

Hayaller-hayatlar: Turizm öğrencileri ne umdu ne buldu?

Expectations and realities: What did tourism students anticipate and what did they find?

Abdullah Ülkü¹ 

Öz

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Şanlıurfa, Türkiye, abdullahulku@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0937-2252

Bu çalışma, turizm öğrencilerinin ve mezunlarının sektöre yönelik kariyer algı ve tutumlarını inceleyerek, mezuniyet öncesindeki beklentiler ile iş hayatındaki deneyimler arasındaki farklılıkları belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmada öncelikle öğrencilerin turizm sektörüne yönelik algı ve tutumları nicel bir yöntemle belirlenmiş, sonrasında nicel yöntemden elde edilen veriler doğrultusunda yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Nicel araştırmanın örneklemini staj yapmamış ve mesleki tecrübesi olmayan 201 öğrenci ve en az bir yıldır sektörde çalışan 97 mezun oluştururken, nitel araştırmada 12 öğrenci ve 12 mezun ile görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen bulgular, öğrencilerin mezuniyet öncesinde sektöre daha iyimser bir bakış açısına sahip olduğunu, ancak mezunların iş hayatında karşılaştıkları olumsuz koşullar nedeniyle sektöre yönelik tutumlarının değiştiğini göstermektedir. Özellikle düşük ücretler, düzensiz çalışma saatleri ve terfi süreçlerinde liyakatin yeterince gözetilmemesi gibi faktörlerin, çalışanların sektörden uzaklaşmasına neden olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, yöneticilere ilişkin olumsuz algılar mezuniyet sonrasında daha da pekişmektedir. Çalışma, turizm sektöründe uzun vadeli kariyer sürdürülebilirliğinin, eğitim olanakları, iş güvencesi, yönetim anlayışı ve sektördeki yükselme fırsatları ile doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, turizm eğitim programlarının sektörün gerçekleriyle daha uyumlu hâle getirilmesi ve iş gücü sürekliliğini artırmaya yönelik stratejiler geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kariyer, Algı, Tutum

Jel Kodları: O15, M54

Başvuru/Submitted: 1/06/2025

Revizyon/ Revised: 30/06/2025

Kabul/Accepted: 15/07/2025

Yayın/Online Published: 25/09/2025

Abstract

This study aims to examine the career perceptions and attitudes of tourism students and graduates, identifying the differences between their expectations before graduation and their experiences in the workforce. A quantitative approach was initially used to assess students' views on the tourism industry. The results then guided a second phase of semi-structured interviews. The quantitative sample consisted of 201 students with no internship or professional experience and 97 graduates who had worked in the sector for at least one year. In the qualitative phase, 12 students and 12 graduates were interviewed. Findings indicate that students initially view the sector optimistically, but graduates' attitudes change due to unfavourable working conditions. Low wages, irregular hours, and limited merit-based promotion opportunities drive employees away from the industry. Additionally, negative perceptions of managerial practices become more pronounced after graduation. The study highlights that career sustainability in tourism depends on education, job security, effective management practices, and opportunities for advancement. These findings underscore the need for tourism education programs to reflect industry realities and for strategies to enhance workforce retention.

Keywords: Tourism, Career, Perception, Attitude

Jel Codes: O15, M54

Atıf/Citation: Ülkü, A., Hayaller-hayatlar: Turizm öğrencileri ne umdu ne buldu?, bmij (2025) 13 (3): 1090-1113 doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v13i3.2602>

Extended Abstract

Expectations and realities: What did tourism students anticipate and what did they find?

Literature

Research subject

Although the tourism industry offers broad employment opportunities on a global scale, it is increasingly seen as an unsustainable career path due to low wages, irregular working hours, and non-meritocratic promotion systems (Wen, Li, Kwon, 2018; Dighliya, 2023). While students typically hold optimistic perceptions about the sector before graduation, these views often change after encountering real-world challenges in the workplace (Amisshah, Mensah, Mensah, Gamor, 2020; Rosyidi, 2021). Research shows that internships and early exposure to industry realities significantly affect students' career perceptions and often lead to diminished motivation (Choy & Yeung, 2022; Turanlıgil & Altıntaş, 2018).

Career commitment in tourism is influenced by factors such as perceived social status, salary expectations, promotion opportunities, and person-industry fit (Sihite, Dewi, Widyastuti, 2019; Luo, Chau, Lam, Huang, Kou, 2018; Neequaye & Armoo, 2014). Particularly, tourism's relatively low social prestige negatively affects students' attitudes towards long-term careers in the industry (Rosyidi, 2021; Liu, He, Wu, 2022). Moreover, managerial behaviours—such as fairness, recognition, and support—play a critical role in employee satisfaction and retention (Hultqvist, Zhang, Staland-Nyman, Bertilsson, 2022; Wang, Cheung, Zhai, 2024). However, most prior studies have focused solely on either students' or graduates' perspectives (Grobelna & Dolot, 2018). This study addresses this gap by comparing the career perceptions of both groups, providing a comprehensive view of how expectations formed during education diverge from the realities of professional life in tourism (Makuzva & Muresherwa, 2024).

Research purpose and importance

This study aims to compare the expectations of tourism students with the real-world experiences of graduates to identify shifts in perception and contributing factors. Understanding this gap is vital for aligning tourism education with industry realities and improving career sustainability within the sector.

Contribution of the article to the literature

This study provides a comprehensive comparison of the career perceptions of tourism students and graduates, addressing a gap in the literature where the perspectives of both groups are rarely analysed together. By simultaneously examining sociocultural and managerial factors that influence career commitment, this study offers practical insights for human resource management in the tourism industry. Highlighting the mismatch between educational expectations and sector realities, the research presents an original contribution toward improving tourism education and workforce integration.

Design and method

Research type

This study is a field research conducted using a mixed-methods approach. It combines quantitative (surveys) and qualitative (semi-structured interviews) data to provide a deep analysis of the perceptions of tourism students and graduates toward the industry.

Research problems

The central problem of this study is to reveal the differences between the career expectations that tourism students hold before graduation and the realities they encounter after entering the industry. In this context, the research examines how students' initially positive attitudes evolve after graduation, the specific challenges graduates encounter, and how these experiences impact their career perceptions. Furthermore, the study examines the structural and managerial factors that contribute to the perception gap between students and graduates.

Data collection method

A mixed-methods approach was used in this study. In the first phase, a 61-item questionnaire was administered as a quantitative data collection tool, adapted separately for students and graduates to measure their perceptions and attitudes toward the tourism industry. In the second phase, qualitative data were collected through semi-structured interviews with 12 students and 12 graduates. The interviews included open-ended questions designed to explore participants' experiences in depth.

Quantitative/qualitative analysis

The quantitative data were analysed using SPSS software. Participants' perceptions and attitudes toward the tourism industry were evaluated using descriptive statistics, including means, standard deviations, and frequencies. The qualitative data were analysed using both thematic and content analysis. Participant responses were coded, and similar codes were grouped to form themes. This process aimed to identify meaningful patterns within the data and develop interpretations based on those patterns.

Research model

This study is based on a mixed-methods research model with both descriptive and exploratory characteristics. Quantitative data were first collected to measure the perceptions and attitudes of tourism students and graduates toward the industry. Then, qualitative data were used to gain deeper insights into these findings. The research follows a sequential explanatory mixed-method design.

Findings and discussion

Findings as a result of analysis

The analysis revealed that tourism students generally hold a positive view of the sector before graduation, perceiving it as a dynamic career path rich in social interaction and opportunities for personal development. However, after entering the workforce, graduates' attitudes tend to shift negatively due to factors such as low salaries, irregular working hours, and non-meritocratic promotion systems. Both students and graduates share the belief that tourism careers are not perceived as prestigious by society. Additionally, managerial attitudes were found to play a decisive role in employees' organisational commitment and willingness to remain in the sector. A particularly noteworthy finding is that nearly half of the graduates do not wish to continue working in

tourism. In contrast, students show a significantly higher level of career commitment. This contrast suggests that with real-world experience, students' idealised expectations are often replaced by more realistic and sometimes critical perspectives.

Discussing the findings with the literature

The findings of this study show a clear shift in students' perceptions of the tourism industry after graduation, which is consistent with studies by Amissah et al. (2020) and Rosyidi (2021). These studies also noted that the optimism students have during their education tends to diminish once they are exposed to the challenging realities of the industry. Furthermore, the increasing negativity toward managerial practices after graduation aligns with the findings of Hultqvist et al. (2022) and Wang et al. (2023), who highlighted the significant role of management in employee commitment. Additionally, the finding that students perceive tourism careers as having low social status – and that this perception is reinforced by family and societal attitudes – is in line with the cultural influences on career motivation identified by Sihite et al. (2019) and Liu et al. (2022). While some studies (e.g., Choy & Yeung, 2022) emphasise that internships often lead to early disillusionment, this study found higher levels of career commitment among students who had not yet completed internships. This suggests that discrepancies with existing literature may stem from the experience levels of different sample groups.

Conclusion, recommendation and limitations

Results of the article

This study reveals significant differences between the perceptions and attitudes of tourism students and graduates toward the industry. While students view the sector with idealism and optimism, graduates' experiences often fail to meet those expectations. Low wages, irregular working hours, lack of merit-based promotion, and negative perceptions of managerial behaviour lead many graduates to consider leaving the sector. Additionally, the perceived low social prestige of tourism careers weakens long-term career commitment. A striking finding is that despite students' high motivation, nearly half of the graduates do not wish to continue working in the industry. These results indicate a need to align tourism education more closely with industry realities and to reform human resource policies in the sector to enhance employee satisfaction and retention.

Suggestions based on results

In light of the findings, tourism education must be more closely aligned with the realities of the industry. The significant shift from idealised student perceptions to post-graduation dissatisfaction highlights the need for curricula to incorporate more practical content and early industry exposure. Expanding internship opportunities and encouraging field-based learning will help students develop more realistic expectations for their future careers. Additionally, human resource policies in the sector should be revised to address key issues such as low wages, unfair promotion systems, and unsupportive managerial behaviour – all of which weaken employee engagement. The perception of tourism careers as low in social status also undermines long-term career commitment among both students and graduates. Therefore, public awareness campaigns are necessary to improve the social image of tourism professions and elevate their perceived value. Lastly, stronger collaboration between academia and industry is essential to support a smoother transition from education to employment and to bridge the gap between expectations and realities.

Limitations of the article

The main limitation of this study is that the sample consists only of students and graduates from a single university, which restricts the generalizability of the findings. Additionally, as the data were self-reported, there is a potential risk of response bias.

Giriş

Turizm sektörü, dinamik yapısı ve geniş istihdam olanakları sayesinde küresel ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır (Khalid, Okafor ve Burzynska, 2021). Ancak, sektörün cazip görünen yapısına rağmen, uzun ve düzensiz çalışma saatleri, düşük maaşlar ve terfi süreçlerinde liyakatin yeterince gözetilmemesi gibi faktörler, çalışanlar için ciddi zorluklar yaratmakta ve sektörde uzun vadeli kariyer sürdürülebilirliğini olumsuz etkilemektedir (Wang, Cheung ve Zhai, 2024; Amissah, Li ve Kwon, 2018). Bu durum, turizm öğrencilerinin mezuniyet öncesinde sahip oldukları iyimser kariyer beklentilerinin, mezuniyet sonrası iş deneyimleriyle nasıl değiştiği sorusunu gündeme getirmektedir (Amissah, Mensah ve Mensah, 2020; Rosyidi, 2021). Önceki araştırmalar, turizm öğrencilerinin mezun olmadan önce sektöre ilişkin daha olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını, ancak staj süreçlerinde karşılaştıkları zorlukların bu algıyı olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir (Choy ve Yeung, 2022; Grobelna ve Dolot, 2018). Özellikle, düşük maaşlar ve düzensiz çalışma saatleri, mezunların sektörden uzaklaşmasına neden olan temel etkenler arasında yer almaktadır (Dighliya, 2023; Fantillo, Quirez ve Sardido, 2022). Ayrıca, yöneticilerin çalışanlara yönelik tutumu, iş tatmini ve sektörde kalma eğilimi üzerinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Wang vd., 2024). Olumsuz yönetici tutumları, çalışan bağlılığını azaltırken (Hultqvist, Zhang, Staland-Nyman ve Bertilsson, 2022), mesleki gelişim fırsatlarının yetersizliği de turizm sektörüne olan ilgiyi zayıflatmaktadır (Lyons, Young, Hanley ve Stolk, 2016).

Bazı araştırmalar turizm sektörünün bireylere çeşitli kariyer olanakları sunduğunu (Marrero-Rodríguez, Morini-Marrero ve Ramos-Henriquez, 2020; Wang vd., 2024) ve sosyal becerilerin gelişimine katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır (Rienda, Ruiz-Fernández ve Andreu, 2024). Staj deneyimlerinin, öğrencilerin sektöre yönelik olumlu algılar geliştirmesine yardımcı olduğu tespit edilirken (Wang, 2021), sektörün zorlu çalışma koşullarıyla erken dönemde karşılaşmanın öğrenci motivasyonunu olumsuz etkileyebileceği de vurgulanmaktadır (Turanlıgil ve Altıntaş, 2018). Bunun yanı sıra, sosyal statü algısının turizm kariyerine bağlılık üzerinde önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir. Turizm sektöründe çalışmanın prestijinin görece düşük algılanması, bireylerin kariyer tercihlerini şekillendirmekte olup, aile ve sosyal çevrenin bu konudaki görüşleri karar alma sürecinde belirleyici olabilmektedir (Rosyidi, 2021; Sihite, Dewi ve Widyastuti, 2019).

Bu çalışma, turizm öğrencilerinin ve mezunlarının sektöre yönelik kariyer algılarındaki değişimi analiz ederek, sektörde uzun vadeli kariyer sürdürülebilirliği açısından etkili olan faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Daha önce yapılan çalışmalar, turizm öğrencilerinin kariyer algılarını ele almakla birlikte (Grobelna ve Dolot, 2018; Kusluvan ve Kusluvan, 2000), genellikle ya yalnızca eğitim sürecine (Penny Wan, Wong ve Kong 2014) ya da yalnızca mezunların iş deneyimlerine (Rosyidi, 2021; Liu, He ve Wu, 2022; Sihite vd., 2019) odaklanmıştır. Ancak, bu çalışmada hem öğrencilerin hem de mezunların algıları karşılaştırmalı olarak incelenmekte ve sektöre giriş sürecindeki algı değişimi daha kapsamlı bir çerçevede ele alınmaktadır. Literatürde, turizm sektöründe çalışan bağlılığını etkileyen unsurlar sıklıkla tartışılmış (Kusluvan ve Kusluvan, 2000; Liu, He, Wu, 2022; Makuzva ve Muresherwa, 2024; Sihite vd., 2019; Wang vd., 2024), ancak öğrencilerin beklentilerinin mezuniyet sonrası nasıl değiştiğine dair karşılaştırma eksik kalmıştır.

