



Araştırma Makalesi (Research Article)

TURİZM MEZUNLARININ YİYECEK VE İÇECEK SEKTÖRÜNDE KARIYERLERİNE DEVAM ETMEME NEDENLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA (A QUALITATIVE STUDY ON THE REASONS FOR NOT CONTINUING THEIR CAREERS IN THE FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY OF TOURISM GRADUATES)

Serkan YİĞİT^{1*} (orcid.org/ 0000-0003-1284-7236)

¹Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Mardin, Türkiye

Özet

Bu çalışma, Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm programlarından mezun olup ve kariyerine yiyecek ve içecek sektöründe başladıktan daha sonra sektörden ayrılan çalışanların, bu kararı almasında etkili olan faktörleri belirleme amacıyla yapılmıştır. Çalışma kapsamında 29 katılımcı ile 20 Mayıs-02 Temmuz 2023 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Çalışmaya katılan katılımcılardan elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda katılımcıların, yiyecek ve içecek sektöründe kariyerlerine devam etmemelerine neden olan yedi tema ortaya çıkarılmıştır. Bu temalar; uzun ve ağır çalışma koşulları, aile ve sosyal hayattan kopukluk, mesleğin sosyal statüsü ve maaş yetersizliği, kuşak çatışması ve alaylılar, kariyer gelişiminin kısıtlı olması, yasal düzenleme eksikliği ve kurumsallaşamayan işletmeler şeklindedir. Çalışmanın sonuç kısmında ise elde edilen bulgular kapsamında değerlendirmeler yapılmış ve öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek ve İçecek Sektörü, Kariyer, Nitel Araştırma

Abstract

This study aims to determine the factors that are effective in making this decision of employees who graduated from tourism programs at the higher education level and started their career in the food and beverage sector in Turkey and then left the sector. Within the scope of the study, interviews were held with 29 participants between 20 May and 02 July 2023. A semi-structured interview form was used as a data collection tool in the study. As a result of the analysis of the data obtained from the participants participating in the study, seven themes were revealed that caused the participants not to continue their careers in the food and beverage industry. These themes are; long and hard working conditions, disconnection from family and social life, social status of the profession and inadequacy of salary, generation conflict and unemployed, limited career development, lack of legal regulation and non-institutionalized businesses. In the conclusion part of the study, evaluations were made within the scope of the findings and suggestions were developed.

Keywords: Food and Beverage Industry, Career, Qualitative Research

Giriş

Türkiye, sahip olduğu kültürel, tarihsel ve doğal güzellikleri ile dünya turizm pazarında kendine özgü bir yere sahiptir. Bu kapsamda Türkiye, uzun yıllardır dünya turizm sıralamasında turist sayısı açısından ilk on ülkesi arasında yer almaktadır (Eren ve Aydın, 2020). Türkiye için COVID-19 pandemisi öncesi olan 2019 yılı, turizm geliri ve ziyaretçi sayısı bakımından rekorların kırıldığı bir yıl olmuştur. Türkiye, 2019 yılında toplam 51,8 milyon ziyaretçi sayısına ve 34,5 milyar dolar turizm gelirin'e ulaşmıştır (TÜİK, 2020). Bu nedenle turizm endüstrisi, Türkiye ekonomisi için son derece önemli bir gelir kaynağıdır. Turizm endüstrisi, önemli bir gelir kaynağı olmasının yanı sıra emek yoğun bir endüstri olmasından dolayı önemli bir istihdam kaynağıdır.

Bir hizmet sektörü olarak turizm sektöründe rekabet avantajının anahtarı, kalite ve hizmet anlayışıdır. Bu noktada turizm işletmelerinin kalite ve hizmet anlayışını somutlaştıran unsur çalışanlardır. Misafir merkezli emek yoğun bir sektör olan turizm sektörü çalışanları, misafirlerle doğrudan iletişim kurmakta ve birebir hizmet vermektedirler (Birdir, 2002). Bu nedenle turizm endüstrisinin başarısının insan kaynaklarına bağlı olduğu ve bunun rekabet avantajı sağlayabileceği genel olarak kabul edilmektedir (Baum, 2007). Turizm

* Sorumlu yazar: serkanyigit@artuklu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2023.311

endüstrisinde başarılı olmak için kritik nokta istihdam edilen çalışanların iyi eğitilmiş olmasıdır (Kuşluvan ve Kuşluvan, 2000; Richardson, 2008). İyi eğitilmiş ve profesyonel olarak eğitilmiş turizm mezunları, turizm endüstrisinin değerli varlıkları ve potansiyel yönetim yetenekleri haline gelmektedir (Goh ve Lee, 2018). Türkiye’de özellikle 1980 sonrası dönemde turizmin önemi benimsenmiş ve turizm ve turizm eğitimi verilen önem artmaya başlamıştır. Türkiye’de lise düzeyinden başlayarak, ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi verilmektedir (Yeşiltaş, Öztürk ve Hemmington, 2010). Turizm eğitimi veren eğitim kurumları; teorik, uygulamalı dersler ve stajlar yoluyla öğrencilere bilgi ve beceri kazandırmayı amaçlamaktadır (Eren ve Aydın, 2020). Bu eğitim kurumlarından mezun olan öğrenciler, turizm endüstrisi içerisindeki farklı sektörlerde çalışma imkanı bulabilmektedirler. Bu sektörlerden bir tanesi de yiyecek ve içecek sektörüdür.

Yiyecek ve içecek sektörü için iş gücü önem taşıyan konuların başında gelmektedir ve bu iş gücü, hizmet kalitesinin de önemli belirleyicisi konumundadır (Meliou ve Maroudas, 2011; Eren, 2019). Bu kapsamda nitelikli çalışanların sektör içerisinde tutulmaları büyük önem taşımaktadır. Ayrıca sektörde ayrılan çalışanların, sektörden neden ayrıldıklarını tespit etmek ise önem arz eden bir diğer konudur. Ulusal literatürde daha önceki çalışmalar, genel anlamda turizm eğitimi alan öğrencilerin çalışma istekleri, staj deneyimleri ve kariyer planlamaları üzerinde yoğunlaşmaktadır (Özdemir, Aktaş ve Altıntaş, 2005; Selvi, 2006; Duman, Tepeci ve Unur, 2006; Emir, Pelit ve Arslan, 2010; Aymankuy vd., 2013; Giritlioğlu ve Olcay, 2014; Ulama, Batman ve Ulama, 2015; Türker, Uçar ve Ateş, 2016). Ancak ulusal literatürde turizm mezunlarının, yiyecek ve içecek sektöründeki kariyerlerine neden devam etmedikleri ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda bu çalışma, Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm programlarından mezun olup ve kariyerine yiyecek ve içecek sektöründe başladıktan daha sonra sektörden ayrılan çalışanların, bu kararı almasında etkili olan faktörleri belirleme amaçındadır.

