



Araştırma Makalesi • Research Article

Turizm Sektöründe Mesleki Algı ile Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişkinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi *

Analyzing the Relationship between Professional Perception and Professional Commitment in Tourism Sector in Terms of Demographic Features

Erkan Akgöz ^{a,**}, Gülmira Samatova ^b

^a Doç. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, 720038, Bişkek/ Kırgızistan.
ORCID: 0000-0001-6723-0271

^b Öğr. Gör. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 720038, Bişkek/ Kırgızistan.
ORCID: 0000-0002-7237-9510

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 19 Haziran 2019

Düzeltilme tarihi: 05 Eylül 2019

Kabul tarihi: 22 Eylül 2019

Anahtar Kelimeler:

Yiyecek-İçecek

Mesleki Algı

Mesleki Bağlılık

ARTICLE INFO

Article history:

Received June 19, 2019

Received in revised form September 05, 2019

Accepted September 22, 2019

Keywords:

Food and Beverages

Professional Perception

Professional Commitment

ÖZ

Yiyecek-içecek işletmeleri rekabet üstünlüğü elde edebilmek amacıyla mesleki algısı ve bağlılığı üst düzeyde olan personel istihdam etme gayreti içerisindeyler. Çalışanların mesleki algı ve bağlılıklarının hangi durumlara göre değiştiğinin araştırılması gerekmektedir. Araştırma için gerekli veriler, ilgili alan yazından yararlanılarak anket formu hazırlanmış ve Bişkek'te faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanlardan elde edilmiştir. Frekans analizi ile çalışanların demografik özellikleri tespit edilmiştir. Mesleki algı ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkinin demografik özelliklere göre değişikliği de farklı analizleri yapılmıştır. Mesleki algı ile mesleki bağlılık arasındaki ilişki ise regresyon ve korelasyon analizi ile araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda mesleki algının mesleki bağlılık üzerine pozitif ve anlamlı düzeyde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca mesleki algı ile mesleki bağlılık arasında pozitif ve anlamlı orta dereceli bir ilişkinin olduğu da tespit edilmiştir. Araştırma elde edilen verilerden yararlanılarak ilgili kişi ve kuruluşlar için öneriler sunulmuştur.

ABSTRACT

Food and beverage businesses endeavour to employ staffs who have high professional perception and adherence level in order to gain competitive advantage. Professional perception and adherence of the staff should be studied to find out which conditions change them. The data required for the research was prepared from the relevant literature and the questionnaire was prepared and obtained from the employees of the food and beverage businesses in Bishkek. Demographic characteristics of employees are determined by frequency analysis. The relationship between professional perception and professional adherence was studied by regression and correlation analysis. According to the results of analysis, professional perception has positive and significant effect on professional adherence. Furthermore, a positive and significant mid-level relationship was established between professional perception and professional adherence as well. Some suggestions were offered to the related persons and businesses by making use of the data obtained from the research.

1. Giriş

Teknolojik gelişmeler ile birlikte her geçen gün daha hızlı büyüyen turizm sektörü emek yoğun bir sektördür. Bu alanda faaliyet gösteren işletmeler genel olarak insan

gücüne dayalı hizmet sunmaktadırlar. Kaliteli hizmet sunarak rekabet ortamında mücadele edebilmek için de mesleki yeterliliklerini kazanmış, kurumsal bağlılığı üst düzeydeki kalifiye personel ile mümkün görülmektedir. Her

* Bu çalışma, 17-21 Nisan 2019 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen International Human and Civilization Congress From Past to Future (INESS 2019) isimli kongrede bildiri olarak sunulmuştur.

** Sorumlu yazar/Corresponding author.

e-posta: eakgoz@selcuk.edu.tr

Atıf/Cite as: Akgöz, E., & Samatova, G.. (2020). Turizm Sektöründe Mesleki Algı ile Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişkinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17), 5-13.

mesleğin kendine has birtakım özellikleri ve standartları bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu mesleği “belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan kuralları belirlenmiş iş” (TDK, 2019) olarak tanımlamasına rağmen bazı sektörlerde yerine getirilen görev ve sorumluluklar meslek olarak bile kabul edilmemektedir. Oysa meslek; kişilerin hayatlarını devam ettirebilmek için yoğun bir eğitim ve çalışma süreci sonucunda elde ettiği unvan olarak tanımlanmaktadır. Kişiler sadece para kazanmak veya maddi ihtiyaçlarını karşılamak için bu unvanı almaya gayret göstermezler. Bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirmek; itibar kazanmak, kendisi, ailesi, çevresi ve tüm insanlar için önemli olduğunu hissetmek için de yaparlar. Bireyin yapmış olduğu meslek, kendisini hem maddi hem de manevi yönden olumlu veya olumsuz etkilemektedir (Elchardus ve Smits, 2008; Sarıkaya ve Khorshid, 2009). Bu açıdan bireyler mesleki tercihlerde bulunurken öncelikle o mesleğe ait oldukça detaylı bir araştırma yapar ve çeşitli yönlerini değerlendirirler. Bunu yaparken de kendi kişisel özellikleri ve beklentileri ile birlikte o mesleği icra ederken kullanılan araç-gereçleri, malzemeleri de dikkate alırlar. Meslek tercihi için sadece bunları incelemek yetmez, ekonomik, siyasal ve teknolojik gelişmeleri de takip etmek gerekir. Çünkü mesleki tercihler, genel olarak görev yapılan mesleğe yönelik davranışlar sonucunda oluşan algılara göre belirlenmektedir (Teng, 2008). Bireylerin meslekleri ile ilgili algıları, o meslekle arasında psikolojik bir bağın kurulmasına da neden olmaktadır (Lee, Carswell ve Allen, 2000). Kişisel beklenti ve inançlarla oluşan olumlu bir algı, örgütsel bağlılıktan ziyade mesleki bağlılık oluşturmaktadır (Nesje, 2016). Bundan dolayı mesleki algı ve mesleki bağlılık arasındaki ilişkinin öncelikle demografik özelliklere incelenmesi gerekmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Ulusal ve uluslararası alan yazın incelendiğinde turizm mesleği ile algının genel olarak olumsuz veya belirsiz olduğu anlaşılmaktadır. Ancak turizm sektöründe mesleğini icra edenlerin ise kariyerlerine turizmde devam etme arzularının olduğu da belirtilmektedir (Çuhadar ve Çetintürk, 2016). Turizm mesleğine ilişkin bu çelişkinin giderilmesi için araştırmanın bu bölümünde mesleki algı ve bağlılık kavramları açıklanmaktadır.