Bu çalışma, turizm sektörünün insan kaynağı yönetimi, iş güvencesi, eğitim politikaları ve yönetim anlayışıyla ilgili önemli çıkarımlarda bulunarak, turizm eğitiminin sektörün gerçekleriyle daha uyumlu hale getirilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Araştırma kapsamında, turizm öğrencilerinin mezuniyet öncesindeki kariyer beklentileri ile mezuniyet sonrası iş deneyimleri arasındaki farklılıkları anlamak amacıyla şu sorular ele alınacaktır: “Turizm öğrencilerinin mezuniyet öncesinde sektöre dair temel beklentileri nelerdir? Mezunlar sektörde hangi başlıca zorluklarla karşılaşmaktadır? Turizm öğrencileri ile mezunları arasındaki kariyer algısı farklılıklarının nedenleri nelerdir?” Bu sorular çerçevesinde, turizm sektöründe uzun vadeli kariyer sürdürülebilirliğini etkileyen faktörler tespit edilerek, sektörde kalma niyetini artırmaya yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Literatür taraması

Turizm öğrencilerinin kariyer algısını, iş yüküne bağlı stres, uzun çalışma saatleri, düşük statü algısı, terfi olanaklarının yetersizliği ve düşük maaş gibi faktörler olumsuz etkilemektedir (Kusluvan ve Kusluvan, 2000). Ayrıca, nitelsiz yöneticiler ve iş ortamındaki olumsuz tutumlar da bu algıyı zayıflatmaktadır. Öte yandan, ücret, yan haklar ve terfi fırsatları, öğrencilerin sektörde kalma niyetini güçlendirmektedir (Wen, Li ve Kwon, 2018). Turizm sektörü, bireylere kişisel gelişim, girişimcilik ve aktarılabılır beceriler kazanma fırsatları sunarak kariyer tercihlerini doğrudan etkilemektedir (Amissah vd., 2020). Bununla birlikte, sektörde kariyer algısı; işin doğası, sosyal statü, birey-sektör uyumu, ücret ve terfi olanakları, çalışma ilişkileri ve sektöre bağlılık gibi çeşitli unsurlar tarafından şekillenmektedir

(Sihite vd., 2019; Rosyidi, 2021). Çalışanların sektöre bakış açısını ve beklentilerini anlamak, sektörün işleyişini değerlendirmek açısından önemlidir (Akıncı, Yurcu ve Kasalak, 2018).

Turizm sektöründe işin doğası, öğrencilerin kariyer hedefleri ve sektöre olan bağlılıklarını hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Sektörün dinamik yapısı ve bireyler arası etkileşim olanakları, öğrencilerin akademik çalışmalarına ve mesleki gelişimlerine yönelik motivasyonlarını artırarak sinizmi azaltabilir (Grobela ve Dolot, 2018). Özellikle staj deneyimleri, sektöre ilişkin olumlu algıların oluşmasını sağlayarak kariyer tercihlerinde belirleyici bir rol oynayabilir (Wang, 2021). Bununla birlikte, düzensiz çalışma saatleri, mevsimsel dalgalanmalar ve fiziksel açıdan zorlayıcı çalışma koşulları gibi faktörler, uzun vadeli kariyer planlarını olumsuz etkileyebilir. Bu tür olumsuz algıların iyileştirilmesi için, kariyer fırsatlarının somut ve sürdürülebilir şekilde öğrencilere sunulması gerekmektedir (Penny Wan, Wong ve Kong, 2014). Şekil 1'de, ilgili literatür taranarak turizm öğrencilerinin kariyer algısını etkileyen faktörler özetlenmiştir.

Sosyal statü, turizm öğrencilerinin kariyer algıları, tutumları ve mesleki yönelimlerini şekillendiren önemli bir faktördür. Yüksek sosyo-ekonomik geçmişe sahip öğrenciler sektörü daha prestijli görüp bağlılık ve mesleki gurur hissederken, düşük statüdekiler turizmdeki iş fırsatlarını finansal açıdan güvensiz değerlendirerek motivasyon kaybı yaşamaktadır (Rosyidi, 2021; Liu vd., 2022; Sihite vd., 2019). Olumlu statü algıları özgüven ve mesleki aidiyeti artırırken (Sihite vd., 2019), düşük statü algısı ise sektörden uzaklaşmaya neden olabilir (Jalim, Razzaq, Kadir ve Jumintono, 2022). Ayrıca, turizmle bağlantılı ailelere sahip öğrenciler sektöre daha güçlü bir motivasyonla yönelmektedir (Tung, Tang ve King, 2018; Bordean ve Sonea, 2018). Maaş beklentileri de kariyer fırsatlarını ve istihdam niyetlerini şekillendirmektedir (Wang, 2014).

Rekabetçi ücretler ve kariyer gelişim yolları, sektöre giriş ve sektörde kalmada etkili olurken (Asparrent Revollar, Leon Torres ve Grillo Torres, 2023; Fantillo vd., 2022) pandemi sürecindeki sınırlı terfi fırsatları kariyer kaygılarını artırmıştır (Asparrent Revollar vd., 2023; Dighliya, 2023). Buna karşın, pandemi sonrası dönemde istikrarlı maaşlar ve şeffaf terfi süreçleri sektöre ilgiyi korumada etkili olmuştur (Fantillo vd., 2022; Mohammed, 2018). Maaş, çalışma koşulları ve terfi imkanları öğrenciler için önemli görülmekte (Grobela, 2017) ve kariyer ilerleme fırsatları sektöre olan ilgiyi artırmaktadır (Benaraba, Bulaon, Escosio, Narvaez, Suinan, Roma, 2022). Ancak, istikrarsızlık algısı öğrencilerin sektörden uzaklaşmasına neden olabilmektedir (Nwakanma, 2024).

Öğrencilerin turizm kariyer algılarını ve mesleki tutumlarını şekillendiren önemli faktörlerden biri de sektör-kişilik uyumudur. Değerleri sektör kültürüyle örtüşen öğrenciler, kariyer seçeneklerini daha olumlu değerlendirerek sektöre bağlılıklarını artırmaktadır (Neequaye ve Armoo, 2014). Beceri ve değer uyumu, kariyer tatminini yükseltirken (Grobela ve Dolot, 2018), uyumsuzluk ise motivasyon kaybına yol açmaktadır (Luo, Chau, Lam, Huang, Kou, 2018). Ayrıca, yapay zekâ ve robot teknolojilerinin entegrasyonu sektörde yeni beceriler gerektirirken, bu değişimlere uyum sağlayabilen öğrenciler kariyer beklentilerini daha olumlu görmektedir (Samala, Katkam, Bellamkonda ve Rodriguez, 2022). Eğitimcilerin müfredatlarını sektörel dönüşüme uygun hale getirmesi, öğrencilerin turizmde kariyer yapma niyetlerini desteklemektedir (Wen vd., 2018).

Turizm öğrencilerinin kariyer algıları ve sektöre bağlılıkları, çalışma arkadaşları ve yöneticilerle kurdukları destekleyici ilişkilerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Güvenli ve teşvik edici bir çalışma ortamı, öğrencilerin kariyer hedeflerine yönelik olumlu tutumlar geliştirmesine katkı sağlamaktadır. Benaraba vd. (2022), olumlu iş yeri ilişkilerinin güvenli bir ortamla birleştiğinde kariyer seçiminde belirleyici olduğunu belirtmiştir. Wang vd. (2024) ise destekleyici ilişkilerin kariyer uyumunu ve iyimserliği artırarak sektöre yönelik bağlılığı güçlendirdiğini vurgulamıştır. Buna karşın, düşmanca tutumlar, zayıf iletişim veya destek eksikliği, kariyer algısını olumsuz etkileyebilir. Zhang vd., (2018), iş yerinde nezaketsizliğin çalışanların performansı ve kariyer beklentileri üzerinde olumsuz sonuçlar doğurduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Dighliya (2023), olumsuz etkileşimlerin sektörde kalma motivasyonunu düşürdüğünü belirtmiştir.

Turizm kariyerine bağlılık, öğrencilerin sektöre yönelik algılarını şekillendiren önemli bir faktördür ve duygusal, tutumsal ve davranışsal olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır. Duygusal bağlılık, öğrencilerin sektöre olumlu bir tutum geliştirmesine katkı sağlarken (Uzunbacak, Erhan ve Akçakanat, 2022), tutumsal bağlılık ise sektör fırsatlarının nasıl algılandığını etkilemektedir. Bağlı öğrenciler, kariyer olanaklarını daha anlamlı ve gelişime açık görme eğilimindedir; bu durum, iş güvenliği ve memnuniyetle doğrudan ilişkilidir (Javed, Vaculčíková ve Tučková, 2023). Kariyer hedefleri ile sektör olanakları arasındaki uyum, bağlılığı güçlendirirken, davranışsal bağlılık bireylerin sektöre ilgili somut adımlar atmasını ifade etmektedir (Fantillo vd., 2022). Buna karşılık, olumsuz deneyimler ve destek eksikliği, öğrencilerin sektörden uzaklaşmasına neden olabilir (Kimbü, Adam, Dayour ve Jong, 2021).

Açık ve net kariyer hedeflerine sahip öğrenciler sektöre daha güçlü bir bağlılık göstermektedir (Ramakrishnan ve Macaveiu, 2019).



Şekil 1: Turizm Öğrencilerinin Kariyer Algılarını Etkileyen Faktörler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Öğrencilerin turizm kariyerine dair beklentileri ile sektörde karşılaştıkları gerçeklik arasındaki uyum/uyumsuzluk, literatürde sıkça ele alınmaktadır (Ramakrishnan ve Macaveiu, 2019). Bu tartışmalar, eğitim süreci ile iş hayatındaki koşullar arasındaki farklara odaklanmaktadır (Brown, Arendt ve Bosselman, 2014). Araştırmalar, birçok öğrencinin turizm programlarına dinamik ve yüksek maaşlı kariyer beklentisiyle başladığını, ancak düşük ücretler, sınırlı terfi olanakları ve zorlu çalışma koşullarıyla karşılaşarak hayal kırıklığı yaşadığını göstermektedir (Atef ve Balushi, 2017; Choy ve Yeung, 2022; Daskin, 2016; Reichenberger ve Raymond, 2021). Bu tutarsızlık, motivasyon kaybına yol açabilir ve eğitim programlarının sektöre daha gerçekçi bir bakış açısı sunmasını gerektirmektedir (Atef ve Balushi, 2017; Rosita, Umadi ve Kusumah, 2018). Unutulmamalıdır ki, öğrencilerin sektöre ilişkin algıları, akranları ve sosyal çevrelerinden edindikleri bilgiler doğrultusunda şekillenmektedir (Makuzva ve Muresherwa, 2024).

Yöntem

Araştırmanın ilk aşamasında nicel yöntem, ikinci aşamada ise nitel yöntem tercih edilmiştir. Çalışmanın evrenini Harran Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrenci ve mezunları oluşturmuştur.

Nicel yöntem

Çalışmada Kusluvan ve Kusluvan (2000) tarafından oluşturulan “turizm sektöründe çalışmaya yönelik algı ve tutum” ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, öğrencilerin turizme yönelik algı ve tutumlarının tespit edilmesinde temel referans olarak kullanılmakta olup işin doğası, sosyal statü, kişi-sektör uyumu, ücret, terfi, çalışma koşulları, fiziksel şartlar, yöneticiler, iş arkadaşları ve sektöre bağlılık boyutlarından oluşmaktadır. Ancak, bazı araştırmalarda bu boyutlar daha az sayıya indirgenmiş, böylece analiz süreci sadeleştirilirken elde edilen bulguların daha güçlü ve odaklı hale gelmesi sağlanmıştır (Aksu ve Köksal, 2005; Wang, 2014; Wang ve Huang, 2014; Le, Klieve ve McDonald, 2018; Lusby, 2017; Rosyidi, 2021; Turanlıgil ve Altıntaş, 2018; Chengai ve Bagul, 2019). Ölçeğin kullanıldığı bazı ülkeler şunlardır: Çin (Wang ve Huang, 2014), Endonezya (Rosyidi, 2021), Gana (Amissah vd., 2020), Makao (Lusby, 2017), Türkiye (Aksu ve Köksal, 2005; Turanlıgil ve Altıntaş, 2018), A.B.D. (Richardson ve Thomas, 2012), Vietnam (Le vd., 2018). Yapılan analizler için SPSS programı kullanılmıştır. Ölçek ifadeleri İngilizce’den Türkçeye çevrilmiştir. Bu süreçte ilgili uzmanlardan destek alınmıştır.

Bu çalışma kapsamında, 79 maddeden oluşan orijinal ölçekte çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. İlk olarak, Kusluvan ve Kusluvan’ın (2000) çalışmasından elde edilen düzeltilmiş madde-toplam korelasyon değeri 0.4’ün altında olan maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu revizyon sonucunda ölçek, toplam 61 maddeye indirilmiş ve pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma, öğrenci ve mezunlardan oluşan 31 kişilik bir gruba Aralık 2024’te uygulanmıştır. Öğrencilerle yüz yüze, mezunlarla ise çevrimiçi anket yöntemi kullanılmıştır. Veriler, 5’li Likert ölçeği ile toplanmış ve ifadeler “1: Kesinlikle katılmıyorum” ile “5: Kesinlikle katılıyorum” arasında derecelendirilmiştir. Pilot çalışmadan elde edilen geri bildirimler doğrultusunda, benzer anlam taşıyan bazı maddeler birleştirilmiştir. Örneğin, “Oğlumun otelcilik eğitimi almasını ve otelcilik sektöründe çalışmasını isterim” ile “Kızımın otelcilik eğitimi almasını ve otelcilik sektöründe çalışmasını isterim” ifadeleri

eşleştirilmiştir. Anket formunun içeriği Tablo 1’de, ölçeğe ilişkin yapılan değişiklikler ise Tablo 2’de sunulmuştur.

Uyarlama sürecinde dokuz boyutun bazılarını küçük düzeltmeler yapılırken, “işin doğası” boyutunda kapsamlı revizyonlar gerçekleştirilmiştir. Bu boyuttaki 12 maddeden yalnızca 3’ünün düzeltilmiş madde-toplam korelasyon değeri 0.4’ün üzerindedir. Pilot çalışma sonucunda, “Turizm sektöründeki çalışma saatleri düzenli bir yaşam için uygun değil” ve “İşin doğası nedeniyle turizm sektöründe çalışan kişilerin aile hayatı olumsuz etkilenmektedir” ifadelerinin aynı anlamı taşıdığı belirtilmiş ve katılımcı geri bildirimleri doğrultusunda ilk ifade tercih edilmiştir. Bu geri bildirimin, Türk kültüründe düzenli yaşam kavramının aile hayatıyla ilişkilendirilmesi ile bağlantılı olabileceği düşünülmektedir. Kalan iki ifadenin içeriği anketin temel hedefi olan öğrencilerin ve mezunların turizm işyerlerine dair deneyim ve algılarını değerlendirme amacıyla uyumlu olduğu için boyut kaldırılmamıştır. Benzer şekilde, sosyal statü, maaş/yan haklar, terfi olanakları ve sektöre bağlılık boyutlarında anlam açısından örtüşen ifadeler birleştirilerek ölçek daha tutarlı hale getirilmiştir.

