

**TALABALARNING KARYERAVIY O'SISH PERSPEKTIVLARI, TURIZM
VA MEHMONDO'STLIK SANOATIGA SODIQLIGI: QABUL QILINGAN
IJTIMOIY ISH STATUSI VA KUTILAYOTGAN MAOSHLARI**

Abdug'aniyeva Zarnigor

Talaba, Yodju Tehnika Instituti, Toshkent

Yusupova Dilnoza

Talaba, Yodju Tehnika Instituti, Toshkent

Muhiddinova Nazmina

Talaba, Yodju Tehnika Instituti, Toshkent

Nuriddinov Dilshod

Talaba, Yodju Tehnika Instituti, Toshkent

Annotatsiya: Ushbu tadqiqot talabalarning turizm va mehmondo'stlik sohasidagi mavjud ish ijtimoiy statusi haqidagi tushunchalari hamda ularning ish haqiga bo'lgan umidlari ishga sodiqlik munosabatlarini o'rganadi.

Kalit so'zlar: Karyeraviy o'sish perspektivalari, qabul qilingan ijtimoiy ish statusi, kutilayotgan maoshlar

Аннотация: В этом исследовании изучается восприятие студентами социального статуса их текущей работы в сфере туризма и гостеприимства, а также их ожиданий от работы и приверженности работе.

Ключевые слова: перспективы карьерного роста, общепринятый статус социальной работы, ожидаемая заработная плата.

Abstract: This research examines students' perceptions of the social status of their current work in the field of tourism and hospitality, as well as their job expectations and commitment to work.

Keywords: Career prospects, accepted social work status, expected salaries

1. Kirish. Dunyo bo'ylab sayyohlik va mehmondo'stlik sanoatida xizmat ko'rsatuvchilarni jalb qilish va sifatini oshirish bir qancha muammolar olib keldi. Natijada, ishchi kuchining yetishmasligi va xizmat ko'rsatadigan joylarning soni

tobora ko'paymoqda (Penny Wan et al., 2014; Richardson, 2008). Turizm sanoatida bir nechta muammolar bor, bular: ish haqi kamligi, ish soatlarning ko'pligi, yuqori martabaga ko'tarilish imkoniyati pastligi (Akış Roney, 2007). Xodimlarning har bir sohaga sadoqati ularning qarashlari va u yerda ishlashga bo'lgan munosabati hamda mavjud ish o'rinlari bilan belgilanadi (Richardson, 2009). Turizm va mehmondo'stlik sohasidagi xodimlarning tushunishi bo'yicha, siz yaxshi ma'lumotli, yetarli bilimga egaligi, g'ayratli va fidoyi bo'lishi ishchi kuchini oshirmaydi (Kusluvan & Kusluvan, 2000). Yoshlarning umidlari, istaklari va intilishlarini bilish, ularni ish sharoitlariga yo'naltirishga yordam beradi (Aycan & Fikret-Pasa, 2003). Xulosa qilib shuni ta'kidlash joizki, yaxshi tushunish turizm sanoatida talabalarni barcha jarayonlarda o'zini tutishi, dasturlarni bilishi va mehmondo'stlik sohasida o'sishga yordam beradi.

Ko'pgina turizm va mehmondo'stlik sanoatidagi adabiyot qo'llanmalar talabalarning sohaga bo'lgan munosabati, ularning ishdagi imkoniyatlari, shu sohada ishlash rejalari va turizm sohasidagi bilimlarga diqqat qaratishgan (Akış Roney, 2007; Kusluvan & Kusluvan, 2000; Richardson, 2008a). Boshqalar esa studentlarning erkak yoki ayolligiga, ish tajribasiga, nechinchi kursligi, xulq-atvoriga e'tibor berishgan (Akış Roney, 2007; Richardson, 2009). Shu tariqa, ushbu tadqiqotning maqsadi turli xil o'zgaruvchilarning talabalar sohasidagi ta'sirlari va majburiyatlariga to'g'ridan-to'g'ri, bilvosita va bevosita ta'sirini o'rganish. Bu talabalarning sanoat mezonlari, ijtimoiy holati va ish haqi kutishlarini idrok etadigan rolini har tomonlama o'rganish orqali talabalarning mehmondo'stlik va turizm sohasidagi tasavvurlarini shakllantiruvchi omillarni va ularning kasbiy niyatlarini o'rganib chiqadi. Ishonamizki, talabalarning martaba istiqbollari va turizm va mehmondo'stlik sohalariga sodiqligini shakllantirish uchun turli xil omillar qanday paydo bo'lishini yanada chuqurroq tushuntirib, adabiyotga hissa qo'shadi. Turizm va mehmondo'stlik bo'yicha o'qituvchilar talabalarni tegishli ish sharoitlariga yo'naltirish va yaxshi tashkiliy muvofiqlikni ta'minlash uchun qo'shimcha ma'lumot olishlari mumkin (Aycan & Fikret-Pasa, 2003).

