

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİST REHBERLERİNİN KÜLTÜREL ZEKÂ DÜZEYİ VE**  
**ÖZYETERLİLİK İNANÇLARININ HİZMET SUNUMUNA ETKİSİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hasret ULUSOY**

**Balıkesir, 2017**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİST REHBERLERİNİN KÜLTÜREL ZEKÂ DÜZEYİ VE**  
**ÖZYETERLİLİK İNANÇLARININ HİZMET SUNUMUNA ETKİSİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hasret ULUSOY**

**Tez Danışmanı**  
**Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU**

**Balıkesir, 2017**

T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201612501011 numaralı Hasret ULUSOY'un hazırladığı "**Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi**" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 20.06.2017 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/~~OY ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.

Başkan.....

Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU

Üye (Danışman).....

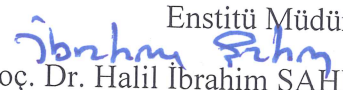
Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU

Üye.....

Yrd. Doç. Dr. Halil KORKMAZ

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

23/06/2017

Enstitü Müdürü  
  
Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN

## ÖNSÖZ

Çok kültürlü bir ortam olan turizm sektörü, farklı kültürlerden bireylerin bir araya gelmelerine olanak tanıyan bir sektördür. Bu çok kültürlü yapı göz önüne alındığında turizm çalışanlarının performansını önemli ölçüde etkileyen unsurlardan biri kültürel zekâdır. Ülkelerine gelen turistlerle en çok iletişim ve etkileşim halinde olan turist rehberleri, kültürel farklılıkları yönetirken kültürel zekâyâ ihtiyaç duymaktadırlar. Turist rehberlerinin farklı kültürlerle gereken önemi göstermeleri, kültürlerarası iletişim hususunda bilgili olmaları ve bunu yaparken de kendilerine inanmaları sundukları hizmeti doğrudan etkilemektedir. Bu araştırmanın temel amacı, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin incelenmesidir.

Öncelikle tez konumun belirlenmesinden çalışmanın neticelenmesine kadar her aşamada benden desteğini ve yardımını esirgemeyen, BTİOYO ailesine katıldığım ilk günden beri öğrencisi olmaktan gurur ve mutluluk duyduğum ve akademik hayatım süresince örnek alacağım tez danışmanım ve hocam Sayın Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Akademik bilgi ve birikimleriyle beni destekleyen başta Sayın Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Doç. Dr. Ahmet KÖROĞLU ve Yrd. Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN olmak üzere tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım. Değerli görüşleri ve katkıları adına hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Halil KORKMAZ'a teşekkür ederim. Araştırmaya katkı sağlayan çok değerli turist rehberlerine, anketlerin uygulanmasında benimle birlikte çalışan, çabalayan rehber arkadaşlarıma, beni hep cesaretlendiren, yardımını esirgemeyen meslektaşım ve arkadaşım Arş. Gör. Pelin YAĞCI'ya teşekkür ederim. Ayrıca, yardımları için meslektaşım ve arkadaşım Arş. Gör. Nilgün KARAMAN'a teşekkürlerimi sunarım.

Bu süreçte beni yalnız bırakmayan nişanlım Koray YILDIRIM'a teşekkürlerimi sunarım. Hiçbir zaman vazgeçmeme izin vermeyen anneme ve kardeşlerime teşekkürü bir borç bilirim. Olmasaydınız olmazdı.

**Balıkesir, 2017**

**Hasret ULUSOY**

## ÖZET

### TURİST REHBERLERİNİN KÜLTÜREL ZEKÂ DÜZEYİ VE ÖZYETERLİLİK İNANÇLARININ HİZMET SUNUMUNA ETKİSİ

ULUSOY, Hasret

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU

2017, 136 Sayfa

Turizm sektörü, farklı kültürlerden bireylerin bir arada bulunduğu ve iletişim halinde olduğu sektörlerin başında gelmektedir. Sektör, turistlere gidilen ülkenin kültürünü tanıma fırsatı sunmasının yanı sıra gidilen yerde turistlerin kendi kültürlerinin tanınmasını da sağlamaktadır. Bu kültür alışverişinden hareketle, turizm sektörünün görünen yüzü olan turist rehberlerine önemli görevler düşmektedir. Turist rehberleri için farklı kültürden bireyleri anlama, algılama, istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilmede ve kültürel farklılıkları etkin bir şekilde yönetebilme gibi vasıflara sahip olmasında önemli rol oynayan kültürel zekâ ve yapmaları gereken görevleri gerçekleştirebilecekleri konusunda kendilerine duydukları inançlar olan özyeterlilik kavramları önem taşımaktadır. Kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramları, rehberlerin sundukları hizmeti doğrudan etkilemektedir. Bu çalışmada, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma beş temel bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, çalışmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve tanımları yer almaktadır. İkinci bölümü ilgili alanyazın oluşturmaktadır. İkinci bölümde kuramsal çerçeve ve ilgili araştırmalar başlıkları ele alınmaktadır. Kuramsal çerçevede turist rehberliği, kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu kavramları incelenmiştir. İlgili araştırmalar bölümünde, kültürel zekâ, özyeterlilik ve turist rehberliğine ilişkin çalışmalara yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama

aracı ve tekniği, veri toplama süreci ele alınmıştır. Dördüncü bölüm, araştırmanın bulguları ve yorumlarından, beşinci ve son bölüm ise, bulgular ışığında elde edilen sonuçlar ve sonuçlara ilişkin önerilerden oluşmaktadır.

Veriler, anket yöntemiyle elde edilmiş ve istatistiksel analizler aracılığıyla değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, katılımcıların kültürel zekâ düzeylerinin yüksek seviyede olduğu, özyeterlilik düzeylerinin ise orta seviyede olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte turist rehberlerinin çalışma şekilleri ile özyeterlilik inançları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Kültürel zekâdaki değişimleri en çok etkileyen faktör üstbilişsel kültürel zekâdır. Araştırmada kültürel zekânın özyeterlilik üzerinde; özyeterliliğin kültürel zekâ üzerinde; kültürel zekânın hizmet sunumu üzerinde ve özyeterliliğin hizmet sunumu üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür, Kültürel Zekâ, Özyeterlilik, Hizmet, Hizmet Sunumu, Turist Rehberleri.

## **ABSTRACT**

# **THE IMPACT OF THE LEVEL OF CULTURAL INTELLIGENCE AND SELF-EFFICACY BELIEFS OF TOURIST GUIDES ON SERVICE ENCOUNTER**

ULUSOY, Hasret

Master Thesis, Department of Tourism Management

Advisor: Assc. Prof. Özlem KÖROĞLU

2017, 136 Pages

The tourism sector is one of the sectors where the individuals from different cultures come together and communicate. The sector not only provides the opportunity for tourists to get to know the cultures of the host country, but also allows tourists to recognize their own culture. With reference to this exchange of culture, the tourist guides, who are the front-line players in the tourism industry, have important duties. Self-efficacy which is the belief in trusting themselves about carrying out the task they have to do and cultural intelligence which plays an important role in having the qualities of being able to understand, perceive and satisfy the needs and requests of individuals from different cultures and manage cultural differences effectively are very important concepts for the tour guides. The concepts of cultural intelligence and self-efficacy directly influence the services which are served by tour guides. In this research, it is aimed to determine the impact of the level of cultural intelligence and self-efficacy beliefs of tourist guides on service encounter.

In the first section of study, which has five main sections, the problem, purpose, significance, assumptions, limitations and definitions are submitted. The related literature is constitute the second section and the section has two parts as theoretical frame and related researchs. The theoretical frame consists of four sub-sections; tourist guiding, cultural intelligence, self-efficacy and service encounter. In related research, the published researches are given about cultural intelligence, self-efficacy and tourist guiding. The process, tool and technique of data collection, the model, population and sample of research are examined in the third section. The fourth section consists of the

finding and interpretation of the study. In the last section, the results are given. Meanwhile, recommendations related results are developed.

The data, obtained by survey method have been statistically analyzed and evaluated. The result of research indicates that the participants have high levels of cultural intelligence and midlevel of self-efficacy. However, there are a statistically significant relationships between the self-efficacy levels and the manner of work. The most influential factor in the changes in cultural intelligence is metacognitive cultural intelligence. In this research, it has been found that there is a positively impact of cultural intelligence on self-efficacy; self-efficacy on cultural intelligence; cultural intelligence on service encounter and self-efficacy on service encounter.

**Keywords:** Culture, Cultural Intelligence, Self-Efficacy, Service, Service Encounter, Tourist Guides.



Kardeşlerim, Kader ve Zafer'e...

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
1.GİRİŞ	
1.1. Problem .....	2
1.2. Amaç .....	3
1.3. Önem .....	3
1.4. Varsayımlar .....	4
1.5. Sınırlılıklar.....	4
1.6. Tanımlar .....	4
2. İLGİLİ ALANYAZIN	
2.1. KURAMSAL ÇERÇEVE .....	6
2.1.1. TURİST REHBERLİĞİ KAVRAMININ ANALİZİ .....	6
2.1.1.1. Turist Rehberliği Kavramının Tanımı.....	6
2.1.1.2. Turist Rehberinin Nitelikleri, İşlevleri ve Görevleri.....	8
2.1.1.3. Turist Rehberinin Sahip Olması Gereken Özellikler .....	11
2.1.1.4. Turist Rehberinin Üstlendiği Roller.....	12
2.1.2. KÜLTÜREL ZEKÂ KAVRAMININ ANALİZİ .....	14
2.1.2.1. Kültür Kavramı .....	15
2.1.2.1.1. Kültür Kavramının Tanımı .....	15
2.1.2.1.2. Kültürün Özellikleri .....	16
2.1.2.2. Zekâ Kavramı.....	19
2.1.2.2.1. Zekâ Kavramının Tanımı .....	20
2.1.2.2.2. Zekânın Özellikleri.....	20
2.1.2.2.3. Zekâ Türleri .....	21
2.1.2.3. Kültürel Zekâ Kavramı .....	25
2.1.2.3.1. Kültürel Zekâ Kavramının Tanımı .....	27
2.1.2.3.2. Kültürel Zekânın Boyutları .....	29
2.1.2.3.2.1. Üstbilişsel Kültürel Zekâ .....	31

2.1.2.3.2.2. Bilişsel Kültürel Zekâ .....	33
2.1.2.3.2.3. Motivasyonel Kültürel Zekâ .....	34
2.1.2.3.2.4. Davranışsal Kültürel Zekâ .....	36
2.1.2.3.3. Kültürel Zekânın Diğer Zekâ Türleri ile İlişkisi.....	37
2.1.2.3.4. Kültürel Zekânın Elde Edilmesi ve Genişletilmesi .....	38
2.1.2.3.5. Turizm Sektöründe Kültürel Zekânın Önemi.....	43
2.1.3. ÖZYETERLİLİK KAVRAMININ ANALİZİ .....	43
2.1.3.1. Özyeterlilik Kavramının Tanımı .....	43
2.1.3.2. Özyeterliliğin Kaynakları.....	47
2.1.3.3. Özyeterliliğin Etki Ettiği Süreçler.....	52
2.1.3.4. Özyeterliliğin Önemi.....	53
2.1.3.5. Yüksek ve Düşük Özyeterlilik İnancına Sahip Olan Bireylerin Özellikleri.....	54
2.1.4. HİZMET SUNUMU KAVRAMININ ANALİZİ.....	56
2.1.4.1. Hizmet Kavramının Tanımı .....	56
2.1.4.2. Hizmetin Özellikleri.....	56
2.1.4.3. Hizmet Verme Yatkınlığı.....	59
2.1.4.4. Hizmet Sunumunun Önemi.....	60
2.1.5. TURİST REHBERLERİNDE KÜLTÜREL ZEKÂ, ÖZYETERLİLİK VE HİZMET SUNUMU İLİŞKİSİ.....	61
2.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	64
2.2.1. Kültürel Zekâ İle İlgili Yapılan Araştırmalar .....	65
2.2.2. Özyeterlilik İle İlgili Araştırmalar .....	70
2.2.3. Turist Rehberliği İle İlgili Araştırmalar .....	72
3. YÖNTEM	
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	75
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	76
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri .....	78
3.4. Veri Toplama Süreci .....	80
3.5. Verilerin Analizi.....	81
4. BULGULAR VE YORUMLAR	
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular .....	82
4.2. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Doğrulamalı Faktör Analizi.....	84
4.3. Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumu Ölçeklerine İlişkin Bulgular	89
4.3.1. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Bulgular .....	90
4.3.2. Özyeterlilik Ölçeğine İlişkin Bulgular.....	90

4.3.3. Hizmet Sunumu Ölçeğine İlişkin Bulgular.....	93
4.4. Normal Dağılım Testi.....	94
4.5. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumuna İlişkin Fark Testleri .....	96
4.5.1. Katılımcıların Cinsiyetleri ile Kültürel Zekâları ve Özyeterlilikleri Arasındaki İlişki.....	96
4.5.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle Kültürel Zekâları Arasındaki İlişki .....	97
4.5.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Özyeterlilikleri Arasındaki İlişki .....	98
4.5.4. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Hizmet Sunumları Arasındaki İlişki .....	100
4.6. Hipotez Analizlerine İlişkin Bulgular .....	102
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	
5.1. Sonuçlar.....	105
5.2. Öneriler.....	108
KAYNAKÇA	113
EKLER	131

## ÇİZELGELER LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
Çizelge 1. Turist Rehberinin Temel İşlevleri ve Nitelikleri	9
Çizelge 2. Turist Rehberinin Rollerini	13
Çizelge 3. Kabul Gören Örneklem Büyüklükleri	78
Çizelge 4. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları	83
Çizelge 5. Katılımcıların Mesleki Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları	85
Çizelge 6. Doğrulayıcı Faktör Analizinde Kullanılan Uyum İyiliği İndeksleri ve Uyum Değerleri	88
Çizelge 7. Kültürel Zekâ Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri	88
Çizelge 8. Cronbach's Alpha Değerleri	90
Çizelge 9. Kültürel Zekâ Ölçeğinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Ölçeğin Güvenirlik Analizi	91
Çizelge 10. Özyeterlilik Ölçeğinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Ölçeğin Güvenirlik Analizi	92
Çizelge 11. Hizmet Sunumu Ölçeğinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Ölçeğin Güvenirlik Analizi	93
Çizelge 12. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro- Wilk Testleri	94
Çizelge 13. Özyeterlilik Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro- Wilk Testleri	95
Çizelge 14. Hizmet Sunumu Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro- Wilk Testleri	95
Çizelge 15. Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumu Ölçeklerine İlişkin Çarpıklık- Basıklık Değerleri	96
Çizelge 16. Cinsiyete İle Kültürel Zekâ ve Özyeterliliğe İlişkin Mann- Whitney U Testi Sonuçları	97
Çizelge 17. Sosyo-Demografik Özellikler İle Kültürel Zekâyâ İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları	97
Çizelge 18. Mesleki Özellikler İle Kültürel Zekâyâ İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları	98
Çizelge 19. Sosyo-Demografik Özellikler İle Özyeterliliğe İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları	99
Çizelge 20. Mesleki Özellikler İle Özyeterliliğe İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları	100
Çizelge 21. Sosyo-Demografik Özellikler İle Hizmet Sunumuna İlişkin T-Testi ve ANOVA Testi Sonuçları	101

Çizelge 22. Mesleki Özellikler ile Hizmet Sunumuna İlişkin ANOVA Testi Sonuçları	101
Çizelge 23. H <sub>1</sub> Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları	102
Çizelge 24. H <sub>2</sub> Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları	103
Çizelge 25. H <sub>3</sub> Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları	103
Çizelge 26. H <sub>4</sub> Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları	104
Çizelge 27. Araştırma Hipotezlerinin Red/Kabul Durumları	104

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
Şekil 1. Rehberlerin Nitelikleri	10
Şekil 2. “Kültür” Kavramı: Ana Öğeler ve Kültür “Haritalar”	19
Şekil 3. Dört Boyutlu Kültürel Zekâ Modeli	30
Şekil 4. Kültürel Zekânın Bileşenleri	40
Şekil 5. Kültürel Zekânın Gelişimi	41
Şekil 6. Özyeterliliğin Kaynakları	47
Şekil 7. Hizmetin Özellikleri	57
Şekil 8. Araştırma Modeli	76
Şekil 9. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Alt Boyut ve Maddeleri Gösteren Diyagram (Standardize Edilmiş)	86
Şekil 10. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Alt Boyut ve Maddeleri Gösteren Diyagram (Standardize Edilmemiş)	87
Şekil 11. Araştırmanın Sonuç Modeli	104

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>ADRO:</b>	Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası
<b>ANRO:</b>	Ankara Turist Rehberleri Odası
<b>ARO:</b>	Antalya Rehberler Odası
<b>ATRO:</b>	Aydın Turist Rehberleri Odası
<b>BURO:</b>	Bursa Turist Rehberleri Odası
<b>ÇARO:</b>	Çanakkale Rehberler Odası
<b>GARO:</b>	Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası
<b>İRO:</b>	İstanbul Turist Rehberleri Odası
<b>İZRO:</b>	İzmir Turist Rehberleri Odası
<b>MURO:</b>	Muğla Turist Rehberleri Odası
<b>NERO:</b>	Nevşehir Rehberler Odası
<b>ŞURO:</b>	Şanlıurfa Bölgesel Rehberler Odası
<b>TDK:</b>	Türk Dil Kurumu
<b>TRO:</b>	Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası
<b>TUİK:</b>	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TUREB:</b>	Turist Rehberleri Birliği
<b>UNWTO:</b>	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
<b>WFTGA:</b>	Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu



# 1. GİRİŞ

Turistik destinasyonların sayısının giderek artması, turizm yatırımı yapan işletmelerin sayısını arttırmış, böylece ihracat gelirleri ve altyapı, geliştirme yoluyla sosyo-ekonomik ilerlemenin anahtar unsuru olmuştur. Turizm, uluslararası ticaretin önemli bir kesimini oluşturmaktadır (UNWTO, 2016: 2).

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de turizm gelirleri milli gelirlere katkı sağlamaktadır. 2016 yılı turizm geliri yurt dışında ikamet eden yabancı ziyaretçiler bazında 15.991.381,000 dolar ve yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler bazında 5.964.853,000 dolar olmak üzere 22.107.440,000 dolar olarak gerçekleşmiştir. Bunun yanı sıra 2016 yılında 25.265.406’sı yurt dışında ikamet eden yabancı ziyaretçiler, 6.099.924’ü yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler olmak üzere Türkiye’ye gelen toplam ziyaretçi sayısı 31.365.330’dur (TUIK, 2017).

Temelini insan ve insan topluluklarının oluşturduğu turizm olayının, sosyo-ekonomik etkilerinin yanı sıra sosyo-kültürel etkileri de mevcuttur. Turizm olayı, farklı kültürlerden bireyleri bir araya getirmekte ve turistlerin daha iyi anlaşılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada, turist rehberlerinin kültürel farklılıkları anlayabilme ve bu farklılıkları yönetebilmede ihtiyaç duyacakları kültürel zekâ ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, turist rehberlerinin sahip oldukları bilgi ve birikimin yanı sıra motivasyonları da mesleğin icrasında önemli bir yer tutmaktadır. Rehberlerin mesleki görevlerini yerine getirmede kendilerine olan inançları işin başarımında önemli bir husustur.

Bu çalışma, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumlarını etkileyeceği düşünülerek yapılmaktadır. Bu sebeple çalışmada, turizm sektöründe farklı kültürlerden turistlerle en fazla iletişim ve etkileşim halinde olan turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

## 1.1. Problem

Dünyada uluslararası turizm hareketleri artarak devam etmektedir. Dolayısı ile farklı kültürlere mensup olan bireyler, buldukları ülkelerden farklı ülkelere gitmekte ve kendi kültürleri dışında başka kültürlerle buluşmaktadır. Gidilen ülkenin temsilcileri olan turist rehberleri, ülkeyi tanıtmaya, ülkenin tarihi, coğrafyası ve kültürü gibi konular hakkında bilgi verme, onlara kılavuzluk etme gibi önemli görevleri yerine getirmekle yükümlüdürler. Farklı kültürlere mensup olan turistler, gittikleri ülkeye adım attığı andan evlerine geri döndükleri ana kadar en fazla turist rehberleriyle iletişim ve etkileşim halindedirler.

Turist rehberlerinin farklı kültürlere mensup olan turistlerle etkileşime girmeleri ve karşı karşıya geldikleri kültürleri analiz etmeleri için bu kültürlere duyarlı olmaları gerekmektedir. Kültürel zekâ, farklı milliyetlere mensup olan turistleri tanıma ve anlamada önemli bir ölçüt olarak görülmektedir (Ersoy ve Ehtiyar, 2015: 43). Turist rehberleri, çok kültürlü ortamlarda, farklı kültürel özelliklere ve davranışlara sahip olan turistlere hizmet etmek durumunda kalmakta ve bu sebeple de kültürel zekâyâ ihtiyaç duymaktadırlar.

Özyeterlilik, bireyin görevini başarı ile gerçekleştirmesi hususunda yetenek ve kapasitesine olan inancını ifade etmektedir (Bandura, 1997: 46). Bir başka deyişle, bireyin karşı karşıya kalabileceği güç durumların üstesinden gelme hususunda, başarabileceğine olan inancı anlamına gelmektedir (H. Çolakoğlu ve T. Çolakoğlu, 2016: 75). Özyeterlilik inancı bireyin motivasyonu ve kişisel başarısında temel nokta olmakla birlikte (Pajares, 2002: 3; Chen ve diğerleri, 2004: 375) performansını da etkilemektedir (Kotaman, 2008: 113). Buradan hareketle, turist rehberlerinin sahip olduğu özyeterlilik inancı sundukları hizmeti doğrudan etkilemektedir.

Bu kapsamda, hizmet sunumu süresince sahip oldukları kültürel zekâ düzeylerinin ve özyeterlilik inançlarının turist rehberlerinin başarısında önemli rol oynadığı görülmektedir. Araştırmanın problemini, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin incelenmesi oluşturmaktadır.

## 1.2. Amaç

Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin incelenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın temel amacı doğrultusunda aşağıda yer alan sorulara yanıt bulunmaya çalışılmıştır:

- Turist rehberlerin kültürel zekâ düzeyi nedir?
- Turist rehberlerin kültürel zekâ düzeyleri, demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde etkisi var mıdır?
- Turist rehberlerinin özyeterlilik düzeyi nedir?
- Turist rehberlerinin özyeterlilik inançları, demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde etkisi var mıdır?

## 1.3. Önem

Turist rehberleri, ziyaretçi kabul eden destinasyon ile ziyaretçi arasında bir köprü görevi gören kültür elçileridir. Çok kültürlü ortamlarda önemi giderek artan kültürel zekâ, farklı kültürlerden bireylerle sürekli iletişim ve etkileşimde bulunan ve turizm olayına büyük katkıları olan turist rehberleri için ayrı bir önem taşımaktadır. Farklı kültürleri anlama ve bu farklılıkları yönetebilme becerisi sunulan hizmetin kalitesini arttırmakta, ziyaretçi memnuniyeti sağlamak ve ülke imajını olumlu yönde etkileyerek tekrar ziyaret etme eğilimini arttırmaktadır. Bununla birlikte turist rehberlerinin sorumluluğunu üstlendikleri turistlere en iyi şekilde hizmet vermeleri onların yükümlülükleri arasındadır. Buradan hareketle, turist rehberlerinin hizmet sunumunu başarı ile gerçekleştirebileceklerine olan inançları yani kısaca özyeterlilik inançları da verilen hizmetin kalitesini artırarak ziyaretçi tatmini sağlamaktadır. Böylelikle, turist rehberleri, turizmin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır.

Farklı kültürlerin bulunduğu ortamlarda hizmet verenler için önemi giderek artan kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramlarının birlikte ele alındığı çok az akademik

çalışmaya rastlanmıştır. Bu sebeple bu çalışmanın, turizm literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının genel bir profilini ortaya koyduğundan önem arz etmektedir. Ayrıca, kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramları turizm sektöründe hizmet veren tüm işgörenler için önem taşıdığından bu çalışmanın turizm sektöründe yapılabilecek araştırmalara da öncülük edeceği düşünülmektedir.

#### **1.4. Varsayımlar**

Araştırmanın amacı doğrultusunda turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan anketin, araştırmaya katılan turist rehberleri tarafından içtenlikle yanıtlanacağı varsayılmıştır.

#### **1.5. Sınırlılıklar**

Bu araştırmanın belirli sınırlılıkları mevcuttur. Türkiye’de 2016-2017 yılı itibariyle T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belge verilen toplam 10176 turist rehberi bulunmaktadır. Bu rehberlerin 6298’i aktif, 3878’i pasif durumdadır. Aktif olarak mesleğini icra etmeyen turist rehberleri hizmet sunumu gerçekleştirmedikleri sebebiyle aktif olarak çalışan rehberler araştırmanın sınırlılıklarındandır. Bununla birlikte, anketin uygulandığı dönemin sezonun dışında olması ve rehberlerin tur yoğunluklarını bahane ederek anketi yanıtlamaktan kaçınması veri toplamada güçlükler yaşanmasına sebep olmuştur. Ayrıca, araştırmanın kuramsal çerçevesi ulaşılabilen kaynaklarla sınırlandırılmıştır.

#### **1.6. Tanımlar**

**Turist Rehberliği Hizmeti;** Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre “Seyahat acenteciliği faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak, ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesi, seyahat acenteleri tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentesinin yazılı

belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acente adına yönetilmesi”dir (TUREB, 2017).

**Turist rehberi;** aynı kanun hükümleri uyarınca “mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişi” şeklinde ifade edilmektedir (TUREB, 2017).

**Kültür;** “bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan, geçmişten beri değişerek devam eden, kendine özgü, sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzı”dır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, [KTB], 2017).

**Zekâ;** “insanın düşünme, akıl yürütme, objektif gerçekleri algılama, yargılama ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tamamı”dır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2017).

**Kültürel zekâ;** farklı kültürden bir bireyin davranışını, jest, mimik, vurgu ve tonlamasını bireyle aynı kültürü paylaşan diğer insanlar gibi anlaşılabilmesi, değerlendirilebilmesi ve yorumlanabilmesi olarak ifade edilmektedir (Ersoy ve Ehtiyar, 2015: 43).

**Özyeterlilik;** bireylerin görevleri başarı ile gerçekleştirme noktasında becerilerine veya kapasitelerine olan inançlarıdır (Bandura, 1997: 46).

**Hizmet;** bireyler ve makineler tarafından o bireylerin çabasıyla üretilen tüketicilere doğrudan fayda sağlayan, fiziksel olmayan ürünler hizmet olarak tanımlanmaktadır (Koç, 2015: 21).

**Hizmet sunumu;** hizmeti sunan ve alan bireyler arasındaki ikili etkileşimdir (Surprenant ve Solomon, 1987: 87).

## **2. İLGİLİ ALANYAZIN**

### **2.1. KURAMSAL ÇERÇEVE**

Kuramsal çerçevede turist rehberliği, kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu kavramlarının incelenmesine yer verilmektedir.

#### **2.1.1. TURİST REHBERLİĞİ KAVRAMININ ANALİZİ**

Bu bölümde turist rehberliğinin tanımı, turist rehberinin işlevleri, nitelikleri, görevleri, sahip olması gereken özellikler ve üstlendiği roller açıklanmıştır.

##### **2.1.1.1. Turist Rehberliği Kavramının Tanımı**

Turizm olayı, ülke sınırlarının ötesinde gerçekleştiğinden uluslararası bir özellik taşımaktadır (Hacıoğlu, 2015: 115). Turistlerin kendi ülkeleri dışında çeşitli ülkeleri tanımak istemeleri turizm olayını etkileyen önemli unsurlardan biridir (Batman ve Oğuz, 2011: 191). Turizm sektörünün sahip olduğu emek-yoğun yapı, beşeri ilişkileri ön plana çıkarmakta ve böylelikle turizm çalışanları ülkeyi ziyaret eden turistlerle yüz yüze ilişkiler kurmaktadır (Çelik ve Atik, 2016: 510). Bu bağlamda turist rehberleri, turizm sektöründe ön plana çıkan işgörenler olmaktadır.

Turist rehberliği en eski insan faaliyetlerinden ve turizm sektörünün yapı taşlarından biridir. Bu mesleği icra eden turist rehberleri turist gruplarıyla birebir bilgi alışverişi sağlama olanağına sahiptir (A. Köroğlu., Ö. Köroğlu ve Sarıoğlan, 2007: 30). Ayrıca turist rehberleri, hizmet yoluyla farklı insan grupları arasında köprü kuran kişi olarak gösterilmektedir (Yıldız, Kuşlivan ve Şenyurt, 1997: 7; Dahles, 2002: 784; Zhang ve Chow, 2004: 82).

Rehber “birinin doğruyu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse veya şey, delil” anlamına gelmektedir (TDK, 2017). Rehber, aynı zamanda bir ülkeyi ziyaret eden yabancı turist grupları ile ilgilenen, onlarla doğrudan iletişim ve etkileşim

halinde olan ve en uzun süre geçiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Ahipaşaoğlu, 2006: 68).

Hacıoğlu (2016: 179) turist rehberini, verilen seyahat programını uygulayan, ülkeye gelen turist gruplarına yardımcı olan, yöre/bölge ve tarihi eserlerle ilgili onlara bilgi veren ve turun yönetiminden birinci derecede sorumlu olan kişi olarak tanımlamaktadır. Turist rehberleri, turizm endüstrisinde önde gelen oyuncularındır ve sektörün başarısı önemli ölçüde turist rehberlerinin performansına bağlı olmaktadır. Turist rehberleri, bir destinasyonun sahip olduğu cazibe merkezleri ve kültürü hakkındaki bilgiyi, iletişim ve hizmet becerileri sayesinde ziyaretçilere aktarabilmektedir (Ap ve Wong, 2001: 551).

Turist rehberleri, turistlerle iletişim halinde olan, onlara gezileri süresince eşlik eden, seyahatleri boyunca yanlarında olan bireylerdir. Sergiledikleri performans ve turistlere karşı gösterdikleri ilgi ile turlarını gerçekleştirmekte ve tur operasyonu esnasında ortaya çıkabilecek sorunlarla ilgilenerek turist tatmininde önemli bir rol oynamaktadır (Yazıcıoğlu, Tokmak ve Uzun, 2008: 2) Rehberlerin aracı ve kültür elçisi işlevleri, turistlerin destinasyonu ve destinasyona ait kültürü anlamada ve destinasyon hususunda ziyaretçi deneyimini iyileştirmede hayati bir rol oynamaktadır (Ap ve Wong, 2001: 552).

Turist rehberi, “ziyaretçilere seçtikleri dilde rehberlik eden, genellikle uygun makamlarca verilen ve/veya tanınan, yeterliliğe sahip olduğu bir bölgenin doğal ve tarihi mirasını yorumlayan bir kişi” olarak tanımlanmaktadır (WFTGA, 2017).

Ahipaşaoğlu (2006: 121) ise turist rehberini, “belirli bir program dâhilinde yerli veya yabancı gezginlere yol gösteren, program kapsamındaki ziyaret yerleri hakkında uygun dilde doğru bilgiler aktaran, ülke ya da bölge hakkında tanıtım yapan, gezginlerin doğru sosyal, ekonomik ve kültürel izlenimler almasına yardımcı olan kişi” olarak ifade etmiştir.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012)’na göre turist rehberliği hizmeti, “seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları

tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi”ni ifade etmektedir.

### **2.1.1.2. Turist Rehberinin Nitelikleri, İşlevleri ve Görevleri**

Kültürlerarası bir olay niteliğine sahip olan turizm, turist ile yerel halkı buluşturmakta ve böylelikle farklı kültürlere mensup olan bireyler arasında kültürel etkileşimi olanaklı kılmaktadır. Ancak, turist ve yerel halk arasında kültürel boşluklar meydana gelmektedir; bu boşlukları doldurma görevi de turist rehberlerine düşmektedir (Ö. Köroğlu, 2009: 1336).

Çizelge 1’de turist rehberlerinin temel işlev ve nitelikleri verilmektedir. Çizelge 1’e göre turist rehberlerinde bulunması gereken işlevler ve nitelikler, olağanüstü durumlarla başedebilme, tanıtma ve bilgilendirme, hakkaniyeti sağlama, iletişim, yönetim ve eğlendirme olmak üzere altı başlık altında toplanmıştır (Yıldız ve diğerleri, 1997: 11). İletişim temel işlevi altında, sözlü ve yazılı iletişim becerisi ile bireylerarası iletişim becerisi yer almaktadır. Yönetim işlevi altında, planlama, organizasyon, koordinasyon, liderlik ve denetim becerileri bulunmaktadır. Tanıtma ve bilgilendirme işlevi altında, tanıtılan turizm mahalli ile ilgili unsurlar; eğlendirme işlevi altında, esprili olma, hoş görme, sosyal olma, insanları anlama ve dışadönük olma nitelikleri dikkat çekmektedir. Olağanüstü durumlarla baş edebilme işlevi kapsamında yer alan nitelikleri, teknik bilgi, beceri, soğukkanlı ve dayanıklı olma oluşturmaktadır. Hakkaniyeti sağlama işlevi ise, hukuk bilgisi, iş ahlakı duygusu ve dürüst davranma niteliklerini kapsamaktadır.