Araştırmanın amacı ve kapsamına uygun olarak, mezunlara yönelik ankette “Mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmak isterim” ve “Mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmayacağım kesindir” ifadelerine yer verilmemiştir. Bu ifadeler, hâlen öğrenci olan katılımcılar için anlamlıdır, çünkü bu grup mezuniyet sonrasında turizm sektöründe çalışma niyetlerini değerlendirme aşamasındadır. Ancak mezunlar için, bu tür ifadeler mantıksal olarak geçerli değildir, çünkü mezunlar zaten turizm sektöründe çalışma kararlarını uygulama fırsatı bulmuşlardır. Mevcut anketin hedefi onların kariyer tercihlerini değil, sektördeki mevcut deneyimlerini ve algılarını değerlendirmektir.

Tablo 1: Anket Formunun İçeriği

Örneklem	Soru tipleri	Detay
Öğrenciler	Demografik	Cinsiyet; Turizm alanında bir bölüm okumayı bilerek ve isteyerek mi istediniz?; Turizm sektöründe çalışmak istiyor musunuz?; Kaçınıcı sınıftasınız?
	Öğrencilerin algı ve tutumları	İşin doğası, sosyal statü, kişi-sektör uyumu, maaş/terfi olanakları, çalışma arkadaşları, yöneticiler, sektöre bağlılık
Mezunlar	Demografik	Cinsiyet; Turizm alanında bir bölümü bilerek ve isteyerek mi okudunuz? Turizm sektöründe çalışmaya devam etmek istiyor musunuz? Kaç yıldır turizm sektöründe çalışıyorsunuz?
	Mezunların algı ve tutumları	İşin doğası, sosyal statü, kişi-sektör uyumu, maaş/terfi olanakları, çalışma arkadaşları, yöneticiler, sektöre bağlılık

Pilot uygulama süreci, yedi boyuttan oluşan 54 maddelik nihai ölçek ile sonuçlanmıştır: işin doğası (2 madde), sosyal statü (3 madde), kişi-sektör uyumu (10 madde), maaş/terfi olanakları (7 madde), çalışma arkadaşları (9 madde), yöneticiler (13 madde) ve sektöre bağlılık (10 madde). Fiziksel çalışma koşulları boyutundaki ifadelerden düzeltilmiş madde-toplam korelasyon değeri .4’ün altında olmayan bir ifade (Çoğu turizm işletmesinde çalışan yemekhaneleri iyi durumdadır) kalmıştır ve pilot çalışma neticesinde alınan geri bildirimler ile bu ifadenin ölçekte yer almaması gerektiği belirlenmiştir. Orijinal ölçekteki “maaş/faydalar” ve “terfi olanakları” boyutları birleştirilerek bu çalışma için ankette “maaş/terfi olanakları” olarak etiketlenmiştir.

Tablo 2: Pilot Çalışma Neticesinde Yapılan Değişiklikler

Boyutlar	Pilot çalışma	Değişiklik	İfade sayıları
İşin doğası	Benzer anlam taşıyan ifadeler	İfadeler birleştirildi	2
Sosyal statü	Benzer anlam taşıyan ifadeler	İfadeler birleştirildi	3
Kişi-sektör uyumu	---	---	10
Fiziksel çalışma koşulları	İlgili değil	Kalan bir ifade pilot çalışma sonucunda silindi	0
Maaş/faydalar Terfi olanakları	Benzer anlam taşıyan ifadeler	Boyutlar birleştirildi ve “Maaş/Terfi olanakları” şeklinde değiştirildi	7
İş arkadaşları	---	---	9
Yöneticiler	---	---	13
Sektöre bağlılık	Benzer anlam taşıyan ifadeler	İfadeler birleştirildi	10

Anket, Harran Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri ve mezunlarına uygulanmış, örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örneklemede, araştırmanın amaçlarına en uygun bilgi sağlayabilecek bireyler belirli kriterlere göre seçilmektedir (Sharp, 2003). Araştırmada, staj yapmamış öğrenciler ve en az bir yıl turizm sektöründe çalışmış mezunlar örnekleme dahil edilmiştir. Staj yapmamış öğrencilerin seçilme nedeni, sektöre dair algılarının yalnızca teorik bilgi ve toplumsal algılarla şekillenmiş olmasıdır. Bu yaklaşım, sektöre yönelik saf ve deneyimden bağımsız görüşlerin elde edilmesini sağlamıştır. Sosyal bilimlerde, araştırma amacına en uygun katılımcıları belirlemek için amaçlı örnekleme yaygın olarak kullanılmaktadır (Etikan vd., 2015). Fakültede tüm bölümler dört yıllık eğitim vermekte olup toplam 483 öğrenci kayıtlıdır, ancak derslere düzenli devam eden öğrenci sayısı 363 olarak belirlenmiştir. Staj yapmamış öğrenci sayısı 229 olup, dersler sırasında uygulanan anketten 201 yanıt alınmıştır. 2018 yılında öğrenci alımına başlayan fakülte, 2022'den itibaren mezun vermekte ve 2025'e kadar toplam 148 mezun vermiştir. Turizm sektöründe en az bir yıl deneyimi olan mezunlardan 97 anket toplanmıştır. Araştırmada, öğrenciler ve mezunların sektöre yönelik algı ve tutumları karşılaştırılmış; demografik özellikler, bilinçli tercih durumları ve sektörde çalışma isteklilikleri tanımlayıcı analizlerle incelenmiştir. Ardından, sektör algısı ve tutumlara ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır.

Nitel yöntem

Çalışmada veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler, araştırmacıya belirli bir çerçeve sunarken katılımcının kendi deneyimlerini detaylandırmasına da olanak tanıyan esnek bir yöntemdir (Kvale, 2007). Görüşmeler, öğrencilerle yüz yüze, mezunlarla ise çevrimiçi görüntülü uygulamalar yoluyla gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze görüşmeler, katılımcının sözlü ifadelerinin yanı sıra beden dili ve duygusal tepkilerini de gözlemleme fırsatı sunduğu için nitel araştırmalarda sıkça tercih edilmektedir (Opdenakker, 2006). Çevrimiçi görüşmeler ise coğrafi engelleri aşarak daha geniş bir katılımcı grubuna ulaşmayı sağlamakta ve nitel araştırmalarda giderek daha fazla kullanılan bir yöntem olarak öne çıkmaktadır (Janghorban vd., 2014). Görüşmeler, ortalama 30 ila 45 dakika sürmüştür. Her iki katılımcı grubundan toplamda 24 kişi ile görüşme yapılmıştır. Öğrencilerden staj yapmayanlar, mezunlardan en az bir yıl sektör tecrübesi olanlar örneklem grubuna dahil edilmiştir.

Nitel araştırma bulgularından elde edilen veriler doğrultusunda, turizm sektörüne yönelik olumsuz algılar içeren ve hem öğrenci hem de mezun katılımcıların ortak görüş bildirdiği ifadeler ile olumlu bir algı içermesine rağmen hem öğrenci hem de mezunların düşük katılım gösterdiği ifadeler belirlenmiştir. Bu ifadeler, nitel araştırma sürecinde derinlemesine incelenmesi gereken temel konular olarak değerlendirilmiş ve bu doğrultuda görüşme soruları oluşturulmuştur. Bu kapsamda, nitel veri toplama sürecinde katılımcıların deneyimlerini daha derinlemesine ifade etmelerine olanak sağlayacak açık uçlu sorular geliştirilmiş ve görüşmeler, ilgili temaların kapsamlı bir analizini yapmak üzere yapılandırılmıştır. Örneğin, katılımcılara "Turizm sektöründeki çalışma temposunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu temponun fiziksel ve zihinsel olarak sizi nasıl etkilediğini anlatabilir misiniz?" veya "Çalışma saatlerinin düzenli bir yaşam için uygun olduğunu düşünüyor musunuz? Neden?" gibi sorular yöneltilmiştir. Katılımcının yanıtlarına bağlı olarak, "Bu durumu daha iyi açıklayabilecek bir deneyiminizi paylaşabilir misiniz?" veya "Sektördeki çalışma saatleri sosyal hayatınızı veya aile yaşantınızı nasıl etkiliyor?" gibi takip eden sorularla görüşme süreci yönlendirilmiştir.

Görüşme soruları, öğrencilerin sektöre yönelik algı ve beklentileri ile mezunların doğrudan iş deneyimlerini anlamaya yönelik olarak hazırlanmıştır. Öğrencilerin henüz sektörde deneyim sahibi olmamaları nedeniyle, her iki gruba farklı içerikte sorular yöneltilmiştir. Bu kapsamda, öğrenciler ve mezunlar için geliştirilen sorular Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Görüşme Soruları

İfadeler	Mezunlar için görüşme soruları	Öğrenciler için görüşme soruları
İşin doğası		
-Bana göre, turizmdeki işler yorucudur. -Turizm sektöründeki çalışma saatleri düzenli bir yaşam için uygun değildir.	Turizm sektöründeki çalışma temposu ve çalışma saatleri hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu durumlar sizi fiziksel ve zihinsel olarak nasıl etkiliyor? Sosyal hayatınıza ve aile yaşantınıza nasıl yansıyor?	Turizm sektöründeki çalışma temposu ve çalışma saatleri hakkında ne düşünüyorsunuz? Eğitim süreciniz, sektörün çalışma koşulları hakkında nasıl bir izlenim edinmenizi sağladı? Turizmde çalışmanın fiziksel ve zihinsel olarak zorlayıcı olup olmadığı konusunda ne tür beklentilere sahipsiniz?
Sosyal statü		
-Turizm sektöründe çalışmak, Türk toplumunda saygın (prestijli) bir meslektir. -Turizm sektöründeki mesleğim hakkında ailem ve arkadaşlarımla gururla konuşurum.	Turizm sektörünün toplumsal saygınlığı ve mesleki prestiji hakkında ne düşünüyorsunuz? Kendi deneyimleriniz doğrultusunda, aile üyeleriniz ve arkadaşlarınız turizmde çalışmanızı nasıl karşılıyor? Bu durum kariyer seçimlerinizi veya mesleki hedeflerinizi nasıl etkiledi?	Turizm sektörünün toplumsal saygınlığı ve mesleki prestiji hakkında ne düşünüyorsunuz? Turizm alanında eğitim alırken, sektörün toplumda nasıl algılandığını gözlemlediniz mi? Aile üyeleriniz ve arkadaşlarınız, turizm alanında kariyer yapma kararınızı nasıl değerlendiriyor? Bu algılar, gelecekteki kariyer planlarınızı nasıl etkiliyor?
Maas/Terfi olanakları		
-Turizm sektöründe terfi, liyakate dayalıdır. -Turizm sektöründe terfi olanakları tatmin edicidir. -Turizm sektöründe, tanidik olmadan terfi etmek çok zordur.	Turizm sektöründe terfi süreçleri hakkında ne düşünüyorsunuz? Terfi sisteminin liyakate dayalı işlediğine inanıyor musunuz? Kendi deneyimleriniz veya gözlemleriniz doğrultusunda, sektörde terfi etmek için hangi faktörlerin etkili olduğunu düşünüyorsunuz? Bu süreçte adalet ve fırsat eşitliği açısından karşılaştığınız veya duyduğunuz zorluklar var mı?	Turizm sektöründe terfi süreçleri hakkında ne düşünüyorsunuz? Eğitim süreciniz boyunca, sektörde terfi ve kariyer ilerlemesinin nasıl işlediğine dair bir izlenim edindiniz mi? Sizce turizm sektöründe kariyer ilerlemesi için hangi faktörler önemlidir? Sektörde liyakat ve fırsat eşitliği konusunda duyduğunuz veya gözlemlediğiniz algılar nelerdir?
İş arkadaşları		
-Çoğu çalışan, turizm sektöründe çalışmaya yüksek motivasyon ve heyecanla yaklaşmaktadır. -Turizm sektöründe çalışanlar arasında iyi ilişkiler olduğunu düşünüyorum.	Turizm sektöründe çalışan motivasyonu ve iş arkadaşları arasındaki ilişkiler hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce çalışanlar sektöre ne derece bağlı ve işlerine ne kadar hevesli? Kendi deneyimleriniz veya gözlemleriniz doğrultusunda, iş arkadaşlarınızla olan ilişkileriniz nasıl? Turizm sektöründeki iş ortamında ekip çalışmasının gücü ve dayanışma hakkında neler söyleyebilirsiniz?	Turizm sektöründe çalışan motivasyonu ve iş arkadaşları arasındaki ilişkiler hakkında ne düşünüyorsunuz? Eğitim süreciniz ve çevrenizden edindiğiniz izlenimlere göre, sektör çalışanlarının mesleklerine olan bağlılığı ve çalışma heyecanı hakkında nasıl bir algıya sahipsiniz? Takım çalışması ve iş ortamındaki dayanışmanın sektörde ne kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz?
Yöneticiler		
-Turizm sektöründeki yöneticiler çalışanlara hak ettikleri değeri verir. -Yöneticiler, çalışanların kurumsal bağlılığı için fazla çaba harcamaz. -Yöneticiler, çalışanların önerilerine değer verir. -Yöneticiler, turizm sektöründe çalışanlara saygılı davranır. -Yöneticiler, çalışanların işlerini etkileyen karar alma süreçlerine katılmasını sağlar. -Yöneticiler, gerektiğinde mesleki eğitim sağlar. -Yöneticiler, çalışanlara adil bir şekilde davranır. -Yöneticiler, çalışanların iş tatminini artırmak için büyük çaba göstermez.	Turizm sektöründeki yöneticilerin çalışanlara verdiği değer ve adaletli yönetim anlayışı hakkında ne düşünüyorsunuz? Yöneticilerin çalışan bağlılığı ve memnuniyetini sağlamak için yeterince çaba gösterdiğine inanıyor musunuz? Kendi deneyimleriniz veya gözlemleriniz doğrultusunda bu konudaki düşüncelerinizi paylaşabilir misiniz? Yöneticiler, çalışanların mesleki gelişimini, karar alma süreçlerine katılımını ve önerilerini ne ölçüde destekliyor? Çalışanların görüşlerine önem verildiğini ve yeterli mesleki eğitim fırsatları sunulduğunu düşünüyor musunuz? Bu konulardaki deneyimlerinizi paylaşabilir misiniz?	Turizm sektöründeki yöneticilerin çalışanlara verdiği değer ve adaletli yönetim anlayışı hakkında ne düşünüyorsunuz? Eğitim süreciniz ve çevrenizden edindiğiniz izlenimlere göre, yöneticilerin çalışan bağlılığı ve memnuniyetini artırmak için yeterince çaba gösterdiğini düşünüyor musunuz? Ayrıca, turizm sektöründe çalışanların mesleki gelişimini desteklemek, karar alma süreçlerine katılımını sağlamak ve çalışan önerilerine değer vermek konusunda yöneticilerin ne kadar etkili olduğunu düşünüyorsunuz?
Sektöre bağlılık		
-Turizmi meslek olarak seçtiğim için çok mutluyum. -Birinci sınıf öğrencilerine üniversite giriş sınavına tekrar girmelerini ve turizm dışında bir kariyer seçmelerini tavsiye ederim. -Turizm sektöründe çalışmayı arkadaşlarıma ve akrabalarıma tavsiye ederim çünkü bu sektörün bir parçası olmak çok güzel. -Mesleki (profesyonel) geleceğimi turizm sektöründe görüyorum.	Turizm alanında kariyer yapma kararınızdan ne kadar memnunsunuz? Bu sektörde çalışmak beklentilerinizi ne ölçüde karşıladı ve yeniden seçim yapma şansınız olsaydı yine turizmi tercih eder miydiniz? Turizm sektöründe kariyer yapmayı arkadaşlarınıza veya yeni öğrencilere tavsiye eder misiniz? Gelecekte kendinizi bu sektörde nasıl görüyorsunuz?	Turizm eğitimi alma kararınızdan ne kadar memnunsunuz? Bu sektörle ilgili beklentileriniz şu ana kadar nasıl şekillendi ve mezuniyet sonrası turizm sektöründe çalışmayı planlıyor musunuz? Eğer tekrar tercih yapma şansınız olsaydı, yine turizmi seçer miydiniz? Turizmde kariyer yapmayı yeni öğrencilere veya arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz? Gelecekte kendinizi bu sektörde nasıl görüyorsunuz?

