal the general outlook of educational tourism in Turkey and to reveal the positive and negative experiences that these students experience after they decide to study in Turkey.

After a literature review, a semi-structured interview form was prepared using the results obtained from in-depth interviews in a study based on a qualitative approach. Data from 27 international students studying at foundation universities in Istanbul province were subjected to content analysis. As a result of the analysis, family reasons, recommendations, socio-cultural and religious proximity, the image of Istanbul province, visa ease and low tuition fees were very effective in the country and city selection process. During the university selection process, the advice of friends and the location of the universities stood out.

Education, tourism, communication, culture, language, economy, and diplomacy with several components such as domain and with the area of interest could be considered the subject of research, Ministry of culture and tourism, Treasury and the Ministry of finance, the Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Education, Higher Education Institutions, Universities, foreign language courses, vocational training courses, accommodation, businesses, transportation companies, travel agents, international brokerage firms and new resource for researchers focusing on the management of quality education services is projected to have. It is aimed to develop applicable policy proposals by the relevant institutions regarding the problems that will arise as a result of the research.

Keywords: Education, Education Tourism, International Student, The Choice of Destination

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK.....	ii
KABULVE ONAY.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
KISALTMALAR.....	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. EĞİTİM KAVRAMI	7
1.2. EĞİTİM TURİZMİ KAVRAMI.....	9
1.2.1. Eğitim Turizmi ve Eğitim Turisti Kavramları.....	10
1.2.2. Eğitim Turizmi Kavramına Teknik Yaklaşım.....	19
1.2.3. Eğitim Turizmi Kavramına Ekonomik Yaklaşım.....	21
1.2.4. Eğitim Turizmi Kavramına Bütünsel Yaklaşım	22
1.2.5. Eğitim Turizminin Unsurları.....	23
1.2.5.1. İnsan.....	23
1.2.5.2. Coğrafya.....	23
1.2.5.3. Eğitim Kurumları.....	24
1.2.5.4. Endüstri.....	25
1.2.5.5. Ulaşım.....	25
1.2.5.6. Dış Çevre.....	26
1.3. EĞİTİM HİZMETLERİNDE KÜRESELLEŞME ve EĞİTİM TURİZMİNİN ÖNEMİ.....	28

1.4. DÜNYADA EĞİTİM TURİZMİ	31
1.5. TÜRKİYE’DE EĞİTİM TURİZMİ	36
1.6. EĞİTİM TURİZMİ ALANINDAKİ FIRSATLAR VE SORUNLAR	45
1.7. EĞİTİM TURİSTLERİNİ ÇEKEN FAKTÖRLER ve İLGİLİ LİTERATÜR İNCELEMESİ	49
1.7.1. Ülke İmajı.....	60
1.7.2. Maliyetler.....	61
1.7.3. Vize ve Göç Kolaylığı, Çalışma İzni, Staj Olanakları	63
1.7.4. Güvenlik ve Asayiş Ortamı.....	64
1.7.5. Güç Birlikleri, Akreditasyon, Denklik, Tanıtım ve Markalaşma.....	65
1.7.6. Müfredat.....	66
1.7.7. Akademik Personelin Yetkinliği.....	66
1.7.8. Yabancı Dil.....	67
1.7.9. Sıralama ve Ün.....	68

İKİNCİ BÖLÜM

EĞİTİM TURİZMİ KAPSAMINDA DESTİNASYON SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	71
2.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	73
2.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	74
2.3.1. Evren ve Örneklem.....	75
2.3.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi.....	76
2.3.3. Veri Toplama Süreci.....	78
2.3.4. Veri Analiz Stratejisinin Seçimi.....	78
2.3.5. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği.....	80
2.3.5.1. Geçerlik.....	80

2.3.5.2. Güvenirlik.....	81
2.3.6. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	82
2.4. KATILIMCI GRUBUN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ.....	83
2.5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	85
2.5.1. Ülke ve Şehir Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular.....	86
2.5.2. Üniversite Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular.....	91
2.5.3. Karar Verme Sürecinde Başvurulan Bilgi Kaynaklarına İlişkin Bulgular.....	95
2.5.4. Öğrenim Öncesinde Yapılan Seyahatlerin Etkisine İlişkin Bulgular.....	98
2.5.5. Üniversiteye Giriş ve Eğitim Süresince Yaşananlara İlişkin Bulgular.....	99
2.5.6. Öğrenim Sonrasında Türkiye’de Kalma Fikrine İlişkin Bulgular.....	103
2.5.7. Eğitim Turizminde Türkiye’nin Tercih Edilmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular.....	104
SONUÇ.....	109
KAYNAKÇA	124
EKLER.....	142
Ek-1: Görüşme Formu (Türkçe).....	142
Ek-2: Görüşme Formu (İngilizce).....	143
ÖZGEÇMİŞ.....	144

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Yükseköğretim Temel Birim Sayıları.....	8-9
Tablo 2: Yükseköğretim Öğrenci Sayıları.....	9
Tablo 3: Türk Öğrencilerin Yükseköğretim İçin Tercih Ettiği Ülkeler.....	39
Tablo 4: Yükseköğretim İçin Türkiye'ye Gelen Uluslararası Öğrenciler	41-42
Tablo 5: Vakıf Yükseköğretim Kurumlarındaki Uluslararası Öğrencilerin Uyruklarına Göre Sayıları.....	43
Tablo 6: Uluslararası Öğrenci Sayısına Göre Vakıf Yükseköğretim Kurumları..	44-45
Tablo 7: Görüşmeye Katılan Uluslararası Uyruklu Öğrencilere İlişkin Tablo....	83-84
Tablo 8: Ülke ve Şehir Tercihinde Etkili Olan Faktör Tablosu	86
Tablo 9: Üniversite Tercihinde Etkili Olan Faktör Tablosu	91
Tablo 10: Karar Verme Sürecinde Başvurulan Bilgi Kaynakları Tablosu.....	96
Tablo 11: Olumlu Deneyim Tablosu.....	99
Tablo 12: Olumsuz Deneyim Tablosu.....	100
Tablo 13: Öğrenci Değerlendirmeleri Tablosu	104-105

GİRİŞ

Ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda eğitim hizmetlerine erişim kolaylaşmış, bunun sonucunda yükseköğrenim amacıyla farklı ülkelere yapılan seyahatlerin sayısı giderek artmıştır. Uluslararası kuruluşlarca yayınlanan birçok raporda, yükseköğrenim amacıyla yapılan seyahatlerde görülen artışın önümüzdeki yıllarda da süreceği ifade edilmektedir.

Eğitim turizmi, “bir grubun öğrenme ve/veya eğitim alma amacıyla belirli bir bölgede sunulan eğitim programlarına katılma sonucunda doğan seyahat hareketleri” olarak tanımlanmaktadır (Bodger, 1998). Ancak bu tanımda sözü edilen grup, aynı bölgeden beraber seyahate çıkılan insanlardan değil, eğitim alma düşüncesiyle dünyanın farklı ülkelerinden bir destinasyona gelen bağımsız bireylerden oluşmaktadır (Gibson, 1998).

Son yıllarda çok sayıda üniversite, tam zamanlı veya kısmi süreli değişim programlarıyla yabancı öğrencileri ilgilendiren uluslararası bölümlerin açılmasına ağırlık vermiştir (Hjalager, 2003). Bu çalışmalar sonucunda, yükseköğretimde uluslararası hareketliliğe katılan öğrenci oranı, lisans düzeyinde % 6, lisansüstü düzeyde % 26 civarına yükselmiştir (OECD, 2018). 2016 yılında OECD tarafından yayınlanan raporda dünyada yaklaşık 5 milyon öğrencinin eğitim amacıyla seyahat ettiği; Amerika Birleşik Devletleri (ABD), İngiltere, Kanada, Avustralya, Almanya ve Fransa'nın en fazla tercih edilen eğitim destinasyonlarına sahip olan ülkeler olduğu ortaya konmaktadır (OECD, 2016).

Öğrenim amacıyla ülke dışına seyahat eden öğrencilerin yapmış olduğu harcamalar sadece eğitim sektörüyle sınırlı kalmamakta; turizm, ulaşım, konaklama,

gayrimenkul, sağlık ve haberleşme hizmetleri başta olmak üzere birçok alana doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlamaktadır. Uluslararası öğrencilerin ev sahibi ülke ekonomilerine yaptığı katkılara ilişkin yapılan bir dizi araştırma sonucunda; ABD, Kanada, Yeni Zelanda, Avustralya ve İngiltere gibi ülkelerin bu hareketlerden çok ciddi gelir elde ettikleri görülmektedir (Ger vd., 2017; Ghazarian ve Keller, 2016). Uluslararası Eğitim Enstitüsü (2014), eğitim turizmi hareketlerinin istihdamı doğrudan etkilediğini, sadece ABD’de 2014 yılında 340.000 kişinin bu alanda istihdam edildiğini ve ülke ekonomisine yaklaşık 26 milyar dolarlık bir gelir sağlandığını ifade etmektedir. Bu katkıda, öğrencilerin yanı sıra öğrencileri ziyaret eden arkadaş ve akrabalarının da payı bulunmaktadır.

Eğitim turizmi, eğitim sektörüyle ilgilenen tüm organizasyonları, barınma ve konaklama sektörünü, ulaşım ve ulaştırma sektörlerini, yiyecek-içecek endüstrilerini, eğlence tesislerini, operayı, müzeleri, sanat ve miras alanlarını, dinlenme ve eğlence tesisleri ile diğer hizmetleri doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Bununla birlikte eğitim turistleri, eğitim aldığı destinasyonun kültürel ve sosyal yönlerini tanımakta ve yerel halkla etkileşim içine girebilmektedir (Lanegran, 2005). Eğitim turizmi, diğer endüstrilere benzer şekilde güncel eğilimleri takip ederek küresel bir endüstri haline gelmiştir (Naido, 2007). Eğitim turizmi endüstrisinin bir alt türü sayılabilecek olan uluslararası yükseköğrenim süreci, günümüzde birçok ülke için milyarlarca dolarlık bir pazar haline dönüşmüştür (Cheung vd., 2011). 2010 yılında dünyada sınır ötesi eğitim turizmi hizmetlerini talep eden eğitim turisti sayısının 4.1 milyon olarak gerçekleştiği ve bu rakamın 2020 yılında 7,2 milyona yükseleceği öngörülmektedir (Bohm vd., 2002). Ekonomik, sosyal, siyasi ve kültürel alanlarda yaratacağı potansiyel faydalar nedeniyle pek çok ülke, eğitim turizmi hizmetlerinin ihracatıyla ilgilenmekte ve bu durum küresel eğitim turizmi pazarında yoğun bir rekabet yaratmaktadır (Becker ve Kolster, 2012).

Eğitim turizmi olgusunun ve uluslararası yükseköğretim pazarının sağlayacağı muhtemel ekonomik ve sosyo-kültürel katkıların, dünyadaki birçok ülkenin ilgisini çektiği söylenebilir. Merkezi ve yerel yönetimler ile yükseköğretim kurumları, eğitim turizmi pazarında daha fazla yer almak amacıyla stratejik düzeyde çalışmalara önem

vermekte, akademik çevreler de bu çalışmalara bilimsel araştırmalarla katkı sağlamaktadır.

Uluslararası eğitim hareketlerine katılan öğrenci sayısı, tüm dünyada giderek artmasına rağmen Türkiye'nin bu öğrencilerce yeterince tercih edilmediği söylenebilir. Türkiye'nin uluslararası öğrencilerce tercih edilme oranı, 2012 yılı Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) istatistiklerine göre % 0,9, 2013 yılı Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Raporuna göre ise % 1 civarındadır. 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planında da ülkemizin dünyadaki uluslararası öğrenci havuzundan aldığı payın 2006 yılında % 0,54, 2010 yılında % 0,64 ve 2013 yılında % 0,76 civarında olduğu ifade edilmektedir. Üniversitelerin uluslararasılaşma amacıyla yaptığı çalışmalar sonucunda eğitim turizmi kapsamında ülkemize gelen uluslararası öğrenci sayısı geçmiş yıllara göre oldukça artmıştır. 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılında 48.000 civarında olan uluslararası öğrenci sayısı 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılı itibarıyla 125.138'e ulaşmıştır (UNESCO). Bu artışa rağmen, stratejik konumu ve mevcut potansiyeli dikkate alındığında uluslararası eğitim turizmi pazarından Türkiye'nin aldığı payın emsal ülkelerle kıyaslandığında oldukça düşük olduğu görülmektedir.

Genel turizm istatistikleriyle karşılaştırıldığında eğitim turizminde Türkiye'nin geri planda kaldığı söylenebilir. Türkiye, dünyada en fazla turist ağırlayan ve turizmi geliri en yüksek olan ülkeler arasında yer almaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) yayınladığı Dünya Turizm Barometresine göre Türkiye, 2019 yılında 51,2 milyon turist ağırlayarak dünyada en çok turist ağırlayan ülkeler sıralamasında Fransa, İspanya, ABD, Çin ve İtalya'nın ardından altıncı; en fazla turizm geliri elde eden ülkeler sıralamasında ise 29,8 milyon dolar gelirle 15'inci sırada yer almaktadır.

Türkiye son dönemde özellikle Asya ve Afrika kıtasındaki ülkelerle ilişkilerinde büyük bir atılım gerçekleştirmiş, ekonomik ve siyasi konular başta olmak üzere çeşitli alanlarda müşterek çalışmalara devam etmektedir. Eğitim alanındaki en önemli faaliyetler ise Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) ve Yükseköğretim Kurulu

(YÖK) aracılığıyla sürdürülmektedir. Son yıllarda çok sayıda yeni üniversitenin de kurulmuş olmasıyla Türkiye'nin yükseköğretim pazarında tanınırlığı artmıştır.

Ülkemizde uluslararası eğitimle ilgili stratejik düzeydeki çalışmaların görece daha geç başladığı söylenebilir. 1963 yılından 2013 yılına kadar geçen sürede hazırlanan 9 adet kalkınma planında bu konuya yer verilmediği, stratejik seviyedeki ilk çalışmanın 2014-2018 dönemini kapsayan 10'uncu Kalkınma Planıyla yapıldığı görülmektedir. Plan kapsamında, yükseköğretimde dünyadaki uluslararası öğrenci havuzundan % 1,5 oranında pay alınması hedeflenmiştir. 2019-2023 dönemini kapsayan 11'inci Kalkınma Planında ise sayısal bir hedefe yer verilmemiş, Planın 563'üncü maddesinde; "Yükseköğretimde uluslararası erişimin kolaylaştırılması, nitelikli uluslararası öğrenci ve akademisyen sayısının artırılması, uluslararası dilde eğitim veren program sayısının yükseltilmesi, üniversitelerce uluslararası öğrencilere yönelik konaklama olanaklarının geliştirilmesi ve uluslararası eğitimde kurumsal kapasitenin artırılması" amaçlanmıştır. Sonuç olarak, ülkemizde uluslararası eğitim hareketlerine ilişkin stratejik düzeyde çalışmaların son birkaç yıldır yapıldığı görülmektedir.

Eğitim turizmi, doğrudan ve dolaylı ekonomik katkılarının yanı sıra ülkeler ve kültürler arası işbirliği ve dayanışmayı artırmaktadır. Ayrıca uluslararası öğrenciler, eğitim aldıkları ülkelerin turistik açıdan tanınırlığına olumlu katkı sağlamaktadır. Uluslararası eğitim turizmi pazarından faydalanmak isteyen yükseköğretim kurumlarının bu doğrultuda yapacakları çalışmalar sayesinde eğitim kalitesinin yükselmesi beklenmektedir.

Yükseköğrenim seviyesindeki uluslararası öğrencilerin karar alma sürecini etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılmasıyla öğrenci beklentileri doğrultusunda plan ve politikalar geliştirilebileceği, bunun sonucunda uluslararası öğrenci sayısının ve niteliğinin yükseltilebileceği, yükseköğretimde uluslararası standartların yakalanabileceği, ülkemizin ekonomik ve sosyo-kültürel kazanımlar sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

Ülkemiz, genel turizmde olduğu gibi eğitim turizminde de yüksek bir potansiyele sahiptir. Ancak eğitim turizmi alanında bu potansiyelini yeterince kullanamamaktadır. Coğrafi konum, sosyo-kültürel benzerlikler ve gelişmiş batı ülkelerine göre daha uygun ekonomik şartlara sahip olmasına karşın Türkiye'nin az sayıda uluslararası öğrenci tarafından eğitim destinasyonu olarak seçilmesi, bu tezin temel problemi olarak kabul edilmiştir. Bir problemin çözümü için yapılması gereken ilk iş, o problemin doğasının ortaya konulmasıdır. Bu doğrultuda, tezin temel amacı, yükseköğretim için Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin bu kararı almasında etkili olan faktörlerin ortaya çıkarılması olarak belirlenmiştir. Tezin diğer amacı eğitim turizmi konusunda literatüre katkı sağlamak ve bu konuyla ilgilenen müteakip araştırmacılara yol göstermektir. Eğitim turizmi kavramının doktora düzeyinde ilk defa araştırılıyor olması nedeniyle alanyazındaki önemli bir boşluğun doldurulması beklenmektedir.

Ülkemizde, vakıf yükseköğretim kurumları başta olmak üzere birçok üniversite, yükseköğretimde uluslararasılaşmaya yönelik çalışmalarını sürdürmekte ve uluslararası öğrencileri kendi bünyesine çekmeye çalışmaktadır. Ayrıca uluslararası öğrencilere danışmanlık ve aracılık hizmeti veren çeşitli kurumların sayısı giderek artmakta, uluslararası eğitimlere yönelik etkinlikler (fuar, kongre vb.) düzenlenmektedir. Bu nedenle araştırma sonuçlarının, üniversiteler başta olmak üzere uluslararası eğitim sürecinde rol alan tüm paydaşlara katkı sağlayacağı ön görülmektedir.

Çalışma, iki bölüm olarak tasarlanmıştır. Kavramsal çerçevenin yer aldığı birinci bölümde öncelikle eğitim turizmi kavramı çeşitli açılardan tanımlanmış, eğitim turizminin unsurları ortaya konulmuştur. Eğitim hizmetlerinde uluslararasılaşma hareketleri ile eğitim turizminin öneminin incelenmesinin ardından dünyada ve Türkiye'de eğitim turizmi irdelenmiştir. Eğitim turizmi sürecindeki fırsatların ve sorunların incelenmesini müteakip eğitim turistlerini çeken faktörler açıklanmış ilgili literatürün incelenmesiyle birinci bölüm tamamlanmıştır.

İkinci bölümde eğitim turizmi kapsamında destinasyon seçimini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle araştırmanın amacı ve önemi açıklanmış,

araştırma yöntemine (araştırma deseni, veri toplama aracı, araştırmanın katılımcıları, geçerlik ve güvenirlik, veri analizi vb.) ilişkin konulara yer verilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın birinci bölümünde eğitim turizmi kavramı detaylı olarak açıklanmıştır. Kavramı açıklamadan önce eğitim kavramıyla ilgili kısaca bilgi verilmiş, Türkiye’de mevcut yükseköğretim kurumlarıyla ilgili sayısal bilgiler sunulmuştur. Eğitim turizmi ve eğitim turisti kavramları tanımlanmış, eğitim turizminin unsurları ortaya konulmuştur. Eğitim hizmetlerinde görülen küreselleşme hareketleri ile eğitim turizminin öneminin irdelenmesinin ardından dünyada ve Türkiye’de eğitim turizmiyle ilgili yaşanan gelişmelerle ilgili bilgi verilmiştir. Devamında, eğitim turizmi alanında yaşanan sorunlar ve muhtemel fırsatlardan söz edilmiştir. Son olarak, eğitim turizmi sürecine katılan uluslararası öğrencilerce dikkate alınan belli başlı faktörlere ve ilgili literatür incelemesine yer verilmiştir.

1.1. EĞİTİM KAVRAMI

Gelişmiş ülkelerde 20’nci yüzyılın sonlarına doğru bilgi ekonomisi ve bilgi toplumu odaklı yeni bir küresel yapı ortaya çıkmıştır. Bu yeni yapıda bireylerin ekonomik gücü bilgi, yetenek ve öğrenim seviyesi gibi kriterlerle, ülkelerin rekabet gücü ise sosyal ve beşeri sermayeleriyle ölçülmektedir. Bu süreç, bilginin üretilmesi, yorumlanması, zenginleştirilmesi, eleştirilmesi ve paylaşılmasında önemli sorumlulukları bulunan kurumlardan özellikle de üniversitelerden beklentileri arttırmıştır. Bu beklentiler sonucunda, tüm dünyada yükseköğretim konusu toplumların ilgi odağı haline gelmiştir. Bilgi çağına ayak uydurmaya çalışan ülkeler, yükseköğretim kurumlarının kaliteli insan gücü yetiştirme, bilgi üretme ve aktarma, yenilikçi ve eleştirel bakış açısını yayma gibi misyonlarının önemini fark etmişlerdir. Nitelikli kalkınmayı sağlamak ve yetişmiş insan kaynağını artırmak amacıyla da ülkeler yükseköğretim alanındaki yatırımlarını giderek artırmıştır (Bümen, 2015: 10-11).

Eğitim, toplum içinde değeri olan yetenek, tutum ve davranış biğimlerinin geliştirildiği sũreęlerin tamamından oluşur. Bireyin doğumundan ölümüne kadar devam eden ve biręok boyuta aynı anda sahip olan eğitim, önceden belirlenmiş usul ve esaslara göre insan davranışlarında değişiklik yaratma amacı güder (Kozak ve Bahęe, 2012: 209).

Yetişmiş insan gücüne sahip olan ve eğitim alanında doğru yatırımları yapan ülkeler, diğer ülkelerle rekabet edebilirler. Bu rekabet, eğitim hizmetleri sektöründe daha fazla görülmektedir. Özellikle son yıllarda sayıları giderek artan yükseköğrenim kurumları da yeni pazarlama stratejileri geliştirerek uluslararası eğitim pazarında ön plana çıkmaya çalışmaktadır (Dib, 1988: 6).

Eğitim hizmetlerinde son yıllarda yaşanan gelişmeler, eğitimde özelleştirilme sũrecini giderek hızlandırmıştır. Özelleştirme sũreci, özellikle gelişmiş ülkelerde, çok eskiden beri başarıyla uygulanmaktadır. Eğitim hizmetlerinin daha verimli ve kaliteli olarak sũrdrlmesi için hükümetler, eğitimi devlet tekeline çıkartarak, özel sektörün daha fazla inisiyatif almasının nn ağmıştır. Türkiye’de de eğitimde zelleştirme sũreci, 1980’li yıllarda başlamış 2000’li yıllarda hız kazanmıştır (Binbaşıoğlu, 2011: 2465).

Türkiye’de yükseköğretim; ortaöğretim sonrasında, asgari iki yıllık yükseköğrenim hizmeti veren eğitim kurumlarının tümünü kapsamaktadır. Bu kurumlar; meslek yüksekokulları, yüksekokullar, fakülteler, enstitüler ve konservatuarlardan oluşmaktadır. Özellikle son yıllarda Türkiye’de yükseköğretim kurum sayısında önemli bir artış görülmektedir. 2019-2020 Eğitim-ğretim yılı itibarıyla yükseköğretimde temel birimlere ilişkin veriler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Yükseköğretimde Temel Birim Sayıları (2019-2020)

Birim	Devlet	Vakıf	Vakıf MYO	Toplam
Üniversite	129	75	5	209
Fakülte	1.419	471	0	1.890
Yüksekokul	314	107	0	421
Myo	907	107	5	1.019

Birim	Devlet	Vakıf	Vakıf MYO	Toplam
Enstitü	494	208	0	702
Arş. Uyg. Mrkz.	2.969	700	3	3.672
Bölüm	15.390	3.280	85	18.755
Program	15.530	9.369	310	25.209
A.B.D	29.306	2.730	0	32.036
B.D	7.365	603	0	7.968
Yüksek Lisans Programı	10.196	2.454	0	12.650
Doktora Programı	4.904	518	0	5.422
Sanatta Yeterlilik Programı	125	14	0	139

Kaynak: <https://istatistik.yok.gov.tr/> (Tablo1'in devamıdır)

Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere 129 adet devlet üniversitesi, 75 adet vakıf üniversitesi ve 5 adet vakıf meslek yüksekokulu olmak üzere Türkiye'de toplam 209 adet yükseköğretim kurumu bulunmaktadır.

2019-2020 Eğitim-Öğretim yılı itibarıyla yükseköğrenim kurumlarında kayıtlı öğrencilere ilişkin veriler Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Yükseköğretim Öğrenci Sayıları (2019-2020)

Üniversite Türü	Devlet	Vakıf	Vakıf MYO	Toplam
Ön Lisans	2.845.301	146.102	11.561	3.002.964
Lisans	4.145.428	393.498	-	4.538.926
Yüksek Lisans	239.072	57.929	-	297.001
Doktora	90.648	10.594	-	101.242
TOPLAM	7.320.449	608.123	11.561	7.940.133

Kaynak: <https://istatistik.yok.gov.tr/>

Her iki tablodan da anlaşılacağı gibi Türkiye, yükseköğretimde önemli bir niceliksel büyüme ve genişleme kaydetmiştir. 2020 yıl sonu itibarıyla yükseköğretim kurum sayısı 209'a, öğrenci sayısı 7.940.133'e, öğretim elemanı sayısı 174.494'e ulaşmıştır.

1.2. EĞİTİM TURİZMİ KAVRAMI

Bu kısımda öncelikle eğitim turizminin tarihi gelişimi açıklanacaktır. Eğitim turisti ve eğitim turizmi kavramlarının farklı yaklaşımlarla tanımlanmasının ardından eğitim turizminin unsurları ele alınacaktır.

1.2.1. Eğitim Turizmi ve Eğitim Turisti Kavramları

Turizm kavramının tanımı, ilk kez 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır. Kavram üzerindeki tartışmalar uzun bir süredir devam etmektedir. Turizm kavramıyla ilgili farklı tanımlar geliştirilmektedir. Bunun bir nedeni, araştırmacıların turizmi farklı disiplinlerin niteliklerini dikkate alarak oluşturmalarıdır (Kozak ve Bahçe, 2012: 209). Bir diğer nedeni ise tanımlamaların arz tarafı (endüstri) veya talep tarafı (tüketici) perspektifine göre değişebilmesidir. Smith'in de (1988: 181) ifade ettiği gibi, "birçok farklı meşru ihtiyaca cevap veren farklı meşru turizm tanımı" bulunmaktadır. Ayrıca, turizm tanımlarının birçoğu, turizmi tanımlamaya çalışan kuruluş veya bireye ve onların amaçlarına bağlı olarak değişmektedir. Bununla birlikte, birçok tanım arasında ortaklıklar bulunmaktadır (Weaver ve Oppermann, 2000). "Geçici yer değiştirme, para kazanma amacı güdülmemesi, seyahat ve konaklama", bütün turizm tanımlarında öne çıkan belli başlı ortak unsurlardandır (Kozak ve Bahçe, 2012: 209).

Turizm kavramına benzer şekilde turist kavramı da farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Turist kavramına ilişkin geliştirilen ilk tanımlarda süre ve ekonomik ölçütler esas alınmıştır. En basit şekliyle turist, sürekli oturduğu yerden en fazla bir yıl süre ile ayrılan ve gittiği yerde para kazanmayan aksine para harcayan kimse olarak tarif edilmiştir. Milletler Cemiyetince 1937'de yapılan tanıma göre ise "Bilimsel, idari, dini, sportif veya benzer amaçlarla, zevk, ailevi nedenler, sağlık vb. amaçlarla en az 24 saatliğine asıl ikametinden ayrılanlar" turist olarak adlandırılmaktadır. Cemiyetin tanımına göre 24 saatten az süreyle bu amaçları gerçekleştirenler turist olarak ele alınmamıştır. AIEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından yapılan tanımda ise süre ölçütüne yer verilmemiştir (Usta, 2001). OECD Turizm Komitesi ise 1963 yılında, üye ülkelere yabancı turist kavramının kullanmasını tavsiye etmiştir. Komite, yabancı turisti "devamlı oturduğu ülkenin dışında, herhangi bir ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre içinde ziyaret eden kişi" olarak tanımlamıştır. Komitenin tanımında seyahat amacına ilişkin bir sınırlama getirilmediği görülmektedir. Birleşmiş Milletler ise 1963'te turist kavramını yeniden ele alarak "boş zaman değerlendirme, ailevi nedenler ve diğer sebeplerle ziyaret ettiği ülkeden en az 24 saat sonra ayrılanları" turist olarak tanımlamıştır. Türkiye'de ise 1996'da değiştirilen 22747 sayılı Seyahat Acenteleri

Yönetmeliğinde turist “para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da bilimsel, kültürel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametine dönen kimse” olarak tarif edilmiştir (Kozak ve Bahçe, 2012). Turizm ve turist kavramlarına ilişkin tanımlamaların sürekli kendini yenileyerek daha kapsayıcı bir hale geldiği görülmektedir. Zaman içerisinde amaç ve süre ölçütlerindeki keskin ayrımların azaldığı söylenebilir.

Ülkeler arasında işbirliği ve etkileşimin artmasıyla birlikte üretim ilişkileri giderek değişmekte, kalkınma ve zenginleşme çabalarına paralel olarak ülke ekonomilerinin itici gücü olarak görülen nitelikli insan kaynağına duyulan ihtiyaç sürekli artmaktadır. Günümüz dünyasında, iş gücü hareketliliğine benzer şekilde uluslararası boyutta eğitim ve öğrenim hareketliliği de önemli bir seviyeye ulaşmıştır (Erçek, 2017). Sınırların azalması ve mesafelerin kısılması, dinlenme ve eğlenme gibi geleneksel amaçlı tatil ve seyahatlerin yanı sıra öğrenme ve öğretme amaçlı yapılan seyahatlerin de artmasına neden olmaktadır. Bugünlerde, neredeyse dünyanın her ülkesinde birçok programa sahip yükseköğretim kurumlarının bulunmasına rağmen milyonlarca insan eğitim amacıyla yaşadığı yerden ayrılarak farklı şehir ve ülkelere hatta kıtalara yolculuk etmektedir (Kozak ve Bahçe, 2012: 211).

Eğitim amaçlı seyahatlerin doğurmuş olduğu eğitim turizmi kavramına gösterilen ilgi özellikle son yıllarda giderek artmış olsa da eğitim turizmi aslında yeni bir olgu değildir. Öğrenme ve/veya eğitim amacıyla seyahat etme/yolculuğa çıkma davranışı, çok eskilerden beri görülmektedir. Akademik yeterlilikler veya çok çeşitli öğrenme ve gözlem arayışıyla yapılan seyahatler, birkaç yüzyıldan beri süregelmektedir. Smith ve Jenner (1997), eğitim ve öğrenme için yapılan seyahatlerin çok eski zamanlardan beri var olduğunu ve coğrafi olarak oldukça yaygınlaştığına dikkat çekmekte, ancak turizm akademisyenlerinin ve endüstrisinin bu alanı büyük ölçüde görmezden geldiğini ifade etmektedir.

Orta Çağ’da ibadet ve ticaret amacıyla yapılan seyahatler sonrasında ortaya çıkan ve eğitim turizminin başlangıcı sayılabilecek olan ‘*Grand Tour*’ (Büyük Tur), 17’nci yüzyılda İngiltere’de başlamıştır. ‘Büyük Tur’ ile İngiliz soyluları, çocuklarını İtalya,

Fransa, Almanya ve İsviçre gibi ülkelere dış ilişkiler, yabancı dil, spor ve sanat gibi alanlarda eğitim alması için göndermiştir. Bu dönemde, sadece gençler değil diplomatlar, iş adamları ve yetişkin insanlar, farklı konularda eğitim almak için bu turlara katılmıştır. Bu yetişkinlerin neredeyse tamamı, eğitimlerinin bir aşamasında İtalya'ya seyahat etmiştir (CTC, 2001; Hibbert, 1987: 14). Bir rehber eşliğinde yapılan bu turlarda katılımcılar özellikle Paris, Roma ve Floransa gibi kültürel cazibesi olan kentlerde sanat, edebiyat, resim ve müzik başta olmak üzere çeşitli alanlarda bilgi ve deneyim kazanmışlardır. O dönemde, bu eğitim turlarına katılan İngiliz, Alman ve diğer millet mensubu bireyler, seyahat ettikleri bölgelerde 'turist' olarak adlandırılmıştır (Theobald, 1985).

Sadece belirli kentlerde, disiplin altındaki bir müfredat dâhilinde olan ve resmi nitelik taşıyan 'Büyük Tur'lar giderek daha informel bir boyuta evrilmiştir. Zaman içerisinde, sanatsal ve sosyo-kültürel motivasyonlarla yapılan seyahatler daha fazla ilgi görmeye başlamıştır (Towner, 1996: 115).

İlk zamanlarda 'Büyük Tur'ların maliyeti oldukça yüksek olduğundan sadece üst sınıf ve varlıklı aileler bunu karşılayabilmiş, ancak zamanla burjuva ve daha alt sınıftan insanların da eğitim seyahatlerine katılmaya başlamasıyla bu hareket daha kitlesel bir boyuta dönüşmeye başlamıştır (Gee ve ark. 1997). Varlıklı ve elit aileler, daha alt sınıfların da katılabildiği kitlesel eğitim turizmi hareketlerinden kaçınarak başka bölgelere ilgi göstermeye başlamış, 'Büyük Tur'un ikinci evresini oluşturan 18 ve 19'uncu yüzyılın başlarında, daha önce hiç ilgi göstermedikleri Alpler'i keşfetmişlerdir. Alp Dağlarına eğitim amacıyla çok sayıda seyahat gerçekleştirilmiştir. Bu seyahatlerdeki artış sonucunda birçok mineralojik, jeolojik ve jeomorfolojik keşif yapılmıştır (Steinecke, 1993).

Burkart ve Medlik'e (1981) göre, sadece eğitim amacıyla yapılan ilk seyahatlerin ardından insanlar farklı yer ve insanları gözlemlemek ve merak duygusunu gidermek amacıyla da seyahat etmeye başlamıştır. Bu seyahatlerde, farklı kültür ve coğrafyaları öğrenmeye başlayan insanlar, seyahat sürecinde edindiği bilgilerin ne kadar değerli ve özel olduğunun farkına varmıştır. Turizm ve seyahat hareketlerindeki öğrenme ve eğitim motivasyonuna verilen önem, ilerleyen yıllarda

Avrupa’da ve daha sonra Amerika Birleşik Devletleri’nde yükseköğretimde uluslararası öğrenci ve akademisyen hareketliliğinin gelişimini kolaylaştırmıştır (Kalinowski ve Weiler, 1992).

Bu gelişmeler sonucunda, çok eski bir tarihi olan, kültürel ve eğitimsel amaç taşıyan Büyük Tur’a (*Grand Tour*) benzer nitelik taşıyan eğitim turizmi kavramı yeniden canlanmaya ve tartışılmaya başlanmıştır (Gibson, 1996: 31). Bu çerçevede eğitim turizmi ve eğitim turisti kavramlarına ilişkin tanımlamalar üzerinde durulacaktır.

Bodger (1998) bir kişinin veya bir grup bireyin öğrenme veya bilgi edinme amacıyla uluslararası sınırlar boyunca seyahat etme sürecini eğitim turizmi, bu sürece katılan kişileri de eğitim turisti olarak tanımlamaktadır. Ritchie (2003) daha geniş bir bakış açısıyla, seyahat sürecinin herhangi bir aşamasında, eğitim alma veya öğrenme programına katılma amacının birincil veya ikincil boyutta olduğu turizm çeşidini, eğitim turizmi olarak tanımlamaktadır. Yazar, eğitim turizminin, yetişkinlere yönelik öğrenim programları, mesleki eğitim kursları, okul gezileri, lisans ve lisansüstü programlar, yabancı dil okulları ve öğrenci değişim programları gibi seyahat türlerini içerebileceğini belirtmektedir. Guo (2000: 4) eğitim turizmini “herhangi bir alanda bilgi edinmeyi veya öğrenmeyi amaçlayan ve genel anlamda öğrenci ve öğretmenlerin katıldığı turizm çeşidi” olarak tanımlamaktadır. Ritchie ve Simon ise (2009) Guo’nun (2000) aksine, eğitim turizminin sadece okullarla sınırlandırılmayacağını, toplumdaki tüm insanları kapsayabilecek bir seyahat süreci olduğunu kabul etmektedir.

Eğitim turizmine ilişkin yapılan tanımlardan yola çıkarak, eğitim ve/veya öğrenme amacını seyahat sürecinde birincil veya ikincil motivasyon kaynağı olarak algılayan ve en az bir gece esas ikametinden (şehir/ülke) ayrı kalan kişiler eğitim turisti (*educational tourist*) veya eğitim ziyaretçisi (*educational stayover*) olarak isimlendirilebilir. Eğitim veya öğrenme aktivitesi için bir yolculuğa çıktığı yerde geceleme yapmadan evine dönen kişiler ise eğitim gezgincisi (*excursionist*) veya gününbirlik eğitim turisti/ziyaretçisi (*same-day educational tourist*) olarak ifade edilebilir (Ritchie, 2003: 18). Ritchie ve Simon (2009) kültürel motivasyonlarla

hareket eden ve bir şeyi öğrenme, keşfetme, deneyim kazanma gibi amaçları olanların eğitim turisti olarak değerlendirilebileceğini belirtmektedir.

Yükseköğretim kurumlarında az ya da çok zaman geçiren tüm yabancı uyruklu kişileri eğitim turisti olarak gören Guo (2000), öğrenci, öğretim elemanı, araştırmacı veya idari personelin eğitim turizminin esas öznesi olabileceğini ifade etmektedir. Bir başka tanımda ise ‘herhangi bir konuda bilgi edinme veya öğrenim hizmeti almak için sınır ötesi hareketliliğe katılan kişiler genel olarak eğitim turisti’ olarak isimlendirilmektedir (Abubakar vd., 2014). Dünya Turizm Örgütü (2012), eğitim turistlerini, normal ikameti dışındaki yerlerde 24 saatten daha uzun ve bir yıldan fazla olmayan bir süreyle, öğrenme, iş, eğlence ve diğer faaliyetlerde bulunma nedeni ile seyahat eden birey veya gruplar olarak tanımlamaktadır.

Genel turizmde olduğu gibi eğitim turizminde de tüketici özellikleri son 50 yılda oldukça değişmiştir. Eğitim turisti profili, genel turist profilinden çok fazla ayrılmamaktadır. Ancak eğitim turistlerinin,

- Daha iyi eğitilmiş,
- Kültürel açıdan daha bilinçli,
- Doğal çevreyle uyumlu ve saygılı,
- Daha meraklı ve analitik düşünebilen,
- Nesnel bilginin yanında kendi ruhsal gelişimini önemseyen

özelliklere sahip olduğu söylenebilir (Poon, 1993).

Eğitim turizminin tanımı ülkeden ülkeye veya bakış açısına göre değişmekle birlikte, içerdiği hizmet ve ürün çeşitleriyle oldukça geniş bir perspektife sahiptir. Örneğin, Malta, sadece yabancı dil okulları aracılığıyla gerçekleşen ziyaretçi çekme faaliyetini ‘eğitim turizmi’ olarak ele alırken Malezya ve İngiltere yükseköğrenim amacıyla ülkelerine gelen öğrencileri de kapsayacak şekilde, öğrenme ve öğretme amaçlı tüm seyahat faaliyetlerini ‘eğitim turizmi’ olarak değerlendirmektedir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ise eğitimle ilgili ürün ve hizmetlerin (yabancı dil eğitimi, kısa süreli kariyer gelişim eğitimleri, sertifikalı teknik eğitim programları ve öğrenci kampları) yanı sıra; öğrenim için KKTC’ye gelen öğrenci, akademisyen ve araştırmacıları ve bunlara sunulacak nitelikli turizm ürün ve hizmetleriyle ortaya

konacak aktivitelerin tamamını ‘eğitim turizmi’ olarak ele almaktadır (www.kei.gov.tr, 2019).

Kalinowski ve Weiler (1992) ile Wood (2001), eğitim turizmini, öncelikle yetişkinlere yönelik çeşitli kurs programları kapsamında ele alarak kültürel boyuta daha fazla önem vermektedir. Kanada Turizm Komisyonu ise (2001), eğitim turizminde iki farklı boyutun olabileceğini değerlendirmektedir. İlk boyutta öğrenme amacının daha ağırlıklı olduğu seyahatler söz konusu iken ikinci boyutta tatil ve seyahat amacı ön plandadır, ancak bu esnada öğrenme ve eğitim alma gereksinimi de eş zamanlı olarak karşılanmaktadır. Bu iki boyut, “seyahat ederken ikincil fayda olarak öğrenme” ve “amaçlı öğrenme ve seyahat” arasında değişen bir süreci oluşturmaktadır.

Farklı yol ve yöntemlerle eğitim seyahatlerinde ziyaretçilerin amaçları da değişebilmektedir. Diğer insanlar ile onların dil ve kültürleri hakkındaki merakı gidermek; sanat, müzik, mimarlık veya folklorla ilgili bilgi edinmek; kültürel miras ve tarihi mekânlarla ilgili yeni şeyler öğrenmek, bu amaçlardan bazılarıdır (Kalinowski ve Weiler, 1992: 17).

Eğitim seyahatleri “örgün eğitim, kültürel kazanım, dil öğrenimi, sempozyum/seminer veya araştırma projesi” gibi çeşitli yollarla gerçekleştirilebilir (Yuan, 2006: 10). Tanınmış okullar, enstitüler, üniversiteler, tarihi mekânlar ve ünlü âlimlerin yaşadığı yerler, eğitim turizminde ziyaret edilen yerlerden bazılarıdır. Bu ziyaretlerde katılımcıların teorik bilgi veya pratik beceriler kazanması hedeflenmektedir. Eğitim seyahatleri sonucunda insanların bilgi seviyesinin yükselmesi hedeflenmekte, ayrıca yerel turizm endüstrilerinin çeşitli kazanımlar elde etmesi beklenmektedir (Wang ve Li, 2008).

Hayes ve McCann’a göre (2008) öğrenci değişim programları, eğitim ve öğretim amaçlı bireysel ve kurumsal geziler, okul atölye ziyaretleri, dil kursları, konferans ve seminerler, akademik toplantı ve kongreler, yetişkin eğitimi programları, kış ve yaz okulları, staj seyahatleri, kültürel ve tarihi turların tamamı eğitim turizmi kapsamındadır. Bardgett (2000) eğitim turizminin ekoturizm, miras turizmi,

kırsal/çiftlik turizmi ve öğrenci değişim hareketliliği gibi çeşitli alt programlardan meydana gelebileceğini ve bu programların kültürel çeşitliliği teşvik ederek farklı coğrafyalardan insanları bir araya getirdiğini belirtmektedir. Tarlow ise (2008) eğitim turizminin, okul gezileri, yurtdışı eğitim deneyimleri, seminer tatilleri ve yetenek geliştirme tatilleri gibi çeşitlerden oluştuğunu ifade etmektedir.

Turizm kavramının tanımlanmasında olduğu gibi eğitim turizmi kavramı da farklı bakış açılarıyla ele alınabilmektedir. Çeşitli zorunluluklardan veya bireysel seçimlerden kaynaklanabilen eğitim amaçlı seyahatlere katılan kişiler eğitim-öğretim penceresinden bakıldığında, “uluslararası öğrenci” ya da “yabancı öğrenci” olarak tanımlanabilmektedir (Erçek, 2017). OECD, vize ya da özel izinler çerçevesinde kendi ülkesi dışında akredite bir kurumda belli bir öğrenim programına katılma hakkı verilenleri, uluslararası öğrenci (yabancı öğrenci) olarak tarif etmektedir (OECD, Education at a Glance 2013: OECD Indicators, OECD Publishing, 2013: 314-315). Benzer şekilde UNESCO, uluslararası (yabancı) öğrenciyi, eğitim amacıyla ulusal ya da bölgesel sınırlar dışına çıkan ve kendi uyruğu dışındaki bir ülkede öğrenci olarak kaydı bulunan kişi olarak tanımlamaktadır (UNESCO Institute for Statistics (UIS), Global Education Digest 2009: Comparing Education Statistics Across the World, 2009: 250).

