



TURİST REHBERLERİNİN İŞE ADANMIŞLIĞI: İŞ, KARIYER, MESLEK AYRIMI (TOURIST GUIDES' WORK ENGAGEMENT: JOB- CAREER- PROFESSION DISTINCTION)

Seçkin ESER GÜRSOY^{1*} (orcid.org/ 0000-0001-9972-5818)

Yağızcan DAĞYARAN² (orcid.org/ 0009-0000-4550-9597)

¹Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Kırklareli, Türkiye

²Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Ama Bilim Dalı, Kırklareli, Türkiye

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerini ortaya koymaktır. İşe adanmışlık düzeylerinin "iş," "kariyer" ve "meslek" bağlamında incelemektir. İş, kariyer ve meslek kavramlarının birbiriyle örtüşen ancak belirgin farklılıklara sahip olduğunu kabul eden bu araştırma, rehberlerin verdikleri hizmetin kendileri için ne ifade ettiğini ve işe olan adanmışlık üzerindeki etkilerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu amaçla işe adanmışlık ve iş- kariyer- meslek ayrımı ölçeklerinden yararlanarak bir anket oluşturulmuştur. Anket İstanbul ilinde hizmet veren 180 turist rehberlerinden yüz yüze anket toplama tekniğini kullanılarak 2025 yılı Ocak- Şubat- Mart aylarında uygulanmıştır. Veriler faktör, aşamalı kümeleme ve ki-kare analizine tabi tutulmuştur. Turist rehberlerinin sırasıyla iş, meslek ve kariyer odaklı olduğu belirlenmiştir. Turist rehberlerinin işe adanmışlıklarının tek boyutlu bir yapı sergileyerek toplam varyansın %73'ünü açıkladığı tespit edilmiştir. Ayrıca, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarına göre üç kümeye ayrıldıkları belirlenmiş olup; kümeler, "işe adanmışlığı yüksek", "işe adanmışlığı orta" ve "işe adanmışlığı düşük" olarak adlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşe Adanmışlık, Turist Rehberi, İş Kariyer Meslek Ayrımı

Abstract

The main objective of this study is to reveal the levels of dedication to work of tour guides. To examine the levels of dedication to work in the context of "work," "career" and "profession". Accepting that the concepts of work, career and profession overlap but have significant differences, this research aims to reveal what the service that guides provide means to them and their effects on dedication to work. For this purpose, a survey was created utilizing the scales of dedication to work and work-career-occupation distinction. The survey was applied to 180 tour guides serving in Istanbul province using the face-to-face survey collection technique in January-February-March 2025. The data were subjected to factor, stepwise clustering and chi-square analysis. It was determined that tour guides were work, profession and career oriented, respectively. It was found that the dedication to work of tour guides exhibited a one-dimensional structure and explained 73% of the total variance. In addition, it was determined that tour guides were divided into three clusters according to their dedication to work; The clusters were named as "high work commitment", "medium work commitment" and "low work commitment".

Keywords: Work Engagement, Tour Guide, Job Career Profession Distinction

Giriş

Turizm sektörünün önemli bileşenlerinden biri olan turist rehberliği, yalnızca ziyaretçileri bilgilendirmekle sınırlı olmayan, aynı zamanda kültürlerarası iletişimi kolaylaştıran, bölge/ülke imajını şekillendiren ve turistlerin deneyimlerini doğrudan etkileyen bir meslektir (Roney, 2018). Turist rehberliği mesleği bilgi birikimi, duygusal zekâ, empati ve iletişim becerileri gerektiren özellikleriyle dikkat çeker (Kara ve Demir, 2021). Rehberlik mesleği fiziksel, entelektüel ve duygusal emeğin bir arada harcanmasını gerektiren mesleklerden biridir (Güzel, Türker ve Şahin, 2014). Ülke tanıtımından, turistlerin tatillerinden doyum sağlamalarından, özellikle de ülkeye karşı olumsuz değer yargılarının silinmesine kadar birçok konuda önemli bir misyon üstlenmişlerdir (Soykan, 2002). Rehberler, tur süresince turistlerin farklı karakteristik özellikleri ve davranış kalıplarını görmekte ve Tur süresince sayısız deneyim yaşayarak, öğrenmektedirler. İşinin bir

* Sorumlu yazar: seckineser@outlook.com

DOI: 10.33083/joghat.2025.597

parçası haline gelen bu durum ve sarf ettikleri duygusal emekleri, negatif davranışların pozitif davranışlara dönüşmesini sağlayabilmektedir (Güzel ve Köroğlu, 2015).

Her ne kadar turist rehberliği mesleğinin olumlu yönleri olsa da mesleğin yapısı ve sektörün yarattığı olumsuz koşullardan etkilenen bir hizmet koludur. Mesleğin iş güvencesi olmaması, dış faktörlerden kaynaklanan etkiler, uzun ve belirsiz çalışma saatleri, sürekli duygu yönetimi vb. sebeplerden dolayı zorluklarla baş etmeyi gerektiren bir meslektir. Bu açıdan değerlendirildiğinde bu mesleği sevmeyen, rehberlik mesleğini icra etmek ve sürdürmek çok kolay olmamaktadır. Rehberin yaptığı işe duyduğu ilgi, enerji ve bağlılık düzeyi (Prakash ve Chowdhary, 2010) rehberlik hizmetinin odak noktası olarak ifade edilebilir. Bu noktada ‘işe adanmışlık’ kavramı çıkmaktadır. Rehberlik mesleğinin başarıya ulaşmasında en önemli faktörlerden biri işe adanmışlık düzeyidir (Dalkılıç, Deniz ve Çokal, 2020). Bu bağlamda, turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeyleri hem bireysel performansları hem de sektörün genel başarısı üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Asmadili ve Köroğlu, 2021).