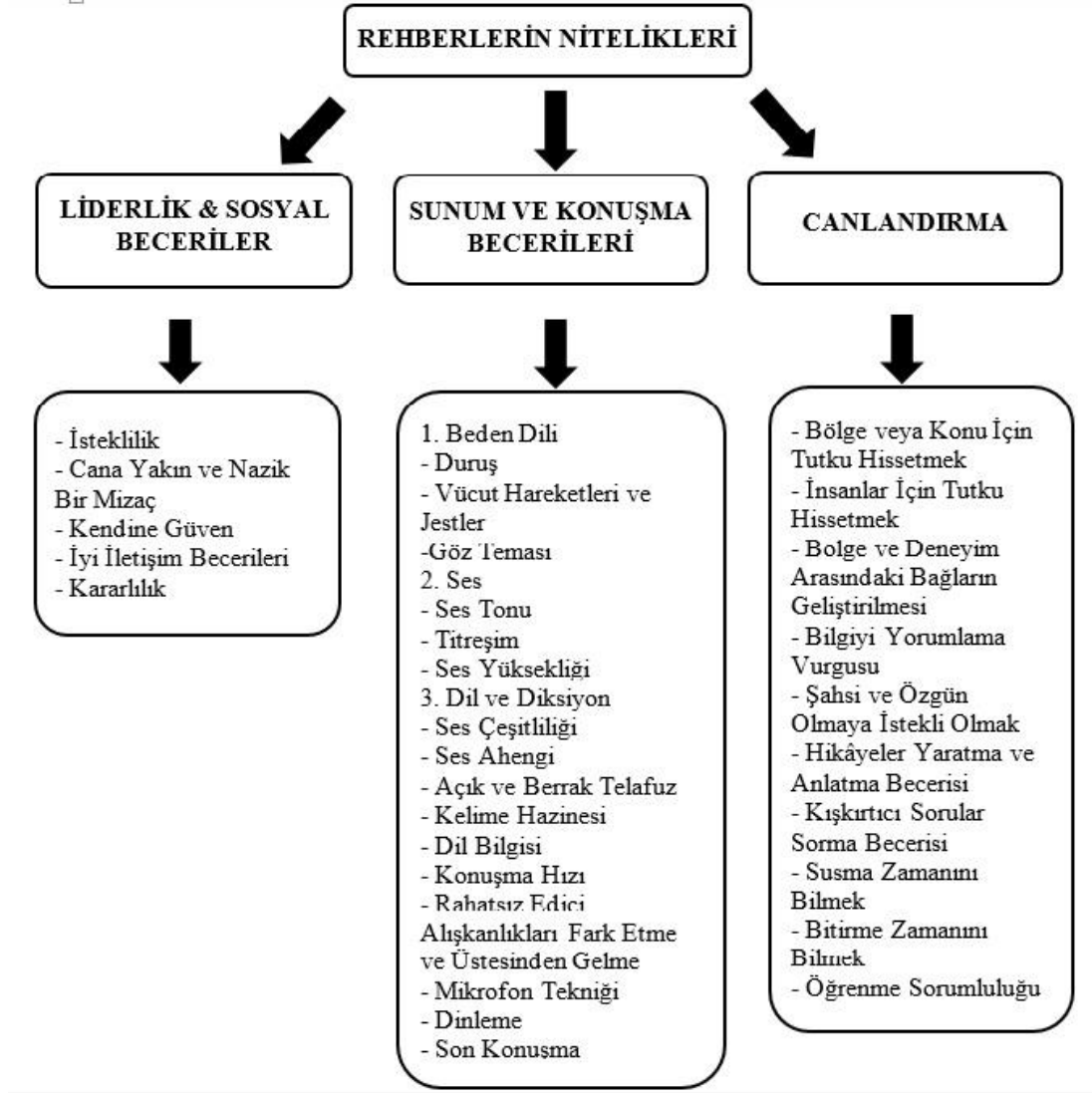


**Çizelge 1. Turist Rehberinin Temel İşlevleri ve Nitelikleri**

REHBERİN TEMEL İŞLEVLERİ	NİTELİKLER
1. İletişim	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sözlü ve yazılı iletişim becerisi (kendi dilinde ve en az bir yabancı dilde)</li><li>• Bireylerarası iletişim becerisi</li></ul>
2. Yönetim	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planlama</li><li>• Organizasyon</li><li>• Koordinasyon</li><li>• Liderlik</li><li>• Denetim becerileri</li></ul>
3. Tanıtma ve Bilgilendirme	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tanıttığı turizm mahallini tüm yönleriyle tanıma, anlama ve sevme</li></ul>
4. Eğlendirme	<ul style="list-style-type: none"><li>• İnsanları anlama ve hoş görme</li><li>• Dışadönük ve sosyal olma</li><li>• Esprili olma</li></ul>
5. Olağanüstü Durumlarla Başedebilme	<ul style="list-style-type: none"><li>• Teknik bilgi ve beceriler</li><li>• Soğukkanlı ve dayanıklı olma</li></ul>
6. Hakkaniyeti Sağlama	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hukuk bilgisi</li><li>• Hakkaniyet ve iş ahlakı duygusu</li><li>• Dürüst davranma</li></ul>

**Kaynak:** Rıfat Yıldız., Salih Kuşluyan., ve Yücel Şenyurt. (1997). Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi. Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV, s. 11.

Çolakoğlu, Efendi ve Epik (2014), derinlere inildikçe anlamı derinleşen “rehberlik etme” kavramının yalnızca bilgi verme anlamına gelmediğini bunun yanı sıra turist rehberlerin birçok niteliğe sahip olması gerektiğini belirtmişler ve bu nitelikleri üç ana başlık altında toplamışlardır. Şekil 1’de rehberlerin nitelikleri açıklanmaktadır. Bunlar, liderlik ve sosyal beceriler, sunum ve konuşma becerileri ve canlandırmadır. Şekil 1’e göre liderlik ve sosyal becerileri, isteklilik, cana yakın ve nazik bir mizaç, kendine güven, iyi iletişim becerileri ve kararlılık oluşturmaktadır. Sunum ve konuşma becerileri kapsamında, beden dili (duruş, vücut hareketleri, jestler), ses (ses tonu, titreşim, ses yüksekliği), dil ve diksiyon (ses çeşitliliği, ses ahengi, açık ve berrak telaffuz, kelime hazinesi, dil bilgisi, konuşma hızı, rahatsız edici alışkanlıkları fark etme ve üstesinden gelme, mikrofon tekniği, dinleme, son konuşma) bulunmaktadır. Canlandırma niteliği kapsamında ise bölge ve konu için tutku hissetmek, insanlar için tutku hissetmek, bölge ve deneyim arasındaki bağların geliştirilmesi, bilgiyi yorumlama vurgusu, şahsi ve özgün olmaya istekli olma, hikâyeler yaratma ve anlatma becerisi, kışkırtıcı sorular sorma becerisi, susma zamanını bilme, bitirme zamanını bilme ve öğrenme sorumluluğu yer almaktadır.



**Şekil 1. Rehberlerin Nitelikleri**

**Kaynak:** Osman Eralp Çolakoğlu., Ergün Efendi., ve Fatih Epik. (2014). Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık. s. 147- 156.

Ülkeyi ve ülke turizmini tanıtmak turist rehberinin asli görevidir (Demircan, 2007: 30). Tanıtma görevine ek olarak temsil etme görevi de önem taşımaktadır. Turist rehberi, bağlı bulunduğu işletmeyi temsil etmekle birlikte, ülkenin de temsilcisi konumundadır (Tetik, 2006: 28).

Turist rehberleri, bilgilendirme görevleri (Dahles, 2002: 783; Hillman, 2006: 1) kapsamında gidilen ülke, bölge ve yöre hakkında ziyaretçilere doğru ve kapsamlı bilgiler sunmaktadırlar. (Güzel, 2007: 31; Çolakoğlu ve diğerleri, 2014: 37). Ayrıca, tercih edilen dilde ziyaretçilere, doğal ve kültürel mirası eğlenceli bir biçimde anlatmakta; bir başka deyişle yorumlama görevlerini yerine getirmektedirler (Dahles,

2002: 783). Turist rehberlerinin diğere görevlerinden biri de ziyaretçileri yönlendirmektir. Rehberler, karşılama, konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi ihtiyaçları hususunda ziyaretçilere bilgi vermek ve onları yönlendirmek durumundadırlar (Güzel, 2007: 31).

Turist rehberlerinin turları esnasında itina göstermeleri gereken durumlardan biri de gezdirdikleri gruba uygun olan faaliyetleri sürdürmek, aynı zamanda grup içerisinde uyum ve dengeyi sağlamak zorunda olmalarıdır. Grubun sahip olduğu eğilim ve nitelikler dikkate alınarak gezi, dinlenme ve serbest zaman sürelerinin dağılımını da turist rehberleri tarafından belirlenmelidir (Tetik, 2006: 29).

Turist rehberlerinin olağanüstü durumlarla başa çıkma ve hakkaniyeti sağlama görevleri de bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, grup üyeleri arasında ayırım yapmaksızın onlarla ilgilenmek ve gereken durumlarda onların hakkını aramak da görevleri arasında yer almaktadır (Güzel, 2007: 33). Ayrıca rehberler, turist grubunun tur esnasında karşılaştıkları tüm sorunlarla ilgilenme ve bu sorunları çözme görevini üstlenmektedir. Sorunların çözümlenmemiş olmasından kaynaklanan zarar, hizmetin tamamına yansıtacağı için bu zararı asgari düzeye indirmek ve hizmeti en iyi şekilde sunmak rehberlerin görevleri arasındadır (Yarcan, 2007: 35).

### **2.1.1.3. Turist Rehberinin Sahip Olması Gereken Özellikler**

Her turist grubu gittikleri ülkede çoğu zaman ilk olarak turist rehberlerini görmektedirler. Böylelikle turist grubu ve turist rehberleri arasındaki ilk iletişim başlamaktadır. Bu iletişim ve etkileşim sırasında turist rehberlerinin sahip olduğu eğitim yadsınmamaktadır (Güzel, 2007: 12).

Farklı ilgi, algı ve kültürel özelliklere sahip olan turistler göz önüne alındığında eğitimin yanı sıra (Yazıcıoğlu ve diğere, 2008: 3), liderlik, davranış esnekliği, mizah yeteneği ve sabır gibi belli başlı özelliklere sahip olmaları mesleği gereğine uygun bir şekilde icra edebilmenin öncelikli şartıdır (Kaya ve Özhan, 2012: 110). Avcıkurt (2015), turist rehberlerinde bulunması gereken temel özellikleri eğitim, dil akıcılığı, önceki eğitimi, önceki deneyimi ve etnik kimlik olarak sıralamıştır. Bu özelliklere ek olarak, aşağıdaki özellikler de sıralanmaktadır (Eker, 2015: 46):

- Geniş bir bilgi yelpazesine sahip olmalıdır.

- Vatanperver olmalıdır.
- Gerçek ve tarafsız bir dünya görüşüne sahip olmalıdır.
- En az bir yabancı dili, kurallarına uygun bir şekilde konuşabilmelidir.
- Düzgün bir diksiyona ve beden diline sahip olmalıdır.
- Mizah yeteneğine sahip olmalı ve anlattıklarını dinleyicilerin zihninde canlandırmaları için hikâye haline getirebilmelidir.
- Saygılı ve kibar, temiz olmalı ve iyi görünmelidir.
- İşini ciddiyetle ve titizlikle yapmalı ve grubunun lideri olmalıdır.
- Protokol kurallarını iyi bilmeli ve uygulamalıdır.
- Kendini grubun bir parçası olarak görmeli ve hakkaniyeti sağlamalıdır.
- Olağan dışı durumlarda serinkanlı olmalı ve kriz yönetimini becerebilmelidir.
- Zaman yönetimi konusunda profesyonel olmalı ve süreyi etkin kullanabilmelidir.
- Yasa, kural ve kaideleri iyi bilmeli ve bunlara uymalıdır.
- Müşteri hakları hususunda dikkatli olmalı ve haklarını arama hususunda onlara yardımcı olmalıdır.
- Hızlı ve doğru kararlar vermelidir.

#### **2.1.1.4. Turist Rehberinin Üstlendiği Roller**

Rol kavramı, “belirli bir konumda yer alan ya da belirli bir fonksiyonla görevlendirilen kişiden beklenen davranış” şeklinde tanımlanmaktadır (Topuz, 2006: 7). Rolü, çevre beklentileri, bireyin kendi algıları ve davranışları oluşturmaktadır. Toplumun bir parçası olan her bir bireyden rolünü en iyi şekilde yerine getirmesi beklenmektedir (Ö. Köroğlu, 2013: 94).

Kültürlerarası iletişimin temel taşlarından biri olan turist rehberleri, turistlerin üzerinde büyük bir etkiye sahiptir ve turistlerin deneyimlerinde önemli rolleri bulunmaktadır (Aslan ve Çokal, 2016: 56). Turist rehberlerinin rol performansını en iyi şekilde gerçekleştirebilmesi için geniş bir bilgi ağına ve gerekli olan vasıflara sahip olması gerekmektedir (Avcıkurt, 2015: 109). Cohen (1985: 9), turist rehberlerinin liderlik ve aracılık rolleri olmak üzere iki temel rolü ve alt rolleri olduğunu belirtmiştir.

Cohen (1985) tarafından tanımlanan turist rehberlerinin rolleri Çizelge 2’de gösterilmektedir.

**Çizelge 2. Turist Rehberlerinin Rollerini**

REHBERLERİN ROLLERİ			
LİDERLİK ROLÜ		ARACILIK ROLÜ	
İŞLEVSEL	SOSYAL	ETKİLEŞİMSSEL	İLETİŞİMSSEL
- Yön Bulma	- Stres Yönetimi	- Temsil Etme	- Seçme
- Erişim	- Bütünleştirici	- Örgütleme	- Bilgi
- Kontrol	- Moral		- Yorumlama
	- Animasyon		- Uydurma

**Kaynak:** Erik Cohen. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12 (1), s. 10-16.

Lider, yol gösteren ve yönlendiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Cohen, 1985: 10). Rehberlerin sahip olduğu rollerden biri olan liderlik rolü, işlevsel ve sosyal liderlik olarak iki grupta toplanmaktadır. Denetim ve ulaşım gibi gerekli düzenlemeleri yerine getirme ve turistlerin emniyetini sağlama turist rehberlerinin işlevsel liderlik görevleri arasında yer almaktadır. (Güzel ve Ö. Köroğlu, 2014: 943). Turist rehberlerinin, gerekli güzergahlarda turistlere yol gösterme ve öncülük etme hususlarında görevleri bulunduğu gibi, turistlere güvenli bir ortam yaratma ve evlerine güvenli bir şekilde dönmelerini sağlama konularında da görevleri bulunmaktadır (E. Cohen., Ifergan ve E. Cohen, 2002: 920).

Turist rehberlerinden, grubun üyeleri arasındaki gerginliklerin önüne geçmek için adımlar atması, grup üyeleri arasında bir çatışma yaşandığında ilişkileri düzeltmek için müdahale etmesi, grubun bütünlüğünü sağlama, grubun moralini yüksek tutması ve animatörlük hizmetlerini yerine getirmesi beklenmektedir (Cohen, 1985: 12-13). Bu bağlamda, rehberlerin sosyal rolü, anlatımları süresince eğlenceli bir yorum gücüne sahip olmaları, anlatımlarında mizahı kullanmaları ve grupta uyum ve ahengin sağlanması hususlarını yerine getirmeleriyle ilişkilendirilmektedir (Güzel ve Ö. Köroğlu, 2014: 943). Bununla birlikte, turist rehberlerinin hizmet sunumunda başarılı olabilmesi için liderlik rolünün olduğunu bilmesi ve bu rolün gerektiği görev ve sorumlulukları yerine getirmesi gerekmektedir (Avcıkurt, 2015: 116).

Rehberlerin aracılık rolleri, etkileşimsel ve iletişimsel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Cohen, 1985: 13-16). Rehberlerin aracılık rolü, sosyal çevre ve turist arasındaki iletişimin zorluklarının ortadan kaldırılması, gezilecek yerleri, ulaşımı ve bölge sakinleri ile olan iletişimi etkilemesi şeklinde tanımlanmaktadır (Güzel ve Ö. Köroğlu, 2014: 944). Aracı görevi üstlenen turist rehberleri etkileşimsel ve iletişimsel olarak davranışlarını sergilemelidir. Etkileşimsel rolde, rehberlerin başarısı, kendilerini yörenin ve yöre halkının temsilcisi olarak tanımlamalarına ve yerli halk ve turist grupları arasında uygun bir ortam yaratmalarına bağlıdır (Howard, Thwaites ve Smith, 2001: 34). Turist rehberleri, turist ve çevre arasındaki etkileşimi kolaylaştırmakta ve etkileşimsel işlevi de ifa etmektedirler (Ö. Köroğlu, 2013: 99).

Cohen (1985), iletişimsel rollerin en önemli rollerden olduğunu vurgulayarak bu rollerin güzergâh seçimi (neyin görüleceği ve deneyimleneceğin seçimi), doğru ve mutlak bilgi yayılımı, görünenin ve denenenlerin yorumlanması ve uydurulmuş (sahte bilgileri gerçek gibi anlatma) olmak üzere dört bileşeni olduğunu belirtmektedir. İletişimsel rollerde, rehberin görevi, turistlere verilecek olan bilgiyi doğru bir şekilde yorumlayarak aktarmasıdır (Güzel ve Ö. Köroğlu, 2014: 945).

Yapılan çalışmalarda, turist rehberlerinin liderlik ve aracılık rollerinin yanı sıra, öğretmen veya eğitici, bilgi çeşmesi, ülke adına bir misyoner veya büyükelçi, diplomat, grubun animatörü, grubun lideri veya grubu disipline eden kişi, kurye (Holloway, 1981), danışman, yol gösterici, bakıcı, çevirmen (Ap ve Wong, 2001), bilgi aktarıcı, açıklayıcı, eğitmen, kılavuz (Dahles, 2002), denge sağlayıcı (Leclerc ve Martin, 2004), satış elemanı ve organizatör (Zhang ve Chow, 2004) gibi rolleri de üstlendikleri belirtilmiştir.

### **2.1.2. KÜLTÜREL ZEKÂ KAVRAMININ ANALİZİ**

Kültürel zekâ kavramının analizinde, kültür kavramının tanımı, özellikleri, zekâ kavramının tanımı, özellikleri ve zekâ türleri, kültürel zekâ kavramının tanımı, boyutları, kültürel zekânın diğer zekâ türleri ile ilişkisi, kültürel zekânın elde edilmesi ve genişletilmesi bölümlerine yer verilmiştir.

### **2.1.2.1. Kültür Kavramı**

Kültür, bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan sosyal ilişki ve davranış modellerini içeren (Saydan ve Kanıbir, 2007: 78), öğrenilen, saklanan, öğretilen ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir olgudur (Duran, 2011: 293). Kültür, bir toplumun diğer toplumlardan farklılaşmasını sağlayan, geçmiş zamanlardan bugüne değişerek süregelen, kendine has sanatı, değerleri, normları, inançları ve davranışları olan yaşama ve düşünme tarzı olarak tanımlanmaktadır. Topluma kimlik kazandıran, birlik duygusu veren, toplumsal düzeni sağlayan maddi ve manevi değerler bütünü olan kültür, bireyler arasındaki ilişkinin, sınırlılıklarını ve derecesini belirleyen en önemli etkenlerdendir (Mercan, 2016a: 34; KTB, 2017).

#### **2.1.2.1.1. Kültür Kavramının Tanımı**

Kültür, “belli bir toplumun kendisidir” ifadesinin karşılığıdır. Sözcük, “cultura” kelimesinden gelmektedir. Türkçede kelimenin karşılığı “ekin” dir. Latince, “colere” “sürmek, ekip biçmek” anlamına gelmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı [M.E. B], 2006, 11). Kültür, “doğanın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yarattığı her şeydir” (Güvenç, 1996: 101-105).

Kültür, farklılıkların kilit noktasını oluşturan bir etmen olup bireyin bulunduğu toplumdan edindiği sosyal bir mirastır (Yılmaz ve Kaya, 2015: 30) ve bir işleme sürecinin adı olarak kullanılmıştır. Anlamı daha sonra ürün yetiştirimi ve zihin yetiştirimi olarak genişlemiştir. Özellikle Almanca ve İngilizce dillerinde “bütün bir yaşam biçimi” şeklinde genel bir tanımı yapılmıştır. En genel anlamıyla “zihnin etkin olarak geliştirilmesi” demektir (Williams, 1993: 8-9). Dolayısıyla, kültür, günlük uygulamaları, bir insan grubunu diğer insanlardan farklı yapan gelenek ve alişılmışlıkları bünyesinde bulundurmaktadır. Kültür, insanların tutumlarını, değerlerini ve kendi toplumu içerisindeki normlarını yansıtan, büyükçe bir insan topluluğu tarafından paylaşılan bilgi sistemidir (Suvanto, 2002: 21).

Kültür, hem maddi hem de simgesel biçimiyle bireylerin sahip olduğu bir niteliktir. Kültür, “belirli biçimlerde ifade edilen, toplumsal olarak düzenlenmiş anlam sistemleri”, ve “somut kültürel biçimlerin ve pratiklerin tarihsel ve sosyolojik incelenmesi” olarak ifade edilmektedir (King, 1998: 17).

Kültürün ilk bilimsel tanımını veren İngiliz antropolog olan Taylor (Güvenç, 1996: 96) kültürü, bir toplumun üyesi olan insanoğlu tarafından kazanılan ahlak, gelenek, bilgi, inanış, sanat, hukuk ve diğer tüm yetenekler ve alışılmışlıkları kapsayan kompleks bir bütün şeklinde tanımlamıştır (Taylor (1871: 1).

Kültür, objektif ve subjektif unsurlar da dâhil olmak üzere çevrenin insan yapımı bir parçası; takviye seti; zihnin ortak programlaması; paylaşılan bir anlam sistemi; planlı düşünme yolları ve standart olmayan işlem süreçleri veya işleri yapma yolları olarak tanımlanmaktadır (Gelfand, Erez ve Aycan, 2007: 481). Kültür, bir toplumun “ana mayası” anlamına gelmektedir. Dil, yazı, tarih, örf, adet, edebiyat ve sanat birliğinin toplamı, toplumun ana mayasını oluşturmaktadır. Topluma ait bu ortak değerler, o toplumu diğer toplumlardan ayırmaktadır (M.E.B., 2006: 13). Diğer bir tanıma göre, kültür, “bireyin toplumun bir üyesi olarak, iletişim kurmasına, belirli davranışları yorumlamasına, değerlendirmesine yardımcı olan değerler, fikirler ve semboller dizisidir” (Avcıkurt, 2015: 149).

#### 2.1.2.1.2. Kültürün Özellikleri

Kültür her toplumda birtakım ortak özelliklere sahiptir. Bu özellikler şu şekilde belirtilmektedir (Güvenç, 1996: 101-105; MEB, 2011: 13-14):

**Kültür, öğrenilir:** Birey, içinde var olduğu toplumun kültürel unsurları ve kültürel yapısı bilgi edinmektedir. Kültür, içgüdüsel ya da kalıtsal değildir, her bireyin doğduktan sonraki toplumsal yaşamı süresince bilgi edindiği bir süreçtir. Üç öğrenme durumu olduğu kabul edilmektedir. Öğrenme durumlarından biri, bireyin kendi deneyimi ile öğrendiği bireysel durumsal öğrenme, ikincisi, toplumsal durumsal öğrenme, üçüncüsü ise, kültürel öğrenmedir. Bu öğrenme biçimi sadece insan kapasitesine özgü ve simge kullanmaya bağlı bir öğrenme biçimidir.

**Kültür, tarihseldir:** Kültür ve onu oluşturan unsurlar (dil, din, yazı, giyim kuşam, sanat ve yerleşme vb.) herhangi bir toplumda bir anda ve kısa bir zaman dilimi içinde meydana çıkmamıştır. Kültür, uzun yıllar edinilen deneyimlerle biçimlenmiştir. Geçmiş kuşakların yaşantıları, tecrübeleri ve alışılmışlıkları gibi özellikler mevcut kültürün içinde yer almaktadır.



**Kültür, süreklidir:** Bir toplum, doğayla mücadele ve birlikte yaşamaktan kaynaklanan sorunların çözümüne ilişkin öğrenmiş olduğu çözümleri kendisinden sonraki kuşaklara aktarma yoluyla sürekliliğini sağlamaktadır. Bu çözümler, yeni kuşaklara eğitim ve sosyalizasyon (toplumsallaştırma) yoluyla aktarıldığı için tarih bir süreklilik özelliği göstermektedir.

**Kültür, toplumsaldır:** Kültür, toplumların bulunduğu yer ya da dönemlerde oluşmasını ve yaşamasını ifade etmektedir. Toplumun dışında toplumdans bağımsız bir kültürden söz edilememektedir. Kültürün var olabilmesi için toplumun var olmak zorundadır. Toplumların kendilerine ait kültürel farklılıkları o toplumların özelliğini oluşturmaktadır. Her toplumun kendisine ait inançları, normları, algıları, sanatı ve edebiyatı gibi değerleri bulunmaktadır. Kültür bütün bu nitelikleri kapsamaktadır.

**Kültür, ideal ya da idealleştirilmiş kurallar sistemidir:** Bireyin inanç ve davranışlarını yönlendiren kaideler sistemi mevcuttur. Bu kaideler, toplum biçiminde yaşama ilişkin ve doğayla başa çıkma sorunlarının çözümüne yöneliktir. Bireyler, bu kurallara uymasalar dahi toplumsal kuralların neler olduğunu bilmektedirler. Bu nedenle toplumca konulmuş olan kurallar sistemi idealleştirilmiş kurallar sistemi olarak görev yapmaktadır.

**Kültür, kalıtsaldır:** Kültür ve kültürü unsurları ve etkinlikler kültürleşme yoluyla aktarılmaktadır. Bireyler ve topluluklar, öğrenme aracılığıyla kazandıkları davranışları veya kültürü sonraki kuşaklara genetik olarak değil, öğrenme aracılığıyla aktarmaktadırlar. Örneğin, kaza sonucu sakat kalan birey bu özelliğini genetik aracılığıyla çocuklarına aktaramamaktadır. Ancak bir bireyin yaşamı süresince elde ettiği tüm düşünsel ya da duygusal nitelikleri çocuklarını etkileyebilmektedir.

**Kültür, işlevseldir:** Kültürün bir başka özelliği de toplum hayatında bir yerinin ve işlevinin olmasıdır. Toplumun kültürel niteliklerinin her biri birer göreve sahiptir ve mantık çerçevesinde toplumla entegre olmuştur. Kültür toplumun yapısının oluşmasında ve toplum özelliklerinin belirlenmesinde önemli bir etmendir.

**Kültür, dinamiktir:** Bütün sosyal ve kültürel sistemler devamlı değişmektedirler. Yaşanılan çağın özellikleri sebebiyle değişim daha hızlı bir biçimde yaşanmaktadır. Toplumların birbirleriyle olan iletişimlerinin gelişmesiyle kültürel değişim hızlanmıştır.

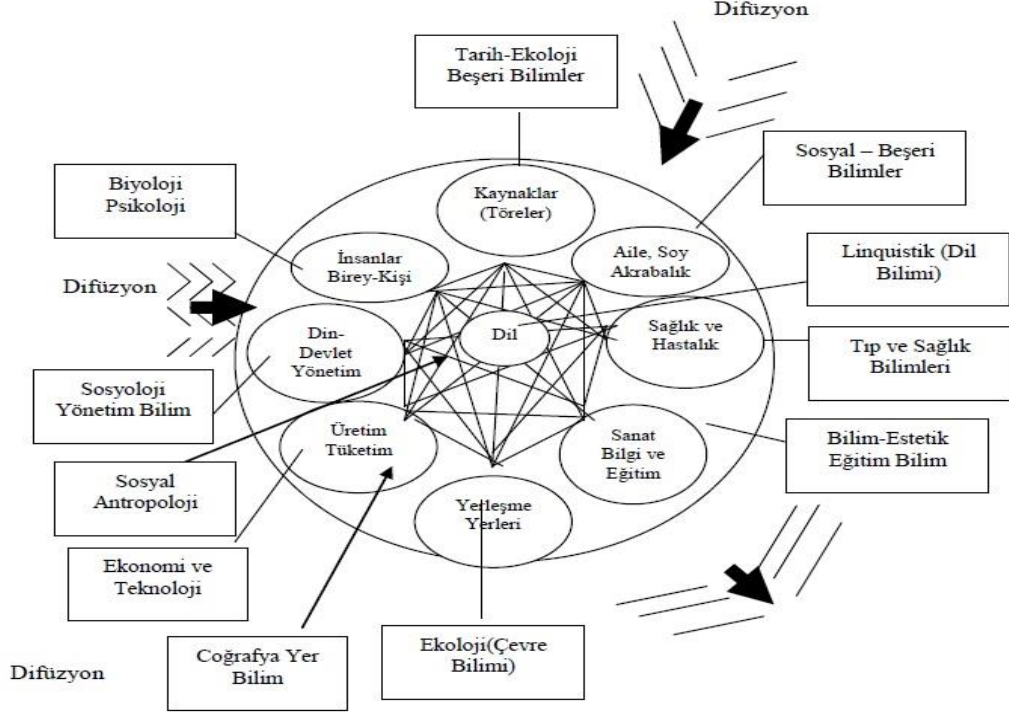
**Kültür, kapsayıcıdır:** Her kültür kendi içinde bulundurduğu yaşam tarzları, sanat, dil ve din gibi toplum değerlerini kapsamaktadır.

**Kültür, ihtiyaçları karşılayıcı ve doyum sağlayıcıdır:** Kültür olarak tanımlanan alışkanlıklar, gelenekler, görenekler, normlar, değerler ve inançlar, doğayla başa çıkma ve birlikte yaşamı mümkün kılacak çözümler bütünüdür. Bu nedenle kültür ihtiyaçları karşılayan bir işleve sahiptir.

**Kültür, bütünleştiricidir:** Kültür bir toplumun üyelerini sadece paylaşılan değerler, tutumlar ve inançlar olarak değil aynı zamanda bireylere yüklediği yükümlülükleri itibari ile de bütün bir hale getirmektedir. Bir yanı sıra kültür tarafından ortaya konan bilinç, duygular ve sosyal çevre aracılığıyla kolektif bir kimlik oluştururken diğer yanı sıra karşılıklı toplumsal taahhütler yoluyla da bunları pekiştirmektedir.

Her sosyal ve/veya kültürel sistem varlığını sürdürebilmek için özelliklerine uygun bir doğal çevreye ihtiyaç duymaktadır. Güvenç (1996), kültürel sistemi, kültür kavramını içeren ve kültür kavramına ilişkin ana öğeleri kapsayan bir kültür haritası modeli geliştirmiştir (Duran, 2011: 293-295).

Şekil 2’de kültür kavramının ana öğeleri ve kültür haritası gösterilmektedir. Şekil 2’de görüldüğü gibi sistemi tamamlayan unsurlar, kültürü kültür yapan kurum ve değişkenlerdir ve her bir unsur bir bilim ve/veya meslek alanları ile ilişkilidir. Bu sistemden çevreye yayılan difüzyon (bir maddenin yoğun olduğu ortamdaki az yoğun olduğu ortama doğru hareket etmesi) dalgalarının yanı sıra çevreden sisteme ulaşan difüzyon dalgaları mevcuttur. Kültür sistemi farklı toplumlarla alışverişe açık bir sistemdir; bu da sistemin statik değil, dinamik olduğunu göstermektedir (Güvenç, 1996: 108-109).



**Şekil 2. “Kültür” Kavramı: Ana Öğeler ve Kültür “Haritası”**

**Kaynak:** Bozkurt Güvenç. (1996). İnsan ve Kültür, Remzi Kitabevi, 7. Basım, İstanbul, s. 106.

### 2.1.2.2. Zekâ Kavramı

Geleneksel olarak zekâ, IQ (Intelligence Quotient) olarak bilinen “zekâ katsayısı” testi ile ölçülen mantıksal, matematiksel ve problem çözme yeteneklerinin karışımı olarak düşünülmüştür. Ancak insan zekâsının sınırları, araştırmalarla birlikte tartışılmaya başlanmış ve Howard Gardner’ın 1983’te “Frames of Mind” adlı kitabında ortaya koyduğu “Çoklu Zekâ Teorisi” ile klasik zekâ testi (IQ) ve zekâ tanımlarına şüpheyle bakılmıştır (Altan, 1999: 106; Özbay, 2005: 169; Yücel, İnce ve Oral, 2006: 32; Güneş ve Gökçek, 2010: 460). Beyin yapısını yansıtan insan zihninin birçok ayrı birim veya beceriden oluştuğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda, bilimsel ve teknolojik değişimler ışığında, tüm dünyadaki kültürlerin ihtiyaç ve istekleri eşit derecede belirgin değişikliklere uğramaktadır. Bu anlamda bir yol ayrımı söz konusudur. Zekânın geleneksel görüşüne devam edilmesi veya insan zekâsını kavramsallaştırarak daha iyi bir yol bulunması bir seçimle karşı karşıya kalınması anlamına gelmektedir (Gardner, 1999: 3).

Gardner (1999), her zekânın yalnızca bir yeteneği değil, aynı zamanda diğer tüm bu tür sistemlerden ayrılan bir bilgi işleme sistemiyle çoklu zekâyı düşünmeyi önermektedir. Gardner ayrıca basmakalıp kâğıt ve kalem zekâ testlerinin entelektüel becerileri nispeten önemsiz bir şekilde ölçtüğünü ve bu tür görevlere dayalı bir araştırmaya devam edilmesinin büyük ölçüde anlamsız olacağını belirtmektedir (Sternberg, 2002: 23). Son zamanlarda birçok araştırmacı da zekânın çok boyutlu bir yapıda olmasının gerekliliğini ortaya koymuştur (Ö. Köroğlu ve A. Köroğlu, 2012: 28). Bununla birlikte, kültürel değerlerin zekâ kavramı üzerinde etkileri bulunmakta ve zekâyı oluşturan faktörler kültürlere göre farklılık göstermektedir (Ng ve Earley, 2006: 4).

#### **2.1.2.2.1. Zekâ Kavramının Tanımı**

Zekâ, akıl yürütme, planlama, sorun çözme, soyut düşünme, karmaşık düşünceleri anlama, çabucak bilgi elde etme ve tecrübelerden yararlanma kabiliyetini kapsayan genel bir zihinsel yetenektir (Gottfredson, 1997, 13). Bireyin çevreye uyum yeteneğini ifade etmektedir (Mercan, 2016a: 34). Zekâ, bireylerin deneyimlerle ve öğrenimlerle şekillenen kapasitelerini yansıtmaktadır ve işlevsel olarak bir IQ testi ile ölçülebilen bilişsel yetenekler olarak tanımlanmaktadır (Kim, Cramond ve VanTassel-Baska, 2010: 395).

Zekâ, bir kültürde değerli ürünler yaratmak veya sorunları çözmek için kültürel bir ortamda aktif hale getirilebilecek bilgileri işlemek için kullanılan biyopsikolojik bir gizli güç olarak tanımlanmaktadır (Gardner, 1999: 33-34). Zekâ, bireyin belli bir amaç doğrultusunda hareket etmesi, akla uygun bir şekilde düşünmesi ve çevresiyle etkili bir şekilde anlaşmasında kullandığı tüm veya küresel kapasitedir (Salovey ve Mayer, 1990, 186).

#### **2.1.2.2.2. Zekânın Özellikleri**

Zekânın özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir (Özby, 2005: 171-172; Yücel ve diğerleri, 2006: 33):

- **Her birey sahip olduğu zekâyı arttırma ve geliştirme becerisine sahiptir:** Bireyin zekâsının ufkuyla paralellik gösterdiği kabul edilmektedir.
- **Zekâ, çok yönü olan bir olgudur ve bireylerdeki beyin ve zihin düzeneklerinin karşılıklı etkileşimi sonrası var olur:** Zekânın, bireyin içinde yaşadığı fiziksel, kültürel ve sosyal çevresini algılamasına, anlamasına ve kontrol etmesine imkân tanıyan farklı yönü bulunmaktadır.
- **Zekâ, çok yönlü bir özelliğe sahip olmasına karşın kendi içerisinde bir bütünlük gösterir:** Birey çözmesi gereken bir problemle karşılaştığında, zekâsının çeşitli yönleri bir bütünlük göstererek uyum içinde çalışmaktadır.
- **Birey çeşitli zekâ alanlarının hepsine sahiptir:** Çoklu zekâ teorisi, tek bir zekânın geçerliliğini kabul etmek yerine bireyin tüm zekâ alanlarında becerisinin olduğu fikrini kabul etmektedir. Fakat bu zekâ alanları tüm bireylerde farklı düzeylerde bulunmaktadır. Bu sebeple birey, bazı zekâ alanlarında oldukça gelişmiş düzeyde iken bazı zekâ alanlarında daha az gelişmiş düzeyde olabilmektedir.
- **Her birey farklı zekâ alanlarının her birini yeterli seviyede geliştirir:** Çoklu zekâ teorisi, yeterli miktarda destek, olanak ve eğitim tedarik edildiğinde her bireyin tüm zekâ alanlarında yüksek bir düzeye sahip olabileceği görüşünü ortaya atmaktadır.
- **Bireyin her alanda yüksek zekâ düzeyine sahip olabilmesinin birçok yolu vardır:** Bireyin belli bir alanda zeki sayılabilmesi için herkes tarafından kabul edilmiş, standart sayılabilecek belli kriterler söz konusu değildir.

#### 2.1.2.2.3. Zekâ Türleri

Gardner'ın (1983) çoklu zekâ kuramına göre zekâ, dil bilimsel- sözel zekâ, müzikal zekâ, mantıksal- sayısal zekâ, görsel- uzamsal zekâ, bedensel- kinestetik zekâ, sosyal zekâ ve içsel zekâ olarak sınıflandırılmaktadır. Gardner, yedi zekâ türüne, doğacı zekânın da eklenebileceğini belirtmiştir (Gardner, 1999: 47).