2. Adabiyotlar tahlili. Ijtimoiy tizimning o'lchov birligi - bu ijtimoiy holat (Penny Wan et al., 2014). Ijtimoiy sinf iqtisodiy hayotning ijtimoiy munosabatlaridan kelib

chiqadigan tengsizlikning tuzilishi, ya'ni mehnat bozori va ishlab chiqarish birliklaridagi munosabatlar sifatidir (Chan, 2019). Shaxs o'z maqomini ikki jihatdan oladi: tug'ilgan xususiyatlar (famiyasi, irqi va boyligi kabi) va bu xususiyatlarni shaxs tomonidan olish va erishish mumkin (bilim malakasi va ish unvoni kabi). Shu sababli, ko'plab xususiyatlar shaxsning maqomini namoyish etishga yordam beradi (Asghar et al., 2008). Kusluvan va Kusluvanning (2000) aytishicha: ijtimoiy status insonlar o'zining ishidan faxrlanishi, oila a'zolari o'zining ishidan qoniqishi yoki bu ishni kerakli va jamiyatning muhim bo'lagiga asoslanganini ta'kidlashadi.

Ish xarakteri va ijtimoiy status orasida bog'liqlik bor. Ba'zi tadqiqotlar ish statusining afzalligini ko'rsatadi. Misol uchun: ischilarga nima qiziq (ish joylarimi yoki ishga bo'lgan qiziqish), muassasa taklif etayotgan martaba (status), ya'ni ishchilar ish joyidan mamnundir (Asghar et al., 2008; Douglas Creed & Saporta, 2003). Yuqoridagilarga asoslangan holda, turizm va mehmondo'stlik sanoatidagi ish xarakteristikasi talabalar uchun ijtimoiy mavqeini mustahkamlashi mumkin.

Ishning tabiati yoki xarakteri lavozim va martaba bilan o'zaro bog'liq. Martabaga ko'tarilish istiqboli ish va o'sishga bog'liq (Richardson, 2008a). Turizm va mehmondo'stlik sanoatida talabalarning shu sohada pul topishlari, ish bo'yicha afzalliklari, turizm sohasi bo'yicha bakalavrnini o'qishlari kelajakka sarmoya qilish aytilgan (Kusluvan & Kusluvan, 2000). Tadqiqot o'tkazilganda, ish xarakteri bilan martabaning istiqboli orasida bog'liqlik bordeb aytilgan (Kusluvan & Kusluvan, 2000; Richardson, 2008a). Psixologik kontrakt teoriyasi bu ishchi va ish beruvchi o'rtasidagi aloqa, ya'ni har bir ishchiga alohida yondashuv, ishchi va ish beruvchi bir-biriga nimadirni berishni va olishni xohlaydi (Maguire, 2002) Talabalar ko'pincha qiyinchiliklarga duch keladi. Bunga sabab, ish haqqining kamligi, ish soati ko'pligi, martabaning ko'tarilmasligi va pozitiv shartnomaga erisholmaslik (Kelley-Patterson & George, 2001). Shuning uchun biz aytishimiz mumkinki, ishning mohiyati to'g'ridan-to'g'ri martaba istiqbollari bilan bog'liq. Xodimlar ishning mohiyatini salbiy idrok etishsa, martaba istiqbollariga nisbatan salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Turizm va mehmondo'stlik sanoatida ijtimoiy status va karyera istiqboli chambarchas bog'liq. Talabalarning qaysi biri ishiga to'g'ri yondashuv qilgan bo'lsa,

martabalarini ko'tarilishiga ijobiy ta'sir ko'rsatgan (Kusluvan & Kusluvan, 2000). Mehmondo'stlik va turizm sanotining xarakteriga: ishning mavsumiyligi, ish vaqti ko'pligi, maoshning kamligi, mahorat yetishmasligi va ish muhitining yomonligi bu sohaga salbiy ta'sir ko'rsatadi (Akış Roney, 2007). Ijtimoiy status xodimga tashkilotda ijobiy imidj yaratadi va hozirgi paytda shug'ullanishadi (Penny Wan et al., 2014)

