

Uluslararası Öğrenci Pazarını Bölümlendirme: Birleşik Krallık'ta Bir Araştırma

Segmenting international student market: An investigation in the United Kingdom

Önder Kethüda

Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Düzce

Özet

Bu çalışmanın amacı uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmelerinde etkili olan faktörleri belirlemek ve bu faktörler itibari ile uluslararası öğrencileri farklı pazar bölümlerine ayırmaktır. Bu çerçevede Birleşik Krallık'ta öğrenim gören uluslararası öğrencilere üniversiteye kayıt yaptırma sürecinde etkili olan motivasyon unsurları sorulmuştur. Araştırmanın evrenini Birleşik Krallık'ta bulunan uluslararası öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 816 uluslararası öğrenciden veri toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmelerinde; geleceğe ilişkin kariyer gelişimi hedefleri, sosyal yaşama yönelik beklentiler, üniversitelerin pazarlama faaliyetleri ve danışmanların yönlendirmesi, öğrencinin ailesinin yönlendirmesi ve öğrencinin geleceğe ilişkin kariyer belirsizliği faktörleri etkilidir. Kariyer gelişimine yönelik beklentiler ve aile yönlendirmesi üniversiteye kayıt yaptırmada en önemli motivasyon unsurlarıdır. Ayrıca, yükseköğretim kapsamında Birleşik Krallık'ı tercih eden uluslararası öğrenciler üç farklı pazar bölümüne ayrılabilir. Bu doğrultuda, daha fazla uluslararası öğrenciyi ev sahipliği yapmak isteyen üniversitelere uluslararası öğrencilerden benzer özellik gösteren bir veya daha fazla grubu hedef kitle olarak belirlemeleri ve pazarlama stratejilerini bu kitleye yönelik geliştirmeleri yönünde tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Birleşik Krallık, bölümlendirme, hedef kitle belirleme, uluslararası öğrenci, yükseköğretim.

Abstract

The aims of the paper are to determine the factors which motivate international students to enroll in a university and to divide international students market into different market segments by these factors. To this aim, international students studying in the United Kingdom were asked about the motivation factors that are effective in their decision to enroll in tertiary education. The population of this research consisted of international students in the UK. Data were collected from 816 international students. According to the results of the research, future career plans, social life environment, marketing activities of universities and counselor advice, parental guidance, and not-being ready for work life were found as the reasons for international students' enrolling in a university. In addition, the most influential factors in international students' enrolling in a university were found factors associated with the future career plans and the parental guidance. Furthermore, international students studying in the UK might be divided into three different market segments. In accordance with these results, some suggestions about targeting one or more segments and developing marketing strategy for the targets were made for the universities that intend to host more international students.

Keywords: Higher education, international student, segmentation, targeting, United Kingdom.

Kendi vatandaşı olduğu ülkeden sadece eğitim amaçlı başka ülkeye giden öğrenci (uluslararası öğrenci) sayısı her yıl hızlı bir şekilde artmaktadır. 2000 yılından itibaren uluslararası öğrenci sayısı her yıl ortalama %7 artarak 2012 yılında 3.5 milyon kişi olmuştur (UNESCO, 1999–2012). Bu sayıya, vatandaşı olduğu ülkenin dışında öğrenim gören, fakat bu ülkelere eğitim amacıyla gitmemiş olan öğrenciler de eklendiğinde 2012 yılında dünya genelindeki yabancı uyruklu öğrenci sayısı 4.5 milyonu aşmaktadır (OECD, 2014). Bu hızlı artışta, uluslararası öğrenci hareketliliğinin hem öğrenci gönderen ülkelere hem de öğrencilere ev sahipliği yapan ülkelere olan faydalarının etkili olduğu düşünülmektedir (Beneke, 2010; Eagle ve Brennan, 2007; Ivy, 2001; Kethüda, 2015; Mehtap-Smadi ve Hashemipour, 2010). Uluslararası öğrenci hareketliliğinin öğrenci ağırlayan ülkelere sağladığı faydaların başında ekonomik, bilimsel ve kültürel faydalar gelmektedir (Bourke,

İletişim / Correspondence:

Arş. Gör. Dr. Önder Kethüda
Düzce Üniversitesi Akçakoca
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksekokulu, Düzce
e-posta: dr.onder.kethuda@gmail.com

Yükseköğretim Dergisi 2017;7(3):186–196. © 2017 Deomed

Geliş tarihi / Received: Şubat / February 24, 2017; Kabul tarihi / Accepted: Temmuz / July 16, 2017
Bu makalenin atfı künyesi / Please cite this article as: Kethüda, Ö. (2017). Uluslararası öğrenci pazarını bölümlendirme: Birleşik Krallık'ta bir araştırma. *Yükseköğretim Dergisi*, 7(3), 186–196.
doi:10.2399/yod.17.015

Çevrimiçi erişim / Online available at: www.yuksekogretim.org • doi:10.2399/yod.17.015 • Karekod / QR code:





2000; Kehm, 2005; Townsend ve Poh, 2008). Uluslararası öğrenci hareketliliğiyle, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere bilgi transferi gerçekleşmektedir (Baruch, Budhwar ve Khatri, 2007; Sison ve Brennan, 2012). Ayrıca, uluslararası öğrenci hareketliliği, gönderen ve ev sahibi ülkeler arası ticari ilişkilerin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Goodman, Jones ve Macias, 2007; Harzing, 2004; Marcottea, Desroches ve Poupart, 2007; Naidoo, 2006; Soo ve Elliott, 2010).

Uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmanın öğrencinin kendisine de birçok önemli faydası vardır. Bu hareketliliğe katılma, öğrencilerin sosyal ve kültürel becerilerini geliştirmelerine olanak sağlamaktadır. Ayrıca, uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmak, öğrencilere mezuniyet sonrası, sadece kendi ülkesindeki fırsatları değil, ayrıca yurt dışındaki iş imkânlarını da rahatlıkla değerlendirmesine olanak sağlamaktadır. Farklı kültürlerle birlikte yaşama alanında yetkinlik sahibi, uluslararası deneyime sahip öğrenciler, kendileri için yurt içinde veya yurt dışında daha esnek ve daha kazançlı iş olanakları bulabilmektedirler (De Villé, Martou ve Vandenberghe, 1996; Harzing, 2004; Sison ve Brennan, 2012). Sağladığı bu faydalar dolayısıyla, uluslararası öğrenci hareketliliği potansiyel öğrenciler tarafından geri dönüşü olan önemli bir yatırım olarak değerlendirilmektedir (Kethüda, 2015; Maringe, 2006; Petruzzellis ve Romanazzi, 2010).

Uluslararası öğrenci hareketliliği, öğrenciye ve ülkelere önemli faydalar sağlamaktadır. Bu faydalar dolayısıyla ülkeler yükseköğretim pazarından daha fazla pay almak için kıyasıya rekabet etmektedir. Bu yoğun rekabetin hedefinde bulunan uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurlarını (Pyvis ve Chapman, 2007) ve ülke/üniversite tercihlerini etkileyen faktörleri (Binsardi ve Ekwulugo, 2003; BMRB, 1998; British Council, 2002; Joseph ve Joseph, 2000; Maringe ve Carter, 2007; Mavondo, Tsarenko ve Gabbott, 2004; Soo ve Elliott, 2010; Townsend ve Poh, 2008) belirlemeye yönelik çalışmalar literatürde mevcuttur. Buna karşılık, uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurlarına göre pazar bölümlerine ayrılmasını konu alan bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Bu çalışmanın amacı, bu boşluğu doldurmaktır. Diğer bir ifadeyle bu çalışmanın amacı, uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmelerinde etkili olan faktörleri belirlemek ve bu faktörler açısından uluslararası öğrencilerin farklı pazar bölümleri oluşturup oluşturmadığını ortaya koymaktır.