Literatür Taraması

Yiyecek ve İçecek Sektöründe Kariyer

Turizm endüstrisi içerisinde önemli sektörlerden bir tanesi de yiyecek ve içecek sektörüdür. Gelişen bir yiyecek ve içecek sektörü, bir ülkeye olumlu ekonomik katkılar sunabilmektedir (Wang vd., 2011). Türkiye Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) tarafından 2021 yılında hazırlanan “*Türkiye’de Yeme-İçme Sektörünün Boyutları – Gastronomi Ekonomisi*” adlı raporda yiyecek ve içecek sektörünün büyüklüğünün yaklaşık olarak 30 milyar dolar olduğu belirtilmektedir. Yine TAVAK tarafından yapılan bir diğer araştırmada yiyecek ve içecek sektöründe çalışan sayısının 1,26 milyon kişi olduğu ve bu rakam genel istihdamın %5’ini oluşturduğu vurgulanmaktadır (TAVAK, 2021). Bu nedenle Türkiye’de yiyecek ve içecek sektörü, ekonomik açıdan son derece önemli bir sektör konumundadır.

Türkiye’de yiyecek ve içecek sektöründe kariyeri, mutfak ve servis departmanı şeklinde iki başlık altında incelemek mümkündür. Mutfak alanında eğitim almış bireyler ağırlıklı olarak yiyecek ve içecek sektörünün mutfak departmanında aşçı, aşçı yardımcısı, kısım şefi gibi pozisyonlarda çalışmaktadırlar. Servis departmanında çalışan bireyler ise servis departmanının çeşitli pozisyonlarında çalışma imkanına sahiptirler. Yiyecek ve içecek sektörünün büyüklüğü dikkate alındığında sektör, iş olanakları kapsamında son derece zengin konumdadır. Ancak bu noktada yiyecek ve içecek sektörünün rakamsal büyüklüğünün ekonomik çıktıların olumlu yönde olabilmesinde en kilit nokta eğitilmiş personelin sektör içerisinde tutulabilmesidir.

Yiyecek ve içecek sektörü ülke ekonomilerine olumlu ekonomik etkiler sağlıyorsa olsa da sektörün birtakım kariyer zorlukları bulunmaktadır. Genel anlamda yiyecek ve içecek sektörü çalışanları karşılaştıkları yüksek düzeyde stres, düşük ücretler, uzun çalışma saatleri, yüksek devir oranları, kısıtlı ve yavaş kariyer ilerlemesi ve yoğun rekabet gibi sorunlar kariyer tatminsizliğine neden olabilmektedir (Wang ve Horng, 2008; Wang vd., 2011). Bu sorunlar nedeniyle sektör kalifiye personel bulmakta son yıllarda büyük sorunlar yaşamaktadır (Cankül, Kaya ve Cankül, 2022). Bu noktada özellikle turizmle ilgili çeşitli meslek kollarında çalışan personelin ve turizm alanındaki mezunların, yasal olarak bir korumaya sahip olmayışları sektörde kariyer yapmak isteyen bireylerin sayısını günden güne düşürmektedir.

Yöntem

Bu çalışma, Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm programlarından mezun olup ve kariyerine yiyecek ve içecek sektöründe başladıktan daha sonra sektörden ayrılan çalışanların, bu kararı almasında etkili olan faktörleri belirleme amaçındadır. Katılımcıların bu kararlarını derinlemesine incelemek amacıyla nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırma yaklaşımı kapsamında veriler, görüşme formuyla toplanmıştır. Veri analiz yöntemi olarak içerik analizi ve betimsel analiz kullanılmıştır.

Bu çalışmada kullanılan görüşme formu için, 23.05.2026 tarihli ve 96779 sayılı Etik Kurul Raporu, Mardin Artuklu Üniversitesi, Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurulu'ndan alınmıştır.

Araştırma Tasarımı

Nitel araştırmalar, “alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konulmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Nitel araştırmalar genelleme yapma amacı taşımadığından, incelenen olay ya da olguyu ölçmekten ziyade derinlemesine anlamaya çalışmak daha önemlidir (Creswell, 2007). Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseni kullanılmıştır. Durum çalışması deseni, bir veya birden fazla durumun kendi sınırları içerisinde olacak şekilde bütüncül olarak analiz edilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Durum çalışması sonucunda elde edilen sonuçlar, araştırmacılara olayın neden olduğu ve gelecek çalışmalarda ise hangi noktalara odaklanması hususunda bilgiler sunmaktadır (Davey, 1991).

Çalışmada veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme sorularının hazırlanmasında öncelikle yazın taramasından faydalanılmıştır. Bu şekilde, araştırmanın amacına uygun olduğu düşünülen görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu daha sonra alanında uzman akademisyenlere gönderilerek uzman görüşü alınmıştır. Daha sonra ise küçük bir grup ile pilot çalışması yapılarak, soruların yanlış anlaşılıp anlaşılmadığı kontrol edilmiştir. En son halini alan görüşme formuyla katılımcılar ile 20 Mayıs ile 02 Temmuz 2023 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler katılımcılardan izin alınarak ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir.