2.1. Mesleki Algı

Turizm sektörü emek yoğun olduğundan üretilen ürün ve hizmetlerin kalitesi istihdam edilen personelin niteliğine göre değişiklik göstermektedir. Kalifiye personelin turizm işletmelerinde istihdam edilmesi, sektöre ilişkin mesleki algı ve mesleki bağlılıkları büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda bireylerin meslekleri ile ilgili seçim yapması, bilgi edinmesi, olumlu duygu beslemesi, değerlendirme süreci profesyonel algı olarak tanımlanmaktadır (Seymen vd., 2017: 404).

Bireyin yapmış olduğu meslek, toplum tarafından takdir edilmesi ve prestijli iş olarak kabul edilmesi, kişinin mesleğine ilişkin algısını olumlu yönde etkilemektedir. Mesleki algıları üst düzeyde olan kişilerin hem iş hayatında hem de sosyal hayatta daha başarılı ve huzurlu olmasına katkı sağlamaktadır (Yılmaz ve Tanrıverdi, 2017: 624).

Sektörler, işletmeler, departmanlar ve kişiler arası iletişimin yoğun olmasıyla birlikte emek yoğun faaliyet gösteren turizm işletmelerinde görevlendirilen personelin mesleki algısı ile ilgili pek çok araştırma yapılmıştır. Bu çalışmalardan birisinde Bamford (2012), turizm mesleği ile ilgili algının sektördeki düşük ücret uygulaması, uzun çalışma saatleri, mesleğin itibarsızlığı, toplum, yöneticiler ve çalışma arkadaşları tarafından saygı duyulmaması gibi birçok faktörden dolayı olumsuz olduğu belirtilmektedir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen, çalışma ortamının fiziksel koşulları, elit insanlarla birlikte olma ve etkin bir takım ruhu oluşturulması gibi bazı olumlu yönlerinin olduğuna da dikkat çekmektedir (Bamford, 2012: 121). Bir başka çalışmada ise turizm sektöründe görev yapmak için özel becerilere gerek olmadığı, çalışanların basit iş yaptığı ve düşük ücretle istihdam edildiği, bundan dolayı da kamuoyu tarafından önemsiz bir meslek olarak algılandığı ifade edilmektedir. Aynı şekilde turizm işletmelerinin subjektif yönetime yatkın; yarı zamanlı veya sezonluk çalışmanın ağırlıkta; kariyer imkânlarının zayıf; personel devir hızının yüksek; sendikal örgütlerden yoksun; özel ve sosyal yaşamın ise kısıtlı olduğu bir meslek olarak algılandığı belirtilmektedir (Seymen vd., 2017: 404). Yukarıdaki olumsuz algılar, kalifiye iş gücü elde etmenin önünde bir engel olarak kabul edilmektedir (Pol ve Patil, 2015: 47).

Ancak turizm mesleği ile ilgili tüm bu olumsuz algılar ile birlikte turizm eğitimi alan kişilerin, turizm ile ilgili meslek algılarının belirsiz olduğu, gelecekte turizm sektöründeki kariyerlerine devam etme ve turizm sektöründe üst sıralarda yer alma isteklerinin olduğunu ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır (Çuhadar ve Çetintürk, 2016: 56). Dolayısıyla turizm sektöründeki başarı olumlu bir mesleki algının oluşmasını/oluşturulmasını gerektirmektedir.

2.2. Mesleki Bağlılık

Meslek; kişilerin bir dizi eğitim sonucunda edindiği, fizyolojik ve sosyolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla belirli bir düzen ve kurallar çerçevesinde yürütmüş olduğu faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Meslekler nitelikleri ve bireylere sağlamış olduğu imkânlar açısından çeşitlilik göstermektedir. Bundan dolayı kişiler meslek seçerken tüm ihtiyaçlarını karşılayan, toplum tarafından belirli bir saygınlığı olan ve kendisine üst düzeyde doyum sağlayan mesleklere yönelmektedirler (Erdoğan ve Kahraman, 2012: 230). Bireylerin isteyerek veya zorunlu olarak tercih ettikleri ve devam ettirdikleri meslekler arasında duygusal tepkiler oluşmaktadır. Bu tepkiler zamanla kişinin mesleği ile özdeşleşmesine ve mesleki bağlılığa dönüşmektedir.

Konu ile ilgili alan yazın incelendiğinde mesleki bağlılık, örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığı gibi başlıklar altında pek çok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Bunlar üzerinde en fazla durulan bağlılık türü ise mesleki bağlılıktır. Bireyin sahip olduğu bilgi, beceri ve uzmanlık gibi kazanımlar sonucunda yapmış olduğu işin hayatındaki önemini kavraması mesleki bağlılık olarak ifade edilmektedir (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 4). Mesleki bağlılık toplumda en önde gelen değerlerden biridir (Çaylıkoca, 2017: 7). Ayrıca mesleki bağlılığın iş-aile çatışmasına aracılık rolü olduğundan çalışanların mesleğini sevmesi ve mesleği için birtakım fedakârlıklara katlanması, yaşam tatminlerini olumlu yönde geliştirmektedir. (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 14).