Literatür Taraması

Bağımsız bir araştırma firması olan BMRB (1998) tarafından yapılan araştırma, uluslararası öğrencilerin üniversite tercihlerinde etkili olan faktörlere odaklanmıştır. Araştırma sonucuna göre, uluslararası öğrencilerin üniversite tercihinde, sırasıyla, sunulan öğretim programları ve ücretleri, öğretim

kalitesi, bilinirlik, konaklama olanakları ve maliyeti, kabul şartları, burs olanakları, tesisler ve araştırma kalitesi en etkili faktörler olarak belirlenmiştir.

Joseph ve Joseph (2000) tarafından gerçekleştirilen çalışma uluslararası öğrencilerin üniversite tercih kriterlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucuna göre; eğitimde gerekli kaynaklara erişim, programın bilinirliği, öğrenmeye elverişli ortam, kariyer olanakları, temiz ve güvenli öğrenme çevresi ve öğretim üyesi kalitesi uluslararası öğrencilerin üniversite tercihinde en etkili faktörlerdir. Bunun yanında, öğrenim ücreti, konaklama ücreti, bölümle ilgili detaylı bilgi, kampüsteki sosyal yaşam, kampüsteki rekreasyon olanakları, kampüsün konumu, bölümlerin kapsamı, kabul şartları ve ihtisas programları uluslararası öğrencilerin tercihlerini etkileyen diğer faktörlerdir. Araştırma sonucuna göre, akran ve aile, uluslararası öğrencilerin tercihini en az etkileyen faktörlerdir. Ayrıca, araştırma sonucunda uluslararası öğrencilerin tercih sürecinde, önem sırasına göre, kurs ve kariyer, bilinirlik, fiziksel olanaklar ve kampüs görünümü, bölümün kapsamı ve içeriği ve eğitimin maliyeti faktörlerine önem verdikleri belirtilmiştir.

British Council (2002) tarafından yapılan araştırma, uluslararası öğrencilerin Birleşik Krallık'ı seçmesinde etkili olan faktörlere ve uluslararası öğrencilerin Birleşik Krallık'ı daha çok tercih etmeleri için ne yapılması gerektiğine odaklanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Birleşik Krallık'ın uluslararası öğrenciler tarafından tercih edilmesinde, sırasıyla, eğitim standartları ve uluslararası kabul gören kalite, üniversitelerden kabul almanın ve bu ülkeye gelmenin kolaylığı, öğrencilik sürecinde ve mezuniyet sonrası iş bulma kolaylığı, yaşam giderleri, konaklama olanakları, güvenlik ve kültürel faktörler etkilidir. Ayrıca, araştırma sonucunda, öğrenim ücretlerinin azaltılması, daha fazla burs olanağının sağlanması, daha iyi hizmet sunulması, tesislerin ve bilgisayar laboratuvarlarının iyileştirilmesi, mezunlar iletişim ağının kurulması ve tutundurma faaliyetlerinin artırılması durumunda daha fazla uluslararası öğrencinin bu ülkeyi tercih edeceği belirtilmiştir. Binsardi ve Ekwulugo (2003) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarına göre, uluslararası öğrencilerin eğitim için Birleşik Krallık'ı seçmelerinin en önemli nedenleri, sırasıyla, eğitim kalitesi ve bilinirliği, üniversiteye başvuru ve kabul alma sürecinin kolaylığı, öğrencilik sürecinde ve mezuniyet sonrası iş bulma kolaylığı, yaşam giderleri, konaklama, güvenlik ve kültürdür.

Mavondo vd. (2004) tarafından gerçekleştirilen çalışmada üniversitelerin varlık ve yeteneklerinin öğrencilerin memnuniyeti üzerindeki etkisi ulusal ve uluslararası öğrenciler arası karşılaştırma yapılarak test edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, ulusal öğrenciler uluslararası öğrencilere göre memnun ol-

mak için öğrenme, öğretme, teknoloji, kütüphane, öğrenci servisi ve öğrenci yönlülük itibarıyla daha fazlasını beklemektedir.

Maringe ve Carter (2007) tarafından Afrika'dan Birleşik Krallık'a yükseköğretim amaçlı gelen uluslararası öğrencilerin karar verme süreçleri analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre, uluslararası bilinirlik ve kalite, güvenli ve mükemmel öğrenme çevresi, yarı zamanlı çalışma olanağı, mezuniyet sonrası olanaklar ve başvuru sürecinin kolaylığı Afrikalı öğrencilerin Birleşik Krallık'ı tercih etmesinde etkili olan faktörler olarak belirlenmiştir.

Pyvis ve Chapman (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Malezya'da bulunan bir Avusturalya üniversitesindeki ulusal ve uluslararası öğrencilerin bu üniversiteyi tercih etmelerindeki motivasyon unsurları araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre, öğrencilerin bu üniversiteyi tercih etmesinin ana nedeni, uluslararası bir eğitim almaktır. Bunun yanında, araştırma sonucuna göre, bu kampüste öğrenim gören Malezyalı öğrenciler ile uluslararası öğrencilerin uluslararası eğitimden beklentileri biraz farklılık göstermektedir. Malezyalı öğrenciler, mezuniyet sonrası Malezya'da faaliyet gösteren çokuluslu firmalarda iyi pozisyonlarda çalışabilmeyi amaçlarken, farklı ülkelerden gelip bu kampüste öğrenim gören uluslararası öğrenciler ise, yeni bakış açısı kazanmak, yeni düşünce tarzı geliştirmek, düşünce dünyasını geliştirmek vb. yetenekler kazanmayı amaçlamaktadır.

Townsend ve Poh (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmada küçük bölgelerde bulunan üniversitelerdeki uluslararası öğrencilerin karşılaştığı zorluklar eğitim finans ve kültür farklılıkları altında değerlendirilmiş ve küçük bölgelerde bulunan uluslararası öğrencilerin zorluklarla karşılaştığında nasıl davrandıkları ortaya konulmuştur. Soo ve Elliott (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, uluslararası öğrencilerin Birleşik Krallık'taki üniversitelerin mühendislik ve işletme fakültelerini tercihi ile fiyat, kalite, üniversite bilinirliği ve konumu değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre, öğrenim ücreti ile öğrenci tercihi arasında doğrudan bir ilişki yoktur, fakat öğrenci tercihi ile kalite, üniversitenin bilinirliği ve üniversitenin Londra'ya yakınlığı arasında doğrudan pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın Yöntemi

Birleşik Krallık'ta bulunan uluslararası öğrenciler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmanın evreninin bu ülkedeki öğrenciler olarak belirlenmesinde, bu ülkenin yükseköğretim sektöründe çok önemli bir yerinin olması etkili olmuştur. Araştırmanın gerçekleştirildiği 2014 yılında Birleşik Krallık'ta yükseköğretim kurumlarında 428.724 uluslararası

öğrenci öğrenim görmektedir ve bu öğrenciler yükseköğretime kayıtlı öğrencilerin %18.2'sini oluşturmaktadır. Ayrıca, Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra uluslararası öğrencilerin yükseköğretimde en çok tercih ettiği ikinci ülkedir. Bunun yanında, Amerika Birleşik Devletleri'nde öğrenim gören uluslararası öğrenciler, bu ülkedeki yükseköğretim öğrencilerinin %4.7'sini oluşturmaktadır.^[1] Bu doğrultuda, ağırladığı uluslararası öğrenci sayısı ve bu sayının kendi vatandaşı olan öğrencilere oranı dikkate alındığında, Birleşik Krallık'ın uluslararası öğrenciler için en önemli merkez olduğu söylenebilir. Araştırmanın evrenini 0.05 hafta payı ve %95 güven aralığında temsil gücüne sahip en küçük örneklem büyüklüğü 384'tür. Bununla birlikte araştırma kapsamında Birleşik Krallık'ta öğrenim gören 816 kişiden veri toplanmıştır. Bu sayı evreni temsil kabiliyetine sahip en küçük sayının iki katından fazladır. Veri toplama işlemi tesadüfi olmayan örneklem tekniklerinden olan, kolayda örneklem tekniğiyle hem çevrimiçi hem de yüz yüze anket yöntemiyle gönüllülük esasına dayalı olarak toplanmıştır.