Ancak turist rehberliği gibi dinamik ve çok boyutlu bir meslekte işe adanmışlık, yalnızca bireyin işine olan bağlılığını değil, aynı zamanda mesleğine ve kariyerine olan tutkusunu da içermektedir (Pelit ve Ateş, 2022). Dolayısıyla, turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerini analiz ederken, iş, kariyer ve meslek bağlamındaki farklılıkların ele alınması da önemli bir nokta olarak görülebilir (Akgün, 2017). İş, kariyer ve meslek kavramları arasındaki ayrım, turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerini farklı şekillerde etkileyebilir. Günlük iş görevlerine odaklanan rehberler, kısa vadeli hedeflere yönelirken; kariyer odaklı rehberler, uzun vadeli planlamalar yaparak mesleki gelişimlerine yatırım yaparlar (Greenhaus, Callanan ve Godshalk, 2018). Mesleki kimliği güçlü olan rehberler ise, işlerine ve sektöre daha derin bir bağlılık gösterirler. Bu farklı perspektifler, rehberlerin motivasyon kaynaklarını ve işe yaklaşımlarını şekillendirir (Bakker ve Demerouti, 2007). Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerini belirlemek amacıyla böyle bir araştırma yapılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle işe adanmışlık ve iş-meslek- kariyer ayrımı konularının kavramsal çerçevesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışma turist rehberlerinin işlerine yönelik kişisel algılarını merkeze alan iş-kariyer-meslek ayrımı çerçevesini, doğrudan işe adanmışlık düzeyleri ile ilişkilendirmektedir. Mevcut alan yazın genellikle işe adanmışlığı; nesnel ve yapısal değişkenlerle ilişkilendirmektedir. Bu çalışma ise, turist rehberinin kişisel özelliklerini ve işi algılama biçimini merkeze alarak, geleneksel yapısal yaklaşımlara güçlü bir psikolojik açıklama boyutu eklemektedir. Turist rehberinin işini bir misyon olarak algılayıp algılamamasının, işe adanmışlık üzerindeki psikolojik etkilerini test ederek kavramsal çerçeveyi zenginleştirmektedir. Turist rehberlerinin işlerini salt bir geçim kaynağı olarak görmesi ile bir kimlik parçası olarak görmesi arasındaki farkın, uzun vadeli mesleki bağlılığı nasıl etkilediğini; iş, meslek, kariyer ayrımı aracılığıyla derinlemesine açıklanmaktadır. Çalışmanın araştırma kısmında İstanbul’da turist rehberliği hizmeti veren turist rehberlerinden toplanan veriler analiz edilmiştir. Son olarak ise analiz sonuçları değerlendirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

Kavramsal Çerçeve

İşe Adanmışlık

İşe adanmışlık, bireylerin yaptıkları işe duydukları ilgi, bağlılık ve motivasyonu ifade eden çok boyutlu bir kavramdır (Kanten ve Kanten, 2016). İş literatüründe, bu kavram genellikle iş tatmini, örgütsel bağlılık ve performans gibi değişkenlerle ilişkilendirilmektedir (Kocadağ, 2019). Turist rehberleri açısından işe adanmışlık, günlük görevlerin yerine getirilmesinde gösterilen çaba ve motivasyonla ilişkilidir (Prakash ve Chowdhary, 2010). Turist rehberlerinin işe adanmışlığı, mesleki yaşantıları ve bireysel değerleri ile çalışma ortamlarındaki etkileşimleri sonucunda gelişen bir kavram olarak ele alınmaktadır (Özsoy ve Yılmaz, 2024).

Schaufeli ve Bakker (2004), işe adanmışlığı; enerji (vigor), adanmışlık (dedication) ve işe dalma (absorption) boyutlarıyla tanımlamıştır. Özellikle, iş tasarımı ve iş zenginleştirme stratejileri, rehberlerin işe adanmışlık düzeylerini artırmada etkili olabilir. Bu durum, rehberlerin işlerine daha fazla anlam yüklemelerini sağlayarak adanmışlıklarını artırabilir. Bireyin mesleğinin kişisel değerleri ve hedefleriyle uyumu, mesleğine yaklaşımı ve çalışmaktan aldığı kişisel haz, kişisel beceri ve yeteneklerine katkısı ve iş hayatıyla yaşamının diğer alanları arasında kurduğu denge, kısacası mesleki sağlık, işe adanmayla doğru orantılıdır (Yılmaz, Deniz ve Çokal, 2020). Başka bir açıdan, turist rehberlerin duygusal emeklerinin işe adanmışlıklarını artırdığı, ancak aşırı duygusal yüklenmenin tükenmişliğe yol açabileceğini ortaya koymuştur (Zhang ve Wu, 2020). Turist rehberlerinin işe adanmışlığı farklı değişkenler ile inceleyen çeşitli çalışmalar yer almaktadır. İşe adanmışlık, işlerini yeniden şekillendirme ve iş performansı (Tsaur, Lin ve Wu, 2019), duygusal emek (İrigüler ve Güler 2016, Aybaşı ve Kosa, 2018), iş değerleri (Asmadili ve Köroğlu, 2021), yaşam dengesi (Ayyıldız ve Birdir,

2023), mesleki bağlılık (Pelit ve Ateş, 2022), mesleki stres (Aybaş ve Kosa, 2018), demografik değişkenler (Yılmaz vd., 2020), çalışma koşulları ve kariyer beklentileri (Dalkılıç vd., 2020) ile irdelenmiştir.

Alan yazında yukarıda özetlenen çalışmalara istinaden, rehberlerin işlerini daha anlamlı hale getirdiklerinde işe adanmışlıklarının arttığını ve bu durumun iş performanslarını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Çalışmalar turist rehberlerinin işlerine dair daha derin bir bağlılık ve tutku hissettiklerinde, işe adanmışlık düzeylerinin yükseldiğini ortaya koymaktadır. Bu artan adanmışlık, rehberlerin iş performanslarını olumlu bir şekilde etkileyerek, daha yüksek bir hizmet kalitesi sunmalarını sağlayabilmektedir. Rehberlerin, mesleklerine olan tutkularını artırmaları hem bireysel motivasyonlarını hem de iş yerindeki genel atmosferi iyileştirir. Doğal olarak, rehberlerin işlerine duydukları anlam ve bağlılığın hem kişisel hem de mesleki başarıları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

İş, Kariyer, Meslek Ayrımı

İş, bireyin belirli bir ücret veya kazanç karşılığında, belirli bir düzen ve süreklilik içinde gerçekleştirdiği faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir (Robbins ve Judge, 2019). Turist rehberliği, iş kavramı çerçevesinde incelendiğinde, hem hizmet sektörü içinde yer alması hem de çalışanların bilgi, beceri ve duyuşsal emeğini içermesi nedeniyle önemli bir meslek dalı olarak değerlendirilmektedir (Ap ve Wong, 2001). Rehberlik mesleği, yalnızca turistlere bilgi aktarmakla sınırlı olmayıp, aynı zamanda misafirperverlik, kültürel aracı olma ve kriz yönetimi gibi farklı işlevleri de içermektedir (Weiler ve Black, 2014). Bu açıdan turist rehberliği, yalnızca ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde, mesleki kimlik ve işe adanmışlık kavramlarıyla da yakından ilişkili bir alan olarak öne çıkmaktadır (Baum, 2015).

Kariyer, bireyin iş yaşamı boyunca edindiği deneyimlerin ve ilerlemelerin bütünüdür (Hall, 2002). Turist rehberleri için kariyer gelişimi, mesleki tatmin ve uzun vadeli bağlılık açısından kritik bir rol oynamaktadır. Kariyer gelişim fırsatları, rehberlerin işe adanmışlık düzeylerini olumlu yönde etkileyebilir. Özellikle, mesleki eğitimler ve sertifikasyon programları, rehberlerin kariyerlerinde ilerlemelerine katkı sağlayarak işe olan bağlılıklarını artırabilir (Lent ve Brown, 2006). Bunun yanında, kariyer planlaması ve mentorluk programları, rehberlerin mesleki hedeflerine ulaşmalarında destekleyici bir etkiye sahiptir (Arthur, Hall, ve Lawrence, 1989).