Profesyonel bağlılık olarak da adlandırılan mesleki bağlılık, uzmanlık kazanma amacı taşıyan bireyin yaşamında mesleğine verdiği önem derecesini ifade etmektedir (Yıldız vd., 2019: 3). Turizm sektöründe istihdam edilenlerin genç yaşta olmaları, iş hayatına yeni başlamış olmaları mesleki bağlılığın önemini daha da artırmaktadır. Bu bağlamda turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yöneticileri, mesleki bağlılığı üst düzeyde olanları seçmesi, işletmeye kazandırması ve etkin bir kariyer planlama yapması büyük önem arz etmektedir (Avcı vd., 2017: 115). Çünkü kariyer planlama; personelin kurumsal hedefler doğrultusunda, önceden veya kurumda görev yaparken kazandığı bilgi, beceri ve yeteneklerin tespit edilmesi; geleceğe yönelik beklenti, amaç ve hedeflerin oluşturulması; bu hedeflere ulaşabilmek için hangi plan ve programların uygulanması gibi stratejileri içermektedir (Ece ve Esen, 2017: 127). Bundan dolayı kariyer planlama mesleki bağlılığı artırmakta, nitelikli çalışanları sektöre ve işletmeye kazandırmakta, rekabet ortamı oluşturmaktadır.

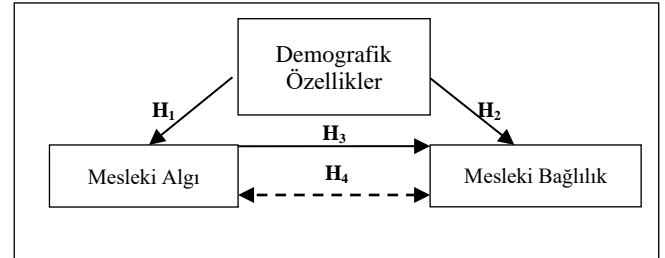
Kurumsal ve mesleki bağlılık alanında yapılmış araştırmalar incelendiğinde, çalışmaların genel olarak kurumsal bağlılık üzerine yoğunlaştığı, mesleki bağlılık ile ilgili olanların ise daha az olduğu anlaşılmaktadır. Bu araştırmalar bireylerin mesleklerine yönelik tutum ve davranışları kurumsal bağlılıklarını doğrudan etkilediğini göstermektedir. Ancak kişilerin mesleklerine bağlı olmaları, görev yaptıkları kurumlara bağlı olacakları anlamına gelmeyebilir. Çünkü kurumlar, bireylerin mesleki ihtiyaçlarını karşılıyorsa, o işletmede görev yapanların kurumsal bağlılık düzeylerini artırabilir. Aksi durumda ise birey kurumdan ayrılma niyetinde olabilir (İyitoğlu, 2015: 87).

İlgili literatürden turizm sektöründe olumsuz bir mesleki algının olduğu, mesleki bağlılık konusunda da birtakım eksikliklerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu durum ise sektörde niteliksiz personelin istihdam edilmesine, çeşitli kariyer planlama sorunlarının olmasına ve yüksek derecede işgücü devir hızının yaşanmasına neden olmaktadır. Tüm bu olumsuzluklar kişilerin, işletmelerin ve destinasyonların rekabet gücünü zayıflatmakta, arzu edilen sonuçların elde edilmesine engel teşkil etmektedir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada turizm sektöründe çalışanların mesleki algıları ile mesleki bağlılıkları arasındaki ilişki incelenmektedir. Ulusal ve uluslararası literatürden yararlanılarak araştırma için aşağıdaki model oluşturulmuştur.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



Hazırlanan bu model ile demografik özelliklerin mesleki algı ve mesleki bağlılık arasındaki ilişkinin olabileceği ifade varsayılmıştır. Ayrıca mesleki algının mesleki bağlılığı etkileyebileceği araştırılmıştır. Bununla birlikte Mesleki bağlılık ile mesleki algı arasında da bir ilişkiden söz edilebileceği varsayılmıştır. Modele uygun sonuçlara ulaşabilmek için Kuşluyan ve Kuşluyan (2000), Çetin vd. (2016), Yıldız vd. (2019) ve El-Houshy'nın (2014) yapmış olduğu çalışmalardan yararlanılarak anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda mesleki algı ve bağlılık ile ilgili beşer ifadede oluşan ölçekler kullanılmıştır. İfadeler 5'li likert ölçeğine göre; "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum" şeklinde derecelendirilmiştir. Anket formunda demografik özellikler ve mesleki bulgular için de on beş (15) soruya yer verilmiştir. Anket formu ile elde edilen veriler kullanılarak, araştırma için belirlenen aşağıdaki hipotezler test edilmiştir.

H1: Demografik özellikler ile mesleki algı arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

H2: Demografik özellikler ile mesleki bağlılık arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

H3: Çalışanların mesleki algısı mesleki bağlılıklarını olumlu yönde etkilemektedir.

H4: Çalışanların mesleki bağlılıkları ile mesleki algıları arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın evrenini Bişkek'te faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Veriler Mart 2019 tarihinde kolayda örneklem yöntemiyle 216 kişiden elde edilmiştir.