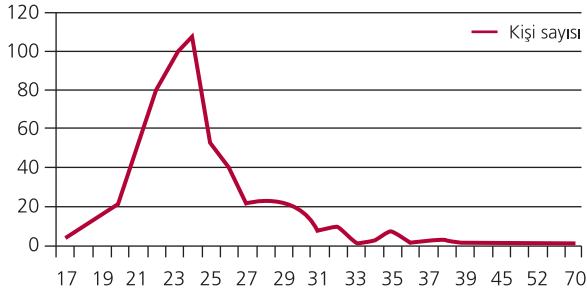
Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde öğrencinin yükseköğretim hizmeti almasında motive edici unsurları ölçmeye yönelik geliştirilen ölçek yer almaktadır. Bu ölçeği oluşturma sürecinde British Council (2002), Binsardi ve Ekwulugo (2003), Pyvis ve Chapman (2007), Maringe ve Carter (2007) ve (Ivy, 2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan yararlanılmıştır. Bu çalışmalardan hareketle belirlenen motivasyon unsurları üç farklı odak grup görüşmesinde toplam 22 uluslararası öğrenci ile tartışılmış ve ölçeğe son şekli verilmiştir. Uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmedeki motivasyon unsurlarını ölçmeye yönelik geliştirilen bu ölçek, 21 ifadeden oluşan beşli Likert ölçeğidir. Anket formunun ikinci bölümünde eğitim, yaş, cinsiyet, uyruk vb. demografik özellikleri öğrenmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Verilerin analizinde sosyal bilimler için istatistik paket programından yararlanılmıştır.

Bulgular

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılanların %20'si cinsiyetlerine ilişkin soruya cevap vermemiştir. Bunun yanında, katılımcıların %35'i erkek ve %45'i kadın öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcılardan 617 kişi yaş ile ilgili soruya cevap vermiştir. Katılımcıların en genci 17 iken, en yaşlısı ise 70 yaşındadır. Katılımcıların yaş ortalaması 25 ve standart sapması 5'tir. ■ Şekil 1'de gösterildiği gibi, katılımcıların büyük çoğunluğu 20 ile 30 yaş aralığında bulunmaktadır.

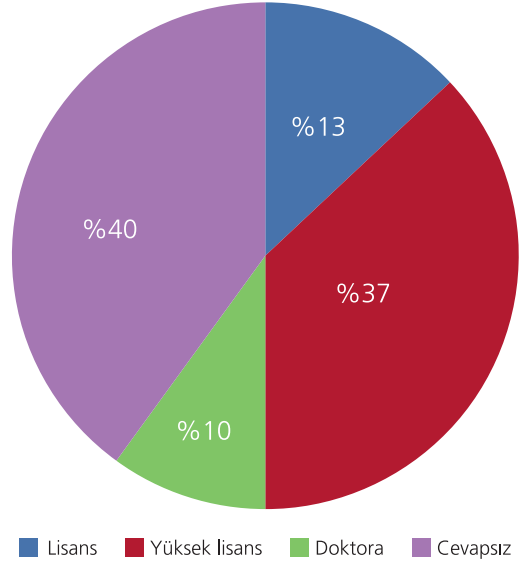
[1] <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>



■ Şekil 1. Katılımcıların yaşlarının dağılımı.

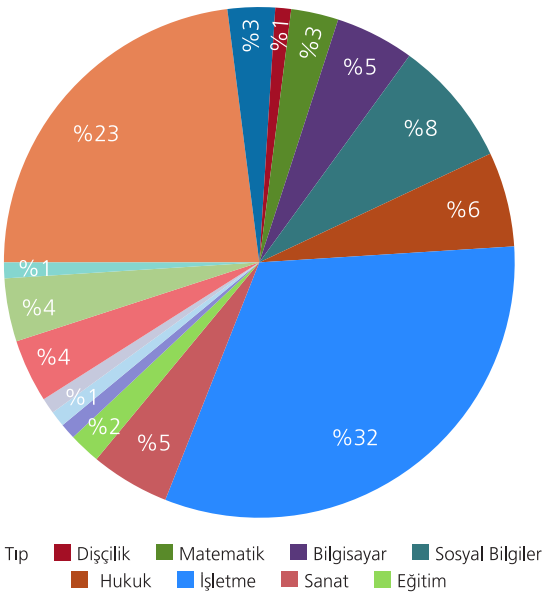
Katılımcıların %40'ı eğitim düzeylerine ilişkin soruya cevap vermemiştir. Bunun yanında, araştırmaya katılanların önemli bir kısmını yüksek lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Birleşik Krallık'ta yüksek lisans eğitiminin bir yıl olmasının, bu ülkeyi yüksek lisans yapmak isteyen uluslararası öğrenciler için daha cazip hale getirdiği düşünülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımları Şekil 2'de verilmiştir. Araştırmaya katılanlara ilişkin bir diğer bulgu, katılımcıların %66'sının annesinin veya babasının üniversite bitirmiş olan kişiler olduğudur.

Araştırmaya katılan öğrencilere öğrenim gördükleri bölümler sorulmuştur. Katılımcıların %23'ü bu soruya cevap vermemiştir. Bunun yanında, katılımcıların %32'si işletme alanında öğrenim görmektedir. Katılımcıların öğrenim gör-

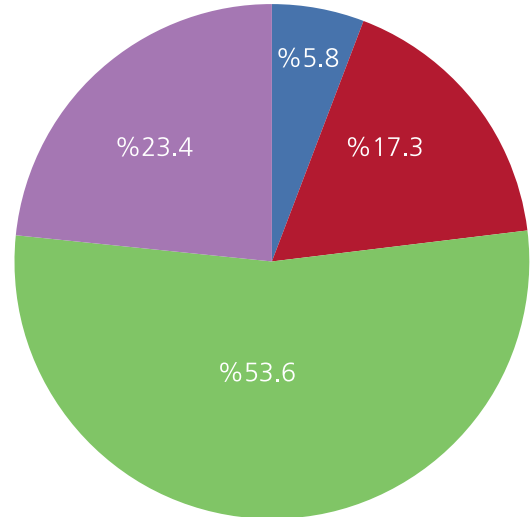


■ Şekil 2. Katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımı.

dükleri alanlara göre dağılımları Şekil 3'te verilmiştir. Katılımcıların öğrenim gördükleri bölümler, sağlık, fen ve sosyal bilimler olarak sınıflandırıldığında; katılımcıların çoğunluğunun sosyal bilimler ile ilgili ve önemli bir oranda öğrencinin ise fen bilimler ile ilgili bir bölümde öğrenim gördüğü ortaya çıkmıştır. Bu sınıflandırmanın sonuçları ise Şekil 4'te verilmiştir.



■ Şekil 3. Katılımcıların bölümlere göre dağılımı.

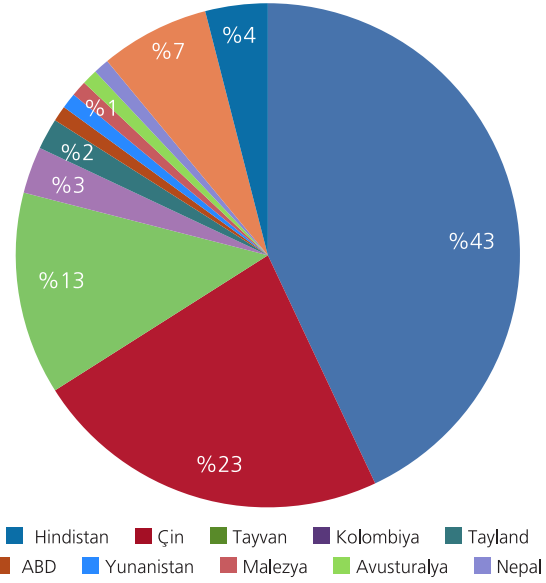


■ Şekil 4. Katılımcıların bölümlerinin sınıflandırılması.