Tadqiqot natijalariga binoan ish haqi, lavozimga ko'tarilish imkoniyatlari va talabalar va ularning menejerlari o'rtasidagi munosabatlar sanoatini ta'minlash uchun ishlash kerak bo'lgan asosiy yo'nalishlardir. Talabalar o'zlari ishlayotganda ijobiy tasavvurlarga ega bo'lishlari uchun yuqori rag'batlantirish kerak (Richardson, 2008) Shu sababli ma'lumotnomalar shakllari ichki standart bo'yicha variantlarga yoki joriy holatni baholaydilar. Masalan, shaxs o'z ishini baholashi mumkin o'zi haqida ma'lumotlarga asoslanib tegishli ish haqi, avtonomiya yoki martaba daraja istiqbollari inobatga oladi. Shunday qilib, agar shaxs o'zi shug'ullanadigan soha tomonidan taqdim etiladigan martaba istiqbollari katta ahamiyat bersa, yaxshi martaba istiqbollari ta'minlaydi. Taxmin qilish mumkinki, martaba ko'tarilish omilini talabalarning niyatini belgilash va mehmondo'stlik va turizm sohalariga sodiq qolish sifatida taklif qilinishi mumkin (Penny Wan et al., 2014).

Natija kutishlari va martaba o'rtasidagi bog'liqlik tanlovlarni ish qiymatlari tushunchasi bilan ham izohlash mumkin. Ish qiymatlari shkalasi odatda ikkita qiymat domenini o'zida mujassam etadi: ichki va tashqi (Penny Wan et al., 2014) Yuqorida aytib o'tilgan adabiyotlarga asoslanib, u oqilona bo'lishi mumkin jismoniy shaxsning kutilayotgan ish haqi unga yordam beradi deb taxmin qildi ichki yo'riqnoma yoki kasb tanlash va maqsad sari intilish. Ish haqi yuqori darajada kutilgan shaxs taklif etadigan ish qidiradi yuqori ijtimoiy mavqe va yanada yaxshi martaba istiqbollari va unga sodiq qolish uning ish qadriyatlariga mos kelishini buyurish. Ish haqini kutish, shuning uchun ijtimoiy mavqe va martaba o'rtasida moderator vazifasini bajaradi istiqbollari va martaba istiqbollari va sanoat majburiyatlari o'rtasidagi. Adabiyotlarga asoslangan holda oltita gipoteza shakllangan. Bular:

1-gipoteza. Turizm va mehmondo'stlik sanoatidagi ish xarakteri qabul qilingan ijtimoiy ish statusi bilan bog'liq..

2-gipoteza. Qabul qilingan ish xarakteri karyeraviy o'sish perspektivalariga bog'liq..

3-gipoteza. Qabul qilingan ijtimoiy ish statusi karyeraviy o'sish perspektivalariga bog'liq

4-gipoteza. Karyeraviy o'sish perspektivalari turizm va mehmondo'stlik sohasiga sodiqlikka bog'liq.

5-gipoteza. Qabul qilingan ijtimoiy ish statusi va karyeraviy o'sish perspektivalari orasida aloqani kutilayotgan maosh mo'tadillashtiradi.

6-gipoteza. Karyeraviy o'sish perspektivalari va sohaga sodiqlik munosabati kutilayotgan maosh tufayli mo'tadillashadi.

Ushbu tadqiqotni o'tkazish uchun ma'lumotlar self-administred survey orqali Toshkent shahridagi Yozu texnika institute talabalaridan yig'ildi. Yanayam ishonchli ma'lumot olish uchun self-administred surveydan foydalanildi. Ma'lumot yig'ish ikki bosqichda amalga oshirildi. Birinchi bo'lib, convenient sampling orqali respondentlarni Yozu instituti turizm 3-bosqich talabalarini tanlab olindi, ikkinchi bosqichda ularga tadqiqotta ishtirok etish uchun, anketa so'rovnoma tarqatildi. Anketa so'rovnoma 39 ta savoldan iborat bo'lib, 5 ta bo'limga bo'lingan. Birinchi ikki b'lim orqali respondentlar demografik profillari va ish tajribasi haqidagi ochi va yopiq savollardan iborat. So'rovnomada 45 kishi qatnashdi, ularning 45,5% erkak va 54,5% qismi ayollarga to'g'ri keldi. Respondentlarning 13,6%i hozirda turizm va mehmondo'stlik sanoatida faoliyat yuritmoqda va 13,6%i shu sohada ishlagan bo'lib ammo hozirda ishlamaydi, 11,4%i 1 yildan kam, 11,4%i 1-2 yillik, 6,7% qismi esa 2-5 yillik tajribaga ega va qolgan 70,5% talabalar ish tajribasiga ega emasligi aniqlandi. Keyingi 3 bo'limda turizm va mehmondo'stlik sanoatidagi karyeraviy kelajak natijalari, ish tabiati, ijtimoiy statusi to'grisida yopiq savollardan iborat bo'lib, bir necha qiziqish shkalasi anketa so'rovnomasini tashkil etti. Ularni Likert shkalasida