- **Dil Bilimsel- Sözel Zekâ**

İnsan zekâsının en önemli göstergesi dildir. Bu sebeple ilk dikkati çeken dil olmaktadır. Sözel zekâ aynı zamanda en kapsamlı olarak incelenen zekâ türüdür (Gardner, 2011: 83). Sözel zekâ, “kelimelerle düşünme ve ifade etme, dildeki karmaşık anlamları değerlendirme, kelimelerdeki anlamları ve düzeni kavrayabilme, şiir okuma, mizah, hikâye anlatma, bil bilgisi, mecazî anlatım, teşbihler, soyut ve simgesel düşünme ve yazma gibi karmaşık olayları içeren dili üretme ve etkili kullanma becerisi” olarak tanımlanmaktadır (Özbay, 2005: 173).

Sözel zekâ, bireylerin, dilin sesleriyle karşılaştıklarında veya diğer bireylere sözlü olarak bir şeyler iletmek istediklerinde etkin hale gelmektedir (Gardner, 1999: 94-95). Sözel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, düşüncelerini başkalarının anlayabileceği bir şekilde ifade etme yeteneğine sahiptir. Avukatlar, sunucular, gazeteciler, hatipler, şairler, yazarlar ve turist rehberleri sözel zekâ düzeyi yüksek olan bireylerdir (Talu, 1999: 166; Yücel ve diğerleri, 2006: 33-34).

- **Müzikal Zekâ**

Müzik, kulakta hoş bir etki bırakacak şekilde düzenlenmiş tonlar ve ton kombinasyonlarının birbirini takip etmesidir ve zekâ üzerindeki etkisi anlaşılırdır (Gardner, 2011: 111-112). Müzikal zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, şarkıları ezberleyebilme, melodilerin hızlarını, tempolarını ve ritimlerini değiştirebilme yeteneğine sahiptir (Altan, 1999: 108).

Nörolojik bakış açısından müzikal zekânın, zekâ türleri arasında ilk önce gelişen tür olduğu belirtilmekte ve müziğin, ritmin ve sesin bireyde yarattığı etkinin diğer zekâ türlerinin hepsinden daha kuvvetli olduğu önerilmektedir (Başaran, 2004: 11). Müzikal zekâ, bireylerin duygularını karşı tarafa aktarmasında, müziğin birey tarafından algılanıp sunulmasında, bir araç olarak müziğin kullanılma becerisidir. Besteciler, orkestra şefleri ve müzisyenler müzikal zekâ düzeyi yüksek olan bireylerdir (Yücel ve diğerleri, 2006: 34).

- **Mantıksal- Sayısal Zekâ**

Mantıksal-sayısal zekâyâ sahip olan bireylerin, sayıları etkin kullanma, sorunlara bilime dayalı çözümler sunma ve matematiksel formülle ifade etme gibi yetenekleri gelişmiştir. Mantıksal- sayısal zekâ, bilimsel hipotezi tasniflendirme, öngörü ve sebep-sonuç ilişkisini anlama yeteneklerini kapsamaktadır. Mantıksal-sayısal zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin, akıl yürütme yeteneklerini çok geniş alanlara uygulanabildikleri görülmektedir (Başaran, 2004: 9).

Mühendisler, istatistikçiler, fen bilimciler, matematikçiler, bilim adamları, muhasebeciler ve bilgisayar programcıları mantıksal- sayısal zekâ düzeyi yüksek olan bireylerdir (Talu, 1999: 166; Yücel ve diğerleri, 2006: 34).

- **Görsel- Uzamsal Zekâ**

Görsel- uzamsal zekâ, üç boyutlu nesnelere idrak etme ve zihninde canlandırabilme becerisidir. Yön bulma becerileri gelişmiş olan bu bireylerin, hayal kurma yetenekleri de gelişmiştir (Yücel ve diğerleri, 2006: 34). Görsel- uzamsal zekâ türünün özellikleri arasında, buluş yeteneği, bireylerin hayalini kurdukları yerlere sanal yolculuklar gerçekleştirebilmesi, bireyler tarafından herhangi olası bir şeyin bireylerin gözlerinde canlandırılması ve bunlarla ilgili olarak hayal kurabilmesi ve daha önce yapamadığı faaliyetleri yaratabilmesi sıralanabilmektedir (Başaran, 2004: 10).

Görsel- uzamsal zekâ, renge, şekle, çizgiye, biçime ve boşluğa duyarlı olma ve boşluğu zihinde canlandırabilme yeteneğine sahip olmayı gerektirmektedir. Mühendisler, dekoratörler, ressamalar, mimarlar, tasarımcılar, kaptanlar, pilotlar ve heykeltıraşlar görsel- uzamsal zekâ düzeyi yüksek olan bireylerdir (Altan, 1999: 109).

- **Bedensel- Kinestetik Zekâ**

Bedensel- kinestetik zekâ, problem çözmeye, düşünce ifade etme ve önemli bir çıktı sunarken bireyler tarafından bedenin veya bedensel kasların kullanılması yeteneğidir. Sahip olunan bu zekâ alanı sayesinde, vücut hareketleri denetim altına alınmakta ve yorumlanmakta, aynı zamanda zihin ve vücut arasındaki ahenk sağlamaktadır (Altan, 1999: 109).

Yüksek bedensel- kinestetik zekâ seviyesine sahip olan bireyler kolay bir şekilde ritimli oyunları ve sportif hareketleri uygulayabilmekte ve bu bireylerde eş güdüm, esneklik, hız, el becerisi ve denge dikkat çekmektedir (Talu, 1999: 166). Sporcular, operatörler, heykeltıraşlar, pandomim sanatçıları ve aktörler bedensel-kinestetik zekâ düzeyi yüksek olan bireylerdir (Yücel ve diğerleri, 2006: 34).

- **Sosyal Zekâ**

Sosyal zekânın tanımları genellikle iki önemli unsuru vurgulamaktadır. Bunlar, sosyal anlayış ve duruma uygun davranıştır (Zaccaro, 2002: 37). Sosyal zekâ, insanları anlamak, yönetmek ve insan ilişkilerinde akıllıca davranmak olarak tanımlanmaktadır (Thorndike, 1920: 228). Bir başka tanıma göre sosyal zekâ, kişilerarası durumlarda bireylerin hislerini, düşüncelerini ve davranışlarını anlama ve bu anlayışa uygun davranma becerisidir (Marlowe, 1986: 52). Sosyal zekâ ayrıca belirli sosyal ortamlarda bireyin ilgili hedeflerine ulaşma becerisi olarak da tanımlanmaktadır (Ford ve Tisak, 1983: 197).

Sosyal zekâ, bireyin diğer bireylerin davranışlarından çıkarım yapma becerileri olarak karakterize edilmekte, aynı zamanda rol alma, sosyal algı, sezgi ve kişileri anlama yeteneği üzerine odaklanmaktadır (Doğan ve Çetin, 2008: 5). Ayrıca, etkin bir şekilde etkileşim kurma, çatışma olması durumunda olumlu bir politika izleyerek çözüm elde etme, iş birliği, liderlik, arkadaşlık, empati yeteneği edinmeyi sağlamaktadır. Politikacılar, liderler, psikologlar, öğretmenler, aktörler ve turizmciler sosyal zekâ düzeyi yüksek olan bireylerdir (Yücel ve diğerleri, 2006: 35).

- **İçsel- Özedönük Zekâ**

İçsel- özedönük zekâ, bireyin kendisini değerlendirebilme ve tanıma becerisidir (Başaran, 2004: 11). Bireyin kendini tanımasının anahtarıdır. Bireyin kendisi zayıf ve güçlü yanlarını, ruh halini, niyet ve isteklerini anlayabilmesi ve buradan hareketle, yaşamını daha etkin bir şekilde devam ettirebilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Altan, 1999: 109).

İçsel- özedönük zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin gelişmiş özellikleri arasında, bireysel problemlerin üstesinden gelme, bireysel misyonlarını belirleme, disiplinli ve titiz olma, kendine güvenme ve duygularını nasıl kontrol edebileceğini



bilme gibi özellikler sıralanabilmektedir. İçsel- özedönük zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, iş adamları, sanatçılar, din adamları, düşünürler ve psikologlardır (Yücel ve diğerleri, 2006: 35).

- **Doğacı Zekâ**

Doğacı zekâ, doğal çevreyi anlama ve tanıma ile ilgilidir. Doğacı zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, doğal olaylara duyarlı ve meraklıdır. Doğacı zekâ ile doğal dünyayı beğenme, anlama ve algılama arasında birebir bir ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Başaran, 2004: 12).

Bu zekâyâ sahip olan bireylerin, doğa, ırmaklar, kayalar, hayvanlar, bitkiler, bulutlar, yıldızlar ve doğa olayları hakkında bilgileri bulunmaktadır. Doğacı zekâ düzeyi yüksek olan bireyler yeteneklerini fotoğrafçılık, çiftçilik, biyoloji ve avcılık gibi çeşitli alanlarda üretici şekilde kullanabilmektedir (Altan, 1999: 109; Yücel ve diğerleri, 2006: 35).

Bu zekâ modeli gelişmekte olan bir model olup, Gardner (1999: 47), ruhsal zekâ ve varoluşsal zekâ türlerini de modele eklemiştir (Çakar ve Arbak, 2004: 29). Bu zekâ türlerinin yanı sıra, analitik zekâ, duygusal zekâ, pratik zekâ, yaratıcı zekâ, ahlaki zekâ, stratejik zekâ, estetik zekâ, dilsel zekâ ve uzaysal zekâ gibi zekâ türleri de bulunmaktadır. Kültürel zekâ da bu zekâ türlerinden biridir (Çapraz, Keskin, Ayyıldız ve İlic, 2009: 192-200).

### **2.1.2.3. Kültürel Zekâ Kavramı**

Farklı kültürlere mensup bireyler, çevreden elde ettikleri bilgiyi örneklemede ve örneklendirdikleri bilgiyi aktarmada farklılık göstermektedir. Diğer bir yaklaşım kültürü anlamayı arttıran çeşitli deneyimlere katılmaktır (Triandis, 2006: 23). Farklı bir kültürel ortama uyum sağlamada ve farklı kültüre sahip bireylerle iletişim kurmada yetenekler oldukça önemlidir. Bu konu, zekâ kavramı konusunda bireyin sahip olduğu bilişsel yeteneklerin (IQ) tek başına etkin olmadığı görüşünü ortaya koymaktadır (Şahin ve Gürbüz, 2012: 126).

Küreselleşme ve işgücü çeşitliliği arttıkça, kültürel olarak çeşitliliğin olduğu durumlarda bazı bireylerin diğerlerinden neden daha etkili işlev gördüğünü anlamak

giderek daha önemli hale gelmektedir (Gelfard ve diğerleri, 2007: 492; Ang ve Van Dyne, 2008: 3). Çok kültürlü ortamlar bireylerin farklı kültürlere sahip olan bireylerle iletişim halinde olmasına yol açmakta ve bu durum etkili bir iletişim için belirli bir zekâyı gerektirmektedir. Bu zekâ türü, temel zekâ çalışmalarının bir uzantısı olan kültürel zekâdır (Kodwani, 2012: 86).

2000 yılına girilirken tüm bilgisayarların çökeceği korkusunun olduğu dönemde Soon Ang çok çeşitli firmalara danışmanlık yapmış ve farklı ülkelerden “bilgi teknolojileri” profesyonelleri ile birlikte çalışmıştır. Çalışmalar sırasında dünyanın farklı yerlerinden gelen bilgisayar programcılarının yetenekli ve zeki olduklarını ancak ortak çözüm yolları üretmekte zorlandıklarını gözlemlemiştir. Soon Ang, asistanı Christopher Earley ile birlikte bu konu üzerinde çalışmıştır (Yılmaz ve Kaya, 2015: 30-31).

Earley ve Ang (2003) farklı bir kültürel ortamda bireyin diğer bireylerle arasındaki ilişkileri etkileyen yetenekler üzerinde durmuşlar (akt. Ang ve diğerleri, 2007: 336) ve çok boyutlu zekâ modeline dayandırarak “Kültürel Zekâ” kavramını geliştirmişlerdir (Ang ve Van Dyne, 2008: 3; Şahin ve Gürbüz, 2012: 127). Soon Ang ve Christopher Earley tarafından 2003 yılında yayımlanan “Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures” adlı kitapta kavramın alt yapısı oluşturulmuştur (RezaieeKelidbari, 2012: 6134).

Kültürel zekâ Earley ve Ang tarafından “CQ” (Cultural Quotient) olarak ifade edilmiştir (Ersoy ve Ehtiyar, 2015: 43). Peterson (2004) da “CI” (Cultural Intelligence) yerine “CQ” (Cultural Quotient) kullanmayı tercih etmiş; “Intelligence” kelimesinin bir değer ölçme işlemini akla getireceği ve bu durumun insanları rahatsız edeceğini ifade etmiştir. İlgili yazında da “CI” yerine “CQ” kısaltması yoğun olarak kullanılmaktadır (Akdemir ve diğerleri, 2016: 31).

Kültürel zekâ, bazı bireylerin kültürlerarası iş ortamlarında nasıl daha başarılı oldukları (Ang, Van Dyne ve Koh, 2006: 101) ve bazıları yalnızca kendi ülkelerinde etkili olurken bazılarının da ülkeden ülkeye nasıl kolayca gidebildikleri üzerinde durmaktadır (Crowne, 2008: 392). Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, farklı kültürleri daha kolay seyredebilmekte, anlayabilmekte ve farklı kültürel durumlarda davranışlarını etkili bir şekilde ayarlayabilmektedir (Chen, Lin ve Sawangpattanakul,

2011: 246). Kültürel zekâ, farklı kültürlerden bireyleri anlamaya yardımcı olmaktadır (Bücker, 2014: 2070).

Bireylerin, farklı kültürlerden olan bireylerle uygun bir şekilde etkileşime girmeleri ve karşılaşılan yeni kültürleri analiz etmeleri için farklı kültürlerle duyarlı olmaları gerekmektedir. Kültürel zekâ, farklı milliyet, kurum ve mesleklerden gelerek bir arada bulunan bireyler hakkında bilgi sahibi olma ve bu bireyleri anlama konusunda önemli kıstas olarak görülmektedir (Ersoy ve Ehtiyar, 2015: 43). Çok kültürlü ortamlarda bireyler, daha önce hiç karşılaşmadıkları bir durumla mücadele etmek ve daha önce karşılaşmadıkları özelliklere sahip olan bireylere hizmet etmek durumunda kalmaktadırlar (Yılmaz ve Kaya, 2015: 30). Bu sebeple, farklı kültürlerle karşılaşan bireylerin kültür şoku stresini yönetmeleri gerekmektedir (Tan, 2004: 19) ve bunun için de bireyler kültürel zekâyâ ihtiyaç duymaktadır (Triandis, 2006: 20; Yeşil, 2009: 123).

Bireyler, daha iyi bir anlayışa (bilişsel kültürel zekâ boyutu), kültürlerarası farklılıklarla baş edebilme yeteneklerine (davranışsal kültürel zekâ boyutu) ve kültürlerarası etkileşim için motivasyona (motivasyonel kültürel zekâ boyutu) sahip olmalıdır (Kodwani, 2012: 87). Kültürel zekâ, farklı kültürel ortamlarda bazı bireylerin diğer bireylerle nasıl kolayca etkileşime geçtiğini ve nasıl daha esnek ve uyumlu olduklarını anlamaya yardımcı olmaktadır (Rose, Ramalu, Uli ve Kumar, 2010: 77). Kültürel zekâ yetenekleri güçlü olan liderler, çalışma gruplarının bakış açıları ve ihtiyaçları hakkında daha doğru bir yaklaşım sergilemekte ve çalışma grubu içerisindeki farklı kültürel özelliklere sahip üyelerle güçlü ilişkiler kurabilmektedir (Groves ve Feyerherm, 2011: 541).

#### **2.1.2.3.1. Kültürel Zekâ Kavramının Tanımı**

Kültürel zekâ en genel anlamda farklı kültürel ortamlarda etkin bir biçimde etkileşim halinde olma becerisi şeklinde tanımlanmaktadır (Earley, 2002: 274; Ng ve Earley, 2006: 6; Templer, Tay ve Chandrasekar, 2006: 155; Ang ve diğerleri, 2007: 336; Ang ve Van Dyne, 2008: 3; Crowne, 2008: 392; Van Dyne, Ang ve Koh, 2009: 233; Ng ve Van Dyne ve Ang, 2009a: 232; Moon, 2010: 878; Ng, 2011: 3; Chen ve Lin, 2013: 675; Thomas ve diğerleri, 2015: 2). Schmidt (2009)'in "kavramlar konusunda doğru bir şekilde akıl yürütme, kavrayabilme ve problem çözme becerisi"

olarak tanımladığı genel zekâ ile örtüşen kültürel zekâ (Ang ve Van Dyne, 2008: 3), ırk, etnik yapı ve milliyet farklılıklarından ileri gelen kültürlerarası etkileşimleri içeren çok boyutlu bir yapıdır (Ang ve diğerleri, 2007: 336).

Kültürel zekâ, etkileşime girilen insanların kültür temelli değer ve tutumlarına uygun şekilde ayarlanmış nitelikleri (esneklik) ve becerileri (bireylerarası beceriler) değerlendiren bir dizi davranış yeteneğidir (Peterson, 2004: 89; Crowne, 2008: 392). Kültürel zekâ, bireyin bulunduğu kültürden farklı bir kültüre geçtiğinde uyum sağlama başarısı ve farklı kültürlerde “zeki” olarak kabul edilen davranışlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Brislin, Worthley ve MacNab, 2006: 40). Bir diğer tanıma göre kültürel zekâ, farklı kültürel algılara ve farklı alanlara sahip olan bireylerle etkili iletişim kurma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (RezaieeKelidbari, 2012: 6134). Livermore (2011: 69) ise kültürel zekâyı, bireyin diğer bireylerin nasıl düşündükleri ve davrandıkları konusunda kültürün rolünü anlama derecesi ve kültürlerin benzer ve farklı olan yanlarına aşina olma düzeyi olarak tanımlanmaktadır.

Kültürel zekâ, farklı kültürden bir bireyin davranışını, beden dilini bireyle aynı kültürü paylaşan ve o kültürden olan bireyler gibi anlaşılabilmesi, değerlendirilebilmesinin yanı sıra yorumlanabilmesi olarak da ifade edilmektedir (Akdemir, Duman ve Tunalılar, 2016: 31; Ersoy ve Ehtiyar, 2015: 43). Kültürel bilgi, farkındalık uygulaması ve davranış becerileri dağarcığından oluşan çok yönlü bir yetenek olarak tanımlanmaktadır (Crowne, 2008: 392). Kültürel zekâ, bireylerin çok çeşitli kültürleri anlamalarını ve bu kültürlere uygun hareket etmelerini sağlayan bir yetenektir (Thomas, 2006: 87-88). Bireyin çeşitli kültürel durumlara uyum sağlayabilmesi (Ang ve diğerleri, 2006: 100) ve çeşitli kültürel ortamlara etkin bir şekilde adapte olabilmesidir (Ng ve Earley, 2006: 7; Ng, 2011: 3).

Kültürel zekâ, farklı kültürel geçmişe sahip insanlarla etkili bir şekilde baş etme kabiliyetini yansıtmakta (Thomas, 2006: 78) ve çok kültürlü bir ortamda bulunan bireyden beklenen iş davranışlarının anlaşılmasına ve buna uygun davranılmasına katkıda bulunmaktadır (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128). Ayrıca, kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, temel rol sorumluluklarının ötesine geçebilmekte ve çok kültürlü ortamlarda olumlu anlamda katkı sağlamaktadırlar (Van Dyne, Ang ve Nielsen, 2007: 349). Kültürel zekâ, çok kültürlü durumlarla baş edebilme, kültürlerarası etkileşimde

bulunma ve kültürel olarak farklılık gösteren iş gruplarında çalışma konularında farklı bireysel yetenekler hakkında fikir vermektedir (Van Dyne ve Ang, 2005).

Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin güçlü bir hâkimiyete, duyguları açığa vurma hissine ve fiziksel varlığa sahip oldukları düşünülmektedir (Crowne, 2008: 392). Ayrıca bu bireyler olan bitenlere dair derin düşünme ve anladıklarına uyum sağlama yeteneğine sahip olmaktadır (Van Dyne, Ang ve Livermore, 2010: 133-134).

#### 2.1.2.3.2. Kültürel Zekânın Boyutları

Bireylerde farklı zekâ odakları olduğu ileri sürülmüştür. Bireysel düzeydeki zekâyı kavramsallaştırmak üzere dört tamamlayıcı yol önermek için zekâ üzerine çok sayıdaki görüşü birleştirilmiştir. Davranışsal yetenekler eylem düzeyinde yetenekler olmalarına karşın, üstbiliş, biliş ve motivasyon insan beyninde yer alan zihinsel yeteneklerdir (Ang ve diğerleri, 2007: 337; Ang ve Van Dyne, 2008: 4; Ng ve diğerleri, 2009a: 232; Ng, Van Dyne ve Ang, 2009b: 101):

- (1) **Üstbilişsel Zekâ:** Bilişselliğin bilgisi ve kontrolü anlamına gelmektedir. Bunlar bireylerin bilgiyi edinmek ve anlamak için kullandıkları süreçlerdir.
- (2) **Bilişsel Zekâ:** Bireysel bilgi ve bilgi yapıları anlamına gelmektedir.
- (3) **Motivasyonel Zekâ:** Motivasyonel zekâ, belirli bir görev veya durum üzerinde enerjini yönlendirme ve sürdürmede zihinsel yetenek anlamına gelmekte ve motivasyonel yeteneğin problem çözmede kritik olan çağdaş görüşlere dayanmaktadır. Motivasyonel zekâ, bilişselliğin büyük bir bölümünün güdülendiğini kabul etmekte ve bu sebeple, zekâ mekânı olarak enerjinin büyüklüğü ve yönüne odaklanmaktadır.
- (4) **Davranışsal Zekâ:** Eylem düzeyindeki bireysel yetenekler anlamına gelmektedir. Bireylerin düşündüklerinden ziyade yaptıklarına odaklanmaktadır. Davranışsal zekâ, bilişsel ve motivasyonel zekâyı da beraberinde getirmekte ve gerçek dünyaya uygulamaktadır.

Çok faktörlü bir yapı olarak kültürel zekâ, çoklu zekâ odağı çerçevesine dayanmaktadır. Kültürel zekâ, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal olmak

üzere dört boyuttan oluşmaktadır (Van Dyne ve diğerleri, 2010: 134; Ng, 2011: 3; RezaieKelidbari, RezaieDizgah ve RajabiJourshari, 2012: 6134). Şekil 3’te kültürel zekânın dört boyutuna yer verilmiştir. Şekil 3’e göre kültürel zekânın üstbilişsel kültürel zekâ boyutu farkındalık, planlama ve kontrol etme, bilişsel kültürel zekâ boyutu kültürel sistemler, kültürel normlar ve değerleri, motivasyonel kültürel zekâ boyutu, içsel, dışsal ve özyeterlilik, davranışsal kültürel zekâ boyutu ise, sözlü ve sözlü olmayan söz eylemleri unsurlarından oluşmaktadır.



### Şekil 3. Dört Boyutlu Kültürel Zekâ Modeli

**Kaynak:** Linn Van Dyne., Soon Ang, ve David Livermore. (2010). “Cultural Intelligence: A Pathway for Leading in a Rapidly Globalizing World”, K. Hannum-B.B. McFeeters-L. Booyesen (Der.), Leading Across Differences, Pfeiffer, San Francisco, s. 131-138.

Kültürel zekânın dört boyutunun nitelik bakımından farklı yönleri bulunmaktadır. Bu, en iyi kavramsallaştırılmış kültürel zekâ yapısını vurgulamaktadır. Çok boyutlu bir bütün olarak yapı iki ayırt edici özelliğe sahiptir (Ang ve Van Dyne, 2008: 7):

- (1) Boyutlar bütün olarak aynı kavramsallaştırma seviyesinde var olmaktadır.
- (2) Boyutlar genel yapıyı oluşturmaktadır. Buna göre, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâ, genel kültürel zekâ yapısını oluşturan farklı yetenek türleri olarak görülmektedir.

Üstbilişsel kültürel zekâ, kültürel bilgiyi edinme ve anlama konusunda zihinsel yeteneği; bilişsel kültürel zekâ, kültür hakkındaki genel bilgi ve bilgi yapılarını; motivasyonel kültürel zekâ, kültürlerarası durumlarda, öğrenme ve işlev görme konusunda enerjiyi yönlendiren bireysel yeteneği ve davranışsal kültürel zekâ ise kültürel olarak farklı etkileşimlerde uygun sözlü ve sözsüz eylemleri gösterebilecek bireysel yetenekleri içermektedir (Ang ve Van Dyne, 2008: 5). Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler hepsini birlikte kullanmaktadır. Kültürel zekânın tüm boyutları, farklı kültürlerden bireylerle çalışanlar için gereklidir (Crowne, 2008: 392-393).

#### **2.1.2.3.2.1. Üstbilişsel Kültürel Zekâ**

Üstbilişsel kültürel zekâ, bireylerin, kültürel bilgiyi edinmek ve anlamak için kullandıkları zihinsel süreçleri ve kültüre ilişkin zihinsel süreçlerin kontrolünü ifade etmektedir (Ng ve Earley, 2006: 11; Ang ve diğerleri, 2007: 338; Ang ve Van Dyne, 2008: 5; Crowne, 2008: 392; Ng, Van Dyne ve Ang, 2012: 32). Üstbilişsel kültürel zekâ, bireyin farklı insan grupları ve ülkelerin kültürel normlarını anlamak için zihinsel modellerin planlanmasını, izlenmesini ve gözden geçirilmesini içermektedir (Ang ve Van Dyne, 2008: 5; Yılmaz ve Kaya, 2015: 31). Üstbilişsel kültürel zekâ, etkileşim halinde olunan bireylerin davranışlarını veya beklenmeyen tepkilerini açıklama konusunda bireylerde daha fazla dikkat uyandırmaktadır (Bücker, 2014: 2070).

Üstbilişsel kültürel zekâ terimi, kültürlerarası etkileşim sırasında bireyin bilinçli kültürel farkındalık düzeyine işaret etmektedir. Üstbilişsel kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler etkileşim öncesi ve sırasında diğerlerinin kültürel tercihlerinin bilinçli olarak farkındadırlar (Ang ve Van Dyne, 2008: 5). Onlar aynı zamanda etkileşim sırasında ve sonrasında kültürel varsayımları sorgulamakta ve kendi zihinsel modellerine uyarlamaktadırlar (Brislin ve diğerleri, 2006: 40; Triandis, 2006: 24; Ang ve diğerleri, 2007: 338).

Üstbilişsel kültürel zekâ, daha derin bir düzeyde bilgi sağlayarak (Crowne, 2008: 392) yeni kültürel çevrelerdeki sosyal etkileşimler için yeni yöntem ve kuralları geliştirmede bireylere izin veren (Ang ve Van Dyne, 2008: 5) yüksek düzeyde bilişsel stratejiler içermektedir (Van Dyne ve diğerleri, 2010: 137; RezaieeKelidbari ve diğerleri, 2012: 6134).

Bireyin kendi düşünce süreçleri üzerinde düşünme ve kültürel bilgileri kullanarak farklı bir kültürü anlama ve sorunları çözme becerisi yeteneğidir. Bu, doğru bir strateji planlamak ve çok kültürlü ortamlarda neler olduğunu doğru bir şekilde yorumlamak için kültürel bilginin kullanılıp kullanılmayacağını ve beklentilerin doğru olup olmadığını veya belirli bir bireyin ve/veya kültürün zihinsel modelinin revize edilip edilemeyeceğini kontrol etmeyi içermektedir (Van Dyne ve diğerleri, 2010: 137).

Örneğin, üstbilişsel kültürel zekâ düzeyi yüksek olan batılı bir işletme yöneticisi Asyalılarla yapılan görüşmeler süresince doğru konuşma zamanı hakkında dikkatli, bilinçli ve duyarlı olabilmektedir. Üstbilişsel kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, etkileşimleri ve Asyalı meslektaşlarının iletişim tarzını (konuşma sırası gibi) genellikle gözlemek ve konuşmadan önce hangi davranışın uygun davranışı oluşturduğunu düşünmektedirler (Ang ve Van Dyne, 2008: 5).

Bireylerin, herhangi bir kültür ile ilgili olarak yalnızca bilgi sahibi olması yeterli görülmemektedir. Aynı zamanda bireyler, diğer kültürlerin alışlagelmiş kalıpları ve yüzeysel tanımlamalarının ötesine bakmaya ihtiyaç duymaktadırlar (Ng, 2011: 4). Üstbilişsel kültürel zekâ faktörü, bireylerin kültürel bilgiyi anlama ve elde etmek için kullandıkları zihinsel süreç (Ang ve diğerleri, 2006: 101) olduğu için bir dizi nedenden dolayı kritik bir bileşendir. Bu nedenler şunlardır (Ang ve Van Dyne, 2008: 5; Van Dyne ve diğerleri, 2009: 236; Ng, 2011: 4; Akdemir ve diğerleri, 2016: 34):

- (1) Farklı kültürel ortamlarda insanlar ve durumlar hakkında aktif düşünmeyi teşvik etmektedir.
- (2) Kültürel açıdan sınırlı düşünce ve varsayımlar konusunda zorlukları tetiklemektedir.
- (3) Bireyleri daha kültürlü olabilmeleri konusunda stratejilerini gözden geçirmeye ve adapte etmeye itmektedir.

Üstbilişsel kültürel zekâ, farkındalık, planlama ve kontrolü içermektedir. Farkındalık, bireyin kendisi ve diğer bireylerle uyumlu olması anlamına gelmektedir. Planlama, bireylere, konulara ve durumlara nasıl yaklaşılacağını önceden görerek kültürlerarası bir karşılaşmaya hazırlıklı olmak için zaman almaktadır. Kontrol ise plan



ve beklentilerin uygun olup olmadığını görmek için etkileşime girdikçe yapılan denetlemedir (Van Dyne ve diğerleri, 2010: 137).

#### **2.1.2.3.2.2. Bilişsel Kültürel Zekâ**

Genel bilgi, kültür ve kültürel farklılıklarla ilgilidir (RezaieeKelidbari ve diğerleri, 2012: 6134). Bilişsel kültürel zekâ farklı kültürler üzerine düşünmeyi ve kültürel farklılıklarda belirli bir düzen getiren açıklayıcı modelleri araştırmayı teşvik etmektedir (Bücker, 2014: 2070).

Üstbilişsel kültürel zekâ üst düzey bilişsel süreçlere odaklanırken, bilişsel kültürel zekâ, eğitim ve kişisel deneyimlerden elde edilen, farklı kültürlerdeki gelenekler, uygulamalar ve normlar konusundaki bilgiyi ifade etmektedir (Ang ve diğerleri, 2007: 338; Crowne, 2008: 392). Bu nedenle kültürel zekânın bilişsel faktörü, bireyin kültürel bilgi seviyesini veya kültürel çevre hakkındaki bilgisini yansıtmakta (Ang ve Van Dyne, 2008: 5; Crowne, 2008: 392) ve bir kültürün yapısı hakkında genel bilgileri içermektedir (Ang ve diğerleri, 2006: 101). En genel anlamıyla bilişsel kültürel zekâ bireylerin kültürler arasındaki benzer ve farklı yönleri anlamaları ile bağlantılıdır (Akdemir ve diğerleri, 2016: 35).

Kültürel bilgi, çevrenin kültürel ortamında saklı olan bilgiyi içermektedir. Çağdaş dünyada çok çeşitli kültürler göz önüne alındığında, bilişsel kültürel zekâ, kültürel farklılıklar hakkında bilginin yanı sıra kültürel anlamda genel olguların bilgisine işaret etmektedir (Van Dyne ve diğerleri, 2012: 300). Temel ihtiyaçlara dayanan kültürel anlamda genel olgular mevcuttur ve tüm insanlar için geçerli olmaktadır. Kültürel anlamda genel olgular arasında teknolojik yenilikler (araç-gereçler vb.), yiyecek elde etme yöntemleri (avcılık, tarım vb.), ekonomik faaliyetler (ticaret vb.), sosyal etkileşim kalıpları (aile içi iletişim vb.), çocuk yetiştirme uygulamaları/yöntemleri, insanları evrene bağlayan inanç ve davranışlar (din vb.), estetik tercihler ve iletişim kalıpları (dil, jestler vb.) yer almaktadır (Ang ve Van Dyne, 2008: 6). Bu genel olgular, farklı kültürlerin ve bu kültürlere ait alt kültürlerin yasal, ekonomik ve sosyal sistemleri ve kültürlere ilişkin değerlerin temel çerçeveleri hakkında bilgiyi içermektedir (Ang ve diğerleri, 2007: 338; Yeşil, 2010: 159; RezaieeKelidbari ve diğerleri, 2012: 1634).

Kültürel zekânın bilişsel faktörü, kültürel zekânın kritik bir bileşenidir (Van Dyne ve diğerleri, 2009: 236-237), çünkü kültür bilgisi, insanların düşüncelerini ve davranışlarını etkilemektedir. Bir toplumun kültürünü ve kültürün bileşenlerini anlamak, bireylerin bir kültüre özgü sosyal etkileşim kalıplarını şekillendirdiği ve oluşturduğu sistemlerin daha iyi değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Sonuç olarak, bilişsel kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, kültürel açıdan farklı bir toplumdaki insanlarla daha iyi etkileşime geçebilmekte (Ang ve Van Dyne, 2008: 6) ve kültürlerarası farklılıkları ve benzerlikleri anlamaktadır (Ang ve diğerleri, 2007: 338).

Bilişsel kültürel zekâ, çeşitli kültürel etkileşimlerde kullanılabilir bir çerçeve sunmakta ve aynı zamanda kısa süreliğine bireyin kendi kültürel bakış açısını bir kenara bırakarak, farklı kültürde neler olduğunu anlamaya yönelik zihinsel hazırlıklar yapmasını sağlamaktadır. Bu, bireye esneklik ve daha geniş bir bakış açısı kazandırmakta, kültürlerarası etkileşim süresince iletişim biçimini düzenleme imkânı vermektedir (Akdemir ve diğerleri, 2016: 35).

### **2.1.2.3.2.3. Motivasyonel Kültürel Zekâ**

Motivasyonel kültürel zekâ, bireyin kültürel farklılıklarının olduğu durumlarda diğer bireylerle iletişim kurabilmek adına göstermiş olduğu dikkat ve enerjiyi bu yöne doğru yönlendirebilme yeteneğini ifade etmektedir (Ang ve diğerleri, 2006: 101; Ang ve diğerleri, 2007: 338; Ang ve Van Dyne, 2008: 6; İşçi, Söylemez ve Kaptanoğlu, 2013: 6). Motivasyonel kültürel zekâ, bireylerin ilgi alanı ve yeni kültürel çevrelere uyum sağlama yönelimi olarak da tanımlanmaktadır (Templer ve diğerleri, 2006: 156-157).

Motivasyonel kültürel zekânın üç temel motive edici yönü bulunmaktadır. Bunlar (Crowne, 2008: 392; Akdemir ve diğerleri, 2016: 35):

- (1) İyileştirme veya kendini daha iyi hissetme isteği;
- (2) Geliştirme veya kendini geliştirmek için meydan okuma isteği ve
- (3) Devamlılık veya bireyin hayatında süreklilik ve öngörülebilirlik arzudur.

Bu bileşen, bir kişinin yeni bir kültürel ortama adaptasyonunu yönlendirmekte ve bireyi motive etmektedir (Ng ve Earley, 2006: 15). Bu, iyileştirme, etkililik ve tutarlılık olarak da ele alınabilmektedir (Crowne, 2008: 392). Motivasyonel kültürel zekâ, bireylerin kültürlerarası uyum derecesini etkilemektedir (Templer ve diğerleri, 2006: 157).