Araştırma verilerinin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach's Alpha Katsayısı testi tercih edilmektedir. Bu teste göre ölçeğin güvenilirliği 0,00-0,40 arası güvenilir değil, 0,41-0,60 arası düşük güvenilirlikte, 0,61-0,80 arası orta güvenilir, 0,81-1,00 arası ise yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Kılıç, 2016: 48). Bu bulgulara göre, çalışmada kullanılan mesleki algı ölçeğinin düşük düzeyde (0,604) güvenilir olduğu, mesleki bağlılık ölçeğinin ise orta derecede (0,766) güvenilir olduğu sonucu elde edilmiştir.

Boyutların aritmetik ortalamaları incelendiğinde ise mesleki algı boyutundaki ortalama mesleki bağlılık ortalamasından yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca belirlenen hipotezleri test edebilmek için verilerin doğru dağıldığını kontrol etmek gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri kontrol

edilmelidir. Eğer bu değerler ± 1 aralığında ise verilerin normal olduğu kabul edilir (Huck, 2015). Tablo 1 incelendiğinde hem mesleki algı hem de mesleki bağlılık değerleri ± 1 aralığında olduğundan verilerin normal dağıldığı ve parametrik testler için uygun olduğuna karar verilmiştir.

Tablo 1. Güvenirlik-Geçerlilik ve Normallik Tablosu

Ölçek	Madde Sayısı	Art. Ort.	SS.	Alfa	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
Mesleki Algı	5	3,100	0,616	0,604	-0,088	-0,211
Mesleki Bağlılık	5	2,990	0,506	0,766	-0,731	0,787

4. Araştırmanın Bulguları

Araştırma ile ilgili sonuçları belirlemek için frekans, betimleyici, farklılık, regresyon ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler ile ilgili bulgular aşağıda yer almaktadır.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 2’de yer almaktadır. Buna göre; katılımcıların % 45,8’i erkek, % 54,2’si kadınlardan oluşmaktadır. Turizm sektörü dinamik olduğunda araştırma kapsamında yer alanların tamamı 35 yaşın altındaki kişilerden oluşmaktadır. Hem katılımcıların genç yaşta olması hem de turizm sektörünün çalışma koşullarının etkisinden dolayı araştırma kapsamındaki yaklaşık 3/2’si bekârlardan (% 67,6) oluşmaktadır. Kırgız ve Ruslardan oluşan katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde de en az ön lisans düzeyinde eğitim aldıkları görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

		n	%
Cinsiyet	Erkek	99	45,8
	Bayan	117	54,2
Yaş	20 ve altı	35	16,2
	21-25	112	51,9
	26-30	42	19,4
	31-35	27	12,5
Medeni Durum	Evli	70	32,4
	Bekâr	146	67,6
Milliyet	Kırgız	163	75,5
	Rus	53	24,5
Eğitim Durumu	Ön Lisans	67	31,0
	Lisans	149	69,0
Toplam		216	100,0

4.2. Katılımcılar ile İlgili Mesleki Bulgular

Katılımcıların meslekleri ile ilgili durumları Tablo 3’de belirtilmektedir. İlgili tablo incelendiğinde araştırma kapsamında yer alanların yaklaşık yarısı (% 49,1) garson olarak görev yapmaktadır. Çalışma biçimleri incelendiğinde ise tam zamanlı çalışanların oranının % 92,6 olduğu görülmektedir. Araştırma ile ilgili en dikkat çekici bulgular

ise katılımcıların çalışma süresi ve turizm ile ilgili eğitim alıp almadıkları ile ilgili verilerdir. Buna göre katılımcıların % 62,0’si günde 9-13 saat, % 22,7’sinin ise günlük 14-18 saat görev yapmaktadırlar. Araştırma kapsamında yer alan kişilerin yarısından fazlası (% 59,3) turizm ile ilgili herhangi bir eğitim almadan bu alanda çalışmaktadırlar. Bu veriler ile birlikte araştırma kapsamında yer alan kişilerin zor çalışma koşullarında görev yapmalarına rağmen % 56,7’si yapmış olduğu işten memnun olduklarını belirtmektedirler. Aynı şekilde katılımcıların sadece % 20,8’i kazandığı ücretten memnun olmadıklarını, geri kalanların ise memnun veya kararsız oldukları görülmektedir. Katılımcıların meslekleri ile ilgili diğer bulgular Tablo 3’te detaylı bir şekilde gösterilmektedir.

4.3. Mesleki Algı ve Mesleki Bağlılığa İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Yiyecek-İçecek sektöründe çalışanların mesleki algı ve bağlılıkları ile ilgili düşüncelerini açıklamak için Tablo-4 hazırlanmıştır. Tanımlayıcı bulgularda aritmetik ortalama aralıkları; 1.00-1.80; “çok kötü”, 1.81-2.60; “kötü”, 2.61-3.40; “orta”, 3.41- 4.20; “iyi” ve 4.21-5.00; “çok iyi/mükemmel” şeklinde kabul edilmektedir (Yaman ve Tekin, 2010). Bu sonuçlara göre yiyecek-içecek sektöründe çalışanların mesleki algıları ile ilgili düşüncelerinde en yüksek ortalama “Ailem ve akrabalarım bu meslekle gurur duyar” ifadesine aittir. Katılımcıların mesleki algı ile ilgili en fazla olumsuz görüş belirttikleri ifade ise “Anne ve babalar kız çocukların çalışmasına izin vermez” ifadesidir. Katılımcıların mesleki bağlılık ile ilgili düşünceleri ise mesleki algı ifadelerinden daha yüksek aritmetik ortalamaya sahiptir. En büyük aritmetik ortalama “Bu meslek yaşam boyu sürdürebileceğim ideal bir meslektir” ifadesinde tespit edilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Meslekleri ile İlgili Bulgular