1dan 5 gacha darajada baholandi. So'rovnoma anketasi Penny Wan Y, Wong I, Kong W (2014) maqolasidan moslashtirildi.

Qabul qilingan ish xarakteri. Bu yerda turizm talabalari tomonidan mehmondo'stlik va turizm sanoatidagi ishlarni qabul qilish xarakterini aniqlandi. 1-Jadvalda ko'rsatilgandek, 70,5% talaba bu soha kasblarini qiziq deb hisoblashadi. 40.1% odam ushbu kasblarni qiyin emas deb hisoblaydilar. Talabalarning 68,2%i bu kasblarda ko'p yangiliklar o'rganish mumkin deb hisoblashadi. Va eng yuqori natija ko'rsatgan natija yangi odamlar bilan tanishish yoqimli tajriba sifatida qaralishidir, 86.4%.

Qabul qilingan ish status. Bu qism anketa so'rovnomada qatnashgan talabalar orasida turizm sanoatining qabul qilinuvchi ijtimoiy ish statusini baholaydi. Qabul qilinuvchi ijtimoiy ish statusi ikki faktor qabul qilinuvchi ijtimoiy ish ijobiy statusi va qabul qilinuvchi ijtimoiy ish salbiy statusi orqali tekshirildi. 1-jadvalda oila faxri punkti (29,5%)dan boshqa qolgan 3ta ijobiy ta'sir qiluvchilar yuqori natijaviy ko'rsatib, qabul qilinuvchi ijtimoiy ish ijobiy statusini yuqoriligini anglatmoqda, hamda 1-jadvaldagi 75%dan yuqori natijalar bilan respondentlarning qabul qilinuvchi ijtimoiy ish salbiy statusini yoqlamaydi.

Karyeraviy o'sish perspektivalari. Karyeraviy o'sish perspektivlari talabalar institutni tamomlaganidan keyingi maqsad va rejalarini aniqlaydi. Eng yuqori natija ko'rsatgan faktor "yaxshi pul ishlash mumkinligi" 72,7% natija va "oliy ta'lim diplomining karyeraviy o'sishiga ta'siri" 59,1% ularning asosiy maqsadini ochib bermoqda.

Kutilayotgan ish haqi. Kutilayotgan ish haqi talabalar institutni tamomlaganidan keyingi kutayotgan maoshlarini aniqlaydi. Kutilayotgan ish haqi 2mlndan 11mln va undan ko'p 4talik shkala bilan baholandi. 11 va undan ko'p maosh olishni kutuvchilar yetakchilikni ko'rsatib, 43,2% natija va eng kam natijani 2-4mln oylik kutuvchilar 9,1%ni tashkil etmoqda.

1-jadval

	Mutlaqo qo'shilaman	Neytral	Mutlaqo qo'shilmayman
O'lchanuvchilar			

Qabul qilingan ish tabiati			
Bu sanoat kasblari qiziqarli	70,50%	20,50%	9,10%
Bu sanoatda har kuni o'rganish uchun nimadir bor	68,20%	22,70%	9,10%
Bu sanoat kasblari qiyin	13,60%	50%	13,60%
Bu sanoatda ishlab yangi odamlar bilan tanishish yoqimli	86,40%	11,40%	2,20%
Qabul qilingan ijtimoiy ish ijobiy statusi			
Oilam mening kasbim bilan faxrlanadi	29,50%	4,60%	65,90%
Turizm va mehmondo'stlik sanoati kasblari hurmatga sazovor kasb	70,50%	18,20%	11,40%
Turizm va mehmondo'stlik sanoati kasblari jamiyatimizda muhim kasb	84,10%	4,50%	11,40%
Men bu sanoatdagi karyeram bilan faxrlanaman	70,50%	20,50%	9,10%
Qabul qilingan ijtimoiy ish salbiy statusi			
Bu sanoat ishchilari jamiyat uchun hech qanday ahamiyatga ega emas	6,80%	15,90%	77,30%
Bu sohada ishlash axloqsiz	4,60%	13,60%	81,80%
Karyeraviy o'sish perspektivalari			
O'sish imkoniyatlari bu sanoatda qoniqarli	59,10%	31,80%	9,10%
Turizm va mehmondo'stlik sanoatini universtitet darajasida o'rganish to'g'ri sarmoya	65,90%	18,20%	15,90%
Bu sohada yaxshi pul ishlash mumkin	72,70%	20,50%	6,80%
Bu sohada boshqa sohalardan ko'proq pul	43,2%	38,60%	18,20%