Meslek, belirli bir eğitim ve uzmanlık gerektiren, toplumsal olarak tanınan ve kabul gören işlerin bütünüdür (Ibarra, 1999). Turist rehberliği, kültürel ve tarihi bilgilerin aktarımını içeren profesyonel bir meslek olarak kabul edilmektedir. Mesleki kimlik ve aidiyet duygusu, rehberlerin işe adanmışlık düzeylerini etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır (Ashforth ve Mael, 1989). Mesleki etik ve standartlara bağlılık, rehberlerin işlerine duydukları saygıyı ve adanmışlıklarını artırabilir. Ayrıca, mesleki örgütlenmeler ve dernekler, rehberlerin mesleki gelişimlerine katkı sağlayarak işe olan bağlılıklarını destekler (Wrzesniewski ve Dutton, 2001). Turist rehberlerinin mesleki bağlılıklarının işe adanmışlığı desteklediği belirtilmektedir (Pelit ve Ateş, 2022).

Bellah, Madson, Sullivan ve Tripton (1985) insanların işleriyle üç farklı ilişki kurabileceğini öne sürmektedir. "Kalbin Alışkanlıkları" adlı çalışmada, Amerikan toplumundaki bireysellik ile toplumsal bağlılık arasındaki denge incelenerek, bireylerin işlerine olan bağlılıkları üç farklı şekilde tanımlanmaktadır. *Bireysellik*, bireyin kendi çıkarlarını ve hedeflerini ön planda tutarak, işini kişisel tatmin ve başarı aracı olarak görmesi olarak tanımlanır. *Toplumsal Bağlılık*, bireyin, işini toplumun ihtiyaçlarına hizmet etme ve ortak değerleri destekleme aracı olarak değerlendirmesi olarak ifade edilir. *Dini Bağlılık* ise, bireyin, işini dini inançları ve değerleri doğrultusunda bir hizmet olarak görmesidir. Bu üç ilişki biçimi, bireylerin işlerine olan bağlılıklarını ve bu bağlılığın iş performansları üzerindeki etkilerini anlamada bir çerçeve sunmaktadır.

Wrzesniewski, McCauley, Rozin ve Schwartz (1997: 22-23), İş, Kariyer ve Meslek ayrımını literatürde kesin çizgilerle ayrılmış şekilde belirtmiştir. İş sahibi olan kişiler sadece işten elde edilen maddi faydalarla ilgilenir ve bundan başka bir ödül aramaz veya almaz. İş kendi başına bir amaç değildir, bunun yerine bireylerin işlerinden uzakta geçirdikleri zamanın tadını çıkarmak için ihtiyaç duydukları kaynakları edinmelerini sağlayan bir araçtır. İş sahiplerinin temel ilgi alanları ve hırsları işleri aracılığıyla ifade edilmez. Meslek olarak gören bireyler ise, işlerinin hayatlarından ayrılamaz olduğunu görürler. Mesleği olan bir kişi, finansal kazanç veya kariyer ilerlemesi için değil, bunun yerine işi yapmanın bireye getirdiği tatmin için çalışır. İnsanların yaptıkları meslek hissettikleri iş genellikle sosyal olarak değerli olarak görülür ve zevkli olabilecek; ancak olmak zorunda olmayan faaliyetleri içerir. Bir meslek zorlayıcı ya da keyifli olmayabilir; fakat bir kariyer her ikisi de olabilir. İnsanların kendilerini 'iş, kariyer, meslek' boyutları doğrultusunda sınıflandırma kolaylığını, her bir boyutu tanımlayan temel özellikleri, mesleklerin ve bireylerin hangi nesnel ve psikolojik niteliklerinin

bu boyutlarla ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, insanların işlerini bir iş, kariyer ya da meslek olarak algılamalarının iş ve yaşam memnuniyeti ile fiziksel sağlık göstergeleri bakımından nasıl değerlendirilebileceğine odaklanmaktadır.

İş, kariyer ve meslek ayrımını farklı değişkenler ve teoriler ile inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Kariyer inşa teorisi (Savickas, 2021), teknolojik gelişmeler (Hirschi, 2018), çalışmaya tutkunluk (Boz ve Alan, 2021), iş doyumu (Güzel, Karabacak ve İşçi, 2020; Göktepe ve Ertopçu, 2018), iş tatmini (Karataş ve Yılmaz, 2023; Arsezen, 2017) ile ilgili çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıca, Turist rehberlerinin iş, kariyer ve meslek ayrımını farklı değişkenler ile inceleyen çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Kültürel etkileşim ve kişisel gelişim (Chen ve Chen, 2018), kariyer gelişim fırsatları (Baum, 2015), mesleki kimlik (Kusluvan ve Kusluvan, 2010), mesleki gelişim, iş güvenliği ve daha iyi çalışma koşulları (Koçak ve Kabakulak, 2018) ile incelenmiştir.

Turist rehberlerinin çalışma hayatındaki duygusal yükleri işe adanmışlıkları üzerinde farklı etkiler yaratmaktadır (Aybaşı ve Kosa, 2018). Turist rehberlerinin iş değerlerinin işe adanmışlığa olumlu yönde katkı sağladığı, mesleki başarıları ve tatmin düzeyleri üzerinde olumlu etkileri olduğu belirtilmiştir (Asmadili ve Köroğlu, 2021). Aynı zamanda turist rehberlerinin iş ve yaşam doyumunun mesleki bağlılık üzerinde olumlu etkisi olduğu belirlenmiş, yaşam dengesinin işe adanmışlığı olumlu yönde etkilediğini ortaya konmuştur. (Ayyıldız ve Birdir, 2023). Turist rehberlerinin çalışma koşullarının ve kariyer beklentilerinin, işe adanmışlıklarının önemli bir belirleyicisi olduğu görülmüştür (Dalkılıç vd., 2020). Bu durum turist rehberlerinin iş, kariyer ve meslek ayrımı noktasında önemli bir belirleyicinin işe adanmışlık olduğunu ifade edebilir. Nitekim yapılan çalışmalar turist rehberlerinin işe adanmışlığının farklı iş, meslek ve kariyer ayrımı nedenlerinden dolayı pozitif etkilendiğini göstermektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veriler, alan yazına dayalı olarak geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Turist rehberlerinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik açık uçlu altı adet soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde, Bellah vd., (1985) ve Schwartz (1986, 1994) tarafından sunulan tanımlara göre İş, Kariyer ve Mesleği tanımlayan üç ayrı senaryo yer almaktadır. (Bay A, Bay B, Bay C). Bu senaryoların dilsel eşdeğerliliğini sağlamak için literatürde sıklıkla kullanılan Çeviri-Geri Çeviri yöntemi izlenmiştir. Öncelikle, İngilizce dilinde olan senaryolar çalışma yazarları tarafından turist rehberliği mesleğinin dinamiklerine uyumlandırılarak Türkçeye çevrilmiştir. Bu uyarılama sırasında kullanılan terimler ve ifadeler titizlikle seçilmiştir. Daha sonra, yabancı dil alanında ders veren iki öğretim elemanı tarafından, orijinal İngilizce diline geri çevrilmiştir. Geri çevrilen İngilizce metin ile orijinal İngilizce metin karşılaştırılmış; anlam, kavram ve kültürel bağlam farklılıkları tespit edilmiş, yazarlar ve çevirmenler arasında mutabakat sağlanarak düzeltilmiştir. Dilsel uyarılamanın ardından, senaryolar turizm rehberliği alanlarında uzman olan beş akademisyene yöneltilerek, senaryoların turist rehberliği mesleği için uygunluğu ve ölçülmek istenen yapıyı ne derece temsil ettiği konusunda görüşleri alınmıştır. Uzmanlardan alınan geri bildirimler doğrultusunda, senaryoların anlaşılabilirliği, kültürel uygunluğu ve teknik doğruluğu son kez kontrol edilip gerekli revizyonlar yapılmıştır.