Nitel araştırmalarda amaçlı örnekleme yönteminin kullanımı son derece yaygındır. Bu kapsamda bu çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu (zincir) örnekleme yaklaşımı kullanılmıştır. Kar topu örnekleme yaklaşımı, araştırmacının ortaya koymuş olduğu probleme ilişkin zengin bilgi kaynağı olabilecek birey veya durumların belirlenmesinde sıklıkla kullanılmaktadır (Patton, 2014). Araştırma örnekleminin araştırmanın amacına uygun olması için çeşitli ölçütler göz önünde bulundurulmuştur. Bu ölçütlerden ilki katılımcıların yükseköğretim düzeyinde turizm alanında mezun olmasıdır. İkinci ölçüt ise katılımcıların, yiyecek ve içecek sektöründe belirli bir zaman çalıştıktan sonra sektörden ayrılmış olmalarıdır. Belirlenen bu ölçütlere uygun olan ilk katılımcı belirlendikten sonra zincirleme şekilde diğer katılımcılara ulaşılmıştır.

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğü konusunda literatürde farklı bakış açıları mevcuttur. Dworkin (2012), nitel araştırma için beş ila elli katılımcının yeterli olduğunu belirtirken Patton (2002), nitel araştırma için örneklem büyüklüğü konusunda kesin bir kural olmadığını ileri sürmektedir. Marshall vd. (2013) ise örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde veri doygunluğunun ve veriye ulaşılabilirliğin önemli olduğuna vurgu yapmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada Marshall vd. (2013) belirtmiş olduğu veri doygunluğu hususu dikkate alınmıştır. Çalışma kapsamında görüşülen son katılımcıların görüşleri tekrara düşmeye başlamasıyla beraber veri doygunluğuna ulaşıldığı kabul edilerek veri toplama süreci sonlandırıldı. Sonuç olarak çalışma kapsamında yirmi dokuz katılımcı ile görüşülmüştür. Çalışmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Katılımcı Kodu	Yaş	Cinsiyet	Yiyecek ve İçecek Sektöründe Çalışılan Yıl	Sektörden Ayrılırken Pozisyon
K1	41	Erkek	11	Yönetici
K2	36	Kadın	8	Yönetici
K3	27	Erkek	4	Servis çalışanı
K4	37	Kadın	6	Ara yönetici
K5	39	Erkek	5	Ara yönetici
K6	44	Erkek	3	Barmen
K7	48	Erkek	9	Yönetici
K8	50	Erkek	14	Yönetici
K9	26	Erkek	3	Servis çalışanı
K10	24	Erkek	2	Servis çalışanı
K11	36	Erkek	7	Ara yönetici
K12	33	Erkek	4	Barmen
K13	31	Erkek	3	Servis çalışanı
K14	38	Kadın	6	Servis çalışanı
K15	34	Erkek	5	Servis çalışanı
K16	36	Kadın	7	Ara yönetici

K17	41	Kadın	4	Barmen
K18	30	Erkek	4	Barmen
K19	28	Erkek	3	Servis çalışanı
K20	44	Erkek	6	Ara yönetici
K21	43	Erkek	7	Ara yönetici
K22	30	Erkek	5	Servis çalışanı
K23	31	Kadın	6	Servis çalışanı
K24	29	Erkek	3	Servis çalışanı
K25	44	Erkek	4	Servis çalışanı
K26	45	Erkek	10	Yönetici
K27	37	Erkek	6	Ara yönetici
K28	24	Kadın	2	Servis çalışanı
K29	25	Kadın	2	Servis çalışanı

Çalışmaya katılan katılımcıların büyük bir çoğunluğu erkek (n:21) katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş aralığı 24 ile 50 yaş arasındadır. Katılımcıların yiyecek ve içecek sektöründe çalıştıkları yıl ise 2 ile 14 yıl arasında değişmektedir. Katılımcılar sektörden ayrılırken sahip oldukları pozisyonlar ise; servis çalışanı (n:13), ara yönetici (n: 7), yönetici (n:5) ve barmen (n:4) şeklindedir.

Veri Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde Wolcott'un (1994) nitel veri analizi için önerdiği betimleme, analiz ve yorumlama yönteminden faydalanılmıştır. Betimleme tekniği, araştırmacının tümevarımsal bir yaklaşımla elde ettiği bulguları doğrudan okuyucuya aktarması ve katılımcıların görüşlerini sentezleyerek çeşitli çıkarımlarda bulunmasıdır (Wolcott, 1994). Betimsel analizde, verilerden bazı alıntılar yapılarak, ulaşılan çarpıcı görüşlerin metne yansıtılması sağlanmakta, veriler okuyucuların anlayabileceği ve isterlerse başka araştırmalar için kullanabilecekleri şekilde sunulmaktadır (Altunışık vd., 2007). Elde edilen veriler bu çerçevede betimsel analiz tekniğine uygun olarak analiz edilmiştir. Verilerin özgünlüğünün korunabilmesi amacıyla çalışmada katılımcıların söylemlerine doğrudan alıntılar yapılmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen cevaplar birden fazla okumuştur. Bu sırada cevaplardan elde edilen kodlama, kategorileri belirleme ve kategorileri isimlendirme işlemleri gerçekleştirilmiştir. Okumalardan sonra alanyazından da destek alınarak kod şeması geliştirilmiştir. Daha sonra elde edilen kod şeması ile tekrar metinlere dönülmüş ve metinlerdeki içeriklerin kod ataması yapılmıştır. Bu işlem iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı yapılmış ve daha sonra bu iki araştırmacı biraya gelerek elde ettikleri sonuçları tartışmıştır. Bu tartışmalar sonucunda kodlara ilişkin farklılıklar giderilerek nihai bir anlaşmaya varılmıştır.

Araştırmacıların içerik analizinin güvenilirliği (trustworthiness) ile ilgili konuları göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Graneheim ve Lundman (2004), Elo ve Kyngas (2007) ve Hsich ve Shannon (2005), araştırmacıların yaptıkları içerik analizinin güvenilirliğini birkaç farklı yolla gösterebileceklerini belirtmektedir. Bunların ilki araştırma ve analiz süreci ile ilgili ayrıntılı bilgi vermektir. Böylece okuyucu araştırmacının tam olarak hangi aşamalarda nasıl gerçekleştiğini anlayabilir (Özdemir ve Nebioğlu, 2015). Bu nedenle bu çalışmada da araştırma yöntemine ilişkin mümkün olduğu ölçüde ayrıntılı bilgi verilmeye çalışılmıştır. Güvenilirliği göstermenin bir diğer yolu veriler ile bulgular arasındaki bağlantıları göstermek için analiz edilen metinden doğrudan alıntılar vermektir. Bu çalışmada da bulguların sunumunda katılımcıların sözlerinden doğrudan alıntılar her bir bulgu ile ilişkilendirilerek verilmiştir. İçerik analizinde kodlama da güvenilirlik açısından kritik rol oynayan bir işlemdir. Güvenilirliği temin etmek için kodlamanın en az iki farklı kodlayıcı tarafından yapılması gerekmektedir (Hall ve Valentin, 2005). Bu yüzden bu çalışmada iki araştırmacı kodlama çalışmalarını ayrı ayrı yapmışlardır.