Katılımcıların yaklaşık %66'sı Hindistan ve Çin ülkelerindedir. Bu beklentiye uygun bir durumdur. Çünkü Hindistan ve Çin Birleşik Krallık'a en çok öğrenci gönderen iki ülkedir.^[2] Bunun yanında Tayvan, Kolombiya, Tayland, ABD, Yunanistan, Malezya, Avusturalya, Nepal ve Suudi Arabistan uyruklu öğrencilerden veriler toplanmıştır. Katılımcıların uyruklarına göre dağılımları Şekil 5'te gösterilmiştir. Ayrıca, üç ve altında katılımcı sayısıyla Kanada, Fransa, Zimbabve, Mısır, Nijerya, Katar, Sri Lanka, Viyetnam, Macaristan, İtalya, Kore, Libya, Pakistan, Filipinler vb. 37 farklı uyruğa sahip 57 öğrenci araştırmaya katılmıştır. Katılımcıların uyruklarına göre dağılımı Şekil 5'te verilmiştir.

Uluslararası Öğrencilerin Üniversiteye Gitmedeki Motivasyon Unsurlarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin üniversiteye gitmedeki motivasyon unsurları ile ilgili ifadelerle katılım düzeyinden hareketle, motivasyon unsurlarının önem düzeyi belirlenmiştir. Tablo 1'de gösterilen sonuçlara göre, araştırmaya katılan



Şekil 5. Katılımcıların uyruklara göre dağılımı.

Tablo 1. Motivasyon unsurlarına ilişkin analiz sonuçları.

	Faktör yükü	Ortalama	Standart sapma	Alfa sayısı	Öz değer	Açıklanan varyans
Kariyer gelişimi		3.93	1.08			
Gelecek kariyer hedefleri	0.81	4.30	0.99			
Daha fazla para kazanma	0.72	3.95	1.15			
Akademik programa olan ilgi	0.71	3.91	1.02			
Kişisel tatmin	0.70	4.05	1.03			
Gelecekteki terfi imkanları	0.65	3.79	1.10			
Eğitimin statü göstergesi olması	0.48	3.55	1.21			
Sosyal yaşam		2.77	1.29	0.70	2.30	12
Evden uzaklaşma	0.69	2.58	1.34			
İş hayatına başlamadan önce güzel vakit geçirme	0.60	3.08	1.36			
Partneriyle (kız veya erkek arkadaşı) birlikte yaşayabilme	0.59	1.95	1.25			
Yeni arkadaşlar edinme olanağı.	0.57	3.52	1.13			
Kariyerine ara verme düşüncesi	0.52	2.74	1.40			
Çevresel faktörler		2.78	1.24	0.76	2.25	12
Üniversite pazarlama faaliyetlerinin etkisi	0.77	2.65	1.22			
Okul/kariyer danışmanın yönlendirmesi	0.70	2.67	1.28			
Güzel okul notları dolayısıyla kendini üniversiteye gitmek zorunda hissetme	0.68	3.01	1.22			
Aile yönlendirmesi		3.51	1.29	0.71	2.00	10
Ailemin üniversiteye gitmeye teşvik etmesi	0.74	3.48	1.30			
Üniversiteye gitmeme yönelik beklentilere cevap verme isteği	0.67	3.36	1.28			
Bağımsız olmayı öğrenme	0.59	3.69	1.29			
Kariyer belirsizliği		2.80	1.32	0.61	1.67	9
İş hayatına atılmayı istememe	0.77	2.82	1.35			
Hangi kariyeri takip edeceğimin belirsiz olması	0.77	2.78	1.30			

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Verimax; Toplam açıklanan varyans: 60; KMO örneklem yeterliliği: %88; Bartlett küresellik testi için ki kare: 4813,689 $p=0.000<0.001$; Alfa sayısı: 0.87.

[2] <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>



uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmelerindeki en önemli motivasyon unsurları; gelecek kariyer hedefleri (beklentileri), kişisel tatmin, gelecekte fazla para kazanma, belirli bir akademik programa olan ilgi, gelecekteki terfi imkanları ve uluslararası öğrenimi statü sembolü olarak görülmesidir. Bu altı ifade, kariyer gelişimi faktörünü oluşturmaktadır. Bu bilgilerden hareketle uluslararası öğrencilerin birinci önceliğinin kariyer gelişimi olduğu söylenebilir. Ayrıca, uluslararası öğrenci hareketliliğinin yeni bir sosyal çevre edinme olanağı sağlaması, uluslararası öğrencilerin üniversite tercihinde etkili olan bir diğer önemli faktördür. Bunun yanında, öğrencinin ailesinin teşviki ve çevresinin beklentilerine cevap verme düşüncesi uluslararası öğrencileri üniversiteye gitmeye motive eden diğer unsurlardır. Uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmaya motive eden bir diğer önemli etken, bu hareketliliğe katılmanın öğrenciye yurt dışına taşınma olanağı sağlamasıdır.

İş hayatına başlamadan önce güzel zaman geçirme isteği, kendini iş hayatına hazır hissetmeme, gelecek kariyeri ile ilgili net planın olmaması, kariyerine ara verme ve evden uzaklaşma istekleri öğrencilerin uluslararası eğitime katılmasında genel olarak orta düzeyde etkili motivasyon unsurlarıdır. Ayrıca, üniversitelerin gerçekleştirdikleri pazarlama faaliyetleri, öğrencilerin okul veya kariyer danışmanlarının yurt dışı eğitimini tavsiye etmesi ve öğrencilerin yurt dışına giden arkadaşlarından ayrılmamak istemesi uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmaya orta düzeyde etkileyen motivasyon unsurlarıdır. Bunun yanında, öğrencinin yurtdışına giden kız veya erkek arkadaşından ayrılmak istememesi uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmaya en az etkileyen motivasyon unsurudur.

Yukarıda verilen bulgular değerlendirilirken göz ardı edilmemesi gereken önemli bir nokta, bu sıralamanın aritmetik ortalamalara göre yapıldığıdır. Aritmetik ortalamaların yanında standart sapmaların da yorumlanması önemlidir. Kariyer gelişimi ile ilgili olan ifadelerin genel olarak aritmetik ortalamaları düşüktür. Bu durum, genel olarak kariyer gelişimi ile ilgili ifadelerin araştırmaya katılan öğrenciler için önemli motivasyon unsuru olduğu anlamına gelmektedir. Bunun yanında, öğrencilerin uluslararası öğrenci hareketliliğinde orta derecede etkili olduğu belirtilen motivasyon unsurlarının standart sapmaları nispeten büyüktür. Bu doğrultuda, aritmetik ortalamalardan hareketle orta düzeyde önemli olduğu söylenen motivasyon unsurlarının bir kısım öğrenciler için yüksek düzeyde iken, başka bir kısım için orta düzeyde ve diğer bir kısım için ise, düşük düzeyde önemli motivasyon unsuru olduğu sonucuna varılabilir. Örneğin, uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurlarından bir tanesi olan “bağımsız yaşayabilmeyi öğrenme” ifadesinin aritmetik ortalaması nispeten yüksektir. Bu durum bu ifadenin genel olarak uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmesinde önemli bir motivasyon unsuru olduğu anlamına gelmektedir.

Ayrıca, bu ifadenin standart sapması da nispeten yüksektir. Bu durum, bir kısım öğrenciler için bu ifadenin önemli bir motivasyon olmadığı veya orta düzeyde önemli bir motivasyon unsuru olduğu anlamına gelmektedir.

Uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurlarını ölçmeye yönelik ölçüğe, verileri özetlemek için, faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda, iki adet ifade ölçekten çıkarılmış ve 19 adet ifade beş farklı faktör altında toplanmıştır. Ölçeğin KMO örneklem yeterliliği oldukça yüksek çıkmıştır. Ayrıca, Bartlett küresellik testi için ki kare değeri istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durum örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ve veri setinin birim matris olmadığı anlamına gelmektedir. Ölçeğin bir bütün olarak güvenilirlik katsayısı 0.87'dir ve bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu anlamına gelmektedir.