topish mumkin			
Bu sohada ishlashning foydasi kamchiliklardan ko'proq	52,30%	34,10%	13,60%

O'tkazilgan tadqiqot yordamida yuqoridagi gipotezalarni to'g'riligini tekshirildi. Tadqiqot natijalari Gipoteza 1ga ko'ra qabul qilingan ish xarakteri bilan qabul qilinuvchi ijtimoiy ish statusi bog'liqligi faqat ijobiy statusi bilan bog'liqlikni, salbiy statusi bilan esa bog'liqlik yo'qligini ko'rsatdi. Gipoteza 2 ham natijalar yuqoriligi bilan tasdiqlandi. Gipoteza 3 ham so'rovnoma natijasi bilan tasdig'ini topdi. Gipoteza 4 ham ijobiy natijalar yuqoriligi asosida tasdiqlandi. Gipoteza 5 esa Gipoteza 3 to'g'riligini kutilayotgan maosh tufayli mo'tadillashishi bu ko'rsatkich yuqori maosh ko'pchilik tomonidan belgilangani sabab qo'llab quvvatlandi. Gipoteza 6 ishga sodiqlik va karyeraviy o'sish perspektivalari orasida aloqani mo'tadillashishi kutilayotgan maoshga bog'liq emasligi bilan rad etildi.

Muhokama. Ushbu hisobotda talabalarning qabul qilingan ijtimoiy ish statusi va kutilayotgan ish haqini ularning turizm va mehmondo'stlik sohasiga munosabati va martaba niyatlariga ta'sirini o'rganadi. Natijalar ish sifati va ijtimoiy mavqeining bevosita va bilvosita ta'sirini hamda kutilayotgan ish haqining talabalarni ish bilan ta'minlash istiqbollari ta'sirini va ularning mehmondo'stlik va turizm sohalariga sodiqligini ko'rsatadi va ushbu konstruktsiyalar o'rtasidagi munosabatlarning tarmog'ini ifodalaydi. Ishning qabul qilingan xarakteri ijobiy qabul qilingan ijtimoiy status bilan kuchli bog'liqligi aniqlandi, ammo salbiy taxmin qilingan ijtimoiy maqom bilan bog'liq emas, bu 1-gipotezani qisman qo'llab-quvvatlaydi.

Xulosa. Tadqiqot talabalarning niyatlari va ularning mehmondo'stlik va turizm sohasida ishlashga sodiqligini yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Mehmondo'stlik sohasidagi ish joylari bo'yicha ilgari o'tkazilgan tadqiqotlarda talabalar ushbu soha haqida fikrlarini, ularning martaba maqsadlari va sodiqligini tekshirish uchun chiziqli tenglamadan foydalanilgan (Aksu & Kōksal, 2005; Barron & Maxwell, 1993; Jenkins, 2001; Kuslvan & Kuslvan, 2000; Richardson, 2008; Roney & Öztin, 2007; Wan & Kong, 2011, 2012). Shu bilan birga, ushbu tadqiqotda kasb tanlash