Bulgular

Çalışmaya katılan katılımcılardan elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda katılımcıların, yiyecek ve içecek sektöründe kariyerlerine devam etmemelerine neden olan yedi tema ortaya çıkartılmıştır. Bu temalar; uzun ve ağır çalışma koşulları, aile ve sosyal hayattan kopukluk, mesleğin sosyal statüsü ve maaş yetersizliği, kuşak çatışması ve alaylılar, kariyer gelişiminin kısıtlı olması, yasal düzenleme eksikliği ve kurumsallaşamayan işletmeler şeklindedir.

Uzun ve ağır çalışma koşulları

Turizm endüstrisi ve alt kolları ile ilişkili olan birçok akademik yayında sıklıkla karşılan olgulardan bir tanesi turizm endüstrisinin emek yoğun bir endüstrisi olduğudur. Yiyecek ve içecek sektörü de emek yoğun

sektörlerin başında gelen bir sektör konumundadır. Ancak bu durum, iyi planlanmadığı takdirde sektörde çalışan personeller için olumsuz durumlar yaratabilmektedir. Literatürde uzun ve ağır çalışma koşullarının çalışanlar için olumsuz bir durum olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır (Duman vd., 2006; Kaya ve Atçı 2015; Türker vd., 2016). Bu kapsamda katılımcıların büyük bir çoğunluğu yiyecek ve içecek sektöründe devam etmemelerinin ana nedeninin sektörün uzun ve ağır çalışma koşullarına sahip olmasını göstermiştir. Konuya ilişkin katılımcıların vermiş oldukları bazı cevaplar şu şekildedir:

K3: *Yiyecek ve içecek sektöründen ayrılma kararı almamda en etkili olan faktör uzun çalışma saatleri olmuştur. Kağıt üzerinde çalışma saatim sekiz saat olsa da sektörde çalıştığım süre boyunca neredeyse her gün 10 saatten fazla çalıştım. Ancak bu çalışmış olduğum fazla saatleri mesai olarak alamadım. Bu haksızlık sektörden ayrılma sürecimi hızlandırdı.*

K18: *Sektörde çalışmış olduğum işletmeler acaba bu işi nasıl zorlaştırabiliriz de çalışanlarımız bu işi bırakıp giderler havasındaydı sanki. Servis departmanı zaten yoğun ve yıpratıcı çalışma koşullarına sahip. Bir de bunun yanına yapmamız gereken işler eklenince sektör benim için çekilmez bir hal almaya başladı.*

K23: *Sektör uzun ve ağır çalışma koşullarına sahip. Yapmış olduğumuz iş stresinin yanında uzun saatler boyunca ayakta kalma yanı sıra temizlik, malzeme ve masa sandalye taşıma gibi ekstra işler sektörden soğumama neden oldu.*

Aile ve sosyal hayattan kopukluk

Literatürde yiyecek ve içecek sektörü çalışanlarının sektörde kalmama nedenleri arasında sektörün çalışma koşulları ile bağlantılı olarak aile ve sosyal hayattan kopukluk yaşanması gösterilmektedir (Özdemir vd., 2005; Birdir, Derinalp ve Çanakçı, 2013; Giritlioğlu ve Olcay, 2014). Literatüre paralel olarak katılımcıların büyük çoğunluğu sektörden ayrılma nedeni olarak aile ve sosyal hayattan kopukluk olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin katılımcılardan **K7** “Sektörden ayrılmaya karar verme aşamam evlenmeye karar verme sürecimde gerçekleşti... Bence yiyecek ve içecek sektörü özellikle tatil bölgelerindeki işletmeler evli kişiler için uygun çalışma şartlarını sağlamamaktadır. Uzun çalışma saatlerini dikkate aldığımda eşime ve ileride çocuklarıma vakit ayıramayacağımı düşünerek sektörden ayrılma kararı aldım.” şeklinde görüşünü belirtmiştir. Katılımcı **K16** ise yiyecek ve içecek sektöründe çalıştığı sürece sosyal hayattan uzaklaştığını şu şekilde belirtmiştir; “Yiyecek ve içecek sektöründeki kariyerimi sonlandırdıktan sonra belli bir zaman geçmesinden sonra fark ettiğim ilk şey sektörde kaldığım süre boyunca aslında sosyal hayatımın olmadığını fark ettim. Haftada bir gün olan izin günümde yorgunluktan evden dışarı kolay kolay dışarı çıkamazdım. Diğer günlerde ise çalışma saatlerimin uzun olmasından dolayı eve yorgun gelip, herhangi bir sosyal aktive içerisinde bulunmazdım.”. Bunlara ek olarak **K23**'ün konu hakkında görüşünü ise “Sektörde olduğum süre boyunca hiçbir yakınımın düğününe, cenazesine ya da önemli bir gününe katılamadım. Yoğun sezonda böyle bir şey için yönetimden izin almak ne yazık ki kolay olmuyordu. Aile yaşantımdan bu nedenle kopmaya başladım. Aile bütünlüğümün devam etmesi için sektörü bırakmam tek seçeneğimdi.” şeklinde belirtmiştir.

Mesleğin sosyal statüsü ve maaş yetersizliği

Bir mesleğin sosyal statüsü ve sunduğu maaş aralığı, mesleğin devamlılığını ve çalışanları motivasyonunu doğrudan etkileyebilmektedir (Dewar, Sayers, ve Meyer, 2002; Wan, Wong ve Kong, 2014). Çalışılmak istenen veya çalışılan meslek, bu iki durum açısından çalışanları tatmin etmiyor ise çalışanların bu meslekte çalışmamak istememeleri gayet normal olarak karşılanmaktadır. Bu kapsamda çalışma katılımcıların çoğunluğu bu görüşe paralel görüş belirtmişlerdir. Aşağıda bu görüşte olan katılımcılardan birkaçının görüşü yer almaktadır.