		n	%
İşletmedeki Görevi	İşletme sahibi	16	7,4
	Yiyecek içecek müdürü	36	16,7
	Finans ve Muhasebe müdürü	22	10,2
	Misafir ilişkileri	11	5,1
	Garson	106	49,1
	Komi	25	11,6
Çalışma Biçimi	Tam zamanlı	200	92,6
	Yarı zamanlı	16	7,4
Günlük Çalışma Süresi	4-8 saat	33	15,3
	9-13saat	134	62,0
	14-18	49	22,7
Sektörde Çalışma Süresi	1-5	148	68,5
	6-10	68	31,5
Turizm Eğitim	Ön lisans	67	31,0
	Lisans	21	9,7
	Turizm eğitimi almadım	128	59,3
Bildiği Yabancı Dil*	İngilizce	169	78,2
	Rusça	173	80,1
	Almanca	27	12,5
	Türkçe	42	19,4
	Diğer	11	5,1
Bu sektörde Çalışma Nedeni*	Geçici bir süre para kazanmak için	131	60,6
	Almış olduğu eğitime uygun olduğu için	11	5,1
	Yiyecek içecek sektörü avantajlı olduğu için	73	33,8
	Başka bir seçeneğim olmadığı için	11	5,1
Yürütmekte olduğunuz görevden memnun musunuz?	Evet	122	56,5
	Hayır	35	16,2
	Kararsızım	59	27,3
Çalıştığınız işletmedeki aylık ücretiniz	250 altında	67	31,0
	251-500	91	42,1
	501-750	31	14,4
	751-1000	27	12,5
Aldığınız Ücretten Memnun musunuz?	Evet	80	37,0
	Hayır	45	20,8
	Kararsızım	91	42,1

* Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 4. Katılımcılara İlişkin Mesleki Algı ve Bağlılıkla Betimsel Bulguları

	İfadeler	Ort.	SS.
Mesleki Algı	Ailem ve akrabalarım bu meslekle gurur duyar	3,125	1,024
	Yiyecek-içecek sektöründe çalışmak saygın bir meslektir	2,986	0,976
	Yiyecek içecek sektöründe çalışmak önemli ve faydalıdır	2,407	1,044
	Anne ve babalar kız çocukların çalışmasına izin vermez	4,306	0,846
	Anne ve babalar kız çocukların bu meslekte çalışan ile evlenmesini istemez	2,676	1,046
Mesleki Bağlılık	Aynı düzeyde parayı kazanabileceğim bir iş bulursam bu mesleği bırakırım	2,764	1,147
	Mesleki yaşamımı yiyecek-içecek sektöründe sürdürmek istiyorum	2,828	0,983
	Tekrar seçme şansım olsa yine bu mesleği seçerim	2,815	1,088
	Bu meslek yaşam boyu sürdürebileceğim ideal bir meslektir	3,130	1,017
	Bu mesleği seçtiğim için hayal kırıklığı yaşıyorum	3,435	1,115

4.4. Araştırmanın t Testi Sonuçları

Birbirinden bağımsız iki (2) grubun veya örneklemin bağımlı bir değişkene göre karşılaştırılması ve ortalamaları arasında belirli bir güven düzeyinde (% 95, % 99) anlamlı (önemli) bir farkın olup olmadığını test etmek için t testi tercih edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 196). Bundan dolayı katılımcıların cinsiyet ve medeni durumları ile mesleki algı ve bağlılıklarıyla ilgili düşüncelerinde anlamlı

bir farklılığın olup olmadığını araştırmak için t testi yapılmıştır.

Katılımcıların cinsiyetleri ile mesleki algıları arasındaki düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olup olmadığını gösteren Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların turizm mesleği ile ilgili algılarında “Yiyecek-içecek sektöründe çalışmak saygın bir meslektir” ifadesinde anlamlı farklılık bulunmaktadır. Bu durum araştırma için belirlenen H_1

numaralı hipotezin kabul edildiğini göstermektedir. Diğer ifadelerde ise herhangi anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Araştırma kapsamında yer alan kişilerin cinsiyetlerine göre mesleki bağlılıklarında farklılığın olup olmadığını tespit etmek için hazırlanan Tablo 5

incelendiğinde katılımcıların cinsiyetleri farklı olsa da mesleki bağlılıklarına ilişkin düşüncelerinde herhangi anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Bu sonuç araştırma için H₂ numaralı hipotezin ret edildiğinin kanıtı olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 5. Cinsiyet ile Mesleki Algı ve Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişki

İfadeler		Cinsiyet	n	Ort.	SS.	F	P
Mesleki Algı	Ailem ve akrabalarım bu meslekle gurur duyar	Erkek	99	3,222	1,065	2,796	0,200
		Bayan	117	3,043	0,986		
	Yiyecek-içecek sektöründe çalışmak saygın bir meslektir	Erkek	99	3,162	1,027	0,662	0,015
		Bayan	117	2,838	0,909		
	Yiyecek içecek sektöründe çalışmak önemli ve faydalıdır	Erkek	99	2,495	1,053	0,131	0,258
		Bayan	117	2,333	1,034		
	Anne ve babalar kız çocukların çalışmasına izin vermez	Erkek	99	4,293	0,884	0,745	0,841
		Bayan	117	4,316	0,816		
	Anne ve babalar kız çocukların bu meslekte çalışan ile evlenmesini istemez	Erkek	99	2,747	1,003	1,916	0,356
		Bayan	117	2,615	1,082		
İfadeler		Cinsiyet	n	Ort.	SS.	F	P
Mesleki Bağlılık	Aynı düzeyde parayı kazanabileceğim bir iş bulursam bu mesleği bırakırım	Erkek	99	2,737	1,148	0,016	0,755
		Bayan	117	2,786	1,151		
	Mesleki yaşamımı yiyecek-içecek sektöründe sürdürmek istiyorum	Erkek	98	2,898	1,060	0,540	0,340
		Bayan	117	2,769	0,913		
	Tekrar seçme şansım olsa yine bu mesleği seçerim	Erkek	99	2,818	1,091	0,013	0,967
		Bayan	117	2,812	1,090		
	Bu meslek yaşam boyu sürdürebileceğim ideal bir meslektir	Erkek	99	3,202	1,040	0,668	0,337
		Bayan	117	3,068	0,998		
	Bu mesleği seçtiğim için hayal kırıklığı yaşıyorum	Erkek	98	3,480	1,028	3,484	0,588
		Bayan	116	3,397	1,186		