Turist rehberleri öncelikle, sunulan üç senaryoyu okumuş ve kendilerine uygun senaryoyu işaretlemişlerdir. Devamında, İş, Kariyer, Mesleği ayrımıyla ilgili olan iş ilişkilerinin belirli yönlerini soran 18 evet- hayır sorusu yer almaktadır. Soruların neredeyse tamamı, senaryolardan en az birinde yer almaktadır. İşe adanmışlık için 7 maddelik Van Scotter ve Motowidlo (1996) ve Cichy, Cha ve Kim (2009) tarafından uyarlanan bir ölçek kullanılmıştır. Yanıt kategorileri 5'li Likert derecelemesine tabi tutulmuştur. Yanıt kategorileri, Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kararsızım (3), Katılıyorum (4) ve Kesinlikle Katılıyorum (5) şeklinde oluşturulmuştur

Araştırma evrenini, İstanbul'da hizmet veren turist rehberleri oluşturmaktadır. 2025 yılı Ocak- Şubat ve Mart aylarında yapılan araştırmada, İstanbul'da tur gruplarının uğrak noktaları olarak bilinen (Sultanahmet, Kapalı Çarşı) yoğun lokasyonlar tercih edilmiştir. İstanbul'da Rehber Bilgi Sistemine kayıtlı toplam 4605 eylemli turist rehberi bulunmaktadır (www.tureb.org.tr). Fakat %5 anlam düzeyinde ve %5 örneklem hatası ile örneklem büyüklüğü 355 kişi olarak tespit edilmiştir. Turist rehberlerinin, serbest çalışmaları, farklı destinasyonlardan İstanbul'a rehberlik hizmeti vermek için gelme ihtimallerinin olması ve bir evren listesinin bulunmaması nedenleri ile kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Uygulama dönemi sonunda 180 adet geçerli anket toplanmıştır. Ayrıca, araştırmanın yapıldığı dönemin yüksek bir sezon aralığında olmaması nedeniyle örneklem büyüklüğüne ulaşılamamış olması araştırmanın bir sınırlılığıdır. Ancak örneklem büyüklüğünün minimum 100 ile 200 arasında olması gerektiğini belirten Sapsas'ın (2004) çalışmasına bağlı olarak turist rehberleri üzerine yapılan bu çalışmanın örneklem büyüklüğü yeterli olarak kabul edilmiştir.

Verilerin analizinde katılımcıların seçtiği senaryolar bazında ki-kare testi yapılmıştır. İşe adanmışlık ölçeği için faktör analizi gerçekleştirilmiş sonrasında ise aşamalı kümeleme analizi uygulanmıştır. İşe adanmışlık ile senaryolar arası ilişki ise ki-kare testi ile analiz edilmiştir. *Çalışmanın araştırma kısmı Kırklareli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'nun 16.01.2025 tarih ve E-35523585-199-148955 sayılı kararı ile alınan etik izin doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.*

Bulgular

Turist rehberlerinin işe adanmışlığının iş- kariyer- meslek ayırımına ilişkin yürütülen çalışmada katılımcıların demografik bilgileri şu şekildedir:

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin %74,4'ünü erkekler, %25,6'sını kadınlar oluşturmaktadır. Rehberlerin büyük çoğunluğu genç ve orta yaş gruplarındadır: 22-31 yaş (%48,9), 32-41 yaş (%27,8), 42-51 yaş (%20), 52 yaş ve üzeri katılımcıların oranı ise yalnızca %3,3'tür. Katılımcıların %61,7'si bekar, %38,3'ü evlidir. Turist rehberlerinin 132'sinin lisans mezunu, 28'inin ön lisans ve 20'sinin lisansüstü mezunu olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısı (%48,3) yıllık 624.001 TL ve üzeri gelire sahiptir. Rehberlerin %52,2'si yılda en az 1 kez tatile gittiğini belirtirken, %15,6'sı en az 3 kez tatile gittiklerini belirtmişlerdir. 42 turist rehberi ise hiç tatile gitmediğini ifade etmişlerdir.

Araştırma kapsamında turist rehberlerinin öncelikli seçmesi gereken senaryo tanımları aşağıda yer almaktadır. Senaryo 1 'İş' tanımını, Senaryo 2 'Meslek' tanımını, Senaryo 3 ise 'Kariyer' tanımını yapmaktadır:

Tablo 1. İş, Kariyer, Meslek Senaryoları

Senaryo 1- Öncelikle işinin dışında hayatını sürdürecektir kadar para kazanmak için çalışır. Eğer maddi açıdan güvende olsaydı, mevcut işinde devam etmezdi, bunun yerine başka bir şey yapmayı tercih ederdi. Bay A'nın işi temelde hayatın bir gereğidir, nefes almak veya uyumak gibi. Sık sık işte zamanın daha hızlı geçmesini ister. Hafta sonlarını/ tatilleri çok bekler. Bay A hayatını tekrar yaşasaydı, muhtemelen aynı iş koluna girmezdi. Arkadaşlarını ve çocuklarını kendi iş koluna girmeye teşvik etmezdi. Bay A emekli olmak/ rehberlik mesleğini bırakmak için çok isteklidir.
Senaryo 2- Temelde işinden zevk alır; ancak beş yıl sonra mevcut işinde olmayı beklemiyor. Bunun yerine, daha farklı bir iş planlıyor. Gelecek ile ilgili olarak birkaç hedefi var. Bazen işi zaman kaybı gibi görünüyor, ancak ilerlemek için bu işte iyi iş çıkarması gerektiğini biliyor. Bay B daha kapsamlı ve farklı turlarda yer almak için sabırsızlanıyor. Onun için terfi, başarılı bir turist rehberi olarak tanınması anlamına geliyor ve bunu diğer rehber arkadaşları ile rekabette başarısının bir işareti olarak görüyor.
Senaryo 3- İş hayatının en önemli parçalarından biri. Bu işte olduğu için çok memnun. Çünkü geçimini sağlamak için yaptığı şey, kim olduğunun/ hayatının bir parçası ve insanlara kendisi hakkında anlattığı ilk şeylerden biri. İşini genellikle evine götürür. Arkadaşlarının çoğu aynı meslek grubundan ve işiyle ilgili çeşitli organizasyonlara ve kulüplere üye. Bay C işini sevdiği ve dünyayı daha iyi bir yer haline getirdiğini düşündüğü için işinden memnun. Arkadaşlarını ve çocuklarını kendi işine girmeye teşvik eder. Bay C, çalışmayı bırakmaya zorlanırsa oldukça üzülür ve emekliliği/ rehberlik mesleğini bırakmayı pek de dört gözle beklemiyor.

Tablo 2. Senaryolara Göre Madde Bazında Ki-kare Özet Sonuçları

Maddeler	Ki-kare	Sd.	p	EBD	BD5%	C	R türünden C	İlişkinin düzeyi
1. İşimi ödüllendirici buluyorum.	54,518	2	P<0,0001	25,80	0,0	0,482	0,682	Orta
2. Emekli olmak için sabırsızlanıyorum.	62,936	2	P<0,0001	25,20	0,0	0,509	0,720	Yüksek
3. Yaptığım iş dünyayı daha iyi bir yer haline getiriyor.	14,321	2	P<0,0001	17,40	0,0	0,271	0,384	Orta
4. Haftanın hangi günü olduğunun çok farkındayım boş/izin günlerimi heyecanla bekliyorum tanrıya şükür bugün izinliyim diyorum.	48,762	2	P<0,0001	21,30	0,0	0,462	0,653	Orta
5. Tatilde olduğum zamanlarda bile işimi düşünürüm/ilgilenirim.	11,390	2	P=0,003	22,80	0,0	0,244	0,435	Orta
6. Beş yıl içinde daha üst düzey bir işte olmayı bekliyorum.	21,139	2	P<0,0001	25,80	0,0	0,324	0,458	Orta
7. Fırsatım olsaydı, mevcut çalışma hayatımı tekrar seçerdim.	9,467	2	P=0,009	23,10	0,0	0,224	0,316	Orta

8. Çalışma hayatım üzerinde kontrol sahibi olduğumu hissediyorum.	24,148	2	P<0,0001	24,30	0,0	0,344	0,486	Orta
9. İşim hakkında başkalarıyla konuşmaktan hoşlanıyorum.	32,924	2	P<0,0001	23,10	0,0	0,393	0,556	Orta
10. İşimi esas olarak diğer işlere geçmek için bir basamak olarak görüyorum.	14,734	2	P<0,0001	25,20	0,0	0,275	0,389	Orta
11. Çalışmamın birincil nedeni finansal; ailemi ve yaşam tarzımı desteklemek.	15,541	2	P<0,0001	8,40	0,0	0,282	0,399	Orta
12. Beş yıl içinde aynı işi yapıyor olmayı bekliyorum.	11,313	2	P=0,003	21,30	0,0	0,243	0,344	Orta
13. Maddi olarak güvende olsaydım, ücret almayı bırakmış olsam bile şu anki işime devam ederdim.	38,961	2	P<0,0001	21,60	0,0	0,422	0,597	Orta
14. İşte olmadığım zaman, işim hakkında pek düşünmüyorum.	12,456	2	P=0,002	22,20	0,0	0,254	0,360	Orta
15. İşimi, nefes almak ya da uyumak gibi, yaşamın bir gerekliliği olarak görüyorum.	0,442	2	P>0,05	26,70	0,0	0,049	0,070	İlişki yok
16. İşimi asla eve götürmem.	21,470	2	P<0,0001	26,40	0,0	0,326	0,462	Orta
17. İşim, hayatımın en önemli şeylerinden biri.	33,594	2	P<0,0001	24,60	0,0	0,397	0,561	Orta
18. Genç insanları benim yaptığım türde bir işi yapmaya teşvik etmezdim.	34,311	2	P<0,0001	25,50	0,0	0,400	0,566	Orta

Tablo 2. Katılımcıların “İşimi ödüllendirici buluyorum” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 54,518$, $p < 0.0001$, $C = 0.482$, R türünden $C = 0.682$, orta düzey ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%58,1), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%57,4).

Katılımcıların “Emekli olmak için sabırsızlanıyorum” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 62,936$, $p < 0.0001$, $C = 0.509$, R türünden $C = 0.720$, yüksek ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar iş grubundakilerken (%66,7), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%52,1).

Katılımcıların “Yaptığım iş dünyayı daha iyi bir yer haline getiriyor.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 14,321$, $p < 0.0001$, $C = 0.271$, R türünden $C = 0.384$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%36,9), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%56,9).

Katılımcıların “Haftanın hangi günü olduğunun çok farkındayım boş/izin günlerimi heyecanla bekliyorum tanıya şükür bugün izinliyim diyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 48,762$, $p < 0.0001$, $C = 0.462$, R türünden $C = 0.653$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar iş grubundakilerken (%56,9), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%54,9).

Katılımcıların “Tatilde olduğum zamanlarda bile işimi düşünürüm/ilgilenirim.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 11,390$, $p = 0.003$, $C = 0.244$, R türünden $C = 0.435$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%43,4), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%47,1).

Katılımcıların “Beş yıl içinde daha üst düzey bir işte olmayı bekliyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 21,139$, $p < 0.0001$, $C = 0.324$, R türünden $C = 0.458$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar kariyer grubundakilerken (%44,2), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%45,7).

Katılımcıların “Fırsatım olsaydı, mevcut çalışma hayatımı tekrar seçerdim.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 9,467$, $p < 0.009$, $C = 0.224$, R

türünden $C = 0.316$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%41,7), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%46,8).

Katılımcıların “Çalışma hayatım üzerinde kontrol sahibi olduğumu hissediyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 24,148$, $p < 0.0001$, $C = 0.344$, R türünden $C = 0.486$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%46,5), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%54,3).

Katılımcıların “İşim hakkında başkalarıyla konuşmaktan hoşlanıyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 32,924$, $p < 0.0001$, $C = 0.393$, R türünden $C = 0.556$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%40,8), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%61).