Eğitim amaçlı seyahat hizmetlerinin üretimi ve sunumunda birçok paydaş ve tedarikçi görev alabilmektedir. Kanada Turizm Komisyonu (2001), eğitim turizminin arz tarafını temel ve destekleyici unsurlar olmak üzere iki ana grupta incelemektedir. Aşağıda sıralanan ana unsurlar, eğitim amaçlı seyahatlerde temel düzeyde yer almaktadır:

- Turistik yer ve çekicilikler: Öğrenme deneyimi için olanak sunabilen çeşitli alanlardır (Örnek: Parklar, tarihi alanlar, hayvanat bahçeleri, kuş ve yaban hayatı koruma alanları ve arkeolojik kazı alanları).
- Uzmanlar: Seyahat sürecinde öğretme görevini kısmen üstlenen kaynak kişiler (Örnek: Müze ve öğrenme yeri çalışanları, tercümanlar, turist rehberleri, hikâye anlatıcıları, araştırmacı ve akademisyenler).

- Planlamacılar: Seyahat edenler için öğrenme programlarını planlamaya ve geliştirmeye yardımcı olan organizasyonlar (Örnek: Özel ilgi grupları, koruma kuruluşları, dernekler, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve dil okulları).
- Aracı kurumlar: Eğitim seyahatine katılmayı düşünen kişiler ve ilgili kuruluşlar arasındaki süreçleri bir araya getiren ve destinasyondaki eğitim hizmetlerini pazarlama görevini üstlenen aracı ve operatörlerdir.

Ana unsurların yanında eğitim seyahatlerinin gerçekleşme sürecinde önemli görevleri bulunan ikincil düzeydeki tedarikçi ve/veya destek hizmetleri ise şu şekilde sıralanabilir (CTC, 2001):

- Ulaştırma işletmeleri,
- Konaklama işletmeleri,
- Yiyecek-içecek işletmeleri, sosyo-kültürel etkinlikler sunan kuruluşlar,
- Sigorta şirketleri, tanıtım kuruluşları,
- Eğitim turizmini teşvik etmek için ulusal, bölgesel veya yerel düzeyde faaliyet gösteren destinasyon örgütleri,

Yukarıda sıralanan unsurlar, eğitim turizmine ilişkin süreç ve deneyimleri oluşturması beklenen birincil ve ikincil düzeyde tedarikçi ve paydaşlardır. Eğitim turizmi endüstrisini oluşturan bu unsurların yenilikçi işbirlikleri ve girişimler oluşturması kritik derecede önemlidir (CTC, 2001). Bununla birlikte, bu paydaşların birçoğunun doğrudan turizm işletmesi olmaması ya da turizmi birincil düzeyde önceliklendirememesi, eğitim turizmi endüstrisinin iyi yönetilmesini ve gelişmesini engelleyebilir. Üniversite ve dil okulları ile diğer eğitim kurumları gibi esas hizmet sunucuların esas olarak turizm işletmesi vasfı taşımaması, bu sakıncayı doğrulamaktadır. Bu kurumların klasik turizm işletmeleriyle arasında bulunan yapısal ve örgütsel farklılıklar, eğitim turizmi sektöründe işbirlikçi düzenlemeler yapılmasını zorlaştırabilmektedir. Eğitim ve turizm endüstrilerinin, bu zorlukları aşarak eğitim turizminin sağlayacağı potansiyeli fırsata dönüştürmesi için sistem yaklaşımıyla hareket etmesi gereklidir (Ritchie, 2013: 16).

Eğitim turizmi kapsamında değerlendirilecek seyahatler ve içerikleri, belirgin farklılıklar taşımasına rağmen bu gezileri daha iyi anlamak ve açıklamak için bazı parametreler tespit edilebilir. Eğitim turizmi deneyimlerinin süresinin uzunluğu, turistlerin niyeti ve motivasyon düzeyi, süreç için yapılan hazırlık, formalite seviyesi ve deneyimin gerçekleştirileceği yerlerin niteliği, bu parametrelerden bazılarıdır. Örneğin, eğitim turizmi deneyimi, bir müzeye yapılacak olan otuz dakikalık kısa bir ziyaretten veya yabancı bir ülkede alınan üç yıllık bir üniversite eğitiminden oluşabilir. Benzer şekilde, ziyaretçiler, esas amacın eğitim olduğu seyahatlere veya eğitimin ikincil amaç taşıdığı tatillere de katılabilmektedir. Örneğin, İnka harabelerine yapılacak bir ziyaretteki esas amaç ve motivasyon sebebi, ziyaret için yapılacak olan hazırlığı da etkileyecektir. Derinlemesine bir eğitim veya proje için yapılacak seyahat öncesinde daha fazla hazırlık gerekirken, bir tur rehberi tarafından organize edilen kısa süreli yolculuk öncesinde görece daha yüzeysel bir hazırlık yeterli olacaktır. Resmi veya gayriresmi boyutta değişiklik gösterebilen eğitim seyahatlerinde öğrenme ortamının niteliği de farklılık sunabilmektedir (Ritchie, 2013: 17).

Diğer toplumların dil, kültür ve sanatını keşfetme veya tarihi, mimari, kültürel miras ve coğrafi çekiciliklere (Manzara, flora-fauna vb.) duyulan merakın giderilmesi amacını taşıyan tüm seyahatler eğitim seyahati kapsamında değerlendirilebilir. Eğitim seyahatleri, eğitim turistleri tarafından aranan çeşitli etkinlik ve deneyimlerin yanı sıra süreç esnasında ziyaretçilere sunulan çeşitli ortam ve ürünleri de içermektedir. Belirli bir konuya duyulan merak, ilgi ya da çekiciliğin ötesine geçen eğitim turizmi olgusunda örgün ya da deneysel ağırlıklı organize bir öğrenme deneyimi yaşanmaktadır (Kalinowski ve Weiler, 1992: 17).

Eğitim turizm pazarını oluşturan alt kesimler ve gruplar oldukça farklı ihtiyaç ve tercihlere sahip olabilirler. Bu nedenle, bu alt kesim ve grupların demografik özelliklerinin yanı sıra ihtiyaç, öncelik ve tercihlerinin dikkate alınması gerekmektedir. Eğitim seyahatine katılanların tamamını birbirine benzer ve homojen bir sınıf olarak algılamak, eğitim turizminin değerinin gözden kaçmasına neden olabilir. Eğitim turizminin türlerini ve alt segmentleri daha iyi anlamak için bölümlere dayalı bir yaklaşım benimsenmesi, bu pazarın talep tarafına olduğu kadar

arz tarafındaki eğitim turizmi tedarikçilerine de yarar sağlayacaktır (Ritchie, 2003: 24).

Eğitim ve turizm sektörlerinin son yıllarda giderek büyümesi, bu sektörlerin tüm dünyada ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin daha fazla hissedilmesine neden olmaktadır. Ülkeler arasındaki sınırların azalması, ülkelerin birbirleriyle daha fazla ilişki kurmasına yol açmaktadır. Ülkeler arasında kurulan ilişkiler sonucunda eğitim ve turizm alanlarında görülen bağımlılık, uluslararasılaşma kavramını ön plana çıkarmaktadır (Roppolo, 1996: 191). Son yıllarda turizm ve eğitim sektöründe yaşanan değişimler, etkileşim düzeyini yükseltmiş, bu sayede eğitim turizminde uluslararası hareketlilik daha görünür hâle gelmiştir. Ancak, bu hareketliliğin boyutunun ve öneminin yeterince farkına varılamamıştır (Smith ve Jenner, 1997: 60). Eğitim ve turizm arasındaki bağlantılarla ilgili olarak henüz araştırılmamış birçok alan bulunmaktadır (Roppolo, 1996: 191).

1.2.2. Eğitim Turizmi Kavramına Teknik Yaklaşım

Bu kısımda, eğitim turizmi kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için yapılmış tanım ve tarifler öncelikle teknik bir yaklaşımla irdelenecektir. Eğitim turizmi ve eğitim turisti gibi kavramlara ilişkin ilk tanımlar, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) gibi dünyaca ünlü resmi kuruluşlar tarafından geliştirilmiştir. 1963 yılında yapılan tanımda (UNWTO) eğitim turisti, eğitim amacıyla ikametinin bulunduğu yer dışında başka bir destinasyonu ziyaret ederek burada asgari 24 saat kalan kişi olarak ifade edilmiştir. OECD tarafından 1974 yılında geliştirilen tanımda ise, herhangi bir konuda eğitim almak maksadıyla 24 saatten az ve bir yıldan fazla olmamak üzere esas olarak yaşadığı bölgeden farklı bir bölgeyi ziyaret eden kişi, eğitim turisti olarak belirlenmiştir.

Bodger (1998), herhangi bir bölgedeki öğrenme deneyimine katılma amacıyla yapılan seyahat ve gezileri, eğitim turizmi olarak tarif etmektedir. Ritchie (2003) daha kapsayıcı bir bakış açısı geliştirerek, seyahat sürecinin herhangi bir aşamasında, eğitim alma veya öğrenim programına katılma amacının esas veya ikincil boyutta olduğu turizm çeşidini, eğitim turizmi (*educational tourism*) olarak tanımlamıştır.

Eğitim turizmi, yetişkinlere y6nelik 6đrenim programları, mesleki eğitim kursları, okul gezileri, lisans ve lisans6st6 programlar, yabancı dil okulları ve 6đrenci değişim programları gibi seyahat t6rlerini i6erebilir. Eğitim turizmine ilişkin yapılan tanımdan yola 6ıkararak herhangi bir konuda eğitim alma ve/veya 6đrenme amacını seyahat s6recinde birincil veya ikincil motivasyon kaynağı olarak algılayan ve en az bir gece esas ikametinden (şehir/6lke) ayrı kalan kişiler eğitim turisti (*educational tourist*) veya eğitim ziyaret6isi (*educational stayover*) olarak isimlendirilebilir. Eğitim veya 6đrenme aktivitesi i6in bir yolculuğa 6ıktığı yerde geceleme yapmadan evine d6nen kişiler ise eğitim gezgincisi (*excursionist*) veya g6n6birlik eğitim turisti/ziyaret6isi (*same-day educational tourist*) olarak ifade edilebilir (Ritchie, 2003: 18).

Eğitim amacıyla yapılan seyahatlerin genel turizm hareketliliğindeki payı giderek artmaktadır. 6lkeler arasındaki tanımlamalarda farklılıklar g6r6lse de eğitim turizmi, eğitim seyahati ve eğitim turisti kavramları yaygın şekilde kabul g6rmeye başlamıştır (PATA, 2010).

Eğitim turizmine ilişkin yapılan ilk tanımlamalar 6zellikle ama6, y6ntem, s6re ve mesafe a6ısından bazı sınırlamalar i6ermekte iken g6n6m6zde bu sınırlamaların 6nemini olduk6a yitirdiği g6r6lmektedir. Birleşmiş Milletler D6nya Turizm 6rg6t6, eğitim turizmine ilişkin yaptığı en g6ncel tanımla sınırlamalara yer vermeyerek olguyu daha geniş bir perspektifle ele almaktadır. 6rg6t, eğitim turizminin 6đrenme, kişisel gelişim, deneyim kazanma ve araştırma gibi 6eşitli ama6larla yapılabileceğini ve akademik 6alışmalar, 6rg6n eğitim faaliyetleri, dil kursları, okul gezileri ve kariyer geliştirme kursları gibi platformlar başta olmak 6zere bir6ok yol ve y6ntemle bu s6rece katılımın m6mk6n olduğunu belirtmektedir. 1963 yılında 6rg6t tarafından yapılan tanımda eğitim turizminde s6re kısıtlaması varken 2019 yılında yapılmış tanımda s6re kısıtlaması bulunmamaktadır (UNWTO, 2019).

Eğitim turizmi kavramına ilişkin yapılan tanımlar değişse de genel olarak aşağıdaki 66 unsurun ge6erliliğini koruduğu g6r6lmektedir (Huang, 2008):

- Eğitim turistlerinin esas amacının para kazanma olmaması,

- Seyahat sürecinde herhangi bir konuda öğrenme ve/veya eğitim alma amacının olması
- Eğitim seyahatinin sonunda esas ikamete dönüş amacının bulunması

Genel turizm tanımlamalarında görülen ortak unsurlar, eğitim turizminde de bulunmaktadır. Tanımlamaların geçirdiği dönüşüm değerlendirildiğinde süreye yönelik sınırlamaların artık bulunmadığı, süreç boyunca öğrenme/eğitim alma motivasyonunun önem kazandığı ve sürecin sonunda esas ikamete dönüş amacı bulunmasının daha anlamlı olduğu söylenebilir.

1.2.3. Eğitim Turizmi Kavramına Ekonomik Yaklaşım

Özellikle, 2000’li yılların başından itibaren tüm dünyada eğitim turisti sayısının yükselmesinden dolayı eğitim turizmiyle ilgili araştırmalar artmıştır. Bu sayede, ekonomik düşünce temelli yaklaşımlar çoğalmış ve araştırmacılar eğitim turizminin önemini kavramaya başlamıştır.

Eğitim turizmiyle ilgili yapılan teknik tanım, sürecin alt boyutlarını ve ekonomik önemini tam anlamıyla ortaya koyamamaktadır. Bu nedenle, kavram açıklanırken ticari ve ekonomik boyutlar da dikkate alınmaya başlanmıştır.

Donald vd. (1988), eğitim seyahati sürecinde öğrenci, akademisyen ve araştırmacılar ile onların aileleri ve ziyaretçilerinin ev sahibi destinasyonda yaptığı doğrudan ve dolaylı harcamaların bölgesel gelir üzerindeki etkisinin oldukça önemli olduğunu belirtmektedir. Anthony vd. (2004), eğitim turizmini, eğitim ziyaretçilerinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için biraraya gelmiş farklı iş kolları olarak görmektedir. Naido (2007), eğitim turizminin ziyaretçilerin öğrenme deneyimini geliştiren bir süreç olmasının yanında ev sahibi toplulukların sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Erçek (2017), eğitim alma ve/veya verme amacı güden eğitim turizmi hareketliliğinin, ülkeler arasında veya aynı ülkenin farklı bölgeleri arasında yolculuk ve konaklama başta olmak üzere çeşitli turistik faaliyetleri artırdığını, bunun sonucunda ekonomik boyutun daha fazla önem kazandığını belirtmektedir (Erçek, 2017).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2016) eğitim turizminin, eğitim, konaklama, ulaşım, etkinlikler, yiyecek-içecek ve diğer ilgili hizmetlerden oluşan geniş kapsamlı bir süreç olarak tanımlamaktadır. Örgütün yaptığı tanımlama da kavramın ekonomik boyutuyla daha fazla örtüşmektedir.

1.2.4. Eğitim Turizmi Kavramına Bütünsel Yaklaşım

Bütünsel yaklaşıma göre, eğitim için gidilen destinasyondaki konaklamaların kalıcı hâle gelmemesi ve para kazanmanın öncelikli amaç olmaması koşuluyla, bu süreçte meydana gelen ilişkilerin tamamı, eğitim turizmiyle ilgilidir (Okoli, 2001: 44). Bütünsel yaklaşımda, kavramların yönetim, pazarlama, hukuk, sosyoloji, ekonomi, coğrafya, ekoloji, kent araştırmaları ve psikoloji gibi alanlarla etkileşimi söz konusudur (Jafari, 1977).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, Pasifik Asya Seyahat Birliği, Kanada Turizm Komisyonu ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü gibi çeşitli uluslararası kuruluşlarca geliştirilen tanımlar bütünsel yaklaşım içerisinde değerlendirilebilir. Bu yaklaşımla geliştirilen tanımlar, eğitim destinasyonlarının tasarımında yapılan çeşitli araştırmaları birleştirmekte ve eğitim turizmi kavramını tanımlamada bir model sunmaktadır. Bu modele göre eğitim turizmi beş unsurdan oluşmaktadır (Cooper vd., 2003);

- Bilgi edinme ve/veya öğrenme sürecine katılan insanlar,
- Katılımcıları misafir eden destinasyonların çekiciliği,
- Ana faaliyetler ve bu faaliyet gruplarını destekleyen hizmetler ve olanaklar,
- Destinasyona varış ve destinasyon içindeki ulaşım imkanları,
- Eğitim seyahatindeki katılımcıların motivasyonu ve/veya bilgi kaynakları

Eğitim turizmi kavramını açıklamada benimsenen yaklaşımlar, kişi ve kurumların bakış açılarına göre değişebilmektedir. Bazı tanımlarda olgunun eğitim boyutu, bazılarında ise turizm boyutu daha fazla öne çıkabilmektedir.

1.2.5. Eğitim Turizminin Unsurları

Eğitim amacıyla yapılan seyahat hareketleri ve bu hareketlilik sonucunda ortaya çıkan eğitim turizmi olgusu, diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi birtakım unsurlardan meydana gelmektedir.

1.2.5.1. İnsan

Eğitim için seyahat eden turistler, eğitim alacağı destinasyona ulaşmak amacıyla esas ikametinden en az bir gece ayrı kalan kişilerdir (Rayner ve Easthope, 2001). Eğitim turistlerini genel turistlerden farklı kılan en önemli özelliklerden birisi, ziyaret edilen destinasyonda kalış süresidir. Eğitim ziyaretçileri, klasik tatilcilerden genellikle daha uzun süreli deneyim yaşamaktadır. Eğitim turistleri ile ilgili yapılmış ilk tanımlamalarda eğitim turizmi için azami bir süre belirlenmiş olsa da günümüzde bu sürelerin dikkate alınmadığı görülmektedir. Ancak bazı ülkeler, eğitim turistlerini tanımlarken çeşitli istatistikî verileri oluşturma amacıyla asgari ve azami süreler belirleyebilmektedir.

1.2.5.2. Coğrafya

Genel turizm hareketlerinde olduğu gibi eğitim turizminde de coğrafya unsuru üç ana faktörden oluşmaktadır. Eğitim turistlerinin ikamet ettiği bölge, uluslararası eğitim kurumlarının olduğu bölge ve bu bölgeler arasında ulaşımın sağlandığı transit yollar (Hava, deniz, kara ve demir yolu vb.) bu faktörlerdir (Ritchie, 2003).

Eğitim turistlerinin ikamet ettikleri bölgeler, hareketliliğin başlangıç noktasıdır. Bu bölgelere, gönderen bölge veya kaynak bölge de denilebilir (Huang, 2008). Seyahat süreçleri bu noktada başlamakta ve yine bu noktada sona ermektedir (Becker ve Kolster, 2012). Bu alanlar, potansiyel eğitim turizmi talebinin olduğu kaynak bölgelerdir. Uluslararası eğitim pazarından faydalanmak isteyen ülkeler, eğitim kurumları ve diğer kuruluşlar pazarlamaya dönük faaliyetleri, genellikle bu bölgelerde yoğun şekilde gerçekleştirmektedir.

Eğitim turistlerinin yerleşim yerlerinden hedef bölgelere yani eğitim destinasyonlarına doğru hareketlilik süreci, transit yollardan ulaşım

gerçekleştirilmektedir. Transit yollar, coğrafi unsurun ikinci aşamasını oluşturmaktadır (Leonard ve Morley, 2007).

Uluslararası eğitim kurumlarının yanında diğer turistik çekiciliklere de sahip olabilen ve coğrafi unsurun son aşaması olan hedef bölgeler, varış noktası olarak görülebilir. (Huang, 2008). Bu noktalar, eğitim turistlerini çekme hedefi bulunan ve eğitim turizmi hizmetini üretmek için gerekli esas unsurlara sahip olan destinasyonlardır (Becker ve Kolster, 2012). Destinasyonlar, turistlerin kendi yaşadığı yerlerde bulunmayan eğitimsel ve turistik unsurları barındırabilmesi ve diğer etkinliklere sahip olabilmesi hâlinde eğitim turizmi pazarında rekabet edebilecektir (Mazzarol ve Soutar, 2002).

1.2.5.3. Eğitim Kurumları

Uluslararası eğitim hizmetini talep eden öğrencilere bu hizmetin sunulduğu esas platformlar yükseköğretim kurumlarıdır. Günümüzde eğitim kurumları dünya çapında uluslararası eğitim turistlerini çeken markalı turizm ürünü gibi görülmektedir (Naido, 2007).

Uluslararasılaşma hedefini önceleyen bu kurumların program çeşitliliği, küresel müfredat, farklı dillerde eğitim olanakları ve yetkin akademik personele sahip olması beklenmektedir (Knight, 1994; Ayoubi ve Masoud, 2007; Van der Wende, 2007). Eğitim ziyaretçilerine ulaşmakta yerel çalışmalar tek başına yetersiz kalabileceği için yabancı kurum ve kuruluşlarla stratejik düzeyde anlaşma ve işbirliklerine ihtiyaç duyulmaktadır (Hanson ve Meyerson, 1995).

Eğitim kurumlarının turizm ve seyahat hareketlerindeki etkin rolünün, uluslararasılaşma süreciyle hızlandığı söylenebilir. Özellikle, uluslararası öğrenci kabul sürecinde gelişme kaydetmiş yükseköğretim kurumları, eğitim turizmi sisteminin en temel unsuru olarak hareket etmektedir (Heydarov, 2019). Ayrıca, üniversitelerin bilgi iletişim teknolojilerine entegrasyonu, kurumu uluslararası öğrenciler açısından çekici bir öğrenim merkezi haline dönüştürebilir (Chirkova, 2011).

1.2.5.4. Endüstri

Uluslararası eğitim amacıyla seyahat eden turistler, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren birçok organizasyonla etkileşim içerisine girmektedir. Eğitim turizmi endüstrisi, konaklama tesisleri, genel seyahat acenteleri, uluslararası eğitim hizmetine aracılık eden acenteler ve eğitim kurumlarının farklı ülkelerde kurmuş olduğu tanıtım ofislerinden oluşabilir (Roppolo, 1996).

Eğitim turizmi endüstrisinin konaklama unsuru, eğitim seyahatinin varış noktasında konaklama hizmetlerinin yanı sıra yeme-içme olanakları sağlayabilmektedir. Bu unsura bağlı tesisler, eğitim ziyaretçilerinin kendi ülkelerinde bulunan turistik tesislerden daha farklı ve çekici olabilmektedir (Okoli, 2001). Eğitim turizmi üzerine yoğunlaşan aracı kurumlar, pazarlama sürecinde konaklama ve yeme-içme gibi olanakları ön plana çıkartarak potansiyel ziyaretçilere ulaşmaya çalışmaktadır (WTTC, 2010).

1.2.5.5. Ulaşım

Ulaşım unsuru, genel turizm hareketliliğinde olduğu gibi eğitim turizminde öne çıkan unsurlardan bir tanesidir. Ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler önceden çok zor ve ulaşılamaz görünen destinasyonları daha yakın bir konuma getirmiştir.

Özellikle 2000'li yıllardan sonra havayolu taşımacılığının daha ekonomik maliyetlerle gerçekleştirilebilmesi, ABD ve Kanada gibi uluslararası eğitim turizminde öne çıkan ülkelere yapılan eğitim seyahatlerini kolaylaştırmıştır. Ulaşım unsuru, eğitim için gidilecek destinasyona varışla birlikte o bölge içerisinde günlük hayatta kullanılan taksi, toplu taşıma (metro, otobüs vb.), demiryolu, denizyolu gibi alt unsurları da içermektedir.

1.2.5.6. Dış Çevre

Eğitim turizmi endüstrisi, diğer sektörlerle benzer şekilde dış çevreden yoğun şekilde etkilenmektedir (Okoli, 2001). Eğitim turizmi sektörünün etkileşim içine girdiği çevresel faktörlerin bir kısmı aşağıda açıklanmaktadır:

Politik/Siyasi Faktör: Uluslararası eğitim turizmi sürecinden söz edebilmek için öncelikle devletlerin bu hareketliliğe ne şekilde yaklaştığına, hangi boyutlarda izin verdiğine bakmak gerekmektedir. Dünyadaki her ülke, eğitim seyahatlerini farklı boyutlardan ele alabilmektedir. Eğitim kurumlarının faaliyet gösterdiği bölgelerdeki yasal düzenlemeler ve hükümet politikaları, endüstriye bağlı iş kollarının nasıl yürütüleceğini tanımlamaktadır. Bu düzenlemelerin eğitim turizmini destekleyici ve teşvik edici şekilde yapılandırılması, hareketliliğin gelişmesine katkı sağlayacaktır (McMahon, 1992).

Merkezi ve yerel yönetimlerde yaşanması muhtemel siyasi krizler ve sonrasında görülen yasal düzenleme değişiklikleri, eğitim turizmi endüstrisi üzerinde ciddi bir baskı unsuru oluşturmaktadır. Ülkeler arasındaki ekonomi, dış ticaret, güvenlik, sağlık, turizm, eğitim, göç ve iltica konuları başta olmak üzere çeşitli alanlarda bireylerin haklarını kısıtlayıcı yasal düzenlemeler, eğitim turizmi paydaşları olan öğrencileri ve ailelerini olumsuz etkileyebilir (Chen, 2007).

Eğitim turizminde bireylerin destinasyon seçimi kararını etkileyen en önemli faktörlerden birisi, öğrencilerin kendi ülkeleri ile hedefteki okulların bulunduğu ülkeler arasındaki siyasi bağların durumudur. Kaynak ve hedef ülkeler arasında olumlu ilişkiler geliştirilmesi ve bu durumun sürdürülmesi, uluslararası eğitim ve öğrenci hareketliliğine katkı sağlayacaktır (Mc Mahon, 1992).

Ekonomik Faktör: Ekonomik faktörler, eğitim turizmi endüstrisinde sürecin tüm aşamalarında önemli şekilde hissedilmektedir. Ekonomik boyut, eğitim turizminde rol alan tüm paydaşları ilgilendirdiği gibi eğitim turistlerini gönderen kaynak ülke ve kabul eden hedef ülkeyi de etkilemektedir (Chen, 2007).

Uluslararası eğitim için ziyaret edilen bölgedeki eğitim masrafları oldukça önemlidir. Eğitim masraflarına ilave olarak bu ülkedeki genel yaşam giderleri ve diğer masraflar, eğitim turistlerinin bu süreçte dikkate aldığı faktörlerin başında gelmektedir (Mazzarol ve Soutar, 2002).

Son yıllarda, uluslararası öğrencilerin, öğrenim görülen ülkede çalışma izni ve/veya ikamet izni talebinde bulunarak uzun sürelerle veya kalıcı olarak yaşadığı görülmektedir. Ancak, bu noktada öğrenciler, özellikle o ülkedeki ekonomik durumu göz önüne almaktadır. Ev sahibi ülkede çalışmak veya yaşamak isteyen öğrenciler muhtemel fırsatları değerlendirirken ekonomik boyutu öncelikli olarak dikkate almaktadır (Chen, 2007).

Eğitim turistlerini gönderen ülkelere ilişkin ekonomik faktörler, öğrencilerin bu seyahatlere çıkıp çıkmamalarını etkileyebilir. Kendi ülkelerinde genel ekonomik durumun ve istihdamın göreceli olarak kötü durumda olması, öğrencilerin geleceğe dönük eğitim ve iş arayışlarında başka ülkelere yönelmelerine neden olabilmektedir (Mazzarol ve Soutar, 2002). Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki gençlerin yükseköğrenim amacıyla gelişmiş ülkeleri tercih etmesi, ekonomik boyutun önemini ortaya koymaktadır.

Fiziksel/Çevresel Faktör: İnsanların kısa süreli tatil veya seyahatlere çıkarken gittikleri bölgenin iklim şartlarını ve coğrafi durumunu oldukça önemsendiği bilinen bir durumdur. Benzer şekilde ulaşım rotasının ve tatil destinasyonun güvenli olması tercih edilmektedir. Eğitim amaçlı yapılan seyahatler ise göreceli olarak normal tatillerden daha uzun sürede gerçekleşmektedir.

Eğitim ziyaretçileri de destinasyon seçiminde çevresel şartları dikkate almaktadır. İklim şartlarının ve coğrafi özelliklerin etkileri, ziyaretçilerin destinasyon seçiminde bir kriter olarak ortaya çıkabilmektedir. Benzer şekilde eğitim ziyaretçileri, destinasyon seçiminde çevre güvenliği ile emniyet ve asayiş durumunu oldukça önemsemektedir (Kleckley, 2008). Eğitim ziyaretlerinin genel seyahatlere göre daha uzun süreli olması ve ziyaretçilerin kentlerdeki birçok bölgede zaman geçirmesi muhtemel bir durumdur. Bu nedenle eğitim ziyaretçilerinin gittikleri destinasyondaki emniyet ve asayiş durumunu daha fazla dikkate aldığı söylenebilir.

Sosyo-Kültürel Faktör: Eğitim ziyaretçilerinin, iletişim becerilerini geliştirmek istemeleri, kültürlerarası deneyim arayışları ve sosyal çevrelerini genişletme çabaları

gibi unsurlar, eğitim destinasyonunun seçimini etkileyen sosyo-kültürel etmenler olarak görülmektedir (Carlson vd., 1990).

Eğitim destinasyonu seçiminde kısmen etkisi bulunan tavsiyeler de sosyo-kültürel unsurlar altında değerlendirilmektedir. Ebeveynler başta olmak üzere aile bireylerinin tavsiye ve yönlendirmeleri (Baharun, 2006), akran ve arkadaş gruplarının önerileri (Mazzarol vd., 1997; Licata ve Maxham, 1998), öğretmen tavsiyeleri (Chen, 2007) ile uluslararası eğitim kurumlarında çalışan insanların değerlendirmeleri, destinasyon seçiminde etkili olmaktadır.

Teknolojik Faktör: Son yıllarda görülen teknolojik gelişmeler, turizmdeki tüm süreçleri etkilediği gibi eğitim turizmini ilgilendiren tüm iş süreçlerini de etkilemektedir (Lee, 2008). Eğitim seyahatlerinin tanıtım ve pazarlaması başta olmak üzere, yükseköğretim kurumlarına kayıt sistemleri, eğitim sürecince kullanıcıların başvurduğu bilgi teknoloji sistemleri ve yükseköğretim kurumlarında kullanıcılara sağlanan internet erişimi gibi konular bu faktör altında değerlendirilmektedir (Anthony vd., 2004).

1.3. EĞİTİM HİZMETLERİNDE KÜRESELLEŞME ve EĞİTİM TURİZMİNİN ÖNEMİ

Küreselleşme, 1990'lardan beri sıkça kullanılan ve hayatımızın içine yerleşmiş bir kavramdır. Teknolojinin sağladığı olanaklar sayesinde uluslararası ekonomik çevrenin hızla değişmesi, dünyadaki mal, sermaye ve emek piyasalarının bütünleşmesi, zaman içerisinde bu piyasalardaki kalite ve fiyatların belirli standartları yakalaması ve ekonomi politikalarının giderek birbirine benzemesi, küreselleşmenin en bilinen özellikleri olarak sıralanabilir (Yay, 2009: 29).

Yükseköğretim süreçlerini de uzun süredir etkileyen küreselleşmenin, eğitim seyahatlerinin dönüşümü, bilgi-iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve akademik kurumların amaçladığı stratejiler üzerinde katkısı bulunmaktadır (Altbach vd., 2009: 7-8).

Ekonomilerin ve toplumların küreselleşmesiyle birlikte dünya çapında yükseköğretim sistemleri de değişmektedir. Günümüzde özellikle Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Avustralya ve Birleşik Krallık gibi anadili İngilizce olan ülkelerde yükseköğretim sektörünün küresel anlamda gelişmiş olduğu ve kurumsal bir nitelik kazandığı söylenebilir. Yükseköğretim sektöründeki başarılarına rağmen bu ülkelerdeki üniversiteler, eğitim turizmi pazarındaki artan rekabetin gereğini yerine getirmeye devam etmektedir. Hedef pazarlardaki öğrencilere ulaşmak için bu stratejilerin sürdürülmesi artık zorunlu hale gelmiştir (Hemsley vd, 2006: 19).

Ayrıca küreselleşmeyle birlikte yükseköğretim hizmetleri önemli bir ihracat sektörü haline gelmiş ve birçok ülkede uluslararası öğrencileri kendi bünyesine çeken üniversite kampüsleri açılmıştır. İlk zamanlarda uluslararası iş ortaklarına öğrenci yetiştirme yetkisi vererek gelişen bu süreç, günümüzde kendi üniversitelerini yabancı ülke ve kıtalara kurduran bir iş modeline dönüşmektedir. Bilgi-iletişim teknolojileri ve yükseköğretimde yaşanan gelişmelerden görüleceği üzere eğitim hizmetleri sektörü de geleneksel küreselleşme süreçlerini takip etmektedir (Healey, 2006: 11).

Daha önce eğitim turizmi pazarından ekonomik olarak faydalanamayan birçok ülke, uluslararası eğitim turizmi pazarındaki tanınmış destinasyonlarla rekabet etmeye çalışmaktadır (Varghese, 2011). Eğitim turizmi alanında yapılacak stratejik plan ve politika düzenlemelerinin pazarda rekabet üstünlüğünü sürdürmek için kritik bir yaklaşım olduğu ifade edilmektedir (Becker ve Kolster, 2012).

Eğitim turizmi politika ve stratejileri, eğitim turizmiyle ilgili tüm kurum ve kuruluşların iyi yönetilmesi amacıyla, merkezi hükümetler tarafından uygulanan yasal düzenlemeler olarak tanımlanmaktadır (Cox, 2012). Bu politika ve stratejiler, merkezi ve yerel yönetimler tarafından yetkilendirilmiş eğitim turizmi faaliyetlerini düzenlemek, teşvik etmek ve geliştirmek amacıyla çeşitli maddi kaynaklarla desteklenen faaliyetleri kapsamaktadır (Cairney, 2012). Öğrenim ücretleri ile burs/kredi olanakları, eğitim turizmi vizesi, ikamet ve çalışma izin işlemleri, göçmenlik süreci gibi işlemler, faaliyet gruplarından bazılarıdır (Cox, 2012). Eğitim turizmi politika araçları, endüstrideki mevcut ve muhtemel sorunları çözmeyi amaçlayan eylem planları olarak görülmektedir (Bardsley, 2010).

Dünyada ve ülkemizde, yükseköğretim kurumları, faaliyetlerini sürdürürken uluslararası dinamikleri dikkate almaktadır. Hızla ilerleyen teknoloji etkileşimi artırmakta, toplumları birbirine yakınlaştırmaktadır. Bu nedenle, eğitim sistemlerinin yaşanan değişimlere ayak uyduracak şekilde yeniden yapılandırılması konusu özellikle son yıllarda dünyadaki birçok ülkede ele alınmaktadır (Şenel ve Gençoğlu, 2003: 47).

Hükümetler, kalkınma hamlelerinin başarılı olması için öncelikle eğitimde ilerleme kaydetmenin zorunlu olduğunu farkındadır. Gelişmiş ülkelerle rekabet etme sürecinde eğitim sistemlerinin belirli bir kalitede olması ve kalite güvence standartlarının sürekli gelişme içinde olması gerektiği açıktır. Küresel uyumluluğu korumak için eğitimde uluslararasılaşma yükseköğretim kurumları için önemli bir hedef haline gelmiştir (Bümen, 2015: 14).

Yükseköğretimde uluslararasılaşma kavramı, birçok bakış açısını ve uygulamayı içerisinde barındıran bir süreçtir. Örneğin; yükseköğretim kurumlarının uyguladığı müfredat, araştırma-geliştirme faaliyetleri, uyguladığı strateji ve politikalar, öğrenci ve akademisyen değişim hareketliliği ve staj uygulamaları gibi birçok bileşen uluslararasılaşmanın ilgi alanına girmektedir. Bu yönüyle, yükseköğretimde uluslararasılaşmaya atfedilen tanımlamaların çok boyutlu olması muhtemeldir. Bazı araştırmacılar yükseköğretimde uluslararasılaşmanın tanımını yaparken sadece ekonomik boyutunu ön plana çıkarmakta, bazı araştırmacılar da sosyo-kültürel yönüne vurgu yapmaktadır (Bartell, 2003).

Üniversiteler her zaman uluslararası talep ve eğilimlerden etkilenirler ve geniş akademik, bilimsel ve araştırma çevreleriyle etkileşim içerisine girerler. Üniversiteler ve hükümetler, küreselleşmeye ayak uydurabilmek için politikalar ve strateji belirlerler. Yükseköğretimde küreselleşmenin en çok görülen tarafı, öğrencilerin kendi vatandaşı olduğu ülkenin dışındaki bir ülkede öğrenim görmesidir. Eğitim turizmi kapsamında seyahat eden öğrencilerin bireysel kararlarını etkileyen faktörlerden bir tanesi de ulusal ve kurumsal stratejilerdir. Uluslararası öğrencilerin üniversitelere yatırdıkları öğrenim ücretleri ve diğer ödemeler birarada

değerlendirildiğinde, çok önemli bir ekonomik pazar oluştuğu ve bu durumun farklı iş kollarını etkilediği görülmektedir (Altbach vd., 2009: 7-8).

Eğitim ve turizm sektörlerinin son yıllarda giderek büyümesi, bu sektörlerin tüm dünyada ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkilerinin daha fazla hissedilmesine neden olmaktadır. Ülkeler arasındaki sınırların azalması, ülkelerin birbirleriyle daha fazla ilişki kurmasına yol açmaktadır. Ülkeler arasında kurulan ilişkiler sonucunda eğitim ve turizm alanlarında görülen bağımlılık, uluslararasılaşma kavramını ön plana çıkarmaktadır (Roppolo, 1996: 191). Son yıllarda turizm ve eğitim sektöründe yaşanan değişimler, etkileşim düzeyini yükseltmiş, bu sayede eğitim turizminde uluslararası hareketlilik daha görünür hâle gelmiştir. Ancak bu hareketliliğin boyutunun ve öneminin yeterince farkına varılamamıştır (Smith ve Jenner, 1997: 60). Eğitim ve turizm arasındaki bağlantılarla ilgili olarak henüz araştırılmamış birçok alan bulunmaktadır (Roppolo, 1996: 191).

Eğitim amacıyla yapılan seyahatlerin genel turizm hareketliliğindeki payı giderek artmaktadır. Ülkeler arasındaki tanımlamalarda farklılıklar görülse de eğitim turizmi, eğitim seyahati ve eğitim turisti kavramları, yaygın şekilde kabul görmeye başlamıştır (PATA, 2010).

Eğitim amaçlı seyahatler, katılımcıların sahip olduğu motivasyonlarına ve beklentilerine göre resmi veya gayriresmi şekillerde gerçekleşebilmektedir. Turistik aktivite ve deneyimlerle yoğun bir etkileşim ve ilişki içerisinde olan uluslararası eğitim hareketlerinin ve eğitim turizmi pazarının yeterince araştırılmaması dikkat çekicidir (CTC, 2001).

1.4. DÜNYADA EĞİTİM TURİZMİ

Yurtdışında eğitim, bir öğrencinin vatandaşı bulunduğu ülkeden farklı bir yerde eğitim alması ya da eğitimine devam etmesi olarak tanımlanmaktadır. Yurtdışında eğitim; yabancı dil eğitimi, yükseköğretim (önlisans-lisans eğitimi, yüksek lisans eğitimi, doktora eğitimi, doktora sonrası eğitim), mesleki kurslar ve kariyer eğitimi gibi temel başlıklar altında gruplandırılabilir (DEİK).

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (OECD, Organization for Economic Co-operation and Development) 2013 yılı araştırmalarına göre, dünya çapında yükseköğretim sisteminin genişlemesi, toplumların ve ekonomilerin küreselleşmesiyle birlikte, son yıllarda kendi ülkesi dışında yükseköğretime kayıt yaptıran öğrenci sayısı hızla artmıştır.

1990 yılında dünyada kendi ülkesi dışında yükseköğretime kayıt yaptıran öğrenci sayısı 1,3 milyon iken, 2011 yılında bu rakam 4,3 milyona ulaşmıştır. Bu da eğitim amacıyla seyahat eden öğrenci sayısının yıllık büyüme oranının ortalama % 6 olduğunu göstermektedir. 2008 yılındaki küresel ekonomik kriz süresince bile uluslararası eğitim için ülkesinden ayrılan öğrenci sayısında bir düşüş olmamıştır (OECD, 2013). Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO) verilerine göre de 2011 yılında dünyada yaklaşık 4 milyon öğrenci yükseköğretim için yurtdışına seyahate çıkmıştır.

Denver, Columbia ve Stanford Üniversiteleri tarafından 2013 yılında yapılan bir araştırma sonuçlarına göre, dünyadaki uluslararası öğrencilerin % 40,3'ü yurtdışında eğitim için ABD, İngiltere, Avustralya ve Kanada'yı seçmektedir. Bu ülkeler arasında özellikle Avustralya son yıllarda büyük bir gelişim göstermektedir (Bümen, 2015: 16).

2011 yılı verilerine göre dünya çapında uluslararası eğitim seyahatlerine katılan uluslararası öğrencilerin yaklaşık % 53'ünü Asyalı öğrenciler oluşturmaktadır. Asya kıtası ülkelerinden Çin, Hindistan ve Güney Kore uyruklu öğrenciler en büyük kitleyi oluşturmaktadır. Asya grubu ülkelerinden sonra % 23 ile Avrupa Birliğine üye ülke vatandaşları gelmektedir. Daha sonra % 12'lik pay ile Afrika kıtasından gelen öğrenciler ve yine % 12'lik pay ile bunların dışında kalan ülkelere gelen öğrenciler sıralanmaktadır (OECD, 2013). Aynı yıl içerisinde Türkiye'den 83.000 öğrenci eğitim turizmi için başka ülkelere çıkmıştır. Tüm dünyada eğitim için en fazla seyahat eden ülke vatandaşları sıralamasında Türkiye'nin 5'nci sırada yer alması oldukça dikkat çekicidir.

2011 yılında dünya çapında eğitim amacıyla ülke dışına çıkan uluslararası öğrencilerin % 17'si Amerika Birleşik Devletleri'ne, % 13'ü Birleşik Krallık'a, % 6'sı Avustralya'ya, % 6'sı Almanya'ya ve % 6'sı Fransa'ya gitmiştir. Uluslararası öğrencilerin öncelikle İngilizce konuşulan ülkeleri tercih ettiği görülmektedir. Aynı yıl içerisinde tüm dünyadaki uluslararası öğrencilerin yaklaşık % 41'ine Avustralya, ABD ve Birleşik Krallık ev sahipliği yapmıştır.

Son yıllarda uluslararası eğitim pazarına yeni ülkeler de eklenmiştir. Örneğin 2011 yılında uluslararası öğrencilerin önemli bir çoğunluğu % 5 oranıyla Kanada'daki okullara kaydolmuştur. Bunu, % 4 oranla Japonya ve Rusya, % 2 oranla İspanya izlemiştir. Diğer taraftan en popüler ülkelerden bazılarının pazar payları azalmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde uluslararası öğrencilerin payı, 2000 ve 2011 yılları arasında % 23'ten % 17'ye gerilemiştir. Aynı dönemde Almanya'da uluslararası öğrencilerin payı 3 puan gerilemiştir. Uluslararası eğitim pazarında çok küçük bir paya sahip olmasına rağmen Güney Kore'de uluslararası öğrenci sayısı 2000 ile 2011 yılları arasındaki 11 yıllık dönemde 17 kat artarak oldukça dikkat çekmiştir. UNESCO raporlarına göre 2020'de yükseköğrenim için seyahat edecek uluslararası öğrenci sayısının 7 milyonu aşacağı tahmin edilmektedir.

Dünya Bankası verilerine göre yükseköğretimde öğrenim gören öğrenci sayısının 2030 yılında 414 milyonu bulacağı tahmin edilmektedir (UNESCO, 2015). Bu tahmin nedeniyle son yıllarda hükümetler, yükseköğretimdeki uluslararası öğrenci pazarından faydalanmak amacıyla çeşitli reform çalışmalarına başlamıştır (Chapman ve Austin, 2002: 4). Birçok ülke, eğitim turizmi pazarının sosyoekonomik katkılarından pay almak ve bunu sürdürebilmek amacıyla çeşitli stratejik düzenlemelere başvurmaktadır (Taşçı ve Kaya, 2014: 195-196).