Turizm sektöründe çalışanların büyük bir çoğunluğu bekarlardan oluşmaktadır. Bu durum katılımcıların mesleki algı ve mesleki bağlılıklarında anlamlı bir farklılığa neden olup olmadığını araştırmak için Tablo 6 hazırlanmıştır. Tablo 6 incelendiğinde çalışanların medeni durumlarına göre

mesleki algı ve bağlılıklarında anlamlı farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Ancak araştırma sonuçları kişilerin medeni durumları farklı olsa da mesleki algı ve mesleki bağlılık ile ilgili ifadelerle ilişkin memnuniyetlerinin genel olarak orta (2.61-3.40) düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Mesleki Algı ve Mesleki Bağlılığın Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

İfadeler		Medeni Durum	n	Ort.	SS.	F	P
Mesleki Algı	Ailem ve akrabalarım bu meslekle gurur duyar	Evli	70	3,243	1,042	0,824	0,243
		Bekâr	146	3,068	1,015		
	Yiyecek-içecek sektöründe çalışmak saygın bir meslektir	Evli	70	2,943	1,006	0,187	0,653
		Bekâr	146	3,007	0,965		
	Yiyecek içecek sektöründe çalışmak önemli ve faydalıdır	Evli	70	2,386	1,067	0,420	0,833
		Bekâr	146	2,418	1,036		
	Anne ve babalar kız çocukların çalışmasına izin vermez	Evli	70	4,386	0,786	1,009	0,319
		Bekâr	146	4,267	0,873		
	Anne ve babalar kız çocukların bu meslekte çalışan ile evlenmesini istemez	Evli	70	2,600	1,013	0,044	0,461
		Bekâr	146	2,712	1,063		
İfadeler		Medeni Durum	n	Ort.	SS.	F	P
Mesleki Bağlılık	Aynı düzeyde parayı kazanabileceğim bir iş bulursam bu mesleği bırakırım	Evli	70	2,743	1,112	0,349	0,853
		Bekâr	146	2,774	1,167		
	Mesleki yaşamımı yiyecek-içecek sektöründe sürdürmek istiyorum	Evli	70	2,900	1,024	0,333	0,456
		Bekâr	145	2,793	0,964		
	Tekrar seçme şansım olsa yine bu mesleği seçerim	Evli	70	2,814	1,107	0,139	0,996
		Bekâr	146	2,815	1,083		
	Bu meslek yaşam boyu sürdürebileceğim ideal bir meslektir	Evli	70	3,114	1,029	0,022	0,878
		Bekâr	146	3,137	1,015		
	Bu mesleği seçtiğim için hayal kırıklığı yaşıyorum	Evli	70	3,414	1,110	0,164	0,853
		Bekâr	144	3,444	1,121		

4.5. Araştırmanın Anova Sonuçları

Bağımsız örnekleme ilişkin iki (2) veya daha fazla grubun bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılarak, aralarında güven düzeyinde anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için Anova (Analysis of Variance) testi tercih edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 209). Bundan

dolayı çalışanların günlük çalışma süresine göre mesleki algı ve mesleki bağlılıklarında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonuçları incelendiğinde kişilerin çalışma süreleri ile mesleki algı ve mesleki bağlılık düzeyleri arasında herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Mesleki Algı ve Bağlılık Düzeylerinin Günlük Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Mesleki Algı	Gruplar Arası	0,480	2	0,240	0,630	0,533
	Gruplar İçi	81,040	213	0,380		
	Genel	81,520	215			
Mesleki Bağlılık	Gruplar Arası	0,562	2	0,281	1,102	0,334
	Gruplar İçi	54,379	213	0,255		
	Genel	54,941	215			

Araştırma kapsamında yer alan her gruptaki katılımcı sayısı otuz (30) kişiden az olduğu için Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır (Ural ve Kılıç, 2013: 80). Çalışanların mesleki algı ve mesleki bağlılıklarının turizm eğitimi alma durumlarına göre ile ilgili ilişkiyi incelemek için hazırlanan Tablo 8 incelendiğinde kişiler farklı derecede turizm eğitimi almış olmalarına rağmen hem mesleki algı hem de mesleki bağlılık ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Mesleki Algı ve Bağlılıklarının Turizm Eğitimi Alma Durumlarına Göre Karşılaştırılması

	Mesleki Algı	Mesleki Bağlılık
Ki Kare	0,58	0,411
Serbestlik Derecesi	2	2
Anlamlılık	0,171	0,814