Katılımcıların “İşimi esas olarak diğer işlere geçmek için bir basamak olarak görüyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 14,734$, $p < 0.0001$, $C = 0.275$, R türünden $C = 0.389$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar kariyer grubundakilerken (%41,7), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%43,8). Kariyer grubunda yer alan katılımcıların bu ifade dışında yer alan diğer ifadelere verdiği yanıtlarda anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Katılımcıların “Çalışmamın birincil nedeni finansal; ailemi ve yaşam tarzımı desteklemek.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 15,541$, $p < 0.0001$, $C = 0.282$, R türünden $C = 0.399$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar iş grubundakilerken (%41,4), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%64,3).

Katılımcıların “Beş yıl içinde aynı işi yapıyor olmayı bekliyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 11,313$, $p = 0.003$, $C = 0.243$, R türünden $C = 0.344$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%42,2), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%43,7).

Katılımcıların “Maddi olarak güvende olsaydım, ücret almayı bırakmış olsam bile şu anki işime devam ederdim.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 38,961$, $p < 0.0001$, $C = 0.422$, R türünden $C = 0.597$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%56,9), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%52,8).

Katılımcıların “İşte olmadığım zaman, işim hakkında pek düşünmüyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 12,456$, $p = 0.002$, $C = 0.254$, R türünden $C = 0.360$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar iş grubundakilerken (%47,2), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%44,6).

Katılımcıların “İşimi, nefes almak ya da uyumak gibi, yaşamın bir gerekliliği olarak görüyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık yoktur ($\chi^2 = 0,442$, $p > 0.05$, $C = 0.049$, R türünden $C = 0.070$, ilişki yok).

Katılımcıların “İşimi asla eve götürmem.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 21,470$, $p < 0.0001$, $C = 0.326$, R türünden $C = 0.462$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar iş grubundakilerken (%51,1), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%47,7).

Katılımcıların “İşim, hayatımın en önemli şeylerinden biri.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 33,594$, $p < 0.0001$, $C = 0.397$, R türünden $C = 0.561$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar meslek grubundakilerken (%49), en çok katılmayanlar iş grubundakilerdir (%57,3).

Katılımcıların “Genç insanları benim yaptığım türde bir işi yapmaya teşvik etmezdim.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 34,311$, $p < 0.0001$, $C = 0.400$, R türünden $C = 0.566$, orta ilişki). Bu ifadeye en çok katılanlar iş grubundakilerken (%54,7), en çok katılmayanlar meslek grubundakilerdir (%51,8).

Turist rehberlerinin işe adanmışlığına ilişkin oluşturulan ölçeğe uygulanan Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonuçları Tablo 3’de özetlenmiştir. Analiz kapsamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ,865 olarak hesaplanmış olup, bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için oldukça uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Barlett Küresellik Testi sonucunun anlamlı ($\chi^2 = 1243,869$; $p < 0,001$) bulunması, değişkenler arasında faktör analizi için yeterli düzeyde ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Faktör analizi

sonucunda ölçek maddelerinin tek bir faktör altında toplandığı görülmektedir, faktör yükleri genel olarak yüksek bulunmuştur. Faktörün açıkladığı toplam varyans %73,069 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca, ölçeğin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach's Alpha) ,938 olup, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarına ilişkin oluşturulan ölçeğin tek boyutlu bir yapı sergilediğini ve bu yapının geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 3. İşe Adanmışlık Ölçeğine Yapılan Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Faktör yükleri	Ortalama	Varyans %	C.alfa α
Turist rehberinin işe adanmışlığı		22,50	73,069	,938
1. Zamanında turumu tamamlamak için fazla mesai yaparım.	,857			
2. Kişisel disiplin ve özdenetim uygularım.	,754			
3. Gerekeninden daha fazla çalışırım.	,818			
4. Turumu tamamlamak için engelleri aşmada ısrarcıyım.	,929			
5. Turlarımda zorlu görevlerden hoşlanırım.	,882			
6. Zorlu işlere hevesle girerim.	,874			
7. İş hayatımdaki önemli ayrıntılara dikkat ederim.	,858			

Turist rehberlerinin işe adanmışlığına ilişkin ölçek maddelerinin tek bir faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu nedenle ifade puanları toplanarak ‘Aşamalı Kümeleme Analizi’ gerçekleştirilmiştir. Yapılan incelemede, birinci kümenin 48 kişiden oluştuğu ve ortalamasının 1,6577 olduğu görülmüştür. İkinci küme 55 rehberden meydana geldiği ve ortalamasının 3,0935 olduğu görülmektedir. Üçüncü ve son küme 77 rehberi kapsamaktadır. Bu küme en yüksek ortalamaya (4,2709) sahiptir. Ortalamalar dikkate alınarak birinci kümeye “İşe Adanmışlıkları Düşük Olanlar”, ikinci kümeye “İşe Adanmışlıkları Orta Düzeyler” ve üçüncü kümeye de “İşe Adanmışlıkları Yüksek Düzeyde Olanlar” adı verilmiştir. İşe adanmışlık, turizm rehberleri kümeleri arasında ($F=667.560$, $p<0.001$) anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 4. İşe Adanmışlık Aşamalı Kümeleme Analizi

Küme	N	%	Ortalama	S.Sapma	F-değeri	Farklılık
A. İşe Adanmışlıkları Düşük Olanlar	48	26,3	1,6577	,40162	667,560 (0,001)	A<B, A<C, B<C
B. İşe Adanmışlıkları Orta Düzeyler	55	30,6	3,0935	,30887		
C. İşe Adanmışlıkları Yüksek Düzeyde Olanlar	77	42,8	4,2709	,43206		

Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerine göre senaryolar arası ilişki ki- kare analizi ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların işe adanmışlık düzeyleri (düşük-orta-yüksek) ile iş-kariyer-meslek ayrımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2 = 37,573$, $p < 0.0001$, $C = 0.416$, R türünden $C = 0.509$, orta düzey ilişkisi). İşe adanmışlığı en yüksek olan grup meslek grubuyken (%69,5), işe adanmışlığı en düşük olan grup iş grubudur (%44,8).

Tablo 5. İşe Adanmışlığa Göre Senaryolar Arası Ki-kare Analizi

			İş	Kariyer	Meslek	p
İşe Adanmışlığa Göre Kümeleme	Düşük	n	30	11	7	0,001**
		%	44,8%	20,4%	11,9%	
	Orta	n	25	19	11	
		%	37,3%	35,2%	18,6%	
	Yüksek	n	12	24	41	
		%	17,9%	44,4%	69,5%	

Sonuç ve Öneriler

Çalışmada, turist rehberlerinin işe adanmışlığı ve iş- meslek- kariyer ayırımına ilişkin algıları ortaya çıkarılmıştır. Araştırma, 180 turist rehberi ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Turist rehberlerinin %37,2'sinin iş, %30'unun kariyer, %32,8'nin ise meslek odaklı olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle turist rehber arasında verdikleri rehberlik hizmeti ile ilgili önemli farklılıklar olduğu belirlenmiştir.