Faktör analizi sonucunda beş faktör oluşmuştur. Bunlar; kariyer gelişimi, sosyal yaşam, çevresel faktörler, aile yönlendirmesi ve kariyer belirsizliği faktörleridir. Kariyer gelişimi faktörü; öğrencinin gelecekteki kariyer hedefleri, para kazanma hedefleri, bölüme olan ilgisi, kişisel tatmin, terfi hedefleri ve uluslararası bir diplomayı statü simgesi olarak görmesi ifadelerinden oluşmaktadır. Sosyal yaşam faktörü; öğrencinin evden uzaklaşma arzusu, iş hayatına atılmadan önce güzel vakit geçirme isteği, yeni arkadaşlar edinme isteği, kariyerine ara verme düşüncesi ve kız/erkek arkadaşları ile birlikte yaşama isteği ifadelerinden oluşmaktadır. Çevresel faktörler ise; üniversitenin pazarlama faaliyetlerinin öğrencinin kararını etkilemesi, öğrencinin okul/kariyer danışmanının öğrencinin kararını şekillendirmesi ve öğrenciyi üniversiteye gitmeye motive eden yüksek notlara sahip olması ifadelerinden oluşmaktadır. Aile yönlendirmesi faktörü; ailenin öğrenciyi üniversiteye gitmeye teşvik etmesi, öğrencinin kendisini üniversiteye girmesi yönündeki beklentilere cevap vermek zorunda hissetmesi ve öğrencinin bağımsız yaşamayı öğrenmesi ifadelerinden oluşmaktadır. Kariyer belirsizliği faktörü ise; öğrencinin iş hayatına girmeye kendini hazır hissetmemesi ve takip edeceği kariyerin net olmaması ifadelerinden oluşmaktadır. Özetle, uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurları; geleceğe ilişkin kariyer gelişimi hedefleri, sosyal yaşama yönelik beklentiler, üniversitelerin pazarlama faaliyetleri ve danışmanların yönlendirmesi, öğrencinin ailesinin yönlendirmesi ve öğrencinin geleceğe ilişkin kariyer belirsizliği şeklinde özetlenebilir. Faktör analizi sonucunda, öğrencilerin yurt dışına giden arkadaşlarından ayrılmak istememesi ve uluslararası öğrenci hareketliliğinin öğrenciye yurt dışına taşınma olanağı sağlamasını ölçen ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. Bununla birlikte, uluslararası öğrenci hareketliliğinde motivasyon unsuru olarak bu iki ifadeden birisi orta ve diğeri yüksek düzeyde etkili olarak belirlenmiştir.

Analiz sonucunda ulaşılan faktörlerin ortalamaları ve standart sapmaları, ifadeler ayrı ayrı değerlendirildiği zaman elde edilen sonuçlarla çok benzerdir. Kariyer gelişimi, en yüksek

aritmetik ortalama ve en düşük standart sapmaya sahip olan faktördür. Bu durum, uluslararası öğrencilerin en önemli motivasyon unsurunun, geleceğe ilişkin kariyer gelişimi olduğu anlamına gelmektedir. İkinci sıradaki en önemli motivasyon unsuru, aile yönlendirmesidir. Uluslararası öğrenci hareketliliği genellikle yüksek maliyetlidir. Kariyerinin başlangıcında olan bir kişinin bu kararı tek başına vermesi zor olabilmektedir. Bu nedenle aile teşviki uluslararası öğrenci hareketliliğinde önemli bir motivasyon unsurudur. Sosyal yaşam, çevresel faktörler ve kariyer belirsizliği faktörlerinin aritmetik ortalamasının ve standart sapmasının değerleri birbirine yakındır. Bu üç faktörün ortalama ve standart sapma değerlerinden hareketle, bu faktörlerin her birinin, bir kısım öğrenciler için orta derecede, bir kısım öğrenciler için düşük derecede ve diğer bir kısım öğrenciler için ise yüksek derecede önemli olduğu söylenebilir.

Uluslararası Öğrencilerin Motivasyon Unsurları Açısından Bölümlendirilmesi

Uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurları açısından farklı pazar bölümleri oluşturup oluşturmadığını incelemek için kümeleme analizi uygulanmıştır. Kümeleme analizi, birbirine benzeyen birey ve nesnelerin sınıflandırılmasını sağlayan çok değişkenli bir analiz türüdür. Uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurlarını özetleyen; kariyer gelişimi, sosyal yaşam, çevresel faktörler, aile yönlendirmesi ve kariyer belirsizliği değişkenleri üzerinden kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. Veri setine, öncelikle, hiyerarşik kümeleme analizi uygulanmış ve en uygun küme sayısı üç olarak belirlenmiştir. Sonrasında ise, hiyerarşik olmayan kümeleme analizine küme sayısı üç olarak girilmiş ve Tablo 2'deki sonuçlar elde edilmiştir.

Kümeleme analizi, faktör analizi sonrasında oluşan her bir faktörün standartlaştırılmış değerleri ile gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda 64 kişi, eksik veri dolayısıyla hiçbir kümeyle girememiştir. Analiz sonucunda oluşan üç farklı kümeden birincisinde ve en büyüğünde 351 kişi bulunmaktadır. Bu kümede bulunan kişilerin üniversiteye gitmedeki en önemli motivasyon unsurları çevresel faktörler ve sosyal yaşam ile ilgilidir. Çevresel faktörler; üniversite pazarlama faaliyetlerinin ve okul kariyer danışmanının yönlendirmesi ve öğrencinin puanları doğrultusunda kendini üniversiteye gitme zorunda hissetmesi göstergelerinden oluşmaktadır. Sosyal yaşam ise, iş hayatına başlamadan önce güzel vakit geçirme, evden uzaklaşma, yeni arkadaşlar edinme, kariyerine ara verme ve partneriyle birlikte yaşayabilme göstergelerinden oluşmaktadır. Bu iki faktörün içerdiği göstergelerden hareketle, bu kümeyle “yeni sosyalleşme olanakları arayanlar” ismi verilmiştir. Bu kümede yer alanlar, özellikle üniversite pazarlama faaliyetleri ve okul kariyer danışmanının yönlendirmesi doğrultusunda hareket etmektedirler.

İkinci kümede yer alan kişilerin, uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmalarındaki motivasyon unsurları arasında kariyer gelişim planları öne çıkmaktadır. Kariyer gelişimi; gelecekteki kariyer hedefleri, terfi hedefleri, bölüme olan ilgi, para kazanma hedefleri, kişisel tatmin ve uluslararası bir diplomayı statü simgesi olarak görme bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu doğrultuda bu küme, “kariyer takipçileri” olarak isimlendirilmiştir. Kariyer takipçileri kümesinde 166 kişi bulunmaktadır.

Üçüncü kümede yer alan kişilerde, uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmalarındaki motivasyon unsurları olarak, aile yönlendirmesi ile hareket etme ve kariyer belirsizliği ön plana çıkmaktadır. Aile yönlendirmesi, aile tarafından öğrencinin üniversiteye gitmesinin teşvik edilmesi, öğrencinin kendisini üniversiteye girmesi yönündeki beklentilere cevap vermek zorunda hissetmesi ve öğrencinin bağımsız yaşamayı öğrenmesi bileşenlerinden oluşmaktadır. Kariyer belirsizliği ise, öğrencinin iş hayatına girmeye kendini hazır hissetmemesi ve takip edeceği kariyerin net olmaması bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu kümeyle “aile yönlendirmesi ile hareket edenler” ismi verilmiştir. Bu kümede yer alanların en belirgin özelliği, kendilerini iş hayatına hazır hissetmemeleri ve gelecek kariyerleri ile ilgili net planlarının olmamasıdır. Bu kümede 235 kişi bulunmaktadır.