Uluslararası eğitim turizmi hareketliliğinden en yüksek payı alan ABD'de 4.500'den fazla üniversite bulunmaktadır. Gelişmiş fiziki olanaklar, kaliteli akademik kadrolar, kabul koşullarının kolaylığı, farklı eğitim program ve seviyelerinde öğrencilere sunulan çeşitlilik gibi faktörler, bu ülkeyi eğitim turizminde cazip hale getirmektedir. Yaşam ve eğitim maliyetleri şehirden şehire ve üniversiteden üniversiteye farklılık gösterse de üniversitelerin sağladığı maddi destek ve burslar uluslararası öğrencilerin

ilgisini çekmektedir. Ders seçimi konusunda öğrencilere sağlanan esneklik, kampüs içinde ve dışında öğrencilerin katılabileceği turistik geziler, spor etkinlikleri ve sosyokültürel aktiviteler öğrencilerin kişisel gelişimlerine ilave katkıda bulunmaktadır. Uluslararası eğitim turizminin sağladığı bu katkıların yanı sıra anadilin İngilizce olduğu bir ortamda yaşamak ve eğitim görmek, İngilizce dil becerilerinin de hızlı bir şekilde ilerlemesini mümkün kılmaktadır. Amerika'daki üniversiteler ayrıca öğrencilere kendi okullarında verilmeyen bir dersi çevredeki bir okuldan alma imkânını da sunmaktadır. Bütün bunlardan daha önemlisi, ABD üniversitelerinden mezun olan uluslararası öğrenciler kendi ülkelerine döndüğünde veya başka ülkelerde çalışmak istediğinde diploma denkliği konusunda bir problem yaşamamaktadır. Yukarıda sayılan nedenler başta olmak üzere birçok faktörden dolayı ABD, dünyadaki uluslararası öğrencilerden kaynaklanan eğitim turizmi pazarından en büyük payı alan ülkedir (Erçek, 2017).

Dünyada uluslararası eğitim turizmi pazarından en yüksek ikinci payı alan ülke ise İngiltere'dir. Hareketli ve öğrenmeye açık bir ortamın bulunması, İngilizce eğitiminde ana merkez sayılması, kültürel çeşitliliklere duyulan hoşgörü ortamı ve yükseköğrenim geleneğinin öncüleri sayılabilecek okullara sahip olması, uluslararası öğrencilerin İngiltere'yi seçmesinde oldukça etkili faktörlerdendir. Dünyaca ünlü Oxford ve Cambridge Üniversiteleri ile Londra İmparatorluk Koleji gibi köklü yükseköğretim kurumlarına sahip olan ülke, eğitim turizmi pazarında önemli rolü olan ülkelere birisidir (Erçek, 2017). Fransa, Avustralya ve Almanya gibi ülkeler, eğitim turizminde ABD ve İngiltere'den sonra gelen gelişmiş ülkelere bazılarınıdır.

Uluslararası öğrencilerin katıldığı eğitim seyahatleri, ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlamaktadır. 2011-2012 arasında 764.495 uluslararası öğrenciyi kabul eden ABD'de bu hareketliliğin ABD ekonomisine ilgili dönemdeki katkısı toplamda 22 milyar ABD Dolarına yaklaşmıştır. Bu miktarın % 72,5'luk kısmı öğrenim ücretlerinden, % 27,5'luk kısmı ise yaşam giderlerinden (konaklama, seyahat, alışveriş, yeme-içme, sağlık, eğlence vb.) oluşmaktadır. Bu dönemde eğitim seyahatine katılan öğrencilerin aile fertlerinin ABD'deki yaşam giderleri ise 397 milyon ABD Doları civarındadır. Görüldüğü üzere eğitim turizmi, ABD ekonomisine oldukça fazla katkısı olan bir endüstri niteliği taşımaktadır. Uluslararası öğrenci

hareketliliğine duyulan ilginin bu derece yüksek olması, ABD ekonomisine katkı sağlamanın yanında ülkedeki nitelikli insan sermayesinin ve bilimsel çalışmaların artmasını sağlamaktadır (Erçek, 2017).

Amerika Birleşik Devletleri Dışişleri Bakanlığı Eğitim ve Kültür Bürosu ve Uluslararası Eğitim Enstitüsü işbirliği kapsamında yayımlanan “Open Doors” raporuna göre ABD’deki uluslararası öğrenci sayısı, 2014-2015 akademik yılında 974.926’ya ulaşmıştır. Türkiye’nin, ABD’ye öğrenci gönderen ülkeler sıralamasında tüm dünyada 13’üncü, Avrupa’da 2’nci sırada yer alması da dikkat çekicidir. (Erçek, 2017).

Üniversitelerin gelişimi, 12 ve 13’üncü yüzyıllara kadar uzansa da (Encyclopaedia.com, 2002) yükseköğrenimin fenomen haline gelmesi, İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan sosyo-ekonomik gelişmeler sonucunda gerçekleşmiştir. Örneğin, İngiltere’de yükseköğrenimdeki öğrenci sayısı 1965 yılında 400.000 civarında iken 2000 yılında neredeyse 2 milyona yükselmiştir. Bu ülke ayrıca, üniversite eğitimi alan nüfus oranının, 1960’lardan 1990’lara kadar geçen sürede yaklaşık % 10’dan % 30’a kadar artışına şahit olmuştur (Scott vd., 2001). Uluslararası öğrenci popülasyonunda görülen büyümenin bir benzeri de Avustralya’da yaşanmıştır. Ülkedeki uluslararası öğrenci sayısı 1990’da 182.100 iken 2000’de 272.900’e yükselmiştir (Avustralya İstatistik Bürosu, 2002).

1980’lerin sonunda, küresel düzeyde eğitim seyahatine katılan üniversite öğrenci sayısının her yıl yaklaşık 1 milyon civarında olduğu UNESCO tarafından tahmin edilmekteydi (Teichler, 1996). Öğrenci hareketliliğine kapısını açarak uluslararası öğrencileri kabul eden üniversiteler, çok önemli ekonomik kazançlar sağlamaktadır. Örneğin, uluslararası öğrencilerden elde edilen yıllık gelir miktarı, 1990’larda İngiltere’de 700 milyon pounda (Bown, 2000), Avustralya’da ise 1,5 milyar Avustralya dolarına yaklaşmıştır (Australian Tourist Commission, 1998). İngiltere ve Avustralya’nın elde ettiği bu kazançlar, sadece öğrenim harçlarından elde edilmiştir. Bu rakamlara gündelik yaşam harcamaları, kitap, sigorta, tatil, seyahat, eğlence, yeme-içme ve diğer kalemlere harcanan paralar dâhil değildir. Eğitim turizminden kaynaklanan tüm harcamaların Amerika Birleşik Devletleri ekonomisine 1994

yılında yaklaşık 4 trilyon ABD doları katkıda bulunduğu tahmin edilmektedir (Hsu ve Sung, 1997).

Dünyada, uluslararası eğitim turizmi kapsamında sadece 1990 ve 1996 yılları arasındaki 6 yıllık sürede görülen % 55'lik artış oldukça dikkat çekicidir (Bown, 2000). Avrupa Birliği'ne üye ülkelerdeki yükseköğrenim kurumlarına olan talep, bu artışın en önemli nedenidir. Birliğe üye ülkelerden İngiltere, Almanya ve Fransa o dönemde uluslararası öğrencilerin yaklaşık % 72'sine ev sahipliği yapmaktaydı. O dönemde uluslararası öğrencilerin yaklaşık % 23'ü üniversite eğitimine yeni başlayanlardı yani daha önce kendi ülkesinde yükseköğrenime herhangi bir kayıt yaptırmayan öğrencilerdi. Kendi ülkelerindeki eğitim şartlarının kısıtlayıcı şartlarını aşma arzusu, hareketliliğe katılan öğrenciler için temel motivasyon kaynağıydı (Jallade ve ark. 2001). Üniversite öğrencilerinin uluslararası hareketliliğinde ülkelerin öğrenci ithal etme veya ihraç etme durumuna göre ekonomik kazanç veya kayıpları değişmektedir. Uluslararası öğrenci sayısının başka ülkelere giden yerli öğrenci sayısına oranına göre yapılan bir hesaplamada 1990'larda İngiltere en başta yer almıştır (Tysome, 1998). Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse İngiltere, eğitim turizmi pazarından oldukça büyük oranlarda ekonomik kazanç sağlamıştır ve İngiliz vatandaşı öğrenciler olabildiğince kendi ülkesindeki yükseköğrenim programlarına katılmışlardır.

1.5. TÜRKİYE'DE EĞİTİM TURİZMİ

Ülkemiz, gerek Cumhuriyet öncesi dönemde, gerekse Cumhuriyet döneminde uluslararası öğrencilere çeşitli bursları temin etmiştir. Ancak, uluslararası öğrenci politikasına yönelik ilk sistemli çalışma 1992 yılında “Büyük Öğrenci Projesi” adı altında yürütülmüştür (<https://www.ytb.gov.tr/>). Uluslararası öğrencilere ilişkin Türkiye'deki ilk yasal düzenleme ise 14 Ekim 1983 tarihli ve 2922 sayılı Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilere İlişkin Kanun ile hayata geçmiştir. Bu Kanunda uluslararası öğrenci tanımı doğrudan olmasa da dolaylı bir şekilde tarif edilmiştir. Uluslararası öğrencinin doğrudan tanımı ise 30 Nisan 1985 tarihli Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilere İlişkin Yönetmelik'te yapılmıştır. Yönetmelikte “Her derece ve daldaki eğitim kurumlarında öğrenim gören veya Türkçe kurslarına katılan T.C. uyruğunda bulunmayan kişi” yabancı

uyruklu öğrenci olarak tanımlanmaktadır. 24 Mart 2010 tarihli ve 5978 sayılı Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanun'da ise yabancı öğrenci tanımı genişletilerek, “kamu kurum ve kuruluşlarınca ülkemizde eğitim görmesi uygun görülenler ile uluslararası anlaşmalar çerçevesinde eğitim amacıyla Türkiye'ye gelen yabancı uyruklu öğrenci” olarak ifade edilmiştir (Erçek, 2017).

Dünyada, uluslararası öğrenci hareketliliği ve eğitim turizmi olgusu 1983 yılından çok daha eski tarihlerde kabul görmüş ve ülkeler bu doğrultuda çalışmalarına yön vermiştir. Ülkemizde ise 1983 yılında başlayan yasal düzenlemeler ancak 2010 yılında kısmen bir olgunluğa erişebilmiştir. Eğitim amacıyla yapılan seyahatlerin öneminin çok geç fark edilmesi nedeniyle ülkemize gelen uluslararası öğrencilerin durumu nicelik ve nitelik açısından istenen seviyelere ulaşamamıştır. Türkiye'de, uluslararası öğrencilerin büyük çoğunluğu devlet üniversitelerinde öğrenim görmektedir. Maddi olarak daha fazla katkı sağlaması beklenen vakıf üniversitelerinde öğrenim gören uluslararası öğrenci sayısı, devlet üniversitelerindeki öğrencilere kıyasla oldukça azdır. Ülkemizde, 2013-2014 Eğitim-Öğretim döneminde 48.183 olan uluslararası öğrenci sayısı, 2014-2015 döneminde 72.178'e, 2015-2016 döneminde ise 87.903'e yükselmiştir (Erçek, 2017). 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılı itibarıyla ise bu sayı 125.138'e yükselmiştir (UNESCO). Eğitimde ülkemizi tercih eden uluslararası öğrenci sayısı ciddi oranlarda artmış olsa da mevcut üniversite sayısı ve ülke potansiyeli göz önüne alındığında bu artışın yetersiz olduğu değerlendirilmektedir.

Tekelioğlu ve ark. (2017) uluslararası öğrencilerin eğitim turizminde tercih ettiği ülkeleri araştırdığı çalışmada Türkiye'nin potansiyeline kıyasla oldukça geri planda kaldığını belirtmişlerdir. Araştırma sonuçları, ülkemizdeki üniversitelerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini etkin olarak gerçekleştiremediğini, çeşitli açılardan (kültürel, sosyal, etnik, dini, dil ve coğrafyalar gibi) ülkemizle ortak bir paydası veya geçmişi olan ülkelere gelen öğrencilerin dâhi, kendi ülkelerinde Türk yükseköğretim kurumlarının yeterince tanınmadığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, Türkiye'de öğrenim gören uluslararası uyruklu öğrenciler, ülkemize gelmeden önce akademik programlar, sosyokültürel hayat, günlük yaşantı, kampüs ortamı gibi

konularda oldukça kısıtlı bilgilere ulaşabildiklerini, vize, denklik, ikamet tezkeresi gibi konularda çok fazla bürokrasi olduğunu ve öğrenim öncesinde özellikle Türkiye'nin ülke imajı ile üniversitelerin bulunduğu illerin şehir imajını değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Sonuç olarak, uluslararası öğrencilerin eğitim turizmi kapsamında destinasyon tercihlerini etkileyen faktörler arasında, üniversite tanıtımlarının, akademik program bilgilerinin, kampüs ortamının, günlük yaşantının, şehir hayatının, sosyokültürel etkinliklerin, vize, ikamet tezkeresi ve denklik gibi konuların önemli olduğu görülmektedir. Bu konular, eğitim faaliyetlerinin turizm ve seyahat boyutunu kapsamakta ve etkilemektedir. Çünkü, ülkemize turistik amaçlarla gelen insanların algıladıkları imaj ile eğitim amaçlı gelen uluslararası öğrencilerin algıladıkları imaj benzerlik göstermektedir.

21. Yüzyılda dünyaya uyum sağlayabilmenin ve her alanda başarılı olabilmenin yolu eğitimden geçmektedir. Bu maksatla, gelişmiş ülkelerin eğitim sisteminden yararlanmak ve farklı kültürleri tanımak amacıyla her yıl dünyada milyonlarca insan yer değiştirmektedir. Bu yer değiştirme hareketliliğinden Türkiye de oldukça etkilenmektedir. Türkiye'deki yükseköğrenim maliyetlerinin yurtdışındaki maliyetlerle neredeyse aynı tutarlara ulaşması, yabancı dilin bizzat konuşulduğu yerde öğrenilmesi isteği, uluslararası platformlarda kariyer yapmanın artan önemi gibi nedenlerle yurtdışında eğitime olan talep giderek artmaktadır. 82 milyonu aşan nüfusuyla Türkiye, Rusya ve Almanya'dan sonra Avrupa'nın en kalabalık 3'üncü ülkesidir. Ayrıca Avrupa'daki en fazla genç nüfusa sahip ülke konumundadır. Yaklaşık 13 milyon kişi 15 ile 24 yaş arasındadır. Toplam nüfusun % 37'sini oluşturan yaklaşık 30 milyon kişi de 0-24 yaş aralığındadır. Genç nüfus sayısının fazlalığıyla Türkiye, uluslararası eğitim kurumları için önemli bir potansiyel durumundadır (Akgüner, 2011: 2).

Warner, 1999 yılında "Türkiye'de yükseköğrenim talebinin yeterince karşılanmadığı, bu durumun böyle devam etmesi hâlinde altı üniversitesinde 20.000 uluslararası öğrenciyi ağırlayan ve bu alanda büyüme potansiyeline sahip olan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinin, Türkiye'deki pazarı değerlendirmek için fırsat kolladığını" ifade etmiştir (Warner, 1999: 137). KKTC'nin günümüzde eğitim turizminde geldiği nokta göz önüne alındığında, yaklaşık 20 yıl önce yapılan bu değerlendirmenin ne kadar

doğru olduğu görülmektedir. Ancak yazar, uluslararası ğrenci sayısındaki artışın sadece faydaları olduğu algısının doğru olmadığını, fazla sayıda öğrencinin yerli halk ve yerli öğrencilerin yaşam kalitesi üzerinde olumsuz etkilerinin de olabileceğini ifade etmektedir.

UNESCO verilerine göre, 2012 yılında lisans, yüksek lisans, doktora, Erasmus ğrenci hareketliliği programı ve devlet bursu gibi akademik gerekçelerle Türkiye'den yurtdışına çıkan ğrenci sayısı yaklaşık 52.000 civarındadır (www.unesco.org). Dil eğitimi, staj veya mesleki sertifika programlarına katılım amacıyla yurtdışına çıkan öğrenciler de eklendiğinde bu sayının yaklaşık 100 bin kişiye ulaştığı öngörülmektedir. Yurt dışına çıkan bir öğrencinin yıllık ortalama 20 bin dolar harcama yaptığı varsayıldığında yılda 2 milyar dolarlık bir eğitim seyahati harcamasının Türkiye'den diğer ülkelere yneldeği değerlendirilmektedir (Bümen, 2015: 23). Hem ğrenci sayısı hem de yapılan harcama göz önüne alındığında eğitim turizmi kapsamında Türkiye'den ayrılan öğrencilerin durumu oldukça düşündürücüdür.

2014 yılında Türk ğrencilerin yükseköğretim için tercih ettiği yabancı ülkelerin başında Almanya ve ABD gelmektedir. Bu iki ülkeyi Bulgaristan, Birleşik Krallık (İngiltere), Azerbaycan, Avusturya, Fransa, Ukrayna, İtalya, İsveç, İsviçre, Hollanda, Avustralya, Hollanda ve Romanya takip etmektedir. Görüldüğü gibi, 2014 yılında Türk öğrencilerce tercih edilen ülkelerin çoğu Avrupa Kıtasında yer almaktadır. Türk ğrenciler yurt dışına eğitim için giderken en çok işletme, finans, iktisat, uluslararası ticaret ve mühendislik (bilgisayar, makine, inşaat) bölümlerini tercih etmektedir. Son yıllarda güzel sanatlar (radyo-tv, sinema), iletişim ve moda gibi bölümlere de talebin arttığı görülmektedir (Bümen, 2015: 24).

Yukarıda sunulan 2012 ve 2014 yılına ait verilerin ardından güncel sayıları da irdelemenin faydalı olacağı düşüncesiyle yükseköğretim amacıyla Türkiye'den ayrılan öğrencilerin tercih ettiği destinasyonlara ilişkin UNESCO tarafından paylaşılan en yeni veriler Tablo 3'te derlenerek sunulmuştur:

Tablo 3. Türk Öğrencilerin Yükseköğretim İçin Tercih Ettiği Ülkeler (2020)

Sıra	Ülke	Öğrenci Sayısı	Sıra	Ülke	Öğrenci Sayısı
1	A.B.D.	9.698	21	İsveç	296
2	Almanya	7.625	22	Romanya	278
3	Birleşik Krallık	3.420	23	Kazakistan	257
4	İtalya	2.389	24	Gürcistan	253
5	Avusturya	2.220	25	Japonya	236
6	Azerbaycan	1.950	26	Ürdün	225
7	Fransa	1.850	27	Finlandiya	213
8	Ukrayna	1.593	28	Çekya	203
9	Bulgaristan	1.592	29	Suudi Arabistan	190
10	Makedonya	1.304	30	Estonya	168
11	Kanada	1.242	31	Malezya	167
12	Macaristan	1.113	32	Güney Kore	166
13	Polonya	1.106	33	Litvanya	147
14	Bosna-Hersek	893	34	Danimarka	143
15	Hollanda	825	35	Belçika	122
16	Avustralya	716	36	Yunanistan	115
17	İsviçre	687	37	Norveç	105
18	Kırgızistan	510		Diğer ülkeler	1.448
19	Mısır	397		Veri toplanamayan ülkeler	349
20	İspanya	313		Genel Toplam	47.546

Kaynak: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow> Erişim: 04.01.2021

Türkiye’den eğitim amacıyla başka ülkelere hareket eden 47.546 kişi tüm dünyadaki hareketliliğin yaklaşık % 0,9’unu oluşturmaktadır. Bümen (2015) tarafından yapılan çalışmada 2012 yılı itibarıyla UNESCO verilerine göre yaklaşık 52.000 Türk öğrencinin yükseköğrenim için başka ülkelere yöneldiğine yukarıda değinilmiştir. Aradan geçen 8 yıl boyunca yurtdışı tercih eden Türk öğrenci sayısının 52.000’den 47.546’ya düşmesi dikkat çekicidir. Bu düşüşün başlıca sebebinin 2012 yılından 2020 yılına gelinen süreçte döviz kurunda görülen artış olduğu değerlendirilmektedir. 2012 yılında 1 ABD doları yaklaşık 1,80 TL, 1 Euro 2,30 civarında seyrederken 04.01.2021 itibarıyla 1 ABD doları 7,42 TL, 1 Euro 9,10 TL’ye yükselmiştir. Öncelikli olarak tercih edilen ülkelerin para birimine bakıldığında tespitlerimizin doğru olduğu söylenebilir.

Yukarıdaki tablodan da görüleceği gibi Türk öğrenciler, 2012 ve 2014 yıllarına benzer şekilde üniversite eğitimi için öncelikle ABD ve Almanya’yı, ardından İngiltere, İtalya ve Avusturya’yı tercih etmektedir. Sadece ilk 5 ülkeyi tercih eden öğrenci sayısı (25.352) toplam sayının % 53,3’ünü oluşturmaktadır.

Yükseköğretim için Türkiye’den yurtdışına çıkan öğrenciler olduğu gibi yabancı ülkelere gelen birçok öğrenci bulunmaktadır. UNESCO ve YÖK verilerine göre 2012 ile 2015 yılları arasındaki dönemde yükseköğretim için Türkiye’yi tercih eden ülkelerin başında Azerbaycan, Türkmenistan ve İran gelmektedir. Bu ülkelerin ardından, Afganistan, Suriye, Irak, Kırgızistan, Kazakistan, Yunanistan, Bulgaristan, Almanya, Bosna-Hersek, Arnavutluk ülkeleri yer almaktadır (Bümen, 2015: 27) Söz konusu yıllarda, yükseköğretim için ülkemizi tercih eden ülkelerin, öncelikle Türkiye ile ortak geçmiş ve kültüre sahip Türkiye Cumhuriyetleri, sınır komşusu ülkeler ve Ortadoğu ülkelerinden oluştuğunu söylemek mümkündür. Avrupa bölgesinden ise çok sayıda Türk ve Müslüman vatandaşın yaşadığı Almanya, Bulgaristan, Yunanistan, Bosna-Hersek ve Arnavutluk ülkelerinin Türkiye’yi kısmen tercih ettiği görülmektedir. Sınır komşusu ülkeler haricindeki gelişmiş Batı ve Kuzey Avrupa ülkeleri, Uzak Doğu Asya ülkeleri ve Amerika Kıtasındaki ülkelerin vatandaşları yükseköğretim için Türkiye’yi tercih etmemektedir.

UNESCO tarafından hazırlanan Türk öğrencilerin yurtdışı eğitim için tercih ettiği ülkelere yönelik en güncel veriler yukarıda Tablo 3’te verilmişti. Bu aşamada yükseköğretim için Türkiye’yi tercih eden yabancıların geldiği ülkeye göre dağılımına ilişkin olarak YÖK ve UNESCO tarafından paylaşılan verilere ulaşılmıştır. Ancak UNESCO tarafından paylaşılan verilerin güncel olması ve hem arz hem de talep tarafını incelemeye elverişli bilgileri muhteva etmesi nedeniyle sadece UNESCO verilerine (Tablo 4) yer verilmiştir. Buna ilişkin tablo aşağıdadır:

Tablo 4. Yükseköğretim İçin Türkiye’yi Tercih Edenlerin Geldiği Ülkeler (2020)

Sıra	Ülke	Öğrenci Sayısı	Sıra	Ülke	Öğrenci Sayısı
1	Suriye	20.701	21	Nijerya	1.296
2	Azerbaycan	17.088	22	Arnavutluk	1.084
3	Türkmenistan	12.247	23	Makedonya	911
4	İran	6.418	24	Özbekistan	840
5	Afganistan	5.826	25	Endonezya	792
6	Irak	5.187	26	Fas	769
7	Almanya	4.019	27	Gürcistan	758
8	Yunanistan	2.546	28	Moğolistan	756

Sıra	Ülke	Öğrenci Sayısı	Sıra	Ülke	Öğrenci Sayısı
9	Bulgaristan	2.510	29	Sırbistan	756
10	Somali	2.307	30	Tacikistan	656
11	Çin	2.110	31	Ukrayna	612
12	Kazakistan	2.065	32	A.B.D.	532
13	Kırgızistan	1.926	33	Hollanda	530
14	Mısır	1.921	34	Kamerun	529
15	Yemen	1.896	35	Bangladeş	512
16	Filistin	1.825	36	Etiyopya	506
17	Pakistan	1.822	37	Bosna-Hersek	475
18	Libya	1.669		Ara Toplam	109.221
19	Ürdün	1.603		Diğer ülkeler	15.917
20	Rusya	1.431		Genel Toplam	125.138

Kaynak: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow> Erişim: 04.01.2021

Yukarıdaki tabloda verilen sayılar, tüm üniversitelerde (Devlet ve vakıf) öğrenim gören yabancı öğrencilere ilişkindir. Tablodan da görüldüğü gibi Türki Cumhuriyetler (Azerbaycan, Türkmenistan, Kırgızistan, Kazakistan), sınır komşusu ülkeler (Suriye, İran, Irak, Bulgaristan, Yunanistan), Afrika ülkeleri (Somali, Mısır, Libya, Nijerya, Fas, Çad, Sudan) ve Asya ülkeleri (Afganistan, Yemen, Filistin, Çin, Pakistan, Endonezya) yoğun şekilde Türkiye'yi talep etmektedir. Avrupa ülkeleri ile A.B.D.'den gelen yabancı öğrenci sayısı oldukça azdır. Almanya, Bulgaristan ve Yunanistan'dan gelen yabancı öğrenci sayıları nispeten yeterli gibi görünmektedir. Ancak bu ülkelerden gelen yabancı öğrencilerin çoğunlukla çifte vatandaşlık taşıyan Türk asıllı kişiler olduğu değerlendirilmektedir. İç karışıklıklar nedeniyle 2011 yılında Suriye'den başlayan göç hareketinin en fazla etkilediği ülke olan Türkiye'de 2020 yılı Kasım ayı itibarıyla 3.630.702 Suriye uyruklu şahıs bulunmaktadır (www.multeciler.org). Suriye uyruklu öğrencilerin ilk sırada bulunması normaldir. Ancak bu öğrencilerinin büyük çoğunluğu zorunlu nedenlerle ülkemizde öğrenim görmektedir. Bu nedenle, araştırmanın uygulama kısmında görüşülen Suriye uyruklu öğrencilerin seçimi esnasında bu hususa dikkat edilerek mecburi sebeplerden dolayı Türkiye'de öğrenim görenlerle mülakat yapılmamıştır. Son yıllarda Afrika Kıtadaki ülkelerle yapılan sosyoekonomik işbirliklerinin artması ve bu ülkelere tanınan vize kolaylıkları, ülkemize yükseköğrenim için gelen öğrenci sayısındaki artışın önemli sebeplerinden bazılarıdır.

Tablo 4’te paylaşılan verilere ilave olarak sadece vakıf üniversitelerinde öğrenim görenlere ilişkin bilgiler ise YÖK Başkanlığınca hazırlanan bir rapordan temin edilmiştir. Rapor “Vakıf Yükseköğretim Kurumları-2019” ismini taşımaktadır. Bu çerçevede, vakıf yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören yabancı öğrencilerin uyruklarına göre sayıları (2017-2018) Tablo 5’te sunulmuştur:

Tablo 5. Yabancı Öğrencilerin (Vakıf Yükseköğretim Kurumları) Uyruklarına Göre Sayıları

Sıra	Uyruk	Öğrenci Sayısı	Sıra	Uyruk	Öğrenci Sayısı
1	Suriye	2.734	27	Kırgızistan	150
2	İrak	1.801	28	Hollanda	143
3	Azerbaycan	1.564	29	Özbekistan	125
4	İran	1.339	30	Sırbistan	121
5	Pakistan	1.008	31	Suudi Arabistan	120
6	Libya	1.007	32	K.K.T.C.	119
7	Ürdün	941	33	Makedonya	119
8	Mısır	919	34	Cezayir	112
9	Almanya	910	35	Sudan	110
10	Nijerya	836	36	Kosova	102
11	Çin	655	37	Tanzanya	102
12	Afganistan	619	38	Tacikistan	98
13	Somali	517	39	Bangladeş	96
14	Filistin	510	40	Ukrayna	96
15	Türkmenistan	466	41	Tunus	88
16	Yemen	414	42	Mali	87
17	Fas	342	43	Bosna Hersek	83
18	Kamerun	294	44	Fransa	82
19	Kazakistan	280	45	Etiyopya	81
20	Bulgaristan	259	46	Kanada	79
21	A.B.D.	247	47	Moldova	78
22	Rusya	232	48	Cibuti	75
23	Arnavutluk	217	49	İngiltere	71
24	Güney Afrika	200	50	Endonezya	71
25	Yunanistan	183		Diğer Ülkeler	1.672
26	Lübnan	167		Toplam	22.741

Kaynak: Vakıf Yükseköğretim Kurumları-2019 isimli YÖK Raporu

Tablo 5’te de görüleceği gibi vakıf üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerin büyük bölümü Orta Doğu, Orta Asya, Afrika ülkelerinden gelmektedir. Gelişmiş ülkelere gelen uluslararası öğrenci sayısının son derece az olduğu ve Türkiye Cumhuriyetlerinden gelen öğrencilerin yoğun olduğu tablodan anlaşılmaktadır. Listede çok az da olsa bazı Avrupa ülkeleri (Almanya, Yunanistan, Bulgaristan, Hollanda, Fransa) yer almaktadır. Ancak, bu ülkelerin de oldukça önemli miktarda Türk

nüfusunu barındırdığı bilinmektedir. Bu nedenle, Avrupa ülkelerinden öğrenim için gelen az sayıda uluslararası öğrencinin önemli bir kısmının çifte vatandaşlığa sahip veya Türk kökeni taşıyanlardan olduğu değerlendirilmektedir.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığınca hazırlanan “Vakıf Yükseköğretim Kurumları-2019” isimli raporda ayrıca vakıf yükseköğretim kurumlarındaki toplam öğrenci sayısı, uluslararası öğrenci sayısı ve uluslararası öğrencilerin toplam öğrenci içerisindeki oranı gibi bilgilere yer verilmiştir. Bu kapsamda hazırlanan liste Tablo 6’da sunulmaktadır:

Tablo 6. Uluslararası Öğrenci Sayısına Göre Vakıf Yükseköğretim Kurumları

Üniversite/Myo	UA Öğrenci Sayısı	Toplam Öğrenci Sayısı	UA Öğrenci Oranı (%)	Üniversite/Myo	UA Öğrenci Sayısı	Toplam Öğrenci Sayısı	UA Öğrenci Oranı (%)
Bahçeşehir Ün.	3.479	25.142	13,8	Bezm-iAlem Vakıf Ün.	123	3.347	3,7
İst. Aydın Ün.	3.196	35.999	8,9	Maltepe Ün.	119	12.025	1
Altınbaş Ün.	3.177	11.450	27,7	Çankaya Ün.	115	8.148	1,4
Sabahattin Zaim Ün.	1.407	10.453	13,5	Doğuş Ün.	88	8.634	1
İst. Kültür Ün.	1.237	15.697	7,9	İst. Gedik Ün.	83	4.537	1,8
İst. Şehir Ün.	899	6.108	14,7	TED Ün.	78	3.179	2,5
İst. Okan Ün.	890	22.586	3,9	Mehmet Ali Aydınlar Ün.	74	4.287	1,7
Nişantaşı Ün.	869	20.030	4,3	Avrasya Ün.	73	6.883	1,1
Bilkent Ün.	865	12.185	7,1	İst. Ayvansaray Ün.	72	5.734	1,3
Beykent Ün.	807	30.850	2,6	Toros Ün.	61	3.195	1,9
İst. Ticaret Ün.	777	8.962	8,7	Kapadokya Ün.	49	4.448	1,1
İst. Gelişim Ün.	716	23.739	3	İst. Esenyurt Ün.	33	7.136	0,5
Üsküdar Ün.	704	18.983	3,7	Hamdullah E. Paşa Ün.	32	421	7,6
İst. Medipol Ün.	646	30.616	2,1	İst. Arel Ün.	30	13.696	0,2
FSM Vakıf Ün.	633	6.724	9,4	Sanko Ün.	30	1.115	2,7
İst. Bilgi Ün.	562	25.264	2,2	TOBB Ün.	27	6.052	0,4
Atılım Ün.	531	9.510	5,6	Nuh Naci Yazgan Ün.	25	3.213	0,8
Sabancı Ün.	455	5.172	8,8	Beykoz Ün.	24	2.745	0,9
Özyeğin Ün.	433	8.040	5,4	Çağ Ün.	21	5.669	0,4
Antalya Bilim Ün.	422	3.327	12,7	İst. Kent Ün.	19	2.103	0,9
Koç Ün.	359	7.947	4,5	İst. Rumeli Ün.	17	2.443	0,7
Yeditepe Ün.	355	25.065	1,4	MEF Ün.	14	3.207	0,4
İstinye Ün.	319	5.448	5,9	Lokman Hekim Ün.	9	381	2,4
İbn Haldun Ün.	300	978	30,7	Ufuk Ün.	9	5.169	0,2
Biruni Ün.	293	8.375	3,5	İstanbul Şişli MYO	7	4.045	0,2
Kadir Has Ün.	250	6.644	3,8	Demiroğlu Bilim Ün.	5	2.458	0,2
Haliç Ün.	230	10.816	2,1	Faruk Saraç Tasarım MYO	5	627	0,8
Türk Hava Kurumu Ün.	230	3.234	7,1	Konya Gıda ve Tarım Ün.	5	392	1,3
Yaşar Ün.	214	10.423	2,1	Piri Reis Ün.	5	3.836	0,1

Üniversite/Myo	UA Öğrenci Sayısı	Toplam Öğrenci Sayısı	UA Öğrenci Oranı (%)	Üniversite/Myo	UA Öğrenci Sayısı	Toplam Öğrenci Sayısı	UA Öğrenci Oranı (%)
Hasan Kalyoncu Üniv.	208	7.931	2,6	Ataşehir Adıgüzel MYO	2	1.361	0,1
İst. 29 Mayıs Üniv.	196	1.647	11,9	Avrupa MYO	1	2.092	0
İst. Yeni Yüzyıl Üniv.	196	8.898	2,2	Antalya Akev Üniv.	0	438	0
Işık Üniv.	174	6.994	2,5	İzmir Kavram MYO	0	2.587	0
Başkent Üniv.	165	16.728	1	KTO Karatay Üniv.	0	8.118	0
İzmir Ekonomi Üniv.	127	9.322	1,4	Yüksek İhtisas Üniv.	0	820	0
Toplam (Türkiye)					27.576	605.828	4,5
Toplam (İstanbul)					24.275	472.313	5,1
İstanbul İlinin Payı					% 88	% 78	

Kaynak: Vakıf Yükseköğretim Kurumları-2019 isimli YÖK Raporu (2019 Şubat ayı verileri)

Tabloda görüldüğü gibi, vakıf yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören uluslararası öğrenci oranının tüm Türkiye’de % 4,5 İstanbul’da % 5,1 oranında olduğu görülmektedir. Bu oranın, uluslararasılaşma gayretleri gösteren ve eğitim turizminde gelişmiş ülkelerle rekabet etmeye çalışan bir ülke için düşük olduğu değerlendirilmektedir.

Ülkemizde, vakıf üniversitelerinde öğrenim gören tüm öğrencilerin % 78’inin, uluslararası öğrencilerin ise % 88’inin İstanbul ilini tercih ettiği görülmektedir. Özellikle yabancı öğrencilerin İstanbul ilini çok yüksek oranda tercih etmesi, saha araştırmasının İstanbul’da gerçekleştirilmesini anlamlı kılmaktadır.

1.6. EĞİTİM TURİZMİ ALANINDAKİ FIRSATLAR VE SORUNLAR

Öğrenme ve eğitim alma amaçlarının ön plana çıktığı eğitim turizmi olgusu, beraberinde birçok avantajlı ve dezavantajlı durumu doğurabilmektedir. Eğitim turizmi, yükseköğretimde uluslararası hareketliliği artırmakta, işbirlikçi projelerin de etkisiyle bireylerin, kurumların ve toplumların ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimine katkıda bulunmaktadır (Alemu, 2014: 74).

Uluslararası vatandaşlık hakları edinebilme, kültürel farklılıkları hoşgörüle karşılayabilme, teknolojiyi transfer etme, kültürlerarası iletişim, akademik yetenekleri kazanabilme, eğitimde rekabet edebilme, uluslararası ilişkileri kuvvetlendirme, uluslararası işbirliği ve yardımlaşma, eğitim sektörüne finansman sağlama, yükseköğrenime erişilebilirlik, uluslararası standartlara ulaşabilme, bilgi

üretimi ve uluslararası etkinliklere katılım, uluslararası eğitim seyahatlerinin getirdiği fırsatlar olarak sıralanabilir (Bostrom, 2010).

Ülkeler ve bölgeler arasında stratejik bağlantılar ile akademik ortaklıklar sonucunda yeni bilginin üretimi ve transferi, mezunların hareketliliği, insan kaynaklarının gelişimi ve kurumsal beceri edinimi, yabancı yatırımların cazip hale getirilmesi, akademik kalitenin yükselmesi, kültürlerarası yeni beceriler ve uzlaşma ortamı bu fırsatlar arasında yer almaktadır (Knight, 2014: 55-56). Bunlara ilave olarak, dil öğreniminin yaygınlaşması, bu sürecin en önemli faydalarından bir tanesidir (Altbach ve Knight, 2007).

Yükseköğretimde uluslararası hareketliliğin faydalarını araştıran Knight (2003) akademik ve idari personel ile öğrenci değişimlerinde hareketliliğin arttığını, öğretme, öğrenme ve araştırma düzeylerinin yükseldiğini, kalite standartları ile iletişim becerilerinde gelişmeler kaydedildiğini, farklı kültürlerin yönetiminde yaşanan zorlukların azaldığını belirtmektedir.

Uluslararası eğitim hareketliliği sürecinde birtakım zorluklar da yaşanabilmektedir. Uluslararasılaşma kavramının doğru idrak edilememesi ve stratejik düzeyde yanlış kararlar alınması, bu süreçte yaşanan sorunların temelini oluşturmaktadır (Arabkheradmand vd.,2015: 3-6). Eğitim seyahati sürecinde öne çıkan temel sorunlar, kurumsal veya bireysel düzeyde olabilmektedir (Green, 2007). Yükseköğretim kurumunun stratejisi, politikası ve misyonu farklı ülkelerden gelen öğrencilerin almış olduğu eğitimle çok büyük ölçüde farklılıklar taşıması hâlinde, kurumsal engeller meydana çıkmaktadır. Bu engeller, özellikle üst yönetici konumunda bulunanların, öğrenci hareketliliğinin faydalarını algılayamamasından ve küresel öğrenme programlarına entegre olamamasından kaynaklanmaktadır.

Benzer şekilde, akademik personel ve öğrencilerin uluslararası eğitimlere ilgisinin olmadığı veya gerekli donanımın bulunmadığı durumlarda kişisel engeller ortaya çıkmaktadır (Green, 2007). Uluslararası ve kültürlerarası öğrenme süreçlerinin akademik ve kişisel hedeflerden ayrı görülmesi ve farklı toplumsal katmanlarla (dil, din, ırk vb.) olan iletişim sorunları, önyargılar, teşvik edilmeme ve diğer unsurların

etkisi, uluslararası eğitim hareketliliğinin önündeki en önemli bireysel engellerdendir (Saat, 2007; Paige ve Mestenhauser, 1999).

Uluslararası eğitim hareketliliğinin önündeki engeller Leask'e göre (2015) aşağıdaki üç farklı grupta tasnif edilebilir:

- Kurumsal engeller: Yükseköğretim kurumları ile merkezi ve yerel yönetimlerden kaynaklanan strateji, politika ve vizyona ilişkin sorunlardır.
- Kültürel engeller: İnançlar, değerler ve baskın düşünce kalıplarından kaynaklanmaktadır.
- Kişisel engeller: Bireylerin zihin yapısı, becerileri ve uzmanlıklarıyla ilgili olan sorunlardır.

Yükseköğretimde uluslararası hareketliliğin muhtemel sakıncalarının araştırıldığı bir çalışmada en çok öne çıkan faktör "beyin göçü" olarak ifade edilmiştir (Knight, 2003). Benzer bir çalışmada; yükseköğretim kurumlarının esnek olmayan program müfredatları, bürokratik aksaklıklar, yaşam ve eğitim dili sorunları, öğrencilerin yaşadığı kabul ve vize kısıtlamaları, uluslararası eğitim seyahatlerinin önündeki en önemli engeller olduğu ifade edilmiştir (Hudzik, 2015: 76-77). Eğitim ve araştırma dili olarak İngilizcenin baskın olması birçok araştırmacı tarafından eleştirilmektedir. Eğitim dili olarak sadece İngilizcenin kullanılmasının uluslararası eğitimde itici hâle gelebileceğine dair değerlendirmeler yapılmaktadır (Svensson ve Wihlborg, 2010; Choudaha ve de Wit, 2014: 19-34).

Son yıllarda uluslararası eğitim turizmi hareketliliğinde görülen sayısal artış, olumlu bir ilerleme olarak değerlendirilse de eğitimin niteliği konusundaki endişeler sürmektedir. Diğer taraftan internet aracılığıyla uzaktan eğitim teknolojisinin gelişmesi, geleneksel eğitim seyahatlerine sekte vurabilecektir. Uzaktan eğitim teknolojisi, ekonomik kayıpların yanı sıra sosyo-kültürel etkileşimleri de olumsuz etkileyebilecektir (Salmi, 2001; Friedman, 2013). Sorgulayıcı düşünme, bireylerin doğrudan iletişimi ve etkileşimi, yabancı kültürlerle adaptasyon, yabancı dilde iletişim ve uluslararası müfredatın teşkil edilmesi gibi süreçlerde meydana gelebilecek sorunların çözümünde örgün eğitim daha etkili olabilecektir. (Salmi, 2001).

Yükseköğretimin uluslararası hareketliliğe daha fazla entegre olmasıyla ilgili duyulan endişeleri, Hudzik (2015: 10) aşağıda sıralamaktadır:

- Uluslararası eğitim seyahatlerinin pazarlanması ve metalaştırılması sonucunda artan maliyetler, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülke vatandaşı olan öğrencilerin istedikleri eğitime ulaşmasını engelleyebilir.
- Gelişmiş ülkelerdeki eğitim kurumlarının diğer ülkelerde kuracağı kampüs ve hizmet destek faaliyetleri, yerel düzeyde faaliyet gösteren yükseköğretim kurumlarının uluslararası eğitim turizminden alacağı katkıları azaltabilir.
- Uluslararası eğitim turizminde destinasyon sayısının kısıtlı kalması hâlinde öğrenci ve akademisyenlerde görülen beyin göçü hızlanabilir.
- İş birliği, ortaklık, karşılıklı öğrenci ve personel değişimi, kapasite geliştirme gibi konulara yönelmesi gereken yükseköğretim kurumları, aşırı rekabet ve ticari kaygılarla nitelikli faaliyetlerden uzaklaşabilir.

Uluslararası eğitim turizminin ve uluslararası öğrenci oranının çok yüksek boyutlara ulaşmasının, çok fazla fark edilmeyen dezavantajları da bulunmaktadır. İngiltere'deki üniversitelerde uluslararası öğrenci sayısının giderek artması, birçok bölümde ve araştırma alanında aşırı bağımlılık sorununu doğurmaktadır. 1990'larda Güneydoğu Asya ülkelerinde meydana gelen ekonomik kriz sonucunda bu ülkelerden İngiltere'ye yükseköğrenim için gelen öğrenci sayısında görülen aşırı düşüşler, birçok araştırma merkezi ve lisansüstü bölümde kapanma tehlikesi doğurmuştur. (Baty, 2000).