Rehberlerin verdiği hizmeti bir “İş” olarak görenlerin tatminden ziyade finansal ödüllere ve gerekliliğe odaklandığı ifade edilebilir. Diğer bir ifade ile, rehberlerin %37,2'si için turist rehberliği hayatlarının önemli bir olumlu parçası değildir. Rehberlerin % 30'unun ilerlemeye odaklı olduğu, verdikleri hizmeti “Kariyer” olarak görmelerinden anlaşılabilmektedir. “Meslek” olarak gören turist rehberlerinin ise, tatmin edici, sosyal açıdan yararlı bir işin keyfine odaklandıklarını verdikleri ifadelerden anlaşılmaktadır.

Yaptıkları rehberlik hizmetini kariyer odaklı gören rehberlerin iş- meslek- kariyer ayırımı ile ilgili verdiği yanıtlarda bir farklılık yoktur. Rehberlerden kariyer odaklı olanların “işlerini esas olarak diğer işlere geçmek için bir basamak olarak görmeleri” bu sonucu destekler niteliktedir. Rehberlerin “İşimi, nefes almak ya da uyumak gibi, yaşamın bir gerekliliği olarak görüyorum.” ifadesine verdikleri yanıtlar ile iş-kariyer-meslek ayırımı arasında anlamlı farklılık belirlenmemiştir. Bu açıdan her üç grupta yer alan rehberlerin turist rehberliğini “yaşamlarının gerekliliği” olarak görmedikleri ifade edilebilir.

Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeyleri tek boyutlu bir yapı ortaya koymaktadır. Toplam varyansın %73,9'unu açıklamaktadır. Turist rehberleri işe adanmışlıklarına göre “işe adanmışlıkları düşük olanlar”, “işe adanmışlıkları orta düzeyde olanlar” ve “işe adanmışlıkları yüksek düzeyde olanlar” olarak kümelere ayrılmıştır. Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeyleri bakımından yüksek olanlar (4,2709) en yüksek ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. İşe adanmışlık, düzeyleri turist rehberleri kümeleri arasında ($F=667.560, p<0.001$) anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu sonuç alan yazında Asmadili ve Köroğlu (2021) tarafından yapılan çalışmada, rehberlerin işe adanmışlık düzeylerinin yüksek olduğu sonucu ile benzerlik göstermektedir. Yılmaz vd., (2020) ise turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların işe adanmışlık düzeyleri (düşük-orta-yüksek) ile iş-kariyer-meslek ayırımı arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, literatürde işe adanmışlık ve iş, kariyer, meslek ayırımı üzerine yapılan tartışmalarla oldukça tutarlıdır (Wrzesniewski vd., 1997; Bellah vd., 1985). İşe adanmışlığı en yüksek olan grup “meslek” grubuyken (%69,5), işe adanmışlığı en düşük olan grup “iş” grubudur (%44,8). Bu sonuç turist rehberlerinin verdikleri hizmeti meslek olarak benimsedikleri ve işe adanmışlıklarının yüksek olduğunu göstermektedir. Mesleki kimlik ve aidiyet duygusunun işe adanmışlığı artırdığını göstermektedir (Ashforth ve Mael, 1989; Pelit ve Ateş, 2022). Fakat turist rehberlerinin verdikleri hizmeti iş olarak görenlerin işe adanmışlık düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir. Baum (2015) turist rehberliği mesleğinde kariyer gelişim fırsatlarının sınırlı olmasının işe adanmışlığı olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Bu çalışmanın sonucu destekler niteliktedir.

Kariyer odaklı rehberler, uzun vadeli hedeflerine bağlı olarak orta düzeyde bir adanmışlık sergilemişlerdir. Bu grup, mesleki gelişim fırsatlarının adanmışlık üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu vurgulamıştır (Greenhaus vd., 2018; Lent ve Brown, 2006).

Araştırmada elde edilen bulgular ve sonuçlar ışığında, turist rehberleri için aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

Turist rehberlerinin mesleki kimliklerini güçlendirmek için meslek içi eğitimler, sertifikasyon programları ve mesleki etkinlikler düzenlenmelidir. Bu durum, rehberlerin işlerini bir "meslek" olarak benimsemelerine ve adanmışlıklarını artırmalarına yardımcı olacaktır (Wrzesniewski ve Dutton, 2001).

Rehberlerin kariyer beklentilerini karşılamak amacıyla mentorluk programları ve kariyer planlama desteği sunulmalıdır. Bu tür fırsatlar, uzun vadeli hedeflerle işe olan bağlılığı artıracaktır (Baum, 2015). Belirsiz çalışma saatleri ve iş güvencesi eksikliği gibi olumsuz koşulların iyileştirilmesi, rehberlerin iş tatminini ve adanmışlığını artırabilir (Dalkılıç vd., 2020). Rehberlerin duygusal emeklerinin farkında olunarak, stres yönetimi ve duygusal destek programları uygulanmalıdır. Bu, tükenmişlik riskini azaltacak ve işe adanmışlığı sürdürülebilir kılacaktır (İrigüler ve Güler, 2016).

Turist rehberlerinin işe adanmışlığı hem bireysel hem de sektörel başarı için kritik bir faktördür. Bu çalışma, iş, kariyer ve meslek ayırımının rehberlerin işe adanmışlık düzeylerinin belirlenmesine katkı sağlamaktadır. Uygulanabilir önerilerle, rehberlerin mesleki tatmininin ve performansının artırılması mümkündür.

Sınırlamalar

Çalışmanın birkaç sınırlılığından bahsetmek mümkündür. Araştırmaya Türkiye'de yüksek sezon öncesi 180 turist rehberi katılmıştır. Bu nedenle, örneklem büyüklüğünün nispeten küçük olduğu söylenebilir. Bundan sonraki çalışmalarda örneklem büyüklüğünün artırılması daha iyi olacaktır. Coğrafi kapsamı genişletilerek benzer araştırmalar farklı bölgelerde tekrarlanabilir. Ayrıca, işe adanmışlık ile turist memnuniyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar yapılabilir (Tsaur vd., 2019).