Toplanan veriler, tematik analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılarak incelenmiştir. Tematik analiz, araştırmacının veri seti içerisindeki anlamlı örüntüleri belirlemesine, kodlamasına ve yorumlamasına olanak tanıyan bir yöntemdir (Braun ve Clarke, 2006). Analiz süreci, verilerin okunarak transkriptlerin oluşturulması, ilk kodlamaların yapılması, benzer kodların gruplandırılarak ana temaların belirlenmesi ve temaların gözden geçirilerek genel anlatıya dönüştürülmesi aşamalarını içermektedir. İçerik analizi yöntemi ise verilerdeki anlam ve örüntüleri daha sistematik bir şekilde ortaya koymak için kullanılmıştır (Krippendorff, 2019). Bu yöntemde, katılımcı ifadeleri doğrultusunda ana kavramlar belirlenmiş ve bu kavramlar ilgili bağlam içinde değerlendirilmiştir. Tematik analiz ve içerik analizinin birlikte kullanılması hem niteliksel hem de sistematik bir değerlendirme yapmayı sağlayarak araştırmacının güvenilirliğini artırabilir (Nowell vd., 2017). Araştırmanın geçerliğini ve güvenilirliğini sağlamak için katılımcı doğrulaması yöntemi kullanılarak, görüşme sonrası özet bulgular katılımcılarla paylaşılmış ve yanlış anlamaların önüne geçilmeye çalışılmıştır (Birt vd., 2016).

Bulgular

Nicel araştırma

Araştırmaya katılan öğrencilerin ve mezunların demografik özellikleri (Tablo 4) incelendiğinde, her iki grupta da kadın katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %67,2'si, mezunların ise %70,1'i kadındır. Katılımcı öğrencilerin büyük bir kısmı (%66,2) birinci sınıfta yer almaktadır. Bu dağılım, araştırmaya katılan öğrenci grubunun ağırlıklı olarak eğitime yeni başlayan bireylerden oluştuğunu ve üst sınıf öğrencilerinin katılımının daha sınırlı kaldığını göstermektedir. Bu durumun temel nedeni, çalışmanın staj yapmamış öğrencileri kapsayan bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmesi ve birinci sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğunun henüz staj deneyimi edinmemiş olmasıdır.

Tablo 4: Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Öğrenci		
Cinsiyet	Fr.	%
Kadın	135	67,2
Erkek	66	32,8
Sınıf		
1. sınıf	133	66,2
2. sınıf	29	14,4
3. sınıf	20	10,0
4. sınıf	18	9,0
Turizm alanında bir bölümü bilinçli bir şekilde tercih etme		
Evet	156	77,6
Hayır	44	21,9
Turizm sektöründe çalışma isteği		
Evet	171	85,1
Hayır	27	13,4
Mezun		
Cinsiyet	Fr.	%
Kadın	68	70,1
Erkek	29	29,9
Turizm alanında bir bölümü bilinçli bir şekilde tercih etme		
Evet	82	84,5
Hayır	15	15,5
Turizm sektöründe çalışmaya devam etme isteği		
Evet	69	71,1
Hayır	28	28,9

Öğrencilerin %77,6'sı bilinçli ve isteyerek bu bölümü tercih ederken, %21,9'u bilinçli bir seçim yapmadığını belirtmiştir. Mezunlar arasında ise bu oranlar %84,5 bilinçli tercih ve %15,5 bilinçsiz tercih şeklinde dağılım göstermektedir. Turizm sektöründe çalışma isteği açısından, öğrencilerin %85,1'i mezuniyet sonrası sektörde çalışmayı planlarken, %13,4'ü bu alanda kariyer yapmayı düşünmemektedir. Mezunlar arasında ise sektörde kalmaya devam etmek isteyenlerin oranı %71,1,

sektörden ayrılmayı düşünenlerin oranı ise %28,9 olarak tespit edilmiştir. Mezunların sektörde kalma oranının öğrencilerden daha düşük olması, iş ortamı ve çalışma koşullarının mezunlar üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır.

Tablo 5'te, öğrencilerin ve mezunların turizm sektörüne yönelik algıları ve tutumlarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri sunulmaktadır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri ,70'in üzerindedir ve güvenilir düzeydedir. Turizm sektöründe çalışmanın yorucu olup olmadığına dair değerlendirmeler incelendiğinde, her iki grubun da bu ifadeye orta düzeyin bir miktar üzerinde katılım gösterdiği görülmektedir (öğrenci ortalaması: 3.59, mezun ortalaması: 3.70). Bu bulgu, sektörün fiziksel ve zihinsel açıdan zorlayıcı olduğu yönündeki yaygın algıyı desteklemektedir. Benzer şekilde, çalışma saatlerinin düzenli bir yaşam için uygun olmadığı görüşüne katılım oranı bir miktar yüksektir (öğrenci ortalaması: 3.72, mezun ortalaması: 3.86). Bu sonuçlar, esnek ve uzun çalışma saatlerinin turizm sektöründeki çalışanlar açısından önemli bir zorluk oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 5: Öğrencilerin ve Mezunların Turizm Sektörüne Yönelik Algı ve Tutumları

İfadeler (1: Kesinlikle katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Ortadayım; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle katılıyorum)	Öğrenciler		Mezunlar	
	Ort.	Std. Sp.	Ort.	Std. Sp.
İşin doğası				
1. Bana göre, turizmdeki işler yorucudur.	3,59	1,13	3,70	1,13
2. Turizm sektöründeki çalışma saatleri düzenli bir yaşam için uygun değildir.	3,72	1,10	3,86	1,18
Sosyal statü				
3. Ailem, turizmdeki mesleğimle gurur duyuyor.	3,25	1,22	3,18	1,24
4. Turizmde çalışmak, Türk toplumunda saygın (prestijli) bir meslektir.	2,85	1,10	2,57	1,10
5. Turizm sektöründeki mesleğim hakkında ailem ve arkadaşlarımla gururla konuşurum.	3,51	1,15	3,49	1,20
Kişî-sektör uyumu				
6. Yabancı turistlere hizmet etmeyi aşağılayıcı buluyorum.	1,41	,721	1,34	,557
7. Karakterim turizm sektöründe çalışmaya uygundur.	3,70	1,10	3,82	1,06
8. Türk turistlere hizmet etmeyi aşağılayıcı buluyorum.	1,49	,766	1,63	,972
9. Turizm sektöründeki işlerde yeteneklerimi ve becerilerimi kullanabilirim.	3,99	,982	4,31	,858
10. Turizmde çalışmak, dini değerlerimle çelişiyor.	2,03	1,16	2,11	1,32
11. Turizm sektöründe çalışırken keyif alıyorum.	3,86	1,03	3,90	,984
12. Turizm sektöründe çalışırsam ahlaki değerlerimin zayıflayacağına inanıyorum.	1,76	1,08	1,97	1,20
13. Hizmet ettiğim müşterilerin memnun olduğunu görmek hoşuma gidiyor.	4,41	,865	4,47	,818
14. İnsanlara tatildayken ve eğlenirken hizmet etmek hoş bir şey değil.	1,79	1,02	1,90	1,07
15. İyi vakit geçirmek için orada bulunan insanlara hizmet etmek çok güzel bir duygu.	3,81	1,14	3,82	1,05
Maas/Terfi olanakları				
16. Çoğu turizm işinde maaş, tatmin edici bir yaşam sürdürmek için yeterli değildir.	3,04	1,18	2,71	1,23
17. Uzun çalışma saatleri ve iş yükünü göz önünde bulundurduğumda, turizm sektöründeki maaşları düşük buluyorum.	2,89	1,13	2,48	1,09
18. Turizm sektöründe terfi, liyakate dayalıdır.	3,28	1,07	3,13	1,14
19. Turizm sektöründe terfi olanakları tatmin edicidir.	3,34	1,15	3,20	1,23
20. Turizm sektöründe yönetici pozisyonlarına terfi etme fırsatları sınırlıdır.	3,28	1,36	3,38	1,33
21. Terfi kararlarında sektörde çalışılan yıl sayısı dikkate alınmaktadır.	3,56	1,15	3,79	1,26
22. Turizm sektöründe, tanıdık olmadan terfi etmek çok zordur.	3,96	1,05	4,20	1,10
İş arkadaşları				
23. Turizm sektöründe çalışanlar arasında takım ruhu yoktur.	2,18	,964	2,54	1,00
24. Turizm sektöründe çalışanlar arasında iş birliği vardır.	3,68	1,05	3,48	,959
25. Turizm sektöründe çalışanlar genellikle eğitimsizdir.	2,24	1,10	2,79	1,28
26. Turizm sektöründe çalışan insanlarla kolayca arkadaşlık kurabilirim.	3,72	,967	3,42	1,15
27. Turizm sektöründe çalışan insanlarla anlaşmak kolay değildir.	2,50	1,11	2,79	1,23
28. Çoğu çalışan, turizm sektöründe çalışmaya yüksek motivasyon ve heyecanla yaklaşmaktadır.	3,23	1,11	3,04	1,03
29. Turizm sektöründe çalışan insanların çoğu kaba insanlardır.	2,04	,981	2,36	1,22
30. Turizm sektöründe çalışanlar arasında iyi ilişkiler olduğunu düşünüyorum.	3,45	,996	3,05	1,14
31. Turizm sektöründe çalışan insanları sıkıcı buluyorum.	1,77	,848	1,97	,940
Yöneticiler				
32. Turizm sektöründeki yöneticiler, çalışanlara hak ettikleri değeri verir.	2,69	1,05	2,26	1,02
33. Yöneticiler, çalışanların kurumsal bağlılığı için fazla çaba harcamaz.	3,06	1,10	3,47	1,05
34. Yöneticiler, çalışanların işlerini daha iyi yapabilmesi için yetki devri yapar.	2,94	,965	2,98	,913
35. Turizm sektöründeki çoğu yönetici, turizm alanında eğitim geçmişine sahip değildir.	3,03	1,20	3,41	1,22

36. Yöneticiler, çalışanların önerilerine değer verir.	2,89	1,04	2,55	1,09
37. Yöneticiler, iyi iş çıkaran çalışanları ödüllendirmez.	2,82	1,12	3,13	1,12
38. Yöneticiler, turizm sektöründe çalışanlara saygılı davranır.	3,08	1,00	2,77	1,04
39. Yöneticiler, çalışanların işlerini etkileyen karar alma süreçlerine katılmasını sağlar.	3,02	,984	2,97	1,01
40. Turizm sektöründe yöneticiler ile çalışanlar arasında iyi bir ilişki yoktur.	2,60	,981	2,89	1,08
41. Yöneticiler, çalışanların kişisel sorunlarını çözmeye yardımcı olmaz.	2,95	1,09	3,14	1,07
42. Yöneticiler, gerektiğinde mesleki eğitim sağlar.	3,13	1,09	3,16	1,09
43. Yöneticiler, çalışanlara adil bir şekilde davranır.	2,76	1,04	2,47	1,06
44. Yöneticiler, çalışanların iş tatminini artırmak için büyük çaba göstermez.	3,04	1,15	3,27	1,13
Turizm sektörüne bağlılık				
45. Bana göre, turizm sektöründe çalışmanın dezavantajları avantajlarından daha ağır basıyor.	2,93	1,08	3,19	1,14
46. Turizmi meslek olarak seçtiğim için çok mutluyum.	3,54	1,21	3,32	1,18
47. Oğlumun/kızımın turizm okuyup bu sektörde çalışmasını istemem.	2,86	1,27	2,98	1,24
48. Mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmak istiyorum. *	3,89	1,09	---	---
49. Mezun olduktan sonra turizm sektöründe kesinlikle çalışmayacağım. *	2,05	1,16	---	---
50. Birinci sınıf öğrencilerine, üniversite giriş sınavına tekrar girmelerini ve turizm dışında bir kariyer seçmelerini tavsiye ederim.	2,66	1,34	2,68	1,26
51. Turizmi kariyer yolu olarak seçmek büyük bir hataydı.	2,05	1,05	2,34	1,27
52. Turizm sektöründe çalışmayı arkadaşlarıma ve akrabalarıma tavsiye ederim çünkü bu sektörün bir parçası olmak çok güzel.	3,25	1,17	3,11	1,06
53. Turizm sektörü dışında başka bir sektörde çalışmayı planlamıyorum.	2,89	1,19	2,85	1,19
54. Mesleki (profesyonel) geleceğimi turizm sektöründe görüyorum.	3,41	1,21	3,38	1,22

*Mezunlara gönderilen anket formunda yer almamıştır.

Turizm sektörünün prestiji konusundaki algılar genel olarak olumsuzdur. Öğrenciler ve mezunlar, turizm sektöründe çalışmanın Türkiye’de saygın bir meslek olduğu fikrine düşük düzeyde katılım göstermektedir (öğrenci ortalaması: 2,85, mezun ortalaması: 2,57). Mezunların bu ifadeye öğrencilerden daha düşük katılım göstermesi, mesleki deneyimin bu algıyı olumsuz yönde etkileyebileceğini düşündürmektedir. Bununla birlikte, öğrenciler ve mezunlar, turizm sektöründeki mesleklerini ailelerine ve arkadaşlarına anlatma konusunda bir miktar olumlu görüş bildirmiştir (öğrenci ortalaması: 3,51, mezun ortalaması: 3,49).

Turizm sektöründeki terfi sistemine yönelik algılar incelendiğinde, öğrenciler ve mezunlar bu sürecin liyakate dayalı işlediğine orta düzeyde katılım göstermektedir (öğrenci ortalaması: 3,28, mezun ortalaması: 3,13). Benzer şekilde, terfi olanaklarının yeterliliğine dair görüşler de orta seviyede kalmıştır (öğrenci ortalaması: 3,34, mezun ortalaması: 3,20). Öne çıkan bulgulardan diğeri ise, “Turizm sektöründe, tanıdık olmadan terfi etmek çok zordur” ifadesine verilen yüksek katılım oranıdır (öğrenci ortalaması: 3,96, mezun ortalaması: 4,20).