Akademik ortama uyum sağlayamama, maddi güçlükler, ırkçı davranışlara maruz kalma, yalnızlık ve sosyal izolasyon, yabancılaşma, anavatana duyulan özlem, eğitim dili ve günlük yaşam dilinden kaynaklanan iletişim sorunları ve sosyokültürel çatışmalar, uluslararası eğitim seyahat sürecinde en sık görülen olumsuz durumlardır. Bazı ülkelerde, din ve inanç eksenli önyargılı tutum ve davranışların da son yıllarda belirgin bir sorun haline geldiği görülmektedir. Uluslararası öğrenciler, hayat tarzları, dini inançları veya uyrukları gibi nedenlerle ırkçı yaklaşımlara maruz kalabilmektedir (Taşçı, 2018: 33).

Uluslararası eğitim hareketlerine katılan öğrencilerin, bazen eğitim esnasında yarı zamanlı olarak bazen de eğitim sonrasında farklı ülkelerdeki çalışma hayatının içine girmek istedikleri bilinen bir olgudur. Bu ihtiyacı doğru değerlendirip uluslararası öğrencilere yarı zamanlı çalışma ve staj imkânı sağlayan ülkeler, eğitim turizminde öne çıkabilmektedir. 2008 yılından 2014 yılına kadar geçen sürede bu duruma yönelik adımlar atarak yabancılara çalışma imkânı sağlayan Kanada bu dönemde uluslararası öğrenci sayısını % 83 artırarak 336.497'ye çıkarmıştır (Edulife, 2016: 25).

Yukarıda bahsedilen sorun ve endişelere rağmen yükseköğretimdeki fırsat eşitsizliklerini kısmen azaltması nedeniyle Çin ve Hindistan'da yapılan araştırmalarda eğitim turizmine olan talebin giderek arttığı görülmektedir (Dassin vd., 2014: 73-86). Bu nedenle, özellikle gelişmekte olan ülkelerin, eğitim turizminde başarılı olan ülke örneklerini inceleyerek bu alanda ilerleme kaydedebileceği ön görülmektedir.

1.7. EĞİTİM TURİSTLERİNİ ÇEKEN FAKTÖRLER ve İLGİLİ LİTERATÜR İNCELEMESİ

Genel anlamda turizm, turizmin ekonomik değeri ve turizmin etkileri gibi konular, tüm dünyada ve ülkemizde oldukça ilgi görmektedir. Turizm ve seyahat endüstrisinin en hızlı büyüyen türlerinden olan eğitim turizmi ise politikacılar, turizm uzmanları ve pazarlamacılar tarafından yeterince araştırılmamaktadır. Geçmişte aşılması güç bir engel gibi görünen ülkeler arası sınırların giderek azalması ve ulaşım teknolojilerinde görülen gelişmelerle eğitim turizminin piyasa değeri giderek yükselmektedir (Holdnak ve Holland, 1996). Eğitim turizminin kalkınma ve ekonomik büyümeye olan katkıları ile sosyo-kültürel etkileri gibi konuların daha fazla araştırılması gerekmektedir (Joyce, 2012).

Uluslararası eğitim turizmi pazarından ve bu pazarın olumlu yönlerinden faydalanmak amacıyla eğitim ziyaretçilerinin karar alma sürecinde dikkate aldığı faktörlerin araştırılmasının çalışmamıza katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bu nedenle, bu kısımda, insanları eğitim seyahatine iten faktörler ile eğitim turizminde destinasyon ve okul seçimi gibi konularda etkisi olan faktörler açıklanacaktır.

Uluslararası eğitim turizmine olan talep çok farklı faktörlerden etkilenebilmektedir. Asya ve Afrika ülkelerinde yaşanan yükseköğrenime erişim eksikliği, 20'nci yüzyılın ikinci yarısında sayıca artan eğitim seyahatlerinin önemli nedenlerindedir. Uluslararası eğitim seyahatlerinde hedef destinasyonu belirleme sürecinde, kaynak ülkelerle hedef ülkeler arasındaki tarihsel ilişkiler önemli rol oynamaktadır. Bazı ülkelerde geçmişte yaşanan sömürgecilik faaliyetlerinin günümüzde eğitim seyahatlerini etkileyebildiği görülmektedir. Kaynak ve hedef durumda bulunan ülkelerde konuşulan dillerin ortaklığı veya benzerliği, bilim veya teknolojiye dayalı programların mevcudiyeti ve ülkeler arasındaki coğrafi yakınlık ile ulaşım olanakları, destinasyon seçim karar sürecinde dikkate alınabilir. Ayrıca, hedef destinasyonlardaki yükseköğretim sisteminin kalitesine ilişkin algılar ve hedef ülke vatandaşlarının yüksek refah seviyesine ilişkin verilerin de muhtemel eğitim turistlerini etkilediği bilinmektedir (Lee ve Tan, 1984).

Uluslararası eğitim turizmi kapsamında destinasyon seçim karar süreci, üç aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada, öğrenci kendi ülkesi dışında, herhangi bir konu veya alanda eğitim alma ve/veya öğrenim görme kararını almaktadır. Bu aşamada, kendi ülkesini tercih etmesine engel olan bir dizi "itici" faktör devreye girmektedir. Eğitim için yurtdışına çıkış kararı verildikten sonraki ikinci aşama, eğitim alınacak hedef ülkenin seçimi aşamasıdır. Muhtemel ülkelerin diğerleriyle mukayese edildiği bu aşamada "çekici faktörler" ön plana çıkmaktadır. Üçüncü ve son aşamada ise eğitim alınacak üniversite seçilmektedir. Üniversite seçimi esnasında diğer üniversitelerden ayırt edici nitelikteki ilave "çekici faktörler" dikkate alınmaktadır. Yükseköğretim kurumunun hizmet kalitesi, eğitim pazarındaki yeri, bilim dallarının çeşitliliği, anlaşma ve ortaklıklar, akademik personel yetkinliği, inovasyon düzeyi, bilgi teknolojisi kullanım düzeyi, fiziki imkânlar, diploma denkliği, kampüsteki olanaklar, öğrenim ücretleri, mezun havuzunun niteliği ile tanıtım ve pazarlama çalışmaları gibi faktörler, okul seçimi esnasında göz önünde bulundurulabilecek faktörlerdendir (Mazzarol, 1998). Yazar, karar alma sürecinin ikinci aşaması olarak ülke tercih sürecini ön plana çıkarmaktadır. Ancak bu aşamada şehir tercihinin de oldukça önemli bir faktör olduğu değerlendirilmektedir. Üçüncü aşama olarak belirttiği

üniversite tercihinde de eğitim alınmak istenen lisans veya lisansüstü programların da bu aşamayı doğrudan etkilediği söylenebilir.

Eğitim turizminde motive edici faktörlerin değerlendirildiği nitel bir araştırma 2014 yılında Doğu Akdeniz Üniversitesinde öğrenim gören 31 yabancı öğrenci üzerinde yapılmıştır. Araştırmada “Yabancı ülkede öğrenim görme isteğinin altında yatan nedenler ile destinasyon ve üniversite seçiminde etkili olan faktörler” değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda öne çıkan faktörler ve ifade edilme sıklığı aşağıda sıralanmıştır (Abubakar vd., 2014):

- Akreditasyon, Saygınlık, İş olanakları, İngilizce eğitim imkânı (27)
- Eğitim kalitesi (23)
- Kültür, seyahat etme isteği, yerel halkın misafirperverliği (16)
- Kendi ülkesinde üniversiteye girememe (14)
- Öğrenim ücretleri ve burs imkânları (10)
- Ev sahibi ülkenin güvenli olması ve ırkçılığın olmaması (10)
- Yaşam kalitesi günlük yaşam giderleri (9)
- Kendi ülkesindeki siyasi istikrarsızlık (7)
- Vize alma kolaylığı (7)
- Üniversiteye kabul alma kolaylığı (6)
- Diploma denkliği (5)
- Akademik personelin kalitesi (4)
- Doğal ve çevresel faktörler (3)
- Bölümün kendi ülkesinde olmaması (3)
- Kendi ülkesine yakınlık (3)

Eğitim turizmi kapsamında yolculuk yapan ziyaretçileri motive eden faktörlerin değerlendirildiği başka bir ampirik bir araştırma, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde bulunan altı üniversitede öğrenim gören 536 yabancı uyruklu öğrenciden veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın, eğitim turizmi sürecinde uygulanacak strateji ve politikaları belirleyecek olan siyasetçilere katkı sağlaması hedeflenmiştir. Araştırma sonucunda dikkate alınan faktörler 5’li ölçeğe göre aşağıda sıralanmıştır (Harazneh vd., 2018: 798):

- Eğitim kalitesi (4,08)
- İngilizce öğrenim imkânı (3,97)
- İş olanakları (3,96)
- Tavsiye ve yönlendirme (Arkadaş, aile, sosyal medya) (3,94)
- Ülkedeki yaşam masrafları (3,90)
- Eğitimle ilgili maliyetler (Okul ücreti-Burslar) (3,78)
- İklim (3,77)
- Çevresel faktörler (Deniz, plaj, manzara vb.) (3,73)
- Kendi ülkesinde üniversiteye girememe (3,66)
- Kendi ülkesinde istediği bölümün olmaması (3,63)
- Akreditasyon, üniversitenin ünü (3,59)
- Kendi ülkesindeki siyasi istikrarsızlık (3,58)
- Başvuru kolaylığı (3,55)
- Kendi ülkesi ve ev sahibi ülke arasındaki politik bağlar (3,51)
- Diploma denkliği (3,49)
- Öğrenim gördüğü yerdeki siyasi istikrar (3,45)
- Akademik personelin kalitesi (3,45)
- Yaşam kalitesi (3,40)
- Yabancı düşmanlığı ve ırkçılığın olmaması (3,38)
- Vize alma kolaylığı (3,35)

Eğitim için Amerika Birleşik Devletleri'ni tercih eden uluslararası öğrencilerin destinasyon seçiminde etkili olan faktörlerin araştırdığı başka bir nitel çalışmada 21 öğrenci ile görüşülmüştür (Eder vd.,2010). Çalışmada, destinasyon seçimini etkileyen faktörlerin önem derecelerinin belirlenmesi ve uluslararası öğrencilerin eğitim destinasyonlarını neden ve nasıl seçtiklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırmada, eğitim turizminde destinasyon ve okul seçimini etkileyen 9 ana faktör öne çıkmıştır. Bu faktörler, öğrencileri farklı bir ülkede eğitim seyahati kararı almaya iten, çeken ve kısıtlayıcı faktörler olarak 3 alt kategoriye ayrılmıştır. Kişisel gelişim isteği, yabancı dil öğrenme isteği ve kariyer yapma arzusu, en temel itici faktörler olarak belirlenmiştir. Parasal sorunlar, ülkelerarası vize sorunları ile okullara başvuru ve kayıt sürecinde karşılaşılan sorunlar, eğitim

seyahati sürecinde görülen kısıtlayıcı unsurlardandır. Üniversite ve kolej ortamı (konaklama, uluslararası ilişkiler ofisi, tavsiyeler, müfredat, eğitim kalitesi vb.) ile ülke ve şehir imajına ilişkin unsurlar (iklim, güvenlik, tanınırlık, kültür, tarih vb.) ise destinasyon seçiminde öne çıkan çekici faktörler olarak tespit edilmiştir.

2008 yılında A.B.D.'de yürütülen bir araştırmada, uluslararası öğrencilerin tercih sürecinde başvurduğu bilgi kaynakları ile ülke ve üniversite seçiminde etkili olan faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır (Lee, 2008). 24 öğrenciyle yapılan mülakatlar sonucunda, en çok başvurulan kaynaklar sırasıyla;

- İnternet (1,51)
- Arkadaşlar (1,36)
- Lise öğretmenleri (1,14)
- Aile bireyleri (1,13) olarak bulgulanmıştır.

Ülke ve üniversite seçiminde ise sırasıyla;

- Üniversitenin ün ve prestiji (3,78)
- Düşük öğrenim ücreti (3,22)
- Üniversiteden davet alınması (3,02)
- Burs teklifi (2,83)
- Öğrenim görülmek istenen bölümün o üniversitede bulunması (2,73)
- Öğretmen tavsiyesi (2,26)
- Kampüsün etnik/kültürel çeşitliliği (2,22)
- Aile tavsiyesi (2,08) faktörlerinin etkili olduğu bulgulanmıştır.

Görüşülen öğrencilerin önemli çoğunluğunun, öğrenim öncesinde halihazırda öğrenim gördüğü üniversitenin bulunduğu şehri görmediği, kampüs ortamı ve diğer olanaklarla ilgili bilgi sahibi olmadığı ancak üniversitenin yer aldığı uluslararası sıralamalardaki yüksek puanları nedeniyle bu kurumları tercih ettiklerini belirtmesi dikkat çekicidir.

2011 yılında Malezya'da bir üniversitede yürütülen araştırmada, 130 yabancı öğrencinin tercih sürecini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır (Lam vd., 2011). Araştırma sonucunda sırasıyla;

- Üniversitenin eğitim kalitesi (4,06)
- Kampüsün fiziki olanakları (4,02)
- Üniversitenin imajı ve ünü (4,01)
- Diploma denkliği (3,97)
- Öğrenim ücretleri (3,92) faktörlerinin etkili olduğu bulgulanmıştır.

2006 yılında Avustralya’da yürütülen bir araştırmada, uluslararası öğrencilerin eğitim destinasyonu seçiminde dikkate aldığı faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır (Shanka vd, 2008). 297 öğrenciyle yapılan araştırma sonucunda sırasıyla;

- Kendi ülkesine yakınlık (% 24,2)
- Maliyetler (%23,9)
- Eğitim kalitesi/eğitim çeşitliliği (% 22,6)
- Arkadaş tavsiyesi (% 13,8)
- Aile tavsiyesi (% 10,8) faktörlerinin etkili olduğu bulgulanmıştır.

“Uluslararası Öğrencilerin Üniversite ve Ülke Seçimini Etkileyen Faktörler ve Üniversite Uyumlarının Araştırılması” projesi kapsamında Türkiye’de 6 farklı ildeki (İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Gaziantep) 36 devlet üniversitesinde öğrenim gören 850 yabancı öğrenci üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma, Türkiye’de öğrenim gören yabancı öğrencilerin mevcut yükseköğrenimlerine dayalı değerlendirmelerini ve Türkiye’de aldıkları eğitimin etki ve değerine ilişkin görüşlerini incelemeyi hedeflemiştir (Ger vd. 2017). Söz konusu araştırmanın evrenini, devlet üniversitelerinde Türkçe programlarda öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler oluşturmaktadır. Ayrıca 850 öğrencinin neredeyse tamamı kendi devletinin veya Türkiye Cumhuriyeti Devletinin vermiş olduğu burslarla öğrenim görmektedir. Bu yönleriyle, çalışmamızdan farklılık arz etmektedir. Araştırma sonuçlarına göre uluslararası öğrencilerin eğitim süreci için Türkiye’yi tercih etmesinde öne çıkan başlıca faktörler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Ekonomik açıdan gelişmişlik (% 38,4)
- Yükseköğrenim sağlama imkânları (36,4)
- Kültürel yakınlık (32,7)
- Yaşam maliyetlerinin düşük olması (%23,2)

- Coğrafi konumu (%20,1)
- Türkiye’de akrabalarının olması (% 18,9)
- Vize işlemleri/ikamet izni kolaylıkları (% 18,6)
- Güçlü ekonomik-siyasi bağlantılar (% 17,2)
- Kendi ülkesinde eğitim düzeyinin düşük olması (% 16,5)
- Yükseköğretimin özgürlükçü yapısı (% 16,4)
- Türkiye’ye kalıcı göç olanakları (% 14,2)
- Tesadüfler (% 13,8)
- Kendi ülkesindeki eğitim sistemi ile benzerliği (% 11,9)
- Eğitim gördüğü bu programın kendi ülkesinde olmaması (% 10,5)
- Başka nedenler (% 7,8)

Gelişmekte olan ülke öğrencilerince İkinci Dünya Savaşı sonrasında ABD’ye yapılan eğitim seyahatlerinin incelendiği bir çalışmada, öğrenci hareketliliğinin 1950’lerden itibaren kuvvetli bir şekilde yükseldiği, 1980’lere gelindiğinde ise ABD’deki eğitim maliyetlerinin artması ve kaynak ülkelerdeki yükseköğretimin yaygınlaşması nedeniyle bir miktar yavaşladığı görülmüştür. Ayrıca, eğitim seyahatlerine katılma karar sürecinde; gelir seviyesi, eğitim ücretleri ile gündelik yaşam maliyetlerinin ve başka bir ülkede öğrenim görmenin muhtemel faydalarının dikkate alındığı ortaya koyulmuştur (Agarwal ve Winkler, 1985).

McMahon (1992), 1960 ve 1970’li yılları incelediği çalışmasında, gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere doğru yapılan eğitim seyahatlerinde “itici ve çekici faktörler” olgusundan bahsetmiştir. İtici faktörlerin dikkate alındığı model kapsamında, gelişmekte olan kaynak ülkenin ekonomik zenginlik seviyesi ve dünya ekonomisindeki payının, devletin eğitime verdiği önceliğin ve eğitimde fırsat eşitliği gibi faktörlerin, hareketliliği başlattığı ifade edilmiştir. Yazar, çekme modeli olarak da tanımladığı diğer modelde ise öğrencinin hedef ülkeye olan ilgisini, kaynak ülkeye kıyasla hedef ülke ekonomisinin göreceli büyüklüğünü, iki ülke arasındaki ekonomik bağları, hedef ülkelerin uluslararası öğrencilere sağladığı burs ve diğer olanakları çekici faktörler olarak sıralamıştır.

Uluslararası eğitim seyahatlerine katılan öğrenciler için Mc Mahon tarafından uygulanan bu modelin temeli, uluslararası göç hareketlerini etkileyen faktörlerin araştırıldığı başka bir modele (Lee, 1966) dayanmaktadır. Uluslararası göç hareketlerini araştıran Lee bu model kapsamında, göç hareketlerine katkıda bulunan dört faktör grubunu şu şekilde sıralamıştır:

- Menşe/kaynak ülke/bölge ile ilgili faktörler
- Hedef/varış yeri ile ilgili faktörler
- Engelleyici faktörler
- Kişisel faktörler

▼ Göç araştırmalarında incelenen bu model McMahan (1992) tarafından uluslararası eğitim seyahatlerine katılan öğrencilerin araştırıldığı bir çalışmaya uyarlanmıştır. 1960'lar ile 1980'ler arasındaki artan öğrenci hareketliliğini kapsayan çalışmada, kaynak ve ev sahibi ülkeler arasındaki itici ve çekici faktörlerin öne çıktığı ve ülkeler arasındaki ekonomik bağların destinasyon seçiminde oldukça önemli olduğu ortaya koyulmuştur.

McMahon'un 1960'lardan bu yana oluşturmuş olduğu ana çerçeveye dayanarak, Mazzarol ve Soutar (2002) eğitim turizmi bağlamında destinasyon seçiminde altı faktörlü bir model önermektedir. Bu altı faktör ana hatlarıyla; bilgi ve farkındalık, tavsiyeler, maliyetler, çevre unsurları, coğrafi yakınlık ve sosyal çevre olarak belirlenmiştir.

Cubillo, Sánchez ve Cerviño (2006) ise alternatif olarak eğitim turizminde karar verme süreçlerinin beş ana faktörden etkilendiğini ifade etmektedir:

- Kişisel sebepler
- Ülke imajı
- Şehir imajı
- Kurum imajı
- Program değerlendirme

Özellikle az gelişmiş ülkelerdeki eğitim ve öğrenme olanaklarına kısıtlı erişim, uluslararası eğitim seyahatlerine katılan öğrenci sayısının hissedilir derecede artmasına yol açmıştır (Mazzarol ve Soutar, 2002: 82).

Uluslararası eğitim turizmi hareketlerinin küresel yapısı, öğrencileri yurtdışında eğitim görmeye teşvik eden “itme ve çekme” faktörlerinin bir kombinasyonu ile açıklanabilir. “İtme” faktörleri, bir öğrencinin uluslararası eğitim seyahati kararını aldırma ve öğrenciyi harekete geçirmektedir. Bu faktörler, öğrencinin kendi ikâmet ettiği yerlerde, başka bir ifadeyle kaynak destinasyonlarda geçerlidir. “Çekme” faktörleri ise, uluslararası öğrencileri kabul eden hedef destinasyonlarda geçerli olan faktörlerdir. Bu süreçte yaşanan gelişmelerin bir kısmı öğrencilerin yaşadığı kaynak destinasyonlarla, bir kısmı eğitim için varılan hedef destinasyonlarla, bir kısmı da destinasyon gözetmeksizin öğrencilerin şahsi ve ailevi özellikleri ile ilgili olabilmektedir (Mazzarol ve Soutar, 2002: 82).

Eğitim turizminde destinasyon seçimiyle ilgili Avustralya’da yapılan bir çalışmada hedef destinasyon seçimini etkileyen faktörler beş ana başlıkta incelenmiştir (Mazzarol ve ark.,1996):

- Bilgi ve farkındalık: Kaynak ülkede yaşayan öğrencinin hedef ülkeye dair doğru veya yanlış bilgi, algı ve önyargılardır. Hedef ülkeyle ilgili geçmişten gelen imaj algısı ve üniversitenin sunduğu hizmetlerin popülaritesi bu kapsamda görülmektedir.
- Tavsiyeler: Eğitim seyahati için karar alma sürecinde, öğrencinin en yakınında bulunan ebeveynleri, akraba ve arkadaş tavsiyelerinin önemli derecede etkisi bulunmaktadır. Ancak bazı durumlarda yakın çevreden gelen tavsiyelerin dikkate alınmadığı ve konuyla ilgisi bulunmayan kişilerce yapılan tavsiye ve yönlendirmelerin ilginç bir şekilde etkili olabildiği görülmektedir.
- Katlanılacak maliyetler: Okul öğrenim ücretleri, yaşam giderleri ve seyahat masrafları gibi maddi maliyetlerin yanı sıra güvenlik ve asayiş olayları, ırk ayrımcılığı, hoşgörü ortamı gibi manevi unsurlar bu başlık altında değerlendirilmektedir.
- Çevre unsurları: Doğal çevrenin çekiciliği, iklim şartları vb.

- Coğrafi Yakınlık ve Sosyal Çevre: Eğitim seyahati için tercih edilen ülkenin öğrencinin kendi ülkesine olan coğrafi yakınlığı, bu ülkede eğitim gören ve/veya hâlihazırda ikamet eden tanıdık ve arkadaşların bulunması bu başlık altında değerlendirilmektedir.

Mazzarol ve arkadaşları (1997, 2001a, 2001b) uluslararası eğitim turizmi kapsamında destinasyon seçimini etkileyen faktörleri araştırdığı çalışmalarda Endonezya, Tayvan, Hindistan ve Çin Halk Cumhuriyetine mensup öğrencilerle yaptıkları görüşmeler sonucunda destinasyon seçimini etkileyen itici faktörleri beş, çekici faktörleri ise altı başlık altında toplamıştır. Araştırma sonucunda eğitim seyahati kararı almaya neden olan itici faktörler, önem derecesine göre şu şekilde sıralanmıştır:

- Yurtdışında öğrenimin daha iyi olacağına dair algı
- Batı dünyasının merak edilmesi
- Kendi ülkesinde yükseköğrenime kabul edilme zorlukları
- Öğrencinin tercih ettiği yükseköğretim programının yaşadığı ülkede bulunmaması
- Eğitim için tercih edilen ülkeye olası göç niyeti

Aynı çalışmalardan (Mazzarol ve ark., 1997, 2001a, 2001b) yola çıkarak eğitim seyahati kararı almaya neden olan ve yukarıda sözü edilen çekici faktörlerin, alt boyutları ile sıralanmış şekli aşağıda gösterilmektedir:

- Bilgi ve farkındalık:
 - Hedef ülke hakkında bilgilere erişim kolaylığı
 - Hedef ülkedeki eğitim kalitesine dair farkındalık
- Tavsiyeler:
 - Eğitim kurumunun kulaktan kulağa yayılan popülaritesi
 - Aile ve tanıdıkların tavsiyesi
 - Aracı kurumların tavsiyesi
- Katlanılacak maliyetler:
 - Yarı-zamanlı iş ve staj olanakları
 - Bölgedeki uluslararası öğrenci sayısının çokluğu
 - Kriminal olayların azlığı

- Yaşam maliyetlerinin uygunluğu
- Seyahat maliyetlerinin uygunluğu
- Öğrenim ücretlerinin uygunluğu
- Çevre Unsurları:
 - İklim şartları
 - Fiziksel şartların çekiciliği
- Coğrafi Yakınlık ve Sosyal Çevre:
 - İki ülke arasındaki yakınlık ve ulaşım olanakları
 - Hedef ülkede öğrenim gören arkadaş ve diğer tanıdıklar
 - Hedef ülkede yaşayan arkadaş ve diğer tanıdıklar

Eğitim turizmi kapsamında yükseköğrenim kurumlarında eğitim gören uluslararası öğrencilerin okul seçimini etkileyen faktörlerin araştırıldığı benzer bir çalışmada öne çıkan sonuçlar şu şekildedir (Mazzarol ve Soutar, 2002):

- Üniversitenin hizmet kalitesinin yüksek olduğu algısı
- Öğrenci niteliklerinin değerlendirileceğine dair algı
- Akademik kadronun kalitesi
- Diğer kurumlarla olan pozitif ilişki ve anlaşmalar
- Mezunların popülaritesi
- Program ve kurs çeşitliliği
- Ar-Ge ve öğretim konularındaki yenilikçilik düzeyi
- Kampüs ve fiziki olanakların çekiciliği
- Zaman kısıtlaması olmadan kayıt yapabilme imkânı
- Teknolojik gelişmişlik düzeyi
- Reklam ve tanıtım faaliyetleri

Bu çalışmalara ilave olarak Çin Halk Cumhuriyeti'nde yapılan araştırmalarda eğitim turizminde destinasyonu belirlemeye yönelik karar alma süreçlerinde ebeveynler başta olmak üzere aile bireylerinin etkilerinin önemli olduğu ortaya koyulmuştur (Bodycott, 2009; Bodycott ve Lai 2012).

Buraya kadar olan bölümde, karar alma sürecinde etkili olan faktörlerin incelendiği araştırmalarda öne çıkan faktörler, araştırma bazında ortaya koyulmuştur. Bundan sonraki bölümde ise bu faktörler çeşitli temalar hâlinde daha ayrıntılı şekilde irdelenecektir. Ayrıntılı irdelenmenin veri analizi sürecine katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

1.7.1. Ülke İmajı

Ülke imajının turizm hareketliliğini etkilediği ve destinasyon seçimini etkileyen en önemli faktörlerden birisi olduğunu ortaya koyan araştırmalar bulunmaktadır (Baloglu ve McCleary, 1999; Sirakaya, Sönmez ve Choi, 2001; Woodside & King, 2001). Pazarlama alanında yapılan bazı araştırmalar da ülke imajının, ülke marka değerini ve dolaylı olarak tüketici tercihlerini etkilediğini göstermektedir (Erickson, Johansson ve Chao, 1984; Jaffe & Nebenzahl, 1993; Knight & Calantone, 2000; Manrai, Lascu ve Manrai, 1998; Olsen ve Olsson, 2002).

Araştırmalar güçlü bir ülke imajının ihracatı, turizmi, doğrudan yabancı yatırımı artırabileceğini ve yabancılar için çekici bir yer haline getirebileceğini keşfetmiştir (Fetscherin, 2010; Jaffe & Nebenzahl, 2001; Kleppe ve Mossberg, 2006; Laroche, Papadopoulos, Heslop, & Mourali, 2005). Bu bulgular, olumlu bir ülke imajını oluşturduktan sonra bu imajın korunması ve geliştirilmesinin faydalarını ortaya koymaktadır. Uluslararası eğitim seyahatlerinde destinasyon seçimiyle ilgili yapılan araştırmalar, ülke imajının yükseköğretim kurumlarına dair algıyı etkilediğini ve bunun sonucunda tüketici tercihlerinin değişebildiğini göstermektedir (Chen, 2008; Llewellyn-Smith ve McCabe, 2008).

Ghazarian ve Keller (2016) Kore örneğine odaklandığı çalışmada ülke imajının, eğitim turizmi bağlamında destinasyon seçim sürecindeki etkisini araştırmıştır. Ülke imajının yanı sıra demografik değişkenlerin de ideal destinasyon seçimindeki etkilerinin incelendiği çalışmada itici ve çekici faktörlerin önemi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada Güney Kore uyruklu üniversite öğrencilerinin % 44,2'sinin ABD'yi ve % 40,3'ünün Avrupa Birliği'ne üye olan ülkeleri öncelikle eğitim destinasyonu olarak tercih ettiği görülmüştür. Araştırmada coğrafi açıdan çok uzak bir konumda olmalarına rağmen Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği'ne

üye ülkelerin öğrenciler tarafından yoğun şekilde tercih edilmesinin en önemli nedeni olarak söz konusu ülke imajlarının çok güçlü olması ifade edilmiştir. Demografik verilerin sonuçlarına bakıldığında ABD'yi tercih edenlerin yaş ortalamasının görece daha yüksek olduğu, yaşı daha küçük olanların Avrupa ülkelerine yöneldiği görülmektedir.

Avrupa ülkelerinde öğrenim gören uluslararası öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırma sonuçlarına göre ise yükseköğretim kurumlarının saygınlık ve başarı sıralamaları ile eğitim hizmet kalitesinin, ülke imajından görece daha önemli olduğu ortaya çıkmıştır (Muche ve Wächter, 2005). Ayrıca yükseköğretim kurumundaki idari yapının öğrencileri çok ilgilendirmediği, bu kapsamda yaşanan sorun ve gecikmelerin zamanla tolere edilebileceği belirtilmiştir.

Srikatanyoo ve Gnoth (2002: 142), ülke imajı ile eğitim turizmi arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmalarında ülke imajının, öğrencilerin uluslararası yükseköğretim eğitimi için destinasyon seçimlerinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir.

Gertner (2010) ise çalışmasında, ülke imajlarının, uluslararası eğitim destinasyonu veya tatil destinasyonu seçimindeki etkilerini, bu etkiler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya çıkarmayı amaçlayarak mukayeseli bir analiz yapmıştır. Araştırmacı bu çalışmayla, yurtdışından gelen öğrencilere daha cazip bir eğitim programı sunmayı amaçlayan idareci ve eğitimcilere bu süreçte katkı sağlamayı hedeflemiştir. Araştırmada, algılanan ülke imajının, çeşitli ürünleri satın alırken, tatile giderken, yatırım yaparken veya belirli bir bölgeye yerleşirken alınan birçok kararı etkilediği gibi farklı bir ülkede eğitim seyahatine çıkarken alınan kararları etkilediği ortaya koyulmuştur. Ülke imajının yanı sıra şehir veya destinasyon imajı da bu süreçte önemli etkiye sahiptir. Dolayısıyla söz konusu araştırma sonuçlarına göre olumlu veya olumsuz destinasyon imajlarının, öğrencilerin farklı ülkelerde öğrenim programlarına katılma isteğini etkilediğini söylemek mümkündür.

1.7.2.Maliyetler

Uluslararası eğitim turizmi sürecinde destinasyon ve okul seçimini etkileyen faktörlerden bir diğeri de maliyetlerdir. Yükseköğretim kurumlarına alınacak

öğrenim karşılığında ödenen bedel, öğrenci ve ailelerini en çok etkileyen maliyet kalemlerinin başında gelmektedir. Farklı ülke ve zaman dilimlerinde yapılan birçok araştırmada eğitim ücretlerinin eğitim seyahat sürecinde oldukça önemli olduğu tespit edilmiştir (Mazzarol ve Soutar; 2002, John A. Muffo; 1987, Joseph ve Joseph; 1997, Gray, Fam ve Llanes; 2003).

Yurtdışında eğitim hareketliliğine katılmanın maliyeti, bazen öğrencilerin kendi ülkesinde öğrenim görmesinden daha uygun olabilmektedir. ABD'deki öğrencilerin yükseköğrenim için İngiltere'yi seçmesinin altındaki en önemli sebeplerden bir tanesi eğitim ücretleridir. Örneğin, o dönemde birçok ABD'li öğrenci, ülkenin en köklü eğitim kurumu olan Harvard Üniversitesi'nde yaklaşık maliyeti 25.000 Dolar olan yükseköğrenim sürecine katılmak yerine 7.000 pound maliyet karşılığında İngiltere'deki üniversitelerde öğrenim görmüştür. Öğrenim maliyetlerinin uygunluğu, İngiltere'de okuyan ABD uyruklu öğrenci sayısının 1990'larda % 84 oranında artmasındaki ana sebeplerinden bir tanesidir (Van Miert, 1998).

Ülkeler, uluslararası eğitim turizminin gelişimini kısıtlayan ekonomik sorunları azaltabilmek için çeşitli stratejilere başvurmaktadır. Uluslararası öğrencilere sağlanan burs miktarlarının artırılması ve vize masraflarının düşürülmesi bunlardan bazılarıdır. Yükseköğretim kurumları da uluslararası öğrenci pazarında rekabet edebilmek için finansal desteğe ihtiyaç duymaktadır. Uluslararası standartlarda fiziksel tesislere sahip olabilmek, çağın gerektirdiği teknolojik olanakları öğrencilere sunabilmek ve araştırma-geliştirme faaliyetlerinde ön plana çıkmak için oldukça büyük miktarlarda yatırım yapmak gerekmektedir. Dolayısıyla, uluslararasılaşma süreci, programların finanse edilmesi, idari ve akademik çalışanların becerilerinin artırılması ve farklı ülkelere kurum/kuruluşlarla yapılacak işbirliklerinin oluşturulması, harcanacak çaba ve zaman nedeniyle de oldukça maliyetlidir. Bu kapsamda, yükseköğretimde uluslararası hareketlilik sürecinde ekonomik boyutun önemi göz ardı edilemez. Çünkü ekonomik düzeyde görülen zorluklar ve imkânsızlıklar, eğitim seyahatlerinin önündeki en büyük engellerden birisidir (Koskey, 2013: 11). Üniversitelerde, farklı ülkelere mensup yabancı akademisyen ve idari personel istihdamının da ekonomik anlamda kurumlara ilave bir yük getirmesi

muhtemeldir. Ancak asgari yabancı çalışan istihdamının, uluslararası öğrencilere katkı sağladığı değerlendirilmektedir.

Eğitim giderleri, vize masrafları veya öğrencileri ilgilendiren diğer maliyetler, ülkelerin ve yükseköğretim kurumlarının bu alandaki stratejilerine yön verebilmektedir (Koskey, 2013: 15). İngiltere ve ABD’de eğitim masraflarının giderek yükselmesi sonucunda ortaya çıkan kriz, birkaç Avrupa ülkesi tarafından fırsata çevrilmiştir. Danimarka, Hollanda ve İsveç gibi bazı ülkeler, yüksek miktarlarda burs imkânı sağlayarak Avrupa Birliği üyesi olmayan ülke öğrencilerini kendi üniversitelerine çekme yoluna gitmiştir. Eğitim masraflarının yanı sıra ilgili bölgedeki gündelik yaşam masrafları ve seyahat giderleri, bu süreçte öğrenciler ve aileleri tarafından öncelikle dikkate alınan unsurlardandır (de Wit ve Choudaha, 2014: 29-30).

Farklı bir ülkedeki yükseköğretim programına kabul için yapılacak başvuru esnasında ödenecek yüksek miktarlı ücretler, öğrencilerin karar sürecini olumsuz etkileyebilmektedir (Shank ve Beasley, 1998). Bir öğrencinin birden fazla yükseköğretim kurumuna başvurmasının mümkün olduğu bilinmektedir. Bu nedenle başvuru sürecinde talep edilen ücretlerin yüksek olması, başvuru sayısını azaltabilir.

Yükseköğrenim sürecinde hükümetler, ulusal ve uluslararası kuruluşlar veya sivil toplum örgütlerince öğrencilere sağlanan finansal yardımlar, burs veya geri ödemeli kredi şeklinde olabilmektedir. Bu yardımlar, finansal maliyetin öğrenci ve aileler üzerindeki olumsuz etkisini bir miktar azaltabilmektedir. Öğrenim ücretinde sağlanan ödeme kolaylıkları, öğrenim görülecek destinasyona yapılacak olan seyahat maliyetleri, konaklama maliyetleri ve gündelik yaşam maliyetleri gibi unsurların eğitim turizmi kapsamında destinasyon ve okul seçiminde öne çıktığı, bir çok araştırmada tespit edilmiştir (Joseph ve Joseph; 1999, Mazzarol ve Soutar;2002, Maringe; 2006, Telli Yamamoto;2006, Ivy;2001, Shank ve Beasley;1998).

1.7.3. Vize ve Göç Kolaylığı, Çalışma İzni, Staj Olanakları

Uluslararası eğitim seyahatlerinde genellikle öğrencilerin karşılaştığı en önemli sorunlardan birisi vize uygulamalarıdır. Özellikle gelişmiş ülkeler, göreceli olarak

gelişmemiş ülke vatandaşlarına vize konusunda birtakım zorluklar çıkartabilmektedir. Vize alma ve uzatma esnasında yaşanabilecek zorluklar, öğrencilerin bazı ülkelerde öğrenim görme kararından vazgeçmelerine neden olmaktadır. Öğrencileri ziyaret etmeyi düşünen arkadaş ve aileler de bu kısıtlamalardan olumsuz etkilenebilir.

11 Eylül 2001 tarihinde ABD’de gerçekleşen terör saldırıları sonrasında uygulanan katı vize tedbirleri, uluslararası öğrencilerin ülkeye girişini zorlaştırmıştır. Buna karşın aynı dönemde Birleşik Krallık ve Avustralya, uluslararası öğrencilerin vize işlemlerinde daha ılımlı bir politika benimsemiştir. Bu ülkeler, yasal prosedürlerin uluslararası öğrencilerin eğitim kararını olumsuz etkilememesi için bürokratik işlemleri azaltmıştır. İlimli göç politikasını, eğitim süreciyle birlikte iltica sürecinde de uygulayan bu ülkeler nitelikli bireyleri kendi bünyesine çekmeye çalışmaktadır (Choudaha ve de Wit, 2014).

Eğitim sürecinin yanı sıra eğitim sonrasında çalışma veya ikamet izni için öğrencilerin belirli sürelerle kendi ülkelerinden ayrılmak istediği bilinmektedir. Mezuniyetten sonra yabancıların çalışma izni ve göçmenlik başvurusu taleplerindeki artışı farkederek Kanada hükümeti, bu taleplere yanıt vermek amacıyla yasal prosedürleri azaltmıştır. Kanada’da uluslararası öğrenciler, tam zamanlı devam ettikleri program süresince haftada 20 saat ve mezuniyet sonrasında okudukları programın uzunluğu kadar çalışma hakkına sahiptir (EduLife, 2016: 61).

Yurtdışında eğitim esnasında öğrencilere yarı zamanlı da olsa çalışma izni verilmesi ve staj imkânının sağlanması, eğitim turizmi kapsamında destinasyon ve okul seçiminde öğrencilerin ve ailelerin dikkate aldıkları hususların başında gelmektedir (Mazzarol ve Soutar, 2002; Bümen, 2015).

1.7.4. Güvenlik ve Asayiş Ortamı

Destinasyonların asayiş düzeni ve güvenlik durumları, turizm ve seyahat hareketlerini etkilediği gibi eğitim turizmini de etkileyebilmektedir. Bir ülkede var olan veya algılanan güvenlik sorunları, olası eğitim seyahatlerinin başka destinasyonlara yönelmesine neden olabilir (Hudzik, 2015: 48). Gündelik asayiş

problemlerinin yanı sıra son yıllarda artan uluslararası terör olayları, yükseköğretim kurumlarına sahip ülke yönetimlerinin daha sıkı güvenlik prosedürlerine başvurmalarına neden olmaktadır. Bu kısıtlamalar nedeniyle de öğrenciler diğer destinasyonları seçebilmektedir. (Koskey, 2013: 15).

1.7.5. Güç Birlikleri, Akreditasyon, Denklik, Tanıtım ve Markalaşma

Uluslararası eğitim hareketliliğinde öncü olmak ve bu pazardan faydalanmak için diğer ülke ve kuruluşlarla sürekli iletişim ve işbirliği içerisinde olmak gerekmektedir. Uluslararası ilişkiler doğrultusunda zaman zaman değişebilen iş birlikleri ve anlaşmalar, ülkelerin “yumuşak siyaset” stratejisi olarak algılanabilmektedir. Fransa, Kazakistan, Kırgızistan ve Almanya ülkeleri ile yapılan ortak çalışmalar doğrultusunda kurulan Galatasaray Üniversitesi, Hoca Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi, Türkiye-Kırgızistan Manas Üniversitesi ve Türk-Alman Üniversitesi bu kapsamda değerlendirilebilir (Çetinsaya, 2014: 167). Daha küçük seviyedeki ortak diploma programları da uluslararası eğitim hareketliliğinde önemli rol oynamaktadır. Türkiye'nin 2005 yılından bu yana birçok ortak diploma programı kapsamındaki protokollere taraf olduğu bilinmektedir (Çetinsaya, 2014: 168).

Yükseköğretim kurumlarının tanıtımı ve markalaşması, eğitim turizmi açısından oldukça önemlidir (Rumbley, Altbach ve Reisberg, 2009). Eğitim turizminde ön plana çıkmak için uygulanan tanıtım ve markalaşma çalışmalarına bakıldığında, Türkiye'deki üniversitelerin bugüne dek yeterince başarılı olmadığı görülmektedir (Kadioğlu ve Özer, 2015: 50). Son yıllarda tanıtım ve markalaşma amacıyla çeşitli çalışmalar yapılmaya başlamıştır. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) tarafından 2010 yılında kurulan Eğitim Ekonomisi İş Konseyi (EEİK) Türkiye'deki üniversitelerin uluslararası alanda tanıtımında öncü bir rol oynamaktadır. Bu kapsamda YÖK ve EEİK işbirliğiyle “Study in Turkey” isimli bir proje çalışması hazırlanmıştır. “Türkiye’de Öğrenci Olmak HARİKA (*Being a Student in Turkey AMAZING*)” sloganıyla marka çalışması desteklenerek Türkçe, Almanca ve İngilizce dillerinde broşürler hazırlanmıştır (Kadioğlu ve Özer, 2015: 61). Bununla birlikte, üniversitelerin, NAFSA (Association of International Educators) gibi uluslararası kuruluşların düzenlendiği fuarlara katıldıkları gözlemlenmektedir (Kadioğlu ve Özer, 2015: 57). Bu yönüyle uluslararası fuarlar, eğitim turizmi pazarındaki öğrencileri

çekmede oldukça önemli bir kanal olarak kullanılmaktadır. İlahiyat eğitimi alanındaki potansiyeli değerlendirildiğinde Türkiye'nin bu noktada gelişmeye çok açık olduğu ve Asya, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Balkan Ülkelerinden gelecek öğrenciler için bir câzibe merkezi olabileceği değerlendirilmektedir (Kadıoğlu ve Özer, 2015: 52).

1.7.6. Müfredat

Yükseköğretimde uluslararasılaşmanın temel göstergelerinden birisi olan müfredat, farklı ülkelerden öğrencileri bir ülkeye veya üniversiteye çekebilmek için önemli bir faktördür (Huang, 2006). Müfredatın uluslararası hâle getirilmesi, öğrencileri mesleki açıdan küresel platformlara hazırladığı gibi sosyokültürel anlamda farklılıklara adaptasyonunu kolaylaştırmaktadır (Hudzik, 2015: 16).