Aynı şekilde kişilerin turizm işletmelerinde yapmış oldukları görevler de mesleki algı ile mesleki bağlılık arasında farklılık gösterebilir. Bunu test etmek için Kruskal-Wallis testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda aşağıda yer alan Tablo 9'a göre katılımcılar görev yapmış olduğu işletmede farklı statülerde görev yapmalarına rağmen mesleki algı ve mesleki bağlılık ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 9. İşletmedeki Göreviniz ile Mesleki Algı ve Bağlılık Arasındaki İlişki

	Mesleki Algı	Mesleki Bağlılık
Ki Kare	1,650	6,833
Serbestlik Derecesi	5	5
Anlamlılık	0,895	0,233

4.6. Mesleki Algının Mesleki Bağlılığa Etkisi

Turizm sektöründe çalışanların mesleki algılarının mesleki bağlılıklarına etkisini belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre (Tablo 10) mesleki algının mesleki bağlılık üzerine pozitif ve anlamlı düzeyde bir etkisinin olduğu görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen veriler mesleki algı ve mesleki bağlılık arasındaki modelin anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

Model anlamlı olmakla birlikte çalışanların mesleki bağlılıklarına ilişkin mesleki algılarında bir (1) birimlik artış, mesleki bağlılıklarında 0,437 birimlik artışa yani orta düzeyde bir artışa neden olmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bu veriler H₃ numaralı hipotezi kabul edildiğini doğrulamaktadır.

Tablo 10. Mesleki Algının Mesleki Bağlılığa Etkisinin Regresyon Analiz Sonuçları

Model	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t Değeri	Anlam Düzeyi
	B	Std. Hata			
(Sabit)	1,879	0,160		11,777	,000
Mesleki Algı	0,359	0,050	0,437	7,106	,000

Bağımlı değişken: Duyusal Bağlılık; R: 0,437; R²:0,191; Düzeltilmiş R²: 0,187; Model için F: 50,489; p<0.01

4.7. Mesleki Algı ile Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişki

Turizm sektöründe mesleki algı ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemek için de korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Tablo 11 hazırlanmış ve ilgili tablo incelendiğinde mesleki algı ile mesleki bağlılık arasında pozitif ve anlamlı orta dereceli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç araştırma için belirlenen H₄ numaralı hipotezin kabul edildiğini göstermektedir.

Tablo 11. Mesleki Algı ile Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ort.	SS.	Mesleki Algı	Mesleki Bağlılık
Mesleki Algı	3,1	0,615	1	
Mesleki Bağlılık	2,99	0,505	,437**	1

** p<0.01.

5. Sonuç ve Öneriler

Turizm sektörü ürün ve hizmet üretiminde genel olarak insan gücünden faydalanmaktadır. Bu özelliğinden dolayı işletmelerin başarı ve başarısızlığı da istihdam ettiği personelin mesleki algılarına ve bağlılıklarına endekslenmiş durumdadır. Araştırma ile ilgili literatür incelendiğinde mesleklere ilişkin algının oluşmasında birçok faktörün etkili olduğu ve kişiden kişiye farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Kişinin yaptığı işin kendisine yapmış olduğu katkının yanı sıra toplum nezdinde de bir prestije sahip olması o mesleğe olan algıyı olumlu yönde etkilemektedir. Mesleki algıları yüksek olanların mesleklerine daha fazla bağlı olacağı; mesleki bağlılıkları yüksek olanların da yapmış oldukları görev ve sorumlulukları önemseyeceği; bunun neticesinde de daha kaliteli sonuçlar elde edileceği herkes tarafından kabul edilmektedir.

Gerçekleştirilen bu çalışmada turizm sektöründe çalışanların büyük bir kısmının mesleki eğitim almadan bu alanda istihdam edildiği ve günlük çalışma sürelerinin oldukça uzun olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum sektörde ve işletmedeki istihdamlarını da olumsuz etkilemektedir. Ayrıca turizm sektöründe görev yapan kişilerin bu işi bir meslek olarak değil de geçici bir süreliğine para kazanma aracı olarak algıladıkları da görülmektedir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen çalışanların büyük bir kısmı turizm sektöründe görev yapmaktan ve aldıkları ücretten memnun olduklarını belirtmektedir.

Yapılan çalışmada sonucunda incelenen kaynaklar ve elde edilen verilerden faydalanarak sektör temsilcilerine, işletme yöneticilerine, eğitimcilere ve çalışanlara yönelik aşağıda belirtilen öneriler sunulmuştur. Buna göre;

- (i) Turizm sektörü yapısı itibariyle çarpan katsayısı oldukça yüksek olduğundan birçok sektörü etkilemektedir. Sektör emek yoğun olduğundan mesleki algısı ve bağlılığı yüksek olan kişilerin istihdam edilmesi büyük önem arz etmektedir. Bundan dolayı öncelikle turizm ile ilgili mesleki yeterliliklerin, standartların ve tanımların bir an önce belirlenmesi gerekmektedir.
- (ii) İşletmelerin başarı ve başarısızlığında en büyük pay çalışanlara aittir. Personelin çalışma ortamlarını güvenli ve eğlenceli hale getirmek, kişisel gelişimlerine yardımcı olmak, objektif kriterlere göre kariyer planlaması yapmak, çalışanların hem mesleki algılarını hem de bağlılıklarını önemli derecede etkileyebilmektedir.
- (iii) Her mesleğin kendine göre avantajları ve zorlukları bulunmaktadır. Mesleklere ilişkin tüm detayların etkin bir şekilde anlatılmasında büyük önem bulunmaktadır. Bu kapsamda ulusal ve uluslararası alanda söz sahibi uzman kişiler tarafından eğitimler, seminerler ve konferanslar düzenlemek sadece meslek mensuplarında değil, toplumun her kesiminde o mesleğe ilişkin olumlu algının oluşmasına katkı sağlayacaktır.