Çalışan motivasyonu ve iş ortamı açısından yapılan değerlendirmelerde, çalışanların genel olarak orta düzeyde motive ve istekli olduğu görülmektedir (öğrenci ortalaması: 3,23, mezun ortalaması: 3,04). İş arkadaşları arasındaki ilişkilerin güçlü olduğu görüşüne de orta düzeyde katılım sağlanmıştır (öğrenci ortalaması: 3,45, mezun ortalaması: 3,05). Turizm sektöründe yöneticilere dair algılar genel olarak olumsuz yönde şekillenmiştir. “Yöneticiler çalışanlara hak ettikleri değer verir” ifadesine düşük düzeyde katılım gözlemlenmiştir (öğrenci ortalaması: 2,69, mezun ortalaması: 2,26). Benzer şekilde, “Yöneticiler çalışanların önerilerine değer verir” ve “Yöneticiler çalışanları adil şekilde davranır” ifadeleri de düşük katılım oranlarına sahiptir (öğrenci ortalamaları: 2,89 ve 2,76; mezun ortalamaları: 2,55 ve 2,47). Ayrıca, öğrenciler ve mezunlar “Yöneticiler çalışanların iş tatminini artırmak için büyük çaba göstermez.” ifadesine de orta seviyede katılım göstermiştir (öğrenci ortalaması: 3,04, mezun ortalaması: 3,27).

Mesleki eğitim sağlama konusunda nispeten daha dengeli bir algının olması (ortalama 3,13 ve 3,16), yöneticilerin çalışan gelişimine tamamen kayıtsız kalmadığını ancak bu alandaki çabaların da çalışanlar için tatmin edici seviyede olmadığını göstermektedir. Öğrencilere ve mezunlara, turizm sektöründe çalışmaktan memnun olup olmadıkları sorulduğunda, orta seviyede bir memnuniyet oranı görülmektedir (öğrenci ortalaması: 3,54, mezun ortalaması: 3,32). Ancak, “Birinci sınıf öğrencilerine, üniversite giriş sınavına tekrar girmelerini ve turizm dışında bir kariyer seçmelerini tavsiye ederim” ifadesine verilen yanıtlar düşük seviyededir (öğrenci ortalaması: 2,66, mezun ortalaması: 2,68), bu da katılımcıların büyük çoğunluğunun turizm eğitiminden pişman olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, “Turizm sektöründe çalışmayı başkalarına tavsiye ederim” ifadesine katılım orta seviyededir (öğrenci ortalaması: 3,25, mezun ortalaması: 3,11).

Nitel araştırma

Görüşme yapılan tüm öğrencilerin %66,6'sı, mezunların ise %70,1'i kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Erkek katılımcı oranı ise öğrencilerde %33,3, mezunlarda %29,9 olarak tespit edilmiştir. Sınıf dağılımına bakıldığında, öğrencilerin yarısı birinci sınıf (%50), %25'i ikinci sınıf, %16,7'si üçüncü sınıf, %8,33'ü ise dördüncü sınıf öğrencisidir. Bu dağılım, örneklemin büyük ölçüde eğitime yeni başlamış ve staj yapmamış öğrencilerden oluştuğunu göstermektedir. Turizm alanını bilinçli tercih etme oranı, öğrencilerde %83,3, mezunlarda ise %84,5 olarak belirlenmiştir. Buna karşın, öğrencilerin %16,7'si, mezunların ise %15,5'i bu bölümü bilinçsiz veya zorunlu bir seçimle tercih ettiğini ifade etmiştir. Öğrenci ve mezunlara ilişkin tüm tanımlayıcı bilgiler Tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6: Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Öğrenci		
Cinsiyet	Fr.	%
Kadın	8	66,6
Erkek	4	33,3
Sınıf		
1. sınıf	6	50,0
2. sınıf	3	25
3. sınıf	2	16,7
4. sınıf	1	8,33
Turizm alanında bir bölümü bilinçli bir şekilde tercih etme		
Evet	10	83,3
Hayır	2	16,7
Turizm sektöründe çalışma isteği		
Evet	8	66,6
Hayır	4	33,3
Mezun		
Cinsiyet	Fr.	%
Kadın	7	70,1
Erkek	5	29,9
Turizm alanında bir bölümü bilinçli bir şekilde tercih etme		
Evet	10	84,5
Hayır	2	15,5
Turizm sektöründe çalışmaya devam etme isteği		
Evet	6	50,0
Hayır	6	50,0
Sektörde çalışma süresi		
2 yıl ve daha fazla	12	100

Sektörde çalışma isteği açısından, öğrencilerin %66,6'sı mezuniyet sonrası turizm sektöründe çalışmayı planlarken, mezunlarda çalışmaya devam etme isteği %50'ye düşmektedir. Sektörde çalışmak istemeyen öğrencilerin oranı %33,3, sektörde çalışmaya devam etmek istemeyen mezunların oranı ise %50'dir.

Öğrenciler, turizm sektöründeki çalışma temposu hakkında genellikle olumsuz bir algıya sahiptir. Çoğu öğrenci, sektör hakkında duydukları ve eğitim sürecinde edindikleri bilgiler doğrultusunda, çalışma saatlerinin düzensizliği ve işin fiziksel olarak yorucu olduğu konusunda çekinceler taşımaktadır. K1: "...Turizmde uzun çalışma saatleri olduğunu ve özel günlerde bile çalışıldığını duyuyorum. Bir arkadaşım doğum günü olmasına rağmen izin alamadığını anlatmıştı." diyerek iş-yaşam dengesinin zor olacağını düşündüğünü belirtmiştir. K3 ise, "...Eğitim sürecinde öğrendiğim kadarıyla turizm sektörü fiziksel olarak çok yorucu. Mesela otelde çalışan arkadaşım farklı departmanlarda ağır işler yaptığını söyledi..." diyerek sektörün çalışma yükünü vurgulamıştır.

Öğrencilerin büyük bir kısmı, turizm sektörünün toplumda prestijli bir meslek olarak görülmediğini düşünmektedir. K1: "...Turizm sektörünün toplumda prestijli bir meslek olarak görülmediğini düşünüyorum. Ailem bu alanda kariyer yapmamı desteklemiyor, çünkü sadece garsonluk gibi işler yapabileceğimi düşünüyorlar..." diyerek ailesinin sektöre yönelik olumsuz yaklaşımını dile getirmiştir.

K5 ise, "...Çevremde turizm sektörüne karşı olumsuz bir bakış açısı var. Birçok kişi turizmi düşük gelirli ve yorucu bir sektör olarak görüyor..." diyerek sektörün çalışma şartları nedeniyle değer görmediğini belirtmiştir. Öğrenciler, ailelerinin bu sektöre karşı olumsuz tutumlarının en büyük nedenlerinden birinin düşük maaşlar ve uzun çalışma saatleri olduğunu belirtmiştir. K7: "...Ailem turizmde iş bulmanın zor olacağını düşünüyor ve verilen emeğin karşılığında düşük maaş verildiğini söylüyor. Bu nedenle prestijli olmadığı kanaatindeler..."; K8 ise, "...Özellikle ailem, turizmin çalışma saatlerinin düzensiz olduğunu ve iş garantisi olmadığını düşünüyor..." diyerek ailelerin bu sektöre yönelik kaygılarını vurgulamıştır.

Öğrencilerin turizm sektöründeki terfi süreçlerine dair algıları iki ana gruba ayrılmaktadır. Bir grup, sektörde bağlantıları olan kişilerin daha hızlı yükseldiğini ve terfi süreçlerinin adaletli işlemediğini düşünmektedir. K1: "...Turizm sektöründe terfi etmenin çoğu zaman liyakate dayanmadığını duyuyorum. Tanıdık sayesinde iş bulunduğunu ve ikili ilişkisi iyi olanın kolay yükseldiğini çok kez işittim..." diyerek sektörün adaletli bir yükselme sistemi sunmadığını belirtmiştir. K5: "...Terfi etmek için sadece iyi çalışmak yetmiyor. İşletmelerde yöneticilerle aramızı iyi tutmamız gerekiyor..." diyerek kişisel bağlantıların belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Diğer öğrenciler ise uzun vadeli çaba ve deneyimle yükselmenin mümkün olduğunu düşünmektedir. K2: "...Terfi etmek zor olabilir ama her sektörde bu durum var. Kendini geliştirenler yüксеlebilir..." diyerek sektörün sunduğu olanakları vurgulamıştır. K10 ise, "...Özellikle büyük oteller ve kurumsal işletmeler çalışanlarına eğitim ve kariyer ilerleme fırsatları sunuyor. Bazı kurumsal işletmelerin çalışanlarına değer verdiğini biliyorum..." diyerek kurumsal işletmelerde daha adil bir sistemin bulunduğunu ifade etmiştir.

Öğrenciler, turizm sektöründeki çalışan motivasyonu ve ekip çalışmasına yönelik algılarını genellikle olumlu bir çerçevede değerlendirmiştir. Bazı öğrenciler, iş arkadaşları arasındaki güçlü bağların motivasyonu artırdığını düşünmektedir. K2: "...Turizm sektörü sosyal bir alan, bu yüzden arkadaşlarıyla ilişkilerim güçlü olacaktır böylece motivasyon artabilir..."; K7: "...Turizmde insan ilişkileri çok önemli olduğu için çalışanlar arasında mecburen bir dayanışma olacaktır..." diyerek takım ruhunun sektörde belirleyici bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte, bazı öğrenciler sektördeki uzun çalışma saatlerinin motivasyonu düşürdüğünü belirtmiştir. K1: "...Turizm sektöründe çalışan motivasyonunun düşük olduğunu duyuyorum. Uzun çalışma saatleri ve düşük maaş çalışanların işine bağlı kalmasını zorlaştırır..." şeklinde bir ifade ile sektörün zorluklarına vurgu yapmıştır.

Öğrenciler, turizm sektöründeki yöneticilerin çalışanlara yaklaşımını genellikle olumsuz değerlendirmiştir. Katılımcıların çoğu, karar alma süreçlerinde çalışanların söz hakkının olmadığını ve yöneticilerin çalışan bağlılığına yeterince önem vermediğini düşünmektedir. K1: "...Turizm sektöründe yöneticilerin çalışanlara değer verdiğini düşünmüyorum. Derslerimizde de bazen bu konuyu tartışıyoruz. Çoğu karar yukarıdan alınıyor ve çalışanların fikri önemsenmiyor..." diyerek yöneticilerin otoriter yönetim tarzını eleştirmiştir. K6: "...Turizmde çalışanların mesleki gelişimi yeterince desteklenmiyor. Çoğu işletme tecrübeli eleman arıyor, eğitim programlarını gereksiz görüyor. İşe alınan elemanın çalıştığı departmandaki şef tarafından eğitildiğini duyuyorum..." ifadeleriyle çalışan gelişiminin desteklenmediğine dikkat çekmiştir.

Öğrencilerin çoğu mezun olduktan sonra istikrarlı bir kariyer yolu bulmanın zor olduğunu düşünmektedir. K3: "...Turizm sektörü hakkında beklentilerim zamanla değişti. İş güvencesinin düşük ve çalışma saatlerinin uzun olduğunu öğrenince motivasyonum azaldı..." demiş ve sektörün çalışma koşullarının kendisini olumsuz etkilediğini vurgulamıştır. K9 ise, "...Turizm okumak bana iletişim becerileri kazandırdı ama yoğun ve stresli iş alanları olduğu için bu sektörde çalışmayı istemiyorum..." ifadeleriyle eğitimin kişisel gelişime katkısını kabul etse de kariyer planlarının farklı olduğunu belirtmiştir. Diğer yandan, turizm eğitiminin sağladığı esneklik ve farklı kariyer yolları, bazı öğrenciler tarafından olumlu karşılanmaktadır. K2: "...Turizm alanında okumaktan memnunum çünkü müfredatımızda birçok alandan ders var ve bu eğitim çok yönlü gelişim sunuyor..." diyerek eğitimdeki fırsatları değerlendirmiştir. Bazı öğrenciler turizmin farklı alanlarda çalışma fırsatı sunduğunu düşünmektedir. K6: "...Turizm okumak bana esneklik kazandırdı. Otelcilik, organizasyon ve seyahat gibi birçok farklı alanda iş imkânım olabilir..." diyerek sektörün çok yönlü yapısının avantaj sağladığını vurgulamıştır. Tablo 7'de öğrenci ve mezunların verdiği cevaplara göre hazırlanan tema ve kod bilgileri mevcuttur.

Tablo 7: Tema ve Kodlar

Öğrenci			
İşin doğası			
Tema	Kod	Fr.	Katılımcı
Zorlayıcı çalışma koşulları	Uzun ve düzensiz çalışma saatleri	9	K1, K2, K3, K5, K7, K9, K10, K11
	Fiziksel ve zihinsel yorgunluk	7	K3, K4, K8, K10, K11, K12
Sosyal statü			
Düşük saygınlık algısı	Turizmin düşük statüli bir meslek olarak algılanması	9	K1, K2, K3, K5, K6, K9, K10
	Aile ve çevrenin sektöre yönelik olumsuz tutumu	8	K1, K3, K7, K8, K12
Maaş/Terfi olanakları			
Adaletsiz terfi algısı	Kişisel ilişkilerin terfi sürecinde etkili olması	11	K1, K3, K5, K7, K11, K12
Uzun vadeli çaba ile kariyer fırsatlar	Deneyim ile kurumsal işletmelerde kariyer fırsatları	6	K2, K4, K6, K8, K10, K12
İş arkadaşları			
Motivasyon düşüklüğü	Düşük maaş ve uzun çalışma saatlerinin motivasyonu azaltması	9	K1, K3, K4, K7, K9, K10
Ekip çalışmasının varlığı	İş arkadaşları arasındaki dayanışmanın motivasyonu artırması	8	K2, K5, K6, K7, K8, K9, K11
Dayanışmanın çalışan bağlılığına etkisi	Ekip ruhunun güçlü olduğu işletmelerde çalışan bağlılığının yüksek olması	7	K3, K6, K10, K12
Yöneticiler			
Çalışan görüşlerinin ve gelişiminin dikkate alınmaması	Karar alma süreçlerinde çalışanların söz hakkı olmaması	9	K1, K2, K3, K4, K5, K8, K9, K12
	Çalışan gelişimi ve motivasyonunun yeterince desteklenmemesi	5	K3, K6, K9, K10
Turizm sektörüne bağlılık			
Gelecek kaygısı	İş güvencesi ve maaş beklentilerinin karşılanmaması	10	K1, K3, K4, K5, K7, K9, K11, K12
Turizm eğitiminin sağladığı fırsatlar	Çok yönlü gelişim ve farklı iş tecrübeleri	7	K2, K6, K8, K10, K11
Mezun			
İşin doğası			
Tema	Kod	Fr.	Katılımcı
Zorlayıcı çalışma koşulları	Fiziksel ve zihinsel yorgunluk	10	K13, K14, K15, K16, K17, K19, K20, K22, K24
	Çalışma saatlerinin düzensizliği	9	K13, K14, K15, K16, K17, K19, K22, K23
Sektörün dinamik ve geliştirici yönleri	Dinamik ve hareketli iş ortamı	4	K18, K21, K23, K24
Sosyal statü			
Düşük saygınlık algısı	Mesleğin değersiz görülmesi	9	K13, K14, K15, K16, K17, K19, K21, K23
	Geçici bir iş alanı	7	K15, K16, K17, K19, K21, K23
Kariyer avantajları	Uluslararası kariyer fırsatları	5	K14, K18, K20, K22, K24
Maaş/Terfi olanakları			
Liyakatsizlik ve adaletsiz terfi algısı	Torpil ve kişisel ilişkiler	13	K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19, K20, K21, K22, K24
	Yöneticilerle ilişkilerin belirleyici olması	10	K1, K2, K3, K4, K5, K8, K9, K10, K11
İş arkadaşları			
Motivasyon düşüklüğü	Maaş yetersiz	11	K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19, K20, K22, K23
	Güven sorunları	4	K21, K23, K24
Yöneticiler			
Çalışan görüşlerinin ve gelişiminin dikkate alınmaması	Karar alma süreçlerinde çalışanların söz hakkı olmaması	10	K13, K15, K16, K18, K19, K20, K22, K23, K24
	Mesleki eğitim ve profesyonel gelişim fırsatlarının eksikliği	7	K14, K15, K17, K21, K24
Turizm endüstrisine bağlılık			
Gelecek kaygısı	Düşük maaş ve iş güvencesi eksikliği	7	K13, K15, K16, K17, K19, K20
	Sürdürülebilir bir kariyer olmaması	5	K15, K17, K19, K21, K23
Kariyer fırsatları ve kişisel gelişim	Mesleki gelişim ve uluslararası fırsatlar	6	K14, K16, K20, K22