Kümeleme analizi sonrasında, tek yönlü ANOVA analizi uygulanmış ve kümeleme analizinin sağlaması yapılmıştır. Tablo 2’de gösterildiği gibi, analiz bulguları, gruplar arasında faktör analizi sonucunda belirlenen beş farklı motivasyon unsuru açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Ayrıca, bu farklılığın herhangi iki grup arasında mı, yoksa grupların tamamı arasında mı olduğunu test etmek için Tukey testi sonuçları değerlendirilmiştir. Bu test sonucuna göre, kümeleme analizi sonucunda oluşan bu üç grubun tamamı, beş faktörün hepsi için istatistiksel olarak anlamlı şekilde birbirinden farklılık göstermektedir. Bu bulgulardan hareketle genel olarak uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurlarına göre üç farklı bölüme ayrılabilirliği söylenebilir.

Kümeleme analizi sonucunda ulaşılan bu üç farklı grubun yaş ortalamaları tek yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmış-

Tablo 2. Kümeleme ve ANOVA analizi sonuçları tablosu.

Faktörler	Kümeler			ANOVA	
	1	2	3	F	Sig.
Kariyer gelişimi	-0.42	0.78	0.08	104.12	0.00
Sosyal yaşam	0.36	-0.33	-0.31	49.29	0.00
Çevresel faktörler	0.59	-0.39	-0.61	169.82	0.00
Aile yönlendirmesi	-0.09	-1.01	0.85	311.75	0.00
Kariyer belirsizliği	-0.06	-0.35	0.34	26.18	0.00
Kümedeki kişi sayısı	351	166	235		



■ **Tablo 3.** Kümelere göre öğrencilerin eğitim düzeylerinin karşılaştırılması.

Kümelere		Kayıtlı olduğu eğitimin düzeyi				Toplam
		Lisans	Yüksek lisans	Doktora	Cevapsız	
Yeni sosyalleşme olanağı arayanlar	Sayı	44	151	32	124	351
	Eğitim düzeyine göre % değer	%41	%50	%39	%48	%47
Kariyer takipçileri	Sayı	28	54	46	38	166
	Eğitim düzeyine göre % değer	%26	%18	%55	%15	%22
Aile yönlendirmesi ile hareket edenler	Sayı	36	99	5	95	235
	Eğitim düzeyine göre % değer	%33	%33	%6	%37	%31
Toplam	Sayı	108	304	83	257	752
	Eğitim düzeyine göre % değer	%100	%100	%100	%100	%100

tır. Analiz sonucuna göre, kariyer takipçileri olarak isimlendirilen ikinci grupta yer alan öğrencilerin yaş ortalamaları (26.2) diğer iki grupta yer alan kişilerin yaş ortalamalarından (yeni sosyalleşme olanağı arayanlar: 24.2 ve aile yönlendirmesi ile hareket edenler: 24.5) istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir. Yaş itibarıyla, yeni sosyalleşme olanağı arayanlar ile aile yönlendirmesi ile hareket edenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ayrıca, motivasyon unsuru olarak uluslararası öğrenci hareketliliğinin sağladığı mezuniyet sonrası yurt dışına yerleşme imkanına verilen cevapların ortalamaları gruplar arasında tek yönlü ANOVA analizi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonucuna göre, kariyer takipçileri kümesinde bulunan öğrenciler, diğerlerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksek ortalamaya sahiptir. Bunun ötesinde, yeni sosyalleşme olanağı arayanlar kümesi de istatistiksel olarak anlamlı şekilde mezuniyet sonrası yurt dışına yerleşme eğilimi itibarıyla aile yönlendirmesiyle hareket edenler kümesine göre daha yüksek ortalamaya sahiptir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin oluşturduğu kümelere göre eğitim düzeylerini karşılaştırmak amacıyla ■ Tablo 3'te gösterilen çapraz tablo oluşturulmuştur. Çapraz tabloya göre, lisans öğrencilerinin, en çok yeni sosyalleşme olanağı arayan-

lar grubunda olmakla birlikte, her üç gruba birbirine yakın oranlarda dağıldığı söylenebilir. Yüksek lisans öğrencilerinin yarısı, yeni sosyalleşme olanağı arayanlar kümesinde yer almaktadır. Doktora öğrencilerinin yarıdan fazlası kariyer takipçileri kümesinde yer almaktadır. Bunun yanında, önemli oranda yüksek lisans öğrencisi, aile yönlendirmesi ile hareket edenler kümesinde ve yine önemli oranda doktora öğrencisi de yeni sosyalleşme olanağı arayanlar kümesi içerisinde. Ayrıca, yüksek lisans öğrencileri, kariyer takipçileri kümesinde düşük oranda bulunmakta ve doktora öğrencileri ise, aile yönlendirmesi ile hareket edenler kümesinde çok düşük oranda bulunmaktadır. Doktora öğrencilerinin, belirgin özelliği net kariyer planının olmaması olan aile yönlendirmesi grubunda çok düşük oranda olması beklenen bir sonuçtur. Buna karşılık, yüksek lisans öğrencilerinin kariyer takipçileri grubunda düşük oranda bulunması beklentiye ters bir durumdur. Bu durum, Birleşik Krallık'ta yüksek lisans eğitimin bir yıl olması ve öğrencilerin yüksek lisans için bu ülkeyi tercih etmesinde bu faktörün önemli olması ile açıklanabilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin kayıtlı oldukları programların kümelere dağılımı çapraz tablo aracılığıyla karşılaştırılmıştır. ■ Tablo 4'te gösterilen bulgular, eğitim progra-

■ **Tablo 4.** Kümelere göre öğrenim programlarının karşılaştırılması.

Öğrenim programı		Öğrenim programı			Toplam
		Sağlık Bilimleri	Fen Bilimleri	Sosyal Bilimler	
Yeni sosyalleşme olanağı arayanlar	Sayı	15	48	179	242
	Öğrenim programına göre % değer	%33	%34	%44	%41
Kariyer takipçileri	Sayı	14	52	93	159
	Öğrenim programına göre % değer	%31	%37	%23	%27
Aile yönlendirmesi ile hareket edenler	Sayı	16	41	133	190
	Öğrenim programına göre % değer	%36	%29	%33	%32
Toplam	Sayı	45	141	405	591
	Öğrenim programına göre % değer	%100	%100	%100	%100

mını belirtmeyen ve kümeleme analizi sonucunda eksik veri dolayısıyla bir grubun içerisine girmeyen öğrencileri kapsamamaktadır. Tabloya göre, sağlık ve fen bilimleri alanlarında öğrenim görenlerin her üç gruba dağılım oranları birbirine yakındır. Bununla birlikte, fen bilimleri alanında öğrenim gören öğrenciler en çok kariyer takipçileri kümesinde; sonrasında, yeni sosyalleşme olanağı arayanlar kümesinde yer almaktadırlar. Araştırmaya katılanların çoğunluğu sosyal bilimler kapsamında bir programda öğrenim görmektedir. Sosyal bilimler alanında öğrenim gören öğrencilerin yarıya yakın kısmı, yeni sosyalleşme olanağı arayanlar kümesinde; önemli bir çoğunluğu ise, aile yönlendirmesi ile hareket edenler kümesinde bulunmaktadır. Bunun yanında, sosyal bilimler alanında çalışan azımsanamayacak bir çoğunluk ise, kariyer takipçileri kümesinde yer almaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmelerinde etkili olan faktörleri belirlemek ve bu faktörler itibari ile uluslararası öğrencileri farklı pazar bölümlerine ayırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre, uluslararası öğrencilerin üniversiteye gitmelerindeki motivasyon unsurları; geleceğe ilişkin kariyer gelişimi hedefleri, sosyal yaşama yönelik beklentiler, üniversitelerin pazarlama faaliyetleri ve danışmanların yönlendirmesi, öğrencinin ailesinin yönlendirmesi ve öğrencinin geleceğe ilişkin kariyer belirsizliği şeklinde özetlenebilir. Kariyer gelişimi faktörü, araştırmaya katılan öğrencilerin neredeyse tamamı için üniversiteye gitmede en önemli motivasyon unsurudur. Bunun yanında, aile yönlendirmesi de öğrencilerin büyük çoğunluğu için önemli bir motivasyon unsurudur. Bu iki sonuç, Pyvis ve Chapman (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarıyla benzerdir.