- (iv) Mesleğe ilişkin temel bilgi ve beceriler eğitim kurumlarında verilir. Ancak eğitim kurumlarında öğrenilenler ile sektördeki uygulamalar farklılık gösterebilir. Dolayısıyla mesleki eğitim için eğitim kurumları ile sektör temsilcilerinin koordineli hareket etmesi gerekmektedir.
- (v) Sektörde faaliyet gösteren işletme yöneticileri, çalışanları sadece birer üretim aracı olarak değerlendirmemesi gerekir. Çalışanlarının ekonomik ihtiyaçlarının yanında sosyal ve kültürel gereksinimlerinin karşılanması, çalışanların motivasyonlarını yükseltecek, işe ve mesleğe olan algılarını olumlu yönde etkileyecek, kurumsal bağlılığını da artıracaktır.

Kişinin kariyer planlamasında başarı, araştırma yapmayı, küresel gelişmeleri ve yenilikleri takip etmeyi, sabırlı olmayı gerektirir. Mesleki kariyer ve başarı uzun bir süreç sonunda oluşur. Bu bağlamda kişi mesleğe ilişkin algılarını olumlu yönde geliştirir ve kendi hedefleri ile görev yaptığı işletmenin amaçlarını birleştirirse başarı daha kısa sürede gerçekleşir.

Kaynakça

- Avcı, U., Dönmez, F. G., & Artun, C. (2017). Mesleki Doyum ve Mesleği Bırakma Niyeti İlişkisi: Turizm Çalışanları Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(3), 111-127.
- Bamford, K. L. (2012). Undergraduate student perceptions of a career in the tourism and hospitality industry in New Zealand. Dunedin, New Zealand: A thesis submitted for the degree of Master of Tourism at the University of Otago.
- Çaylıkoca, A. (2017). Örgütsel Bağlılığın Mesleki Bağlılık Üzerine Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-17.
- Çetin, A., Tekmen, E. E., & Şentürk, M. (2016). Mesleki Bağlılık ve Mesleki Öz-yeterlilik Algısının Bilgi Paylaşma Davranışına Etkisi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 289-315.
- Çuhadar, M., & Çetintürk, İ. (2016). Ön Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyere Yönelik Algıları: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 51-69.
- Ece, Ş., & Esen, E. (2017). Kariyer Planlamasının Örgüte Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyetine olan Etkisi. *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 19(1), 127-146. doi:10.246/ısguc.346283
- Elchardus, M., & Smits, W. (2008). The vanishing flexible: ambition, self-realization and flexibility in the career perspectives of young Belgian adults. *Work, Employment*

- and Society*, 22(2), 243-262. doi:10.1177/0950017008089103
- El-Houshy, S. S. (2014). Hospitality Students ' Perceptions towards Working in Hotels: a case study of the faculty of tourism and hotels in Alexandria University. *The 6. Internetal Scientific Conference, Tourism in a Changing World: Opportunities and Challenges* (s. 800-819). Egypt.
- Erdinç, S. B., & Kahraman, S. (2012). Turizm Mesleğini Seçme Nedenlerinin İncelenmesi. *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, (s. 229-237). Kemer/Antalya.
- Huck, S. W. (2015). *Reading Statistics and Research*. Boston: Pearson.
- İyitoğlu, V. (2015). İş Etiği Kurallarının Uygulanmasının Örgütsel ve Mesleki Bağlılığa Etkisi: Ön Lisans Turizm Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(1), 82-98.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders (JMOOD)*, 6(1), 47-48. doi:10.5455/jmood.20160307122823
- Kuşlivan, S., & Kuşlivan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3), 251-269. doi:10.1016/S0261-5177(99)00057-6
- Lee, K., Carswell, J., & Allen, N. (2000). A Meta-Analytic Review of Occupational Commitment: Relation with Person and Work-Related Variables. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 799-811. doi:10.1037/0021-9010.85.5.799
- Neşje, K. (2016). Personality and professional commitment of students in nursing, social work, and teaching: A comparative survey. *International Journal of Nursing Studies*, 53, 173-181. doi:10.1016/j.ijnurstu.2015.08.001
- Özdevecioğlu, M., & Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. (28), 1-20.
- Pol, R. S., & Patil, H. (2015). Perception of Final Year Hotel Management Students towards Working in Hotel Industry. *ATITHYA: A Journal of Hospitality*, 1(2), 46-53.
- Sarıkaya, T., & Khorshid, L. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.
- Seymen, O., Bolat, T., Bolat, O. İ., & Kinter, O. (2017). Turizm Sektöründe Çalışma Koşulları Algısı, Hizmet Verme Yatkınlığı ve Mesleki Yabancılaşma İlişkisi: Turizm Eğitim Alan Öğrenciler Açısından Bir Değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 401-430.
- TDK. (2019). www.tdk.gov.tr: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cd6c82aeb59b9.90682376, E. Tarihi: 03/05/2019
- Teng, C.-C. (2008). The effects of personality traits and attitudes on student uptake in hospitality employment. *International Journal of Hospitality Management*, 27(1), 76-86. doi:10.1016/j.ijhm.2007.07.007
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi (4. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yaman, S., & Tekin, S. (2010). Öğretmenler İçin Hizmet-İç Eğitim Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(I-II), 76-88.
- Yıldız, S., Göktepe, L. S., Habil, T., & Dinçer, F. İ. (2019). Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Demografik Değişkenlerine Göre Mesleki Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-12. doi:10.26677/tutad.2019.43
- Yılmaz, A., & Tanrıverdi, H. (2017). Aşçıların meslek uyumu ve meslek algısı düzeyleri üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 621-639.