Fr: Kodlarla ilgili ya da kodlarla yakın anlam taşıyan kelime/ifadelerin sayısı

Turizm sektöründe çalışma koşulları, mezunlar tarafından yoğun iş temposu, düzensiz çalışma saatleri ve fiziksel/zihinsel yorgunluk ekseninde değerlendirilmiştir. K15: "...Çalışma temposu çok yoğun ve yorucu. Haftanın yedi günü çalıştığım oluyor. Bazen bir günde 12 saat çalışıyorum..." diyerek iş yükünün ağırlığını vurgulamıştır. K22 ise, "...Düşük ücretle bu kadar yoğun çalışmak motivasyonumu düşürüyor...Böyle giderse sektörden ayrılacağım..." ifadesiyle sektörde sürdürülebilir bir kariyer görmediğini belirtmiştir. Öte yandan, K18: "...Yoğun tempo dinamik bir iş ortamı sağlıyor. Kişisel gelişim sağlıyor ve sektörün zorlayıcı şartları bana sabretmeyi de öğretiyor..." diyerek olumlu bir bakış açısı sunmuştur. Çalışma saatleri ve iş yükü, sektör algısını belirleyen en önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

Turizm sektörünün toplumdaki saygınlığı konusunda mezunlar farklı görüşler bildirmiştir. Bazı mezunlar, sektörün düşük prestijli ve geçici bir iş alanı olarak algılandığını ifade ederken, bazıları turizmin sunduğu uluslararası fırsatları ve sosyal yönlerini vurgulamıştır. K16: "...Ailem bu sektörde iş bulmamı desteklemedi. Çünkü turizmdeki mesleklerin düşük statülü olduğunu düşünüyorlar ve başka alanlara yönelmemi önerdiler..." diyerek ailelerin sektöre yönelik olumsuz algısını belirtmiştir. K19: "...Turizmde çalıştığımı söylediğimde, insanlar genellikle 'garsonluk mu yapıyorsun?' diye soruyor..." ifadesiyle sektörün düşük statülü görüldüğünü vurgulamıştır. Öte yandan, K24: "...Turizm sektörü geniş ve uluslararası bir alan, ailem başta çekinceliydi ama zamanla desteklemeye başladılar..." diyerek sektöre yönelik algının zamanla değişebileceğini göstermiştir.

Mezunlar, turizm sektöründeki terfi süreçlerini genel olarak adaletsiz ve liyakate dayalı olmayan bir sistem olarak değerlendirmiştir. K20: "...Terfi sürecinde deneyimden çok kişisel ilişkiler etkili. Torpili olmayanın yükselmesi çok zor..." diyerek yükselmenin çoğunlukla bağlantılara bağlı olduğunu vurgulamıştır. Benzer şekilde, K19: "...Çok çalışıyorum ama liyakate dayalı bir sistem yok. Öncelik her zaman tanıdıklara veriliyor..." ifadeleriyle yetkinliğin göz ardı edildiğini belirtmiştir. K22 ise: "...Eşit fırsat yok. Aynı işte çalışan kadınların yükselmesi erkeklere göre daha zor..." demiş ve eşitsizliğin sektörteki yükselme sürecine etkisini dile getirmiştir.

Turizm sektöründe çalışan motivasyonu ve iş arkadaşları arasındaki ilişkiler mezunlar tarafından olumsuz bir perspektiften değerlendirilmiştir. Olumsuz görüş bildirenler, iş yükü, düşük maaş ve çalışan sirkülasyonu gibi faktörlerin motivasyonu azalttığını belirtmiştir. K15: "...Turizmde çalışanların motivasyonu düşük çünkü iş fazla ve maaşlar yetersiz..." diyerek sektörün zorlayıcı yönlerine dikkat çekmiştir. K21 ise, "...Personel değişimi çok olduğu için sürekli yeni insanlarla çalışmak güvensizlik oluşturabiliyor..." demiş ve ekip içindeki uyumsuzlukları vurgulamıştır.

Mezunlar, yöneticilerin çalışanlara yaklaşımını genellikle olumsuz olarak değerlendirmiş, özellikle karar alma süreçlerine katılım eksikliği ve profesyonel gelişim fırsatlarının yetersizliğini vurgulamıştır. K20: "...Yöneticiler genellikle çalışanların fikirlerini önemsemiyor, kendi bildiklerini yapıyor..." diyerek çalışanların karar mekanizmalarına dahil edilmediğini belirtmiştir. K17: "...Mesleki eğitim olanakları çok sınırlı, ancak birim şefinden fırsat bulursak bir şeyler öğreniyoruz. Bazen de deneme yanılma..." ifadesiyle profesyonellerin eğitimi konusunda eksikliğe dikkat çekmiştir. Bazı mezunlar ise belirli işletmelerde çalışanlara daha fazla değer verildiğini ve eğitim fırsatları sağlandığını ifade etmiştir. K14: "...Bazı işletmeler çalışan gelişimine önem veriyor. Bunlar genelde kurumsal olanlar..." diyerek yöneticilerin profesyonel gelişimi desteklediği durumları vurgulamıştır. Ancak genel olarak, mezunların çoğunluğu yöneticilerin çalışan memnuniyetine ve gelişimine yeterince önem vermediğini düşünmektedir.

Mezunlar, turizm sektöründe kariyer yapma kararlarını iki farklı perspektiften değerlendirmiştir. Olumsuz görüş bildiren mezunlar, iş güvencesi eksikliği ve düşük maaşlar nedeniyle sektörde uzun vadeli kariyer yapmanın zor olduğunu vurgulamıştır. K16: "...Turizmde kariyer yapmak beni tatmin etmedi. Uzun çalışma saatleri ve düşük maaş nedeniyle bu sektörde uzun vadede kalmayı düşünmüyorum..." diyerek sektörün çalışma koşullarını eleştirmiştir. K21 ise, "...Öğrencilere turizm yerine daha istikrarlı bir iş alanı seçmelerini tavsiye ederim. Bazen iş oluyor bazen olmuyor. Bazen de özel günlerde iş veriyorlar..." ifadesiyle turizmi sektörünü önermediğini belirtmiştir. Olumlu görüş bildiren mezunlar, sektörün uluslararası fırsatlar sunduğunu ve mesleki gelişim açısından avantaj sağladığını dile getirmiştir. K14: "...Turizmde çalışmak başlangıçta zorlayıcı olsa da mesleki gelişim açısından çok şey öğrendim..." diyerek uzun vadeli bir kariyerin mümkün olduğunu ifade etmiştir. K20 ise, "...Başlangıçta kararsızdım ama şu an turizmde kariyer yapmaktan memnunum. Çünkü birçok ülkeden insan geliyor ve onlarla bağlantı kurarsanız farklı iş kapıları açılabilir..." diyerek sektörün sunduğu fırsatların zamanla fark edildiğini belirtmiştir.

Tartışma

Bu çalışma, turizm öğrencilerinin mezuniyet öncesindeki beklentileri ile mezunların iş yaşamındaki deneyimlerini karşılaştırarak sektöre ilişkin algı farklılıklarını ortaya koymaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular; çalışma koşulları, mesleğin toplumsal itibarı, maaş ve terfi süreçleri, çalışan motivasyonu, yöneticilere yönelik algılar ve sektöre bağlılık başlıkları altında ele alınmıştır. Genel olarak öğrenciler, sektöre dair daha olumlu bir bakış açısına sahipken, mezunlar iş deneyimleri doğrultusunda daha eleştirel bir bakış açısı geliştirmiştir. Çalışma koşullarının zorluğu, iş güvencesinin yetersizliği, kariyer gelişiminin kısmen kişisel bağlantılara dayanması ve yöneticilerin çalışanlarla kurduğu ilişkilerdeki eksiklikler, mezunların sektöre olan bağlılıklarını olumsuz yönde etkilemiştir. Tablo 8’de hem öğrenci hem de mezunların sektöre yönelik algılarına yer verilmiştir. Bununla birlikte, araştırma sürecinde, mevcut literatürden farklı bulgular da tespit edilmiş olup, bu durum sektöre ilişkin mevcut algıların değişmekte olduğuna işaret etmektedir.

Nitel ve nitel yöntemlerin birlikte kullanılması, öğrenci ve mezun gruplarının sistematik bir şekilde analiz edilmesine imkân tanımış ve bu sayede çalışmanın geçerliliği ile güvenilirliği artırılmıştır. Çalışma, turizm sektöründe kariyer sürekliliği, çalışan bağlılığı ve yöneticilere yönelik algılar gibi konulara dair önemli bulgular sunmaktadır. Bazı sonuçlar arasında mezunların çalışma koşullarına uyumu, yöneticilere ilişkin olumsuz algıların güçlenmesi ve sektörde kariyer yapmaya istekli bir grubun varlığı gibi dinamikler öne çıkmaktadır. Bu çalışma, turizm sektöründeki iş gücü hareketliliğini anlamaya katkı sağlarken, aynı zamanda çalışan bağlılığını artırmaya yönelik bazı yöntemlere ışık tutmayı da hedeflemiştir.

Tablo 8: Öğrenci ve Mezunlara Ait Algı/Tutumların Karşılaştırılması

Kriterler	Öğrenci algı ve tutumları	Mezun algı ve tutumları	Ortak görüşler
Çalışma koşulları	Sektörü dinamik görüyor, zorlukları tam olarak kestiremiyor.	Çalışma koşullarının zorluğunu deneyimlemiş, düzensiz saatlerden şikayetçi.	Çalışma saatleri düzensiz ve sektör fiziksel olarak zorlayıcı
Mesleğin prestiji	Sektörü prestijli görme eğiliminde ancak olumsuz algı da mevcut.	Toplumsal saygınlık düşük algılanıyor.	Toplumsal prestij bir nebze düşük.
Maaş ve terfi süreçleri	Maaş ve terfi sisteminin adil olma ihtimali var ancak olumsuz algı da mevcut.	Maaşların yetersiz, terfi süreçlerinin adil olmadığı yönünde olumsuz görüş belirtiyor.	Maaşlar yetersiz
Çalışan motivasyonu	Sektörün avantajlarına odaklanıyor, motivasyon var.	Uzun çalışma saatleri ve düşük ücretler motivasyonu düşürüyor.	İşin doğası gereği motivasyon kaybı yaşanabileceği kabul ediliyor.
Yöneticiler	Yöneticilere dair kısmen olumlu bir bakış açısına sahip.	Yöneticilere yönelik olumsuz algılar daha belirgin hale geliyor.	Yöneticilerin çalışanlarla daha iyi bir iletişim kurması gerektiği düşünülüyor.
Sektöre bağlılık	Sektörde kalma eğilimi mevcut.	Sektörden uzaklaşma eğilimi gösterenler mevcut.	Sektörde kalmak isteyen bir grup olsa da genel olarak uzun vadeli bir kariyer planı yapmak zor olarak değerlendiriliyor.

Turizm sektöründeki uzun çalışma saatleri, düzensiz iş temposu ve fazla mesai gibi faktörlerin çalışan memnuniyetsizliğini artırdığı ve sektörde uzun vadeli bir kariyer yapmayı zorlaştırdığı yönündeki bulgular, Kusluvan ve Kusluvan (2000) tarafından gerçekleştirilen çalışma ile büyük ölçüde örtüşmektedir. Öğrenciler açısından bu durum, geleceğe yönelik bir kaygı unsuru olarak değerlendirilirken, mezunlar doğrudan deneyimledikleri çalışma koşullarının beklediklerinden daha zorlayıcı olduğunu fark etmiştir. “Çalışma saatleri düzenli bir yaşam için uygun değil” ifadesine katılım oranları, her iki grubun da çalışma saatlerini zorlayıcı olarak gördüğünü, ancak mezunların daha olumsuz bir deneyime sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle mevsimsel yoğunluklar, tatil dönemlerinde çalışma zorunluluğu ve fazla mesai gibi etkenler, mezunlar tarafından şikâyet konuları arasında gösterilmektedir (Wang vd., 2014). Bununla birlikte mezunların bir kısmının zamanla bu çalışma koşullarına uyum sağladığı gözlemlenmiştir. Araştırmanın başlangıcında öğrenciler, çalışma saatlerini önemli bir sorun olarak değerlendirirken, mezunların bir bölümü zaman içinde bu tempoya alıştıklarını ve çalışma saatlerinin düşündükleri kadar büyük bir problem oluşturmadığını ifade etmiştir. Bu durum, iş hayatına dâhil olduktan sonra bireylerin esnek çalışma saatlerine uyum sağlama

becerileri geliştirmeleri ve sektörün sunduğu uluslararası kariyer fırsatlarının bazı mezunlar tarafından olumlu bir unsur olarak değerlendirilmesiyle açıklanabilir.

Hem öğrenciler hem de mezunlar, turizm sektörünün toplum tarafından düşük prestijli bir meslek olarak algılandığını belirtmiştir. "Turizmde çalışmak, Türk toplumunda saygın (prestijli) bir meslektir." ifadesine katılım ortalaması her iki grup için düşük seviyededir. Ancak, mezunların bu konudaki algısı, iş hayatına girdiklerinde daha da olumsuz bir hâl almıştır. Grobelna ve Dolot (2018), turizm sektörünün sosyal statüsünün öğrencilerin kariyer algıları üzerinde belirleyici bir unsur olduğunu ve sektöre olan bağlılıklarını etkileyebileceğini vurgulamaktadır. Bu çalışmada elde edilen nitel bulgular da ailelerin ve sosyal çevrenin turizm sektörüne yönelik olumsuz bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle öğrenciler, sektörün düşük prestijli olduğu algısını duymalara ve sosyal çevreden edindikleri bilgilere dayandırırken, mezunlar ise bu algının doğruluğunu bizzat deneyimleyerek gözlemlediklerini ifade etmiştir. Turizm sektörünün düşük prestijli olarak algılanmasında sosyal statü algısı önemli bir rol oynamaktadır. Rosyidi (2021) ve Liu vd. (2022), yüksek sosyo-ekonomik geçmişe sahip bireylerin turizm sektörünü daha prestijli görmesine rağmen, genel algının olumsuz yönde olduğunu vurgulamaktadır. Düşük ücretler ve sınırlı sosyal haklar, ailelerin bu sektörü güvenilir bulmamasına neden olmaktadır. Buna ek olarak, pandemi sürecinde yaşanan iş kayıpları ve finansal belirsizlikler, turizm sektörünün istikrarsız bir alan olarak görülmesine yol açmış ve ailelerin çocukları için daha güvenli kariyer seçeneklerine yönelmesine neden olmuştur (Fantillo vd., 2022; Jalim vd., 2022).