Kültürel zekânın bu boyutunda bireyin sahip olduğu öz yeterlilik ve içsel motivasyonun iletişim kurmada önemli olduğu belirtilmektedir (Van Dyne ve diğerleri, 2009: 237). Motivasyonel kültürel zekâ bireylerin özyeterliliğin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Bireylere kültürlerarası durumlarla başa çıkmaları için enerji vermekte ve farklı ülkelerde kontrollerini sağlamak için güvenlerini geliştirmektedir (Bücker, 2014: 2070).

Bireyin motivasyonel kültürel zekâ düzeyi özyeterlilik inancı ile ilişkili olduğu gibi kültürel değerlerle de ilişkilidir (Templer ve diğerleri, 2006: 156-157). Yeni kültüre uyum sağlama yeteneğine sahip olduğundan emin olması birey için önemlidir (Ng, 2011: 5). Çünkü motivasyonel kültürel zekâ bireylerin kültürlerarası uyumunu etkilemektedir (Templer ve diğerleri, 2006: 156-157).

Motivasyonel kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler kültürlerarası etkinliklerinde içsel ilgi (Ang ve diğerleri, 2007: 338) ve güveni temel alarak kültürlerarası durumlarda dikkati ve enerjiyi yönlendirmektedir (Ang ve Van Dyne, 2008: 6; Yeşil, 2010: 159). Bu bireyler doğal olarak yeni ve çeşitli kültürler arası karşılaşmalar yaşamaya motive olmaktadır. Yeni kültürel deneyimleri değerlendirebilmekte ve farklı kültürel geçmişe sahip bireylerle etkileşimde bulunmanın tadını çıkarmaktadırlar. Aynı zamanda uyarlanabilir yeteneklerinde de kendi kendilerine etkilidirler (Templer ve diğerleri, 2006: 156-157).

Motivasyonel kültürel zekâ, kültürel zekânın kritik bir bileşenidir, çünkü bu bir dürtü kaynağıdır. Bu zekâ türü, yeni kültürel ortamlarda işleve yönelik çaba ve enerjiyi tetiklemektedir. Örneğin, Japoncaya hâkim olan ve diğer kültürlerden bireylerle etkileşimde bulunmayı seven Çinli bir yönetici, Japonya'dan bir meslektaşıyla iletişime geçmekte tereddüt etmemektedir. Aksine, henüz Japonca öğrenmiş veya kültürlerarası buluşmalardan hoşlanmayan başka bir Çinli yöneticinin bu tür kültürlerarası etkileşime kalkışması daha az muhtemeldir (Ang ve Van Dyne, 2008:

6). Bireyi güdüleyen ve bireyin kültürel bilgi ve stratejilerini yönlendiren motivasyonel kültürel zekâ, dikkati ve çabayı tetiklemektedir (Templer ve diğerleri, 2006: 156-157).

#### **2.1.2.3.2.4. Davranışsal Kültürel Zekâ**

Davranışsal kültürel zekâ, bireylerin kendi kültürleri dışındaki diğer kültürlerle iletişimleri esnasında, uygun sözel ve sözel olmayan davranışları sergileme yeteneğini ifade etmektedir (Ang ve diğerleri, 2006: 101; Ng ve Earley, 2006: 8; Ang ve Van Dyne, 2008: 5; Van Dyne, Ang ve Koh, 2008: 17; Van Dyne ve diğerleri, 2009: 237). Davranışsal kültürel zekâ, bireyin kültürlerarası durumlarda uygun (sözlü ve sözlü olmayan) hareket ettiği anlamına gelmektedir (Thomas, 2006: 79). Davranışsal kültürel zekâ, kültürel zekânın pratik yönüdür (RezaieeKelidbari ve diğerleri, 2012: 6134) ve davranışsal dağarcığının geniş ve esnek olmasını kapsamaktadır (Ang ve diğerleri, 2007: 338). Kültürün davranışsal dağarcığı (Ang ve Van Dyne, 2008: 7):

- (a) Yasalaştırılan belli davranış aralıklarında,
- (b) Belirli sözlü olmayan ifadelerin ne zaman ve hangi şartlar altında gerektiği, tercih edildiği, izin verildiği veya yasaklandığını yöneten kuralları göstermede,
- (c) Belirli sözlü olmayan davranışlara atfedilen yorum veya anlamlarda olmak üzere üç şekilde değişmektedir.

Davranışsal kültürel zekâ, kültürel zekânın kritik bir bileşenidir; çünkü sözlü ve sözlü olmayan davranışlar sosyal etkileşimlerin en göze çarpan özellikleridir (Ang ve Van Dyne, 2008: 7). Motivasyon ile kültürel anlayış konusundaki zihinsel yetenekler, belirli ortamların kültürel değerlerine dayanan uygun sözlü ve sözlü olmayan davranışları sergileme yeteneği ile tamamlanmalıdır (Ang ve diğerleri, 2007: 338). Sözlü ve/veya sözlü olmayan davranışlar çok kültürlü ortamlarda başarılı bir etkileşim için oldukça önemlidir (Van Dyne ve diğerleri, 2010, 137).

Bireyler yüz yüze etkileşimleri başlattığında ve sürdürdüğünde, birbirlerinin gizli düşüncelerine, duygularına veya motivasyonlarına erişemezler. Ancak, diğer bireylerin sözlü olarak duydukları, yüz ve diğer harici ifadelerinde gördükleri şeylere güvenebilirler. Kültürlerarası durumlarda, sözsüz davranışlar özellikle kritiktir; çünkü

bunlar "sessiz bir dil" olarak işlev görmekte ve anlamı güç algılanan ve üstü kapalı yollarla bildirilmektedir. Çünkü davranışsal ifadeler kültürlerarası buluşmalarda özellikle göze çarpmaktadır, kültürel zekânın davranışsal bileşeni, gözlemcilerin diğer bireylerin kültürel zekâlarını değerlendirmek için kullandıkları en kritik faktör olabilmektedir (Ang ve Van Dyne, 2008: 7).

Yüksek davranışsal kültürel zekâ düzeyine sahip olan bireyler esnektir ve davranışlarını her kültürel etkileşimin özelliklerine göre ayarlayabilmektedir (Ang ve Van Dyne, 2008: 7). Kültürel olarak uygun kelimeler, tonlar, jestler ve yüz ifadeleri gibi geniş bir yelpazesi olan sözlü ve sözlü olmayan yetenekleri temel alan duruma uygun davranışlar sergilemektedir (Ang ve diğerleri, 2007: 338; Yeşil, 2009: 125).

### **2.1.2.3.3. Kültürel Zekânın Diğer Zekâ Türleri ile İlişkisi**

Kültürel zekâ, çoklu zekâ kuramına dayandığı için diğer zekâ türleriyle benzerlik göstermektedir, ancak ayrılan yönleri de mevcuttur (Ang ve diğerleri, 2007: 339; Mayer, Caruso ve Salovey, 2000: 272). Kültürel zekâ, kişilik, yetenek ve ilgi içeren bireysel farklılıkların geniş bir alanına dayanmaktadır ve bireyin yeteneklerinin bir parçası olarak kabul edilmektedir (Moon, 2010: 877).

Kültürel zekâ ile ilişkili olarak, genel zihinsel yetenek (Schmidt, 2009), duygusal zekâ (Law, Wong ve Song, 2004; Mayer ve diğerleri, 2000) ve sosyal zekâ (Tan, 2004: 19) incelenen zekâ türleridir. Bu zekâ türleri, kültürel zekâ türüne benzemektedir. Çünkü bu zekâ türünde seçilen davranış biçimlerinden ziyade bir dizi yetenek yer almaktadır (Mayer ve diğerleri, 2000: 270; Ang ve Van Dyne, 2008: 8; Moon, 2010: 877). Bununla birlikte kültürel zekâ, kültürle bağlantılı yeteneklere odaklandığı için kavramsal olarak bu zekâ türlerinden farklıdır (Moon, 2010: 877). Genel zihinsel yetenek, bilişsel yeteneklere odaklanmaktadır, kültürel açıdan farklı durumlar gibi belirli bağlam türlerine özgü değildir ve zekânın davranışsal veya motivasyonel yönlerini içermemektedir (Schmidt, 2009: 4; Ang ve Van Dyne, 2008: 8-9).

Duygusal zekâ, kişisel duygularla başa çıkma becerisine odaklanmaktadır. Kültürel zekâ gibi akademik ve zihinsel zekânın ötesine geçmektedir. Bununla birlikte, kültürel bağlamı dikkate almadan duyguları algılama ve yönetme genel yeteneği

üzerinde durduğundan kültürel zekâdan farklıdır (Moon, 2010: 881). Duygusal ipuçları kültürün içinde sembolik olarak oluşturulduğundan ve tarihsel olarak aktarıldığından, bireyin kendi kültüründeki duyguları kodlama ve çözme yeteneği yabancı kültürlerle kendiliğinden aktarılmamaktadır (Ang ve diğerleri, 2007: 339; Ang ve Van Dyne, 2008: 9). Çünkü duygular farklı kültürel ortamlarda farklı anlam ve öneme sahip olmaktır (Mercan, 2016a: 36). Böylelikle, bir kültürde yüksek duygusal zekâyâ sahip bir birey, başka bir kültürde duygusal zekâyâ sahip olmayabilir; çünkü bir kültürdeki bireylerin başka bir bireyin duygusal statüsünü belirlemek için kullandığı sosyal veya duygusal ipuçlarının çoğu kültürlerle göre değişmektedir (Moon, 2010: 881). Aksine, kültürel zekâ kültürden bağımsızdır ve kültürel çeşitlilik ile karakterize edilen durumlarla alâkalı genel bir yetenekler grubuna işaret etmektedir (Ang ve diğerleri, 2007: 339; Ang ve Van Dyne, 2008: 9).

Sosyal zekânın duygusal zekâ gibi zekânın davranışsal ve bilişsel yönlerini içeren çok boyutlu yapısı olduğu fikri gibi kültürel zekâ ile bazı ortak nitelikleri paylaşmaktadır (Thomas, 2006: 80). Sosyal zekâ, “insanları anlama ve yönetme yeteneği” olarak tanımlanmakta (Mercan, 2016a: 37) ve duygusal zekâ ile benzerlik göstererek kişinin toplumdaki ilişkilerini yönlendirmektedir (Tan, 2004: 19). Kültürel zekâ, kültürlerarası ortamlarda belirli bir alana odaklanmakta (Ang ve Van Dyne, 2008: 4) ve küreselleşme ile birlikte çalışma hayatında daha fazla hissedilmeye başlanan çok kültürlü bir ortamda başarılı olma konusu üzerinde durmaktadır (Şahin ve Gürbüz, 2012: 127). Duygusal zekâ, bilişsel zekâyı tamamladığı gibi, giderek birbirine bağımlı hale gelen bir dünyada, işyerinde ve kişisel ilişkilerde başarıyı elde etmede her ikisi de önemlidir. Toplumsal etkileşim normları kültürden kültüre değiştiğinden, bilişsel zekâ, duygusal zekâ veya sosyal zekânın otomatik olarak etkin kültürlerarası uyum ve etkileşime dönüşeceği ihtimal dâhilinde değildir (Ang ve Van Dyne, 2008: 4). Van Dyne ve Ang (2005) zekânın diğer türleri gibi kültürel zekânın da farklı kültürel ortamlardaki etkililiğe ve iyi ilişkilerin önemli olduğu belirli yeteneklere odaklanarak bilişsel zekâyı tamamladığını belirtmişlerdir.

#### **2.1.2.3.4. Kültürel Zekânın Elde Edilmesi ve Genişletilmesi**

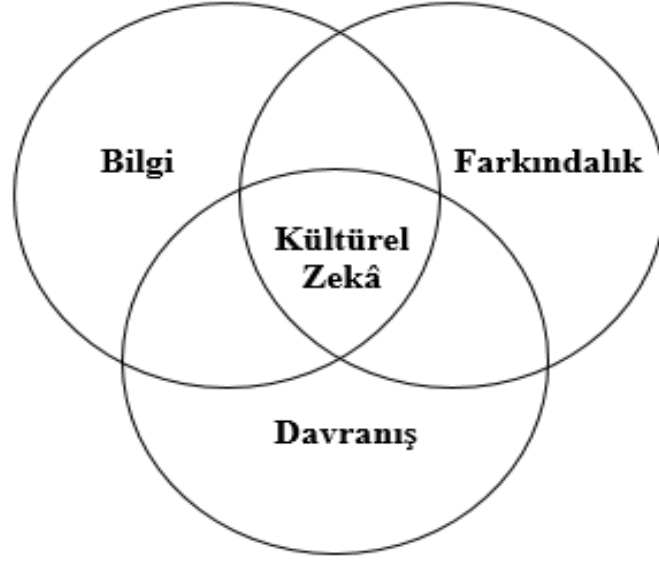
Mensubu olunan kültür dışında başka bir kültürlerle iletişimin ve etkileşimin olduğu ortamlarda kültürel zekânın kazanılması ve geliştirilmesi oldukça önemlidir.

Bireyler farklı kültürlerle karşılaştıklarında kendi kültürlerinde işe yarayan ipuçları ve bilgiler yetersiz kalmakta ve yanıltıcı olabilmektedir (Mercan, 2016a: 40). Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin çok kültürlü çalışma gruplarında, yurtdışında eğitim programlarında ve başka ülkeye yapılan görevlerde daha etkili bir performansa sahip olmaları beklenmektedir (Ang ve Van Dyne, 2008: 10). Bu sebeple, bireylerin kültürel zekâ ile ilgili doğru performans becerileri geliştirebilmeleri uzun süreli gözlem ve uygulamalara dayanmaktadır (Mercan 2016a: 41).

Kültürel zekâ, deneyim, eğitim ve çalışma ile geliştirilebilmektedir. Bireylerin farklı kültürel ortamlara girmesi, kendi ülkesi dışındaki ülkelere seyahati, başka kültürdeki insanlar hakkında öğrenimleri, diğer bireyleri anlamaya ve tanımaya çalışması ve bu konuda önyargısız olarak değerlendirme yapması kültürel zekâ derecesini artırmaktadır (Şahin, Gürbüz ve Köksal, 2014: 153). Peterson, (2004: 98), ayrıca kendi kültürel ortamlarında bireylerle etkileşim halinde olmanın kişiler arası ilişki becerilerini gelişmesinin mümkün olduğunu belirtmiştir.

Kültürel zekânın geliştirilmesinde tecrübeye dayalı öğrenme etkin bir yöntemdir. Kültürel zekâ bir öğrenme sürecidir (Mercan, 2016a: 41) ve kültürel olarak farklı ortamlarda uyum ve etkin performans gibi sonuçlara neden olan, imkân veren ve/veya bu sonuçları kolaylaştıran bir yetenektir. Kültürel zekâ, çok kültürlü ortamlarda performans ve uyum sonuçlarını öngörmelidir (Ang ve Van Dyne, 2008: 10).

Kültürel zekânın daha önce yapılan tanımlarından hareketle Thomas (2006) kültürel zekânın üç bileşeni olduğunu belirtmiştir. Kültürel zekâ, Şekil 4'te gösterildiği gibi bilgi, farkındalık ve davranışsal yeteneği kapsamaktadır. Bu üç birleşen, kültürler arasında etkili bir şekilde etkileşim kurma yeteneğini üretmek için bir araya getirilmiştir.

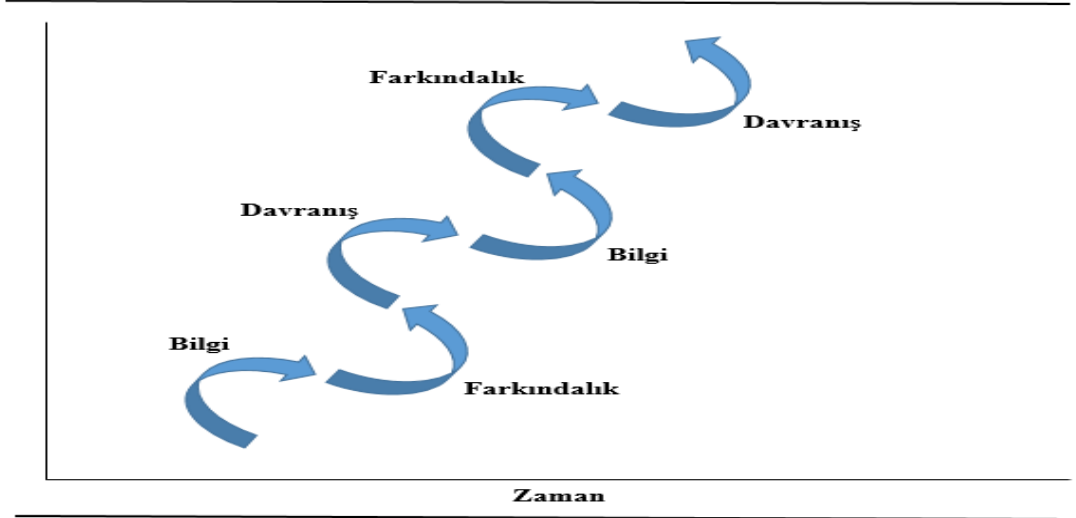


#### Şekil 4. Kültürel Zekânın Bileşenleri

**Kaynak:** David C. Thomas.(2006). Domain and Development of Cultural Intelligence: the Importance of Mindfulness. Group and Organization Management, 31(1), s.81.

Diğer çok yönlü zekâ biçimlerine benzer şekilde, kültürel zekâ, zamanla gelişen bir süreklilik üzerinde var olmaktadır. Buna ek olarak, bu gelişme doğrusal bir süreç değil, tekrar eden deneysel öğrenme gerektiren bir süreç olarak öngörülmektedir. Bu süreç, temel bir bilgi seviyesini, yeni bilgi ve farkındalık yoluyla alternatif bakış açıları edinilmesini ve bu bilginin davranışsal yetenek ile bağdaştırılması ve özümsemesini gerektirmektedir. Bu tekrarlayan süreç Şekil 5’te yer alan bir seri S eğrisi olarak düşünülebilmektedir (Thomas, 2006: 89).





### Şekil 5. Kültürel Zekânın Gelişimi

**Kaynak:** David C. Thomas. (2006). Domain and Development of Cultural Intelligence: the Importance of Mindfulness. *Group and Organization Management*, 31(1), s. 89.

Kültürlerarası etkileşimler yoluyla kültürel zekânın zamanla öğrenildiği kabul edildiğinde, bireylerin kültürel zekâ seviyelerinde çeşitli gelişme aşamalarından geçtikleri de düşünülebilmektedir. Bu aşamalar şunlardır (Thomas 2006: 91; Akdemir ve diğerleri, 2016: 31-32):

**Birinci Aşama:** Bireyler kendi kültürel norm ve kurallarına bağlıdır, kültürel farklılıkların farkında değildir.

**İkinci Aşama:** Diğer kültürel normları tanıma ve bunlar hakkında daha fazla öğrenme motivasyonu devreye girmektedir. Deneyim ve farkındalık bireyi çevreleyen yeni keşfedilmiş bir bilinç oluşturmaktadır. Bu aşamadaki bireyler sıklıkla kültürel çevrenin karmaşıklığını ayırmak için uğraşmaktadır.

**Üçüncü Aşama:** Bireyin zihninde diğer kültürel norm ve kuralların yerleşmesi aşamasıdır. Kültürel çeşitlilik hakkında daha derin bir anlayış gelişmeye başlamaktadır. Çeşitli toplumların kültürel normları ve kuralları anlaşılır ve makul hale gelmektedir. Farklı kültürel durumlara uygun davranış tepkilerinin tanınması gelişmektedir. Bu aşamadaki bireyler, çeşitli kültürel durumlarda ne söyleneceklerini ve ne yapacaklarını bilmektedir.

**Dördüncü Aşama:** Alternatif davranışlar içerisinde çeşitli kültürel normların özümsemesi aşamasıdır. Bu aşamada farklı durumlara uyum sağlamak artık çok çaba gerektirmemektedir. Bireyler, belirli kültürel duruma bağlı olarak seçebilecekleri bir davranış dizisi geliştirmektedirler. Bireyler, aktif olarak yeni davranışlar denemekte ve birkaç farklı kültürde neredeyse zahmetsizce ve kendi kültüründen daha fazla stres duymadan işlev görmektedir. Diğer kültürlerle mensup bireyler onları kültürel açıdan bilgili olarak kabul etmektedir ve onlarla iletişim kurmada kendilerini rahat hissetmektedirler. Bu aşamada bireyler kendilerini evlerindeymiş gibi hissetmeye başlamaktadır.

**Beşinci Aşama:** Başkalarının algılamadığı değişen ipuçlarını tanımaya dayalı kültürel davranışta yenilikçilik aşamasıdır. Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, bazen diğer kültürlerden olan bireylerden bile önce kültürel ortamdaki değişiklikleri hissetme yeteneğine sahiptir. Kültürlerarası etkileşimlerin ayrıntılarına o kadar uyumludurlar ki, diğer bireyler arasında kültürlerarası etkileşimleri kolaylaştırma ve bu değişiklikleri öngörmede davranışlarını neredeyse otomatik olarak ayarlamaktadırlar. Bireyler, hangi davranışların gerekli olduğunu ve bunları etkili bir şekilde nasıl yürüteceğini içgüdüsel olarak biliyor gibi görünmektedir. Seviye ahip olmak istenen bir kültürel zekâ seviyesi olmasına karşın gelişimin bu aşamasındaki bireyler nadirdir.

Farklı kültürlerle sahip olan ülkelerde vakit geçirmek kültürel zekânın geliştirilmesinde en önemli araçtır. Kültürel zekaya sahip olmak için gerekli olan fırsat ve motivasyon, büyük ölçüde farklı kültürlerle sahip olan bireylerle iletişimin geliştirilmesine bağlı olmaktadır (Mercan, 2016a: 43). Kültürlerarası başarılı etkileşimde kültürel zekâ gereklidir (Triandis, 2006: 20).

Kültüre zekâ düzeyini arttırmak için bireyin yalnızca kendini bilmesi yeterli değildir (Crowne, 2008: 392). Bireyin durumdan elde edilen bilgiyi anlamının ve bütünleştirmenin yanı sıra çoklu ipuçlarını değerlendirme sürecinin yanı sıra durumla ilgili yargıya nasıl varacağını da bilmesi gerekmektedir (Triandis, 2006: 25).

### **2.1.2.3.5. Turizm Sektöründe Kültürel Zekânın Önemi**

Akay (2005) turizm sektöründe kültürel zekânın önemine işaret ederken bazı nedenlerin üzerinde durmuştur. Akay (2005: 113)'a göre çok kültürlü ortamlarda, birbirinden farklı kültürlerin olması, kültür ve iletişimin birbiriyle bağlantı içinde olması, iletişimi yapanların aynı zamanda bir kültürün parçası olması, kültürün iletişimde kendini göstermesi, bir kültüre ait olmanın iletişimi özel kılması, aynı kültüre sahip olmanın iletişimi kolaylaştırması ve farklı kültüre ait olmanın iletişimi zorlaştırması bu nedenlerden bazılarıdır.

Turizm sektöründe farklı kültürel ortamlardan gelen turistlere de hizmet verilmektedir (Yılmaz ve Kaya, 2015: 33). Farklı kültürlerle etkileşimi kısıtlı olan, farklı kültürlere yatkınlığı olmayan ve kültürlerarası bir eğitim almamış olan turizm çalışanları kendilerini ifade etmede ve farklı kültürlere mensup turistleri anlamada sorun yaşayabilmektedirler. Bunun aksine, farklı kültürleri anlayan ve kültürlere uyum sağlayan turizm çalışanları, kültürel sınırları geçebilmekte ve etkili iletişim kurabilmektedir (Avcıkurt, 2015: 98). Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan çalışanlar, hizmet sunulan turistlerin kültürlerine aşina olmaları, sunulan hizmetin kalitesini ve müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemekte, turistlerin davranışlarını ait olduğu kültüre göre değerlendirebilmekte ve kültüre uyum sağlayabilmektedir (Yılmaz ve Kaya, 2015: 33).

### **2.1.3. ÖZYETERLİLİK KAVRAMININ ANALİZİ**

Bu başlık altında; özyeterlilik kavramının tanımına, özyeterliliğin kaynaklarına, özyeterliliğin etki ettiği süreçlere, özyeterliliğin önemine ve yüksek ve düşük özyeterlilik inancına sahip olan bireylerin özelliklerine yer verilmiştir.

#### **2.1.3.1. Özyeterlilik Kavramının Tanımı**

İlk defa 1977 yılında Albert Bandura tarafından ortaya atılan özyeterlilik kavramı Sosyal Öğrenme Kuramında yer almıştır (Yüzen, 2016: 32). 1986 yılında ise bu kuram Sosyal Bilişsel Teori adını almıştır (Bandura, 2001: 10).

Sosyal Öğrenme Kuramına göre, bireyler ilk refleksler hariç, doğuştan gelen davranış dağarcığı ile donatılmamıştır ve bu davranışları öğrenmelidir. Yeni tepki modelleri doğrudan deneyim ya da gözlem yoluyla edinilebilmektedir (Bandura, 1977a: 16). Sosyal Bilişsel Teori ise Sosyal Öğrenme Kuramından daha kapsamlıdır. Çünkü Sosyal Öğrenme Kuramına ek olarak motivasyonel ve öz düzenleme mekanizmalarını da içermektedir. Diğer bir deyişle, Sosyal Bilişsel Teori’de, "sosyal" kısım insan düşüncesinin ve eyleminin çevresel kaynaklarını kabul ederken, "bilişsel" kısım bilişsel süreçlerin insan motivasyonu ve eylemine olan etkili katkısını tanımaktadır (Stajkovic ve Luthans, 2002: 127). Sosyal Bilişsel Teori, bireyin adaptasyonuna ve kendine özgü birtakım niteliklerine değinmektedir (Bussey ve Bandura, 1999: 12). Bu nedenle, özyeterlilik inancı Sosyal Bilişsel Teori’de çok önemli bir rol üstlenmektedir (Bandura, 1999a: 28).

Bandura’nın özyeterlilik teorisinin, davranışlar üzerinde büyük bir güce sahip olduğu bilinmektedir (Yılmaz, Gürçay ve Ekici, 2007: 253). Bununla birlikte, insan motivasyonunu, etkisini ve eylemini etkileyen kendi kendine düşünme yollarından hiçbiri bireyin kişisel etkinlik kararlarından daha merkezi ya da nüfuzlu değildir (Bandura, 1999b: 46). Bu teoride özyeterlilik inançlarının, çaba, kararlılık ve faaliyet seçimini etkilediği önerilmektedir (Maddux ve Lewis, 1995: 44). Çünkü yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler, diğer bireylere göre zor görevlere daha hazır olmakta, daha fazla çalışmakta (Zimmerman, 1995: 204) ve daha uzun süre dayanıklılık göstermektedirler (Iroegbu, 2015: 170). Bu nedenle özyeterlilik, kavramsallaştırılmış ve bir kişilik özelliği olarak ölçülmemiş; bunun yerine, belirli durumlarda nispeten spesifik davranışlar bağlamında tanımlanmış ve ölçülmüştür (Maddux, 1995: 7).

Schunk ve Rise (1986: 4) özyeterlilik kavramını belirli bir etkinlikte bireyin performans yetenekleri konusunda kişisel kararları olarak tanımlamaktadır. Bireylerin olası durumları yönetmek için gerekli olan eylem planlarını organize etme ve yürütme yeteneğine olan inançları olarak da tanımlanmaktadır (Pajares, 1996: 544).

Özyeterlilik kavramı, “bireylerin yaşamlarındaki olayları kontrol edebilmek için gerekli olan bilişsel, güdüsel ve davranışsal kaynaklara ve gerektiğinde bu kaynakları harekete geçirebilecek kapasiteye sahip olduklarına olan inançları” olarak ifade edilmektedir (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128). Bandura (1997: 46)’ya göre

bireylerin görevleri başarı ile gerçekleştirme noktasında becerilerine veya kapasitelerine olan inançlarıdır. Benzer bir tanıma göre özyeterlilik, bireyin karşılaşabileceği güç durumların üstesinden gelme konusundaki başarı düzeyine ilişkin algısı (Gözüm ve Aksayan, 1999: 22), belli görevleri ve davranışları yapabileceğine olan inancıdır (Çetin, 2011: 74; H. Çolakoğlu ve T. Çolakoğlu, 2016: 75).

Özyeterlilik, bireyin verilen durumsal talepleri karşılamak için motivasyonunu, bilişsel kaynaklarını ve hareket tarzlarını harekete geçirebilme yeteneklerine olan inançları şeklinde tanımlanmaktadır (Chen, Gully ve Eden, 2001: 62). Özyeterlilik inancı, “bireyin belli bir performansı göstermek için gerekli etkinliği organize edip, başarılı olarak yapma kapasitesine duyduğu inanç”tır (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254). “Bu görevi bu durumda yerine getirebilir miyim?” sorusunun cevabı ile ilgilenmektedir (Linnenrink ve Pintrich, 2003: 120). Bu bağlamda bireylerin özyeterlilik inançları, harekete geçmeleri ve sorunlarla mücadele etmeleri hususlarında etkili olmaktadır (Basım, Korkmazıyürek ve Tokat, 2008: 122). Bu durumda bireyler, olaylara karşı daha etkili çözümler geliştirebilmekte ve daha öngörülü olabilmektedirler (Kahya, 2015: 295).

Sosyal Bilişsel Teori’de önemli bir yere sahip olan özyeterlilik inancı (Pajares, 2002: 3), bireylerin bilgi ve deneyimlerini nasıl yorumladıklarına bağlıdır ve “bilgi ve eylem arasında aracılık eden bir biliş” şeklinde yorumlanabilmektedir. Bireyin eylemi gerçekleştirmesi söz konusu olduğunda, o bireyin yeterlilik inancı performansını olumlu ya da olumsuz etkilemektedir (Kurt, 2012: 198). Çünkü önemli olan sahip olunan yeteneklerin sayısı değil, çeşitli koşullar altında sahip olunan yeteneklerle neler yapabileceği inancıdır (Bandura, 1997: 37). Böylelikle özyeterlilik, öngörülen korkuları ve kısıtlamaları azaltmanın yanı sıra nihai başarının beklentileri sayesinde başa çıkma çabalarını da etkilemektedir (Bandura, 1977a: 80). Ayrıca, bireyin özyeterlilik inancı, geçmiş tecrübelerden ve bireyin başarıyı şans veya beceri ile ilişkilendirmesinden de etkilenmektedir (Bandura, 1977b: 204; Sherer ve diğerleri, 1982, 663). Güçlü bir özyeterlilik inancı bireyin başarısını artırmaktadır (Yüzen, 2016: 33).

Özyeterlilik inancı bireylerin görev ve içinde buldukları duruma göre değişkenlik göstermektedir; benzer becerilere sahip farklı birey veya farklı

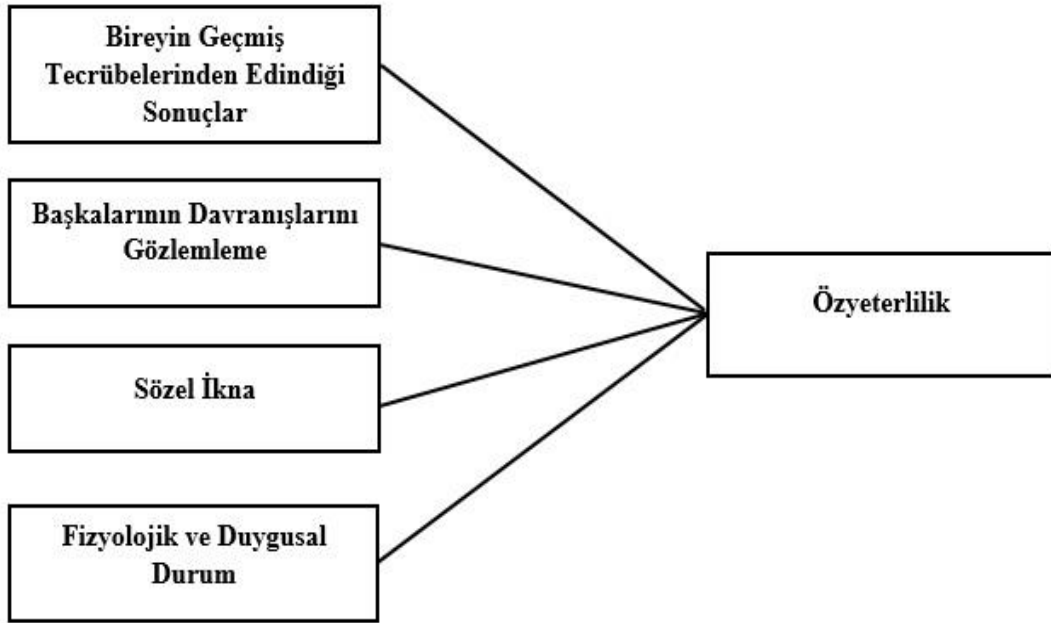
koşullardaki aynı birey, özyeterlilik inançlarındaki dalgalanmalara bağlı olarak yetersiz veya olağanüstü performans gösterebilmektedirler (Bandura, 1997: 37). Örneğin, kamuya açık konuşmada algılanan özyeterlilik düzeyi ve gücü, konu, sunumun biçimi ve ele alınacak seyirci türüne bağlı olarak değişecektir (Bandura, 1977a: 83). Bununla birlikte, özyeterliliğin davranış üzerinde güçlü bir etkisi bulunmaktadır (Sherer ve diğerleri, 1982: 663). Sherer ve Adams (1983), özyeterlilik beklentilerinin davranış ve davranış değişikliği üzerinde güçlü etkiler yarattığını belirtmişlerdir. Özyeterlilik inancı ile ilgili özellikler şu şekilde sıralanmaktadır (Acar, 2007: 1-2):

- Özyeterlilik, algılanan bir beceri değildir. Bireyin birtakım şartlar altında “ne yapabilirim” sualine verdiği cevaba ilişkin hissettiği içsel inancıdır.
- Özyeterlilik, belli durumlarla mücadele etme ve bunu değiştirme hususunda, yetenek ve becerilerini düzenlemek için bireyin yapabilecekleri konusundaki inancıdır.
- Özyeterlilik inancı, davranışları tahmin etme aracı değil, bireyin ne yapabileceğine olan inancıdır.
- Özyeterlilik inancı, bir hedefe ulaşmak için yapılan davranışın amacı değildir. Çünkü amaçlar, yapılabilecek hedefler için söylenmektedir.
- Özyeterlilik, bir motivasyon (güdüleme) değildir, fakat motivasyonu artıran etkenlerden biridir.
- Özyeterlilik inancı, beklenen sonuçlarla ilgili değil, bir davranışın sonucuna ilişkin inançtır.
- Özyeterlilik, kişisel/genetik bir özellik değildir.

Özyeterlilik inancı, bireyin motivasyonu, refahı ve kişisel başarısı hususunda temel oluşturmaktadır (Pajares, 2002: 3; Chen, Gully ve Eden, 2004: 375). Bu inançlar bireyin görev konusunda davranış sergileme yatkınlığını, bu davranıştaki devamlılığını, davranış hususunda motivasyonunu ve son olarak da performansını etkilemektedir (Kotaman, 2008: 113).

### 2.1.3.2. Özyeterliliğin Kaynakları

Özyeterlilik, birbiri ile etkileşimde olan dört temel bilgi kaynağından oluşmaktadır (Bandura, 1997: 79; Bandura, 1999b: 46; Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254; MacNab ve Worthley, 2012: 64). Şekil 6’da özyeterliliğin kaynakları gösterilmektedir. Bu kaynaklar, güçlü bir yetkinlik hissi oluşturmanın en etkili yolu olan bireyin geçmiş tecrübelerinden edindiği sonuçlar; bireyin diğer bireylerin başarılı olup olmama durumlarından hareketle, kendi başarı durumu konusunda çıkarımda bulunması olan başkalarının davranışlarını gözlemleme; bir işi başarıp başaramama durumu söz konusu olduğunda bireyin diğer bireyler tarafından desteklenmesi ve cesaretlendirilmesi durumu olan sözel ikna ve son olarak, bireyin fiziksel ve ruhsal durumu ile açıklanan fizyolojik ve duygusal durumlardır (Bandura, 1997: 79; Yüzen, 2016: 34-35).