Müfredat açısından küreselleşme seviyeleri bölgelere göre farklılaşabilmektedir. Örneğin, Asya ülkelerinin uluslararası eğitimde uyguladıkları müfredat yetersiz iken Avrupa'da bölgelerarası farklılıklar göze çarpmaktadır. Almanya'nın uluslararasılaşmanın gelişiminde öncü ülkeler arasında yer aldığı çeşitli araştırmalarda ortaya konmuştur (Beelen, 2012: 11). Ülkeler bazında disiplinlerin ve program içeriklerinin uluslararasılaşma düzeylerinin araştırıldığı bir çalışmada; yedi alandaki disiplinin uluslararasılaşmaya daha uygun olduğu belirlenmiştir. Bu alanlar işletme, sosyal bilimler, sağlık bilimleri, sanat ve beşerî bilimler, doğa bilimleri, mühendislik ve bilgi teknolojileri olarak sıralanmaktadır (Knight, 2003: 16-17).

1.7.7. Akademik Personelin Yetkinliği:

Uluslararası eğitim turizmine katılacak olan uluslararası öğrencilerin, okul ve bölüm seçim sürecinde yükseköğretim kurumunda görev yapan akademisyen kadrosunu araştırması muhtemeldir. Araştırma neticesinde özellikle alanında uzman, uluslararası düzeyde tanınmış ve nitelikli öğretim elemanlarına sahip olan kurum ve bölümlerin görece daha fazla tercih edilebileceği değerlendirilmektedir.

Uluslararası nitelikte ders verebilecek öğretim elemanları, farklı kültürlerden öğrenciler için bir çekim unsuru olmasının yanı sıra Türkiye'nin uluslararası platformlardaki imajına olumlu katkı sağlayabilecektir. Özellikle 2000'li yıllardan

sonra Erasmus değişim programları vasıtasıyla Türkiye'ye gelen yabancı uyruklu akademisyen sayısında artış görülmesine rağmen yabancı öğretim elemanı sayısı oranının gelişmiş ülkelere kıyasla oldukça düşük olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda geliştirilecek yeni stratejilerle uluslararası akademisyen sayısının yükseltilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Çetinsaya, 2014: 156-157).

Uluslararası yükseköğretim sürecinde bilgiyi oluşturmadaki rolü dikkate alındığında akademisyenlerin etkin bir konumda olduğu ifade edilebilir (Taşçı, 2018: 52). Yükseköğretim kurumlarında görev alan yerli ve yabancı öğretim üyeleri, eğitim turizmi kapsamında öğrenim gören veya görmeyi düşünen eğitim ziyaretçilerine ulaşabilmek için;

- Uluslararası bir görüş açısına sahip olmalıdır,
- Uluslararası etkinliklere katılmalıdır,
- Diğer yükseköğretim kurumlarındaki akademisyenlerle etkileşim içerisinde olmalıdır,
- Yabancı dilde araştırma yapma ve günlük hayatta yeterince kullanma becerisine sahip olmalıdır,
- Farklı kültürlere mensup öğrencilere hitap edecek şekilde derslerini işleyebilmelidir,
- İletişim becerilerine haiz olmalıdır.

Eğitim turizmi bağlamında uluslararası öğrencilerin destinasyon ve okul seçimine ilişkin yapılan araştırmaların bir çoğunda akademisyenlerin niteliği, performansı, öğretme ve iletişimdeki kabiliyetleri, İngilizce yetkinlikleri gibi konuların ön plana çıktığı görülmektedir (Srikatanyoo ve Gnoth, 2005; Mazarol ve Soutar, 2002).

1.7.8. Yabancı Dil

Uluslararası eğitim turizmi bağlamında en önemli konulardan bir tanesi de yabancı dildir. Özellikle, küreselleşmenin bir unsuru olarak görünen İngilizcenin yaygınlaşması uluslararası eğitim hareketlerini de etkilemektedir. Dünyanın farklı ülkelerinde, bu etkinin önemini anlayan yükseköğretim kurumlarının birçoğu uluslararası öğrencileri okullarına çekebilmek için İngilizce öğretime başlamışlardır (Taşçı, 2018). Özellikle akademik personelin İngilizcedeki yetersizliği, okul seçim

sürecinde öğrenciler tarafından dezavantajlı bir durum olarak görülmektedir (Egron-Polak ve Hudson, 2010). Bu durumun farkında olan pek çok İskandinav ülkesinde ve Hollanda'daki üniversitelerde akademisyenlerin ileri düzeyde İngilizce bilmesi tercih edilmektedir (Taylor, 2012'den aktaran Taşçı, 2018). İngilizcenin eğitim başta olmak üzere tüm süreçlerde önemi giderek artsa da diğer yabancı dilleri de göz ardı etmemek gerekmektedir. Sınırların azalmasıyla birlikte birçok farklı ülke mensubu insan iletişim ve etkileşim içerisindedir. İngilizcenin yanı sıra farklı dilleri de öğrenmek ve konuşabilmek öğrencilere iş hayatında katkı sağlayabilecektir.

Farklı ülkelerde öğrenim gören uluslararası öğrenciler, eğitim dilinin yanı sıra ev sahibi ülkede konuşulan resmi dilleri de öğrenme arayışına girebilmektedir. Farklı kültürlerle kaynaşabilme sürecinde dil oldukça önemli bir aracı rolü oynamaktadır (Halic v.d., 2009; Crose, 2011: 390). Ev sahibi ülke dillerini konuşma ve yorumlama yeteneğine sahip uluslararası öğrencilerin eğitim sürecince karşılaştıkları zorluklarla daha kolay mücadele edebilecekleri değerlendirilmektedir.

1.7.9. Sıralama-Ün

Eğitim turizmi kapsamında farklı bir ülkede yükseköğrenim programına katılmak isteyen öğrenciler, karar verme sürecinde üniversitelerin uluslararası düzeyde sıralamalarına dikkat etmektedir. Üniversite sıralamaları, tercih döneminde öğrencileri çeken bir faktör olmanın yanında üniversitelerin mevcut tanınırlık düzeylerini artıran bir unsur olarak görülmektedir (Jarocka, 2018).

Bilim ve eğitim politikaları bakımından önemli bir yeri bulunan üniversite sıralamaları ve derecelendirmeler, uluslararasılaşmanın göstergelerindedir (Hudzik, 2015). Çeşitli kurum ve kuruluşlarca yapılan sıralamalar ve dereceler daha somut ve anlaşılır bir görünümündedir. Ancak eğitim kurumunun ve/veya o ülkedeki eğitim sisteminin ünü, daha soyut bir özellik taşımaktadır. Derecelendirmelerde, ön sıralarda yer alan ve popüler olan üniversitelere sayıca daha fazla sahip olan ülkeler, uluslararası öğrencilerin eğitim almayı istediği destinasyonların başında gelmektedir (Choudaha ve de Wit, 2014).

Küreselleşmeyle birlikte yaygınlaşan üniversite sıralama ve derecelendirme süreçleri, yükseköğretim kurumları arasındaki rekabetin somut bir belirtisi olarak algılanmaktadır (Dill ve Soo, 2005). Bunun sonucunda da sıralamada iyi durumda bulunan üniversitelerin paydaşlarca daha kaliteli olduğu değerlendirilmektedir (Harman, 2011; Chen ve Liao, 2012). A.B.D.'de yapılan bir araştırmada (Lee, 2008) uluslararası öğrencilerin tercih sürecinde en önemli faktörün üniversitenin ününün olduğu ortaya konulmuştur. Öğrencilerin, üniversite ve şehirle ilgili çok bilgili olmasa dâhi uluslararası sıralamalardaki konumu nedeniyle hiç tereddüt etmeden bu kurumlara başvurduklarını belirtmesi, bu sıralamaların ne denli etkili olduğunu ve çok önemli bir çekici faktör olarak değerlendirmek gerektiğini ortaya koymaktadır.

Günümüzde, birçok üniversite için sıralamalarda üst sırada bulunmak kurumsal itibar için bir zorunluluk gibi görülmektedir. Eğitim turizmi pazarında ön plana çıkmaya çalışan kurumlar ve ülke yöneticileri, bu sıralama ve derecelendirmeleri öğrenci çekme sürecinde kullanmaktadır (King, 2009). Diğer taraftan bu derecelendirmelerin yeterince objektif yapılmadığı ve puanlamaların eğitim kalitesi ile doğrudan ilişkilendirilemeyeceğine dair eleştiriler yapılmaktadır (Teichler, 2011).

Üniversitelerin derecelendirme ve sıralamaları coğrafi olarak ülke, kıta veya dünya ölçeğinde yapılabilmektedir. Amaç ve hedefler doğrultusunda hazırlanan kriterlere göre çeşitli sıralama sistemleri bulunmaktadır. Bu kriterlerin önem dereceleri her sistemde farklılık gösterse de genel olarak aşağıdaki göstergelere başvurulmaktadır:

- Akademik personel-öğrenci oranı
- Araştırma bütçesi
- Araştırma üretkenliği
- Uluslararası yayın sayısı
- Atıflar (Araştırma Etkisi)
- Uluslararası öğrenci oranı
- Uluslararası akademisyen oranı

Uluslararası eğitim platformlarında görünürlüğü artırmak ve sıralamalarda üst konumlara gelmek, Türkiye'nin eğitim turizmi pazarından daha fazla pay almasına katkı sağlayabilecektir. Bu amaçla, akademik personelin uluslararası projelerde

görev alması, daha fazla uluslararası akademisyen istihdam edilmesi ve uluslararası fuar ile kongrelere katılımın yaygınlaştırılması gerekmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

EĞİTİM TURİZMİ KAPSAMINDA DESTİNASYON SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde, eğitim turizmi kapsamında destinasyon seçimini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle, araştırmanın amacı ve önemi açıklanmıştır. Daha sonra, araştırmada uygulanan yöntem, evren ve örneklem, veri toplama aracı ve süreci, geçerlik ve güvenirlik, varsayım ve sınırlılıklar ile veri analiz stratejisinin seçimine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen 27 uluslararası öğrenciye ilişkin olarak demografik bilgilerin sunumunu müteakip araştırma bulgularına yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı

Çeşitli gerekçelerle kendi ülkesi dışında öğrenim görmek isteyen öğrenci sayısının artması, bu konuda bir pazarın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Tüm dünyada, uluslararası öğrenci hareketlerinin yaklaşık 250 milyar dolarlık bir pazar oluşturduğu ve bu rakamın giderek artacağı öngörülmektedir (www.undef.org.tr). Öğrenim amacıyla ülke dışına seyahat eden öğrencilerin yapmış olduğu harcamalar sadece eğitim sektörüyle sınırlı kalmamakta, turizm, ulaşım, iletişim, konaklama, gayrimenkul, sağlık sektörü başta olmak üzere birçok alana doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlamaktadır.

Uluslararası öğrencilerin ev sahibi ülke ekonomisine yaptığı katkılara ilişkin yapılan bir dizi araştırma, özellikle ABD, Kanada, Yeni Zelanda, Fransa, Avustralya, Almanya ve İngiltere'nin eğitim turizmi pazarındaki en güçlü ülkeler olduğunu ortaya koymaktadır (Ger vd. 2017). Eğitim turizmi, maddi katkıların yanı sıra

doğrudan ve dolaylı olarak istihdamı da etkilemektedir. Uluslararası Eğitim Enstitüsü (2014a), 2014 yılında ABD’deki eğitim turizmi hareketlerine katılan 800.000 öğrencinin yaklaşık 340.000 kişinin istihdamını doğrudan etkilediğini ve ülke ekonomisine yaklaşık 26 milyar dolarlık bir katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Eğitim turizmi, doğrudan ve dolaylı ekonomik katkıların yanı sıra ülkeler ve kültürler arası işbirliği ve dayanışmayı artırmaktadır. Ayrıca uluslararası öğrenciler eğitim aldıkları ülkelerin turistik açıdan tanınırlığına olumlu katkı sağlamaktadır. Uluslararası eğitim turizmi pazarından faydalanmak isteyen yükseköğretim kurumlarının bu doğrultuda yapacakları çalışmalar sayesinde eğitim kalitesinin yükselmesi beklenmektedir.

Son yıllarda Türkiye’nin özellikle Asya ve Afrika Kıtasındaki etki ve tanınırlığının artması, ülkemizdeki üniversite sayısının son 15 yılda ciddi oranda yükselmesi ve bu üniversitelerin uluslararasılaşma amacıyla yaptığı çalışmalar sonucunda uluslararası öğrenci sayısı oldukça önemli bir seviyeye ulaşmıştır. 2020-2021 Eğitim-öğretim yılı itibarıyla ülkemizde yükseköğrenim gören uluslararası öğrenci sayısı 125.138’e ulaşmıştır (UNESCO).

Literatür incelemesinde, Türkiye’deki üniversitelerde öğrenim gören uluslararası öğrencilere yönelik olarak yapılan sınırlı sayıda araştırmada “yabancı öğrencilerin dil öğrenmeye yönelik görüş, tutum, kaygı, motivasyon ve becerilerinin incelenmesi, öğrencilerin sosyal ve kültürel uyum düzeyinin belirlenmesi ve öğrenci değişim programlarının değerlendirilmesi” gibi konulara ilgi gösterildiği, saha araştırmalarının çoğunlukla devlet üniversitelerinde öğrenim gören kısa süreli değişim programı öğrencileriyle gerçekleştirildiği görülmüştür. Gelişmiş birçok ülkenin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerde, eğitim turizmi ve/veya eğitim seyahati (educational tourism/ educational travel) başlıkları altında sıkça incelenen konuların ise ülkemizde neredeyse hiç araştırılmadığı görülmektedir.

Halbuki Türkiye, eğitim turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir ve bu potansiyelini yeterince kullanamamaktadır. Coğrafi konum, sosyo-kültürel benzerlikler ve gelişmiş batı ülkelerine göre daha uygun ekonomik şartlara sahip

olmasına karşın Türkiye'nin az sayıda uluslararası öğrenci tarafından eğitim destinasyonu olarak seçilmesi, bu tezin temel sorunu olarak kabul edilmiştir. Bir sorunun çözümü için yapılması gereken ilk iş, o sorunun doğasının ortaya konulmasıdır. Bu doğrultuda bu tezin temel amacı, yükseköğrenim için Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin, bu kararı almasında etkili olan faktörlerin ortaya çıkarılması olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır:

- Yükseköğrenim için Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin ülke ve şehir seçimini etkileyen faktörler nelerdir?
- Öğrencilerin üniversite seçimini etkileyen faktörler nelerdir?
- Seçim sürecinde başvuru bilgileri nelerdir?
- Öğrenim öncesinde Türkiye'ye yapılan seyahatlerin karar verme sürecinde herhangi bir etkisi var mıdır?
- Öğrencilerin bu süreçte yaşadığı olumlu/olumsuz şeyler nelerdir?
- Öğrencilerin, öğrenim sonrasında Türkiye'de kalmaya yönelik düşünceleri nelerdir?
- Uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi tercih etmesi için neler yapılmalıdır?

Sorulardan da görüleceği üzere tercih sürecini etkileyen faktörlerin yanı sıra, faydalanılan bilgi kaynaklarının ve önceki seyahatlerin etkili olup olmadığının belirlenmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, öğrencilerin olumlu ve olumsuz deneyimleri, öğrenim sonrasında yönelik hedefleri ve Türkiye'nin yabancı öğrencilerce tercih edilmesi noktasındaki önerileri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

2.2. Araştırmanın Önemi

Yükseköğretimde görülen öğrenci hareketliliği, tüm dünyanın ve ülkemizin kaçınılmaz bir gerçeğidir. Bu hareketliliği kontrol eden gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmek için ülkemizde de üniversiteler başta olmak üzere çeşitli kurum ve kuruluşların kendilerini sürekli geliştirmeleri gerekmektedir. Eğitim turizmi pazarında öne çıkmak isteyen kurumların birçoğu yükseköğretimde uluslararasılaşma yolunda çalışmalarını sürdürmektedir. Araştırmanın, vakıf üniversiteleri başta olmak üzere uluslararası öğrencileri bünyesine çekmeye çalışan tüm üniversitelere katkı

sağlaması beklenmektedir. Uluslararası öğrencilerle yapılacak görüşmelerden elde edilecek veriler sonucunda bu alanda yapılması gereken düzenleme ve iyileştirmelere dönük öneriler sunulabilecektir.

Eğitim turizmi olgusunun doktora tezi düzeyinde ilk defa araştırılıyor olması nedeniyle çalışmayla alanyazındaki önemli bir boşluğun doldurulması beklenmektedir. Eğitim turizmi kavramının ayrıntılı şekilde ele alındığı çalışmada, eğitim hizmetlerinde küreselleşme, eğitim turizmi alanındaki fırsatlar ve sorunlar ile eğitim turistlerini çeken faktörler gibi konular da incelenmiştir. Bu incelemeler sayesinde, müteakip araştırmacılara rehber olabilecek yeni çalışma alanlarının ortaya çıkacağı değerlendirilmektedir.

Eğitim, turizm, iletişim, kültür, dil, ekonomi ve diplomasi gibi çok sayıda bileşen ile etki ve ilgi alanına sahip olduğu değerlendirilen araştırma konusunun, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu, üniversiteler, yabancı dil kursları, mesleki eğitim kursları, konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, seyahat acenteleri, yurtdışı eğitim hizmeti üzerinde yoğunlaşan aracı kurumlar ve yeni araştırmacılar için kaynak niteliği taşıması öngörülmektedir. Araştırma sonucunda ortaya çıkacak sorunlara ilişkin olarak ilgili kurumlarca uygulanabilir politika önerilerinin geliştirilmesi, eğitim turizminin ilerlemesine katkı sağlayacaktır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu kısımda; araştırmanın deseni, evren ve örneklem, veri toplama aracının geliştirilmesi, verilerin toplanması ve analizi gibi konu başlıkları altında araştırmanın yöntemi hakkında ayrıntılı bilgi verilmektedir.

Bu çalışmada, sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yöntemi esas alınmıştır. Gürbüz ve Şahin (2016: 400), nitel araştırmalarda, bireylere özgü duygu, düşünce, algı ve tecrübe gibi öznel verilerin ele alındığını, araştırmacıların olgu ve olayları söz konusu doğal ortam içinde anlama ve açıklama amacı taşıdıklarını ifade etmektedir. Benzer bir tanımda ise nitel araştırmaların, insan ve grup davranışlarının nedenini ve nasılını anlamaya yönelik araştırmalar olduğu ifade edilmiştir (Saruhan

ve Özdemirci, 2013). Özne verilerle ilgilenen nitel araştırmaların amacı, genelleme yapmak değil, olay ve olguları kendi ortam ve şartlarında açıklamaktır (Patton, 1990).

Creswell (2017), nitel araştırmaların temelinde keşfedilmek istenen bir konu veya durumun bulunduğunu, durum araştırması olarak adlandırılan bu yöntemde araştırmacıların gözlem, görüşme, belge inceleme gibi yöntemlerle verileri toplayarak derinlemesine analizler yaptığını, bunun sonucunda da araştırma konusunun açıklanmaya çalışıldığını belirtmektedir. Bir duruma ilişkin etkenlerin bütüncül bir yaklaşımla araştırıldığı süreç, durum çalışması olarak adlandırılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 83). Bu bilgiler doğrultusunda, eğitim turizmi kapsamında destinasyon seçimini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışma, nitel bir durum araştırması olarak tasarlanmıştır.

2.3.1. Evren ve Örneklem

Vakıf üniversiteleri, devlet üniversitelerine göre çok daha yüksek öğrenim ücretleri talep ettiğinden ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlamaktadır (Erçek, 2017). Ücretli öğrenim veren bu kurumların, uluslararası öğrenci çekmek için devlet üniversitelerine göre daha fazla çaba sarf etmesi ve birbirleriyle rekabet içerisinde olmaları, beklenen bir durumdur. Bu nedenle, araştırmanın evrenini İstanbul ilindeki vakıf üniversitelerinde öğrenim gören uluslararası öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini belirleme sürecinde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacının, kendi gözlemlerinden hareket ederek, araştırma problemine uygun olduğunu düşündüğü belirli özellikteki denekleri seçmesine amaçlı örnekleme denir (Gürbüz ve Şahin, 2016). Nitel araştırmalarda amaçlı örneklemenin amacı, bir olguyu netleştirebilecek ve derinleştirebilecek şekilde çalışmaktır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016). Bu yöntemde araştırmacı, örnekleme dahil edilecekleri bilgi, gözlem ve deneyimlerine dayanarak ve araştırma amacına uygun olarak kendi yargısıyla belirler (Ural ve Kılıç, 2013). Araştırmacı, incelediğı olguyu açıklamada yardımcı olacak bireyleri belirli bir amaca ve yargıya yönelik olarak seçmektedir. Bu amaçla seçilen örneklem, araştırma probleminin ve incelenen olgunun anlaşılmasına yönelik zengin bilgiler sunabilecek niteliktedir

(Luborsky ve Rubinstein, 1995; Marshall, 1996; Maxwell, 2012). Amaçlı örnekleme yönteminde, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan durumlar çalışılmaktadır. Ölçüt veya ölçütler, araştırmacı tarafından oluşturulabildiği gibi önceden hazır olan bir ölçüt listesi de kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 140). Bu çerçevede, örneklemin oluşturulması sürecinde araştırma amacıyla örtüşecek şekilde araştırmacı tarafından hazırlanan ölçütler şunlardır:

- Vakıf yükseköğretim kurumlarında lisans düzeyinde öğrenim gören uluslararası öğrenciler olması,
- Öğrencilerin değişim hareketliliği (Erasmus, Mevlana vb.) kapsamında olmaması ve bizzat öğrenim ücreti ödemesi,
- Ülkemizde zorunlu sebeplerden (Suriye'deki savaş sebebi gibi) dolayı bulunmaması,
- Katılımcı gruptaki öğrencilerin olabildiğince çeşitlilik (Ülke, milliyet, üniversite, bölüm, sınıf ve cinsiyet gibi) içermesi,

Araştırmada görüşülmesi gereken katılımcı sayısı, araştırmanın amacına, toplanan verinin derinliğine, araştırmacının sahip olduğu kaynaklara göre değişebilir (Patton, 2014: 144). Glaser ve Strauss (1967) örneklem büyüklüğünü belirlerken araştırma sorularına verilen cevapların kendini yineleyene kadar veri toplama sürecinin devam etmesi gerektiğini, yinelenen kavramların doyum noktasına ulaştığı anda örneklemin yeterli olacağını ifade etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2023: 143). Araştırmacı, çalıştığı konuya ilişkin yeterli bilgi topladığında ve çalışmayı tasvir edecek yetkinliğe ulaştığında görüşmelerini sonlandırabilir (Charmaz, 2006: 19).

Mevcut çalışmada 20'nci görüşmeden itibaren önceki verilerin tekrar edilmeye başladığı görülmüştür. 27'nci görüşme sonrasında da çalışmayı tasvir edecek nitelikte veri toplandığı değerlendirilerek görüşmeler sonlandırılmıştır.

2.3.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Bilimsel araştırmalarda veri toplama sürecinde çeşitli yol ve yöntemler izlenebilir. Nitel araştırmalarda sıkça kullanılan yöntemlerden birisi olan görüşme (mülakat) yönteminde, sözlü iletişim yoluyla veri toplama amacı güdülmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 187). Görüşme, bir yönüyle yüz yüze anket yöntemiyle bilgi toplamaya

benzemektedir. Ancak, anket sadece içeriğindeki soru ve cevaplarla sınırlıdır. Görüşmede ise alınan cevaba bağlı olarak yeni sorularla derinlemesine bilgi elde edilebilir (İslamoğlu ve Alınacak, 2016). Görüşülen kişilerin bakış açılarını ortaya çıkarmak, duygu ve düşüncelerini anlamak ve derinlemesine bilgi edinmek, görüşme yönteminin belirleyici özelliklerindedir (Kuş, 2007).

Görüşmeler amacına, katılan sayısına, kuralların katılığına ve görüşülen kişiye göre sınıflandırılabilir. Kuralların katılığına göre görüşme yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmış olarak üçe ayrılır. Yapılandırılmamış görüşmede sorular önceden belirlenmez ve genellikle araştırma sürecinin ilk safhalarında kullanılması tavsiye edilir. Yapılandırılmış görüşmede ise tüm katılımcılara önceden hazırlanmış sorular aynı sırada ve biçimde sorulmaktadır. Bu nedenle anket kullanımına çok benzerlik göstermektedir (Karasar, 2005: 157).

Yarı yapılandırılmış görüşme türü ise yapılandırılmış görüşmeden daha esnek bir yöntemdir. Araştırmacıya, belirlenen görüşme rehberi dışına kısmen çıkmaya izin verir. Görüşme öncesinde belirlenen bir dizi soru ve/veya konu başlığı araştırmacıya rehberlik yapmaktadır. Bu teknikte, önceden planlanan soru ve konular görüşmenin seyrine göre kısmen değişebilir veya daha ayrıntılı şekilde işlenebilir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 187, Daymon ve Holloway, 2010: 225).

Bu çalışmada veriler, hem derinlemesine görüşme hem de yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılarak toplanmıştır. Öncelikle alanyazın taranarak konu hakkında temel bilgiler gözden geçirilmiş; ardından İstanbul ilindeki vakıf üniversitelerinde öğrenim gören beş uluslararası öğrenci ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerden elde edilen bulgular ve alanyazında kullanılan bazı görüşme formlarından (Bodycott, 2009; Lee, 2008) faydalanılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme soruları hazırlanırken görüşme formu dışında soruya yer verilmemiştir. Ancak bazı görüşmelerde ilgili soru ve konular daha ayrıntılı şekilde işlenmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formu, iki bölüm olarak tasarlanmıştır. İlk bölümde katılımcıları tanıtan genel bilgilere, ikinci bölümde ise görüşme sorularına yer

verilmiştir. İngilizce ve Türkçe olarak hazırlanan görüşme formunun oluşturulması sürecinde nitel araştırma yöntemleri konusunda uzman olan akademisyenlerden destek alınmıştır. Ayrıca bazı sorular tez izleme süreci üyelerinin rehberliğinde görüşme formundan çıkarılmıştır. Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanan görüşme formları EK-1 ve EK-2’de sunulmuştur.

2.3.3. Veri Toplama Süreci

Görüşmelerin tamamı bizzat araştırmacı tarafından, 05.08.2019 ile 26.02.2020 tarihleri arasında, İstanbul ilinde, genellikle katılımcıların öğrenim gördüğü üniversite kampüslerinde, küçük bir kısmı da kampüs dışındaki kafeterya gibi alanlarda olmak üzere yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeye başlamadan önce görüşmenin amacı, kapsamı ve gizlilik konularında bilgi verilmiş, ses kayıt cihazı kullanılması için izin istenmiştir. Ses kaydı alınmasına izin vermeyen bir katılımcının cevapları ise elle yazmak suretiyle kayıt altına alınmıştır. 19 katılımcı ile birebir, kalan 8 katılımcı ile ise ikişerli gruplar halinde görüşülmüştür. Görüşmeler ortalama 60-70 dakika sürmüştür. 23 katılımcı İngilizce, 4 katılımcı Türkçe konuşmayı tercih etmiştir. Ses kayıtları, görüşmelerin yapıldığı gün veya takip eden gün içerisinde bizzat araştırmacı tarafından en az ikişer kez dinlenmiş, konuşma dökümleri Türkçeye çevrilerek yazılı hale getirilmiştir. Ham veri niteliği taşıyan ve 86 sayfadan oluşan görüşme kayıtları saklanmaktadır.

2.3.4. Veri Analiz Stratejisinin Seçimi

Katılımcılardan elde edilen verilerin analizinde, betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri beraber kullanılmıştır. Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguları okuyucuya yorumlayarak sunmaktır. Bu amaçla, sorulara verilen cevaplar önce açık şekilde betimlenmekte sonrasında bu betimlemeler açıklanarak yorumlanmakta, neden-sonuç ilişkileri irdelenmekte ve birtakım sonuçlara ulaşılmaktadır. Betimsel analizde doğrudan alıntılara sıkça başvurulmaktadır. Araştırmacı, elde edilen cevaplara göre temalar oluşturabilmekte, bunun sonucunda çıkarım ve yorumlama yapabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 253).

Diğer yöntem olan içerik analizi, kavram ve temaları, tespit etmek amacıyla içerisinde veri barındırabilen bir materyalin ayrıntılı şekilde incelenmesi ve yorumlanmasıdır. Bu yöntem, mülakatlarda, görsel ve yazılı unsurların analizinde kullanılabilir (Berg ve Lune, 2015). Bu yaklaşımda amaç, elde edilen verileri izah edebilecek kavram ve ilişkilere ulaşmaktır. Betimsel analizde özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analiziyle daha derin bir işleme tabi tutulmaktadır. İçerik analiziyle verilerin içerisinde saklanabilen ancak araştırma açısından önemli olabilecek detaylar ortaya çıkarılabilir. Ayrıca, okuyucuların bulguları daha kolay kavrayabilmesi için birbirine benzeyen veriler, belirli kavram ve başlıklar altında sunularak yorumlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259).

İçerik analizi sürecinde birtakım aşamalar izlenmektedir. İlk aşama, verilerin kodlanmasıdır. Kodlamada kullanılan kavramlar, alanyazından veya bizzat toplanan verilerin içerisinden teşkil edilebilir. Araştırmacı, veriler arasında saptadığı bir bölümü kodlarken o bölümü en iyi yansıtabilecek kavramı bulmaya çalışır. Önemli olan kodlanan kavramın verileri en etkili biçimde yansıtabilmesidir. Strauss ve Corbin (1990), üç tür kodlamadan söz etmektedir: önceden belirlenmiş kavramlara göre kodlama, toplanan veriler sonrasında kodlama ve iki yöntemin beraber kullanıldığı genel bir çerçeve içerisinde yapılan kodlama. İkinci aşamada kodlardan yola çıkarak verileri genel düzeyde açıklayabilen ve kodları belli bir başlık altında toplayabilen temalar bulunur. Bu işlem, tematik kodlama olarak adlandırılabilir. Tematik kodlama aşamasını, ortaya çıkan kodlara ve temalara göre verilerin düzenlenmesi takip eder. Bu aşamada, verilerin sade bir dille tasvir edilerek açıklanması oldukça önemlidir. Son olarak ayrıntılı şekilde açıklanan veriler araştırmacı tarafından yorumlanarak bazı çıkarımlarda bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek: 2013).

Bu çalışmada da içerik analizi yaklaşımında izlenmesi gereken aşamalara büyük ölçüde uyulmuş, elde edilen verilerin analizi neticesinde temalar belirlenmiştir. Temalar altındaki konuları yalın şekilde anlatan kavram ve ifadelerin, ne sıklıkla kullanıldığına ilişkin tablolar hazırlanmıştır.

2.3.5. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

“Geçerlik” ve “güvenirlik” kavramları, bilimsel araştırma sonuçlarının inandırıcılığına ilişkin olarak kullanılan en yaygın ölçütlerdendir. Genel anlamda “geçerlik” araştırma sonuçlarının doğruluğu, “güvenirlik” ise tekrar edilebilirliği ile ilgilidir (LeCompte ve Goetz, 1982). Çalışma, nitel bir araştırma olduğundan geçerlik ve güvenilirliği, nitel araştırmanın esaslarına uygun şekilde aşağıda açıklandığı şekilde sağlanmıştır.

2.3.5.1. Geçerlik

Geçerlik kapsamında, nicel araştırmalarda amaçlanan olgunun doğru ölçülmesi, nitel araştırmalarda ise konunun olduğu biçimiyle ve olabildiğince tarafsız bir şekilde gözlenmesi hedeflenmektedir. Araştırmacılar, nicel araştırmalarda geçerlik ile mukayese edildiğinde güvenilirlik üzerinde daha fazla çaba göstermektedir (Kirk ve Miller, 1986).

Nitel araştırmalarda geçerlik konusu, güvenilirlik konusuna nazaran daha önceliklidir. Nitel bir araştırmada toplanan bilgiler geçerli ise bu durum güvenilirliği de etkilemektedir. Aynı türden başka bir araştırmada, aynı olmasa bile benzer bilgileri elde etme olasılığı oldukça yüksektir. Nitel araştırmalar, doğası gereği araştırmacıya geçerlik ölçütünü sağlama fırsatları sunmaktadır. Bunlardan bazıları şöyle sıralanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013):

- Araştırmacının esnek olması, gerekli gördüğünde yeni stratejilere başvurabilmesi ve görüşme sorularını güncelleyebilmesi, geçerlik konusunda önemli kazanımlardır.
- Araştırmacının araştırma alanına yakınlığı, bizzat kendisinin derinlemesine görüşmelerle ayrıntılı bilgi temin edebilmesi ve elde edilen bulguların teyidi için alana geri giderek ek bilgiler toplayabilmesi, geçerliği oluşturan önemli özelliklerdendir.
- Araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması ve verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi de nitel araştırmalarda geçerliğin önemli ölçütleri arasında yer almaktadır. Görüşülen kişilerin değerlendirmelerini doğrudan aktarmak suretiyle sonuçları açıklamak oldukça önemlidir.
- Genelleme, nitel araştırmanın zayıf olduğu yönlerden bir tanesidir. Nicel araştırmalarda genelleme doğrudan yapılmakta, ilke ve kurallar daha net bir

şekilde sunulabilmektedir. Nitel araştırmalarda ise genelleme, dolaylı yöntemlerle ve oldukça sınırlı şekilde yapılabilmekte, deneyimler ve örnekler ortaya koyulmaktadır. Ancak bunun için de örneklemin mümkün olduğunca çeşitli olması ve bulguların benzer ortamlarda rahatlıkla test edilebilmesi gerekmektedir.

- Nitel araştırmada, yöntem konusunda uzmanlaşmış kişilerden destek alınabilir. Bu desteği veren uzmanlar, araştırma deseninden toplanan verilere, verilerin analizinden sonuçların yazımına kadar olan süreçlere eleştirel gözle bakar ve araştırmacıya geri bildirimde bulunabilir.

2.3.5.2. Güvenirlik

Her araştırmacının olayları algılama ve yorumlama biçimi farklı olacağından nitel araştırmalarda güvenirlik konusu nicel araştırmalardan farklı şekilde ele alınmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 293). Nicel araştırmalarda güvenirliğin test edilmesi ve saptanması amaçlanırken nitel araştırmalarda, kullanılan strateji ve izlenen süreçlerin belirgin hale getirilerek diğer araştırmacılara rehber olacak önlemler alınması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda alınabilecek önlemlerden bir kısmı şöyle sıralanabilir (LeCompte ve Goetz, 1982; Miles ve Huberman, 1994):

- Dış güvenirliliği sağlamak üzere araştırmacı, öncelikle kendi konumunu araştırma sürecinde açık şekilde tanımlayabilir. Bu sayede diğer araştırmacılar, ne tür roller üstlenmesi gerektiğini değerlendirebilir.
- Veri kaynağı olan bireyler, açık bir şekilde tanımlanabilir. Böylece, müteakip araştırmacılar, örneklem oluştururken bu tanımlamaları dikkate alabilir. Ancak bu noktada kişisel verilerin korunması ilkesine uyulması gerekmektedir.
- Veri toplama ve analiz sürecinin ayrıntılı olarak açıklanması oldukça önemlidir. Görüşmelerin yapılma şekli, verilerin kaydedilmesi, dokümanların analizi ve bulguların raporlanması gibi yönetime ilişkin adımlarda yapılacak açıklamalar, gelecekte benzer konularda çalışacak araştırmacılara yardımcı olabilir.
- Araştırmanın ham verileri, başkaları tarafından incelenebilecek şekilde saklanabilir.

- Görüldüğü üzere güvenilirlik konusunda alınacak en önemli önlem; gerek temel aşamalar, gerekse araştırmacının konumu ve yaklaşımı hususunda ayrıntılı ve açık bilgi vermektir. Araştırmacı, sürecin tarafsız ilerlediğine ve sonucun kendi tercihleri doğrultusunda oluşmadığına okuyucuyu ikna etmesi gerekir.

Mevcut araştırmada geçerlik ve güvenilirliği güvence altına almak amacıyla alınmış olan önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- Araştırma soruları belirgin şekilde ifade edilmiştir.
- Araştırmacının konumu açık biçimde tanımlanmıştır. Veri toplama süreci sadece araştırmacı vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir.
- Veriler, araştırma sorularına cevap verecek ayrıntıda ve amaca uygun biçimde toplanmıştır.
- Görüşme formunun hazırlanması sürecinde ve görüşmeler esnasında esnek bir yaklaşım sergilenmiştir. Görüşmeler, derinlemesine ve yüzyüze gerçekleştirilmiştir.
- Görüşme kayıtları ham şekilde saklanmaktadır. Bu sayede teyit mekanizmaları çalıştırılabilmektedir.
- Değerlendirme ve sonuç aşamasına temel oluşturması için görüşmecilerden elde edilen verilerin bir kısmı doğrudan sunulmuştur.
- Nitel araştırma yöntemleri konusunda uzman olan akademisyenlerden destek alınmıştır. Uzman eleştiri ve önerileri, özellikle görüşme formunun hazırlanması ve veri analizi süreçlerinde araştırmaya çok önemli katkılar sağlamıştır.

2.3.6. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Bu araştırmanın varsayımları aşağıdaki gibidir:

- Araştırma kapsamında katılımcıların görüşme formundaki sorulara doğru cevap verdiği ve değerlendirmelerinde samimi olduğu varsayılmaktadır.
- Katılımcıların araştırmanın amacına uygun olarak seçildiği varsayılmaktadır.
- Veri toplama aracının araştırmanın amacına uygun olarak geliştirildiği varsayılmaktadır.

Bu araştırma;

- Seçilen katılımcı grubuyla,
- Katılımcıların vermiş olduğu cevap ve değerlendirmelerle,
- Veri analizinde kullanılan yöntemlerle,
- Araştırmanın yapıldığı zaman dilimiyle sınırlıdır.

2.4. Katılımcı Grubun Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında İstanbul ilindeki vakıf üniversitelerinde öğrenim gören 27 uluslararası öğrenci ile görüşülmüştür. Katılımcılara ilişkin tanıtıcı bilgiler, Tablo 7’de sunulmuştur:

Tablo 7: Görüşmeye Katılan Uluslararası Öğrencilerin Dağılımı

Sıra No	Cinsiyet	Yaş	Ülke	Ünv.	Bölüm	Sınıfı	Yıllık Öğrenim Ücreti	Aylık Ortalama Harcama Miktarı
1	Erkek	23	Afganistan	A	Uluslararası İlişkiler (İng)	3	5.500 \$	3.500 TL
2	Erkek	21	Suriye	B	Mimarlık (İng)	3	3.400 \$	3.800 TL
3	Kadın	19	Suriye	B	Mimarlık (İng)	2	3.570 \$	2.700 TL
4	Erkek	21	Lübnan	B	Mimarlık (İng)	3	3.000 \$	4.500 TL
5	Kadın	23	Ukrayna	C	Ekonomi (İng)	2	2.000 \$	4.800 TL
6	Erkek	32	S. Arabistan	D	Mimarlık (İng)	3	9.000 \$	5.500 TL
7	Erkek	22	Lübnan	E	Endüstri Müh. (İng)	3	7.900 \$	3.500 TL
8	Erkek	19	İran	E	Endüstri Müh. (İng)	2	7.900 \$	3.400 TL
9	Kadın	20	Filistin	E	Halkla İlişkiler (İng)	2	5.500 \$	3.000 TL
10	Kadın	20	Özbekistan	E	İşletme Yön. (İng)	3	7.900 \$	2.500 TL
11	Kadın	20	Almanya	E	Psikoloji (İng)	2	7.900 \$	3.000 TL
12	Erkek	19	İngiltere	E	Enerji Sis. Müh. (İng.)	2	7.900 \$	1.200 TL
13	Kadın	27	İran	E	Psikolojik Dan. ve Reh. (İng)	2	6.000 \$	2.500 TL
14	Kadın	19	Tunus	E	Moleküler Biy. ve Gen. (İng)	2	7.900 \$	3.000 TL
15	Erkek	21	Azerbaycan	E	Siyaset Bilimi ve UA İliş. (İng)	3	7.110 \$	2.900 TL
16	Erkek	19	Libya	F	İşletme (İng)	1	7.500 \$	4.500 TL
17	Erkek	25	Irak	G	UA Ticaret ve Finans (İng)	4	4.000 \$	2.300 TL
18	Erkek	26	Etiyopya	G	UA Ticaret ve	4	4.000 \$	1.800 TL

Sıra No	Cinsiyet	Yaş	Ülke	Ünv.	Bölüm	Sınıfı	Yıllık Öğrenim Ücreti	Aylık Ortalama Harcama Miktarı
					Finans(İng)			
19	Kadın	38	Ürdün	H	İç Mimarlık (İng)	1	3.800 \$	7.500 TL
20	Erkek	24	Senegal	I	İşletme (İng)	3	2.200 \$	2.000 TL
21	Kadın	18	Suriye	E	İletişim Tasarımı (İng)	1	5.600 \$	3.500 TL
22	Kadın	20	Fas	E	İletişim Tasarımı (İng)	1	5600 \$	2.500 TL
23	Erkek	19	Filistin	E	Mekatronik Müh. (İng.)	1	7.000 \$	2.500 TL
24	Erkek	21	Ruanda	E	İnşaat Müh. (İng.)	3	7.000 \$	2.800 TL
25	Kadın	22	Pakistan	J	El.-Elektronik Müh. (İng.)	2	3.500 \$	2.500 TL
26	Erkek	28	Mısır	J	İşletme (İng.)	1	6.000 \$	3.200 TL
27	Kadın	32	Dağıstan	J	Halkla İlişkiler ve Rek.(İng.)	1	6.000 \$	2.500 TL

Yukarıdaki tabloda araştırmaya katılan 27 uluslararası öğrenciye ilişkin tanıtıcı bilgiler özetlenmiştir. Buna göre katılımcıların 15'i erkek, 12'si kadın olup yaş ortalaması 22,59'dur. Görüşülenlerin 7'si 19, 4'ü 20, 4'ü 21, 2'si 22, 2'si 23, 2'si 32, diğerleri ise 18, 24, 25, 26, 28 ve 38 yaşındadır. Yaşı en büyük öğrenci 38, en küçük öğrenci 18 yaşındadır.

Katılımcıların ülkelere göre dağılımına bakıldığında 3'ünün Suriye, 2'sinin Lübnan, 2'sinin İran, 2'sinin Filistin, kalan 18'inin ise Afganistan, Ukrayna, Suudi Arabistan, Özbekistan, Almanya, İngiltere, Tunus, Azerbaycan, Libya, Irak, Etiyopya, Ürdün, Senegal, Fas, Ruanda, Pakistan, Mısır, Rusya vatandaşı olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle görüşülenlerin 17'si Asya, 7'si Afrika, 3'ü Avrupa Kıtasında yer alan ülkelerden gelmiştir. Katılımcıların genellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere geldiği gözlemlenmiştir.

Katılımcıların 4'ü mimarlık, 4'ü işletme, 2'si endüstri mühendisliği, 2'si halkla ilişkiler, 2'si uluslararası ticaret, 2'si iletişim tasarımı bölümlerinde kalan 11'i ise uluslararası ilişkiler, ekonomi, psikoloji, psikolojik danışma ve rehberlik, moleküler biyoloji, siyaset bilimi, iç mimarlık, mekatronik mühendisliği, inşaat mühendisliği, elektrik-elektronik mühendisliği bölümlerinde öğrenim görmektedir. Katılımcılar, fen ve sosyal bilimler arasında dengeli olacak şekilde belirlenmiştir. Ayrıca

öğrencilerin 7'si birinci, 9'u ikinci, 9'u üçüncü ve 2'si dördüncü sınıfta öğrenim görmektedir.