Uluslararası öğrenci hareketliliğine katılan kişiler mezuniyet sonrası daha iyi pozisyonlarda daha yüksek bir maaşla çalışabilmektedirler (Kethüda, 2015; Pyvis ve Chapman, 2007). Öte yandan, uluslararası öğrenci hareketliliğine katılmak yüksek maliyetlidir. Bu nedenle, uluslararası öğrenci hareketliliği, geri dönüş oranı yüksek ve maliyetli bir yatırım olarak değerlendirilmektedir (Maringe, 2006; Petruzzellis ve Romanazzi, 2010). Bu doğrultuda, uluslararası hareketliliğe katılacak öğrenciler veya aileleri, bu hareketliliğin öğrencinin gelecek kariyer gelişimi üzerindeki etkisini göz önünde bulundurmaktadır. Mezun olunan üniversitenin kalitesi ve bilinirliği, bu üniversiteden alınan diploma ile öğrencinin gelecek kariyer planlarına doğrudan etki etmektedir. Bu nedenle, kalite ve bilinirlik, öğrencilerin üniversite tercihlerinde en önemli tercih faktörleridir (Binarsardi ve Ekwulugo, 2003; BMRB, 1998; British Council, 2002; Maringe ve Carter, 2007; Soo ve Elliott, 2010). Bu doğrultuda, daha fazla uluslararası öğrenci ağırlamak isteyen üniversitelere,

uluslararası kalite akreditasyonlarına sahip olmaları ve uluslararası bilinirliklerini artırmak için çaba sarf etmeleri tavsiye edilmektedir. Çünkü uluslararası öğrencilerin büyük çoğunluğunun birinci önceliği, gelecek kariyer gelişimi planlarıdır ve bu motivasyon unsurunun doğurduğu ihtiyacı tatmin etmenin yolu, uluslararası kalite akreditasyonlarına ve bilinirliğe sahip olmaktan geçmektedir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, uluslararası öğrenciler motivasyon unsurlarına göre üç farklı bölüme ayrılabilir. Birinci küme, yeni sosyalleşme olanağı arayanlar kümesi olarak isimlendirilmiştir. Bu grupta yer alan öğrenciler uluslararası öğrenci hareketliliğine; evden uzaklaşma, iş hayatına başlamadan önce güzel vakit geçirme, yeni arkadaşlıklar kurma veya kariyerine ara verme gibi sosyal hayata ilişkin motivasyon unsurları dolayısıyla katılmıştır. Bunun yanında, bu kümenin en belirgin özelliği, çevresel faktörlerin üniversiteye gitmedeki yüksek motivasyon etkisidir. Çevresel faktörler; üniversite pazarlama faaliyetleri, okul/kariyer danışmanının yönlendirmesi ve puanları doğrultusunda kendini üniversiteye gitmeye zorunlu hissetme bileşenlerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla bu kümedekiler, üniversiteye yeni sosyalleşme olanaklarına kavuşma motivasyonu ile gitmekte ve bu süreçte de üniversite pazarlama faaliyetlerinden ve okul kariyer danışmanından önemli oranda etkilenmektedir.

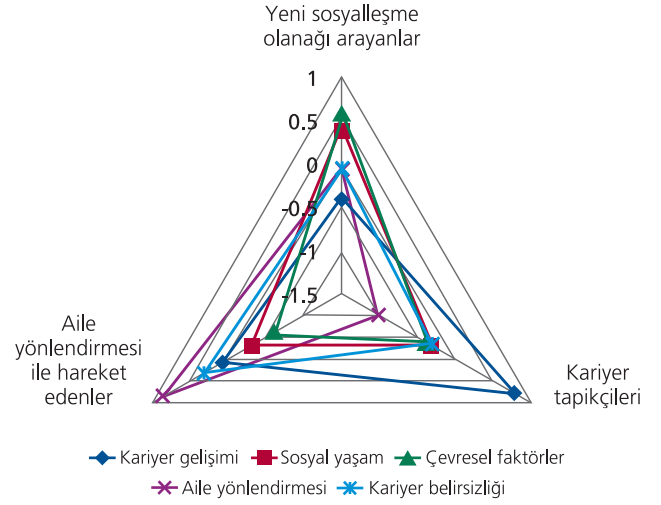
Katılımcıların %47'si yeni sosyalleşme olanağı arayanlar kümesinde yer almaktadır. Bu kümede yer alanlar, mezuniyet sonrası yurt dışına yerleşme eğilimi, diğer kümelerdeki öğrencilere kıyasla, orta düzeyde olan öğrencilerdir. Bu kümedeki öğrencilerin yaş ortalaması, aile yönlendirmesi ile hareket edenler kümesinde bulunan öğrencilerininki ile benzer, fakat kariyer takipçileri kümesinde yer alanlardan daha düşüktür. Bu kümede yer alanların büyük çoğunluğu yüksek lisans öğrencisidir ve sosyal bilimler alanında öğrenim görmektedir. Bu grubu hedef kitle olarak belirleyecek üniversitelere sosyal bilimler alanında lisansüstü öğrenim programı sayısını artırması tavsiye edilebilir. Bunun yanında bu üniversitelere, pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermeleri ve bu faaliyetlerde üniversitenin sağladığı sosyalleşme olanaklarını ön plana çıkarmaları tavsiye edilebilir. Ayrıca, doğrudan öğrencileri hedef alan pazarlama faaliyetlerinin yanında, okul/ kariyer danışmanlarına yönelik pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmeleri tavsiye edilebilir.

Analiz sonucunda ulaşılan ikinci küme, kariyer takipçileri kümesidir. Bu grupta, uluslararası öğrenci hareketliliğinin sağladığı kaliteli eğitimin, terfi olanaklarının, daha çok para kazanma olanaklarının, daha iyi bir iş sahibi olma olanaklarının ve kişisel tatminin farkında olan ve bu faktörlere fazla önem veren öğrenciler bulunmaktadır. Bunun yanında, bu kümedeki öğrencilerin üniversiteye gitmelerinde, düşük oranda da olsa, çevresel



faktörler ve sosyal yaşam faktörleri etkilidir. Bu kümedeki öğrencilerin motivasyon unsurları arasında, aile yönlendirmesi en az etkili olan faktördür. Katılımcıların %22'sinin bulunduğu bu kümedeki öğrencilerin yaş ortalaması diğer iki kümeninkinden yüksektir. Bu kümedeki öğrenciler, mezuniyet sonrası yurt dışına yerleşme eğilimi, diğer öğrencilere kıyasla en fazla olan öğrencilerdir. Buna ek olarak, bu gruptaki öğrenciler, kümelerdeki kişi sayısından bağımsız olarak, oran üzerinden eğitim alanlarına ve düzeylerine göre değerlendirildiğinde ağırlık olarak fen bilimlerinde doktora düzeyinde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Kariyer takipçilerini hedef kitle olarak belirleyen üniversitelere, özellikle fen bilimleri alanında çok sayıda doktora programları açmaları tavsiye edilebilir. Ayrıca, bu üniversitelere, öğrencilerin ailelerine yönelik pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmemeleri, bununla birlikte, öğrenciye ve öğrencinin okul/kariyer danışmanlarına yönelik sınırlı pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmeleri önerilebilir. Bu üniversitelere, bu faaliyetlerde ağırlıklı olarak eğitimin kalitesini, sahip olunan uluslararası akreditasyonları vurgulamaları ve üniversitenin sağladığı yeni sosyalleşme olanaklarına da yer vermeleri tavsiye edilebilir. Ayrıca, bu üniversitelere, eğitim kalitesi, uluslararası akreditasyon ve uluslararası bilinirlik konularında yoğun çalışma içerisinde olmaları ve bu alanlarda en iyi imaja sahip üniversiteler arasında olmaya gayret etmeleri tavsiye edilebilir.