dinamik va ko'p qirrali hodisa ekanligi, talabalarning karyeraviy o'sish perspektivalariga ta'sir ko'rsatadigan ko'plab omillarga va ularning turizm va mehmondo'stlik sohasiga sodiqligiga e'tirof etiladi. Natijada, talabalarning bandlik darajasi, qabul qilingan ijtimoiy ish statusi va ish haqining kutilishi kabi o'zgaruvchilarning to'g'ridan-to'g'ri, bilvosita va mo'tadillovchi ta'sirini o'rganish uchun talabalarning sohadagi bandlik imkoniyatlari haqidagi tushunchasi bo'yicha tarmoq yaratildi. Ushbu topilmalar yoshlarning istaklarini yaxshiroq tushunishga yordam beradi, shuningdek, ularni bitirgandan so'ng ularni ishchi kuchiga qo'shilishga undash strategiyasi, shuningdek, shaxs va tashkilot o'rtasida yaxshi aloqani ta'minlash uchun ularga to'g'ri ish muhiti yaratadi. Ish xarakteri qabul qilingan ish statusining muhim omilidir. Qabul qilingan ish statusi karyeraviy o'sish perspektivalariga sezilarli ta'sir qiladi. Va bu karyeraviy o'sish perspektivalari ishga sodiqligini ko'rsatuvchi omildir. Ushbu tadqiqot shuningdek, mehmondo'stlik va sayyohlik kasblariga oid adabiyotlarni to'ldiradi, ushbu sohaga talabalarni jalb qilishda sanoatning ijtimoiy statusini saqlash va targ'ib qilish muhimligini ta'kidlaydi. Bundan tashqari, boshqa sohalarga qaraganda mehmondo'stlik va turizm sohasidagi ish haqlari kamligi sababli, yuqori maoshli kasb qidirayotgan talabalar ularga kamroq qiziqishadi. Ushbu natija, yuqori ish haqi bilan harakatlanadiganlarni ushlab qolish uchun yuqori ish haqini almashtirish uchun qanday turdagi pul bo'lmagan motivatorlardan foydalanish mumkinligini aniqlashning muhimligini ko'rsatadi. Qolaversa, qabul qilingan ish ijtimoiy statusi ishning imkoniyatlariga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatishi va bu o'z navbatida talabalarning ushbu sohaga sodiqligiga ta'sir qiladi. Ushbu tadqiqot shu ma'lum bo'ldiki, kutilayotgan maosh motivatsiya vazifasini bajaradi va qabul qilingan ijtimoiy maqomning ish istiqbollari ijobiy ta'sirini kuchaytiradi. Shuningdek, u mo'tadillashtiruvchi vazifasini bajaradi va past ijtimoiy statusning zararli ta'sirini kamaytiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Akış Roney, S. (2007). Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education, 6(1), 4–17. <https://doi.org/10.3794/johlste.61.118>

2. Asghar, A., Rostamy, A., Hosseini, H. K., & Azar, A. (2008). ARTICLE STUDYING FIRMS' STOCK LIQUIDITY OVER FIRMS LIFE CYCLE: AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM IRANIAN STOCK MARKET View project Green supply chain management evaluation in publishing industry based on fuzzy AHP approach View project. <https://www.researchgate.net/publication/279568942>
3. Aycan, Z., & Fikret-Pasa, S. (2003). Career Choices, Job Selection Criteria, and Leadership Preferences in a Transitional Nation: The Case of Turkey. In *Journal of Career Development* (Vol. 30, Issue 2).
4. Aksu, A.A., & Koksal, C.D. (2005). Perceptions and attitudes of tourism students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality management*, 12(5) 436-447.
5. Barron, P., & Maxwell, G. (1993). Hospitality management students' image of the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(5), 5-8
6. Chan, T. W. (2019). Understanding social status: a reply to Flemmen, Jarness and Rosenlund 1. *The British Journal of Sociology*, 70. <https://doi.org/10.1111/1467-9221.12613>
7. Douglas Creed, W. E., & Saporta, I. (2003). UNMET EXPECTATIONS: THE EFFECT OF STATUS INCONSISTENCY ON QUITTING AND INTERNAL JOB CHANGING. *Research in Social Stratification and Mobility*, 20, 285–323. [https://doi.org/10.1016/s0276-5624\(03\)20007-x](https://doi.org/10.1016/s0276-5624(03)20007-x)
8. Jenkins, A. K. (2001). Making a career of it? Hospitality students' future perspective: an Anglo-Dutch study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(1), 13-20.
9. Kelley-Patterson, D., & George, C. (2001). Securing graduate commitment: an exploration of the comparative expectations of placement students, graduate recruits and human resource managers within the hospitality, leisure and tourism industries. In *Hospitality Management* (Vol. 20).

10. Kusluvan, S., & 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)
11. Maguire, H. (2002). PSYCHOLOGICAL CONTRACTS: ARE THEY STILL RELEVANT? <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13620430210414856>
12. Penny Wan, Y. K., Wong, I. K. A., & 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>
13. 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. <https://doi.org/10.1080/15313220802410112>