Katılımcıların yıllık öğrenim için ödedikleri yıllık ücretlere bakıldığında 7'sinin 7.900 dolar, 2'sinin 4.000 dolar, 2'sinin 5.500 dolar, 2'sinin 5.600 dolar, 2'sinin 6.000 dolar, 2'sinin 7.000 dolar ödediği, ortalama ücretin ise 5.799 dolar olduğu görülmektedir. Türkiye'de aylık harcama miktarlarına bakıldığında ise 5'inin 2.500 TL, 4'ünün 3.000 TL, 3'ünün 3.500 TL, 2'sinin 2.500 TL, kalan 13'ünün ise 1.200, 1.800, 2.000, 2.300, 2.700, 2.800, 2.900, 3.200, 3.400, 3.800, 4.800, 5.500, 7.500 TL harcadığı, aylık ortalama harcama miktarının 3.255 TL olduğu görülmektedir.

2.5. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Bu kısımda, görüşmelerden elde edilen verilerin analizi yapılacaktır. Görüşme formuyla katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda sunulmuştur:

- Yükseköğrenim için neden Türkiye'yi ve özellikle İstanbul'u tercih ettiniz? Açıklar mısınız?
- Öğrenim gördüğünüz üniversiteyi seçmenizde etkili olan faktörler nelerdir? Açıklar mısınız?
- Karar verme sürecinde başvurduğunuz/faydalandığınız bilgi kaynakları (İnternet, sosyal medya platformları, Radyo-TV, eğitim acentesi, fuar, aile-arkadaş tavsiyesi) nelerdir?
- Öğrenime başlamadan önce Türkiye'ye herhangi bir amaçla (Tatil, iş, ziyaret vb.) seyahat ettiniz mi? Bu seyahatin öğrenim için Türkiye'yi seçme sürecinde herhangi bir etkisi oldu mu?
- Üniversiteye giriş ve eğitim süresince varsa yaşadığınız olumlu/olumsuz şeyleri anlatır mısınız?
- Öğrenim sonrasında herhangi bir nedenle (lisansüstü eğitim, iş vb.) Türkiye'de kalmayı düşünüyor musunuz?
- Sizce, uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi tercih etmesi için neler yapılmalıdır?

Katılımcılardan toplanan verilerin analiz sonuçları ve tespit edilen bulgular her bir soruya ilişkin olarak aşağıda özetlenmiştir:

2.5.1. Ülke ve Şehir Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular

Görüşmenin ilk sorusu, “Yükseköğrenim için neden Türkiye’yi ve özellikle İstanbul’u tercih ettiniz? Açıklar mısınız?” şeklindedir. Bu soruyla, uluslararası öğrencilerin yükseköğrenim sürecinde ülke ve şehir seçimini etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Birinci soruya verilen cevaplar genel anlamıyla değerlendirildiğinde; **ailevi nedenler, tavsiyeler ve ülkeler arası benzerlik**, öğrenim için Türkiye ve İstanbul’un seçilmesinde en etkili faktörlerdendir. **Vize kolaylığı, İstanbul ilinin imajı, coğrafi yakınlık ve ulaşım kolaylığı ile öğrenim ücretleri**, ilk üç faktörün ardından gelmektedir. Ülke ve şehir seçiminde etkili olan faktörler, bu faktörlerin ifade edilme sıklığı ve ifade edenlere ilişkin olarak hazırlanan bilgiler Tablo 8’de sunulmuştur:

Tablo 8: Ülke ve Şehir Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Sıklık Tablosu

Ülke ve Şehir Seçiminde Etkili Olan Faktörler	İfade Edilme Sıklığı	İfade Eden Katılımcılar
Ailevi nedenler	10	K1, K6, K12, K15, K19, K20, K22, K23, K25, K27
Tavsiyeler	10	K1, K7, K10, K15, K18, K20, K22, K23, K24, K26
Ülkeler arası benzerlik (Sosyo-Kültürel, Dini)	8	K1, K2, K3, K9, K14, K15, K16, K22
Vize kolaylığı	6	K7, K8, K13, K21, K22, K27
İstanbul ilinin imajı	4	K1, K2, K3, K27
Coğrafi yakınlık	4	K2, K3, K4, K17
Öğrenim ücretleri	3	K4, K7, K8
Ulaşım kolaylığı	2	K17, K25
Türk insanı imajı	1	K1
Yabancı öğrenci sayısı	1	K2
Günlük yaşam maliyetlerinin uygun olması	1	K22
Üniversiteye giriş kolaylığı	1	K11
Tanıtım faaliyetleri	1	K11
Ticari beklentiler	1	K26

Katılımcılardan 10'u ailevi nedenler, 10'u tavsiyeler, 8'i ülkeler arası benzerlik, 6'sı vize kolaylığı, 4'ü İstanbul ilinin imajı, 4'ü coğrafi yakınlık, 3'ü öğrenim ücretleri, 2'si ulaşım kolaylığı gibi faktörlerle ilgili değerlendirmelerde bulunmuştur.

Ailevi nedenleri vurgulayan 10 katılımcının cevaplarının içerikleri irdelendiğinde; ebeveynlerin karar alma sürecinde oldukça etkili olduğu görülmüştür. 6 katılımcı (K1, K12, K15, K20, K22, K23) babasının bu süreçte karar alıcı roller üstlendiğini belirtmiştir:

*“...İstanbul’u aslında **babam seçti**. Babam sadece İstanbul’u değil diğer şehirleri de araştırdı. İstanbul’un her açıdan iyi olduğunu söyledi. Yaşam kalitesi bence de en üst seviyede başka şehirlere göre. Babam Ankara, İzmir ve Bursa’yu da gördü ve araştırdı. Ama İstanbul’u beğendi ve seçti. Çünkü her açıdan İstanbul iyi, yaşam açısından gelişmişlik açısından” (K1)*

*“Babam ilerde Türkiye’den ev almayı düşünüyordu bu yüzden bana Türkiye’deki üniversiteleri araştırmamı söyledi. **Babamın tavsiyesi ile İstanbul’u seçtim**. Babam Türkiye’yi zaten biliyordu” (K12)*

*“**Babam yurtdışında okumamı teşvik etti ve Türkiye’yi önerdi**. Bana kalsa Singapur, Yeni Zelanda, Avustralya veya İskandinav ülkelerini seçerdim. Babam ticaret ve siyasetle uğraşıyor. Türkiye’de iş yapmak istiyordu. Ben de birçok Avrupa ülkesini gezdim. Türkiye’de kendimizi çok rahat hissediyorduk. Bu yüzden İstanbul’u seçtik. En önemli etken ailemdi. Onların tercihini dinlediğim için pişman değilim.” (K15)*

*“Üniversiteyi Senegal dışında okumak istiyordum. Babam iş için Türkiye’ye gelmişti daha önce. Babam tavsiye etti. Güzel bir yer olduğunu söyledi. **Babamın tavsiyesine uyarak burada okumaya karar verdim**” (K20)*

*“Türkiye’yi seçmemdeki **en önemli etken babamdı**. Ben daha önce hiç gelmedim Türkiye’ye. Babam iş için çok geliyordu. Babamın tavsiyesi ile burada üniversite okumaya karar verdim” (K23)*

“...Amcam yılda 10 kez filan İstanbul’a geliyordu. Ben daha önce hiç gelmedim. Amcamın bir arkadaşının oğlu burada okuyormuş. Bunu duyan amcam bu okulu tavsiye etti. Almanya ve ABD’ye de başvurduğum ama babam

ABD'ye göndermek istemedi. Amcamın da tavsiyesi ile İstanbul'u seçtik."
(K22)

Ailevi nedenleri vurgulayan diğer 4 katılımcının (K6, K19, K25, K27) aile bireylerinin eğitimi nedeniyle Türkiye'yi seçtikleri görülmektedir. K6 kardeşinin Samsun ilinde üniversiteye kayıt olmasının kendi tercihini etkilediğini, K25 ablasının başka bir vakıf üniversitesinde yüksek lisans öğrenimi gördüğünü belirtmiştir. K19, kendisinin yanı sıra oğlunun da başka bir vakıf üniversitesine kayıt yaptırdığını, K27 ise küçük çocuklarının eğitimi nedeniyle öncelikle İstanbul'u tercih ettiğini ifade etmiştir. Üç katılımcının (K19, K25 ve K6) kendileri ile beraber birinci dereceden akrabalarının da Türkiye'de yükseköğrenim görmesi dikkat çekicidir.

"İlk defa 2007'de gelmişim Türkiye'ye. 2 hafta boyunca Kapadokya'da yeraltı şehirlerinde bir araştırmaya katılmışım. O zamandan beri Türkiye aklımdaydı. Bir de Norveç'te okumayı düşünüyordum. Bu arada kız kardeşimin de Samsun'da 19 Mayıs üniversitesinde okula başlamasıyla kararımı Türkiye'den yana verdim." **(K6)**

"...Ürdün'de mimari tasarımlar üzerine şirketim var. İç Mimarlık okumak için geldim. Oğlum da başka bir vakıf üniversitesinde öğrenim görüyor." **(K19)**

"...Ablamla beraber geldim. O da başka bir özel üniversitede yüksek lisans okuyor..." **(K25)**

"...Çocuklarımı da getirdim. Onların eğitimi için de burası mantıklıydı. Oturum izniyle geldik. Her sene de iznimizi uzatıyoruz. Okul bitince Dağıstan'a döneceğiz." **(K27)**

Tavsiyelerin etkili olduğunu vurgulayan 10 katılımcı, genellikle yukarıda bahsedildiği gibi babalarının tavsiyesinden etkilenmiştir. 2 katılımcı (K7, K18) Türkiye'de öğrenim gören arkadaşlarından, 2 katılımcı da (K10, K26) İstanbul'da yaşayan aile dostlarından aldığı tavsiyeden söz etmiştir. Diğer öğrencilerden farklı bir tercih nedenine işaret eden Ruanda uyruklu K24, ülke ve şehir seçim sürecinde Ruanda'da yatırım yapan bir Türk şirketinin varlığının etkili olduğu bilgisini şu sözlerle paylaşmaktadır:

“Ruanda’da bir Türk inşaat şirketi var. Çok meşhurlar. Summa inşaat isimli. İlk defa onlardan duyduk. Onlar tavsiye etti İstanbul’da üniversite okumamı.”

(K24)

Katılımcılardan 8’i kendi ülkesi ile Türkiye arasındaki benzerliklerin önemini vurgularken özellikle, kültürel benzerlik, yaşam biçimleri ve inanç özgürlüğünden söz etmiştir. Filistin uyruklu K-9 Türk yapımı dizilerden çok etkilendiğini ve İstanbul’u çok merak ettiğini belirtmiştir. K16, Türkiye’de yemek konusunda çok rahat ettiğini beyan etmiştir. Fas uyruklu K-22 de dini hususları vurgularken başörtülü olmasından dolayı Türkiye’de rahat ettiğini, kıyafet konusunda kimsenin ayrımcılığa maruz kalmadığını ifade etmiştir.

*“Ailemle 2 kez İstanbul’a gelmiştik. Ailem kültürel açıdan burayı çok sevdi. İnsanlarını da çok sevdi. **Türk dizilerini çok seviyorduk. Çok merak ediyorduk. Özellikle İstanbul’u.** Diğer ülkeleri de araştırdım ama İstanbul’a özellikle konsantre oldum.” (K9)*

*“Libya’daki iç savaş nedeniyle yurtdışında okuma kararı almıştık. Lise eğitimini Romanya’da bitirdim. Üniversite için İstanbul’u düşündüm. Daha önce 4 kez tatil için gelmiştik Türkiye’ye. **Kültürel ve dini açıdan rahat olabileceğimiz için İstanbul’u seçtim. Helâl yemek konusunda Romanya’da çok zorlanmıştım**” (K16)*

*“...Kültürel açıdan da Fas’a benziyor. **Başörtülülere karşı olumsuz bir şey yok. Dini konularda hoşgörülü.** Fas’tan gelenlere vize de istenmiyor.” (K22)*

Vize kolaylığı, katılımcılarca sıkça vurgulanan (6 öğrenci) faktörlerden bir diğeridir. Bazı öğrenciler, öncelikli tercihlerinin ABD ve Avrupa ülkeleri olduğunu ancak vize sürecinde yaşanan zorluklardan dolayı Türkiye’ye yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Vize kolaylığının eğitim turizmi açısından Türkiye’ye avantaj sağladığı görülmektedir.

Coğrafi yakınlık ve ulaşım kolaylığı, Türkiye ve İstanbul’un tercih edilmesinde öne çıkan ve birbiriyle ilişkili olan faktörlerdir. Bu husus vurgulayanlar (6 öğrenci) Türkiye’nin kendi ülkelerine yakın olmasından ve yeterli miktarda uçak seferi düzenlenmesinden söz etmiştir.

İstanbul ilinin imajından söz eden 4 öğrenci; şehrin turistik yönü, popülaritesi ve büyüklüğünden etkilendiklerini belirtmiştir. Ayrıca üniversite, bölüm ve yabancı öğrenci sayısının fazlalığı ile yabancı öğrenci profilinin çeşitlilik içermesi, olumlu faktörler olarak paylaşılmıştır.

Öğrenim ücretlerinin uygunluğu ve gündelik yaşam maliyetleri, 4 öğrenci tarafından vurgulanmıştır. Bu öğrenciler, öncelikle ABD ve Avrupa ülkelerini araştırdıklarını ancak öğrenim ücretlerinin ve gündelik yaşam maliyetlerinin çok yüksek olmasından dolayı Türkiye'ye yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Öğrenim ücretleri ve gündelik yaşam maliyetlerinin, eğitim turizmi açısından Türkiye'ye avantaj sağladığı görülmektedir.

Bu veriler hep birlikte değerlendirildiğinde; **katılımcıların genellikle kültürel ve dini yakınlığı göz önüne alarak ailelerinin tavsiye ve etkisiyle Türkiye'de öğrenimi tercih ettikleri; bu tercihte Türkiye'deki öğrenim ücretlerinin düşüklüğünün ve vize kolaylığının da oldukça etkili olduğu sonucuna** ulaşılmaktadır. Ayrıca sadece bir kişinin tanıtım fuarından etkilenerek Türkiye'yi tercih ettiğini belirtmesi, bu alanda büyük bir eksikliğe işaret etmektedir.

Bu doğrultuda, Türkiye'nin yurtdışından öğrenci çekmeye yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde, **öğrenci adaylarının yanı sıra ailelere de hitap edecek şekilde, sosyo-kültürel ve dini benzerlikleri, vize kolaylıklarını ve uygun öğrenim ücretlerini ve İstanbul ilini ya da eğitim kurumunun faaliyet yürüttüğü ilin güzelliklerini ön plana çıkaran mesajlar vermesinin yararlı olacağı** değerlendirilmektedir. Bunun yanında sosyo-kültürel ve dini açıdan Türkiye ile benzerlikleri olan ülkelerin hedef pazar olarak belirlenerek bu ülkelere yönelik daha etkin kampanyalar yürütülebileceği, bu noktada Türk dizilerinin kullanılabileceği, ürün yerleştirme veya doğrudan reklamlar vasıtasıyla yapılacak tanıtımların etkili olabileceği öngörülmektedir.

2.5.2. Üniversite Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular

Görüşmenin 2'nci sorusu ise “Öğrenim gördüğünüz üniversiteyi seçmenizdeki etkili olan faktörler nelerdir? Açıklar mısınız?” şeklindedir. Bu soruyla uluslararası öğrencilerin yükseköğrenime katılma sürecinde üniversite seçimini etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

2'nci soruya verilen cevaplar genel anlamıyla değerlendirildiğinde, **arkadaş tavsiyeleri ve üniversitenin lokasyonunun** üniversite seçim sürecinde en etkili faktörlerin başında gelmektedir. Bu faktörleri sırasıyla **öğrenim görülmek istenen bölüme ilgili değerlendirmeler, öğrenim ücretleri, eğitim dili, lisansüstü eğitim olanakları, internet ve sosyal medya, burs ve indirim olanakları, yabancı öğrenci sayısı ve akademik kadro** izlemektedir. Üniversite seçiminde etkili olan faktörler, bu faktörlerin ifade edilme sıklığı ve ifade edenlere ilişkin olarak hazırlanan bilgiler Tablo 9'da sunulmuştur:

Tablo 9: Üniversite Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Sıklık Tablosu

Üniversite Seçiminde Etkili Olan Faktörler	İfade Edilme Sıklığı	İfade Eden Katılımcılar
Arkadaş tavsiyesi	13	K1, K6, K7, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K21, K25, K26, K27
Lokasyon	9	K5, K9, K13, K14, K19, K20, K22, K23, K26
Öğrenim görülmek istenen bölüm etkisi	6	K3, K11, K12, K13, K15, K19
Öğrenim ücretlerinin uygunluğu	6	K4, K7, K8, K18, K19, K20
Eğitim dili	6	K3, K6, K11, K12, K22, K24
Lisansüstü eğitim olanakları	4	K11, K15, K16, K17
İnternet ve sosyal medyanın etkisi	4	K2, K9, K14, K23
Burs ve indirim olanakları	4	K2, K3, K5, K25
Yabancı öğrenci sayısı	4	K4, K13, K21, K22
Akademik kadro	3	K12, K15, K26
Başvuru sürecinin kolaylığı	3	K13, K14, K18
Yabancı öğrenci çeşitliliği	2	K4, K21
Çift ana dal ve yan dal olanakları	2	K5, K11
Tamamı tavsiyesi	2	K2, K10
Üniversite sıralama ve derecelendirmelerinin etkisi	2	K9, K12
Üniversiteye ulaşım olanakları	1	K13
Eğitim fuarları	1	K11

Katılımcılardan 13'ü arkadaş tavsiyesi, 9'u lokasyon, 6'sı öğrenim görülmek istenen bölüm, 6'sı öğrenim ücretleri, 6'sı eğitim dili, 4'ü lisansüstü eğitim olanakları, 4'ü internet ve sosyal medya, 4'ü burs ve indirim olanakları, 4'ü yabancı öğrenci sayısı, 3'ü akademik kadro gibi faktörlerle ilgili değerlendirmelerde bulunmuştur. Ayrıca 2'ser kez başvuru sürecinin kolaylığı, yabancı öğrenci çeşitliliği, çift ana dal ve yan dal olanakları ile üniversite sıralama ve derecelendirmelerinin etkisi faktörleri katılımcılarca dile getirilmiştir.

Arkadaş ve tanıdık tavsiyelerini vurgulayan 15 katılımcının cevapları irdelendiğinde, **üniversite belirleme sürecinde Türkiye'de öğrenim gören veya yaşayan diğer arkadaşlarından ya da aile yakınlarından bilgi toplandığı ve onların tavsiyelerinin oldukça etkili olduğu** bulgulanmıştır. Öğrencilerin neredeyse tamamı, soydaşlarının tavsiyelerinden etkilenmişlerdir. Vatandaşı oldukları ülkenin dışında başka ülke vatandaşlarından tavsiye olarak üniversite seçen herhangi bir öğrenciye rastlanılmamıştır. Bu çerçevede, üniversite yönetimlerinin, üniversitelerine yerleşen uluslararası öğrenciler arasından birer temsilci seçmesinin ve bu kişileri vize alımı, başvuru, kayıt, dersler, ulaşım, konaklama ve diğer gündelik meseleler konusunda bilgilendirmesinin uluslararası öğrenci sayısının arttırılmasına olumlu katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Yükseköğretim kurumlarının lokasyonunu vurgulayan 9 katılımcının cevapları irdelendiğinde; lokasyonun araştırma ve karar verme sürecinde öncelikle dikkate alınmadığı ancak süreç içerisinde oldukça önemli bir etken hâline geldiği, **öğrencilerin büyük çoğunluğunun kampüsün konumunu oldukça önemseydiği** görüşmeler esnasında gözlemlenmiştir. Birden fazla üniversiteden kabul alan öğrencilerin bir kısmının (K5, K9, K13, K19, K20, K23) bu aşamada, kampüsün konumunu ve etrafındaki yerleşim birimlerini dikkate aldıkları bulgulanmıştır.

“...Babamın kiraladığı ev Bostancı'da olduğu için eve de yakın bir okul olmasını istedik.” (K5)

“İstanbul'da 8 tane daha üniversiteyi araştırdım. Uluslararası üniversite sıralamalarını kontrol ettim. Birçok açıdan yapılmış sıralamalarda yer aldığımı görünce şimdiki okulumu seçtim. Sosyal medyada öğrenciler arasında da

oldukça popüler olduğunu gördüm. Ama özellikle konumunu çok sevdim.” (K9)

“Bu okulda İşletme okuyan Afgan bir arkadaşım da tavsiye etmişti. Özellikle ulaşım imkânları, lokasyon ve yabancı öğrenci sayısının çok olmasından söz etmişti. Bu yüzden bu okulu seçtim.” (K13)

“...Üniversitenin konumunu beğendim. Oturduğumuz eve yakın....” (K19)

“Babam burada kendi ülkemizden bir gençle tanışmış. Üniversite öğrencisi. O üç tane üniversiteyi önermiş babama. B....., A.... ve G.... Üniversiteleri. Fiyat ve konum olarak burası daha mantıklı geldiği için burayı seçti babam”(K20)

“İki tane üniversiteye başvurmuştum. İkisinden de kabul aldım ama sosyal medyadaki yorumları okuyunca ve okulun yerini görünce şimdiki okulumu seçtim.” (K23)

Öğrenim görülmek istenilen bölümün o üniversitede bulunması, üniversite tercihinde önemli bir faktör olarak belirmiş, 6 öğrenci, bölümle ilgili değerlendirmelerinin tercih sürecindeki en önemli faktör olduğunu vurgulamıştır. Bazı öğrenciler (K11, K12, K13 ve K15) öğrenim görecekleri bölümü belirledikten sonra farklı üniversitelerin o bölüme yönelik sunduğu imkânları (akademisyenlerin niteliği, çalışmalarını, laboratuvar ve lisansüstü öğrenim olanaklarını, yan dal ve çift ana dal seçenekleri vb.) araştırdıklarını ve bu unsurların genel bir değerlendirmesini yaptıktan sonra nihâi kararlarını verdiklerini belirtmişlerdir.

“İngilizce Psikoloji bölümü olan bir yerde okumak istiyordum. Bölümümüze ait çok güzel laboratuvarlar var. Ayrıca üniversitede psikolojiyle ilgili 2 ayrı yüksek lisans programı olduğunu öğrendim. Sosyal Psikoloji yan dal imkânı da var. Bölüme önem verildiğini hissettim. Bu yüzden üniversitemi ve bu bölümü seçtim. Başka okulları hiç araştırmadım” (K11)

“Okumak istediğim enerji sistemleri mühendisliği bölümünün İngilizce programının da var olması sonucunda kesin kararımı verdim. Bölümdeki akademisyenlerin çoğunun yabancı ülkelerde eğitim alması ve yabancı hocaların olması da önemliydi benim için.”(K12)

“İstanbul'daki 4 farklı üniversiteye başvurmuştum. Başvuru sürecinde şimdiki okulumda birçok kurs ve sertifika programının olduğunu gördüm. Bu programlarla ilgili bazı akademisyenlere mail yolladım. Akademisyenler çok açıklayıcı bilgiler verdiler. Bu okulda İşletme okuyan bir arkadaşım da tavsiye etmişti. Özellikle ulaşım imkânları, lokasyon ve yabancı öğrenci sayısının çok olmasından söz etmişti. Bu yüzden bu okulu seçtim” (K13)

“Benim için en önemli şey Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Bölümü çok kaliteli olan bir üniversitede okumaktı. İstanbul'da yaşayan Azeri arkadaşlarım birkaç tane üniversiteyi tavsiye etti. Hepsini araştırdım. Özellikle akademik kadrosunda yer alan akademisyenleri internetten araştırdı. Çok tanınan ve prestijli hocalar olduğunu görünce şimdiki okulumu seçtim. Kendi bölümümdeki hocaların uluslararası tecrübelerinin olup olmaması çok önemliydi benim için. Yüksek lisans ve doktora programları da var burada. Doğru tercih yaptığımı düşünüyorum” (K15)

Üniversite tercihiinde etkili olan **bir diğer önemli husus, öğrenim ücretleridir**. 6 öğrenci öğrenim ücretlerinin uygun olduğunu ifade ederken, birden fazla üniversiteden kabul alan 4 öğrenci (K4, K8, K18, K20) bu aşamada, öğrenim ücreti daha düşük olan üniversiteye yöneldiğini vurgulamıştır.

*“K., S..... ve A..... Üniversitelerine de başvurduğum. K.. Üniversitesi hariç hepsi beni kabul etti. Ancak **öğrenim ücreti en ucuz olan üniversiteyi seçtim**. Maddi nedenlerden dolayı şimdiki okulumu seçtim.” (K8)*

*“İstanbul'da yaşayan Etiyopya'lı bir arkadaşım G.... Üniversitesi, İstanbul A.... Üniversitesi ve İstanbul T..... Üniversitesini tavsiye etti. Ben internetten 3 üniversiteyi de araştırdım, **fiyatları kıyasladım**. En mantıklı seçenek G.... Üniversitesiydi” (K18)*

Öğrenim görülecek programın dilinin İngilizce olması, üniversite tercihiinde öne çıkan bir diğer önemli kriterdir. Her ne kadar görüşülenlerden sadece 6'sı öğrenim dilinin İngilizce olmasını tercih nedeni olarak göstermişse de öğrencilerin tamamının İngilizce programlarda öğrenim görüyor olması oldukça dikkat çekicidir. Bu durumun, görüşülenlerin program dilinin İngilizce olmasını, zorunlu koşul kabul etmeleri ile ilgili olabileceği; bu nedenle de ayrıca ifade etmeye gerek duymamalarından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Üniversite tercihinde **internet ve sosyal medya platformlarında edinilen bilgilerin** etkili olduğunu ifade eden öğrenci sayısı 4'tür. Söz konusu öğrenciler, üniversite tercihleri sırasında internet üzerinden araştırmalar yaptıklarını, muhtemel üniversitelerle ilgili çıkan haberleri ve çeşitli mecralardaki yorumları okuduklarını hatta bu üniversitelere e-posta vb. yollarla ulaşıp bilgi almaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. **Üniversite yönetimlerinin, yabancı öğrencilere ulaşmak için kurumun resmi web sitesi ile sosyal medya hesaplarını daha etkili şekilde kullanmasının ve iyi seviyede yabancı dil bilen profesyonel bir ekiple hareket etmesinin yararlı olacağı,** değerlendirilmektedir.

Görüşmeler sırasında, **üniversitelerin resmi web sitelerinin, tercih sürecinde araştırma yapan uluslararası öğrenciler için çok kullanışlı olmadığı** yönünde eleştiriler alınmıştır. Ayrıca, öğrencilerin üniversiteye uzaktan başvuru konusu başta olmak üzere bazı on-line işlemlerle ilgili memnuniyetsizlikler gözlemlenmiştir. Görüşülenler (K13, K14, K18) genellikle başvuru işlemleri için karmaşık ve zor bir yazılıma sahip olan üniversiteler yerine **kısa sürede ve kolayca başvuru sistemine sahip üniversiteleri tercih ettiklerini** ifade etmişlerdir.

Lisansüstü programların mevcudiyeti, öğretim üyelerinin niteliği, uluslararası öğrenci çeşitliliği, çift ana dal ve/veya yan dal olanaklarının bulunması üniversite tercihinde etkili olan diğer faktörlerdir. Ayrıca uluslararası derecelendirme kuruluşları tarafından çeşitli kriterler gözetilerek yapılan sıralamaların üniversite tercihinde önemli olduğu, özellikle başarılı öğrencilerin bu kritere özen gösterdikleri belirlenmiştir.

2.5.3. Karar Verme Sürecinde Başvurulan Bilgi Kaynaklarına İlişkin Bulgular

Görüşmenin 3'üncü sorusu "*Karar verme sürecinde başvurduğunuz ve/veya faydalandığınız bilgi kaynakları (İnternet, sosyal medya platformları, Radyo-TV, eğitim acentesi, fuar, aile-arkadaş tavsiyesi) nelerdir?*" şeklindedir. Bu soruyla, uluslararası öğrencilerin destinasyon (ülke/şehir) ve okul/bölüm seçim sürecinde sıklıkla başvurduğu/faydalandığı araçların ortaya çıkarılması ve kimlerden etkilendiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Üçüncü soruya verilen cevaplar genel anlamıyla değerlendirildiğinde, katılımcıların tercih sürecinde öne çıkan bilgi kaynaklarının **internet ve sosyal medya ile arkadaşlar olduğu; bu ikiliyi yakın çevrelerinin (Ebeveyn, aile ve akraba)** izlediği bulgulanmıştır. Karar verme sürecinde başvurulan bilgi kaynaklarının ifade edilme sıklığı ve ifade edenlere ilişkin olarak hazırlanan bilgiler Tablo 10’da sunulmuştur:

Tablo 10: Karar Verme Sürecinde Başvurulan Bilgi Kaynaklarına İlişkin Sıklık Tablosu

Karar Verme Sürecinde Başvurulan/Faydalanılan Bilgi Kaynakları	İfade Edilme Sıklığı	İfade Eden Katılımcılar
İnternet ve sosyal medya	16	K1, K2, K4, K6, K9, K12, K13, K14, K15, K18, K19, K21, K23, K24, K25, K27
Arkadaş tavsiyesi	15	K7, K8, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K21, K22, K24, K25, K26, K27
Tanıdık/Akraba tavsiyesi	6	K2, K3, K5, K7, K10, K19
Ebeveyn tavsiyesi	4	K1, K15, K20, K22
Üniversitelerin kurumsal web siteleri	4	K6, K7, K12, K15
Eğitim acentesi	1	K7
Eğitim fuarı	1	K11
Uluslararası derecelendirme kuruluşları	1	K9
Üniversitenin iletişim kaynakları (Telefon, e-posta vb.)	1	K13

Katılımcıların 16’sı karar verme sürecinde internet ya da sosyal medya araştırması, 4’ü üniversitelerin kurumsal web siteleri, 15’i arkadaş tavsiyesi, 6’sı tanıdık/akraba tavsiyesi, 4’ü ebeveyn tavsiyesi, 2’si de eğitim acentesi ve fuarlarından faydalandığını belirtmiştir.

Bu veriler, öğrencilerin **yakın çevresindeki (Aile, arkadaş, tanıdık, akraba) insanlardan aldıkları enformasyona** büyük güven duyduklarını göstermektedir. Tavsiyesine başvurulanların 15’i arkadaş, 10’u akraba ya da aile yakınıdır. Öğrenciler, üniversite tercihi için bilgi toplamaya başladıklarında ya konuyu ailelerine açmakta ya da arkadaşları ile iletişime geçerek karar verme sürecinde onlardan yardım almaktadır. Arkadaş tavsiyesi, ülke ve şehir seçiminde de etkili bir faktördür; ancak üniversite ve bölüm seçiminde daha etkili bir faktör olarak ön plana çıkmıştır.

Arkadaş ve akraba/aile yakını tavsiyesinden sonra öğrencilerin en fazla başvurduğu bilgi kaynağının, **internet ve sosyal medya platformları** olduğu görülmektedir. 16 öğrenci, internet ve sosyal medya mecralarından bilgi edindiğini belirtmiştir. Katılımcılar, tercihe ilişkin araştırmalarının farklı aşamalarında, web sitelerinden faydalandıklarını, Türkiye'nin yanı sıra diğer ülkelerle ilgili bilgi topladıklarını, yükseköğretim kurumlarının sosyal medya hesaplarını incelediklerini ve bu hesaplarda paylaşılmış yorumları okuduklarını ifade etmiştir. 4 öğrenci (K6, K7, K12, K15) üniversitelerin kurumsal web sitelerini incelediğini ve ihtiyaç duyduğu bilgilere erişebildiği üniversiteleri tercih ederek o kurumlara yerleştiğini beyan etmiştir.

*“Çoğunlukla **internetten ve sosyal medya hesaplarından araştırdım. Buradaki yorumların hepsini okumaya çalıştım. Çok farklı ülkelerden öğrencilerin paylaşımlarını inceledim**” (K4)*

*“Özellikle **internetten araştırma yaptım. Üniversitelerin çeşitli açılardan derecelendirildiği uluslararası sıralamaları internetten inceledi. Sosyal medyadaki paylaşımları okudum**” (K9)*

*“Arkadaşlarımın tavsiyesi sonrasında **internet ve sosyal medyada okulla ilgili yorumları okudum**” (K14)*

*“...**İnternette de çok araştırdım. B... Üniversitesinin web sitesi de oldukça bilgilendiriciydi.**” (K6)*

*“Arkadaşımın tavsiyesinden sonra **internetten araştırdım. Okulu web sitesinden online başvuru yaptım. Başvuru çok kolaydı...**” (K7)*

*“Arkadaşlarımın tavsiyesine ve internete başvurduğum. Özellikle **okulun web sitesini inceledim. Bölümüm ve akademisyenlerle ilgili araştırma yaptım**” (K12)*

*“...**Okulun web sayfasına baktım. Özellikle bölümü tanıtan bilgiler oldukça açıklayıcıydı.**” (K15)*

Katılımcılardan ikisi, üniversite belirlerlerken **eğitim acentesi ve eğitim fuarlarından** aldığı bilgilerin etkili olduğunu ifade etmiştir. Bunlardan birisi eğitim fuarına katılmış, diğeri ise eğitim acentesi ile iletişime geçerek öğrenim görmeyi

planladığı üniversite hakkında bilgi toplamıştır. Halbuki, eğitim fuarları ve acenteleri uluslararası öğrencilere ulaşabilmek için etkili mecralardır. Bu durum, Türkiye’deki üniversitelerin eğitim fuarları ve acentelerinden yeterince yararlanamadığını göstermektedir.

Üniversitenin iletişim kaynakları (Telefon, e-posta vb.) vasıtasıyla bilgi edinmeye çalıştığını ifade eden sadece bir katılımcının (K13) olması ve onun da bu süreci aşağıdaki sözleriyle örneklendirmesi dikkat çekicidir.

“Burada okuyan Afgan arkadaşım tavsiye etti. Ben de internetten çok araştırdım. Diğer başvurduğum okulları da araştırdım. Diğer okullara yolladığım e-postalara cevap alamadım. Ama şimdiki okuluma ilgili talep ettiğim her konuda cevap aldım.” (K13)

2.5.4. Öğrenim Öncesinde Yapılan Seyahatlerin Etkisine İlişkin Bulgular

Görüşmenin 4’üncü sorusu “*Öğrenime başlamadan önce Türkiye’ye herhangi bir amaçla (Tatil, iş, ziyaret vb.) seyahat ettiniz mi? Bu seyahatin öğrenim için Türkiye’yi seçme sürecinde herhangi bir etkisi oldu mu?*” şeklindedir. Bu soruyla, uluslararası öğrencilerin öğrenim öncesindeki olası ziyaretlerinin eğitim süreci üzerinde herhangi bir etkisi olup olmadığı hakkında fikir edinilmesi amaçlanmıştır.

Cevapların değerlendirilmesi sonucunda 27 öğrenciden 18’inin yükseköğrenim öncesinde Türkiye’ye ziyarette bulunduğu, 9’unun bulunmadığı tespit edilmiştir. Ziyaretlerin çoğunlukla tatil amacıyla yapıldığı, sadece K5’in hem iş hem de tatil amacıyla ülkemize geldiği, 3 katılımcının sadece bir kez diğer 15 katılımcının ise birden fazla sayıda ziyaret gerçekleştirdiği görülmüştür. Öğrencilerin neredeyse tamamı, bu ziyaretlerin yükseköğrenim sürecinde Türkiye’yi seçme kararını olumlu etkilediğini vurgulamakta, sadece K8 ziyaretlerinin üniversite seçim sürecini herhangi bir şekilde etkilemediğini ifade etmiştir.

Türkiye’yi ziyaret etmeyen 9 öğrenciden 8’i birinci dereceden akrabalarının ve/veya yakın arkadaşlarının Türkiye’yi ziyaret ettiğini beyan etmiştir. Katılımcılar, kendileri şahsen bilgi sahibi olmasa dâhi yakınları vasıtasıyla Türkiye hakkında bilgi edindiklerini ve bu bilgilerin tercihlerini olumlu etkilediğini vurgulamıştır. Bu

cevaplardan, Türkiye’deki üniversitelerin uluslararası öğrenci kazanmak için yeterli çabayı gösteremediği sonucu çıkarılabilir. Üniversitelerin öğrencilere ulaşması gerekirken öğrencilerin yakın çevresi (akraba, tanıdık ve arkadaşları) aracılığıyla üniversiteleri bulması dikkat çekicidir.

2.5.5. Üniversiteye Giriş ve Eğitim Süresince Yaşananlara İlişkin Bulgular

Görüşmenin 5’inci sorusu “Üniversiteye giriş ve eğitim süresince varsa yaşadığınız olumlu/olumsuz şeyleri anlatır mısınız?” şeklindedir. Bu soruyla, uluslararası öğrencilerin üniversitelere başvuru sürecinden itibaren gözlemlediği ve/veya deneyimlediği olumlu ve olumsuz gelişmelerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Bu soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde, katılımcıların genel anlamıyla Türkiye’den ve hâlen öğrenim gördükleri üniversitelerden memnun oldukları bulgulanmıştır. Olumlu deneyim ve değerlendirmeler, Tablo 11’de sunulmuştur:

Tablo 11: Olumlu Deneyim ve Değerlendirmelere İlişkin Sıklık Tablosu

Olumlu Değerlendirme ve Deneyimler	İfade Edilme Sıklığı	İfade Eden Katılımcılar
Genel memnuniyet	5	K1, K2, K3, K6, K18
Başvuru sürecinin kolaylığı	5	K7, K9, K11, K12, K17
Kent içi ulaşım imkânları	3	K13, K22, K23
Yeme-içme olanakları	3	K21, K22, K24
Öğretim elemanlarıyla iletişim	3	K2, K25, K27
Gündelik yaşam maliyetleri	2	K19, K21
Sağlık sistemi	1	K14
Yabancı öğrenci çeşitliliği	1	K24
Kent güvenliği	1	K22
Barınma olanakları	1	K22
Yabancı öğrenci ofisiyle ilgili deneyimler	1	K5

Tablo ve görüşme içerikleri bir arada değerlendirildiğinde; 5 katılımcı genel olarak bu süreçten memnun olduğunu, 5 katılımcı ise özellikle başvuru sürecinin kolaylığından duyduğu memnuniyeti ifade etmiştir. Üçer katılımcı, İstanbul şehrindeki ulaşım olanaklarından, yeme-içme olanaklarından ve akademisyenlerle kurulan iletişimden memnuniyetini belirtmiştir. 2 katılımcı gündelik yaşam

maliyetlerinin uygun olmasından, birer katılımcı da sağlık sisteminden, yabancı öğrenci çeşitliliğinden, İstanbul'un güvenli olmasından, barınma olanaklarından ve yabancı öğrenci ofisiyle ilgili deneyimlerinden dolayı olumlu görüş bildirmiştir.

Katılımcılar içerisinde Türkiye'de öğrenci olmaktan dolayı genel olarak memnuniyetsizliğini ifade eden bulunmamaktadır. 27 öğrenciden 15'si olumsuz herhangi bir deneyimden bahsetmemiştir. Bununla birlikte kalan 12 öğrenci, olumlu deneyimlerin yanında bazı olumsuz deneyimler de yaşadığını ifade etmiştir. Tablo 12'de açıkça görüldüğü gibi yabancı dil sorunu ve yabancılara yönelik var olduğu ileri sürülen antipati, katılımcıların en önemli olumsuz deneyim alanları olarak ön plana çıkmıştır.

Tablo 12: Olumsuz Deneyim ve Değerlendirmelere İlişkin Sıklık Tablosu

Olumsuz Değerlendirme ve Deneyimler	İfade Edilme Sıklığı	İfade Eden Katılımcılar
Yabancılara duyulan antipati	5	K1, K2, K3, K6, K22
Yabancı dil sorunu	4	K4, K18, K20, K21,
Yerli ve yabancı öğrenciler arasındaki iletişim azlığı	2	K23, K26
Yabancı öğrenci ofisiyle ilgili deneyimler	1	K4
Bürokratik engeller	1	K1

Yabancılara yönelik bir antipatinin var olduğunun dile getirilmesi, Türkiye gibi misafirperverliği ve hoşgörüsü ile bilinen bir ülke için büyük bir eksikliklerdir. Bu konuda olumsuz deneyim sahibi olduğunu belirten 4 öğrenciden 3'ü Arap, 1'i de Afgan kökenlidir ve tamamı yaşadıkları olumsuz deneyimlerin mülteci zannedilmelerinden kaynaklandığını ifade etmiştir. Suriye uyruklu K2 ve K3, kendilerine duyulan antipatinin yabancı olmalarından ziyade Suriyeli olmalarından kaynaklandığını düşünmektedir. Afgan uyruklu K1'in ise Suriyelilere benzetilmekten rahatsız olması ve para ödeyerek eğitim aldığını vurgulaması dikkat çekicidir. Ayrıca Suudi Arabistan uyruklu K6 ve Fas uyruklu K22, Arap uyruklulara karşı özellikle okul dışında, toplu taşıma araçlarında dik dik bakmak gibi bazı antipatik davranışlar gözlemlediklerini anlatmışlardır. Bununla birlikte öğrencilerin tamamı, okul ve kampüs içerisinde olumsuz herhangi bir tutum ve muameleye maruz kalmadıklarını

belirtmiştir. Türkiye’de bulunan Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz bazı yaklaşımların özellikle Arap kökenli öğrencilerde az da olsa memnuniyetsizlik yarattığı görülmektedir. Resmi rakamlara göre Türkiye’de halen 4 milyona yakın Suriyeli sığınmacı bulunmaktadır. Bu ölçüde büyük bir sığınmacı kitlesine ev sahipliği yapan bir ülkede bazı sorunlar yaşanması ve bunun bazı uluslararası öğrencilere olumsuz yansımalarının olması, normal kabul edilmelidir. Nitekim öğrenciler olumsuz deneyimlerinin genel bir tavırdan değil, bireysel davranışlardan kaynaklandığını ifade etmiştir.

“Genel olarak Türkiye’de çok şey olumlu ama olumsuz şeyler de var. Mesela, vize süreci çok uzun sürüyor, evraklarla uğraşıyoruz. Oturma izin işleri çok uzun sürüyor. Okulun istediği evraklar çok. Her şeyimiz yasal ve tam olmasına rağmen böyle. Biz mülteci değiliz, ben okul için geldim buna rağmen zor. Ben buraya göç etmedim, okul için geldim. Bu işlemler çok garip geldi bana. Mesela Avrupa ülkelerini seçsem bu kadar uğraşmazdım, zorlanmazdım. Türkiye’de zaten yabancılar ile Türklere farklı muamele uygulanıyor, her açıdan. Mesela nüfus idaresine gittiğimizde bize farklı davranıldığını hissediyoruz, mülteci olmadığımızı anlatmaya çalışıyoruz. Suriyeli sığınmacılara karşı gösterilen antipati bize de sergileniyor. Sizden maddi bir talebimiz, isteğimiz yok ama sanki mülteciymiş gibi görülüyoruz, şuramıza kadar geldi (Katılımcı elini boğazına götürerek işaret etti). Özellikle son zamanlarda bunu daha fazla hissediyoruz.” (K1)

“Buradaki öğrencilerin %90’ı bize karşı çok iyi. Yabancı gibi davranmıyor bize. Hocalar da çok iyi. Aslında olumsuz çok fazla şey yaşamadım. Ancak bazı insanların Suriyeli olduğumuzdan dolayı bize biraz antipati beslediğini hissediyorum. Biz mülteci değiliz. Babamın Suriye’de ve Türkiye’de kuyumcu dükkkanı var. Türkiye’deki dükkkanı nedeniyle Türk devletine vergi ödüyor. Ben de kendimi Türk gibi hissediyorum. Bizim bir suçumuz yok.” (K2)

“Genelde herkes bize iyi davranıyor. Yabancı olmamızdan değil ancak Suriyeli olmamızdan ötürü biraz rahatsızlık duyulduğunu hissediyorum. Bazıları, bizim mülteci olduğumuzu ve Türkiye’ye çaresizlikten geldiğimizi zannediyor. Böyle bir şey yok. Ailem Suriye’de. İstesem orada da okuyabilirdim ancak para ödeyerek Türkiye’de okuyorum. Türkiye devleti bana herhangi bir para yardımı yapmıyor. Kendi paramızla hayatımızı sürdürüyoruz.” (K3)

“Okula girişte hiçbir sorun yaşamadım. Ama günlük hayatta Araplara karşı hoşgörüsüzlüğün arttığını düşünüyorum. Suriyeli sığınmacıların karıştığı olaylar yüzünden hem Suriyeli hem de diğer Arap ülkelerinden gelen öğrencilere karşı okul dışında biraz garip bakıldığını hissediyorum. Kötü örnekler yüzünden biz de zarar görüyoruz. Ama üniversite içerisinde olumsuz hiçbir şey yaşamadım hiç. Yabancı gibi hissetmiyorum kendimi okul içinde.”
(K6)

“Nadiren de olsa Araplara karşı özellikle toplu taşımada önyargılı bakışları hissediyorum. Bunun haricinde olumsuz bir şey yok. Hatta çok şey olumlu. Yemekler çok leziz ve ucuz. Öğrenciler için çok güzel bir şehir. Restoranlarda ve ulaşımda öğrenci indirimleri çok güzel uygulamalar. Ayrıca çok güvenli. Gece saat 01:00’de bile metrobüs kullanıyorum rahatlıkla. Kiralar Avrupa ülkelerinden çok daha uygun fiyatlı.”
(K22)

İki katılımcı ise Türk öğrencilerle yabancı öğrencilerin kaynaşamadığını, kurulan iletişimin kısıtlı olduğunu ifade etmiştir. Bu hususa dikkat çeken Arap kökenli öğrenciler de (K23 ve K26) genel bir olumsuzluktan söz etmemiştir.