Kaynakça

- Akgün, D. Y. (2017). *Turist rehberlerinin tükenmişlik ve ekonomik kaygı düzeylerinin mesleki bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ap, J., ve Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551–563.
- Arseven, P. (2017). Turizmde işkoliklik davranışı, iş tatmini ile işletme performansı arasındaki ilişkinin analizi ve örgüte duygusal bağlılığın aracı rolü: Antalya'da bulunan beş yıldızlı konaklama işletmelerindeki yöneticiler örneği. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 297–314.
- Arthur, M. B., Hall, D. T., ve Lawrence, B. S. (Eds.). (1989). *Handbook of career theory*. Cambridge University Press.
- Ashforth, B. E., ve Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
- Asmadili, İ., ve Koroğlu, Ö. (2021). Turist rehberlerinin iş değerlerinin işe adanmışlık üzerine etkisinin belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(30), 1212–1225.
- Aybaş, M., ve Kösa, G. (2018). Duygusal emeğin mesleki stres ve işe adanmışlık üzerindeki etkisi: Tur rehberleri üzerinde bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 103–111.
- Ayyıldız, S. Ç., ve Birdir, S. (2023). Turist rehberlerinin iş ve yaşam doyumunun mesleki bağlılık düzeylerine etkisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 36–57.
- Bakker, A. B., ve Demerouti, E. (2007). The Job Demands–Resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309–328.
- Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change? *Tourism Management*, 50, 204–212.
- Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A., ve Tipton, S. M. (1985). *Habits of the heart, with a new preface: Individualism and commitment in American life*. Harper ve Row.
- Boz, H., ve Alan, H. (2021). İş yaşamında yalnızlık, çalışmaya tutkunluk, yaşam tatmini ve iş tatmini arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Turizm sektörü incelemesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 253–272.
- Chen, C.-C., ve Chen, P.-K. (2018). Tourism and hospitality students' career expectations and aspirations: A comparison of four countries. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport Tourism Education*, 22, 39–49.
- Cichy, R. F., Cha, J., ve Kim, S. (2009). The relationship between organizational commitment and contextual performance among private club leaders. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 53–62.
- Dalkılıç, F., Deniz, G., ve Çokal, Z. (2020). Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı Bildiriler Kitabı* (s. 1824–1841).
- Göktepe, E. A., ve Ertopçu, İ. (2018). İş doyumu aracılığıyla turizm sektöründeki informal istihdamın incelenmesi üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 259–275.
- Greenhaus, J. H., Callanan, G. A., ve Godshalk, V. M. (2018). *Career management for life*. Routledge.
- Güzel, B., Karabacak, G., ve İşçi, C. (2020). Turizm çalışanlarında iş doyumu ve bütünleşme: Akış kuramı yaklaşımı. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 18(36), 445–470.

- Güzel, F. Ö., Türker, A., ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel turist rehberlerinin algıladıkları mesleki engelleri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2(1), 173–190.
- Güzel, Ö., ve Köroğlu, Ö. (2015). Turlarda turistlerin sergiledikleri davranış kalıplarının belirlenmesi: Turist rehberlerine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4(11), 1–22.
- Hall, D. T. (2001). *Careers in and out of organizations*. Sage Publications, Inc.
- Hirschi, A. (2018). The fourth industrial revolution: Issues and implications for career research and practice. *The Career Development Quarterly*, 66(3), 192–204.
- Ibarra, H. (1999). Provisional selves: Experimenting with image and identity in professional adaptation. *Administrative Science Quarterly*, 44(4), 764–791.
- İrigüler, F. ve Güler, M.E. (2016). Emotional labor of tourist guides: Hoe does it affect their job satisfaction and Burnout Levels?. *Journal of Yasar University*. 11 (42), 113-123.
- Kanten, P., ve Kanten, S. (2016). *Örgütlerde davranışın aydınlık ve karanlık yüzü*. Nobel Yayıncılık. Ankara.
- Kara, S., ve Demir, M. (2021). Profesyonel turist rehberlerinin davranış ve mesleki yeterliliklerinin tur kalitesine etkisi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(1), 35–52.
- Karataş, Ö., ve Yılmaz, C. (2023). Turizmde kariyer yönetiminin iş tatminine etkisi: İstanbul’da konaklama işletmeleri üzerine bir uygulama. *Journal of Travel and Tourism Research*, 8(1), 131–152.
- Kocadağ, B. C. (2019). *İş tatmini, işe adanmışlık ve yenilikçi iş davranışı üzerine otomotiv sektöründe bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul..
- Kusluyan, S., ve Kusluyan, Z. (2010). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 638–646.
- Lent, R. W., ve Brown, S. D. (2006). On conceptualizing and assessing social cognitive constructs in career research: A measurement guide. *Journal of Career Assessment*, 14(1), 12–35.
- Özsoy, A., ve Yılmaz, İ. (2024). Profesyonel turist rehberlerine ait ekonomik kaygı, işle ilgili gelişmeler kaçırma korkusu ve iş amaçlı sosyal medya kullanımı ekonomik kaygı, işle ilgili fırsatları kaçırma korkusu ve tur rehberlerinin iş amaçlı sosyal medya kullanımı. *Journal Of Tourism Research Institute Dergisi*, 1(1), 23–42.
- Pelit, E., ve Ateş, M. (2022). Turist rehberlerinin mesleki canlılıklarının mesleki bağlılıkları üzerindeki etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 9–27.
- Prakash, M., ve Chowdhary, N. (2010). What are we training tour guides for?: India. *Turizam*, 14(2), 53–65.
- Robbins, S. P., ve Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (Global ed.). Pearson Education Limited.
- Roney, S. A. (2018). *Turizm bir sistem analizi*. Detay Yayıncılık. Ankara
- Sapnas, K. G. (2004). Letters to the editor: Determining adequate sample size. *Journal of Nursing Scholarship*, 36(1), 4.
- Savickas, M. L. (2021). *Career construction theory and practice: A new paradigm for career intervention*. Routledge.
- Schaufeli, W. B., ve Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315.
- Scotter, J. R., ve Motowidlo, S. J. (1996). Interpersonal facilitation and job dedication as separate facets of contextual performance. *Journal of Applied Psychology*, 81(5), 525–531.
- Soykan, F. (2002). Profesyonel turist rehberliği kurslarındaki derslerin yeniden değerlendirilmesi ve Türkiye’nin turizm coğrafyası dersine eleştirel yaklaşımı. *Turizm Eğitimi Konferansı–Workshop (11-13 Aralık) bildiriler kitabı* içinde (ss. 99–106). Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Tsaur, S.-H., Lin, Y.-C., ve Wu, C.-S. (2019). The impact of job crafting on tour guides' work engagement and job performance. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 36(7), 834–846.
- TUREB. (2025). *Rehber istatistikleri*. Erişim tarihi: 12.12.2025. <https://www.tureb.org.tr/RehberIstatistik>.

- Weiler, B., ve Black, R. (2014). *Tour guiding research: Insights, issues and implications (Aspects of Tourism, 62)*. Channel View Publications.
- Wrzesniewski, A., ve Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work. *Academy of Management Review*, 26(2), 179–201.
- Wrzesniewski, A., McCauley, C., Rozin, P., ve Schwartz, B. (1997). Jobs, careers, and callings: People's relations to their work. *Journal of Research in Personality*, 31(1), 21–33.
- Wu, J. Z.-S. (2020). The role of emotional labor in the work engagement of tour guides. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102–347.
- Yılmaz, D. F., Deniz, G. ve Çokal, Z. (2020). Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *MTCON'20 Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı bildiriler kitabı* içinde (ss. 1824–1841).