Analiz sonucunda ulaşılan üçüncü küme, aile yönlendirmesi ile hareket edenler kümesidir. Bu kümede bulunan öğrencilerin en önemli motivasyon unsurları birinci sırada aile yönlendirmesi ve ikinci sırada kariyer belirsizliğidir. Aile yönlendirmesi, ailenin teşvik etmesi, beklentileri karşılayabilme, bağımsız yaşamayı öğrenme bileşenlerinden oluşmaktadır. Kariyer belirsizliği ise, iş hayatına hazır hissetmeme ve net kariyer planının olmaması bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu öğrenciler, mezuniyet sonrası yurtdışına yerleşme eğilimi diğer öğrencilere kıyasla en düşük olan öğrencilerdir. Ayrıca, bu öğrenciler kümelerdeki kişi sayısından bağımsız olarak oran üzerinden eğitim düzeylerine göre değerlendirildiğinde ağırlıklı olarak lisans ve yüksek lisans öğrencileri olduğu ve doktora öğrencilerinin bu grupta çok az olduğu söylenebilir. Bu gruptaki öğrenciler, sağlık, fen ve sosyal bilimleri ile ilgili bölümlere benzer oranlarda dağılmakla birlikte, bu alanlar içerisinde en düşük öğrenci oranı fen bilimlerindedir. Bu gruba hedef kitle olarak belirleyen üniversitelere, özellikle sağlık ve sosyal bilimleri alanlarında ve lisans düzeyinde programlar açmaları ve pazarlama faaliyetlerini öğrencilerin ailelerine yönelik gerçekleştirmeleri tavsiye edilebilir. Bu kümedeki öğrenciler için, **Şekil 6**'da gösterildiği gibi kariyer gelişimi ve sosyal yaşam önemli iki motivasyon faktörüdür. Dolayısıyla, bu grupta yer alan öğrencilerin ailelerine yönelik tutundurma fa-



Şekil 6. Uluslararası öğrencilerin motivasyon unsurlarına göre bölümlere ayrılması.

aliyetlerinde, eğitimin kalitesine, kariyer olanaklarına ve akreditasyona yer vermesinin yanında, sosyal yaşam olanaklarını da vurgulaması tavsiye edilmektedir.

Ulaşılan bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde, belirtilen faktörlerin öğrencilerin üniversiteye gitmesinde önemli motivasyon unsurları olduğu sonucuna varılabilir. Bununla birlikte, üniversiteler, bu faktörlerin tamamını en iyi şekilde karşılayarak her alanda rakip üniversitelerin önüne geçmek için yeterli kaynak ve yeteneğe sahip olmayabilmektedir. Bu nedenle, üniversiteler, kendi örgütsel kaynak ve yetenekleri doğrultusunda, talepleri bu kaynak ve yetenekler ile en çok örtüşen belirli nitelik ve nicelikteki öğrencileri hedef kitle olarak belirlemelidir. Diğer bir ifadeyle, üniversiteler öğrenci pazarını belirli kriterler itibarıyla bölümlendirmeli ve diğer rakip üniversitelere göre ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabileceği öğrenci grubunu, hedef pazar kitlesi olarak belirlemelidir. Bu çalışmada, yükseköğrenim gören uluslararası öğrenciler, üniversiteye gitmedeki motivasyon unsurlarına göre gruplara ayrılmış ve grupların özelliklerinden hareketle üniversitelere önerilerde bulunulmuştur. Bundan sonra bu alanda araştırma yapacaklara, ulusal ve uluslararası öğrencileri, motivasyon faktörleri haricindeki bölümlendirme kriterleriyle de bölümlere ayırmaları tavsiye edilebilir.

Teşekkür

Bu çalışmanın verilerinin toplanmasında büyük emeği olan Jonathan Ivy'ye ve bu çalışma sürecinde bana burs veren TÜBİTAK'a teşekkürlerimi sunarım

Kaynaklar

- Baruch, Y., Budhwar, P. S., and Khatri, N. (2007). Brain drain: Inclination to stay abroad after studies. *Journal of World Business*, 42(1), 99–112.
- Beneke, J. (2010). Marketing the institution to prospective students: a review of brand (reputation) management in higher education. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 29–44.
- Binsardi, A., and Ekwulugo, F. (2003). International marketing of British education: Research on the students' perception and the UK market penetration. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(5), 318–327.
- BMRB. (1998). *International student survey*. Independent Research Company. London: BMRB for Habson.
- Bourke, A. (2000). A model of the determinants of international trade in higher education. *The Service Industries Journal*, 20(1), 110–138.
- British Council. (2002). *Education UK*. 15 Aralık 2016 tarihinde <www.britishcouncil.org/ecs/worldwide/index.htm> adresinden erişildi.
- Chapleo, C. (2005). Do universities have successful brands? *International Journal of Educational Advancement*, 6(1), 54–64.
- De Villé, P., Martou, F., and Vandenberghe, V. (1996). Cost benefit analysis and regulatory issues of student mobility in the EU. *European Journal of Education*, 31(2), 205–222.
- Eagle, L., and Brennan, R. (2007). Are students customers? TQM and marketing perspectives. *Quality Assurance in Higher Education*, 15(1), 44–60.
- Goodman, B., Jones, R., and Macias, M. S. (2007). An exploratory survey of Spanish and English nursing students' views on studying or working abroad. *Nurse Education Today*, 28(3), 378–384.
- Harzing, A.-W. (2004). Ideal jobs and international student mobility in the enlarged European Union. *European Management Journal*, 22(6), 693–703.
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: A correspondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 276–282.
- Ivy, J. (2010). Choosing futures: Influence of ethnic origin in university choice. *International Journal of Educational Management*, 24(5), 391–403.
- Joseph, M., and Joseph, B. (2000). Indonesian students' perceptions of choice criteria in the selection of a tertiary institution: strategic implications. *International Journal of Educational Management*, 14(1), 40–44.
- Kehm, B. M. (2005). The contribution of international student mobility to human development and global understanding. *US-China Review*, 2(1), 18–24.
- Kethüda, Ö. (2015). Türkiye'deki uluslararası öğrenci hareketliliği üzerine bir araştırma. *Yükseköğretim Dergisi*, 5(3), 147–161.
- Marcotte, C., Desroches, J., and Poupart, I. (2007). Preparing internationally minded business graduates: The role of international mobility programs. *International Journal of Intercultural Relations*, 31, 655–668.
- Maringe, F. (2006). University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. *International Journal of Educational Management*, 20(6), 466–479.
- Maringe, F., and Carter, S. (2007). International students' motivations for studying in UK HE: Insights into the choice and decision making of African students. *International Journal of Educational Management*, 21(6), 459–475.
- Mavondo, F. T., Tsarenko, Y., and Gabbott, M. (2004). International and local student satisfaction: Resources and capabilities perspective. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(1), 41–60.
- Mehtap-Smadi, S., and Hashemipour, M. (2010). In pursuit of an international education destination: Reflections from a university in a small island state. *Journal of Studies in International Education*, 15(5), 409–428.
- Naidoo, V. (2006). International education: A tertiary-level industry update. *Journal of Research in International Education*, 5(3), 323–345.
- OECD (2014). *Education at a glance 2014: OEC indicators*. Paris: OECD Publishing.
- Petrzellis, L., and Romanazzi, S. (2010). Educational value: How students choose university: Evidence from an Italian university. *International Journal of Educational Management*, 24(2), 139–158.
- Pyvis, D., and Chapman, A. (2007). Why university students choose an international education: A case study in Malaysia. *International Journal of Educational Development*, 27(2), 235–246.
- Sison, M. D., and Brennan, L. (2012). Students as global citizens: strategies for mobilizing studies abroad. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2), 167–181.
- Soo, K. T., and Elliott, C. (2010). Does price matter? Overseas students in UK higher education. *Economics of Education Review*, 29(4), 553–565.
- Townsend, P., and Poh, H. J. (2008). An exploratory study of international students studying and living in a regional area. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(2), 37–41.
- UNESCO. (1999–2012). *UNESCO Institute for Statistics*. 3 Mart 2015 tarihinde <http://www.uis.unesco.org/DataCentre/Pages/BrowseEducation.asp> adresinden erişildi.