Yabancı dil konusunda olumsuz deneyim yaşadığını belirten öğrenciler, hem kent genelinde hem de üniversitede yabancı dil bilen kişi sayısının çok az olduğunu, hatta uluslararası öğrenci ofisinde dâhi yabancı dil bilen yeterli personel bulunmadığını, bu eksikliğin çeşitli sorunlar yaşamalarına neden olduğunu anlatmışlardır. Bu noktada **K4** ve **K18’in** cevapları dikkat çekicidir.

“Bence en önemli sorun uluslararası öğrencilerle iletişim kurma biçimi ve onların sorunlarının çözülememesi. Özellikle idari birimlerde çalışanlar bu konuda çok yetersiz. Çalışanların çok azı İngilizce biliyor. Bütün herkesin Türkçe veya İngilizce bilmesi bekleniyor ama bu mümkün değil. Ana dili Fransızca olan arkadaşlarım var ve çok zorlanıyorlar. Ben 5 dilde kendimi ifade edebiliyorum ama herkesin böyle olması beklenemez. Çalışanlar İngilizceyi daha etkin olarak kullanmalı ve diğer dilleri de az da olsa konuşabilmeli. Bütün problemlerin temelinde bence dil var. Kayıt esnasında kimlik, iletişim bilgilerimi yanlış kayıt ettiler. 3 kere kendim gidip uğraşmak zorunda kaldım. Bundan daha büyük sorunlar da yaşanabilirdi. Uluslararası

öğrenci ofisinde çalışan görevliler bile İngilizceyi iyi konuşamıyorlar. Ofiste sadece 1 kişi İngilizce konuşabiliyordu.” (K4)

“Olumsuz herhangi bir şey yaşamadım. Ancak en büyük sorun dil sorunu. Bürokratik işlemleri ve kayıt işlemlerini yaparken görevlilerle anlaşabilmek çok zordu. Benim ana dilim Fransızca ve Arapça. Biraz da İngilizce biliyorum. Okulda da dışarıda da hiç kimse Fransızca ve Arapça bilmiyor. Anadili Fransızca veya Arapça olan çok arkadaşım var. Hepsi de aynı sorundan şikâyetçi. Ama Türkler çok çok iyi insanlar. Çok yardımseverler. Misafirperverler” (K18)

“Yabancı dil problemi büyük problem. Türkçe bilmiyorsanız çok zor iletişim kurmak. Sadece okul içinde değil okul dışında da. Çok az kişi İngilizce konuşabiliyor. Fransızca bilen hiç yok. Benim anadilim Fransızca.” (K20)

Bu soruya verilen yanıtlar sonucunda, İngilizcenin yanı sıra Fransızca ve Arapça bilen personel eksikliği de dikkat çekmektedir. Türkiye’de öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler içerisinde ana dili Arapça ve Fransızca olanların oldukça fazla olduğu UNESCO ve YÖK tarafından yayınlanan verilerle de örtüşmektedir.

2.5.6. Öğrenim Sonrasında Türkiye’de Kalma Fikrine İlişkin Bulgular

Görüşmenin 6’ncı sorusu “*Öğrenim sonrasında herhangi bir nedenle (lisansüstü eğitim, iş vb.) Türkiye’de kalmayı düşünüyor musunuz?*” şeklindedir. Bu soruyla, uluslararası öğrencilerin lisans öğrenimi sonrasında lisansüstü programlara Türkiye’de devam etme, iş hayatına atılma veya kendi ülkelerine dönmeye ilişkin planlarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu sorulara verilen cevaplar değerlendirildiğinde:

- Katılımcıların neredeyse tamamının, lisans öğrenimi sonrasına ilişkin henüz karar veremediği ve genellikle Türkiye’deki son senelerinde planlarının netleşeceği,
- 10 katılımcının lisans öğrenimi sonrasında Türkiye’de ve özellikle İstanbul’da kalmayı planladığı, katılımcıların öncelikle iş hayatına atılmayı hedeflediği, yüksek lisans öğrenim hedefinin geri planda kaldığı,

- 14 katılımcının lisansüstü öğrenime sıcak baktığı ancak sadece 4 katılımcının Türkiye'deki yüksek lisans programlarını düşündüğü, diğer öğrencilerin çoğunlukla Avrupa ülkeleri ile ABD ve Kanada'da öğrenime devam etmek istediği,
- Lisansüstü öğrenimi düşünmeyen 13 katılımcının kendi ülkelerine dönerek çalışmak istediği, görülmektedir.

Türkiye'de yüksek lisans fikrine sıcak bakmayan katılımcıların “İngilizce yüksek lisans program çeşitliliğini yetersiz bulduğu, lisans öğreniminde beklediği kalite standartlarına erişemediği, derslerin İngilizce anlatılmamasından” yakındığı bulgulanmıştır.

2.5.7. Eğitim Turizminde Türkiye'nin Tercih Edilmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular

Görüşmenin 7'nci sorusu “Sizce, uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi tercih etmesi için neler yapılmalıdır?” şeklindedir. Bu soruyla, eğitim turizmi alanında tüketici konumunda bulunan uluslararası öğrencilerin nihai görüşlerinin tespit edilmesi ve bu doğrultuda önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Önerilen hususların ifade edilme sıklığı ve ifade edenlere ilişkin olarak hazırlanan bilgiler Tablo 13'de sunulmuştur.

Tablo 13: Türkiye'nin Tercih Edilmesine İlişkin Olarak Yabancı Öğrencilerin Önerilerine İlişkin Sıklık Tablosu

Türkiye'nin Tercih Edilmesine İlişkin Olarak Yabancı Öğrencilerin Önerileri	İfade Edilme Sıklığı	İfade Eden Katılımcılar
Yarı zamanlı çalışma izni verilmesi	8	K1, K4, K9, K12, K13, K14, K17, K26
Derslerin İngilizce işlenmesi	7	K1, K2, K4, K5, K6, K15, K16
İngilizce kullanımın yaygınlaşması	7	K4, K5, K7, K8, K15, K21, K22
Sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi	4	K1, K3, K7, K27
Eğitim kalitesinin yükseltilmesi	4	K5, K11, K15, K17
Konaklama imkânlarının iyileştirilmesi	4	K4, K10, K16, K18
Yerli ve yabancı öğrenciler arasındaki iletişim ve etkileşimin artırılması	4	K6, K12, K20, K22
Giriş sınavının daha seçici yapılması	3	K11, K13, K17

Türkiye'nin Tercih Edilmesine İlişkin Olarak Yabancı Öğrencilerin Önerileri	İfade Edilme Sıklığı	İfade Eden Katılımcılar
Staj olanaklarının artırılması	3	K13, K14, K24
Yabancı öğrencilere hoşgörü ile yaklaşılması	3	K1, K8, K14
Vize işlemlerinin kolaylaştırılması	2	K1, K2
Siyasi gerginliklerin azaltılması	2	K5, K15
Kampüs alanlarının güzelleştirilmesi	2	K1, K17
Kampüs içinde ve kampüs-kent arası ring seferi planlanması	2	K2, K19
Uluslararası öğrenci ofislerinde yabancı dil bilen personel çalıştırılması	2	K2, K25
Yükseköğretim kurumlarını tanıtıcı web sitesi içeriklerinin iyileştirilmesi, farklı dillerde hazırlanması	2	K12, K18
Yabancı ülkelerde tanıtım ofisleri kurulması, liselerde tanıtım yapılması	2	K17, K24
Yabancı dilde eğitim verilen program ve bölümlerin (Lisans ve lisansüstü seviyede) artırılması,	2	K16, K18
Yabancı akademisyenlerin istihdam edilmesi	1	K1
Bürokrasinin azaltılması	1	K1
Diplomaların Avrupa'da geçerli hâle getirilmesi	1	K1
Okul ücretlerinin döviz cinsinden belirlenmemesi	1	K2
Burs ve indirimlerin çoğaltılması	1	K12
Sınıf öğrenci sayılarının azaltılması	1	K17
Sanatsal ve sportif etkinlikler düzenlenmesi	1	K17
Kısa tatillerde ülkelere dönemeyen öğrenciler için çeşitli aktiviteler düzenlenmesi	1	K18

Katılımcıların üzerinde en çok durduğu husus, Türkiye'deki uluslararası öğrencilere yarı zamanlı çalışma olanağının verilmemesidir. Öğrenciler, başka ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de öğrencilere öğrenim gördükleri sürece yarı zamanlı olarak çalışma hakkının tanınmasını istemektedir. Bu talebin karşılanmasının daha fazla uluslararası öğrencinin Türkiye'yi tercih etmesine katkı sağlayacağı açıktır. Bununla birlikte, Türkiye'deki yüksek işsizlik nedeniyle konunun, diğer paydaşları olan ilgili bakanlıkların yapacağı müşterek çalışmalarla çözüme kavuşturulması yerinde olacaktır.

Derslerin İngilizce işlenmesi 7 katılımcı tarafından ifade edilmiştir. Ayrıca yabancı dil ofisinde ve diğer bürokratik birimlerde İngilizce iletişim kurmada yaşanan sorunlar 7 kez vurgulanmıştır. Görüşülenlerin genel kanaati, yabancı dille öğrenim veren programlarda öğrenimin gerçekten İngilizce yapılması halinde Türkiye'ye yönelik talebin artacağı yönündedir. Ayrıca, Türkiye'de yabancı dille öğrenim veren lisansüstü program sayısının çok az olduğu, görüşülenlerin üzerinde durduğu bir başka önemli sorundur. Bu veriler ve öğrencilerin daha önceki soruları yanıtlarken dile getirdiği sorunlar, Türkiye'de yükseköğretimde hem akademik hem de idari personel içerisinde yabancı dil bilen ve akıcı şekilde konuşabilen kişi sayısının düşük olduğunau, bazen öğrencilerin isteği ile bazen de öğretim üyesinin kolayına geldiği için yabancı dille yapılması gereken derslerin yabancı dil yerine Türkçe yapılabildiğini göstermektedir. Ayrıca özellikle uluslararası öğrenci ofislerinde yabancı dil bilen yeterli sayıda personel görevlendirilmemesi, büyük bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Araştırma bulguları, yabancı dil nedeniyle yaşanan sorunların, uluslararası öğrencilerin en önemli ve çözülmesi en acil sorunları olduğunu göstermektedir.

4 öğrenci, Türk öğrenciler ile kaynaşamadıklarını, yerli ve yabancı öğrenciler arasında iletişimin çok zayıf olduğunu belirtmiştir. Bazı öğrencilerin buna çözüm olarak kampüs içi etkinliklerin artırılmasını önermesi oldukça yerindedir. Üniversite kampüslerinde düzenlenecek konser, turnuva, tiyatro gösterisi vb. etkinlikler, yerli ve yabancı öğrencilerin birlikte vakit geçirerek daha sıcak ilişkiler kurmasına zemin hazırlayacaktır.

Konaklama konusunda deneyimledikleri sorunları anlatan 4 öğrenci, üniversitelerin misafirhane hizmetlerinin yetersizliğinden ya da ücretlerinin yüksekliğinden duydukları memnuniyetsizliği ifade etmişlerdir. Bu problemin, özellikle vakıf üniversitelerinin imkânları doğrultusunda yurt ve misafirhane gibi alternatiflerle çözülebileceği değerlendirilmektedir.

4 öğrenci, sağlık hizmetleri konusunda yabancı öğrencilerin sorunlar yaşadığını, özel sağlık sigortalarının ise yeterince kapsayıcı olmadığını belirterek öğrenci dostu uygulamalara ihtiyaç olduğunu ifade etmiştir. Yabancı öğrencilere özel bir sigorta

sisteminin YÖK ve Sağlık Bakanlığı tarafından geliştirilmesinin, sorunun çözümüne katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Ulaşım konusunda sorunlar yaşadığını belirten öğrenciler, üniversite kampüsünden şehir merkezine ulaşmanın maliyetli ve zaman alıcı olduğunu ifade etmiştir. Kampüslerden belirli merkezlere periyodik olarak ücretsiz ulaşım desteği sağlanması, sorunun çözümüne önemli katkılar sağlayacaktır. Özellikle şehir merkezlerine uzak üniversitelerin bu soruna yönelik alacağı tedbirler, yabancı öğrencilerin tercihlerini etkileyebilecektir.

Öğrencilerin üzerinde durduğu bir diğer önemli konu, yabancı öğrencilere yönelik ayrımcı söylem ve uygulamalardır. Ayrımcı söylem ve uygulamalardan duyduğu rahatsızlığı dile getiren öğrenciler, politikacıların kullandıkları dilden kaynaklanan siyasi krizlerin uluslararası öğrencileri olumsuz etkilediğini vurgulamıştır. Öğrencilerden bazıları özellikle nüfus ve kolluk hizmetleriyle ilgili işlemlerde ayrımcı uygulamalara şahit olduklarını ifade etmiştir.

2 öğrenci vize işlemleri sırasında ve sonrasında bazı sorunlar yaşadıklarını belirtmişse de bu sorunların bireysel nedenlerden kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Öğrenciler genel anlamıyla Türkiye'deki vize işlemlerinin diğer ülkelere göre oldukça kolay ve hızlı ilerlediğini belirtmiştir.

Daha önce alınan cevaplarda ortaya çıkan Türk üniversitelerinin tanıtım faaliyetlerine önem vermediği bulgusu, bu soruya verilen yanıtlarla da örtüşmektedir. Türk üniversiteleri, eğitim fuarlarına ve eğitim acentelerine gerekli önemi vermemekte; tanıtıcı faaliyetler konusunda uluslararası rakiplerinin gerisinde kalmaktadır.

Bir uluslararası öğrencinin, bir üniversiteyi öğrenim için seçmeyi planladığında ilk başvuracağı bilgi kaynaklarından birisi olan internet sitelerinin önemi konusunda da Türk üniversiteleri oldukça sorunludur. Bazı öğrencilerin de dile getirdiği gibi yabancı dilde öğrenim verileceği vaat edilen programlara ilişkin bilgiler bile yalnızca Türkçe olarak verilmektedir. Türkiye'deki tüm üniversitelerin internet sitelerini

gözden geçirmesi ve uluslararası öğrencilere yönelik içerikler hazırlayarak bunları web sitelerinden yayınlaması gerekmektedir. İnternet siteleri ve sosyal medya üzerinden yapılacak tanıtıcı faaliyetler üniversitelerin daha çok uluslararası öğrenci çekmesine olumlu katkılar yapacaktır.

Öğrencilerin üzerinde durduğu bir diğer önemli husus da staja ilişkin sorunlardır. Uluslararası öğrencilerin stajlarını nasıl yapacakları konusunda Türkiye’de bir uygulama birliğinin bulunmadığı görülmektedir. Bu konuda gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Bunlara ilave olarak uluslararası öğrencilerin Türkiye’ye geldikten itibaren boş zamanlarını geçirme konusunda sorunlar yaşadıkları gözlenmiştir. Ders dışı zamanlarda fazla alternatifi bulunmayan bu öğrencilere yönelik ücretli ya da ücretsiz kursların ve sosyal/sanatsal etkinliklerin düzenlenmesinin yararlı olacağı değerlendirilmektedir. Özellikle ara tatillerde ülkelerine gidemeyen öğrencilere yönelik etkinlikler yapılması yerinde olacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İletişim ve ulaşım olanaklarının genişlemesi, her alanda olduğu gibi eğitim alanında da önemli değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Dünyanın küresel bir köye dönüştüğü insanlık tarihinin bu yeni aşamasında yurt dışında öğrenim görmek isteyen öğrenci sayısı giderek artmaktadır. Genellikle, gelişmemiş ülkelere gelişmekte olan veya gelişmiş ülkelere ya da gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere doğru yönelen öğrenci hareketliliği, birçok sorunu ve fırsatı da beraberinde getirmektedir.

Öğrenci hareketliliğinin sağladığı en önemli fırsat alanlarından birisi olan eğitim turizmi, ev sahibi ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlamaktadır. Yapılan araştırmalar, ABD, İngiltere, Kanada, Almanya, Fransa ve Avustralya gibi gelişmiş ülkelerin eğitim turizminden çok ciddi gelir elde ettiklerini göstermektedir.

Bu çalışmada, Türkiye’de eğitim turizminin genel görünümünün ortaya konulması ve dünyanın farklı coğrafyalarından yükseköğrenim için Türkiye’ye gelen öğrencilerin, bu kararı almasında etkili olan faktörlerin ortaya çıkarılarak değerlendirilmesi ve öğrencilerin Türkiye’de öğrenim görmeye karar verdikten sonra yaşadıkları olumlu ve olumsuz deneyimlerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda öncelikle, İstanbul’da bulunan vakıf üniversitelerinde öğrenim gören yabancı öğrencilerle görüşmeler gerçekleştirilmiş ardından da elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Veri analizi bölümünde detaylı olarak açıklanan hususların bu aşamada kısaca hatırlatılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Ailevi nedenler, tavsiyeler ve ülkeler arası benzerlik, öğrenim için Türkiye ve İstanbul’un seçilmesinde en etkili

olan faktörlerdir. Vize kolaylığı, İstanbul ilinin imajı, coğrafi yakınlık ve ulaşım kolaylığı ile öğrenim ücretleri, ilk üç faktörün ardından gelmektedir.

Üniversite seçim sürecinde en etkili faktör, tavsiyelerdir. Dikkate alınan tavsiye ve yönlendirmeler, çoğunlukla arkadaş ya da aile yakınlarından gelmektedir. Bu faktörü lokasyon, öğrenim görülmek istenen bölümle ilgili değerlendirmeler, öğrenim ücreti, eğitim dili, lisansüstü eğitim olanakları, internet ve sosyal medya, burs ve indirim olanakları, yabancı öğrenci sayısı ve akademik kadro gibi faktörler izlemektedir.

Tercih sürecinde başvuru/faydalanılan bilgi kaynaklarıyla ilgili soruya verilen cevapların analizi sonucunda; internet/sosyal medya ile arkadaşların en etkili bilgi kaynakları olduğu; bu ikiliyi yakın çevrelerinin (Ebeveyn, aile ve akraba) izlediği bulgulanmıştır. Sürecin başında arkadaş ya da akraba tavsiyelerinin etkili olduğu, devamında ise internet ve sosyal medya platformlarından sıklıkla faydalandığı, nadiren de olsa eğitim acentesi veya eğitim fuarları vasıtasıyla bilgi toplandığı bulgulanmıştır.

Katılımcıların neredeyse tamamının, kendisinin veya yakınlarının yükseköğrenim öncesinde Türkiye'ye ziyarette bulunduğu, çoğunlukla tatil amacıyla yapılan ziyaretlerin yükseköğrenim sürecinde Türkiye'yi seçme kararını olumlu etkilediği bulgulanmıştır. Ayrıca, Türkiye'deki üniversitelerin yabancı öğrencilere yeterince ulaşamadığı ve bünyesine çekmek için yeterli çabayı göstermediği söylenebilir. Öğrencilerin, kendi çabaları veya yakınları aracılığıyla bilgi topladığı ve sonrasında üniversitelere yerleştiği görülmüştür.

Uluslararası öğrencilerin görüşmelerde dile getirdiği olumlu ve olumsuz deneyimlerin analizi sonucunda; üniversiteye başvuru ve kayıt sürecinin kolay olması, görüşülenlerce deneyimlenen en olumlu unsur olarak bulgulanmıştır. Bu konu ifade edilirken özellikle internet üzerinden yapılan başvurudaki kolaylık vurgulanmıştır. Yabancı dil sorunu ve yabancılara yönelik var olduğu ileri sürülen antipati ise görüşülenlerin en önemli olumsuz deneyim alanları olarak ön plana çıkmıştır. Özellikle, üniversite içerisinde uluslararası öğrenci ofis çalışanları başta

olmak üzere idari personelle kurulan iletişimde yabancı dilden kaynaklanan problemler sıkça dile getirilmiştir.

Lisans öğrenimi sonrasında Türkiye’de kalma niyeti açısından katılımcıların neredeyse tamamının kararsız olduğu, lisansüstü eğitim için sadece 4 öğrencinin Türkiye’yi, 14 öğrencinin de Avrupa ülkeleri ile ABD ve Kanada’yı önceliklendirdiği görülmüştür. Türkiye’de lisansüstü öğrenimi kesinlikle düşünmeyen öğrencilerin “İngilizce öğrenim verilen lisansüstü program sayı ve çeşitliliğini yetersizliği, devam edilen lisans öğreniminin kalitesinin düşüklüğü ve derslerin Türkçe işlenmesi” gibi konulardan yakındığı bulgulanmıştır.

Türkiye’nin daha fazla yabancı öğrenci çekebilmesine yönelik katılımcı tavsiyelerine başvurulmuş son sorunun analizi sonucunda; en önemli sorunların yabancı dil kaynaklı olduğu bulgulanmıştır. Görüşülen öğrenciler, “İngilizce işlenmesi gereken derslerin bir müddet sonra Türkçe işlendiğini, akademik ve idari personel arasında akıcı şekilde İngilizce konuşabilen görevli sayısının çok az olduğunu” belirterek sorunları spesifik olarak tanımlamıştır. Katılımcılar, “yabancı dille öğrenim verilen program sayı ve çeşitliliğinin, hem lisans hem de lisansüstü programlarda artırılmasının, bu programlarda verilen derslerin gerçekten yabancı dilde işlenmesinin ve uluslararası öğrenci ofisleri başta olmak üzere ders haricinde ilişki kurulan idari birimlerde mutlaka yabancı dil bilen personel istihdam edilmesinin” bu sorunların çözümüne katkı sunarak Türkiye’nin daha fazla tercih edilmesini sağlayacağını belirtmiştir. Bazı öğrencilerin, politikacıların kullandıkları dile dikkat etmeleri gerektiğine vurgu yapması ve ülkeler arasında yaşanan siyasi krizler sonucunda Türkiye’de öğrenim gören yabancı öğrencilerin tedirginlik yaşadıklarını ifade etmesi, dikkat çekicidir. Kanada başta olmak üzere bazı yabancı ülkelerde uluslararası öğrencilere verilen yarı zamanlı çalışma izninin Türkiye’de de sağlanması ve staj imkanlarının genişletilmesi, diğer önerilerdendir. Konaklama, ulaşım ve sağlık hizmetlerinde iyileştirmeler yapılması da katılımcılarca vurgulanmıştır.

Günümüzde, bir uluslararası öğrencinin karar verme sürecinde öncelikle başvuracağı bilgi kaynaklarından birisi olan internet sitelerinin önemi konusunda Türk üniversiteleri oldukça sorunludur. Öğrencilerce ifade edildiği gibi kurum web siteleri çoğunlukla Türkçe olarak tasarlanmış, İngilizce olarak hazırlanan bazı link

içeriklerine girildiğinde ise yeterli bilgi sunulmadığı, araştırmacı tarafından da bizzat gözlemlenmiştir. Bu nedenle, Türkiye'deki tüm üniversitelerin kurumsal iletişim politikalarını ciddi şekilde değerlendirerek internet sitelerini gözden geçirmesi, yabancı dillerde içerikler hazırlaması, kurum sosyal medya hesaplarını aktif şekilde yönetmesi ve sosyal medya yoluyla bilgi talep edenlere hizmet sunmasının daha çok yabancı öğrenci çekilmesine olumlu katkılar yapacağı değerlendirilmektedir.

Bu araştırmada, eğitim turizmiyle ilgili tüm paydaşların farkındalık düzeylerine katkı sağlanması ve bu alanda yapılacak çalışmalarda ilgili kurum ve kuruluşlara destek olunması hedeflenmiştir. Bu çerçevede geliştirilen öneriler; Eğitim Turizmi Yönetişimi, Yükseköğretim Kurumları, Turizm İşletmeleri, Mevzuat ve Bürokratik İşlemler, Müteakip Araştırmalar başlıkları olmak üzere altı ana bölümde ele alınarak aşağıda sunulmaktadır:

- **Eğitim Turizminin Yönetişimi**

Eğitim turizmine yönelik ulusal bir strateji oluşturulmalıdır. Devlet politikası olarak sahiplenilmesi ve bütüncül bakış açısıyla ele alınması gereken eğitim turizminde, tüm paydaşların katkılarıyla kapsamlı bir strateji oluşturulması gerekmektedir. Bu strateji çerçevesinde gerekli program, eylem planları ve alt faaliyetlere ilişkin bütçe hazırlanmalıdır.

Eğitim turizminin etkin yönetimi amacıyla üst bir yapı kurulmalıdır. Katılımcı bir yöntemle yapının görev ve yetkileri tanımlanmalıdır. Mevcut bürokratik yükü artırmadan kolaylaştırıcı bir rol üstlenilmelidir. Üniversitelerin uluslararası öğrencileri kendi bünyesine çekmek için yaptığı çalışmalar teşvik edilmelidir. Bu üst yapı sayesinde eğitim turizminin paydaşları arasında koordinasyon sağlanabilir, ilgili kurumlara eğitim ve danışmanlık hizmeti verilebilir. Ayrıca bu yapı yabancı ülkelerde gerçekleştirilecek destek tanıtım faaliyetlerine önderlik edebilir.

Paydaşların farkındalık düzeyi artırılmalıdır. Üniversitelerde öğrenim gören Türk öğrenciler ile akademik ve idari personel başta olmak üzere uluslararası öğrencilerin gündelik hayatta iletişim kurabileceği kişilerin (Uluslararası öğrenci ofis çalışanları, banka görevlileri, yerel yönetim çalışanları, kolluk görevlileri, nüfus idaresi

çalışanları, yurt görevlileri, toplu taşıma görevlileri vb.) farkındalık düzeyinin yükseltilmesi ve muhtemel olumsuz olayların önüne geçilmesi hedeflenmelidir.

Karar alma süreçlerini kolaylaştırıcı, standart veri toplama sistemleri kurulmalıdır. Tüm üniversiteleri kapsayacak ve kişisel verilerin güvenliğini ihlal etmeyecek şekilde uluslararası öğrencilerden temin edilecek verilerin standart bir şekilde getirilmesi gerekmektedir. Bu verilerin toplanması sayesinde uluslararası öğrenci beklenti, talep, öneri, şikâyet ve tutumları daha sistemli şekilde gözlenerek karar alma süreçlerinde kullanılabilir. Literatür kısmında ifade edildiği gibi uluslararası öğrencilere ilişkin ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlarca (UNESCO, YÖK, İçişleri Bakanlığı vb.) açıklanan rakamlar birbiriyle uyumsuzdur. Tek elden yönetilecek bir veri toplama sistemi sayesinde bu belirsizliğe de son verilebilir.

İzleme ve değerlendirme sistemi kurulmalıdır. Yabancı ülkelerden Türkiye'ye gelen üniversite öğrencilerin şehir, üniversite, fakülte, bölüm, öğrenim dili ve diğer kriterlere göre periyodik olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi, bu bilgiler ışığında yıllık veya birkaç yıllık raporlar hazırlanması gereklidir. Bu sayede; demografik (Ülke, cinsiyet, yaş vb.) ölçütler doğrultusunda öğrencilerin başarı durumu, şehir, üniversite ve bölüm tercihleri, lisans öğrenimi sonrasında lisansüstü programlara kayıt oranı gibi konular kolaylıkla izlenebilir. Bu sistem hedef pazarlara yönelik tanıtım faaliyetlerine temel teşkil edecek birçok bilgiye erişimi kolaylaştıracaktır.

- **Yükseköğretim Kurumu (YÖK) ve Üniversitelere Yönelik Öneriler**

Üniversiteler, uluslararası öğrencilerin öğrenimi konusunu stratejik düzeyde ele almalıdır. Vakıf ve devlet olmak üzere tüm üniversiteler stratejik plan hazırlama sürecinde uluslararası öğrencilerle ilgili hedef ve performans göstergelerini belirleyerek periyodik olarak izleme faaliyeti yürütmelidir.

“Study in TURKEY” portalı geliştirilmelidir. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı tarafından yönetilen portalın kullanıcı dostu bir web sitesine dönüştürülmesi ve muhtemel öğrenci adaylarının araştırma sürecinde ihtiyaç duyacağı bilgilerle donatılması gerekmektedir. Örneğin, portal içerisinde hangi üniversitelerin devlet

hangilerinin vakıf üniversitesi olduğuna, hangi üniversitelerde öğrenimin ücretli olduğuna ilişkin bilgilere ulaşmak oldukça zordur. Ayrıca, uluslararası öğrencilerin araştırma sürecinde özellikle üzerinde durdukları uluslararası öğrenci oranı ve çeşitliliğine ilişkin bilgilere erişilememektedir. Uluslararası öğrenciler, başvurmak istedikleri üniversitelerde hangi ülkelerden ne kadar sayıda uluslararası öğrenci olduğunu özellikle merak etmektedir. Ayrıca, portalın İngilizce, Arapça ve Türkçe hazırlandığı görülmüştür. Ana dili Fransızca olan Afrika ülkesinden gelen öğrenciler ve Orta Asya bölgesinde ana dili Rusça olan öğrenciler için portala Rusça ve Fransızca dillerinin de eklenmesinin fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Uluslararası öğrencilere yönelik eğitim programları çeşitlendirilmelidir. Her üniversite, öğrenci eğilimlerini, mevcut insan kaynağını ve eğitim-öğretim kapasitelerini dikkate alarak uluslararası öğrencilerin ilgisini çekecek lisans ve lisansüstü programların açılması için gayret göstermelidir. Üniversitelerin en güçlü olduğu alanlara yoğunlaşarak o bölümlerde markalaşması, tanınırlığı daha güçlü kılacaktır. Halihazırda, özellikle yabancı dillerde eğitim verilen lisansüstü programların çok az olduğu görülmektedir. Sadece İngilizce değil diğer yabancı dillerde de (Fransızca, Almanca, Arapça gibi) bazı programların açılması, bu dilleri iyi derecede bilen öğrencilerin tercihlerini olumlu etkileyebilir. Bu konu, katılımcılarca görüşmelerde dile getirilmiştir. Bu dillerde öğrenim verebilecek akademisyenlerin istihdamında Yükseköğretim Kurumunun koordinasyonu vasıtasıyla Galatasaray Üniversitesi ve Türk-Alman Üniversitesi gibi yabancı dilde eğitim veren üniversitelerden destek alınabilir.

Uluslararası öğrencilerin yaşadığı dil kaynaklı sorunlar ivedilikle ele alınmalıdır. Veri analizi bölümünde de ifade edildiği gibi uluslararası öğrencilerin en fazla sorun yaşadığı konu dil kaynaklıdır. Öncelikle, eğitim dili İngilizce olan bölümlerde derslerin Türkçe işlenmemesi için gerekli tedbirler alınmalıdır. Üniversiteler, yabancı dil sınav notu iyi olan ancak akıcı bir şekilde İngilizce konuşamayan öğretim üyeleri için ücretsiz kurslar düzenlemeli ve özellikle öğretimin devam etmediği yaz aylarında yurt dışındaki üniversitelere dil öğrenmek üzere gönderilmesi sağlanmalıdır.

Uluslararası öğrenci ofislerinde istihdam edilecek personelin, İngilizce yanında en az bir yabancı dili daha akıcı şekilde konuşabilen ve yazabilen, bilgi teknolojileri konusunda ileri seviyede bilgi sahibi kişilerden seçilmesi sağlanmalıdır. Bu ofislerde yabancı dil bilmeyen hiçbir personel istihdam edilmemelidir. Ayrıca her üniversite, kendisini tercih eden öğrencilerin en fazla hangi ülkelerden geldiğini göz önüne alarak o yabancı dilleri konuşabilen tam zamanlı ya da yarı zamanlı personel istihdam etmelidir (Fransızca, Rusça, Arapça, Çince vb.). Bu sayede, öğrencilerin iletişim sorunlarının büyük ölçüde çözüleceği ve öğrenim için Türkiye'nin daha fazla tercih edileceği ön görülmektedir.

YÖK Başkanlığınca Türkiye'de yabancı dille öğrenim veren bölümlerde görevli öğretim üyelerinin akıcı şekilde yabancı dil konuşabilme yeteneğini ölçen bir sınav düzenlemeli ve bu sınavdan başarılı olamayanların yabancı dille öğrenim veren bölümlerde ders vermesinin önüne geçilmelidir. Sınavda başarılı olamayanlar için yabancı dilde akıcı şekilde konuşma ve ders verme yeteneğini geliştirecek kurslar düzenlenmeli ve bu kurslar sonucunda akıcı konuşma yeteneği kazanan öğretim üyelerinin ders vermesine izin verilmelidir. Ayrıca yabancı dille eğitim veren bölümlere öğretim üyesi istihdamında, uluslararası tecrübesi olan akademisyenlere öncelik verilmelidir.

Uluslararası öğrenci ofisleri tüm üniversitelerde resmi bir statüyle kurulmalı, yeterli fiziki olanaklar ve nitelikli insan kaynağı ihdas edilmelidir. Araştırma kapsamında ziyaret edilen üniversitelerde konuşlu yabancı öğrenci ofislerinden bazılarının fiziksel olanaklarının yeterli olduğu, iyi düzeyde yabancı dil bilenlerin istihdam edildiği gözlenmiştir. Bir üniversitenin, yabancı öğrenci ofisinde farklı dilleri (Arapça, Rusça, Fransızca, Almanca) bilen yabancı öğrencilerden destek alarak dilden kaynaklanan sorunları çözdüğü tespit edilmiştir. Ancak, bazı üniversitelerde bu ofislerin çok yetersiz kaldığı, fiziki olanak ve insan kaynaklarının yabancı öğrencilerin sorununu çözmekten ziyade daha fazla sorunun kaynağı olduğu görülmektedir. Bazı üniversitelerde de uluslararası öğrenci ofisinin hiç kurulmadığı, yabancı öğrencilerin tüm işlemlerini yerli öğrencilerle birlikte öğrenci işleri dairelerinde yapmaya çalıştığı tespit edilmiştir.

Bu çerçevede, öncelikle doğrudan YÖK Başkanına bağlı, yarı özerk niteliğe sahip, “Türkiye Uluslararası Öğrenci Ofisi”nin kurulmasının sorunları büyük ölçüde çözeceği değerlendirilmektedir. Ofis, Türkiye’deki uluslararası öğrenci hareketliliğinin kontrol edecek şekilde teşkilatlandırılmalıdır. Masrafları uluslararası öğrencisi bulunan üniversiteler tarafından karşılanacak bu ofiste, İngilizce ile en az bir diğer yabancı dili akıcı şekilde konuşabilen ve yazabilen personel istihdam edilmelidir. Ofis, farklı ülkelerden gelmesi muhtemel öğrencilerin taleplerini alabilmek ve sorularını yanıtlayabilmek için 7 gün 24 saat esasına göre çalışan ve gelen telefon, e-posta ve mesajları anında cevaplayabilecek bir sistem kurmalıdır.

Bu sistemi destekleyecek şekilde uluslararası öğrenci kabul eden tüm üniversitelerde rektör veya rektör yardımcılara doğrudan bağlı bir birim kurulması sağlanmalı, bu birimlere “Uluslararası Öğrenci Ofisi” gibi standart bir isim verilerek resmi bir statüye kavuşturulmalıdır.

Üniversiteler, uluslararasılaşmaya yönelik çalışmalarını artırmalıdır. Bazı öğrencilerin üniversite seçiminde üniversite sıralamalarını incelediği gözlemlenmiştir. Yükseköğretim kurumları çeşitli kriterlere (Örnek: Hakem değerlendirmeleri, atıf sayısı, uluslararası öğretim üyesi oranı, uluslararası öğrenci oranı, nitelikli yayın sayısı, öğrenci başına düşen öğretim üyesi sayısı vb.) göre bölgesel ve uluslararası sıralamalara tabi tutularak sıralanmaktadır. Özellikle, uluslararası öğretim üyesi oranının yükseltilmesi ve uluslararası üniversitelerde çalışma tecrübesi olan Türk akademisyenlerin istihdam edilmesi, bu sürece katkı sunacaktır. Bu çerçevede yapılacak çalışmalar, zamanla üniversitelerin üst sıralamalara çıkmasını sağlayabilir.

Üniversitelerin resmi web siteleri ve sosyal medya hesapları etkin şekilde yönetilmelidir. Uluslararası öğrencilerin öğrenim görmek istediği üniversiteleri araştırırken en çok faydalandığı bilgi kaynaklarından olan internet ve sosyal medya platformları, yükseköğretim kurumlarınca ivedilikle ele alınması gereken konuların başında gelmektedir. Öncelikle, üniversiteler kurumsal web sitelerini basit, sade ve kullanıcı dostu bir şekilde tasarlamalıdır. Web sitelerinde yer alan ana sayfaların

yanı sıra alt sayfalar ve sayfa içerikleri mutlaka Türkçe, İngilizce ve uygun görülecek diğer dillerde oluşturulmalı ve periyodik olarak güncellenmelidir.

Görüşülen öğrencilerin de vurguladığı gibi özellikle üniversiteye başvuru ve kayıt sayfaları öğrencileri kendisine çekebilme veya uzaklaştırabilmektedir. Bu sayfalar, bürokratik karmaşadan uzak duracak şekilde sadece gerekli bilgi ve belgeleri talep etmelidir. Uluslararası öğrencilerin bilgi talebine anında cevap verebilecek elektronik posta ve diğer iletişim mecraları (Örnek: web.whatsapp.com) aktif şekilde kullanılmalıdır. Öğrenciler arasında sosyal medya platformlarının kullanımı oldukça yaygınlaşmış, bu mecraları kullanmayan neredeyse kimse kalmamıştır. Diğer alanlarda kullanıldığı gibi eğitim turizmi alanında da sosyal medya platformlarına sıklıkla başvurulmakta, eğitim hizmetini alan veya bilgi sahibi olan insanların yapmış olduğu değerlendirmelerden etkilenilmektedir. Bu çerçevede, üniversitelerin dünyada kullanılan sosyal medya platformlarını takip ederek kurumsal hesapları etkin şekilde yönetmesi, bu hesapları tanıtım faaliyetlerinde kullanması, mevcut veya muhtemel öğrencilerin bilgi taleplerine cevap vermesi ve burada paylaşılan şikâyet ve eleştirileri dikkate alarak gerektiğinde iletişime geçmesinin sürece katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Akreditasyon ve denklik konularıyla ilgili bilgilendirici bir sistem kurulmalıdır.

Denklik (diplomanın tanınması), akreditasyon, çift ana dal ve yan dal olanakları, uluslararası öğrencilerin tercihlerin etkileyen önemli faktörlerdendir. Özellikle, öğrenim görülecek bölümden alınacak diplomaların hangi ülkelerde tanındığına ilişkin güncel ve şeffaf bilgilerin öğrencilerin bilgisine sunulması gerekmektedir. Türkiye’de verilen diplomaların özellikle Avrupa ülkelerinde ve ABD’de daha fazla alanda tanınması için girişimlerde bulunulmalıdır.

Ücret politikaları gözden geçirilerek burs ve indirim olanakları genişletilmelidir. Türkiye’deki üniversitelerin, uluslararası öğrencilerce tercih edilmesindeki en önemli faktörlerden birisi öğrenim ücretleridir. En güçlü yönlerden birisi olan ücret konusu, üniversitelerin tanıtım faaliyetlerinde mutlaka vurgulanmalıdır. Öğrencilere sağlanan burs ve indirim olanakları (Çift ana dal bursu, aile bursu, spor bursu, başarı bursu, tavsiye bursu, erken kayıt indirimi vb.)

genişletilmelidir. Tavsiye sürecinde uluslararası öğrencilerin en çok arkadaşlarının tavsiye ve yönlendirmelerinden etkilendiği belirtilmiştir. Bu nedenle, arkadaşının tavsiyesi ile üniversiteye başvuru olduğuunda tavsiye eden öğrencinin öğrenim ücretinde makul miktarlarda indirim sağlanması ve buna ilişkin bilgilendirme yapılmasının yabancı öğrenci talebini artıracakđı ön görölmektedir.

Uluslararası öğrencilerin konaklama imkânları genişletilmelidir. Türkiye’de barınma sorunu sadece yabancıların değil tüm üniversite öğrencilerin uzun yıllardır çözülememiş sorunlarından birisidir. Ancak uluslararası öğrenciler, Türk öğrencilerden daha fazla sıkıntı yaşayabilmektedir. Farklı bir ülke ve kültür içerisine giren bir öğrencinin, o ülkeye alışana kadar barınma sorunu çok ciddi mağduriyetler doğurabilmektedir. Bu nedenle, üniversitelerin en azından 1-2 haftalık süreler için uluslararası öğrencilere düşük ücretlerle misafirhane hizmetleri sağlaması, intibak süresinin daha kolay atlatılmasını sağlayabilecektir.

Öğrencilerin kaynaşmasını sağlayacak etkinlikler düzenlenmelidir. Yabancı öğrencilerin Türk öğrencilerle yeterince iletişim içerisine giremediği, genellikle kendi aralarında sosyal grup içerisinde zaman geçirdikleri birçok görüşmeci tarafından belirtilmiştir. Bu çerçevede, üst yönetim desteğiyle spor müsabakaları, kültür-sanat etkinlikleri düzenlenebileceği ve yabancı öğrencilerin de katılımının teşvik edilmesinin etkileşimi artıracakđı değerlendirilmektedir.

Üniversitelerin kampüs lokasyonları ve kampüs olanakları daha çekici hale getirilmelidir. Görüşmeler esnasında, uluslararası öğrencilerin bir kısmının öğrenim gördüğu kampüsün lokasyonu ile ilgili çok memnun olduğu, bir kısmının hiç memnun olmadığı gözlenmiştir. Bu noktada, mevcut kampüs yerinin değiştirilmesi tabii ki mümkün değildir. Ancak, bazı üniversitelerin kampüsten merkezi semtlere sağladığı ücretsiz ulaşım hizmetinin bütün üniversitelerce yapılabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca, birden fazla yerleşkeye sahip üniversitelerde, hangi fakültenin hangi yerleşkede bulunduğu bilgisinin güncel haritalarda işaretlenerek mutlaka paylaşılması gerekmektedir. Bazı öğrenciler, merkezi semtte bulunan yerleşkede öğrenim görme beklentisiyle kayıt yaptırdığını ancak daha sonra başka bir yerleşkede öğrenim aldığından dolayı memnuniyetsizliklerini ifade etmiştir.