Öğrenciler ve mezunlar, turizm sektöründeki maaşların yetersiz olduğu ve iş yüküne kıyasla düşük kaldığı konusunda ortak bir görüşe sahiptir. Literatürde de benzer şekilde, ücret düzeyi, yan haklar ve terfi olanaklarının, öğrencilerin mezuniyet sonrası konaklama sektöründe çalışmaya devam etme niyetlerini büyük ölçüde etkilediği belirtilmektedir (Wen vd., 2018). Bununla birlikte öğrencilerin terfi süreçlerine dair algılarının mezunlarla çeliştiği gözlemlenmiştir. Öğrencilerin büyük bir bölümü, turizm sektöründe terfi etmenin tamamen kişisel bağlantılara dayalı olduğunu düşünmektedir. Ancak mezunların bir kısmı, sektörde çalışmaya başladıktan sonra bazı işletmelerde performans ve liyakate dayalı bir yükselme sisteminin de mevcut olduğunu ifade etmiştir. Bu algı farklılığının temel nedeni, öğrencilerin sektöre ilişkin algılarının daha çok duymalara dayanması, mezunların ise kurumsal işletmelerde daha sistematik kariyer fırsatlarıyla karşılaşma olasılığının daha yüksek olması olabilir.

Çalışan motivasyonuna ilişkin bulgular, literatürdeki bazı çalışmalarla örtüşmekle birlikte belirli farklılıklar da göstermektedir. Nicel veriler, turizm sektöründe çalışan motivasyonunun genel olarak orta düzeyde kaldığını ortaya koyarken, nitel veriler motivasyon düşüklüğünün temel nedenlerini açıklamaktadır. Amissah vd. (2020), turizm sektöründe kariyer yapmanın bireylere kişisel gelişim ve uluslararası fırsatlar sunduğunu belirtmiştir. Ancak bu çalışmada elde edilen bulgular, uzun çalışma saatleri, düşük maaşlar ve yöneticilerden yeterli desteğin alınamamasının çalışan motivasyonunu olumsuz yönde etkileyen başlıca faktörler olduğunu göstermektedir. Özellikle mezunlar, sektörün rekabetçi yapısının ve yöneticilerin destekleyici bir tutum sergilememesinin çalışan bağlılığını azalttığını ifade etmiştir.

Hem öğrenci hem de mezunlar tarafından "Turizm sektöründeki yöneticiler, çalışanlara hak ettikleri değeri verir" ifadesine katılımın düşük olması, turizm sektöründeki yöneticilerin çalışanlara yeterince değer vermediğini göstermektedir. Mezunlar, iş hayatına atıldıktan sonra bu algının daha da olumsuz bir hâl aldığını ifade etmiştir. Kusluvan ve Kusluvan (2000), yöneticilerin sergilediği olumsuz tutumların çalışan memnuniyetini ve sektöre bağlılığı negatif yönde etkilediğini vurgulamaktadır. Ancak bu çalışmada mezunların yöneticilere ilişkin algılarının öğrencilerden daha olumsuz olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, mezunların sektörde doğrudan deneyimledikleri otoriter yönetim anlayışı, çalışanların karar alma süreçlerine yeterince dahil edilmemesi ve adil olmayan terfi sistemleri gibi unsurlarla karşılaşmalarıyla açıklanabilir.

Bu çalışmanın bazı metodolojik sınırlamaları ve örneklem farklılıkları, belirli bulguların önceki araştırmalarla tam olarak örtüşmemesine neden olmuş olabilir. Öncelikle, araştırma kapsamındaki mezunların büyük bir bölümü küçük ve orta ölçekli işletmelerde çalışmaktadır. Buna karşın, büyük otel zincirleri ve uluslararası turizm işletmeleri daha kurumsal yapılar sunduğundan, çalışan deneyimleri açısından farklı sonuçlara ulaşmak mümkündür. İkinci olarak, çalışmada kullanılan veriler belirli bir zaman dilimi içinde toplanmıştır. Ancak, mezunların sektörde daha uzun süre çalışmasıyla birlikte algılarında değişimler meydana gelebilir. Özellikle çalışma koşullarına adaptasyonun zamanla artması, mezunların sektöre yönelik bakış açılarında farklılaşmalara yol açabilecek önemli bir etken olabilir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, turizm sektörüne ilişkin mevcut algıların belirli yönlerden değişmeye başladığını ve sektörde çalışan bireylerin deneyimleri doğrultusunda farklı bakış açıları geliştirdiğini ortaya koymaktadır. Çalışma koşullarına zamanla uyum sağlanması, sektörde uzun vadeli kariyer yapmayı hedefleyen mezunların bulunması, yöneticilere yönelik algıların mezuniyet

sonrasında daha da olumsuz hâle gelmesi ve bazı mezunların terfi süreçlerine dair olumlu değerlendirmeleri, sektörde değişen dinamikleri yansıtan önemli bulgular arasında yer almaktadır. Bu sonuçlar, turizm sektöründe çalışan bireylerin iş deneyimleriyle birlikte algılarının nasıl evrildiğini anlamak açısından önem taşımaktadır. Sektörün çalışan bağlılığını artırabilmesi için daha cazip kariyer fırsatları sunması, iş güvencesini güçlendirmesi ve çalışanların mesleki gelişimini destekleyici politikalar geliştirmesi gerekmektedir.

Teorik çıkarımlar

Bu çalışma, Kariyer Uyum Teorisi (Savickas, 1997) çerçevesinde, öğrencilerin sektöre ilişkin algılarının mezuniyet sonrası iş deneyimleriyle değiştiğini ortaya koymaktadır. Bulgular, bazı mezunların çalışma koşullarına uyum sağlarken, bazılarının ise sektörden uzaklaştığını göstermekte ve kariyer uyum süreçlerinin sektördeki zorluklara nasıl tepki verdiğini anlamaya katkı sunmaktadır. Örgütsel Bağlılık ve Liderlik Teorileri bağlamında, yöneticilere yönelik algılar mezuniyet sonrasında daha da olumsuz bir hâl almıştır. Dönüştürücü Liderlik Teorisi'ne (Bass ve Avolio, 1994) göre, çalışan memnuniyeti ve sektöre bağlılık büyük ölçüde yöneticilerin tutumlarından etkilenmektedir. Bu çalışma, yöneticilerin çalışan bağlılığı üzerindeki etkisini vurgulayarak, dönüştürücü liderliğin turizm sektöründe iş gücü sürekliliği üzerindeki rolünün daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

İnsan Sermayesi Teorisi (Kozić, 2019) perspektifinden bakıldığında ise, mezunların sektörde kalma ya da farklı alanlara yönelme kararları, turizm eğitimiyle edindikleri becerilerin iş hayatındaki karşılığı ile doğrudan ilişkilidir. Çalışma, bu teorinin turizm sektöründeki iş gücü hareketliliği bağlamında daha iyi anlaşılmasını sağlayarak, sektörde eğitim ve iş gücü uyumunun önemini vurgulamaktadır. Genel olarak, bu çalışma turizm sektöründe iş gücü sürekliliğini anlamaya yönelik teorik katkılar sunarak, kariyer gelişimi, liderlik ve insan sermayesi konularında literatüre bulgular eklemektedir.

Pratik çıkarımlar

Öğrencilerin mezuniyet öncesi algıları ile mezunların iş hayatındaki deneyimleri arasında belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Teorik eğitim, sektörün çalışma koşullarını tam anlamıyla yansıtmazken, uygulamalı eğitim programları ve staj deneyimleri, öğrencilerin sektöre dair daha gerçekçi beklentiler geliştirmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Turizm sektöründeki düzensiz çalışma saatleri, iş yükü ve fiziksel-zihinsel yorgunluk, çalışan memnuniyetsizliğinin temel nedenleri arasındadır. Çalışan bağlılığını artırmak için iş-yaşam dengesini iyileştirmeye yönelik uygulamalar sektörde önemli bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır.

Maaş politikaları ve terfi süreçleri, sektörde uzun vadeli kariyer yapma kararını doğrudan etkilemektedir. Liyakate dayalı terfi fırsatlarının sınırlı olması ve maaşların iş yüküne kıyasla düşük algılanması, çalışanların sektörde uzun süre kalma istekliliğini olumsuz etkilemektedir. Çalışma bulguları, mezuniyet sonrası yöneticilere yönelik algının daha da olumsuzlaştığını, yöneticilerin çalışan bağlılığı ve motivasyonu üzerinde yeterince etkili olmadığını göstermektedir. Çalışanların karar alma süreçlerine dahil edilmemesi ve yöneticilerin mesleki gelişimi destekleyici adımlar atmaması, sektörde uzun vadeli istihdamı azaltan faktörlerdir. Turizm sektöründe kariyer sürdürülebilirliği, iş güvencesi, yönetim anlayışı, kariyer ilerleme fırsatları ve eğitim destekleriyle doğrudan ilişkilidir. Çalışanların yalnızca operasyonel görevlerde değil, yönetim ve liderlik pozisyonlarında da gelişim göstermesi sektörde kalıcılığı artırmaktadır. Bu nedenle, sektörde uzun vadeli kariyer sürdürülebilirliğini artırmak için eğitim programlarının liderlik gelişimi ve kariyer planlamasıyla desteklenmesi gerekmektedir.

Gelecekteki araştırmalar

Bu çalışma, turizm öğrencileri ile mezunların kariyer algıları arasındaki farklılıkları ortaya koyarak sektörde çalışan bağlılığı, iş tatmini ve kariyer gelişimi gibi konulara dair önemli sonuçlar sunmuştur. Elde edilen bulgular, sektörde uzun vadeli kariyer yapmayı etkileyen faktörlerin daha detaylı incelenmesi gerektiğini göstermektedir. Çalışan bağlılığı ve işten ayrılma nedenleri üzerine uzun vadeli (boylamsal) araştırmalar yapılmalıdır. Bu çalışmada mezunların sektörde kalma oranlarının düştüğü görülmüştür; önceki araştırmalar da (Kusluvan ve Kusluvan, 2000; Wan et al., 2014) çalışma saatleri ve düşük ücretlerin bu durumu etkilediğini göstermektedir. Ancak sektörde kalan bireylerin motivasyonları daha iyi anlaşılmalıdır.

Çalışma koşulları ve iş-yaşam dengesi konusundaki kültürel farklılıklar karşılaştırılmalıdır. Guchait vd. (2015), gelişmiş ülkelerde çalışan memnuniyetinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Turizm sektörünün küresel yapısı göz önüne alındığında, farklı ülkelerdeki iş gücü dinamiklerinin incelenmesi önemli olacaktır. Yöneticilerin çalışan bağlılığına etkisi daha detaylı araştırılmalıdır. Bu çalışmada yöneticilere yönelik algıların mezuniyet sonrası daha olumsuz hale geldiği tespit edilmiştir. Grobelna

(2017), etkili liderlik uygulamalarının çalışan memnuniyetini artırdığını belirtmiştir. Liderlik tarzları, çalışan katılımı ve ödüllendirme sistemlerinin iş tatmini üzerindeki etkileri incelenebilir.

Farklı örneklem gruplarıyla yeni araştırmalar yapılmalıdır. Yeni mezunlar ile deneyimli çalışanların kariyer algıları, otelcilik, seyahat acenteleri ve yiyecek-içecek sektörlerinde çalışan bireyler arasında farklılık gösterip göstermediği karşılaştırılabilir. Son olarak, yapay zekâ ve otomasyonun turizm sektörüne etkisi araştırılmalıdır. Wen et al. (2020), otomasyonun otelcilik sektöründe çalışan rollerini dönüştürdüğünü belirtmektedir. Bu teknolojik değişimlerin iş güvencesi, motivasyon ve kariyer gelişimi üzerindeki etkileri detaylı olarak incelenmelidir. Ayrıca, turizm eğitimi veren farklı akademik bölümlerde (örn. turizm işletmeciliği, rehberlik, gastronomi) öğrenim gören öğrencilerin sektöre ilişkin algıları karşılaştırmalı olarak incelenebilir. Bu tür karşılaştırmalar, eğitim sürecinin sektörel algılar üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamaya katkı sağlayacaktır.

Sonuç

Bu çalışma, turizm öğrencilerinin kariyer beklentileri ile sektörde karşılaştıkları gerçekler arasındaki uyumsuzlukları ortaya koyarak, turizm sektörüne yönelik algılarının nasıl şekillendiğini incelemiştir. Araştırma bulguları, öğrencilerin eğitim sürecinde turizm sektörüne yönelik görece olumlu bir algıya sahip olduğunu ancak mezuniyet sonrası sektöre atıldıklarında, işin doğası, düşük maaşlar, uzun çalışma saatleri ve sınırlı terfi olanakları nedeniyle bu algının olumsuz yönde değiştiğini göstermektedir. Özellikle yöneticilerin çalışanlara yaklaşımı, sektörün sunduğu kariyer fırsatları ve mesleğin toplumdaki algısı, öğrenci ve mezunların turizmde kalma niyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Dikkat çeken bir sonuçlardan biri de mezunların %28,9'unun turizm sektöründe çalışmaya devam etmek istemediğini, buna karşın öğrencilerin yalnızca %13,4'ünün sektörde çalışmak istemediğini belirtmiş olmasıdır. Bu fark, mezuniyet sonrası edinilen iş deneyimlerinin sektöre yönelik bağlılık üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, nitel verilerde görüşme yapılan mezunların %50'si, sektörde kalmak istemediklerini açıkça ifade etmiştir. Bu oranlar, eğitim sürecinde oluşan beklentiler ile sektörün sunduğu gerçekler arasındaki uyumsuzluğun boyutunu ortaya koymakta ve turizm eğitimi ile insan kaynakları politikalarının bu kopukluğu giderecek şekilde yeniden yapılandırılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Çalışma, turizm sektöründe kariyer yapmayı düşünen bireylerin önemli çekincelerinden bazılarının düşük prestij algısı ve yoğun iş temposu olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal çevrenin ve ailelerin turizm sektörüne yönelik olumsuz tutumları, öğrencilerin sektörde kalma isteklerini azaltan önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ayrıca, terfi sisteminin çoğunlukla liyakate dayalı olmadığına yönelik algı, sektöre olan güveni sarsmakta ve çalışan bağlılığını zayıflatmaktadır. Öte yandan, bazı öğrenciler ve mezunlar, turizm sektörünün uluslararası kariyer fırsatları sunduğunu ve bu alandaki eğitimin çok yönlü gelişim sağladığını ifade etmektedir.