### Şekil 6. Özyeterliliğin Kaynakları

**Kaynak:** Fred. C. Lunenburg. (2011). Self-efficacy in the Workplace: Implications for Motivation and Performance. International Journal of Management, Business, and Administration, 14(1), s. 2

Bireyler, diğer bireyleri gözlemleyerek, ikna yoluyla, fizyolojik durumlarla ve kendi performanslarından kendi özyeterlilikleri hakkında bilgi elde etmektedirler (Schunk ve Rise, 1986: 4). Bilişsel olarak dört kaynağa dayalı özyeterlilik bilgisi değerlendirildiğinde, iki işleve sahip olduğu belirtilmektedir. İlk bilişsel işlev, kişisel

özyeterlilik göstergesidir. Dört kaynak etkinliğinin her birinin özyeterlilik bilgisi için kendine özgü göstergeler kümesi vardır. İkinci işlev ise, insanların gelen bilginin kalitesini değerlendirmek ve onu kendi özyeterlilik çerçevesine entegre etmek için kullandıkları sezgiler veya deneme yanılma yöntemleridir (Bandura, 1997: 79).

### **(1) Bireyin Geçmiş Tecrübelerinden Edindiği Sonuçlar**

Özyeterliliğin ilk ve en güçlü kaynağı, bireyin geçmiş tecrübelerinden edindiği sonuçlardır (Bandura, 1999b: 46; Lunenburg, 2011: 3). Bireyin geçmiş tecrübelerinden edindiği sonuçlar (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128), ilgili alanyazında, performans başarıları (Acar, 2007: 4; Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254), başarılı deneyimler (Duman, 2007: 34; Kotaman, 2008: 120), kişisel deneyim (Yüzen, 2016: 34), doğrudan deneyimler (Yenilmez ve Kakmacı, 2008: 4), ustalık yaşantıları (İsrael, 2007: 34) ve tam ve doğru deneyim (Kaleli, 2016: 11) şekilde de yer almaktadır.

Bu kaynağa sahip bireyler, olayların birinci elden bilgisine sahiptir ve onları deneyimlemektedir (Bandura, 1997: 80). Bu özyeterlilik değişikliğinin performans başarısının direkt bir sonucu olarak gerçekleşeceği anlamına gelmemektedir (Stajkovic ve Luthans, 2002: 135). Çünkü bu bilgiler, bilişsel süreçte işlenerek bireyin kendini değerlendirme sürecini etkilemektedir (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128).

Bireyin geçmiş tecrübelerinden edindiği sonuçlar; “bir bireyin geçmişinde yer alan başarı ile tamamlanmış bir görevin özyeterliliğini olumlu yönde etkilemesi ve artırması” olarak tanımlanabilmektedir (Yüzen, 2016: 34). Bireyin kendi yaşantısı yoluyla sahip olduğu deneyimler, ulaşılabilir adımların üstesinden gelinmesi ile başarılabilmektedir. Başarısızlık, özellikle kendini geliştirmenin ilk evrelerinde bireyi zayıf düşürmektedir (Bandura, 1999b: 46). Dahası, bireyler kolay başarılar elde ederse, başarısızlıklar ya da aksilikler sebebiyle kolayca vazgeçebilmektedir (İsrael, 2007: 35).

Başarılar, bireyin özyeterlilik inancına güç katmaktadır (Bandura, 1999b: 46). Bireyler, bir görevde başarılı olursa, bu onların etkinlik inançlarını güçlendirecek ve güçlükler karşısında daha dayanıklı olacaklardır (Bandura, 1997: 80). Diğer bir ifadeyle, başarılar özyeterlilik inancı oluşturmakta; başarısızlıklar ise zayıflatmaktadır (Oettingen, 1995: 149).



Bireyin gösterdiği başarı, mükâfat tesiri yaratmakta; böylece bireyin ileride de benzeri davranışları sergilemesini sağlamaktadır. Böylelikle bireyin sergilediği başarı gelecekte de benzer işlerde başarılı olacağını göstermektedir (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254). Ancak, bireylerin hızlı ve kolay bir şekilde sonuca ulaşabilecekleri görevlerden ziyade, kendilerini zorlayacak görevleri üstlenmeleri özyeterlilik inancının gelişmesine olumlu yönde katkı sağlayacaktır (Yüzen, 2016: 34).

## **(2) Başkalarının Davranışlarını Gözleme**

Özyeterliliği yaratmanın ve güçlendirmenin ikinci kaynağı, başkalarının davranışlarını gözleme (Bandura, 1999b: 47). Başkalarının davranışlarını gözleme (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128), ilgili alanyazında, vekâleten deneyim (Kotaman, 2008: 120), dolaylı yaşantılar (Acar, 2007: 4; Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254; İsrail, 2007: 35; Yenilmez ve Kakmacı, 2008: 4; Yüzen, 2016: 35), dolaylı deneyim (Kaleli, 2016: 11) ve sosyal modelden gözlenen deneyimler (Duman, 2007: 34) şeklinde de yer almaktadır.

Bireyler, kişisel performans deneyimleri olmaksızın bile, diğer bireylerin başarılarını ve başarısızlıklarını gözlemleyerek özyeterliliklerini belirleyebilmektedir (Oettingen, 1995: 150; Lunenburg, 2011: 3). Başkalarının davranışlarını gözleme, bireylerin diğer bireylerin başarılı veya başarısız olma durumlarından yola çıkarak kendi başarı durumuna ilişkin geliştirdikleri inanç olarak tanımlanmaktadır (Yüzen, 2016: 35). Bu tür bir deneyim, görevleri yerine getiren diğer bireyleri gözlemleyerek etkinleştirilmekte ve birey, kendi kabiliyetini diğer bireylerle kıyaslayarak ölçmektedir (Bandura, 1997: 86- 87).

Bireyin gözlemediği durum ile özyeterlilik inancı geliştirmesi muhtemel olan durumun benzer olması bu kaynağın önemini vurgulamaktadır (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128). Bireyler, kendileri gibi diğer bireylerin de çaba göstermeleri sonucu başarılı olduklarını görürlerse, başarılı olma kapasitesine sahip olduklarına inanmaktadırlar (Bandura, 1999b: 47; İsrail, 2007: 35). Başka bir deyişle, diğer bireylerin başarılı olduklarını görmek, bireyin kendisinin de başarı beklentisine girmesini sağlayabilmektedir. Bireyin kendisinden beklentisi diğer bireylerin sergilemiş oldukları deneyimlerden kaynaklanmaktadır (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254).

Birey diğer bireyleri gözleme yoluyla özyeterlilik inancını artırabilmekte ya da azaltabilmektedir. Model alınan birey ile kurulan benzerlik ile başarı durumu doğru orantılıdır ve benzerlik arttıkça başarı da artmaktadır (Yüzen, 2016: 35). Yine de başkalarının davranışlarını gözleme, bireylerin özyeterlilik düzeylerini yükseltmek için bireyin geçmiş deneyimlerinden faydalanmasından daha az etkilidir (Bandura, 1997: 86- 87).

### **(3) Sözel İkna**

Sözel ikna, bireylerin özyeterliliğini güçlendirmenin üçüncü yoludur (Bandura, 1999b: 47). Sözel ikna (Acar, 2007: 4; Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254; Duman, 2007: 34; Yenilmez ve Kakmacı, 2008: 4; Kaleli, 2016: 12; Yüzen, 2016: 35), ilgili alanyazında, bireylerin başkalarından gördükleri sosyal baskılar (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128), ve sözel telkinler (İsrael, 2007: 35) şeklinde de yer almaktadır.

Bireyler, bu kaynakla birlikte özyeterlilik inancını oluşturmakta ve geliştirmektedir (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128). Özellikle zorluklarla mücadele ederken, bir şüphe duymaktan çok yeteneklerine olan inancını ifade ettikleri takdirde (Stajkovic ve Luthans, 2002: 138), özyeterlilik duygusunu sürdürmek daha kolaydır. Sadece sözel ikna gücü, algılanan özyeterlilikte kalıcı artışlar yaratma gücünde sınırlı olabilmekte, ancak olumlu değerlendirme gerçekçi sınırlar içerisindeyse kendini değiştirmeyi desteklemektedir (Bandura, 1997: 101).

Bireyin kapasitesini aşan görevleri üstlenmesine sebep olan gerçekçi olmayan sözel ikna, bireyin başarısızlığına yol açmakta ve özyeterlilik inancının zayıflamasına neden olmaktadır (Kaleli, 2016: 12). Bunun aksine, bireyler başarılı olmak için ellerinden gelen şeylere sahip oldukları konusunda ikna olurlarsa, daha fazla gayret sarf etmekte ve daha dirençli olmaktadır (Bandura, 1999b: 46). Bir başka deyişle, bireyi başarıya götürebilecek söz ve tavsiyeler bireyin cesaretleterek özyeterlilik inancının değişmesini sağlayabilmektedir (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254). Bu durum bireyin özyeterlilik inancını olumlu yönde etkilemekte ve artırmaktadır. Ancak daha sonra gösterilen çabaların sonuçları zayıf ise bu artış geçici olmaktadır (İsrael, 2007: 35). Bununla birlikte gerçek dışı olan sözel ikna unsurları bireyi hayal kırıklığına uğratabilmektedir (Yüzen, 2016: 35).

#### (4) Fizyolojik ve Duygusal Durum

Bireylerin yeteneklerini değerlendirmek için başvurduğu özyeterlilik inancının son ve dördüncü kaynağı fizyolojik ve duyuşsal durumlardır (Bandura, 1999b: 47). Fizyolojik ve duygusal durum (Kotaman, 2008: 4), ilgili alanyazında, duygusal durum (Acar, 2007: 4; Yılmaz ve diğerleri, 2008: 254), fiziksel ve duygusal durum (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128), fizyolojik durum (Yüzen, 2016: 35), psikolojik durum (İsrail, 2007: 35; Yenilmez ve Kakmacı, 2008: 4), fizik ve duygusal durumlar (Kaleli, 2016: 12), fizyolojik ve psikolojik durumlar (Duman, 2007: 34) şeklinde de yer almaktadır.

Bireyler, bazen üstlendikleri görevlerin özellikle fiziksel güç ve dayanıklılık gerektirdiği durumlarda, bedenlerinin ipuçlarını kullanarak yeteneklerine karar vermektedir (Dolgun, 2016: 21). Yorgunluklarını, kızgınlıklarını ve ağrılarını düşük fiziksel özyeterlilik göstergesi olarak yorumlamaktadırlar (Bandura, 1999b: 47). Bir bakıma, yaşanan kaygı ve depresyon gibi duygu durumları bireyler tarafından kişisel eksiklikler olarak algılanabilmektedir (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128).

Fiziksel durumu güçlendirmek, stres düzeylerini ve olumsuz duygusal eğilimleri azaltmak, bedensel durumların yanlış yorumlanmalarını düzeltmektir (Bandura, 1997: 106). Bireyin davranışını sergileyeceği anda fiziksel ve duygusal olarak iyi olması, davranışı sergileme ihtimalini artırmaktadır (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254). Örneğin, birey stresli olduğunda düşük bir özyeterlilik inancına sahip olmaktadır. Bununla birlikte, pozitif bir ruh hali bireyin özyeterlilik inancını artırırken, negatif bir ruh hali ise bu inancı azaltmaktadır (Oettingen, 1995: 150). Bu bakımdan fizyolojik ve duygusal durum özyeterlilik inancında önemli bir rol oynamaktadır (Stajkovic ve Luthans, 2002: 138).

Bireylerin yüksek ya da düşük özyeterlilik inancı geliştirmeleri bu dört temel kaynağa bağlı (Yüzen, 2016: 36) olmakla birlikte, buradan elde edilen bilgiler, bireyler tarafından önce olay ve sonuçları dikkate alarak yorumlanmakta daha sonra esas bilgilere dönüştürülmektedir (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128). Bireylerin bilişsel, motivasyonel, duyuşsal ve karar verme (seçim yapma) süreçlerinde bu bilgilerin etkileri mevcuttur (Bandura, 1997: 115).

### **2.1.3.3. Özyeterliliğin Etki Ettiği Süreçler**

Özyeterliliğe etki eden kaynakların varlığının yanı sıra özyeterliliğin etki ettiği süreçler mevcuttur (Şahin ve Gürbüz, 2012: 128). Bireylerin hisleri, düşünceleri, motive olma biçimleri ve davranışları özyeterlilik inancı tarafından belirlenmektedir (Telef ve Karaca, 2011: 500). Bilişsel, motivasyonel, duyuşsal ve seçim yapma (karar verme) olarak dört farklı kategoriye ayrılan bu süreçler üzerinde özyeterliliğin farklı etkileri bulunmaktadır.

#### **(1) Bilişsel Süreç**

Özyeterlilik inancının bilişsel süreçler üzerinde çeşitli etkileri bulunmaktadır. Bireylerin birçok davranış, belirledikleri hedeflerle kendi yeteneklerini değerlendirmelerinden etkilenmektedir (Bandura, 1989: 1175). Güçlü bir özyeterlilik inancı bireyi zor hedeflere yönlendirmekte ve hedeflere ulaşma istekliliğinde etkili rol oynamaktadır. Bu sebeple, sergilenmek istenen davranışlar önce düşünce ile başlamaktadır. Düşünceyi davranışa dönüştürme noktasında ise başarılı olup olmamaları bireylerin kurguladıkları senaryolar ile değerlendirilmektedir. Yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler bu hususta başarılı olurken, düşük özyeterlilik inancına sahip olan bireyler başarısız olmaktadır. Bireyler kabiliyetleri hususunda kendileri ile ilgili bir şüpheye düştüklerinde başarı sergilemeleri neredeyse imkânsızdır. Bu noktadan hareketle, düşünce bireylerin yaşamlarına etki edecek olaylar hakkında tahminde bulunmalarını ve bu olayları kontrol etmelerini sağlamaktadır. Özetle, özyeterlilik inancı bilişsel süreç üzerinde etkili bir rol üstlenmektedir (Yüzen, 2016: 36).

#### **(2) Motivasyonel Süreç**

Bireylerin motivasyonunda önemli bir yeri olan özyeterlilik inancı, bireylerin hedeflerini belirlemede ve bu hedeflere ulaşmada ne kadar çaba göstereceği, güçlüklerle dayanma seviyesi ve başarısızlıklara katlanma gibi hususlarda motivasyona katkıda bulunmaktadır (Kaleli, 2016: 16). Bireyler, başarabileceklerini düşündükleri görevler konusunda olumlu yönde düşünerek kendilerini motive etmektedirler. Motivasyon süreci üzerindeki etki bireyin yüksek veya düşük özyeterlilik inancına sahip olmasına göre değişkenlik göstermektedir (Yüzen, 2016: 36- 37). Yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler, gösterdikleri çabanın başarılarını arttıracığı

düşüncesi ile çaba göstermeye devam ederken, düşük özyeterlilik inancına sahip olan bireyler, başarısızlıkla karşı karşıya kaldıklarında işten vazgeçerek çaba göstermeyi de bırakmaktadır (Bandura, 1989: 1176).

### **(3) Duyuşsal Süreç**

Bireylerin özyeterlilik inancı (güç bir durumda stres ya da depresyonla başa çıkma gibi) duyuşsal süreçlerini de etkilemektedir (Kaleli, 2016: 16). Bu tür duyuşsal tepkiler, düşünmenin doğasını ve seyrini değiştirerek hareketleri doğrudan ve dolaylı olarak etkileyebilmektedir (Bandura, 1989: 1177). Özyeterliliğin ilk ve en önemli kaynağı olan geçmiş deneyimlerden faydalanmaları, duyuşsal süreçte yer almaktadır. Bireyin kendi deneyimlerinden elde ettiği başarılı bir performans duyuşsal sürece olumlu yönde etki ederken; başarısız bir performans olumsuz yönde etki etmektedir. Bu süreçte, yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler başarısızlıktan kaynaklanan hayal kırıklığının hızlı ve kolay bir şekilde üstesinden gelirken; düşük özyeterlilik inancına sahip olan bireyler için bu durum söz konusu olmamaktadır (Yüzen, 2016: 37).

### **(4) Seçim Yapma (Karar Verme) Süreci**

Bireylerin seçimleri, yapılacak aktiviteler, çevresi ve yaşamı sahip oldukları özyeterlilik inancından etkilenmektedir (Kaleli, 2016: 16). Yapılan seçimler, farklı yeteneklerin gelişmesine ortam hazırlamakta ve bireylerin kişisel gelişimlerini etkilemektedir. Yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler yaptıkları seçimlerde daha başarılı olmaktadır (Yüzen, 2016: 37-38). Bununla birlikte bu süreçte bireyler kapasitelerinin üstünde olduğunu düşündükleri bir aktiviteyi yapmaktan kaçınmaktadır (Bandura, 1989: 1178).

#### **2.1.3.4. Özyeterliliğin Önemi**

Özyeterlilik, yeteneklerle ilgili inançlara dayanmaktadır. Amaçlara erişmek için zaruri olan bir davranışı tertip etmek ve gerçekleştirebilmek için gereklidir (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 254). Özyeterlilik, faaliyetlerin seçimini, harcanan çabayı, direnç ve görev başarılarını etkilemektedir (Linnenbrink ve Pintrich, 2003: 127). Bu sebeple, özyeterlilik inancı, yeni becerilerin kazanılması veya öğrenmenin gerçekleştirilmesi durumunda ve bunların uygulamaya geçirilmesi konusunda kritik

bir işleve sahiptir (Kotaman, 2008: 114). Bireyler, belli aralıklarla başarılar elde edip güçlü bir özyeterlilik inancı geliştirdiyse, başarısızlıklar daha az zararlıdır. Olumsuzluklar karşısında elde edilen başarılar bireye fayda sağlamaktadır (Oettingen, 1995: 149). Özyeterlilik inancını etkileyen pek çok yön bulunmaktadır. Bunlar (Duman, 2006: 6):

- Bireyin ulaşmak istediği hedeflerin yönü,
- Verilen görevler için harcadığı çabanın miktarı,
- Zorluklar ve başarısızlıklar karşısında katlanacağı vakit,
- Yolunda gitmeyen şeylere karşı sahip olduğu esneklik,
- Sahip olduğu olumlu ve olumsuz düşünceler,
- Çevresel isteklerle uğraşırken hissettiği ruhsal gerilim ve depresyonun seviyesi ve
- Gerçekleştirilen başarıların düzeyi şeklinde sıralanmıştır.

### **2.1.3.5. Yüksek ve Düşük Özyeterlilik İnancına Sahip Olan Bireylerin Özellikleri**

Özyeterlilik inancı, bireylerin hislerini, düşüncelerini, davranışlarını ve kendilerini motive etme düzeylerini etkilemektedir (Bandura, 1993: 118). Ayrıca bireylerin bir etkinliğe ne ölçüde gayret göstereceklerini, engellerle karşılaştıklarında bahsi geçen engellere ne ölçüde dayanacaklarını ve olumsuz durumlar karşısında ne kadar esnek olacaklarını belirlemeye yardımcı olmaktadır. Öte yandan da özyeterlilik inancı, bireylerin düşünce kalıplarını ve duygusal tepkilerini de etkilemektedir (Pajares, 1996: 544).

Davranışlar, bireylerin belirli bir durumda sahip olduğu gerçek yeteneklerden ziyade kapasite ve yeterlilikleri konusundaki inançlardan etkilenmektedir. Bu sebeple özyeterlilik inancı, bireylerin sergiledikleri davranışların önemli bir değişkeni olarak kabul görmektedir (Koç, Sak ve Kayri, 2015: 1417). Bireylerin yeterlilik beklentileri ile harcadıkları çaba doğru orantılıdır (Aypay, 2010: 117). Bu bağlamda, özyeterlilik inancı ne kadar yüksek ise gösterilen çaba, kararlılık ve esneklik o derece fazla olmakta ve bireylerin elde ettikleri başarının nihai belirleyicisi olmaktadır (Bandura, 1989: 1175; Pajares, 1996: 545).

Özyeterlilik inancı düzeylerindeki farklılıklar, kişisel standartlar ile kazanımlar arasındaki tutarsızlıklara verilen bireysel tepkilerle açıklanabilmektedir (Murphy, 2002: 164). Özyeterlilik inancı, zor hedeflere ulaşmak için gerekli olan görev stratejilerinin geliştirilmesi için önemlidir (Judge, Jackson, Shaw, Scott ve Rich 2007: 109). Nitekim yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler zor görevleri bir tehdit olarak görmek yerine, bu zorlukların üstüne gitmektedir (Murphy, 2002: 164; Luszczynska, Scholz ve Schwarzer, 2005: 441). Bu türden bir bakış açısı, ilgi ve odaklanmayı artırmakta (Çetin, 2011: 75) ve böylelikle bireylerin kendilerine koydukları hedefleri başarmada kararlı bir yapıda olmalarını sağlamaktadır. Bu bireylerin başarısızlık karşısında sergilemiş oldukları çabayı arttırmaktadır. (Bandura, 1993: 144; Linnenbrink ve Pintrich, 2003: 127). Bununla birlikte, yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler farklı çevresel talepleri karşılama konusunda kendi yeteneklerine güvenmekte (Jerusalem ve Mittag, 1995: 178) ve kendi yetenek ve özelliklerine saygı duymaktadırlar (Yenilmez ve Kakmacı, 2008: 4). Bu bireyler aynı zamanda daha zorlayıcı görevleri üstlenmekte (Schwarzer, Bäßler, Kwiatak, Schröder ve Zhang, 1997: 71) ve bu görevleri yerine getirmekten mutluluk duymakta, yaşadıkları hayal kırıklıklarını çabuk atlatmakta, karşılaştıkları başarısızlıktan yılmamakta ve çaba göstermeye devam etmektedirler. Ayrıca, bu bireyler başarılarının kaynağını gereken bilgi ve beceriyi doğru kullanmalarına; başarısızlıklarının kaynağını ise kendilerine bağlamaktadırlar (Kotaman, 2008, 114). Yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireylerin kararlı yapılarının olması, stres ve depresyon yatkınlığını azaltarak kişisel başarıyı artırmakta (Bandura, 1993: 145; Murphy, 2002: 170; Yüzen, 2016, 33) ve bu bireyler daha az sağlık şikâyeti dile getirmektedirler (Jerusalem ve Mittag, 1995: 190).

Düşük özyeterlilik inancına sahip olan bireyler ise zor görevleri kişisel bir tehdit olarak görmekte ve zor görevleri yerine getirmekten çekinmektedirler (Yenilmez ve Kakmacı, 2008: 5). Ulaşmak istedikleri hedeflere yönelik ilgi ve beklentileri düşük düzeydedir ve kararlı bir yapı sergilememektedirler (Bandura, 1993: 144). Başarıya nasıl ulaşacaklarına odaklanmak yerine olumsuz yargılara varmaktadırlar (Murphy, 2002: 164). Görevlerden kaçmakta ve hayal kırıklıklarını kolay bir şekilde atlatamamaktadırlar. Başarısızlığa odaklanan bu bireyler, olumsuzluklara odaklanmakta ve başarılı bir performans sergileyememektedirler. Düşük özyeterlilik inancına sahip bireyler, başarısızlıklarının sebebi olarak başkalarını

suçlamakta (Yüzen, 2016: 34) ve çok çabuk pes ederek, stres ve depresyona yatkınlık göstermektedirler (Bandura, 1993: 144; Murphy, 2002: 170). Bunun yanı sıra, düşük özyeterlilik inancına sahip olan bireyler, görevlerini olduğundan daha zor görmekte ve problem çözme konusunda dar kapsamlı görüşlere sahip olmaktadır (Pajares, 1996: 544). Aynı zamanda bu bireylerin özsaygıları da düşük olmaktadır (Schwarzer ve diğerleri, 1997: 70).

#### **2.1.4. HİZMET SUNUMU KAVRAMININ ANALİZİ**

Bu başlık altında; hizmet kavramının tanımına, özelliklerine, hizmet verme yatkınlığı ve hizmet sunumunun önemine yer verilmiştir.

##### **2.1.4.1. Hizmet Kavramının Tanımı**

Hizmet soyut bir kavramdır ve tüketicinin zihninde fayda ya da tatmin olarak algılanmaktadır. Bu sebeple yapılan tanımlar birbiriyle benzerlik göstermektedir (Gümüş ve Göker, 2012: 3). Bireyler ve makineler tarafından o bireylerin çabasıyla üretilen, tüketicilere doğrudan fayda sağlayan ve fiziksel olmayan ürünler hizmet olarak tanımlanmaktadır (Koç, 2015: 21). Hizmet, bireylerin ya da bireylerin oluşturduğu toplulukların ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile belirli bir fiyat ile satılan, mülkiyet gerektirmeyen, fayda ve tatmin sağlayan soyut faaliyetler olarak da ifade edilmektedir (Arslantürk ve diğerleri, 2013: 108). Bir başka tanıma göre hizmetler “çıktıları fiziksel olmayan, genellikle üretildiği anda tüketilen, tüketicisine rahatlık, eğlence, uygunluk, konfor ya da sağlık gibi soyut değerler katan tüm ekonomik faaliyetler” olarak açıklanmıştır (Özer ve Özdemir, 2007: 11).

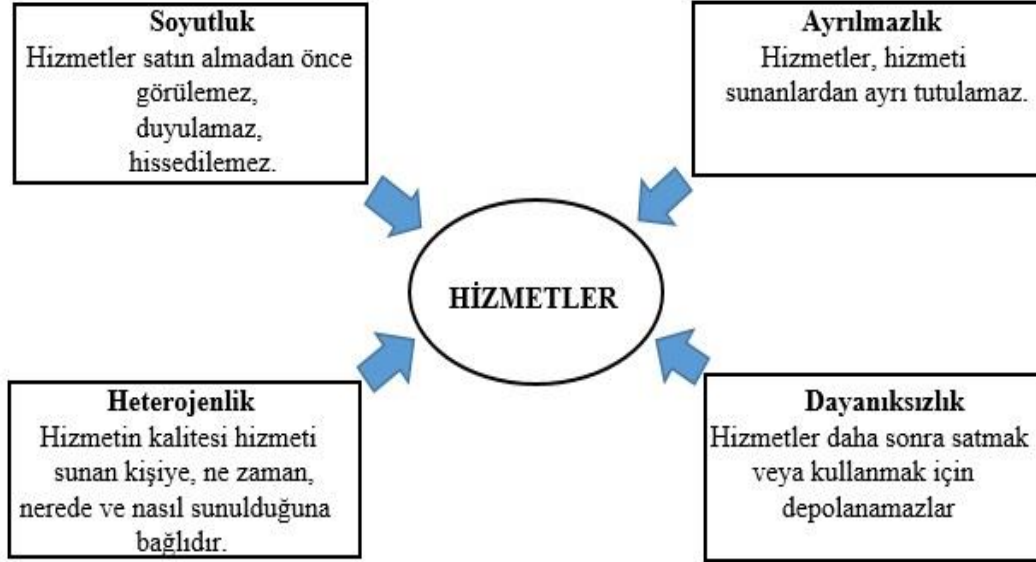
Hizmet kavramı ele alındığında, insan unsurunun hizmette temel unsur olduğu, hizmeti alan ve hizmet veren bireylerin karşılıklı bir iletişim halinde olmaları gerektiği, hizmeti almadan önce, hizmet sunumu süresince ve hizmeti aldıktan sonra her iki tarafın psikolojik süreçlerinde de etkili olduğu görülmektedir (Kaleli, 2015: 10).

##### **2.1.4.2. Hizmetin Özellikleri**

Hizmetleri fiziksel mallardan ayrılan temel özellikler bulunmaktadır (Gümüş ve Göker, 2008: 4). Farklılıklar olarak da adlandırılan bu özellikler yarattığı sonuçlar



bakımından önem arz etmektedir (Koç, 2015: 21). Bu dört temel özellik, soyut olma, ayrılmazlık, heterojenlik ve dayanıksızlık şeklinde sıralanmaktadır (Kotler ve Armstrong, 2012: 236). Şekil 7’de hizmetin dört temel özelliği gösterilmektedir.



### Şekil 7. Hizmetin Özellikleri

**Kaynak:** Philip Kotler ve Gary Armstrong. (2012). Principles of Marketing. (14th Press) Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. s. 237.

#### (1) Hizmetlerin Soyut Olma Özelliği

Hizmetin dokunulmazlığı/soyut olması, somut ürünlerin aksine, satın alınmadan önce görülememesi, tadılamaması, koklanamaması ve hissedilmemesi anlamına gelmektedir (Kotler ve Armstrong, 2012: 236). Hizmetlerin soyut olma özelliği, hizmetlerin değerlendirilmesi ve seçimi hususunda belirsizliklere yol açmakta ve karşılaştırma yapmaya imkân vermemektedir (Koç, 2015: 48). Ağırlama ve turizm endüstrisi ürünleri yalnızca deneyimsel niteliktedir ve deneyimledikten sonra ürünün kalitesi anlaşılmaktadır. Örneğin, bir restoran müşterisi, yemek tüketene kadar yemeğin ne kadar iyi olduğunu bilmemekte; aynı şekilde, tatil planlayan bir aile, tatil deneyimini elde etmedikçe o yer ile ilgili somut bilgi edinmemektedir (Kotler, 2014: 39). Bu doğrultuda soyutluk, soyut unsurların (hizmet personelinin nezaketi, cana yakınlığı, kişisel ilgi vb.) değerlendirilmesinde kullanılmaktadır (Dörtyol, 2014: 73).

## **(2) Hizmetlerin Ayrılmazlık Özelliği**

Hizmet ayrılmazlığı, sağlayıcıların kişi ya da makine olmasına bakılmaksızın, hizmetlerin sağlayıcılarından ayrı tutulamayacağı anlamına gelmektedir. Bir hizmet çalışanı bu hizmeti sağlıyorsa, çalışan hizmetin bir parçası haline gelmektedir (Kotler ve Armstrong, 2012: 237). Müşteri, hizmet üretilirken de mevcut olduğu için, hizmet çalışanı-müşteri etkileşimi olmakta ve hem çalışan hem de müşteri hizmet sonuçlarını etkilemektedir (Özgüven, 2008: 654). Çünkü somut ürünlerde olduğu gibi bir süreç işlememektedir. Hizmetler önce satılmakta, daha sonra üretilmekte ve tüketilmektedir. Bir başka deyişle üretim ve tüketim eşzamanlıdır (Koç, 2015: 65). Örneğin, bir restoranda yemek ne kadar iyi olursa olsun hizmet personelinin sunumu etkili değilse, müşteriler deneyimlerinden memnun kalmayacaklardır (Kotler, 2014: 40-41).

## **(3) Hizmetlerin Heterojenlik Özelliği**

Hizmet değişkenliği/ heterojenliği, hizmet kalitesinin, ne zaman, nerede ve nasıl sağladığının yanı sıra bu hizmeti kimin sağladığına da bağlı olduğu anlamına gelmektedir. Sunulan hizmetin kalitesi, müşteri ile her karşılaşması sırasında hizmet personelinin enerjisine ve zihin çerçevesine göre değişmektedir (Kotler ve Armstrong, 2012: 238). Çünkü bireylerin performansları belirli zaman dilimlerinde farklılıklar gösterebilmektedir. Bu sebeple iki hizmetin birbirinin aynı olması oldukça güçtür (Koç, 2015: 67-68).

Hizmetler aynı anda üretilmesi ve tüketilmesi kalite kontrolünü sınırlamaktadır. Bu durum yoğun talep dönemlerinde tutarlı ürün sunmayı zorlaştırmaktadır. Hizmet personeli ve konuk arasındaki iletişim, ürün tutarlılığının, değişim anında hizmet sunan bireylerin becerilerine ve performansına bağlı olduğu anlamına gelmektedir. Eksik iletişim ve konuk beklentilerinin heterojenliği de hizmet çeşitliliğine yol açmaktadır (Kotler, 2014: 41).

## **(4) Hizmetlerin Bozulabilirlik/ Dayanıksızlık Özelliği**

Hizmetlerin bozulabilirliği, hizmetlerin daha sonra satılamayacağı veya kullanım için saklanamayacağı anlamına gelmektedir. (Özgüven, 2008: 654). Hizmetlerde zaman kavramı oldukça önemlidir; hizmetler belli bir süreye bağlı olmaktadır (Koç, 2015: 73). Hizmetlerde üretim ve tüketim eşzamanlı olduğu için

uzun süreli üretim mümkün değildir; bu sebeple anlık üretim söz konusu olduğundan (Arslantürk ve diğerleri, 2013: 108) talep sabit olduğunda servislerin bozulabilirliği sorun olmazken, talebin dalgalanması durumunda zor durumlarla karşılaşmaktadır (Kotler ve Armstrong, 2012: 238).

#### **2.1.4.3. Hizmet Verme Yetkinliği**

Hizmet odaklılık kavramı örgütsel ve bireysel olmak üzere iki düzeyde incelenmektedir (Homburg, Hoyer ve Fassnacht, 2002: 87). Bu düzeylerden biri olan örgütsel düzeyde hizmet odaklılık, "hizmet mükemmeliği" yaratan ve sunan hizmet verme davranışlarını desteklemek ve ödüllendirmek üzere nispeten uzun süreli kurumsal politikalar, uygulamalar ve prosedürlerin örgüt çapında benimsenmesi şeklinde ifade edilmektedir (Lytle, Hom ve Mokwa 1998: 459). Bireysel düzeyde hizmet odaklılık ise "doğuştan gelen kişilik özellikleri ile öğrenme deneyiminin etkileşimi ve birleşimi sonucu oluşan, tüketicilerin gereksinimlerini karşılamaya ve iyi hizmet vermeye istekli ve yetenekli olma, tüketicilerle etkili iletişim kurabilme ve bundan zevk alabilme gibi kişilik özelliklerini, tutum ve davranışları kapsayan bireysel özelliklerin tümü" şeklinde tanımlanmaktadır (Kuşlvan ve Eren, 2011: 142).

Bireysel düzeyde hizmet odaklılık, ilgili alanyazında, hizmet verme ön eğilimi (Lee- Ross 2000), hizmet odaklılık (Homburg ve diğerleri, 2002) ve müşteri- tüketici odaklılık- yönelimlilik (Saxe ve Weitz 1982) olarak da adlandırılmaktadır. Kuşlvan ve Eren (2011) hizmet odaklılığının hizmet sunma isteği ve bireyin hizmet vermekten duyduğu memnuniyet ile ilgili olduğunu belirtmekte ve "hizmet verme yetkinliği" ifadesinin bu kavramı en iyi şekilde karşıladığını ifade etmektedirler. Ayrıca, hizmet veren ve alan bireyler arasındaki etkileşimin hizmet mübadelesinin temel noktası olduğunu belirtmişlerdir.

Hizmet verme yetkinliğini belirleyen unsurlar "kişilik özellikleri" ve "öğrenilebilen kültür, tutum ve davranışlar olarak hizmet verme yetkinliği" olarak ikiye ayrılmaktadır (Kuşlvan ve Eren, 2011: 142-145). İşgörenlerin sahip olduğu kişilik özelliklerinin hizmet verme yetkinliğini belirlemede önemli rolü olduğu yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur (Barrick ve Mount 1991; Hurley 1998; Frei ve McDaniel 1998; Alge ve diğerleri, 2002; Rothmann ve Coetzer, 2003; Serçeoğlu, 2013). Diğer unsur olan öğrenilebilen kültür, tutum ve davranışlar olarak hizmet verme

yatkınlığını belirlemede önemli olduğunu vurgulayan çalışmalar yapılmıştır (Lee-Ross, 2000; Chandrasekhar, 2001; Johns, Chan ve Yeung, 2003; Hennig-Thurau, 2004).