Özellikle İstanbul'da, vakıf üniversitelerinin büyük çoğunluğu merkezi semtlere çok yakın değildir. Kent içi trafik yoğunluğu da göz önüne alındığında şehir merkezlerine uzak kampüslerin öğrenciler için daha çekici hale getirilmesi gerekmektedir.

Kısa süreli eğitim aralarında uluslararası öğrencilere yönelik program ve etkinlikler düzenlenebilir. Görüşmeler esnasında bazı öğrenciler kısa süreli tatillerde (Sömestr tatili, bayram tatili, yılbaşı tatili, sınav haftası sonrası vb.) yüksek ulaşım ücretleri nedeniyle ülkelerine gidemediklerini belirtmiştir. Bu dönemler için, imkânlar dâhilinde uluslararası öğrencilerin faydalanacağı kısa süreli sertifika programları veya kültürel etkinliklere yer verilebilir.

- **Tanıtım Faaliyetlerine Yönelik Öneriler**

Görüşmelerden elde edilen veriler, İstanbul'daki üniversitelerin tanıtım faaliyetlerine önem vermediğine işaret etmektedir. Öğrencilerin ezici bir çoğunluğu, aile ve arkadaşlarının tavsiyesine uyarak halen öğrenim gördükleri üniversiteleri seçmişlerdir. Halbuki, uluslararası öğrenci hareketliliğinden en büyük payı alan ülkeler, tanıtım faaliyetlerine büyük önem vermektedir. Türkiye'nin bu alanda payını arttırabilmek için özellikle çevre ve yakın ülkeler ile Asya ve Afrika'ya yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini gözden geçirmesi ve iyileştirmesi gerekmektedir.

Eğitim fuarlarına katılım, uluslararası öğrenci sayısının arttırılması noktasında oldukça etkili bir yöntemdir. Türk üniversitelerinin bu fuarlara katılması Türkiye'ye yönelik ilgiyi arttıracaktır. Üniversiteler, maliyet yüksekliği nedeniyle katılmadıkları bu fuarlara kendi aralarında işbirliği yaparak katılabilir ve maliyetlerini düşürebilir. Ayrıca, eğitim acenteleriyle anlaşmalar yaparak ya da en çok öğrenci aldığı ülkelerde ofis/ofisler açılarak daha fazla öğrencinin ilgisi çekilebilir. 2020 yılında yaşanan küresel salgın sürecinde birçok sektörde görülen çevrimiçi fuar ve kongrelerin, bu alanda da uygulanabileceği öngörülmektedir.

Tanıtım filmleri ve sosyal medyada görünürlüğü arttıracak çeşitli öğrenci etkinlikleri, üniversitelerin tercih edilmesinde her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Üniversiteler, uluslararası öğrencilere yönelik, hedef kitlenin diline uygun tanıtım filmleri hazırlayarak ve bunları sosyal medya mecralarında

yayınlayarak görünürlüklerini dolayısıyla da öğrenci sayılarını arttırabilir. Tanıtım filmlerinde mevcut öğrencilerin yanı sıra o üniversiteden mezun olduktan sonra iyi bir kariyer yapmış olanların deneyimlerine yer verilebilir.

Sinema ve dizi turizminden faydalanılmalıdır. Türkiye, özellikle dizi sektöründe oldukça ilerlemiş durumdadır. Özellikle kültürel olarak yakın olduğumuz eski Osmanlı coğrafyasında ve Orta Asya’da Türk dizileri en çok izlenen yapımlar arasındadır. Söz konusu bölgelerde, Türk dizilerinin yayın saatlerinde verilecek reklamlarla bu dizilerin yarattığı olumlu etkiden yararlanılabilir.

Turizm sektörünün paydaşlarıyla işbirliği yapılmalıdır. Türkiye, dünyada en fazla turist ağırlayan altıncı ülkedir. Nitekim yapılan görüşmelerde Türkiye’yi tercih eden uluslararası öğrencilerin ezici bir çoğunluğunun kendilerinin ya da ailelerinin daha önce turist olarak Türkiye’ye geldiği bulgulanmıştır. Bu durum, yabancı öğrenci sayısını artırmak için konaklama işletmelerinden yararlanılabileceğini işaret etmektedir. Üniversiteler, konaklama işletmeleriyle ve turizm acenteleriyle işbirliği yaparak görünürlüklerini artırabilir ve daha fazla öğrencinin ilgisini çekebilir. Benzer bir durum dünyada havacılıkta önemli bir yere gelmiş olan hava yolu şirketlerimiz için de geçerlidir. Üniversitelerin hava yolu şirketleriyle koordineli şekilde tanıtım faaliyetleri (Uçaklarda dağıtılan dergiler, broşürler vb.) yürütmesi, öğrenci sayısının artmasına katkı sağlayacaktır.

- **Mevzuat ve Bürokrasiye Yönelik Öneriler**

Türkiye’de uluslararası öğrencilere yönelik stratejik bir politika yürütülmediği için uluslararası öğrencilere yönelik işlemler büyük ölçüde tutarlı değildir. Bu nedenle öğrenciler, çok farklı uygulamalarla karşılaşabilmektedir. Bazı öğrencilerin özellikle nüfus müdürlüklerinde ve emniyet birimlerinde ayrımcı işlemlere maruz kaldıklarını ifade etmesi bu tespitle uyumludur. Ayrıca bazı öğrenciler vize işlemlerini çok kolay tamamladığını ifade ederken bazıları vize işlemlerinin çok zaman aldığını ifade etmiştir. YÖK bünyesinde kurulmasını önerdiğimiz “Uluslararası Öğrenci Ofisi”nin tesisi halinde bu sorunlar büyük ölçüde azalacaktır. Bu merkez, hem öğrencilerin hangi durumda ne yapacağını öğrenmesini hem de farklı kurum ve kuruluşların uluslararası öğrencilerle ilgili işlemlerde bilgi almasını sağlayabilecektir.

Uluslararası öğrencilerin en önemli sorunlarından birisi de öğrenim gördükleri ülkedeki sağlık hizmetlerinden yararlanamamalarıdır. Görüşülen öğrencilerden bazıları sağlık hizmetleri konusunda sorunlar yaşadıklarını, özel sağlık sigortalarının ise yeterince kapsayıcı olmadığını belirterek öğrenci dostu uygulamalara ihtiyaç olduğunu ifade etmiştir. Bu konuda YÖK Başkanlığı ve Sağlık Bakanlığı işbirliği ile uluslararası öğrencilere yönelik zorunlu ya da gönüllü bir sigorta sisteminin kurulmasının sorunun çözümüne katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Staj işlemlerine yönelik mevzuat hazırlanmalıdır. Öğrenciler staj konusunda çeşitli sorunlar dile getirmiştir. Bu durum Türkiye’de uluslararası öğrencilere yönelik bir koordinasyon makamının bulunmaması ile ilgili bir sorundur. Uluslararası öğrencilerin stajlarını nasıl yapacağı bu konuda bir mevzuat hazırlanması ile çözülebilecek bir sorundur.

Yarı zamanlı çalışma izni birçok öğrencinin talebi olmakla birlikte bunun mevcut şartlarda çok da mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Türkiye işsizliğin özellikle de genç işsizliğinin çok yüksek olduğu bir ülkedir. Uluslararası öğrencilere tam zamanlı ya da yarı zamanlı çalışma izni verilmesi, özellikle gençler arasında uluslararası öğrencilere yönelik tepkilere neden olabilir.

- **Başvuru, Seçim ve Kayıt Sürecine Yönelik Öneriler**

Kolay başvuru sistemine sahip olan üniversitelerin öğrencileri bundan duydukları memnuniyeti ısrarla vurgulamıştır. Bu nedenle tüm üniversitelerin başvuru sistemlerini gözden geçirmeli ve bürokrasiden uzak bir biçimde tasarlamalıdır. Ayrıca, birden fazla üniversite veya bölüme başvuracak öğrenciler için başvuru ücretleri önemli bir külfet haline gelebilir. Bu nedenle, başvuru ücretlerinin düşük olması veya başvuru sonrasında kayıt olmayan öğrencilere bu ücretlerin iade edilebileceği gibi bir bilginin paylaşılması, öğrenci talebini artırabilir.

Seçim ve kayıt sürecindeki problemlerin büyük çoğunluğu ise yabancı dil bilen personel sayısının yetersizliği ve bunun neden olduğu iletişim problemleriyle ilişkilidir. Üniversitelerin uluslararası ilişkiler ofislerinin bir öğrencinin Türkiye’de

öğrenime başlayabilmesi için yapması gerekenler konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması ve/veya bilgi sahibi olsa bile bunu öğrenciye aktaramaması, öğrencilerin sorunlarını kendi ülkesinden gelen bir öğrenci yardımıyla çözmeye yönlendirmekte ve memnuniyetsizliği arttırmaktadır.

YÖK Başkanlığı bünyesinde kurulmasını önerdiğimiz ofis, seçim ve kabul işlemleri için ortak sistem/portal kullanılmasını sağlayabilir ve birçok sorun hızlı bir şekilde çözülebilir. Böylesi bir sistem, uluslararası öğrenciler ile ilgili iş ve işlemlerde hem bir eşgüdüm hem de kontrol ve denetim sağlayacaktır. Ayrıca öğrencilerin seçimi ve yerleştirilmesi konusunda da uygulama birliği bulunmamaktadır. Merkezi bir sınav sistemi tesis edilebilir. Bu konularda dünyada en fazla uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapan ABD ve İngiltere'nin deneyimlerinden yararlanılabilir ve bu ülkelerdeki uygulamalar Türkiye'ye uyarlanabilir.

- **Müteakip Araştırmacılara Yönelik Öneriler**

Eğitim turizmi pazarında yaşanan değişim ve dönüşümler, Türkiye gibi genç nüfus oranı yüksek ve gelişmekte olan ülkeleri diğer ülkelere göre daha fazla etkilemektedir. Yükseköğrenim için Türkiye'yi tercih eden uluslararası öğrenci sayısı giderek arttığı gibi yabancı ülkeleri tercih eden Türk öğrencilerin de sayısı yükselmektedir. Hem gönderen hem de kabul eden ülke olma sıfatıyla Türkiye'de eğitim turizmi çok önemli bir öğrenci hareketliliği doğurmaktadır. Öğrenci hareketliliğinin ekonomik katkılarının yanı sıra sosyo-kültürel boyutları da bulunmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'de eğitim turizminin tüm boyut ve ilişkileriyle gelecekte araştırılması gerekmektedir. Bu boyut ve ilişkilerin (Örnek: Göç, İltica, Beyin Göçü, Ekonomik Etkiler, Sosyo-Kültürel Etkiler vb.) her biri ayrı bir araştırma konusunun öznesi olabilecek çalışma alanları oluşturmaktadır.

Bu araştırma, eğitim turizmi konusunda Türkiye'de yapılan ilk çalışmalardan ve bir başlangıç niteliği taşımaktadır. Müteakip araştırmacılara; eğitim turizmi alanında ileri seviyede olan ülkelerin (İngiltere, Kanada vb.) incelenmesi, devlet-vakıf üniversitelerindeki uluslararası öğrencilerin sorunlarının kıyaslanması, Türkiye'den

başka ülkelere öğrenim amacıyla gidenlerin gitme gerekçelerinin irdelenmesi, eğitim turizminin etkileri ve ekonomik katkıları gibi konularda çalışılması önerilmektedir.

Mevcut durumda, eğitim turizminin öneminin Türkiye’de kavranmadığı ve ülkemizin eğitim turizmi pazarında etkili olamadığı söylenebilir. Bu nedenle, eğitim turizmi konusu, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi stratejik bir bakış açısıyla ele alınmalıdır. Çözüm odaklı plan ve politikaların geliştirilerek uygulamaya konulması durumunda Türkiye, uluslararası eğitim turizmi pazarından önemli bir pay elde edebilecektir.



KAYNAKÇA

- Abubakar AM, Shneikat BHT, Oday A (2014) Motivational factors for educational tourism: A case study in Northern Cyprus. *Tourism Management Perspective*, 11: 5862
- Agarwal VB, Winkler DR (1985) Foreign demand for United States higher education: a study of developing countries in the eastern hemisphere. *Economic Development and Cultural Change*, 33(3), 623-644.
- Akgüner P (2011) Turkey: Education Market, US Commercial Service, *United States of America Department of Commerce*, May, 2011, p. 2.
- Aksoy M (2013) *Bilimin Mabesinde Yöntem Meselesi*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi
- Alemu S (2014) An Appraisal of the internationalisation of higher education in SubSaharan Africa. *Journal CEPS* 4 (2), www.cepsj.si
- Altbach PG, Reisberg L, Rumbley LE (2009) Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution. *UNESCO World Conference on Higher Education*, 2009, pp. 1-246.
- Altbach PG, Knight J (2007) The internationalization of higher education: motivations and realities. *Journal of Studies in International Education*, 11(3), 290-305.
- Anthony B, Marcelo F, Andrew H, Sarah J, Neil K, David P, Kelvin VC (2004) *Vision 2020; Forecasting International Student Mobility; A UK Perspective*. England: British Council Department.
- Arabkheradmand A, Shabani EA, Zand-Moghadam A, Bahrami HS, Derakhshesh A, Golkhandan AR (2015) *An introduction to the internationalization of higher education: Essential topics*. University Press of America.

- Ayoubi R, Masoud H (2007) The Strategy of Internationalization in Universities. *International Journal of Educational Management*, 21(4): 339-349.
- Baharun R (2006) Identifying Needs and wants of University Students in Malaysia. *Malaysian Management Review*, 39(2): 1-7
- Balcı A (2001) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem A Yayınevi.
- Baloglu S, McCleary KW (1999) A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897.
- Bamber M (2014) What motivates Chinese women to study in the UK and how do they perceive their experience? *Higher Education*, 68(1), 47-68.
- Bardgett L (2000) *The Tourism Industry*. Research Paper (No:00/66), House of Commons library.
- Bardsley D (2010) University's half-price tuition scheme gets disappointing pass rate. In *The National* (Vol. 22).
- Bartell M (2003) Internationalization of Universities: A University Culture-Based Framework. *Higher Education*, 45 (1), 43-70.
- Baty P (2000) Dependence on foreign fees poses threat to UK research. *The Times Higher Education Supplement*.
- Becker R, Kolster R (2012) *International Student Recruitment: Policies and Developments in Selected Countries*. The Hague: Nuffic.
- Beelen J (2012) The long wait: Researching the implementation of internationalisation at home. *Internationalisation revisited: New dimensions in the internationalisation of higher education*. Amsterdam: CAREM, 9-20.
- Berg BL, Lune H (2015) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Hasan Aydın. (Eğitim Kitabevi, Konya).
- Bohm A, Davis D, Meares D, Pearce D (2002). Global student mobility 2025: Forecasts of the global demand for international higher education. *IDP Education Australia*.

- Binbaşıoğlu H (2011) “Yükseköğretimde Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanması: Bir Pilot Araştırma”, *Uluslararası Yükseköğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar*, C.III, Bölüm XVI, 27-29 Mayıs 2011, İstanbul; s. 2465.
- Bodger D (1998) Leisure, learning, and travel. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 28-31.
- Bodycott P (2009) Choosing a higher education study abroad destination: What mainland Chinese parents and students rate as important. *Journal of Research in International Education*, 8, 349-373.
- Bodycott P, Lai A (2012) The influence and implications of Chinese culture in the decision to undertake cross-border higher education. *Journal of Studies in International Education*, 16, 252-270.
- Bostrom CA (2010) Diffusion of internationalization in Turkish higher education. *Journal of Studies in International Education*, 14 (2), 143-160.
- Brown JH, Oplatka I (2006) Universities in a Competitive Global Marketplace: Systematic Review of the Literature on Higher Education Marketing. *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 19, Iss. 4, 2006, p. 1-44.
- Burkart AJ, Medlik S (1981) *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Bümen H (2015) Eğitim Hizmetleri Pazarlaması: Uludağ Üniversitesi'nde Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerinde Bir Alan Araştırması. Yüksek Lisans Tezi Uludağ Üniversitesi.
- Bywater M (1993a) Market segments: The youth and student travel market. *Travel and Tourism Analyst* 5 (3), 35–50.
- Cairney P (2012) Public Administration in an Age of Austerity: Positive Lessons From Policy Studies. *Public Policy and Administration*, 27(3): 230-247.
- Canadian Tourism Commission (CTC) (2001) *Learning Travel: 'Canadian EdVentures' Learning Vacations in Canada: An Overview*. Ontario: Canadian Tourism Commission.

- Carlson JB, Burn JU, Yachimowicz D (1990) *Study Abroad: The Experience of American undergraduates in Western Europe and the United States*. Westport, Conn: Greenwood Press.
- Chapman DW, Austin AE (2002) *Higher Education in the Developing World: Changing Contexts and Institutional Responses*. (Eds.) Westport, CT: Greenwood Press.
- Charmaz K (2006) *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage
- Cheung A, Yuen T, Yuen C, Cheng YC (2011) Strategies and policies for Hong Kong's higher education in Asian markets. *International Journal of Educational Management*, 25(2): 144-163.
- Chen K, Liao P (2012) A comparative study on world university rankings: a bibliometric survey. *Bibliometrics*, 92(1), 89-103.
- Chen LH (2008) Internationalization or international marketing? Two frameworks for understanding international students' choice of Canadian universities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18, 1-33.
- Chen CH (2007) Understanding Taiwanese Students' Decision-making Factors Regarding Australian International Higher Education. *International Journal of Educational Management*, 20(2): 91-100.
- Chirkova A (2011) *Pepsi Across Culture: Analysis and Cross-cultural Comparison of Pepsi Websites*. Unpublished Master Dissertation, Sweden: University of Gothenburg
- Choudaha R, De Wit H (2014) Challenges and Opportunities for Global Student Mobility in the Future: A Comparative and Critical Analysis. pp. 19-34. In: Bernard Streitweiser, Editor, *Internationalization of Higher Education and Global Mobility*. Oxford Studies in Comparative Education Series, Symposium Books, Oxford
- Cooper C (1999) The European school travel market. *Travel and Tourism Analyst* 5, 89-106.

- Cooper H, Jeffrey CV, Charlton K, Melson A (2003) The Effects of Modified School Calendars on Students Achievement and School and Community Attitudes. *Review of Educational Research*, 73(1): 1-52.
- Cox M (2012) *International student recruitment: policies and developments in selected countries: Sweden, Norway and Finland*. The Hague: Nuffic.
- Creswell, J. W. (2017). *Nitel araştırmacılar için 30 temel beceri*. Anı Yayıncılık.
- Cubillo JM, Sánchez J, Cerviño J (2006) International students' decision-making process. *International Journal of Educational Management*, 20, 101-115.
- Çetinsaya G (2014) *Büyüme, Kalite, Uluslararasılaşma: Türkiye yükseköğretimi için bir yol haritası raporu*. Anadolu Üniversitesi Basımevi Müdürlüğü, Eskişehir.
- Dassin J, Enders J, Kottmann A (2014) Social Inclusiveness, Development and Student Mobility in International Higher Education: The Case of the Ford Foundation International Fellowships Program. Streitwieser, B. (Ed), *Internationalisation of Higher Education and Global Mobilty*, 23.
- Daymon C, Holloway I (2010) *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. Routledge.
- Dib CZ (1988) Formal, Non-Formal and Informal Education: Concepts/Applicability, *American Institute of Physics*, New York, p. 1.
- Dill D, Soo M (2005) Academic quality, league tables, and public policy: a crossnational analysis of university ranking systems. *Higher Education*, 49(4), 495-533.
- Doğan G (2017) Akademik performans odaklı uluslararası üniversite sıralama sistemlerinin genel sıralamalarına ve ölçütlerine göre değerlendirilmesi. Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Donald SE, Stanford LL, John BM (1988) Measuring the Economic Impact of Institution of Higher Education. *Research in Higher Education*, 28(1): 17-34.

- Eder J, Smith WW, Pitts RE (2010) Exploring factors influencing student study abroad destination choice. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(3), 232-250.
- EduLife Canada (2016) *Kanada Eğitim Dergisi*, 3.
- Egron-Polak E, Hudson R, Gacel-Avila J (2010) *Internationalization of higher education: Global trends, regional perspectives: IAU 3rd global survey report*. Paris: International Association of Universities.
- Erdoğan İ. (2012) *Pozitivist metodoloji ve Ötesi: Araştırma tasarımları, Niteliksel ve İstatiksel yöntemler*. Erk.
- Erickson GM, Johansson JK, Chao P (1984) Image variables in multi-attribute product evaluations: Country-of-origin effects. *Journal of Consumer Research*, 11(2), 694–700.
- Fetscherin M (2010) The determinants and measurement of a country brand: The country brand strength index. *International Marketing Review*, 27, 466-479.
- Foster M (2014) Student destination choices in higher education: Exploring attitudes of Brazilian students to study in the United Kingdom. *Journal of Research in International Education*, 13(2), 149-162.
- Friedman T (2013) *Revolution hits the universities*. The New York Times, 26 (1)
- Gatfield RL, Hyde M (2005) An examination of two case studies used in building a decision-making model. *International Education Journal*, 6(5), 555–566.
- Gee C, Makens JC, Choy DJL (1997) *The Travel Industry* (3rd edn). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ger AM, Ertepinar H, Sayı AK, Suna HT, Türk Z, Akdemir ZG (2017) *Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Ve Ülke Seçimini Etkileyen Faktörler*
<https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/akademik/fakulteler/egitim/Documents/Uluslararasılaşma%20Raporu.pdf>
Erişim: 01.03.2019

- Gertner RK (2010) Similarities and differences of the effect of country images on tourist and study destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 383-395.
- Ghazarian PG, Keller DR (2016) Country image and ideal destination choice in study abroad: Evidence from the Republic of Korea. *International Education Journal: Comparative Perspectives*, 15(4), 20-34.
- Gibson H (1998) The educational tourist. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 32-34.
- Gray BJ, Shyan FK, Llanes VA (2003) Branding universities in Asian markets. *Journal of Product & Brand Management*, 12(2), 108-120.
- Green MF (2007) Internationalizing community colleges: Barriers and strategies. *New Directions for Community Colleges*, 138, 15-24.
- Guo Y (2000) *Vocation Economy*. Guangzhou: Guangzhou Economics Press.
- Gürbüz S, Şahin F (2016) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hanson K, Meyerson J (1995) *International Challenges to American Colleges and Universities: Looking ahead*. US. Phoenix, AZ: American Council on Education and the Oryx Press,
- Harazneh I, Al-Tall RM, Al-Zyoud MF, Abubakar AM (2018) Motivational factors for educational tourism: Marketing insights. *Management & Marketing*, 13(1), 796-811.
- Harman G (2011) *Competitors of Rankings: New Directions in Quality Assurance and Accountability*. J. C. Shin, R. K. Toutkoushian ve U. Teichler (Ed.), University rankings: Theoretical basis, methodology and impacts on global higher education içinde (p.35-54). *The changing academy- The changing academic profession in international comparative perspective 3*. Springer: Dordrecht.
- Healey NM (2006) The Internationalisation of Higher Education: Myths and Realities, *University of Canterbury*, 2006, pp. 1-27.

Heydarov M (2019) Eğitim Turizmi Bağlamında Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Antalya ve Akdeniz Üniversitesine Yönelik Algılarının Tespiti ve Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Antalya.

Hjalager AM (2003). Global tourism careers? Opportunities and dilemmas facing higher education in tourism. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 2(2), 26-37.

Hibbert C (1987) *The Grand Tour*. London: Methuen.

Holdnak A, Holland S (1996) Edutourism: Vacationing to learn. *Parks and Recreation*, 1(1): 72-75.

<https://www.studyinturkey.com/> Erişim: 26.02.2019

http://www.goc.gov.tr/icerik6/ikamet-izinleri_363_378_4709_icerik Erişim: 28.02.2019

<https://www.aydin.edu.tr/tr/akademik/fakulteler/.../Uluslararasılaşma%20Raporu.pdf> Erişim: 05.03.2019

<https://www.ytb.gov.tr/uluslararasi-ogrenciler/turkiye-burslari> Erişim: 25.02.2020

<https://istatistik.yok.gov.tr/> Erişim: 25.02.2020

Institute of International Education. (2014). *Special reports: Economic impact of international students. Open Doors 2014: Report on International Education Exchange*. Retrieved from <http://www.iie.org/opendoors>. Erişim: 14.03.2019

Huang R (2008) Mapping Educational Tourists Experience in the UK: Understanding International Students. *Third World Quarterly*, 29(5): 1003-1020

Huang F (2006) Internationalization of curricula in higher education institutions in comparative perspectives: Case studies of China, Japan, and The Netherlands. *Higher Education*. 51, 521-539

Hudzik JK (2015) *Comprehensive Internationalization. Institutional Pathways to Success*. New York: Routledge.

- Hughes H (1988) Education as an export industry. *Withering heights: The state of higher education in Australia*, 217-55.
- İslamoğlu AH, Alniaçık Ü (2016). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. *İstanbul: Beta Yayınevi*.
- Jafari J (1977) Editor's Page. *Annals of Tourism Research*, 5: 6-11
- Jaffe ED, Nebenzahl ID (1993) *Global promotion of country image: do the Olympics count? In N. Papadopoulos & L. A. Heslop (Eds.), Product-country images: Impact and role in international marketing* (433-452). Binghamton, NY: Haworth Press.
- Jaffe E, Nebenzahl D (2001) National image and competitive advantage: The theory and practice of country-of-origin effect. *Copenhagen Business School Press: Copenhagen*.
- Jarocka M (2015) Transparency of university rankings in the effective management of university. *Business, Management & Education*, 13(1), 64-75.
- Joseph M, Joseph B (1997) Service quality in education: a student perspective. *Quality assurance in education*, 5(1), 15-21.
- Joyce P (2012) Educational tourism empowerment: Implications for flexible learning and digital equity. *Journal of Tourism Hospitality*, 1(4): 1-2.
- Kadioğlu FK, Özer ÖK (2015) *Yükseköğretimin uluslararasılaşması çerçevesinde Türk Üniversitelerinin uluslararası öğrenciler için çekim merkezi haline getirilmesi: araştırma projesi*. (Eds.) Kalkınma Bakanlığı.
- Kalinowski K, Weiler B (1992) Educational travel. In C. M. Hall and B. Weiler (eds) *Special Interest Tourism* (pp. 15–26). London: Belhaven.
- Kaya GT (2014) Internationalisation of higher education and global mobility. Bernhard Streitwieser (Ed), kitap incelemesi, *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, (39),195-199.
- Kemp S (1995) The global market for foreign students. *University of Adelaide, South Australia*.

- Kemp S, Madden G (1998) Emerging Australian education markets: A discrete choice model of Taiwanese and Indonesian student-intended study destination. *Education Economics*, 6(2), 159–170.
- King R (2009) *Governing Universities Globally: Organizations, Regulation and Rankings*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Kirk J, Miller ML, Miller ML (1986) *Reliability and validity in qualitative research* (Vol. 1). Sage.
- Kleppe I, Mossberg L (2006) *Company versus country branding: Same, same but different*. In Asche, F. (Ed.), *Primary industries facing global markets: The supply chains and markets for Norwegian food and forest products* (pp. 217-46). Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Kleckley J (2008) *Economy: NC and its Regions. A Workshop on Climate, Weather and Tourism*. East Carolina University, November 14-15.
- Knight G, Calantone R (2000) A flexible model of consumer country-of-origin perceptions: A cross-cultural investigation. *International Marketing Review*, 17, 127–145.
- Knight J (2014) Three generations of crossborder higher education: New developments, issues and challenges. In: B. Streitwieser (Eds.). *Internationalization of Higher Education and Global Mobility*, 43-58.
- Knight J (2003) Internationalization of Higher Education Practices and Priorities: 2003 IAU Survey Report. *International Association of Universities*, 1-31, Paris, France. <http://www.unesco.org/iau>
- Knight J (1994) *Internationalization: Elements and Checkpoints*. Ottawa, Canada: Canadian Bureau for International Education
- Koskey JC (2013) Turning challenges into opportunities: Prospects for African universities. *Journal of Education and Human Development* 2(1),11-16
- Kotler P, Armstrong G (2004) *Principles of Marketing*, 10. Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2004.
- Kozak MA, Bahçe AS (2012) *Özel ilgi turizmi*. Detay Yayıncılık.

- Kumar N (2008) International flow of students: An analysis related to China and India. *Current Science*, 94(1), 34–37.
- Kuş, E. (2007) *Nitel-nitel araştırma teknikleri: sosyal bilimlerde araştırma teknikleri: Nicel mi? Nitel mi?*. Anı Yayıncılık.
- Lam JMS, Ariffin AAM, Ahmad AH (2011) Edutourism: Exploring The Push-Pull Factors In Selecting A University. *International Journal of Business and Society*, Vol. 12 No:1 63-78.
- Lanegran D (2005) *Discussion on Question: What Makes a Good Field Trip?* With B. Hecht. St. Paul, MN.
- Laroche M, Papadopoulos N, Heslop LA, Mourali M (2005) The influence of country image structure on consumer evaluations of foreign products. *International Marketing Review*, 22, 96-115.
- Lawley M, Perry C (1997) Thai and Malaysian students' perceptions of overseas study destinations: An exploratory study. Unpublished management papers, University of Southern Queensland.
- LeCompte, M. D., & Goetz, J. P. (1982) Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of educational research*, 52(1), 31-60.
- Leask B (2015) *Internationalising the Curriculum*. London: Routledge.
- Lee ES (1966) A theory of migration. *Demography*, 3(1), 47-57.
- Lee JJ (2008) Beyond borders: International student pathways to the United States. *Journal of Studies in International Education*, 20(10), 1–20.
- Lee CF (2014) An investigation of factors determining the study abroad destination choice: A case study of Taiwan. *Journal of Studies in International Education*, 18(4), 362-381.
- Lee KH, Tan, JP (1984) The international flow of third level lesser developed country students to developed countries: Determinants and implications. *Higher education*, 13(6), 687-707.

- Leonard D, Morley L (2007) Experiences of International Students in UK Higher Education: A Review of Unpublished Research 2003. www.ukcosa.org.uk/about/pubsresearch, (Erişim tarihi: 28/05/2019).
- Lesjak M, Juvan E, Ineson EM, Yap MH, Axelsson EP (2015) Erasmus student motivation: Why and where to go? *Higher Education*, 70, 845-865.
- Licata JW, Maxham, JG (1998) Student Expectations of the University Experience: Levels and Antecedents for Pre-Entry Freshmen. *Journal of Marketing for Higher Education*, 9(1): 69-91
- Llewellyn-Smith C, McCabe VS (2008) What is the attraction for exchange students: The host destination or host university? Empirical evidence from a study of an Australian university. *International Journal of Tourism Research*, 10, 593-607.
- Luborsky MR, Rubinstein RL (1995) Sampling in qualitative research: Rationale, issues, and methods. *Research on aging*, 17(1), 89-113.
- Marshall MN (1996) Sampling For Qualitative Research. *Family Practice*, 13(6), 522-526.
- Maxwell JA (2012) *Qualitative research design: An interactive approach* (Vol. 41). Sage publications.
- Manrai L, Lascu D, Manrai A (1998) Interactive effects of country of origin and product category on product evaluations. *International Business Review*, 7, 591– 615.
- Maringe F (2006) University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. *International journal of educational management*, 20(6), 466-479.
- Mazzarol T, Soutar GN (2002) “Push-pull” factors influencing international student destination choice. *International Journal of Educational Management*, 16 (2), 82-90.
- Mazzarol T, Soutar G, Smart D, Choo S (2001) *Perceptions, information and choice: Understanding how Chinese students select a country for overseas study*.

- Mazzarol T, Soutar GN, Thein V (2001) Critical success factors in the marketing of an educational institution: A comparison of institutional and student perspectives. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(2), 39-57.
- Mazzarol T (1998) Critical success factors for international education marketing, *International Journal of Education Management*, Vol. 12 No. 4, pp. 163-175.
- Mazzarol T, Savery LK, Kemp S (1996) International students who choose not to study in Australia: An examination of Taiwan and Indonesia. (Eds.) *AEIF Policy, Research and Analysis Section*.
- McIntosh R, Goeldner C, Ritchie JRB (1995) *Tourism: Principles, Practice, Philosophies* (7th edn). New York: John Wiley.
- McMahon ME (1992) Higher education in a world market: An historical look at the global context of international study. *Higher Education*, 24(4): 465-482.
- Muche F, Wächter B (2005) Perceptions of European higher education in third countries. Project 2004 – 3924 / 001 – 001 MUN-MUNA31: Final report. Retrieved January 23, 2007, from <http://ec.europa.eu/education/programmes/mundus/acareport.pdf>
- Muffo JA, McLaughlin GW (1987) *A Primer on Institutional Research*.
- Naido V (2007) Research on the Flow of International students to UK Universities: Determinants and Implications. *Journal of Research in International Education*, 6(3): 287-307.
- Nye JS (2008) Public diplomacy and soft power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 94-109.
- OECD (1974) *Tourism Policy and International Tourism in Member Countries*. Paris: OECD
- Okoli FC (2001) “Leadership and Motivation in the Management of Human Resources” *Workshop on Advanced Personnel/Human Resources Management*, Modotel Hotel, Enugu, 16th and 18th May, 2001

- Olsen SO, Olsson UH (2002) Multientity scaling and the consistency of country-of-origin attitudes. *Journal of International Business Studies*, 33(1), 149–167.
- Paige RM, Mestenhauser JA (1999) Internationalizing educational administration, *Education Administration Quarterly*, 35, 500-517.
- Patton MQ (1990) *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE Publications, inc.
- Patton MQ (2014) *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, (Çev. M. Bütün, S. B. Demir), Ankara: Pegem Akademi.
- Perna LW, Orosz K, Jumakulov Z, Kishkentayeva M, Ashirbekov A (2015) Understanding the programmatic and contextual forces that influence participation in a government-sponsored international student-mobility program. *Higher Education*, 69(2), 173-188.
- Pimpa N (2005) A family affair: The effect of family on Thai students' choices of international education. *Higher Education*, 49(1), 431–448.
- Poon A (1993) *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB international.
- Rayner L, Easthope G (2001) *Postmodern Consumption and Alternative Medications*. *Journal of Sociology*, 37(2): 157-178.
- Ritchie JR, Simon H (2009) Understanding and Meeting the Challenges of Customer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research*, 11: 111-126
- Ritchie BW, Carr N, Cooper CP (2003) *Managing educational tourism* (Vol. 10). Channel View Publications.
- Ritchie BW, Priddle M (2000) International and domestic university students and tourism: The case of the Australian capital territory. Paper presented at the *Australian Tourism and Hospitality Research Conference*, Mt Buller, Australia, 2–5 February.
- Roppolo C (1996) International education: What does this mean for universities and tourism? In M. Robinson, N. Evans and P. Callaghan (eds) *Tourism and*

Cultural Change (pp. 191–201). Sunderland: *Centre for Travel and Tourism and Business Editorial Press*.

Rothman SB (2011) Revising the soft power concept: What are the means and mechanisms of soft power? *Journal of Political Power*, 4, 49-64.

Saat A (2007) *Internationalization of higher education: Preparation, policy, implementation and recognition*.

Salmi J (2001) Higher education at a turning point. Tertiary education in the 21st Century: Challenges and opportunities. *Higher Education Management*, 13(2),105-131.

Saruhan ŞC, Özdemirci A (2013) *Bilim, felsefe ve metodoloji* (3.Baskı) İstanbul: Beta.

Seekings J (1998) The youth travel market. *Travel and Tourism Analyst* 5, 1–20.

Shan BY, Shah NART, Suat OB (2013) International students' perception on Malaysia as a destination for Tertiary Hospitality and Tourism Education. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(5), 435-456.

Shank MD, Beasley F (1998) Gender effects on the university selection process. *Journal of Marketing for Higher Education*, 8(3), 63-71.

Shanka T, Quintal V, Taylor R (2008) Factors influencing international students' choice of an education destination: A correspondence analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 15(2), 31–46.

Sirakaya E, Sonmez SF, Choi HS (2001) Do destination images really matter? Predicting destination choices of student travellers. *Journal of Vacation Marketing*, 7(2), 125–142.

Smith C, Jenner P (1997) Market segments: Educational tourism. *Travel and Tourism Analyst* 3, 60–75.

Smith R (1982) *Learning How to Learn*. Chicago: Follett.

- Smith S (1988) Defining tourism: A supply-side view. *Annals of Tourism Research* 15 (2), 179–190.
- Smith RA, Khawaja NG (2011) A review of the acculturation experiences of international students. *International Journal of intercultural relations*, 35(6), 699-713.
- Srikatanyoo N, Gnoth J (2002) Country image and international tertiary education. *Journal of Brand Management*, 10(2), 139-146.
- Steinecke A (1993) The historical development of tourism in Europe. In W. Pompl and P. Lavery (eds) *Tourism in Europe: Structures and Developments* (pp. 3–12). Wallingford: CAB International.
- Strauss A, Corbin J (1990) *Basics of qualitative research*. Sage publications.
- Svensson L, Wihlborg M (2010) Internationalising the content of higher education: the need for a curriculum perspective. *Higher Education*, 60(6),595-613.
- Şenel A, Gençoğlu S (2003) Küreselleşen Dünyada Teknoloji Eğitimi, *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, Y.11, No. 12, 2003, ss. 45-65.
- Tarlow P (2008) *Educational Tourism Comes in Many*. <http://www.brilliantpublishing.com/%20Writers/.com> (Erişim tarihi: 07/03/2019).
- Taşçı G (2018) Yükseköğretimde Uluslararasılaşma: Türkiye Örneği (1995-2014) Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Taylor J (2012) *Globalization and Internationalization in Higher Education: Theoretical, Strategic and Management*. In F. Maringe & N. Foskett (Eds.), *The response of Government and Universities to Globalization and Internationalization in Higher Education*. Continuum International Publishing Group, London, 83-97
- Teichler U (2011) *Social Contexts and Systemic Consequence of University Rankings: A Meta-Analysis of the Ranking Literature*. J. C. Shin, R. K. Toutkoushian ve U. Teichler (Ed.), *University rankings: Theoretical basis, methodology and impacts on global higher education içinde* (p.55-72). The

changing academy - The changing academic profession in international comparative perspective 3. Springer: Dordrecht.

Tekelioğlu S, Başer H, Örtlek M, Aydınlı C (2012) Uluslararası Öğrencilerin Ülke ve Üniversite Seçiminde Etkili Faktörler: Vakıf Üniversitesi Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 191-200.

Theobold W (1998) *Global Tourism: The Next Decade* (2nd edn). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Towner J (1996) *An Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World, 1540–1940*. Chichester: John Wiley.

UNWTO (1963) *Tourism policy and International Tourism in Member Countries*. Paris: OECD.

UNWTO (2016) “Guide For Local Authorities on Developing Sustainable Tourism.” Paris: OECD

Ural A, Kiliç İ (2013) *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık

Usta Ö (2001) Genel turizm. *Anadolu Matbaacılık, İzmir*, 41.

Van der Wende M (2007) Internationalization of Higher Education in the OECD Countries: Challenges and Opportunities for the Coming Decade. *Journal of Studies in International Education*, 11: 274-289.

Varghese NV (2008) *Globalization of higher education and cross-border student mobility*. Paris: UNESCO.

Varghese NV (2011) Globalization and cross-border education: Challenges for the development of higher education in Commonwealth countries. *Kuala Lumpur: International Institute for Educational Planning (IIEP)*.

Wang J (2008) The power and limits of branding in national image communication in global society. *Journal of International Communication*, 14(2), 9-24.

Wang B, Li SW (2008) Education Tourism Market in China An Explorative Study in Dalian. *International Journal of Business and Management*, 3(5): 44-49.

- Weaver D, Oppermann M (2000) *Tourism Management*. Brisbane: John Wiley.
- Warner J (1999) North Cyprus: Tourism and the challenge of non-recognition. *Journal of Sustainable Tourism* 7 (2), 128–145.
- Woodside AG, King RI (2001) An updated model of travel and tourism purchase-consumption systems. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10(1), 3–27.
- World Tourism and Travel Council (2010) Customer Satisfaction; Annual Report. London: WTTC Publications.
- Yang M (2007) What attracts mainland Chinese students to Australian higher education? *Studies in Learning, Evaluation, Innovation and Development*, 4(2), 1–12.
- Yay GG (2009) Küreselleşme ve Para Politikası, *Yıldız Teknik Üniversitesi Ekonomi Bilimleri Dergisi*, C. I, S. 1, 2009, ss. 29-38.
- Yıldırım A, Şimşek H (2013) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yuan LT (2006) Introduction to Tourism. Beijing: Higher Education Press.

EK-1: Görüşme Formu (Türkçe)

GÖRÜŞME FORMU

Değerli katılımcı,

Bu görüşme formu; hazırlamakta olduğumuz, “**Eğitim Turizmi Kapsamında Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği**” isimli doktora tez çalışmasıyla ilgilidir. Görüşmede belirteceğiniz görüş ve değerlendirmeleriniz sadece doktora tezi kapsamında kullanılacak, **gizliliği korunacak ve başka bir amaçla kullanılmayacaktır**. Katkılarınız için çok teşekkür ederim.

Fatih Hasan HANÇER, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Prof. Dr. Şule AYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

GENEL BİLGİLER

1	Cinsiyetiniz	
2	Yaşınız	
3	Medeni Durumunuz	
4	Hangi Ülke Vatandaşısınız	
5	Öğrenim Gördüğünüz Üniversite/Bölüm/Sınıf	
6	Yıllık Öğrenim Ücreti Miktarı	
7	Aylık Ortalama Harcama Miktarı	

GÖRÜŞME SORULARI

1. Yükseköğrenim için neden Türkiye’yi ve özellikle İstanbul’u tercih ettiniz? Açıklar mısınız?
2. Öğrenim gördüğünüz üniversiteyi seçmenizde etkili olan faktörler nelerdir? Açıklar mısınız?
3. Karar verme sürecinde başvurduğunuz/faydalandığınız bilgi kaynakları (İnternet, sosyal medya platformları, Radyo-TV, eğitim acentesi, fuar, aile-arkadaş tavsiyesi) nelerdir?
4. Öğrenime başlamadan önce Türkiye’ye herhangi bir amaçla (Tatil, iş, ziyaret vb.) seyahat ettiniz mi? Bu seyahatin öğrenim için Türkiye’yi seçme sürecinde herhangi bir etkisi oldu mu?
5. Üniversiteye giriş ve eğitim süresince varsa yaşadığınız olumlu/olumsuz şeyleri anlatır mısınız?
6. Öğrenim sonrasında herhangi bir nedenle (lisansüstü eğitim, iş vb.) Türkiye’de kalmayı düşünüyor musunuz?
7. Sizce, uluslararası öğrencilerin Türkiye’yi tercih etmesi için neler yapılmalıdır?

EK-2: Görüşme Formu (İngilizce)

INTERVIEW FORM

Dear participant,

This interview form is related to the doctoral thesis study entitled “**Factors affecting destination selection within the scope of education tourism: Istanbul case**” which I have been preparing. Your opinions and evaluations will only be used within the scope of the doctoral thesis, their confidentiality will be protected and will not be used for any other purpose. Thank you very much for your contribution.

Fatih Hasan HANÇER, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences

(Prof. Dr. Şule AYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism

GENERAL INFORMATION

1	Gender	
2	Age	
3	Marital status	
4	Your home country	
5	Your university/department/class	
6	Annual tuition fee amount	
7	Average monthly spending amount	

INTERVIEW QUESTIONS

1. Why did you choose Turkey and especially Istanbul for university education? Could you explain?
2. What are the factors that influence your choice of University? Could you explain?
3. Could you explain the information sources you applied during the preference period (Internet, social media platforms, radio-TV, education agency, educational fair, friends and family advices, etc.)?
4. Have you traveled to Turkey for any purpose (vacation, business, visit, etc.) before starting education? Has this trip had any effect on the process of choosing Turkey for education?
5. Can you tell us about the positive / negative things you experienced during admission to university and education?
6. After completing your education for any reason (postgraduate education, work, etc.) do you intend to stay in Turkey?
7. In your opinion, what should be done to prefer Turkey for international students?