Bu bulgular, turizm eğitimi veren kurumların müfredatlarını daha sektör odaklı ve gerçekçi bir çerçevede geliştirmesi gerektiğini göstermektedir. Öğrencilerin mezuniyet sonrası iş hayatında karşılaşacakları koşullara daha hazırlıklı olmaları için, staj programlarının daha kapsamlı hale getirilmesi ve sektör-profesyonel iş birliklerinin artırılması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, işletmelerin çalışan memnuniyetini ve bağlılığını artırmak adına yöneticilik anlayışını geliştirmesi, adil terfi sistemleri oluşturması ve iş-yaşam dengesini iyileştiren politikalar benimsemesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, turizm öğrencilerinin eğitim sürecindeki beklentileri ile iş hayatında karşılaştıkları gerçekler arasındaki fark, sektöre olan bağlılıklarını ciddi şekilde etkilemektedir. Bu durum, hem akademik hem de sektörel politikaların yeniden gözden geçirilmesini gerektirmektedir. Turizm sektörünün uzun vadede daha cazip hale gelmesi için, eğitimciler, sektör yöneticileri ve politika yapıcıların iş birliği içinde hareket ederek, öğrencilerin kariyer beklentilerini karşılayabilecek sürdürülebilir çözümler geliştirmesi önem arz etmektedir.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, Harran Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 05/02/2025 tarihli 2025/8 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from Harran University, Social and Human Sciences Ethics Committee on 05/02/2025 and 2025/8 document number.

Kaynakça / References

- Akıncı, Z., Yurcu, G., ve Kasalak, M. A. (2018). The mediating role of perception in the relationship between expectation and satisfaction in terms of sustainability in tourism education. *Sustainability*, 10(7), 2253. <https://doi.org/10.3390/su10072253>
- Aksu A, A., ve Köksal, C, D.. (2005). Perceptions and attitudes of tourism students in Turkey. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 436-447. <https://doi.org/10.1108/09596110510604869>
- Amissah, E. F., Mensah, A. O., Mensah, I., ve Gamor, E. (2020). Students' perceptions of careers in Ghana's hospitality and tourism industry. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 32(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/10963758.2019.1654884>.
- Asparrent Revollar, B. M., Leon Torres, R. E., Grillo Torres, C. M., ve Cordova Buiza, F. (2023). A comparative analysis of the career perceptions of tourism and hospitality students before and during the COVID-19 pandemic. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 911-918. <https://doi.org/10.30892/gtg.49308-1092>
- Atef, T. and Al Balushi, M. (2017), Omani tourism and hospitality students' employment intentions and job preferences: Ramifications on Omanization plans, *Quality Assurance in Education*, 25(4), 440-461. <https://doi.org/10.1108/QAE-04-2016-0022>
- Bass, B. M., ve Avolio, B. J. (1994). Improving organizational effectiveness through transformational leadership. Sage Publications.
- Benaraba, C. M. D., Bulaon, N. J. B., Escosio, S. M. D., Narvaez, A. H. G., Suinan, A. N. A., ve Roma, M. N. (2022). A comparative analysis on the career perceptions of tourism management students before and during the covid-19 pandemic. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport ve Tourism Education*, 30, 100361. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100361>
- Birt L, Scott S, Cavers D, Campbell C, Walter F. (2016). Member checking: A tool to enhance trustworthiness or merely a nod to validation? *Qualitative Health Research*, 26(13), 1802-1811. <https://doi.org/10.1177/1049732316654870>
- Bordean, O. N.; Sonea, A. 2018. Student satisfaction and perceived skills: any link to employability?, *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 6(1), 356-370. [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.1\(22\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.1(22))
- Braun, V., ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brown, E. A., Arendt, S. W., ve Bosselman, R. H. (2014). Hospitality management graduates' perceptions of career factor importance and career factor experience. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 58-67. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.10.003>

- Chengai, W., ve Bagul, A. H. B. P. (2019). Student's perception and working commitment in the Tourism and hospitality sector: An empirical study. *BIMP-EAGA Journal for Sustainable Tourism Development*, 8(1), 44-56. <https://doi.org/10.51200/bimpeagajtsd.v8i1.3173>
- Choy M. W., ve Yeung A. S. (2022) Career choice of tourism students in a triple-whammy crisis. *PLoS ONE*, 17(12), e0279411. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0279411>
- Daskin, M. (2016). Tourism students' career conceptions towards service industry profession: a case study from human resource perspective. *Middle East Journal of Management*, 3(1), 19-33.
- Dighliya, B. (2023). Hospitality ve Tourism students perception towards their career. *Journal of Social Responsibility, Tourism and Hospitality*, 3(03), 19-32. <https://doi.org/10.55529/jsrth.33.19.32>
- Dinçer, Y., F. C., Yirmibeşoğlu, G., Narin, M., ve Saraç, F. E. (2024). Crisis management and sustainability in tourism industry: Obstacles and recovery strategies after the COVID-19 crisis in Antalya, Türkiye. *Sustainability*, 16(12), 5121. <https://doi.org/10.3390/su16125121>
- Etikan, I., Musa, S. A., ve Alkassim, R. S. (2015). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fantillo, E.-M. R., Quirez, R. C. M., ve Sardido, E. T. (2022). Career perception: Graduating tourism students of 2021-2022 DLSU-D in the new normal. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(4), 100-117. <https://doi.org/10.55197/qjssh.v3i4.167>
- Grobelna, A. (2017). The perception of job-related motivators when choosing a career in the tourism and hospitality industry – a comparative study between polish and spanish students. *International Journal of Management and Economics*, 53(2), 84-106. <https://doi.org/10.1515/ijme-2017-0014>
- Grobelna, A., ve Dolot, A. (2018). The role of work experience in studying and career development in tourism: A case study of tourism and hospitality students from Northern Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6(4), 217-229.
- Hultqvist, J., Zhang, P., Staland-Nyman, C., ve Bertilsson, M. (2022). Managerial preventions of common mental disorders and the association with stigmatizing attitudes. *European Journal of Public Health*, 32(Suppl. 3), 518. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckac131.262>
- Jalim, M. I. B., Razzaq, A. R. B., Kadir, S. S. B. A., ve Jumintono. (2022). Self-image, career development and job choice on tourism industry in Malaysia. *Educational Administration: Theory and Practice*, 27(4), 1197-1203. <https://doi.org/10.17762/kuey.v27i4.273>
- Janghorban, R., Roudsari, R. L., ve Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 9(1). <https://doi.org/10.3402/qhw.v9.24152>
- Javed, M., Vaculčíková, Z., ve Tučková, Z. (2023). A systematic literature review on career commitment, job insecurity, and turnover intentions in the tourism industry. *Proceedings of the 6th International Conference on Tourism Research (ICTR 2023)*, 6(1). <https://doi.org/10.34190/ictr.6.1.1293>
- Khalid, U., Okafor, L. E., ve Burzynska, K. (2021). Does the size of the tourism sector influence the economic policy response to the COVID-19 pandemic? *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2801-2820. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1874311>
- Kimbu, A. N., Adam, I., Dayour, F., ve de Jong, A. (2023). COVID-19-Induced redundancy and socio-psychological well-being of Tourism employees: Implications for organizational recovery in a resource-scarce context. *Journal of Travel Research*, 62(1), 55-74. <https://doi.org/10.1177/00472875211054571>
- Kozić, I. (2019). Can tourism development induce deterioration of human capital? *Annals of Tourism Research*. 77, 168-170 <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2018.12.018>
- Krippendorff, K. (2019). Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.). SAGE Publications.
- Kusluvan, S., ve Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3), 251-269. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(99\)00057-6](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(99)00057-6)
- Kvale, S. (2007). Doing interviews. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781849208963>

- Landis, J. R., ve Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159–174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Le, A.H., Klieve, H. ve McDonald, C.V. (2018). Tertiary students' perceptions of hospitality careers in Vietnam. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, 10,(14), 1-25. <https://doi.org/10.1186/s40461-018-0075-6>
- Liu, F., He, Q., ve Wu, N. (2022). Factors Influencing Students' career intentions in the Hospitality and Tourism industries: A Meta-Analysis. *Behavioral Sciences*, 12(12), 517. <https://doi.org/10.3390/bs12120517>
- Luo, J. M., Chau, K. Y., Lam, C. F., Huang, G. Q., ve Kou, I. T. (2018). Attitudes of undergraduate students from university–industry partnership for sustainable development: A case study in Macau. *Sustainability*, 10(5), 1378. <https://doi.org/10.3390/su10051378>
- Lusby, C. (2017). American and Macau student perceptions towards working in the tourism and hospitality industry. *International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Journal*, 2(1), 54-64.
- Lyons, K. D., Young, T., Hanley, J., and Stolk, P. (2016) Professional development barriers and benefits in a tourism knowledge economy. *International Journal of Tourism Research*, (18), 319–326. doi: 10.1002/jtr.2051.
- Makuzva, W., ve Muresherwa, G. (2024). Covid-19 impact on future study choices: Will students consider a tourism qualification post-pandemic? *Proceedings of the 7th International Conference on Tourism Research*, 180–187. <https://doi.org/10.34190/icttr.7.1.2039>
- Marrero-Rodríguez, R., Morini-Marrero, S., ve Ramos-Henriquez, J. M. (2020). Tourism jobs in demand: Where the best contracts and high salaries go at online offers. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100721. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100721>
- Mohammed, A. A. M. (2018). Student's intention to join the hotel industry in Malaysia: the role of physical working conditions, pay and benefits, and promotion opportunities. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(4), 240–245. <https://doi.org/10.24052/JBRMR/V12IS04/ART-24>
- Neequaye, K., ve Armoo, A. K. (2014). Factors used by Ghanaian students in determining career options in the tourism and hospitality industry: Lessons for developing countries. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(2), 166–178. <https://doi.org/10.1108/WHATT-12-2013-0053>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., ve Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Nwakanma, C. H. (2024). The impact of career education on students' labour market perceptions. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(1), 155–166. <https://doi.org/10.58230/27454312.490>
- Opdenakker, R. (2006). Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 7(4). <https://doi.org/10.17169/fqs-7.4.175>
- Penny Wan, Y. K., Wong, I. A., ve Kong, W. H. (2014). Student career prospect and industry commitment: The roles of industry attitude, perceived social status, and salary expectations. *Tourism Management*, 40, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.004>
- Ramakrishnan, S., ve Macaveiu, C. (2019). Understanding aspirations in tourism students. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 40–48. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.02.003>
- Reichenberger, I., ve Raymond, E. M. (2021). Tourism students' career strategies in times of disruption. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 220–229. doi:10.1016/j.jhtm.2021.06.011
- Rienda, L., Ruiz-Fernández, L., ve Andreu, R. (2024). Soft skills in the tourism industry of the future: A comparison between Italy and Spain. *Journal of Tourism Futures*. (Advance online publication), <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2023-0165>
- Richardson, S., ve Thomas, N. J. (2012). Utilising Generation Y: United States Hospitality and Tourism Students' Perceptions of Careers in the Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(1), 102–114. doi:10.1017/jht.2012.12

- Rosita, Umadi, M. Z., ve Kusumah, A. H. G. (2018). Internship program: Does it strengthen or weaken tourism students' motivation? *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 259, 270–273. <https://doi.org/10.2991/ISOT-18.2019.60>
- Rosyidi, M. I. (2021). Undergraduate students' perceptions and attitudes towards a career in Tourism industry: the case of Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 40–51. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.40-51>
- Samala, N., Katkam, B. S., Bellamkonda, R. S., ve Rodriguez, R. V. (2022). Impact of AI and robotics in the tourism sector: A critical insight. *Journal of Tourism Futures*, 8(1), 73–87. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2019-0065>
- Savickas, M.L. (1997). Career adaptability: An integrative construct for life-span, life-space theory. *The Career Development Quarterly*, 45: 247–259. <https://doi.org/10.1002/j.2161-0045.1997.tb00469.x>
- Sharp, C. A. (2003). Qualitative research and evaluation methods. *Evaluation Journal of Australasia*, 3(2), 60–61. <https://doi.org/10.1177/1035719X0300300213>
- Sihite, J., Dewi, T. R., ve Widyastuti, N. (2019). The tourism student social status: The role nature of work and career prospect. *European Journal of Business and Management*, 11(23). <https://doi.org/10.7176/EJBM>
- Singh, R., Gehlot, A., Akram, S., Thakur, A. K., Gupta, L. R., Priyadarshi, N., ve Twala, B. (2024). Integration of advanced digital technologies in the hospitality industry: A technological approach towards sustainability. *Sustainable Engineering and Innovation*, 6(1), 37–56. <https://doi.org/10.37868/sei.v6i1.id208>
- Tung V.W.S., Tang M.F.C., King B.E.M. (2018). Tourism industry career prospects and the business environment: Evidence from Canada and Macau. *International Journal of Tourism Research*, 20, 518–525. <https://doi.org/10.1002/jtr.2201>
- Turanligil, F. G., ve Altıntaş, V. (2018). Analysis of industry perceptions and expectations of tourism students: A case study in Turkey. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 21(1), 266–281. <https://doi.org/10.30892/gtg.21121-286>
- Uzunbacak, H. H., Erhan, T., ve Akçakanat, T. (2022). Emotionally intelligent employees' work outcomes: The mediating role of organizational commitment. *Etikonomi*, 21(1), 11–40. <https://doi.org/10.15408/etk.v21i1.20541>
- Wan, Y. K. P., ve Kong, W. H. F. (2012). Career perceptions of heritage management studies: A case study of undergraduates in Macao. *Journal of Hospitality ve Tourism Education*, 24(1), 5–15. <https://doi.org/10.1080/10963758.2012.10696657>
- Wang, C.-J. (2021). Should I stay or should I go? Linking career decision-making self-efficacy to intention to stay in the hospitality industry based on internship experience. *Sustainability*, 13(19), 10571. <https://doi.org/10.3390/su131910571>
- Wang, D., Cheung, C., ve Zhai, X. (2024). Effects of career adaptability and career optimism on career intention of tourism and hospitality students. *Tourism Review*, 79(1), 24–37. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2022-0650>
- Wang, S. (2014). Tourism career perceptions and implications, a case study of Chinese undergraduate students. *Tourism Today*, 14, 55–67.
- Wang, S., ve Huang, X. (2014). College students' perceptions of tourism careers in China: Implications for the industry and education providers. *Journal of Human Resources in Hospitality ve Tourism*, 13(3), 211–233. <https://doi.org/10.1080/15332845.2014.866449>
- Wen, H., Li, X., ve Kwon, J. (2018). Undergraduate students' attitudes toward and perceptions of hospitality careers in mainland China. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 31(3), 159–172. <https://doi.org/10.1080/10963758.2018.1487787>
- Zhang, S., Ma, C., Meng, D., Hu, Y., Zhao, Y., ve Yao, Y. (2018). Impact of workplace incivility in hospitals on the work ability, career expectations, and job performance of Chinese nurses: A cross-sectional survey. *BMJ Open*, 8(1), e021874. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-021874>