K4: *Arkadaş ortamında garsonluk yapıyorum dediğimde insanların bana niteliksiz bir insanmışım gibi baktıklarını hissetmeye başladım. Aslında çalışmış olduğum işletme, Türkiye’de tatil için belli bir kesimin gelebildiği ve işe alım süreçlerinde seçici davranan bir işletmeydi. Ancak bu durumu arkadaş ortamında anlatmış olsam da garson garsondur gibi basma kalıp düşüncelere maruz kaldım. Bu durum belli bir zaman sonra sektörden soğumama ve en sonunda da sektörden ayrılmama neden oldu.*

K8: *Yiyecek ve içecek sektöründe çalışmak insanı yoran ve yıpratıcı bir sektör. Bunun yanında ayrıca müşteriler ve yöneticiler ile uğraşmak işi daha yorucu hale getirmektedir. Bunca emeğe karşın sektördeki maaş düzeyleri çalışanları tatmin etmemektedir. Maaşın yetersiz oluşu beni sektörden ayrılmaya iten en önemli konu olmuştur.*

K24: *Türkiye’de yüksek puan ile girilen bir turizm fakültesinden mezun oldum. Ayrıca akıcı bir İngilizcem olmasından dolayı stajımı yurt dışında yaptım. Sürekli kendimi geliştirme çabası içerisindeydim. Ancak bu*

durumun sektör için önemli olmadığını anlamam ne yazık ki çok uzun sürmedi. Çalıştığım dönemde lise mezunu olan arkadaşım ile uzun yıllar aynı maaş kazandım. Bir noktadan sonra bu durumu kabullenemedim ve sektörden ayrılma kararı aldım.

Kuşak çatışması ve alaylılar

Turizm endüstrisinin uzun yıllardır karşılaştığı en derin sorunlardan bir tanesi mektepli-alaylı çatışmasıdır. Her ne kadar geçmiş yıllara nazaran turizm içerisinde alaylı çalışan sayısı azalsa da hala bu çatışma devam etmektedir (Çetin, 2005; Karaman ve Çetinkaya, 2021). Konu hakkında en somut bulgu Kuşluvan ve Kuşluvan'ın (2000) çalışmasında yer almaktadır. Araştırmacılar gerçekleştirmiş oldukları çalışma sonucunda; alaylı çalışanların üniversite mezunu çalışanları kıskandığı bulgusuna ulaşmışlardır. Bu kapsamda çalışmaya katılan katılımcılar literatürde vurgulanan çatışmaya paralel olan görüşler ifade etmişlerdir. Bu görüşlerden birkaçı aşağıda yer almaktadır.

K6: *Yiyecek ve içecek sektörü içerisinde üniversite mezunlarına karşı antipati besleyen bir kitle mevcut. Bu kesim genellikle lise mezunu olduklarından üniversite mezunlarına karşı ilginç tutumlar sergilemektedirler. Özellikle mesleki anlamda donanımlı bir yeni mezun gördüklerinde onun üstüne giderek sektörden koparmaya çalışmaktadırlar. Benim başıma da bu durum geldi. Yapılan baskılara dayanamayıp sektörden ayrılma kararı aldım.*

K10: *Sektördeki belli yaşın üzerindeki alaylı çalışanlar, eskiden öğrenmiş oldukları ancak geçerliliği artık olmayan bilgilerini benim gibi yeni mezunlara yapılması için dayatıyorlardı. Okulda öğrendiğimiz bilgiler ile onların tecrübe diye adlandırdıkları bilgiler sürekli bir çatışma içerisindeydi. Okulda öğrendiğimiz her bilgiye gereksiz bilgi olarak bakıyorlardı. Bu durumun sektörden ayrılamama neden oldu diyebilirim.*

K28: *Yiyecek ve içecek sektöründe yeni mezunların görüş ve fikirlerine değer verilmiyor. Sadece işimizi yapıp üstlerimize tamamen itaat eder gibi söz dinleyip konular hakkında yorum yapmamız istenmiyor. Ben üniversiteyi sadece tepsi taşımak veya boş toplamak için okumadım. Bu nedenle sektör değiştirmek en mantıklı çözümdü.*

Yasal düzenleme eksikliği

Türkiye'de turizm endüstrisi çalışanlarının sıklıkla dile getirmiş olduğu konuların başında meslek yasası gelmektedir (Temizkan, Erbaş ve Cankül, 2014; Kılıç, 2021). Çalışma katılımcıları özellikle kriz dönemlerinde işten çıkarma veya maaş kesintisi gibi durumların sıklıkla yaşandığını vurgulamışlardır. Ayrıca katılımcılar, genel olarak turizm endüstrisi içerisinde turizm diplomasına sahip olanların çalışması gerektiğini ve bu çalışanlarında yasal düzenlemeler ile korunması gerektiğini sıklıkla belirtmişlerdir. Konuyla ilişkili katılımcı görüşlerinden birkaçı aşağıda yer almaktadır.