Brown, Moven, Donavan ve Licata (2002: 111), bireylerin hizmet verme yatkınlığının ihtiyaç ve eğlence olmak üzere iki boyuttan oluştuğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılara göre hizmet verme yatkınlığının ihtiyaç boyutu, hizmet personelinin müşteri ihtiyaçlarını karşılama yetenekleri hakkındaki inançlarını, eğlence boyutu ise müşterilerle istekli bir şekilde iletişim ve etkileşim halinde olmayı temsil etmektedir. Etkili bir hizmet sunumu için her iki boyutun da hizmet sağlayan birey tarafından anlaşılması gerekmektedir. Bununla birlikte, Johns ve diğerleri (2003) kültürel değerlerin hizmet sunumunu olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Hizmet vermeye yatkınlık seviyesi yüksek olan bireylerin, müşterilerle daha uzun zaman geçirdiği, onlarla vakit geçirmekten keyif aldığı, onlara ilgi gösterdikleri ve bunu içtenlikle ve memnuniyetle yaptıkları ifade edilmektedir (Donavan, Brown ve Mowen, 2004: 130).

#### **2.1.4.4. Hizmet Sunumunun Önemi**

Hizmet sunumu, hizmeti sunan ve alan bireyler arasındaki ikili etkileşim olarak tanımlanmaktadır (Surprenant ve Solomon, 1987: 87; S. Hopkins, Nie ve W. Hopkins, 2009: 45). Hizmet odaklı bireylerin yardımsever olma, düşünceli olma ve işbirliğine açık olma gibi eğilimleri vardır. Bu nedenle, hizmet odaklılık, bireylerin tutumlarından ortaya çıkmakta ve davranışlarına yansımaktadır (Lytle ve diğerleri, 1998: 459). Bireylerin tutum ve davranışları, hizmet sunumunun niteliğini, kalitesini (Bitner, Booms ve Tetreault, 1990: 80) ve hizmeti sunduğu bireyler ile olan etkileşimi doğrudan etkilemektedir (Hartline ve Jones, 1996: 212). Bireylerin sahip olduğu özellikler ve/veya hizmet etme yetenekleri hizmet alan bireylerle iletişimlerini daha iyi kurmalarına ve hizmet alan bireylere hizmeti daha iyi vermelerine olanak tanımaktadır (O'Connor ve Shewchuk, 1995: 538). Ayrıca hizmet veren bireylerin sahip oldukları özellikler ve farklılıklar, hizmet becerilerini, hizmetin kalitesini, hizmet davranışlarını ve hizmet veren bireylerin genel performanslarını etkilemektedir (Kuşlivan ve Eren: 2011: 140). Hizmet sunumu, hizmet alan bireylerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde etkili bir rol oynamaktadır (Gremmler, Bitner ve Evans,

1994: 34; Hopkins ve diğeri, 2009: 45; Kotler, 2014: 39). Aynı zamanda, hizmet sunumu sonrası müşterilerin hizmet sağlayıcıya sadık kalmaya devam edip etmeyeceği bir başka deyişle tekrar tercih etme niyeti üzerinde de önemli rol üstlenmektedir (Kotler ve Keller, 2006: 410).

Müşteriler, hizmet sunumu sırasında hangi çalışanın kendileriyle etkileşimde bulunacaklarını kendileri seçme hususunda sınırlı olmaktadır. Bu sebeple, belirli bir hizmeti satın alan müşterilerin, kendi kültürlerinden farklı bir kültüre sahip bir çalışanla etkileşim kurmaktan başka seçeneği bulunmamaktadır (Hopkins ve diğeri, 2009: 45). Bu durum başka bir ülkeye seyahat eden ve gittikleri ülkenin kültürüne mensup bir rehber eşliğinde gezen ziyaretçiler için geçerli olmaktadır. Bu bağlamda sahip olunan kültürler ve farklı kültürlerin anlaşılması önem kazanmakta ve turist rehberlerinin sahip olduğu kültürel zekâ düzeyi ön plana çıkmaktadır.

Hopkins ve diğeri (2009) hizmet sunumu sırasında kültürün çeşitli yönleri ile müşteri memnuniyeti arasında ilişki olduğunu öngörmüştür. Araştırmacılar, hizmet sunumu sırasında kullanılan hizmet kodlarının müşteri memnuniyeti ile doğrudan ilişkili olduğu, hizmet sunan birey ile müşteri arasındaki kültürel farklılıkların hizmet sunumunu etkilediği ve müşterinin kültürü ne ölçüde tanıdığı, hizmet kodları üzerinde etkili olan kültürel farklılıkların etkisini azalttığı konuları üzerinde durmuşlardır. Kültürel kimlik gücünün, hizmet kodlarının etkinliği ve dolayısı ile müşteri memnuniyeti hedefi üzerinde önemli bir rolü olduğunu belirtmişlerdir. Küçükaltan (2007: 31) ise, iyi bir mesleki bilgiye sahip olan ancak bunu aktaramayan hizmet çalışanın yetersiz kalacağını ve hizmet sunumu sırasında hizmet çalışanlarının aynı eğitimi almasına rağmen aynı performansı sergileyemediklerini belirtmektedir.

### **2.1.5. TURİST REHBERLERİNDE KÜLTÜREL ZEKÂ, ÖZYETERLİLİK VE HİZMET SUNUMU İLİŞKİSİ**

Turist rehberleri, ziyaretçi kabul eden varış yeri ile ziyaretçileri arasındaki temel ara yüzdür. Ziyaretçilere sağlanan tur hizmetlerinden genel izlenim ve memnuniyet açısından birçok sorumluluğu bulunan ön planda çalışan işgörenlerdir (Ap ve Wong, 2001: 551). Geva ve Goldman (1991) tura katılanların memnuniyetinin sağlaması hususundaki sorumluluğun, rehberlere devredildiğini belirtmektedirler.

Liderlik, takipçilerde güven yaratma, onların ihtiyaçlarını anlama, gruptaki problem çözüme ve karar verme stratejilerini çevresel taleplerle eşleştirme ve amaçları yerine getirmek için bilgi, beceri ve motivasyon çabalarını kullanma durumlarını içermektedir (Chemers, 2002: 152). Bu bağlamda, liderlik rolleri olan turist rehberleri de bu durumlarda etkin olma becerisine sahip olmalıdır. Turist rehberleri sahip oldukları bu bilgi ve becerilere kendi kültürüne mensup olan turistlerle etkileşim halindeyken ihtiyaç duyulmalarının yanı sıra, farklı kültürlere mensup olan turistlerle etkileşim halindeyken de ihtiyaç duymaktadır. Avcıkurt (2015: 97), turistlerin seyahatleri sırasında, iletişimde ve etkileşiminde kültürlerin ve sembollerin anlaşılması gerektiğini ve turistlerin yerel halk ile etkileşimlerinde turist rehberlerinin büyük rolünün bulunduğunu belirtmiştir. Turist rehberlerinin, kültürel yapının aktarılması (Arslantürk ve diğerleri, 2013: 117) ve bir ülke hakkında bilinenlerin iyi ya da kötü olarak değerlendirmelerini bütün bir hale getiren zihinsel bir ağ (Avcıkurt, 2010: 35) olarak tanımlanan ülke imajı hususundaki rolü yadsınamaz. Dolayısı ile mesleki bilgi hizmet sunumu sırasında farklı özellikler ve yeteneklerle de desteklenmelidir.

Yol gösterici, arabulucu ve kültür elçisi olan rehberlerin (Ap ve Wong, 2001: 552) kültürlerarası iletişimde başarılı olabilmeleri için hizmet ettikleri grupların geldiği ülkeyi ve grubun ait olduğu kültürü iyi bilmesi, rehberlerin kendi kültürleriyle karşılaştırma yaparak kültürel farklılıklara uygun davranabilmesi gerekmektedir (Tetik, 2006: 57). Bunun yanı sıra tur süresince turistlere karşı geliştirdikleri tutum, paylaşılan bilgiler, iletişim yani sunulan tüm hizmetler turistlerin zihninde oluşan imaj ve önyargı kalıplarını etkilemekte, iyi bir hizmet sunumu önyargıların değişmesi, eksik bilgilerin tamamlanması ve yanlış olan bilgilerin düzeltilmesine katkı sağlamaktadır (Eker ve Zengin, 2016: 4). Bu bağlamda kültür ve kültürel zekâ kavramları önem kazanmaktadır.

Bireylerin davranışlarını, mimiklerini ve konuşma şekillerini büyük ölçüde etkileyen kültür, farklı kültürel özelliklere sahip diğer bireyleri anlamayı ve bu özellikleri yorumlamayı güçleştirmektedir (Mercan, 2016a: 33). Her ülke kendine özgü bir kültüre sahiptir. Topluluğa yeni katılan bireylerin yeni dâhil olduğu bu kültüre ilişkin kodları algılaması, anlamlandırması ve uygun davranışları sergilemeye başlaması belli bir zaman almaktadır. Örneğin, aynı şirket içerisinde bulunan

departmanlar, branşlar, meslekler ve hatta coğrafi bölgelerin hepsinin kendine özgü davranış kalıpları, kavram ve anlayışları, geçmiş ve ortak değerleri bulunmaktadır (Akdemir ve diğerleri, 2016: 30).

Kültürel zekâ, farklı kültürlere mensup olan bireylerin, karşı karşıya geldikleri kültüre ait olan davranışları, o kültüre mensup olan bireyler gibi algılayabilmesi, etkili iletişim kurabilmesi ve kültürel farklılıkları etkin bir biçimde yönetebilmesi anlamına gelmektedir. Bu tanımdan hareketle, kültürel zekânın kültür bilgisi ve kültürlerarası etkileşimlerin temel ilkelerini gerektirdiği söylenebilmektedir. Bu, kültürün ne olduğunu bilme, kültürlerin nasıl çeşitlendiğine ve kültürün davranışları nasıl etkilediği ile ilişkilendirilebilmektedir (Thomas, 2006: 81). Kültürel zekâ olmaksızın bireyin dâhil olduğu süreç, oldukça karışık ve anlaşılmaz olmaktadır. Bu anlamda kültürlerarası farklılıkların yönetimi hususunda kültürel zekâ hayati önem taşımaktadır (Akdemir ve diğerleri, 2016: 30). Templer ve diğerleri (2006: 155), kültürlerarası uyum konusunda kültürlerarası uyumun önemli göstergeleri olan kişilik, özdenetim ve özyeterlilik gibi bireysel düzeyde faktörlerin önemine değinmektedir.

Bireyin korku duyduğu unsurlarla baş edebilme hususunda kendine olan inancı (S. Aslan ve Ö. Aslan, 2015: 38) olarak tanımlanan özyeterlilik, algısal ve ilişkisel beceriler gibi kişisel özellikler içeren bireysel faktörlerdir ve bu faktörlerin tamamı adaptasyon ile olumlu yönde ilişkilidir (Pinto, Cabral-Cardoso ve Werther Jr, 2012: 189). Özyeterlilik algısı yüksek olan bireyler problem çözme ve engelleri aşma durumu söz konusu olduğunda, olaya stratejik yaklaşım sergileme hususunda daha başarılıdır. Özellikle ikilemlerin olabileceği kültürlerarası ortamlarda bu durum önem arz etmektedir. Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin özyeterlilik algıları da yüksek olmaktadır (Earley, 2002: 278- 279). Kendilerini belirli bir alanda yeterli hisseden bireyler, yeterli hissetmeyen bireylere göre öğrenme hususunda ısrarcıdır ve öğrenmeye açıktır. Bu davranış onların ilgili alanda başarılı olmalarını sağlamaktadır (İsrael, 2007: 38). Ayrıca bireylerin sahip olduğu özyeterlilik inancı iş doyumunu da olumlu yönde etkilemektedir (Gamsız, Yazıcı ve Altun, 2013: 1477). Bu bağlamda turist rehberleri kendilerini alanlarında yeterli hissederlerse öğrenmeye de açık olmakta ve bu durum hizmet sunumlarına etki etmektedir.

Hizmet sunumu sırasında kültürün vurgulanmasının sebepleri arasında farklı kültürlerden aktörlerin (ör. müşteri ve hizmet personeli) etkileşim süreci ve farklı

diyalog tarzlarıyla ilgili farklı anlayışları olmasıdır. Kültürel farklılıklarından çıkabilecek sorunları en aza indirmek ve kültürel açıdan yetkin bir hizmet sunma konusunda hizmet çalışanlarına önemli görevler düşmektedir (Hopkins ve diğerleri, 2009: 52). Bu görevlerin başında hizmet sunumu sırasında hizmet personelinin üstün değer yaratmak için sahip olması gereken etkili iletişimi yer almaktadır (Kotler, Armstrong, Saunders ve Wong, 1999: 654). Etkili iletişimin gerçekleşmesi için hizmet sunan bireylerin mensup olduğu kültürü iyi bilmesi ve bu kültüre uygun tutum ve davranışların sergilenmesi gerekmektedir. Bu durum, turist rehberlerinin sorumluluklarını artırmaktadır.

Hennig-Thurau (2004: 463) tarafından yapılan çalışmada hizmet verme yatkınlığı sosyal beceriler, teknik beceriler, karar verme yetkisi ve motivasyon olarak dört boyutta incelenmiştir. Teknik beceriler, etkileşim sürecinde müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için hizmet personelinin taşınması gereken teknik beceri ve bilgiler anlamına gelmektedir. Sosyal beceriler, etkileşim sürecinde hizmet personeli tarafından müşteri isteklerinin algılanması (görsel olarak- müşterinin gördüğünü anlama, bilişsel olarak- müşterinin ne düşündüğünü anlama, duygusal olarak- müşterinin hissettiğini anlama) olarak ifade edilmektedir. Motivasyon boyutu, hizmet personelinin hizmet verme istekliliğini kapsamaktadır ve sosyal ve teknik becerileri müşteri odaklı davranışa dönüştürmek için gereklidir. Karar verme yetkisi ise, hizmet personelinin müşterilerin çıkarlarını ve ihtiyaçlarını ilgilendiren konularda karar verme yetkisine sahip olduklarını göstermektedir. Bu unsurlardan hareketle, hizmet sunumunda öğrenilebilen kültür, tutum ve davranışlar etkili olmaktadır.

Kültürlerarası etkileşimlerde önemli bir rolü olan turist rehberlerinin (Leclerc ve Martin, 2004: 182) etkin bir iletişim becerisine sahip olmaları gerekmektedir. Kültürlerarası boyutta iletişimi ve etkileşimi güçlendiren ve farklı kültürlerden bireyleri anlamayı sağlayan kültürel zekâ ve bireylerin belli görevleri yerine getirmede kendilerine olan inancı olan özyeterlilik bu bağlamda hizmet sunumunda etkili olmakta ve önemli rol oynamaktadır.

## **2.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR**

İlgili yazında kültürel zekânın kavramsal analizini ortaya koyan çalışmalar yer almaktadır (Earley ve Peterson, 2004; Thomas, 2006; Triandis, 2006; Ng ve Earley;



2006; Ang ve Inkpen, 2008; Crowne, 2008; Arora ve Rohmetra, 2010; Groves ve Feyerherm, 2011; Akdemir ve diğeri, 2016). Bununla birlikte kavram, kültürlerarası adaptasyon (Templer ve diğeri, 2006; Ang ve diğeri, 2007; Ward ve Fischer (2008), kişilik (Ang ve diğeri, 2006; Oolders, Chernyshenko ve Stark, 2008), görev performansı (Ang ve diğeri, 2007), iş performansı (Oolders ve diğeri, 2008; Rose ve diğeri, 2010; RezaieeKelidbari ve diğeri, 2012), duygusal zekâ (Moon, 2010), örgütsel vatandaşlık davranışı (Şahin, 2011), kültürel farklılıkların yönetimi (Ersoy ve Ehtiyar, 2015; Mercan, 2016a) ve kültürlerarası duyarlılık (Mercan, 2016b) gibi kavramlar ile ilişkilendirilen çalışmalar yapılmıştır.

Benzer şekilde ilgili yazında özyeterlilik kavramının, performans (Bouffard-Bouchard, 1990; Bouffard-Bouchard, Parent ve Larivee, 1991; Lunenburg, 2011), iş performansı (Stajkovic ve Luthans, 1998), tükenmişlik (Bolat, 2011), risk alma davranışı (Basım ve diğeri, 2008), motivasyon (Lunenburg, 2011), iş ve yaşam doyumu (Akgündüz, 2013) ve örgütsel sessizlik (Kahya (2015) gibi kavramlarla ilişkilendirilerek çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

### **2.2.1. Kültürel Zekâ İle İlgili Yapılan Araştırmalar**

Çok kültürlü ortamlarda bireylerin başarılı olmasını sağlayan yetenekler üzerinde duran kültürel zekânın, bireylere demografik özellikler ve genel bilişsel yeteneklerin sağladığı faydadan daha fazla fayda sağlamaktadır (Ang ve diğeri (2007). Kültürel zekâ ile ilgili alanyazın incelendiğinde yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak kültürel zekâ kavramının kavramsal olarak ele alındığı görülmektedir (Yılmaz ve Kaya, 2015: 31).

Earley ve Peterson (2004) çalışmalarında kültürel zekâ kavramını araştırmaya ve geliştirmeye odaklanmışlar, yaklaşımlarında farklı kültürlerle karşı karşıya gelen yöneticiler için kültürlerarası eğitimin kültürel zekâ bileşenlerini içermesini önermişlerdir.

Thomas (2006) çalışmasında bilgiyi davranışsal yeteneğe bağlayan anahtar bir bileşen olarak, dikkatlilik kavramını açıkça tanıtan bir kültürel zekâ tanımı yapmış, aynı zamanda kültürel zekânın gelişim evresi modelini ana hatlarıyla belirlemiştir. Çalışmada, kültürel zekânın değerlendirilmesi hususundaki öneriler tartışılmıştır.

Templer ve diğeri (2006), çalışmalarında kültürel zekânın motivasyonel faktörü ile kültürlerarası adaptasyon türleri (iş, genel ve etkileşimsel adaptasyon) arasındaki ilişkiyi araştırmışlar ve motivasyonel kültürel zekânın her üç adaptasyon türünde etkili olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır.

Ang ve diğeri (2006) beş büyük kişilik özelliği ile kültürel zekânın dört boyutlu modeli (üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal) arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Sorumluluk ile üstbilişsel kültürel zekâ; uyumluluk ve duygusal istikrar ile davranışsal kültürel zekâ; dışadönüklük ve bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâ ve deneyime açıklık ile tüm kültürel zekâ boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Çalışmanın en ilgi çekici bulgusu, deneyime açıklığın kültürel zekânın tüm boyutlarıyla ilişkili olmasıdır.

Ng ve Earley (2006), çalışmalarında örgüt psikolojisinde kültür ve zekâ üzerine geniş araştırmalar bulunmasına rağmen, bu iki yapının birleşimine daha az dikkat çekildiğini vurgulamışlardır. Çalışmalarında, bu iki kavramı sentezleyerek gelecek araştırmalara yön vermeyi amaçlamışlar ve kültürel zekâ konusunda yapılacak araştırmalara ışık tutacak önemli konuları ve kültürel zekâ ölçeğini ele almışlardır.

Triandis (2006), başarılı kültürlerarası etkileşimde kültürel zekânın gerekliliğine vurgu yapmış, örgütlerdeki kültürel zekânın birçok yönünü tanımlamış ve kültürel zekâ yetenekleri ile doğru yargıyı şekillendirme arasındaki teorik ilişkiyi tartışmıştır.

Ang ve diğeri (2007), yaptıkları çalışmada kültürel zekânın dört boyutu (üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal) ile kültürlerarası etkililiğin üç sonucu (kültürel yargı, karar verme, kültürel adaptasyon ve görev performansı) arasındaki ilişkinin farklılığını öneren bir model geliştirerek ve uygulayarak kültürel zekânın teorik kesinliğini arttırmıştır. Üstbilişsel ve bilişsel kültürel zekânın “kültürel yargı” ve “karar verme”yi öngördüğü; motivasyonel ve davranışsal kültürel zekânın “kültürel adaptasyon”u öngördüğü ve üstbilişsel ve davranışsal kültürel zekânın “görev performansı”nı öngördüğü tutarlı bir modele işaret ettiği sonucuna ulaşmışlardır.

Ang ve Inkpen (2008) tarafından yapılan çalışma bir şirketin maliyetlerini azaltmak amacıyla üretimin bazı aşamalarını ülke dışında gerçekleştirmesi gibi

uluslararası iş girişimleri kapsamında şirket düzeyindeki kültürel zekâyı konu almıştır. Earley ve Ang (2003) tarafından kavramsallaştırılan kültürel zekâ üzerine şirket düzeyinde kültürel zekânın kavramsal çerçevesi ortaya koyulmuştur. Çerçeve şirketin kültürlerarası yeteneklerinin yönetimsel, rekabetçi ve yapısal olmak üzere üç boyutunu içermektedir. Bu üç boyutun ölçülmesine yönelik öğeler önerilmekte ve teorik ve yönetimsel etkiler tartışılmaktadır.

Crowne (2008) çalışmasında, kültürel maruziyetin bireyin kültürel zekâsını ne kadar derinden etkileyeceğine dair bir anlayış geliştirmenin yanı sıra kültürel zekâ üzerindeki etkisine ilişkin bazı bilgiler vermektedir. Diğer kültürlerle belirli türden maruz kalındığını (yurtdışındaki eğitim ve yurtdışındaki istihdam vb.) ve bu deneyimlere maruz kalma düzeyinin kültürel zekâyı arttırdığını ortaya koymuştur. Buna ek olarak, kültürel zekânın küresel ticaret liderleri için kritik bir yetenek olduğu ortaya koyulmuş ve işgücündeki çeşitliliğin artması nedeniyle kültürel zekânın giderek daha da önemli hale geleceği vurgulanmıştır.

Ward ve Fischer (2008), genel uyumun belirlenmesinde motivasyonel kültürel zekânın aracılık rolünü üstlendiği kültürlerarası adaptasyon modelinin yeterliliğini değerlendirmeyi amaçladıkları çalışmalarında, kültürel zekânın çok kültürlü ortamlarda uyum sağlamada etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Oolders ve diğerleri (2008), kültürel zekâ ve onun alt bileşenleri ile kişilik ve iş performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmalarında kişilik özelliklerinden olan “deneyime açıklık” ile uyarlanabilir performans arasındaki ilişkiye bakılmış, kültürel zekânın performansa olumlu yönde etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ng ve diğerleri (2009a) çalışmalarında Deneyimsel Öğrenme Teorisi temeline dayanarak liderlerin uluslararası deneyimlerini, kültürel olarak farklı alanlarda etkin deneyimsel öğrenime dönüştürmek için kullandıkları kültürel zekânın, gerekli bir öğrenme yeteneği olduğunu ortaya koymuşlardır.

Arora ve Rohmetra (2010) çalışmalarında kültürel zekâ kavramını açıklamış ve kültürel zekânın ağırlama endüstrisindeki önemi ve etkileri üzerinde durmuşlardır. Ayrıca, çalışmada uluslararası ağırlama endüstrine özel bir atıfta bulunarak örgütlerdeki kültürel farklılıklara köprü olma ve farklılıklardan faydalanmak için kültürel zekâyı vurgulayan bir model önerisi sunulmuştur.

Moon (2010), duygusal zekâ ile kültürel zekânın dört faktör modeli olan üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâ arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla çalışma yapmıştır. Sonuçlar sosyal yetkinlik (sosyal farkındalık ve ilişki yönetimi) ile ilişkili olan duygusal zekâ faktörlerinin kültürel zekâyı öz yetkinlik (öz farkındalık ve ilişki yönetimi) ile ilgili duygusal zekâ faktörlerinin üzerinde ve ötesinde açıkladığını göstermektedir. Sonuçlar ayrıca duygusal zekânın bazı faktörleri ile kültürel zekânın bazı faktörleri arasında ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Rose ve diğerleri (2010) yaptıkları çalışmada kültürel zekânın dinamik kültürlerarası yetkinliğinin boyutları ve kendi ülkesi dışında çalışan bireylerin iş performansı üzerine etkilerini araştırmıştır. Kültürel zekânın, uluslararası görevlerde çalışan bireylerin iş performansını kolaylaştıran önemli bir kültürlerarası yetkinlik olduğu ve özellikle üstbilişsel ve davranışsal kültürel zekâyâ sahip olan çalışanların performanslarından daha iyi sonuç alındığına ulaşmıştır.

Groves ve Feyerherm (2011) çalışmalarında lider kültürel zekânın, lider duygusal zekânın ve diğer liderlik becerilerinin ötesinde, kültürel olarak farklı çalışma ekiplerindeki takım ve lider performansının destekçi anlayışlarını öngörmektedir. Çalışmada, kültürel zekâ teorisi konusundaki çıkarımlar, gelecekte yapılacak olan çalışmaların yönleri ve yönetim uygulamaları tartışılmaktadır.

Şahin (2011) tarafından yapılan çalışmada, astların örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş doyumları ile liderlerin kültürel zekâ düzeyleri arasındaki ilişkilerin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda genellikle liderlerin sahip oldukları yüksek düzeydeki davranışsal ve motivasyonel kültürel zekâ boyutlarının lider kaynaklı iş doyumunu ve astların örgütsel vatandaşlık davranışları ile ilişkili olduğu sonucunu ortaya koymuştur.

Kodwani (2012) çeşitli uluslararası görevlerde yabancı yönetici olarak çalışan Hintli yöneticiler arasındaki kültürel zekâ ve iş değişkenlerine değinmek amacıyla yaptığı çalışmada kültürel zekâ ve iş değişkenlerinin çeşitli boyutları arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğunu belirlemiştir. Aynı zamanda, kadın çalışanların motivasyonel, bilişsel ve davranışsal kültürel zekâ düzeylerinin daha yüksek seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

RezaieeKelidbari ve diğeri (2012) çalışmalarında kültürel zekâ ve kültürel zekâ boyutları ile iş performansı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmacılar tarafından kültürel zekânın bilişsel ve motivasyonel boyutları arasında pozitif yönlü ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak sonuçlar kültürel zekânın metabilşsel ve davranışsal boyutlarıyla iş performansı arasında anlamlı ilişki olmadığına işaret etmektedir.

Şahin ve Gürbüz (2012) tarafından yapılan çalışmada kültürel zekâ ile öz-yeterliliğin, görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, kültürel zekâ ile öz-yeterliliğin örgütsel vatandaşlık davranışını ve performansı olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada, genel performansın anlaşılması açısından hem kültürel zekânın hem de öz-yeterliliğin dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır.

Ersoy (2014) tarafından yapılan çalışmada kültürel zekânın kültürlerarası liderlik etkinliği üzerindeki rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda yabancı yöneticilerin kültürel zekâsının kültürlerarası liderlik etkinliğini olumlu yönde etkilediği ortaya konulmuştur.

Yılmaz ve Kaya (2015) farklı kültürlere ait bireyleri iş ya da tatil amaçlı bir araya getiren turizm sektöründe kültürel zekânın önemini ortaya koymak ve konaklama işletmelerinde çalışanların kültürel zekâ düzeylerini tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, çalışanların yüksek düzeyde kültürel zekâyâ sahip oldukları belirlenmiştir. Aynı zamanda, katılımcıların kültürel zekâ düzeyleriyle demografik faktörler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmadığı saptanmıştır. Çalışmada kültürel zekâ ölçeğinin Türkçe formuna faktör analizi uygulanmış, analiz sonucunda geçerlilik ve güvenilirlik açısından ölçeğin orijinali ile aynı özellikleri taşıdığı tespit edilmiştir.

Ersoy ve Ehtiyar (2015), kültürel farklılıkların yönetimi üzerinde, yabancı yöneticilerin sahip olduğu kültürel zekâ düzeylerinin etkisini saptamayı amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda, kültürel zekâ boyutları olan motivasyonel, davranışsal ve bilişsel kültürel zekâ düzeylerinin kültürel farklılıkların yönetimi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ve kültürel farklılıkların yönetilmesi konusunda kültürel zekânın yadsınamaz bir katkısının olduğu saptanmıştır.

Mercan (2016a), kültürlerarası farklılıkları yönetmede kullanılan kültürel zekâ olgusunu tanıtmayı amaçladığı kavramsal bir çalışma yapmıştır. Çalışmada, kültürel zekâ ile diğer zekâ türleri arasındaki ilişkiler açıklanarak, kültürlerarası farklılıkları yönetmede kültürel zekânın önemi üzerinde durulmuştur.

Mercan (2016b) tarafından yapılan çalışmada konaklama işletmelerinde çalışan bireylerin kültürel zekâ düzeyleri ile kültürlerarası duyarlılıkları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Konaklama işletmelerinde çalışanların kültürel zekâ alt boyutlarından bilişsel boyut, davranışsal boyut, üstbilişsel boyut ve motivasyonel boyut ile kültürlerarası duyarlılık boyutlarından kültürel iletişimde sorumluluk boyutu, kültürlerarası farklılıklara saygı boyutu ve etkileşimde kendine güvenme boyutu arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca çalışmada, kültürel zekânın kültürlerarası duyarlılığı arttırdığı görülmüştür.

Akdemir ve diğerleri (2016), tarafından yapılan çalışmada, kültürel zekâ ile ilgili temel kavramların teorik yapısı ve ilişkili olduğu faktörleri incelenmiştir. Kültürel zekâ ile ilgili yerli ve yabancı yazında yer alan kaynaklar ışığında, kültürel zekânın sınırları çizilmiş ve kavram teorik olarak analiz edilmiştir.

### **2.2.2. Özyeterlilik İle İlgili Araştırmalar**

Schunk ve Rise'ın (1986) genişletilmiş niteleyici geribildirim sonuçlarının çocukların niteliklerini, özyeterliliklerini ve başarılarını nasıl etkilediğini araştırmak amacıyla yaptıkları çalışmada, araştırmaya katılan öğrencileri üç farklı gruba ayırmışlardır. Araştırma sonucunda, yetenek geribildirimi alan çocukların diğer koşullardaki çocuklara göre daha yüksek yeteneğe ve özyeterlilik inancına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Bouffard-Bouchard (1990) tarafından yapılan çalışmada deneklerin performans alanlarında eşdeğer bilgi ve tecrübeye sahip olduklarında, özyeterlilik kararlarının bilişsel performans üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Yüksek ve düşük özyeterlilik inanç düzeylerine sahip olan 64 Kanadalı üniversite öğrencisi çalışmaya dâhil edilmiştir. Araştırmann sonuçlarına göre, özyeterlilik algısının, performansı anlamada özellikle kendini izlemeyi gerektiren akademik görevlerde uygulanabilir bir yapı olduğuna işaret etmektedir.

Bouffard-Bouchard ve diğeri (1991) öğrenciler üzerin yaptıkları çalışmada, hâlihazırda bilişsel yetenek olarak bilinen, iki aşamalı düzeyde sözlü bir fikir oluşturma görevi sırasında öz düzenleme üzerinde özyeterliliğinin etkisini incelemişlerdir. Öğrenciler, zorluk derecesi farklı dört problemi çözmeye çalışırken gözlemlenmiş ve araştırma sonucunda özyeterliliğin öz düzenleme (çalışma süresinin izlenmesi, görev devamlılığı ve performans gibi) üzerinde önemli bir etkisinin olduğuna ulaşılmıştır.

Pajares ve Kranzler (1995) özyeterliliğin ve genel zihinsel yeteneğin matematik problemi çözme performansı üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla 329 lise öğrencisi üzerinde bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda yetenek ve özyeterliliğin performans üzerinde güçlü ve doğrudan bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Stajkovic ve Luthans (1998)'in özyeterlilik inancı ve iş performansı arasındaki ilişkiyi meta analiz yaparak inceledikleri çalışmada özyeterlilik inancının iş ile ilgili en önemli performans belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Basım ve diğeri (2008) tarafından yapılan çalışmada, kamu çalışanlarına yönelik bir anket formu uygulanmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin özyeterlilik algıları ile yenilikçi davranma ve risk alma eğilimleri ölçülmüştür. Sonuç olarak, özyeterlilik algısı ile risk alma davranışları ve yenilikçilik arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Bolat (2011), lider-üye etkileşimi ve özyeterliliğin tükenmişlik üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada beş yıldızlı bir otel işletmesinin 139 işgörenine anket uygulamıştır. Araştırmanın sonuçları, lider-üye etkileşiminin ve özyeterliliğin tükenmişlik üzerinde etkili olduğuna işaret etmektedir. Araştırma sonuçlarına göre yüksek lider-üye etkileşimi ve özyeterlilik algısına sahip olan işgörenlerin tükenmişlik düzeylerinin düşük seviyede olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte özyeterlilik ile tükenmişlik arasındaki ilişkide lider-üye etkileşiminin aracılık etkisi bulunmaktadır

Lunenburg (2011) çalışmasında özyeterliliğin işyerinde önemli derecede etkisi olduğunu belirtmiş, özyeterliliğin iş ile ilgili kişisel ve örgütsel etkinlik üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkisini ele alan kapsamlı bir inceleme hazırlamıştır.

Özyeterliliğin etkisini araştıran bu araştırmada, eğitim ve geliştirme, ekip oluşturma (kolektif etkinlik vb. ), değişim ve yenilik, liderlik ve stres gibi geniş bir konu yelpazesi yer almaktadır. Bu araştırmadan yola çıkarak, seçme/tanıtma kararları, eğitim ve geliştirme, hedef ve performans gibi konularda özyeterliliğin motivasyonu ve performansı etkilediği ifade edilmiştir.

MacNab ve Worthley (2012) bireysel nitelikler (özyeterlilik, uluslararası seyahat deneyimi, yönetim ve iş deneyimi) ile kültürel zekâ ve kültürel zekâ kapasitesinin geliştirilmesi ile arasındaki teorik ilişkileri test etmişler, 370'den fazla yöneticinin ve yönetim öğrencisinin oluşturduğu çok kültürlü bir grubu incelemişlerdir. Bulgular, özyeterliliğin, kültürel zekâ kapasitesinin başarılı bir şekilde gelişmesini sağlayan önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

Akgündüz (2013) tarafından yapılan çalışmada konaklama işletmelerinde özyeterlilik, yaşam doyumu ve iş doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Kuşadası bölgesindeki 233 işgören üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde, katılımcıların özyeterlilik ve yaşam doyumu ile iş doyumu arasında ve özyeterlilik ile yaşam doyumu arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki bulunduğu ve yaşam doyumu ile iş doyumu arasındaki ilişkide özyeterliliğin kısmi aracılık etkisi olduğu belirlenmiştir.

Kahya (2015), tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların örgütsel sessizlik düzeyleri ile mesleki özyeterlilikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bayburt Üniversitesi'nde görevini icra eden toplam 114 akademisyene anket formu uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, katılımcıların örgütsel sessizlik düzeyleri ile mesleki özyeterlilik algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

### **2.2.3. Turist Rehberliği İle İlgili Araştırmalar**

İlgili alanyazında turist rehberleri üzerine yapılmış olan birçok çalışmaya rastlanmaktadır (Holloway, 1981; Cohen, 1985; Geva ve Goldman, 1991; Ap ve Wong, 2001; Howard ve diğerleri, 2001; Cohen ve diğerleri, 2002; Dahles, 2002; Zhang ve Chow; 2004; Leclerc ve Martin, 2004; Hillman, 2006; Tetik, 2006; Güzel, 2007; Yarcan, 2007; Yazıcıoğlu ve diğerleri, 2008; Kaya ve Özhan, 2012; Ö. Köroğlu, 2011; Şahin, 2012; Ö. Köroğlu, 2013; Güzel ve Ö. Köroğlu, 2014; Aslan ve Çokal,



2016; Eker ve Zengin, 2016). Turist rehberlerinin, duygusal zekâ ile ilişkilendirildiği çalışmalar yapılmıştır (Min, 2010; Min, 2011; Ö. Köroğlu ve A. Köroğlu, 2012; Türkmen, 2016). Ancak diğer zekâ türlerinin turist rehberleri ile ilişkilendirildiği çalışmalara yazında rastlanmamıştır. Bu bağlamda, farklı kültürlerle iletişim ve etkileşim halinde olan turist rehberlerinin, farklı kültürden bireylerin davranışlarını o kültürden bir birey gibi anlama, algılama, etkin bir biçimde iletişim kurma ve kültürel farklılıkları etkin olarak yönetebilme anlamına gelen kültürel zekâ ile ilişkilendirilmemesi ilgili alanyazında eksiklik olarak kabul edilmiştir.

Zhang ve Chow (2004) tarafından yapılan çalışmada turistlerinin algıladıkları hizmet kalitesinin önemini ve bu hizmet kalitesini sağlarken gösterdikleri performansın düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, Hong Kong'un turist rehberlerinin vaat edilen hizmeti çok iyi yerine getirdiği ve özellikle dakiklik açısından profesyonel standartlara ulaştığı saptanmıştır. Bununla birlikte turist rehberlerinin problem çözme becerilerinin zayıf kaldığı ve bu konuda yetersiz oldukları da belirlenmiştir.

Arslantürk ve diğerleri (2013) turist rehberleri tarafından sunulan hizmet kalitesini SERVQUAL yaklaşımı ile ölçmüş ve sunulan hizmetlerin belli bir standardı olabilmesi için hizmeti sunan bireyin bilgi, beceri, motivasyon ve teknik donanımının hizmet sunumu esnasında kullanılan alet ve teçhizatlardan daha önemli olduğunu vurgulamışlardır. Bir başka ifadeyle, turist rehberlerinin teknik bilgi ve becerinin yanı sıra, bunları sergileyebileceklerine dair inançlarının da olması gerekmektedir. Buradan hareketle, turist rehberlerinin sundukları hizmette kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramlarının etkisinin olduğu düşünülmektedir.

Ang ve diğerleri (2007) çalışmalarında kültürel zekâ konusundaki görgül araştırmaların dar kapsamlı oluşu üzerinde durmuşlar, kültürel zekânın bazı diğer değişkenlerle (görev performansı, özyeterlilik vb.) ilişkisi konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir. Ancak kültürel zekâ ile özyeterliliğin ilişkilendirildiği çalışmaların (MacNab ve Worthley, 2012; Şahin ve Gürbüz, 2012: 126) çok az sayıdadır.

Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesi amacını taşıyan bir çalışmaya daha önce

rastlanmamıştır. Çalışmanın amacı, kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisini kültür elçileri olan turist rehberleri üzerinde araştırmaktır.

### 3. YÖNTEM

Ev sahibi ülkeyi temsil eden ve farklı kültürlerden gelen turistlerle iletişim ve etkileşim halindeki kültür elçileri olan turist rehberlerinin sahip oldukları kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın modeli, hipotezleri, evreni ve örnekleme açıklanmıştır. Veri toplama araçları ve teknikleri bölümünde kullanılan ölçeklerle ilgili bilgiler sunulmuştur. Daha sonra veri toplama süreci ve elde edilen verilerin analizi süreci hakkında açıklamalarda bulunulmuştur.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmanın amacı turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının, hizmet sunumuna etkilerinin belirlenmesidir. Bu amaçtan hareketle, ilgili alanyazın taranarak, araştırmanın problemi tanımlanmıştır. Araştırma sorularına ilişkin teorik bölümde incelenen değişkenler ve bu değişkenler arasındaki etkileri ortaya koyacak şekilde hipotezler geliştirilmiş ve araştırmanın modeli oluşturulmuştur.

Hipotez, “ortaya çıkmış veya çıkacak belirli davranışlar, olgular veya olaylar hakkında varsayım niteliğindeki açıklamalar” şeklinde tanımlanmaktadır (Altunışık, Coşkun., Bayraktaroğlu., ve Yıldırım, 2012: 20). Bir diğer tanıma göre “olaylar ya da değişkenler arasında var olduğu söylenen ilişki” şeklinde ifade edilmektedir (Karasar, 2013: 68). Şahin ve Gürbüz (2012) tarafından yapılan çalışmada kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramları ele alınmış, araştırmanın hipotezleriyle benzer hipotezler ortaya koyulmuştur. Belirtilen ifadelere göre araştırmanın hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

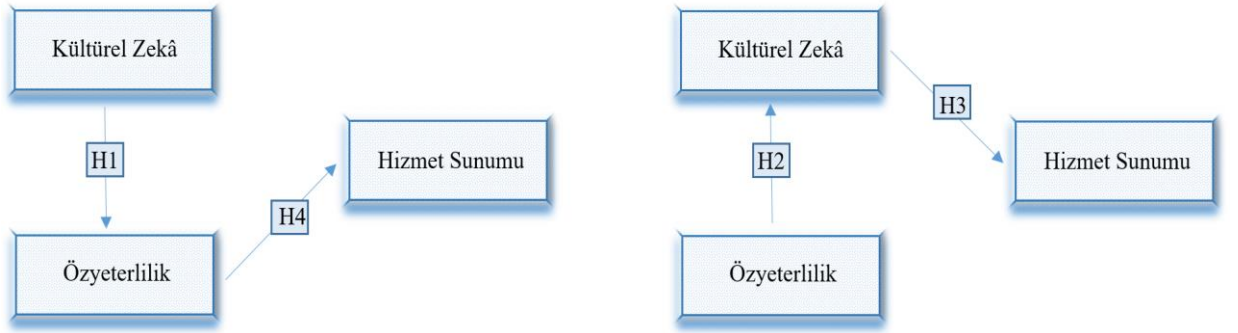
**H<sub>1</sub>**= Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>2</sub>**= Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>3</sub>**= Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>4</sub>**= Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Araştırmanın amacı ve hipotezlerinden hareketle oluşturulan araştırma modeli Şekil 8’ de yer almaktadır.



**Şekil 8. Araştırma Modeli**

### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Evren, soruları yanıtlamak için gereksinim duyulan verilerin sağlandığı canlı veya cansız varlıklardan oluşan büyük gruplar olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk ve diğerleri, 2016: 80). Örneklem ise, evrenin içerisinde araştırmanın amacına uygun olacak şekilde herhangi bir yöntemle seçilen ve evreni temsil etme yeteneğine sahip olan birimler kümesi olarak ifade edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 33). Örneklemden hareketle örneklemenin tanımı, evrenden örneklem seçme işlemi şeklinde yapılabilmektedir (Karasar, 2013: 111).

Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın resmi web sayfasında bulunan 2017 yılı güncel verilerine göre 10176 turist rehberi bulunmaktadır. Çalışma kartına sahip olan 6298 turist rehberi bulunmaktadır (Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü,

2017). Ayrıca, BİMER aracılığıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı'na güncel bilgi talebinde bulunulmuş ve belirtilen istatistiksel veriler 8 Mayıs 2017 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Daire Başkanlığı tarafından iletilmiştir.

Çalışma kartına sahip olan 6298 turist rehberleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Ancak evreninin tamamına ulaşmak maliyet, zaman ve veri analizi unsurları dikkate alındığında, evreni temsil eden bir örneklem seçilmesi araştırmacılar için büyük bir avantajdır (Büyüköztürk ve diğerleri, 2016: 81). Bu sebeple, bu araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme metodu seçilmiştir. Ankete cevap veren tüm bireylerin örneğe dâhil edilmesi, kolayda örnekleme metodunun temel noktasıdır. Katılımcı bulma işlemi gerekli görülen örnek büyüklüğüne ulaşmaya dek sürmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2012: 142). Dolayısıyla örneklem, bir bölge veya oda ile sınırlandırılmamıştır. Türkiye genelinde kurulmuş olan ADRO, BURO, ÇARO, GARO, ŞURO ve TRO olmak üzere 6 bölgesel turist rehberleri odası ve ANRO, ARO, ATRO, İRO, İZRO, MURO ve NERO olmak üzere 7 turist rehberleri odasına üye olan eylemli turist rehberleri örnekleme dâhil edilmiştir.

Çizelge 3'te evren büyüklüğü 7000 olan bir araştırma için kabul edilebilir örneklem büyüklüğünün 364 olduğu görülmektedir.

**Çizelge 3. Kabul Gören Örneklem Büyüklükleri**

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	190	127	1100	285	5.000	357
20	19	200	132	1200	291	6.000	361
30	28	250	152	1300	297	7.000	364
40	36	300	169	1400	302	8.000	367
50	44	350	185	1500	306	9.000	368
60	52	400	196	1600	310	10.000	370
70	59	450	212	1700	313	15.000	375
80	66	500	217	1800	317	20.000	377
90	73	550	226	1900	320	30.000	379
100	80	600	234	2000	322	40.000	380
110	86	650	242	2200	327	50.000	381
120	92	700	248	2400	331	75.000	382
130	97	750	254	2600	335	100.000	384
140	103	800	260	2800	338	1.000.000	384
150	108	850	265	3000	341	10.000.000	384
160	113	900	269	3500	346		
170	118	950	274	4000	351		
180	123	1000	278	4500	354		

N= Evren, S= Örneklem Büyüklüğü

**Kaynak:** Remzi Altunışık,, Recai Coşkun., Serkan Bayraktaroğlu ve Engin Yıldırım. (2012), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. (7. Baskı), İstanbul: Avcı Ofset, s. 137.

Anket toplama sürecinin sonunda 389 turist rehberine ulaşılmıştır. Ancak iki adet anketin belli bir kısmı yeterli veriye sahip olmadığı için değerlendirme kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırmanın analizleri 387 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Belirlenen örneklem büyüklüğünün, % 95 düzeyde evreni temsil edeceği ve elde edilen sonuçların evrenin tamamına genellenebilmesine imkân tanınması açısından yeterli büyüklükte olduğu düşünülmektedir.

### 3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Turist rehberliği, kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu kavramlarıyla ilgili alanyazın taraması yapılarak kuramsal bilgilere ulaşılmıştır. Bunun neticesinde de birincil verilerin toplanma aşamasına geçilerek, veri toplama aracı olan anket tekniği kullanılmıştır. Anket en genel anlamda, katılımcının sıralaması ve yapısı daha önce belirlenmiş olan sorulara yanıt vermesiyle veri elde edilen yöntem olarak ifade edilmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2012: 80). Araştırmada yer alan değişkenleri ölçmeye yönelik bir anket formu hazırlanmıştır (Ek-1: Anket Formu).

Araştırmanın anket formu dört temel kısımdan oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümü ankete katılan turist rehberlerine ait sosyo-demografik özellikleri içermektedir. Bu bölümde turist rehberlerine toplam 8 adet soru sorulmuştur. Katılımcıların cinsiyetlerini, medeni durumlarını, yaşlarını, öğrenim durumlarını, mesleki rehberlik eğitimini nerede aldıklarını, yabancı dilleri, mesleği icra etme süreleri, bağlı oldukları odalarını ve çalışma şekillerini belirlemek için anket formunda, çoktan seçmeli ve açık uçlu sorular yer almaktadır.

Anket formunda turist rehberlerinin kültürel zekâ ve özyeterlilik düzeylerini tespit etmek, kültürel zekâ ve özyeterliliğin hizmet sunumu üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla “kültürel zekâ ölçeği”, “özyeterlilik ölçeği” ve “hizmet sunumu ölçeği” bir arada kullanılmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünde yer alan “kültürel zekâ ölçeği”, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal olmak üzere dört boyuttan ve yirmi sorudan oluşmaktadır. Ölçekte, 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Katılımcıların ölçekte bulunan soruları “1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum” cevaplarından birini seçerek yanıtlamaları istenmiştir. Özgün adı “The Cultural Intelligence Scale (CQS)” olan ölçek, Ang, Van Dyne, Koh, Ng, Templer, Tay ve Chandrasekar (2007) tarafından geliştirilmiştir. Kültürel zekâ ölçeği, Şahin, Gürbüz, Köksal ve Ercan (2012) tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır. Ölçekte bulunan dört soru kültürel zekânın üstbilişsel boyutu, altı soru bilişsel boyutu, beş soru motivasyonel boyutu ve beş soru davranışsal boyutu ölçmeye yöneliktir. Araştırmacılar üç farklı örneklem kullanarak analizleri gerçekleştirmiştir. Toplam Cronbach’s Alpha katsayısı birinci örneklemede 0,87, ikinci örneklemede 0,90 ve üçüncü örneklemede 0,91 olarak belirlenmiştir. Test yeniden test değerlerinin hesaplamasında Pearson Korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Birer ay arayla yaptıkları test yeniden test uygulaması sonucunda, tüm ölçeğin güvenilirliğinin 0,74 olduğu ifade edilmiştir. Araştırmacılardan alınan izinler doğrultusunda bu ölçek anket formunda kullanılmıştır.

Anket formunun üçüncü bölümünde yer alan “Özyeterlilik Ölçeği” tek boyuttan ve 23 sorudan oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Katılımcıların ölçekte bulunan soruları “1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum”

cevaplarından birini seçerek yanıtlamaları istenmiştir. Özgün adı “The Self-efficacy Scale” olan ölçek, Sherer ve diğerleri (1982) tarafından genel özyeterlilik ve sosyal özyeterlilik olmak üzere iki boyutlu olarak geliştirilmiştir. Ölçek 23 sorudan oluşmaktadır. Özgün hali 14 dereceli olan ölçek, Sherer ve Adams (1983) tarafından 5’li likert tipi ölçeğe çevrilmiştir. Gözüm ve Aksayan (1999) iki boyut ve 23 sorudan oluşan bu ölçeğin Türkçe çevirisi üzerinde çalışmışlardır. Davranışa başlama, davranışı sürdürme, davranışı tamamlama ve engellerle mücadele olmak üzere dört boyuta ayırdıkları ölçeğin toplam Cronbach’s Alpha katsayısı ilk uygulamada 0.81 olarak bulunmuştur. İlk uygulama gerçekleştirildikten 27 gün sonra tekrar test yapılmıştır. Test tekrar test Korelasyon güvenilirlik katsayısı 0.92 olarak bulunmuştur. Ancak araştırmacılar ölçek kapsamındaki alt gruplara ait maddelerin dağılımlarının sayısı bakımından farklılık gösterdiğini, bazı maddelerin içinde buldukları faktörle iyi uyum gösteremediklerini belirterek, ölçeğin toplam puan üzerinden değerlendirilmesini önermişlerdir. Araştırmacılardan alınan izinler doğrultusunda bu ölçek anket formunda kullanılmıştır.

Anket formunun son bölümünde yer alan “hizmet sunumu ölçeği” dokuz sorudan oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Katılımcıların ölçekte bulunan soruları “1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum” cevaplarından birini seçerek yanıtlamaları istenmiştir. Çalışmada Miray Ceyhan Bilgiçer (2011) tarafından kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Bilgiçer (2011), kullandığı anket formu için dört farklı ölçekten yararlanmış ve Türkçe formunu uyarlamıştır. Kültürel kimlik, kültürel uyumluluk, etkili kültürel iletişim ve hizmet sunumu olmak üzere dört kısımdan oluşan 20 soruluk kültürlerarası uyum becerileri ölçeğinin toplam Alpha katsayısı 0,84 olarak saptanmıştır. Bilgileri dâhilinde, ilgili ölçeğin hizmet sunumu kısmı anket formuna eklenmiştir.

### **3.4. Veri Toplama Süreci**

Hazırlanan anket formu 2016 yılı Ekim ayı itibariyle turist rehberlerine uygulanmaya başlanmıştır. Araştırmaya dâhil olan turist rehberlerinin katılımları gönüllülük esasına dayanmıştır, baskı veya zorlama söz konusu değildir. Yüz yüze yapılan anketlerde, anketin amacı hakkında kısa bir bilgi verilerek katılımcıların



dikkati çekilmeye çalışılmış, soruları cevaplamaları için kendilerine süre verilmiştir. Kapadokya bölgesinde görev yapan başta NERO üyeleri olmak üzere diğer odalara da mensup olan rehberlere yüz yüze anket uygulanmıştır. ÇARO, ADRO, BURO ve TRO'nun içinde bulunduğu odalar ve bu odalara üye olan bazı rehberlerle iletişime geçilmiş ve anketler posta yoluyla gönderilmiştir. Bununla birlikte, çok sayıda turist rehberi ile elektronik posta yoluyla iletişime geçilerek anketlerin katılımcılara ulaşması sağlanmıştır. İnternet üzerinden oluşturulan anket formu da ankete katılım için kullanılmıştır. Ayrıca turist rehberlerine telefon yoluyla bilgilendirme yapılarak ankete katılmaları sağlanmıştır.

Katılımcılara güven vermesi bakımından anket formunda anketin uygulanma amacı ve kimler tarafından yapıldığına dair bilgilere yer verilmiştir. Araştırmaya katılanların isimlerinin gizli tutulacağı ve anket formunun bu araştırma dışında farklı bir amaç için kullanılmayacağı belirtilmiştir.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Anket yoluyla elde edilen verilerin analizi için SPSS 21.0 paket programı (Statistical Package for Social Science - Version 21.0) ve AMOS 18.0 (Analysis of Moment Structures – Version 18.0) kullanılmıştır. Elde edilen veriler programa girildikten sonra analizleri yapılmıştır.

Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerini içeren frekans analizleri yapılmıştır. Daha sonra AMOS programı ile kültürel zekâ ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Ölçeklerin güvenirlik analizleri yapılarak, ölçeklere ilişkin ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmuştur. Verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için normallik testi yapılmış, anket formunda yer alan her üç ölçek normal dağılım testlerine tabii tutulmuştur. Çıkan sonuçlara göre kültürel zekâ ve özyeterlilik ölçekleri için Mann-Whitney U ve Kruskal- Wallis testleri uygulanırken, hizmet sunumu ölçeği için bağımsız *t* testi ve ANOVA uygulanmıştır. Araştırmanın hipotez testleri için regresyon analizi kullanılmıştır. Analizlerde 0,05 anlamlılık düzeyi esas alınmıştır.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Turist rehberlerinin kültürel zekâ ve özyeterlilik düzeylerinin belirlenmesi, kültürel zekâ ve özyeterlilik arasındaki ilişkinin, hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesini amaçlayan çalışmanın bu bölümünde araştırmanın analizlerine, bulgularına ve bu bulguların yorumlarına yer verilmiştir.

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans analizinin sonuçları Çizelge 4'te görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun erkek olduğu gözlemlenmiştir. Erkek katılımcıların oranı % 70,3 (n= 272) iken kadın katılımcıların oranı % 29,5 (n= 114)'tir.

Medeni duruma ilişkin sonuçlara bakıldığında % 52,7 (n= 204) oranla bekâr katılımcıların çoğunlukta olduğu saptanmıştır. Evli katılımcıların oranının % 46,5 (n= 180) olduğu görülmektedir. Katılımcıların ikisi tarafından diğer seçeneği işaretlenerek boşanmış oldukları belirtilmiştir.

Katılımcıların çoğunluğu % 59,9 (n= 232) oranıyla 26-35 yaş aralığında bulunmaktadır. Katılımcıların yaş aralığı oranları sırasıyla 36-45 yaş arası % 19,4 (n= 75), 46-55 yaş arası % 10,6 (n= 41), 18-25 yaş aralığı 7,5 (n= 29), 56- 65 yaş arası % 2,1 (n= 8) ve 66 yaş ve üzeri % ,03 (n= 1) şeklindedir.

Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında % 60,5'inin (n= 234) lisans düzeyinde, % 18,1'inin (n=70) ön lisans düzeyinde, % 16,3'ünün (n= 63) lisansüstü düzeyinde ve % 5,2'sinin de (n= 20) lise düzeyinde eğitim aldığı görülmektedir.

**Çizelge 4. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları**

<b>Sosyo-Demografik Özellikler</b>			
	<b>Gruplar</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	114	29,5
	Erkek	272	70,3
	Eksik veri	1	0,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>
<b>Medeni Durum</b>	Evli	180	46,5
	Bekâr	204	52,7
	Diğer	2	0,5
	Eksik veri	1	0,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>	18-25 yaş arası	29	7,5
	26-35 yaş arası	232	59,9
	36-45 yaş arası	75	19,4
	46-55 yaş arası	41	10,6
	56-65 yaş arası	8	2,1
	66 yaş ve üzeri	1	0,3
	Eksik veri	1	0,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>
<b>Öğrenim Durumu</b>	Lise	20	5,2
	Ön lisans	70	18,1
	Lisans	234	60,5
	Lisansüstü	63	16,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

Katılımcıların mesleki özelliklerine ilişkin frekans analizinin sonuçları Çizelge 5'te görülmektedir. Katılımcılar % 45,2 (n= 175) oranıyla turist/turizm rehberliği lisans programlarından, % 29,2 (n=113) oranıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarından ve % 25,1 (n= 97) oranıyla turist/turizm rehberliği ön lisans programlarından mesleki rehberlik eğitimi almışlardır.

Katılımcıların mesleği icra ettikleri yıla ait bulgular incelendiğinde % 33,6'sının (n= 130) 5-9 yıl arası, % 29,5'inin (n= 114) 1-4 yıl arası, % 23'ünün (n=89) 10-14 yıl arası, % 9,3'ünün (n=36) 1 yıldan az ve % 4,7'sinin (n=18) 15 yıl ve daha fazla sürede rehberlik mesleğini icra ettikleri gözlemlenmiştir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin üye oldukları odalar sırasıyla % 22,0 (n=85) oranıyla İRO, % 21,4 (n=83) oranıyla NERO, %14,5 (n=56) oranıyla ARO, % 10,1 (n=39) oranıyla İZRO, % 7,2 (n=28) oranıyla MURO, % 6,7 (n=26) oranıyla

ADRO, % 5,9 (n=23) oranıyla BURO, % 5,7 (n=22) oranıyla TRO ve % 1,6 (n=6) oranıyla ANRO'dur. ATRO, ÇARO, GARO ve ŞURO'dan ankete katılan turist rehberi % 0,8 oranındadır. Bu odaların üçer üyesi ankete katılmıştır. Bununla birlikte katılımcıların % 1,8'i (n=7) üyesi oldukları odayı belirtmemiştir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun serbest çalıştığı gözlenmektedir. Katılımcıların % 82,2'si (n=318) serbest çalışırken, % 12,1'i (n=47) kadrolu, % 4,9'u (n=19) ise sözleşmeli çalışmaktadır. Katılımcıların % 0,8'i (n=3) çalışma şeklini belirtmemiştir.

Katılımcıların mesleklerini icra ettikleri dillere bakıldığında, % 95,1 (n=368) oranında İngilizce, % 20,2 (n=78) oranında Almanca, % 6,7 (n=26) oranında Fransızca, % 6,2 (n= 24) oranında İtalyanca, % 9 (n= 35) oranında İspanyolca, % 5,7 (n=22) oranında Portekizce, % 4,1 (n=16) oranında Japonca ve % 0,5 (n=2) oranında Çince dillerinde hizmet verdikleri görülmektedir. "Diğer" seçeneğini işaretleyen katılımcıların % 0,3'ü (n= 1) Arapça, % 0,3'ü (n=1) Korece, % 0,3'ü (n=1) Lehçe ve % 4,1'i (n=16) Rusça dillerinde mesleklerini icra etmektedir.

#### **4.2. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi**

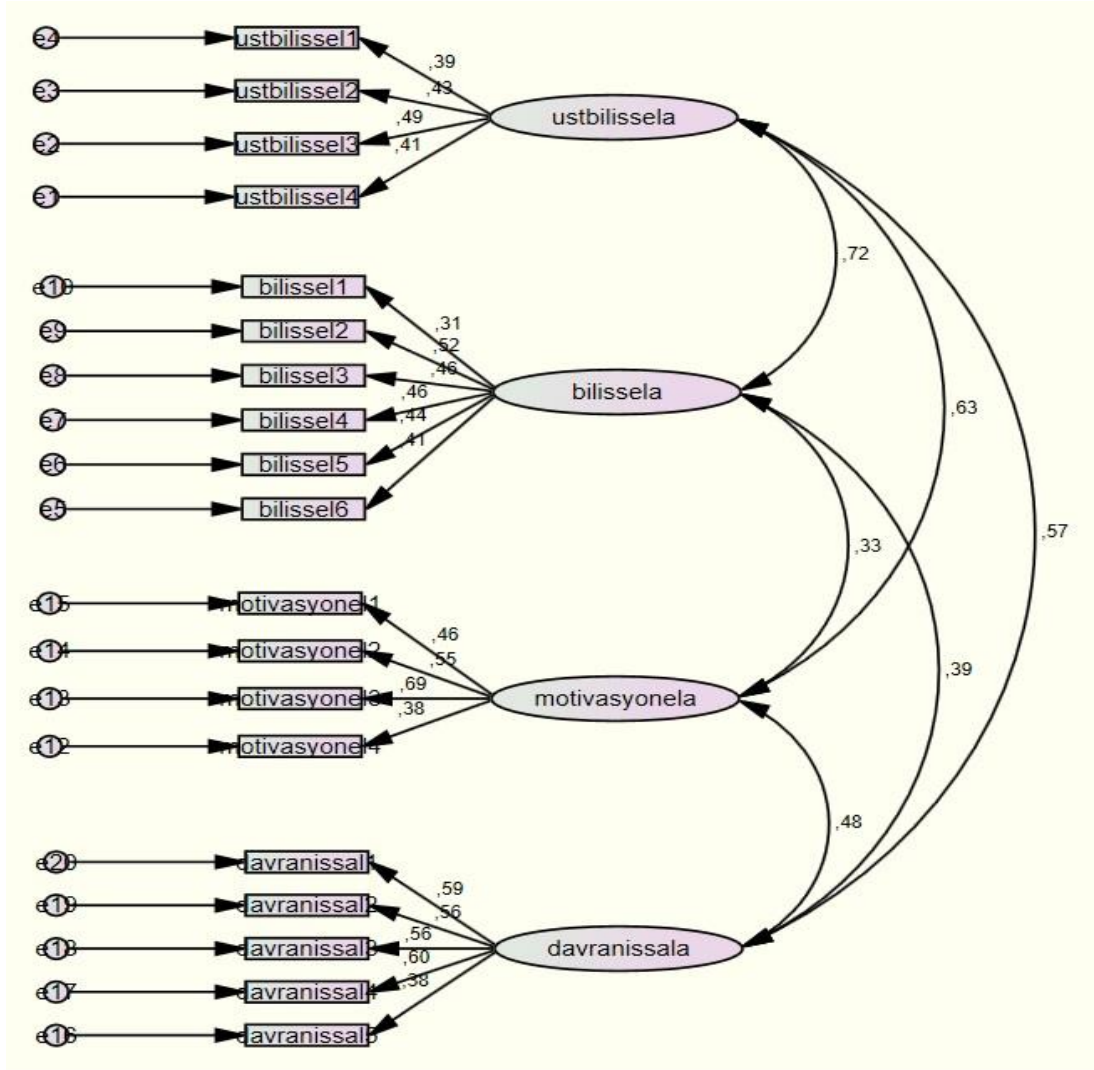
Faktör analizi, çok değişkenli istatistik tekniklerinden biri olup, yaygın olarak kullanılmaktadır. Faktör analizi "birbirleriyle ilişkili olan çok sayıdaki değişkeni, az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getirme" olarak tanımlanmaktadır (Kalaycı, 2010: 321). Açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi olmak üzere iki çeşit faktör analizi bulunmaktadır. Açıklayıcı faktör analizinde değişkenler arasındaki ilişkilerden yola çıkılarak faktör bulmaya yönelik bir işlem söz konusu iken (Meydan ve Şeşen, 2011: 21), doğrulayıcı faktör analizinde önceden belirlenmiş ve geçerliliği onaylanmış bir yapının doğrulanması amacı söz konusudur (Byrne, 2010: 97; Bayram, 2013: 42).

Kültürel zekâ ölçeğine uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, faktör yükü düşük olduğundan ölçekten bir madde çıkarılmış ve analizler 19 madde üzerinden değerlendirilmiştir. Ölçeğe ilişkin faktör yükleri Ek 3'te verilmiştir. Kültürel zekâ ölçeğine ilişkin standardize edilmiş ve standardize edilmemiş doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonuçları Şekil 9 ve Şekil 10'da yer almaktadır. Buna

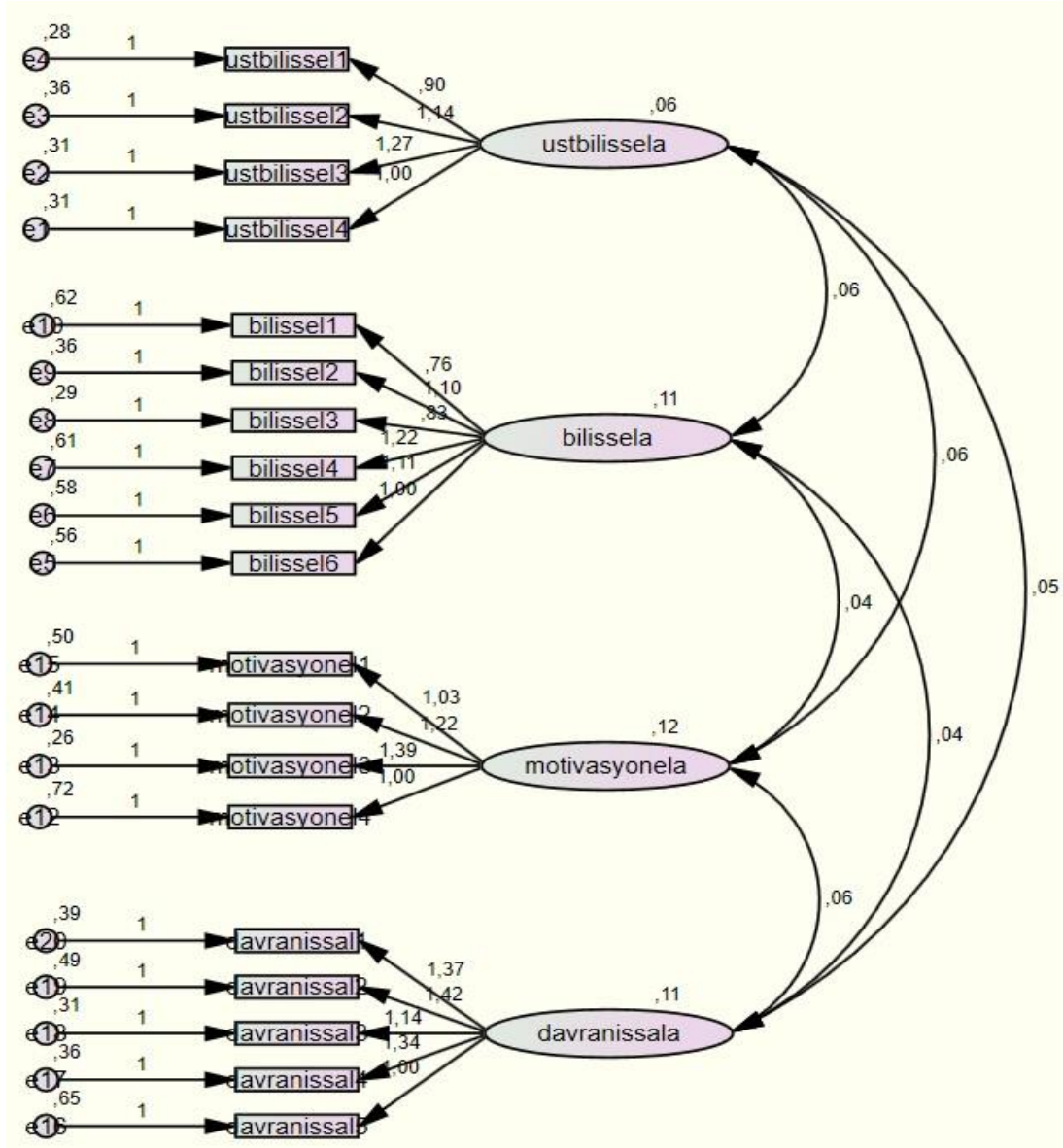
göre kültürel zekâ, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal değişkenlerini açıklamaktadır.

**Çizelge 5. Katılımcıların Mesleki Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları**

Mesleki Özellikler						
Gruplar		n		%		
Mesleki Rehberlik Eğitimi	Turist Rehberliği Ön Lisans Programı (Meslek Yüksekokulu - 2 Yıllık)	97		25,1		
	Turist/Turizm Rehberliği Lisans Programı (Yüksekokul/Fakülte - 4 Yıllık)	175		45,2		
	Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı	113		29,2		
	Diğer	2		0,5		
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>		<b>100</b>		
Mesleğin İcra Edildiği Yıl	1 yıldan az	36		9,3		
	1-4 yıl	114		29,5		
	5-9 yıl	130		33,6		
	10-14 yıl	89		23,0		
	15 yıl ve daha fazla	18		4,7		
<b>Toplam</b>	<b>387</b>		<b>100</b>			
Odalar	ADRO	26		6,7		
	ANRO	6		1,6		
	ARO	56		14,5		
	ATRO	3		0,8		
	BURO	23		5,9		
	ÇARO	3		0,8		
	GARO	3		0,8		
	İRO	85		22,0		
	İZRO	39		10,1		
	MURO	28		7,2		
	NERO	83		21,4		
	ŞURO	3		0,8		
	TRO	22		5,7		
	Eksik Veri	7		1,8		
<b>Toplam</b>	<b>387</b>		<b>100</b>			
Çalışma Şekli	Kadrolu	47		12,1		
	Sözleşmeli	19		4,9		
	Serbest	318		82,2		
	Eksik Veri	3		0,8		
<b>Toplam</b>	<b>387</b>		<b>100</b>			
Yabancı Dil	Evet	n	%	Hayır	n	%
		İngilizce	368		95,1	19
	Hayır	Almanca	78	20,2	309	79,8
		Fransızca	26	6,7	361	93,3
		İtalyanca	24	6,2	363	93,8
		İspanyolca	35	9,0	352	91,0
		Portekizce	22	5,7	365	94,3
		Japonca	16	4,1	371	95,9
		Çince	2	0,5	385	99,5
		Diğer	19	5,0	368	95,1



Şekil 9. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Alt Boyut ve Maddeleri Gösteren Diyagram (Standardize Edilmiş)



**Şekil 10. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Alt Boyut ve Maddeleri Gösteren Diyagram (Standardize Edilmemiş)**

Ölçeğin uygunluğunun değerlendirilmesinde farklı uyum iyiliği değerleri kullanılmaktadır. Ki-kare istatistiği ( $\chi^2$ -Chi-Square), GFI (Goodness of Fit), CFI (Comparative Fit Index), RMSEA (Root Mean Square Error Approximation) ve AGFI Adjusted Goodness of Fit Index) en çok kullanılanlar arasındadır (Aytaç ve Öngen: 2012: 17; İlhan ve Çetin, 2014: 30-31). Çizelge 6'da en çok kullanılan uyum iyiliği değerleri verilmiştir.

**Çizelge 6. Doğrulayıcı Faktör Analizinde Kullanılan Uyum İyiliği İndeksleri ve Uyum Değerleri**

Uyum Değerleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
$\chi^2$	$0 \leq \chi^2 \leq 2df$	$2df < \chi^2 \leq 3df$
p değeri	$0,05 \leq p \leq 1,00$	$0,01 \leq p \leq 0,05$
$\chi^2 / df$	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 3$
RMSEA (Yaklaşık hataların ortalama karekökü)	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
Yakın uyum testi için p değeri (RMSEA < 0,05)	$0,01 \leq p \leq 1,00$	$0,05 \leq p \leq 0,10$
CFI (Karşılaştırmalı uyum indeksi)	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI < 0,97$
GFI (Uyum iyiliği indeksi)	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$
AGFI (Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi)	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$

**Kaynak:** Karin Schermelleh-Engel., Helfried Moosbrugger ve Hans Müler. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures, *Methods of Psychological Research*, 8 (2), s. 52.