K8: *Ülkeye sağlamış olduğu döviz ve onlarca faydaya rağmen turizm çalışanlarının sahipsiz olduğunu düşünüyorum. Özellikle yakın geçmişte yaşanan pandemi bunun en önemli göstergelerinden bir tanesi oldu. O dönemde sektörde çalışan arkadaşım işsiz ya da yarı zamanlı çalıştı. Bu durum nedeniyle gelir kaybına uğradılar ve zor zamanlar geçirdiler... Sahip olduğumuz diplomalar, tecrübeler ve bilgiler sahipsiz... Korkarım ki sektör çok bir zaman geçmeden çalıştıracak personel bulamayacak. Bu durumun yaşanmaması için kesinlikle turizm çalışanlarını koruyan yasal düzenlemelerin yapılması lazım. Yoksa sektörün önü çok karanlık...*

K20: *Genel anlamda turizm endüstrisi içerisinde çalışan her çalışana kapsayacak bir yasal düzenleme çıkması gerektiğini düşünüyorum. Turizm endüstrisi alt kolları ile birlikte çok büyük bir alan olmasından dolayı belirli standartların oluşması ve bu alana çalışan bulmanın en önemli kriterinin meslek yasası olduğunu düşünüyorum. Belki de böyle bir yasal düzenleme olsaydı sektörde kalmaya devam edebilirdim.*

K26: *Sektör tamamen işletmelerin eline bırakılmış durumdadır. İşletmeler eğer isterse mesai ödemelerini yapmakta, istediğine pozisyon yükseltmekte ve işletmeler açısından sahip olduğumuz diplomaların pek de önem verildiğini düşünmüyorum... Kriz zamanlarında ilk olarak gözden çıkarılan personel oluyor. Böyle bir sektörde kim kariye planlaması yapmak ister, tartışma konusu bence... Genel anlamda sen gidersen başkası gelir zihniyeti yerleşmiş durumda... Bu durum çözülmediği sürece benim gibi birçok turizm mezunu sektörden uzaklaşacaktır.*

Kariyer gelişiminin kısıtlı olması

Turizm literatüründeki çalışmalar sıklıkla, turizm endüstrisi içerisindeki kariyer gelişimin kısıtlı olduğunu vurgulamaktadır (Selvi, 2006; Ulama vd., 2015). Bu durum zaman içerisinde çalışanların sektör değişmesine

neden olabilmektedir. Bu görüşe paralel olan görüşler, katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Örneğin **K4** “Yiyecek ve içecek sektörüne 6 yıl emek verdim. 6 yıl içerisinde sadece bir üst pozisyona zar zor geçebildim. Sektör büyük olmasına rağmen kariyer basamakları hızlı ilerlemiyor. Ayrıca pozisyon yükselmelerinde liyakat olmadığı görüşündeyim... Tünelin sonunda ışık göremediğim için ayrılma kararı aldım.” ve **K12** “Ayrılmamda en etkili faktör hak etmiş olduğum pozisyonu alamamak oldu. Çalıştığım işletme kurumsallık anlamında Türkiye’de iyi bir konumdaydı. Bir üst pozisyona geçmek için taşınmanız gereken birtakım özellikler önceden belirlenmişti. Bu özellikleri taşımama rağmen bir üst pozisyona bir türlü geçemedim. Sektörde çalışmış olduğum süre boyunca pozisyon talebim olduğunda bütçemiz uygun değil seneye veririz gibi oyalama taktikleri uygulandı. Kendi görüşüm bir kişi bir pozisyonda iki yıldan sonra terfi almalıdır. Dört yıl barmen olarak aynı pozisyonda çalıştım. Günün sonunda yine aynı bahaneler üretildi.” şeklinde görüşlerini belirtmiştir. Buna ek olarak katılımcılar kariyer gelişiminde yaşanan sıkıntıların çalışma motivasyonunu etkilediğini ve bunun sonucunun sektörden ayrılma kararı almalarında etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu görüşte olan **K21** “Sektörde çalışmayı çok severdim. Sektörde kaldığım süre boyunca kendimden çok feragat etmeme rağmen bunun dönüşü ne yazık ki olmadı. Bir işi ne kadar sevseniz de en sonunda hakkınızın yendiğini düşünmeye başladığımızda tüm çalışma isteğiniz ve motivasyonunuz ortadan kalkabiliyor... Benim yaşadığım bu durum sonrası sektör değiştirme isteği günden güne arttı ve sonunda severek yaptığım işimden ayrılıp, sektör değişikliği yaptım.” şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir.

Kurumsallaşamayan İşletmeler

Türkiye’de turizm endüstrisi içerisinde kurumsallaşamayan işletme sayısı yani aile işletmelerinin sayısı azımsanmayacak seviyededir (Özbay ve Ellidört, 2020). Bu durum beraberinde işletmelerde yönetsel problemleri beraberinde getirmektedir. Bu yönetsel problemler ise zamanla çalışanları etkilemekte ve çalışanların kariyer planlarını değiştirebilmektedir. Konuya ilişkin katılımcıların vermiş oldukları bazı cevaplar şu şekildedir:

K1: *Bence sadece yiyecek ve içecek sektörü açısından değil Türkiye’de turizm endüstrisinin genelinde faaliyet gösteren tüm işletmelerin en büyük sorunu kurumsallaşamamaları. Genelde turizm işletmeleri, turizm eğitimi almamış patronlar tarafından yönetilmekte... Bu patronlar işin genel olarak parasal kısmıyla ilgileniyorlar. Personel memnuniyeti ya da kaliteli personelin işletmede kalması gibi durumları çok ciddiye almıyorlar... Normal bir işyeri gibi kurumsallıktan uzak bir şekilde işlerini sürdürmeye devam ediyorlar. Bu da her geçen gün sektöre büyük zarar veriyor...*

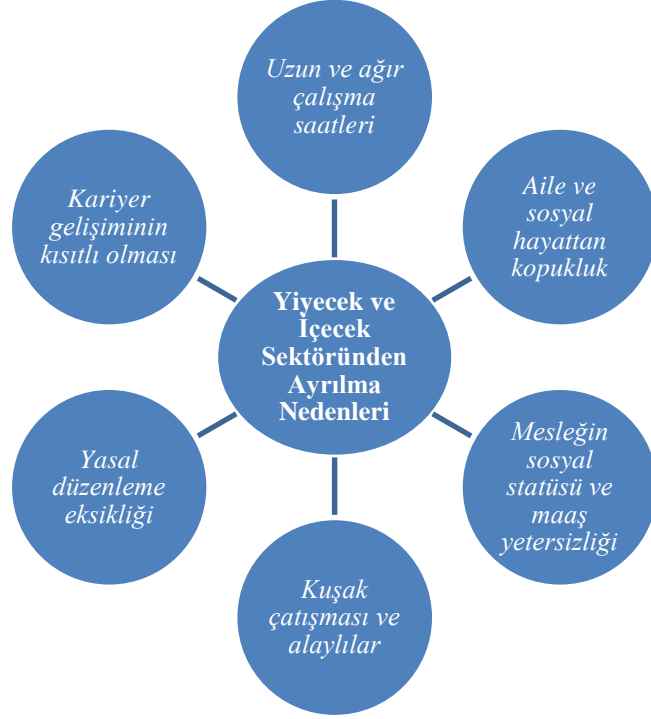
K16: *İşletmelerimiz kurumsallıktan uzaktalar. Çoğu faaliyet yapılmış olması için yapılıyor yani “mış” gibi... Personelin eksikliği dikkate alınarak kariyer planlaması gibi stratejik yönetim araçları çoğu işletmede dikkate alınmıyor.*

K20: *Sektörün büyük çoğunluğu aile işletmesi gibi yönetilmesi sanırım büyük sorunlardan bir tanesidir. En son ayrıldığım işletmede patron gün boyu tepemizdeydi ve sürekli olarak anlasa da anlamasa da tüm işlere karışıyordu... İşletmenin geleceğini etkileyen kararları tek başına benim dediğim olur gibi bir şekilde alıp, görüşlerimize değer vermiyordu.*

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm programlarından mezun olup ve kariyerine yiyecek ve içecek sektöründe başladıktan daha sonra sektörden ayrılan çalışanların, bu kararı almasında etkili olan faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen görüşmeler kapsamında katılımcılardan elde edilen verilerden yola çıkılarak katılımcıların, yiyecek ve içecek sektöründe kariyerlerine devam etmemelerine neden olan yedi tema ortaya çıkartılmıştır. Bu temalar; uzun ve ağır çalışma koşulları, aile ve sosyal hayattan kopukluk, mesleğin sosyal statüsü ve maaş yetersizliği, kuşak çatışması ve alaylılar, kariyer gelişiminin kısıtlı olması, yasal düzenleme eksikliği ve kurumsallaşamayan işletmeler şeklindedir (Şekil 1).

Şekil 1. Katılımcıların Yiyecek ve İçecek Sektöründen Ayrılma Nedenleri



Yiyecek ve içecek sektörü sahip olduğu çalışma koşullar nedeniyle çalışması göreceli olarak zor sektörlerden bir tanesidir. Özellikle turizm hareketliliğinin yoğun olduğu bölgelerde çalışan çalışanlar için bu durum kimi zaman daha zor olabilmektedir. Yüksek sezon olarak adlandırılan dönemlerde iş yükü ve stresi yükselmekte ve çalışanları hem mental hem de fiziksel olarak zorlanabilmektedir. Bu nedenle bu sektörde çalışmak isteyen mezunların sektörün çalışma şartlarını göze alarak kariyer planlaması yapması büyük önem taşımaktadır. Ancak bu noktada önemli olan asıl konu, sektörün çalışma koşullarını dikkate alarak bilinçli olarak sektörde kariyer yapmak isteyen mezunların sektör içerisinde tutulması gerekliliğidir. Her sektörde olduğu gibi yiyecek ve içecek sektörü için de alanında eğitim almış çalışanların istihdam edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Turizm alanında yükseköğrenim görmüş çalışanlar, yiyecek ve içecek sektörünün hizmet kalitesini yukarı çıkartabilecek önemli bileşenlerden bir tanesi olduğu literatürde sıklıkla vurgulanmaktadır (Baum, 2007; Kuşluyan ve Kuşluyan, 2000; Richardson, 2008). Yiyecek ve içecek sektörünün hizmet kalitesinin artması sonucu sektörün sağlayacağı ekonomik katkılar artış gösterecektir. Bu nedenle sektör içerisinde öncelikle mevcut nitelikli çalışanların korunması ve daha sonra sektöre daha fazla nitelikli çalışan kazandırılması gerekmektedir. Bu kapsamda çalışma neticesinde ortaya çıkan sektörden ayrılma nedenlerini ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bunun için en önemli husus sadece yiyecek ve içecek sektörü için değil turizm alanında çalışan tüm çalışanları kapsayacak yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesidir (Temizkan vd., 2014; Kılıç, 2021).

Yasal düzenlemeler kapsamında sektörde turizm mezunu olan çalışanlara özlük hakları başta olmak üzere, iş tanımları, maaş aralıkları, kriz zamanlarında yardımlar gibi konularda yasal koruma sağlanması gerektiği düşünülmektedir. Bu sayede turizm alanından mezun olan öğrenciler yasal anlamda sınırları ve çerçevesi belli olan bir meslek sahibi olacaklardır. Bu durum, beraberinde turizm eğitimi veren kurumlara daha nitelikli öğrencilerin gelmesini ve bu öğrencilerin mezun olduktan sonra sektöre nitelikli çalışan olarak katılmalarını sağlayacaktır. Yasal düzenlemenin yanında yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin mevcut durumlarını iyileştirerek çalışanlarını önemseyen bir yönetim şekline bürünmeleri bir diğer önemli konudur. İşletmeler için çalışanlar bir gider kalemi olarak görülmekten ziyade işletmenin sürdürülebilirliği için bir paydaş olarak görülmesi sektörün ve sektör çalışanlarının hak etmiş olduğu konumu kazandıracaktır.

Son olarak gelecek çalışmalarda araştırmacılar, elden edilen bu bulguların nicel araştırmalar ile destekleyebilirler. Ayrıca sektör çalışanları ile işletme sahipleri veya yöneticilerini konu alan çalışmalar gerçekleştirilerek yiyecek ve içecek sektöründe kariyer yapmayı engelleyen konular daha detaylı bir şekilde çalışılabilir.

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya yayıncılık.
- Aymankuy, Y., Tetik N., Girgin G. K., ve Aymankuy, Ş. (2013). Lisans düzeyinde turizm eğitimindeki staj uygulamasına öğrenci ve akademisyenlerin bakışı (BTİÖYO’da uygulama). *International Journal of Human Science*, 10(1), 102-127.
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28, 1383–99.
- Birdir, K. (2002), General manager turnover and root causes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(1), 43-47. <https://doi.org/10.1108/09596110210415123>
- Birdir, K., Derinalp, S., ve Çanakçı, T. (2013). *Otel mutfaklarında çalışan iş görenlerin sorunları*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri, Türkiye.
- Cankül, D., Kaya, F., ve Cankül, I. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde yönetimi sınırlayan faktörler. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 837-852.
- Çetin, Ş. (2005). Öğrenci stajlarında yararlanılan dersler üzerine ampirik bir değerlendirme: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 153-169.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Davey, L. (2009). The application of case study evaluations. *Elementary Education Online*, 8(2), 1-3.
- Dewar, K., Sayers, J., and Meyer, D. (2002). Hopes, Dreams and Reality. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 2(1), 1-18, DOI: 10.1300/J172v02n01_01
- Duman, T., Tepeci, M., ve Unur, K. (2006). Mersin’de yükseköğretim ve orta öğretim düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektörün çalışma koşullarını algılamaları ve sektörde çalışma isteklerinin karşılaştırmalı analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 51-69.
- Dworkin, S. L. (2012). Sample size policy for qualitative studies using in-depth interviews. *Archives of Sexual Behavior*, 41(6), 1319–1320.
- Elo, S., and Kyngas, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>.
- Emir, O., Pelit, E., ve Arslan, S. (2010). Turizm alanında önlisans eğitimi alan öğrencilerin staj öncesi ve sonrası görüşlerinin karşılaştırılması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 141- 165.
- Eren, R., ve Aydın, A. (2020). Perceptions and attitudes of culinary students towards food and beverage industry in Turkey. *Journal of Culinary Science & Technology*, 18(5), 371-395. DOI: 10.1080/15428052.2019.164015
- Eren, R. (2019). Yiyecek içecek müdürlerinin kariyer basamakları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 169-184.
- Giritlioğlu, İ., ve Olcay, A. (2014). Önlisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otel yiyecek içecek bölümüne yönelik tutumları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(31), 95-119.
- Goh, E., and Lee, C. (2018). A workforce to be reckoned with: The emerging pivotal Generation Z hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 20-28. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.016>.
- Graneheim, U.H., and Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures, and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24, 105–112. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2003.10.001>.
- Hall, C. M., and Valentin, A. (2005). Content analysis, in: Ritchie, B. W., Burns, P. and Palmer, C. (Eds), *Tourism research methods: integrating theory with practice*. Cambridge, CABI Publishing, 191-209.
- Hsieh, H.F., and Shannon, S. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Quality Health Research*, 15, 1277–1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>.

- Karaman, E. E., ve Çetinkaya, N. (2021). Kişilik özelliklerinin algılanan aşırı nitelikliliğe etkisi: Konaklama işletmeleri çalışanları üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 13–33.
- Kaya, İ., ve Atçı, D. (2015). Türk turizm sektöründe çalışma saatlerinin analizi ve değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 23-47.
- Kılıç, B. (2021). Türkiye’de turizm mesleğine yönelik yasal düzenlemelerin değerlendirilmesi ve çözüm önerileri. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 149–162.
- Kuşluvan, S. and Kuşluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21, 251-269.
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A., and Fontenot, R. (2013). Does sample size matter in qualitative research? A review of qualitative interviews in is research. *Journal of Computer Information Systems*, 54(1), 11–22. <https://doi.org/10.1080/08874417.2013.11645667>
- Meliou, E., and Maroudas, L. (2011). Career development in the hospitality industry in Greece: Implications for human resource practices. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 10(2), 218–233.
- Özbay, G. ve Ellidört, K. Y. (2020). Turizm sektöründe aile işletmelerinin kurumsallaşma sorunları: Kocaeli örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 179-195.
- Özdemir, B., Aktaş, A., ve Altıntaş, V. (2005). Turizm ve otelcilik eğitimi görmekte olan lisans düzeyindeki öğrencilerin otel işletmelerinin yiyecek-ıçecek bölümüne yönelik tutumları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 46-58.
- Özdemir, B. ve Nebioğlu, O. 2015. Uygulamada menü analizi nasıl yapılmaktadır? Beş, yıldızlı otellerin mutfak şeflerinin görüşleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 251–263. <https://doi.org/10.17123/atad.vol26iss225595>.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261–283. <https://doi.org/10.1177/1473325002001003636>.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods*. Sage Publications.
- Richardson, S. (2008). Undergraduate tourism and hospitality students’ attitudes toward a career in the industry: A preliminary investigation. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8(1), 23–46. doi:10.1080/15313220802410112.
- Selvi, M. S. (2006). Otel işletmelerinde markalaşmanın lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer gelişimine olası etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3(3). 1-3.
- TAVAK, (2021). *Türkiye’de yeme-içme sektörünün boyutları: Gastronomi ekonomisi*. <https://tavakvakfi.org/wp-content/uploads/2021/01/Yeme-İçme-Sektörünün-Boyutları-Gastronomi-Ekonomisi-2021.pdf> Erişim tarihi: 16.07.2023
- Temizkan, R., Erbas, A., ve Cankül, D., (2014). Turizm personeli meslek yasası mümkün mü? *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(4), 22–30.
- TÜİK, (2020). *Turizm istatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2019-33669> Erişim tarihi: 15.07.2023
- Türker, N., Uçar, M., ve Ateş, M. A. (2016). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü Algıları: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Üzerine bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 311-333.
- Ulama, Ş., Batman, O., ve Ulama, H. (2015). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer algılamalarına yönelik bir araştırma: Sakarya Üniversitesi örneği. *Bartın Üniversitesi İdari ve İktisadi Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12), 339-366.
- Wan, Y. K. P., Wong, I. A., and 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>
- Wang, Y.F. and Horng, J.S. (2008). The influential factors of F&B employees’ career success: International tourist hotels in Taiwan. In: 14th Asia Pacific Tourism Association Annual Conference. Thailand, Bangkok.

- Wang, Y-F., Horng, J-S., Cheng, S. Y., and Killman, L. (2011). Factors influencing food and beverage employees' career success: A contextual perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 997-1007, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.005>
- Wolcott, H. F. (1994). *Transforming qualitative data: Description, analysis, and interpretation*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Yeşiltaş, M., Öztürk, Y., and Hemmington, N. (2010). Tourism education in Turkey and implications for human resources. *Anatolia*, 21(1), 55-71. DOI: 10.1080/13032917.2010.9687090
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.