Kültürel zekâ ölçeğinin geçerliliğini ifade eden uyum iyiliği değerleri ve ölçeğinin yorumlanmasında kullanılan istatistikler Çizelge 7’de yer almaktadır (EK 2’de uyum iyiliği istatistikleri verilmiştir).

**Çizelge 7. Kültürel Zekâ Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri**

İndeksler	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	$\chi^2/df$	P Değeri	RMSEA	CFI	GFI	AGFI
<b>Değerler</b>	247,949	146	1,698	0,000	0,043	0,883	0,939	0,920

Çapık (2014: 200), Ki-kare istatistiğinin örneklem büyüklüğünden çok çabuk etkilendiğini belirterek, örneklemden daha az etkilenen  $\chi^2/df$  oranının bunun yerine kullanılabileceğini ifade etmiştir. Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde;  $\chi^2$  (Ki-kare) değerinin (Chi-Square) ( $x^2=247,949$ ) serbestlik derecesine (df=146) oranı ( $\chi^2/df$ ) 1,698’dir. Modelin iyi bir model olduğu Ki-kare değerinin serbestlik derecesine oranının 2 ya da altında olması ile açıklanmaktadır. Modelin uyum iyiliğinin kabul edilebilir bir değer olması ise, oranın 5 ya da 5’in altında bir değer olmasıyla ilişkilendirilmektedir (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008: 54). Buradan hareketle, modelin iyi bir model olduğu söylenebilmektedir. Ancak Yeniçeri ve Erten (2008: 242), örneklem büyüklüğüne son derece duyarlı olan Ki-kare



değerinin modelle veri arasındaki uyum değerlendirilirken tek başına yeterli olmadığını belirtmişlerdir.

RMSEA (Yaklaşık hataların ortalama karekökü) değeri ve AGFI (Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi) model ve veri arasındaki uyum değerlendirilirken kullanılan değerlerdir. RMSEA değeri 0,043, AGFI değeri ise 0,92'dir. Belirtilen değerler iyi bir uyum iyiliği değerinin göstergesi olmaktadır. GFI (Uyum iyiliği indeksi) değeri, 0,93 olup bu değer kabul edilebilir bir uyum iyiliği değerini ifade etmektedir.

Veri ile model arasındaki uyumu değerlendirmede kullanılan bir diğer ölçüt CFI (Karşılaştırmalı uyum indeksi)'dir. CFI değeri 0,88'dir. Bu değer kabul edilebilir değerinin altındadır. Yapılan analizler neticesinde CFI dışında tüm uyum iyiliği istatistiklerinde istenilen düzeyi yakalanmıştır. Elde edilen bu uyum indeksleri modelin iyi bir uyuma sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

### **4.3. Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumu Ölçeklerine İlişkin Bulgular**

Bu bölümde kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ile güvenilirlik katsayıları yer almaktadır. Ölçeklerin yanıt kategorileri beş grupta toplanmıştır. Bunlar "1=kesinlikle katılmıyorum", "2=katılmıyorum", "3=ne katılıyorum ne katılmıyorum", "4=katılıyorum" ve "5=kesinlikle katılıyorum" şeklindedir.

Veri toplama amacıyla oluşturulan anket formunda yer alan yargı, önerme, soru gibi ifadelerin kendi içinde tutarlı olup olmadığını saptamak için güvenilirlik analizi kullanılmaktadır. İç tutarlılığın ölçümünde en yaygın kullanılan yöntem olan Cronbach's Alpha, 0 ile 1 arasında değer almaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2012: 126; Ural ve Kılıç, 2013: 280). Alfa katsayısının bulunabileceği aralıklar ve buna bağlı olarak da ölçeğin güvenilirlik durumu Çizelge 8'de yer almaktadır.

**Çizelge 8. Cronbach's Alpha Değerleri**

Cronbach's Alpha Değeri	Güvenilirlik Aralıkları
$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Ölçek güvenilir değildir.
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Ölçek düşük güvenilirliktedir.
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Ölçek oldukça güveniliridir.
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

**Kaynak:** Şener Kalaycı. (2006). Güvenilirlik Analizi. Kalaycı, Şeref. (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım, s.405.

#### 4.3.1. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Bulgular

Çizelge 9'da katılımcıların "Kültürel Zekâ" ölçeği maddelerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine ve ölçeğin güvenilirlik katsayısına yer verilmiştir. Ölçeğin "Farklı kültürel geçmişi olan kişilerle birlikteyken kullandığım kültürel bilginin farkındayım." maddesi 4,50 ortalamayla en yüksek ortalamaya sahip maddesidir. Ölçeğin "Başka kültürlerin el sanatları hakkında bilgi sahibiyim." maddesi ise 3,40 ortalamayla en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların genel kültürel zekâ düzeylerinin 4,12 ortalamayla yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Turist rehberlerine ait veriler kullanılarak katılımcıların kültürel zekâ düzeylerini saptamak amacıyla kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,75 olarak bulunmuştur. Çizelge 8'e bakılarak ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

#### 4.3.2. Özyeterlilik Ölçeğine İlişkin Bulgular

Çizelge 10'da katılımcıların "Özyeterlilik" ölçeği kapsamında yer alan ifadelere ait aritmetik ortalama ile standart sapma değerlerine ve ölçeğin güvenilirlik katsayısına yer verilmiştir. Ölçeğin "Ben kendime güvenen bir insanım." maddesi 4,27 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip maddesidir. Ölçeğin "Bana ilgi göstermeyen biriyle arkadaş olmaya çalıştığımda kolaylıkla vazgeçerim." maddesi ise 3,21 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların özyeterlilik düzeylerinin 3,93 ortalama ile yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Turist rehberlerine ait veriler kullanılarak katılımcıların özyeterlilik düzeylerini saptamak amacıyla kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,71 olarak bulunmuştur. Çizelge 8'e bakılarak ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

**Çizelge 9. Kültürel Zekâ Ölçeğinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Ölçeğin Güvenirlik Analizi**

İfadeler	$\bar{x}$	ss	Cronbach's Alpha if item deleted
Farklı kültürel geçmişi olan kişilerle birlikteyken kullandığım kültürel bilginin farkındayım.	4,50	0,57	0,745
Alışkın olmadığım kültürden birileriyle etkileşime geçtiğimde kültürel bilgimi duruma uygun olarak kullanırım.	4,39	0,66	0,743
Kültürlerarası etkileşimlerde kullandığım kültürel bilginin farkındayım.	4,42	0,64	0,741
Farklı kültürlerden birileriyle etkileşim halindeyken kültürel bilgimin doğruluğuna dikkat ederim.	4,49	0,60	0,744
Başka kültürlerin yasal ve ekonomik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.	3,79	0,82	0,755
Başka dillerin kurallarını (kelime, gramer vb.) bilirim.	4,17	0,70	0,742
Başka kültürlerin değerlerini ve dini inançlarını hakkında bilgi sahibiyim.	4,14	0,60	0,743
Başka kültürlerin evlilik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.	3,60	0,88	0,749
Başka kültürlerin el sanatları hakkında bilgi sahibiyim.	3,40	0,85	0,745
Başka kültürdeki jest, mimik vb. sözel olmayan davranışların sergileme kurallarını bilirim.	3,69	0,82	0,741
Başka kültürlerden insanlarla bir arada olmaktan hoşlanırım.	4,43	0,79	0,740
Alışkın olmadığım bir kültürde yerel insanlarla kaynaşabileceğime eminim.	4,35	0,76	0,746
Benim için yeni olan bir kültüre uyum sağlamada karşılaştığım güçlüklerle başa çıkacağıma eminim.	4,35	0,70	0,739
Alışkın olmadığım kültürlerde yaşamaktan hoşlanırım.	3,95	0,91	0,746
Sözel davranışlarımı (ses tonu, aksan vb.) kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.	4,24	0,77	0,736
Konuşurken tonlama ve duraksamayı, kültürlerarası duruma uygun olarak değişik bir şekillerde kullanırım.	4,19	0,84	0,738
Konuşma biçimimi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.	4,20	0,67	0,741
Kültürlerarası iletişimde ne kadar gerekliyse sözel olmayan davranışlarımı ona göre ayarlarım.	4,10	0,75	0,739
Yüz ifademi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre değiştiririm.	4,03	0,87	0,745
<b>Toplam</b>	<b>4,12</b>	<b>0,74</b>	<b>0,753</b>

**Çizelge 10. Özyeterlilik Ölçeğinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Ölçeğin Güvenirlik Analizi**

İfadeler	$\bar{x}$	ss	Cronbach's Alpha if item deleted
Yaptığım planları gerçekleştireceğimden eminim.	4,17	0,76	0,708
Yapmam gereken bir işe girişememe gibi bir problemim var.	3,88	1,10	0,707
Bir işi bir seferde yapamıyorsa, yapıncaya kadar devam ederim.	4,15	0,87	0,707
Kendim için önemli hedefler koyduğumda nadiren başarırım.	4,10	0,93	0,707
İşleri yapıp sonuçlandırmadan yapmaktan vazgeçerim.	4,26	0,89	0,708
Zorluklarla karşılaşmaktan kaçınırım.	4,12	0,98	0,707
Bazı işler çok karışık görünüyorsa yapmak için sıkıntıya girmem.	3,77	1,25	0,706
Hoşlanmadığım ancak yapmam gereken işler varsa bitirinceye kadar uğraşırım.	3,98	1,09	0,714
Bir şeyi yapmaya karar verdiğimde onun üzerinde çalışmaya devam ederim.	4,33	0,81	0,701
Yeni bir şey öğrenmeye çalıştığım başlangıçta başarılı olamazsam hemen vazgeçerim.	4,13	0,86	0,696
Beklenmedik problemler ortaya çıktığında üzerinde fazla durmam.	3,49	1,30	0,713
Benim için çok zor göründüklerinde, yeni şeyler için çaba göstermekten kaçınırım.	4,03	1,08	0,692
Başarısızlık beni daha çok teşvik eder.	3,44	1,16	0,709
Bir şeyleri yapabilme konusunda kendime fazla güvenmem.	3,96	1,08	0,695
Ben kendime güvenen bir insanım.	4,27	0,91	0,697
Kolaylıkla vazgeçerim.	4,12	1,00	0,691
Hayatta ortaya çıkan problemlerin üstesinden gelme yeteneğini kendimde bulurum.	4,23	0,98	0,701
Yeni arkadaş edinmek benim için zordur.	3,95	1,28	0,697
Tanışmak istediğim birisini görürsem, onun bana gelmesini beklemek yerine ben giderim.	3,69	1,09	0,715
Arkadaşlık kurulması güç, ilginç birisiyle tanışırsam, o kişiyle arkadaş olmaktan hemen vazgeçerim.	3,59	1,10	0,695
Bana ilgi göstermeyen biriyle arkadaş olmaya çalıştığım kolaylıkla vazgeçerim.	3,21	1,25	0,708
Sosyal toplantılarda kendimi rahat hissetmem.	3,86	1,25	0,701
Arkadaşlarımı, arkadaş edinmede kişisel yeteneklerimle kazanırım.	3,82	0,99	0,718
<b>Toplam</b>	<b>3,93</b>	<b>1,04</b>	<b>0,713</b>

### 4.3.3. Hizmet Sunumu Ölçeğine İlişkin Bulgular

Çizelge 11’de katılımcıların “Hizmet Sunumu” ölçeği kapsamında yer alan ifadelere ait aritmetik ortalama ile standart sapma değerlerine ve ölçeğin güvenilirlik katsayısına yer verilmiştir. Ölçeğin “Genel anlamda düşündüğümde yaptığım işten memnunum” maddesi 4,55 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip olan maddesidir. Ölçeğin “Turistlere hizmet verirken onların ihtiyaçlarına göre hizmet tarzımı değiştiririm” maddesi ise 4,14 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların genel hizmet sunumu düzeylerinin 4,38 ortalama ile yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Turist rehberlerine ait veriler kullanılarak katılımcıların hizmet sunumu düzeylerini saptamak amacıyla kullanılan ölçeğe ait güvenilirlik analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Cronbach’s Alpha değeri 0,67 olarak bulunmuştur. Çizelge 8’e bakılarak ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

**Çizelge 11. Hizmet Sunumu Ölçeğinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Ölçeğin Güvenirlik Analizi**

İfadeler	$\bar{x}$	ss	Cronbach’s Alpha if item deleted
Turistlere hizmet verirken kendimi ifade edebilirim.	4,39	0,66	0,652
Turistlere hizmet verirken onların ihtiyaçlarına göre hizmet tarzımı değiştiririm.	4,14	0,75	0,643
Turistlere hizmet verirken kendilerini konforlu hissetmeleri için özel çaba gösteririm.	4,35	0,73	0,625
Turistlere hizmet verirken onların özel ihtiyaçlarıyla da yakından ilgilenirim.	4,35	0,69	0,635
Turistlere hizmet verirken öngörülü bir biçimde ihtiyaçlarını anlar ve ona göre davranırım.	4,36	0,67	0,650
Turistlere hizmet verirken onların şikâyetlerini nazik ve sakin bir tavırla dinler, problemlerini çözerim.	4,50	0,55	0,648
Turistlere hizmet verirken onlarla arkadaşça ilgilenirim.	4,38	0,68	0,656
Turistlere hizmet verirken beklenmeyen bir durum doğsa bile onlarla etkili bir biçimde ilgilenirim.	4,44	0,59	0,635
Genel anlamda düşündüğümde yaptığım işten memnunum.	4,55	0,61	0,657
<b>Toplam</b>	<b>4,38</b>	<b>0,65</b>	<b>0,671</b>

#### 4.4. Normal Dağılım Testi

Normal dağılım “sürekli değişkene ait verilerin normal dağılım göstermesi, verilere ilişkin aritmetik ortalama, ortanca (medyan) ve tepe değerinin (mod) birbirine eşit olması” olarak ifade edilmektedir. Parametrik testlerin bir varsayımı olup sürekli değişkenlere ilişkin dağılımların en önemlisi olarak kabul edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 285). Parametrik testlerin uygulanabilmesi için belirli koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu koşullar şu şekilde sıralanmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 246):

- Verilerin aralık ve rasyo düzeyinde ölçülmüş olması,
- Verilerin normal dağılım sergilemesi,
- Bütün gruplara ait varyans değerinin aynı olması ve normal dağılım gösteren ana kütlede seçilmiş olması,
- Analizler neticesinde ortaya çıkan hata terimlerinin tesadüfi olması gerekmektedir.

SPSS programında yer alan Kolmogorov- Smirnov ve Shapiro- Wilk testleri, bir değişkenin normal dağılım gösterip göstermediğini analiz etmede kullanılan testlerdir. Her iki test de aynı şekilde yorumlanmaktadır (İslamoğlu ve Alınçık, 2014: 267). Testlerin sonucunda, anlamlılık düzeyinin 0,05’in üzerinde ( $p < 0,05$ ) olması verilerin normal dağılım sergilediğini göstermektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 287).

Çizelge 12’de kültürel zekâ ölçeğine ilişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testlerinin sonuçlarına yer verilmektedir. Çizelge 12 incelendiğinde, ( $p=0,00$ ;  $p>0,05$ ) katılımcıların kültürel zekâ ölçümlerine ilişkin puanların normal dağılıma uymadığı görülmektedir.

#### Çizelge 12. Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro- Wilk Testleri

Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
İstatistik	df	Anlamlılık	İstatistik	df	Anlamlılık
0,85	387	0,000	0,931	387	0,000

Çizelge 13’te özyeterlilik ölçeğine ilişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testlerinin sonuçlarına yer verilmektedir. Çizelge 13 incelendiğinde, ( $p=0,00$ ;

$p>0,05$ ) katılımcıların özyeterlilik ölçümlerine ait puanlarının normal dağılıma uymadığı görülmektedir.

**Çizelge 13. Özyeterlilik Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Testleri**

Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
İstatistik	df	Anlamlılık	İstatistik	df	Anlamlılık
0,88	387	0,000	0,961	387	0,000

Çizelge 14'te hizmet sunumu ölçeğine ilişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testlerinin sonuçlarına yer verilmektedir. Çizelge 14 incelendiğinde, ( $p=0,00$ ;  $p>0,05$ ) katılımcıların hizmet sunumu ölçümlerine ilişkin puanların normal dağılıma uymamaktadır.

**Çizelge 14. Hizmet Sunumu Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro- Wilk Testleri**

Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
İstatistik	df	Anlamlılık	İstatistik	df	Anlamlılık
0,67	387	0,000	0,971	387	0,000

Kolmogorov- Smirnov ve Shapiro-Wilk testlerinin sonuçları ile birlikte çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin de değerlendirilmesi dağılımın tespiti için yarar sağlamaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2012: 165). Çarpıklık normal dağılımda 0 olarak varsayılmakla birlikte, çarpıklık (skewness) değerlerinin +1 ile - 1 sınırları içinde kalması, puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2007: 79). Bununla birlikte, bu değerlerin +2 ile -2 arasında olmasının normale yakın dağılım göstergesi olduğu kabul edilmektedir (Garson, 2012: 18). Bu doğrultuda kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine parametrik analizlerin uygulanabilmesi için verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri hesaplanmıştır. Çizelge 15'te bu değerlere ilişkin bilgiler yer almaktadır. Kültürel zekâ ve özyeterlilik ölçeğine ilişkin çarpıklık değerlerine bakıldığında puanların belirtilen sınırlar içinde kalmadığı tespit edilmiştir. Normal dağılıma sahip olmadığı görülen kültürel zekâ ve özyeterlilik ölçeklerine ilişkin veriler için parametrik olmayan analizler uygulanmıştır. Ancak, katılımcıların hizmet sunumu ölçüm puanlarının ise belirtilen sınırlar içinde kaldığı ve normal dağılım sergilediği görülmektedir. Hizmet sunumu ölçeğine ilişkin veriler için parametrik analizler uygulanmıştır.

**Çizelge 15. Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumu Ölçeklerine İlişkin Çarpıklık- Basıklık Değerleri**

Ölçekler		İstatistik	Standart Hata
Kültürel Zekâ	Çarpıklık (Skewness)	-1,234	0,124
	Basıklık (Kurtosis)	7,441	0,247
Özyeterlilik	Çarpıklık (Skewness)	-0,690	0,124
	Basıklık (Kurtosis)	2,223	0,247
Hizmet Sunumu	Çarpıklık (Skewness)	-0,330	0,124
	Basıklık (Kurtosis)	0,494	0,247

#### **4.5. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumuna İlişkin Fark Testleri**

Bu bölümde, kültürel zekânın, özyeterliliğin ve hizmet sunumunun katılımcıların sosyo-demografik ve mesleki özellikleri açısından değerlendirilmesine ilişkin sonuçlara yer verilmiştir. Kültürel zekâ ve özyeterliliğin katılımcıların sosyo-demografik ve mesleki özellikleri açısından değerlendirilmesinde Mann-Whitney U Testi ve Kruskal- Wallis Testleri kullanılırken, hizmet sunumunun katılımcıların sosyo-demografik ve mesleki özellikleri açısından değerlendirilmesinde ise bağımsız grup *t* testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

##### **4.5.1. Katılımcıların Cinsiyetleri ile Kültürel Zekâları ve Özyeterlilikleri Arasındaki İlişki**

Çizelge 16'da yer alan katılımcıların cinsiyetleri ile kültürel zekâları ve özyeterlilikleri arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak için uygulanan Mann-Whitney U testine ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde, katılımcıların kültürel zekâları ve özyeterlilikleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.



**Çizelge 16. Cinsiyete ile Kültürel Zekâ ve Özyeterliliğe İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları**

	Sayı (n)	Cinsiyet	Ortalama Sıralaması	Z	Anlamlılık Düzeyi (p)
<b>Kültürel Zekâ</b>	114	Kadın	197,25	-0,428	0,669
	272	Erkek	191,93		
<b>Özyeterlik</b>	114	Kadın	192,17	-0,152	0,879
	272	Erkek	194,06		

#### 4.5.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle Kültürel Zekâları Arasındaki İlişki

Çizelge 17’de katılımcıların medeni durumları, yaşları ve öğrenim durumları ile kültürel zekâları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan Kruskal- Wallis testine ilişkin analiz sonuçları verilmektedir. Çizelge 17 incelendiğinde, katılımcıların kültürel zekâları ile medeni durumları, yaşları ve öğrenim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

**Çizelge 17. Sosyo-Demografik Özellikler ile Kültürel Zekâyâ İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları**

	Sayı (n)	Medeni Durum	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	180	Evli	191,83	0,099	0,952
	204	Bekâr	194,84		
	2	Diğer	207,00		
<b>Kültürel Zekâ</b>	Sayı (n)	Yaş	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	29	18-25 yaş	184,78	4,098	0,535
	232	26-35 yaş	192,35		
	75	36-45 yaş	195,83		
	41	46-55 yaş	206,01		
	8	56-65 yaş a	151,81		
	1	66 yaş ve üstü	360,00		
	Sayı (n)	Öğrenim Durumu	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	20	Lise	208,75	0,595	0,898
	70	Ön Lisans	197,79		
234	Lisans	191,15			
63	Lisans Üstü	195,68			

Çizelge 18’de katılımcıların rehberlik eğitimleri, mesleği icra yılları ve çalışma şekilleri ile kültürel zekâları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini

tespit etmek için uygulanan Kruskal- Wallis testine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır. Çizelge 18 incelendiğinde, katılımcıların kültürel zekâları ile rehberlik eğitimleri, mesleği icra yılları ve çalışma şekilleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

**Çizelge 18. Mesleki Özellikler ile Kültürel Zekâya İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları**

	Sayı (n)	Rehberlik Eğitimi	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	97	Ön Lisans Pr.	188,35	0,911	0,823
	175	Lisans Pr.	199,94		
	113	KTB Sertifika Pr.	189,68		
	2	Diğer	192,25		
Sayı (n)	Mesleği İcra Yılı	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)	
36	1 yıldan az	189,03	1,411	0,842	
114	1-4 yıl	191,96			
130	5-9 yıl	188,52			
89	10-14 yıl	205,53			
18	15 yıl ve üstü	199,42			
Sayı (n)	Çalışma Şekli	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)	
47	Kadrolu	195,23	1,247	0,536	
19	Sözleşmeli	219,37			
318	Serbest	190,49			

#### 4.5.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Özyeterlilikleri Arasındaki İlişki

Çizelge 19’da katılımcıların medeni durumları, yaşları ve öğrenim durumları ile özyeterlilikleri arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan Kruskal- Wallis testine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır. Çizelge 19 incelendiğinde, katılımcıların özyeterlilikleri ile medeni durumları, yaşları ve öğrenim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

**Çizelge 19. Sosyo-Demografik Özellikler ile Özyeterliliğe İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları**

Özyeterlilik	Sayı (n)	Medeni Durum	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	180	Evli	199,38	1,529	0,466
	204	Bekâr	187,77		
	2	Diğer	248,75		
	Sayı (n)	Yaş	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	29	18-25 yaş	191,76	5,185	0,394
	232	26-35 yaş	191,17		
	75	36-45 yaş	195,13		
	41	46-55 yaş	211,79		
	8	56-65 yaş a	138,56		
	1	66 yaş ve üstü	352,00		
	Sayı (n)	Öğrenim Durumu	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	20	Lise	167,20	4,490	0,213
70	Ön Lisans	215,31			
234	Lisans	188,27			
63	Lisans Üstü	200,10			

Çizelge 20’de katılımcıların rehberlik eğitimleri, mesleği icra yılları ve çalışma şekilleri ile özyeterlilikleri arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan Kruskal- Wallis testine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır. Çizelge 20 incelendiğinde, katılımcıların özyeterliliği ile rehberlik eğitimleri ve mesleği icra yılları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Ancak katılımcıların özyeterlilikleri ile çalışma şekilleri ( $p=0,001$ ;  $p\leq 0,05$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.

**Çizelge 20. Mesleki Özellikler ile Özyeterliliğe İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları**

	Sayı (n)	Rehberlik Eğitimi	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	97	Ön Lisans Pr.	208,55	2,549	0,467
	175	Lisans Pr.	185,94		
	113	KTB Sertifika Programı	194,00		
	2	Diğer	193,25		
Özyeterlilik	Sayı (n)	Mesleği İcra Yılı	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
36	1 yıldan az	186,90	3,719	0,445	
114	1-4 yıl	206,76			
130	5-9 yıl	194,12			
89	10-14 yıl	177,81			
18	15 yıl ve üstü	206,53			
	Sayı (n)	Çalışma Şekli	Ortalama Sıralaması	Chi-Square	Anlamlılık Düzeyi (p)
	47	Kadrolu	246,76	13,367	<b>0,001</b>
	19	Sözleşmeli	203,58		
	318	Serbest	183,82		

#### 4.5.4. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Hizmet Sunumları Arasındaki İlişki

Çizelge 21'de katılımcıların cinsiyetleri ile hizmet sunumlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan t testi, medeni durumları, yaşları ve eğitim durumları ile hizmet sunumlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan ANOVA analizinin sonuçları verilmektedir. Çizelge 21 incelendiğinde, katılımcıların hizmet sunumları ile cinsiyetleri, medeni durumları, yaşları ve eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

**Çizelge 21. Sosyo-Demografik Özellikler ile Hizmet Sunumuna İlişkin t-Testi ve ANOVA Testi Sonuçları**

Değişkenler		Hizmet Sunumu					
		n	$\bar{x}$	ss	t / F	p	Fark
Cinsiyet	Kadın	114	35,61	2,77	0,71	0,88	-
	Erkek	272	35,38	2,99			
Medeni Durum	Evli	180	39,72	3,09	1,359	0,25	-
	Bekâr	204	39,27	3,16			
	Diğer	2	41,50	4,94			
Yaş	18-25 yaş	29	38,65	3,03	0,88	0,49	-
	26-35 yaş	232	39,68	3,36			
	36-45 yaş	75	39,17	2,58			
	46-55 yaş	41	39,46	3,00			
	56-65 yaş	8	39,62	1,40			
	66 yaş ve üstü	1	42,00	-			
Eğitim Durumu	Lise	20	39,50	3,39	0,54	0,65	-
	Ön Lisans	70	39,92	3,37			
	Lisans	234	39,38	3,21			
	Lisans Üstü	63	39,50	2,52			

Çizelge 22’de katılımcıların rehberlik eğitimleri, mesleği icra yılları ve çalışma şekilleri ile hizmet sunumlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için uygulanan ANOVA testine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır. Çizelge 22 incelendiğinde, katılımcıların hizmet sunumları ile rehberlik eğitimleri, mesleği icra yılları ve çalışma şekilleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

**Çizelge 22. Mesleki Özellikler ile Hizmet Sunumuna İlişkin ANOVA Testi Sonuçları**

Değişkenler		Hizmet Sunumu					
		n	$\bar{x}$	ss	F	p	Fark
Rehberlik Eğitimi	Ön Lisans Pr.	97	39,61	3,42	0,51	0,67	-
	Lisans Pr.	175	39,62	3,10			
	KTB Sertifika Pr.	113	39,25	2,97			
	Diğer	2	38,00	1,41			
Mesleği İcra Yılı	1 yıldan az	36	39,38	2,45	0,29	0,87	-
	1-4 yıl	114	39,43	3,44			
	5-9 yıl	130	39,64	3,22			
	10-14 yıl	89	39,32	2,67			
	15 yıl ve üstü	18	40,05	4,03			
Çalışma Şekli	Kadrolu	47	39,53	3,47	0,93	0,39	-
	Sözleşmeli	19	38,52	2,36			
	Serbest	318	39,53	3,13			

#### 4.6. Hipotez Analizlerine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi, “bağımlı bir değişken ile bağımlı değişkene etkisi olduğu düşünülen bağımsız değişken arasında var olan ilişkinin istatistiksel bir model yardımıyla açıklanması” şeklinde tanımlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013: 249). Araştırmanın hipotezlerinin ölçülmesi amaçlanmış ve basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

Çizelge 23’te “**H<sub>1</sub>**= *Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır*” şeklinde ifade edilen hipoteze ait regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Çizelge 23’teki sonuçlara göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p < 0,05$ ). Çizelge 23’te yer alan değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r = 0,273$ ) saptanmıştır. Bununla birlikte, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,075 olarak hesaplanmıştır. Özyeterlilik inançlarındaki değişimlerin % 7,5’inin kültürel zekâyâ bağlı olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar neticesinde  $H_1$  kabul edilmiştir.

#### Çizelge 23. H<sub>1</sub> Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları

	Beta ( $\beta$ )	t	Sig. (p)
Sabit		10,541	0,000
Kültürel Zekâ	0,273	5,577	0,000
<b>Bağımlı Değişken: Özyeterlilik</b>			

$$(R^2 = 0,075; \text{Düzeltilmiş } R^2 = 0,072; F = 31,101; p = 0,000)$$

Çizelge 24’te “**H<sub>2</sub>**= *Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*” şeklinde ifade edilen hipoteze ait regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Çizelge 24’teki sonuçlara göre turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p < 0,05$ ). Çizelge 24’te yer alan değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r = 0,167$ ) saptanmıştır. Bununla birlikte, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,064 olarak hesaplanmıştır. Kültürel zekâ düzeylerindeki değişimlerin % 6,4’ünün özyeterlilik inançlarına bağlı olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar neticesinde  $H_2$  kabul edilmiştir.

**Çizelge 24. H<sub>2</sub> Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları**

	Beta (β)	t	Sig. (p)
Sabit			0,000
Özyeterlilik	0,167	5,124	0,000
<b>Bağımlı Değişken: Kültürel Zekâ</b>			

(R<sup>2</sup>= 0,064; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>= 0,061; F= 26,258; p= 0,000 )

Çizelge 25'te "**H<sub>3</sub>**= *Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*" şeklinde ifade edilen hipoteze ait regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Çizelge 25'teki sonuçlara göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır (p<0,05). Çizelge 25'te yer alan değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki (r=0,307) saptanmıştır. Bununla birlikte, belirlilik (determinasyon) katsayısı (r<sup>2</sup>) 0,094 olarak hesaplanmıştır. Hizmet sunumlarındaki değişimlerin % 9,4'ünün kültürel zekâya bağlı olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar neticesinde H<sub>3</sub> kabul edilmiştir.

**Çizelge 25. H<sub>3</sub> Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları**

	Beta (β)	t	Sig. (p)
Sabit		14,044	0,000
Kültürel Zekâ	0,307	6,324	0,000
<b>Bağımlı Değişken: Hizmet Sunumu</b>			

(R<sup>2</sup>= 0,094; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>= 0,092; F=39,992; p=0,000)

Çizelge 26'da "**H<sub>4</sub>**= *Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*" şeklinde ifade edilen hipoteze ait regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Çizelge 26'daki sonuçlara göre turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır (p<0,05). Çizelge 26'da yer alan özyeterlilik inanç düzeyleri ile hizmet sunumları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki (r=0,264) saptanmıştır. Bununla birlikte, belirlilik (determinasyon) katsayısı (r<sup>2</sup>) 0,070 olarak hesaplanmıştır. Hizmet sunumlarındaki değişimlerin % 7'sinin özyeterlilik inançlarına bağlı olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar neticesinde H<sub>4</sub> kabul edilmiştir.

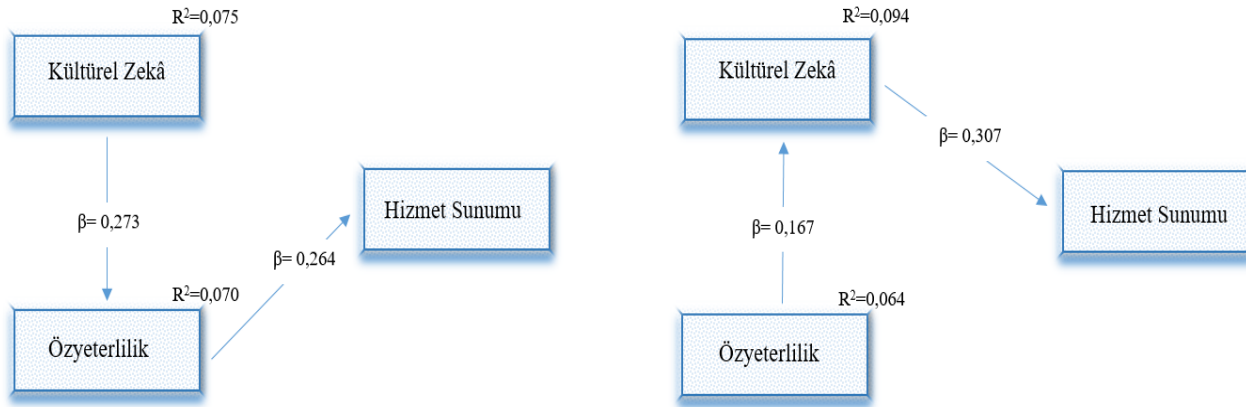
**Çizelge 26. H4 Hipotezinin Regresyon Analizi Sonuçları**

	Beta ( $\beta$ )	t	Sig. (p)
Sabit		19,974	0,000
Özyeterlilik	0,264	5,365	0,000

**Bağımlı Değişken: Hizmet Sunumu**

( $R^2= 0,070$ ; Düzeltmiş  $R^2= 0,067$ ;  $F=28,788$ ;  $p=0,000$ )

Araştırma hipotezleri için yapılan analizlerin sonucunda araştırmaya ait oluşturulmuş sonuç modeli Şekil 11’de gösterilmektedir.



**Şekil 11. Araştırmanın Sonuç Modeli**

Çizelge 27’de hipotezler ve hipotezlere ilişkin red/kabul durumları görülmektedir. Kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde; özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde; kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde etkisi vardır. Çizelge 30’a göre tüm hipotezler kabul edilmiştir.

**Çizelge 27. Araştırma Hipotezlerinin Red/Kabul Durumları**

No	Hipotez	Durumları
H <sub>1</sub>	Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL EDİLDİ.
H <sub>2</sub>	Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL EDİLDİ.
H <sub>3</sub>	Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL EDİLDİ.
H <sub>4</sub>	Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL EDİLDİ.



## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hazırlanan bu çalışma, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin incelenmesi amacını taşımakta olup, bu bölümünde araştırmaya ait sonuçlar ve öneriler bulunmaktadır.

### 5.1. Sonuçlar

Yapılan çalışma, Türkiye’de aktif olarak mesleğini icra eden turist rehberlerinin mevcut kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançları arasındaki ilişkiyi ve bu değişkenlerin sundukları hizmete etkisini ortaya koymaktadır. Kültürel zekâ ve özyeterliliğe ilişkin ilgili alanyazından yola çıkılmış, araştırmanın örneklemini oluşturan turist rehberlerinin anket formlarına verdikleri cevaplar ışığında veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler belirli analizlere tabi tutulmuş, bulgular saptanmış ve bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

Anket formu ile katılımcılara ait demografik özellikler, kültürel zekâ düzeyleri, özyeterlilik inançları ve hizmet sunumlarına ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Demografik özellikler, sosyo-demografik ve mesleki özellikler olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir. Daha önce yapılan pek çok çalışmada da (Güzel, 2007; Yazıcıoğlu ve diğerleri., 2008; Köroğlu, 2011; Türkmen, 2016) benzer sonuçlara ulaşıldığı dikkat çekmektedir. Rehberlik mesleğinin uzun ve zaman zaman düzensiz çalışma saatleri gerektirmesi ve sık sık seyahat etme durumu mesleğin kadınlar tarafından daha az tercih edilme nedenleri arasında sayılabilmektedir. Ayrıca kadınların ev ile ilgili sorumluluklarının fazla olması, kadın rehberlerin ev ve aile hayatında aksaklıklara sebep olabilmektedir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğunluğunun bekâr olduğu tespit edilmiştir. Benzer sonuçlar Köroğlu, Şahin ve Tetik (2007) tarafından yapılan çalışmada da ortaya koyulmuştur. Mesleğin mesai anlayışına dayanmaması, resmi tatillerde (dini ve milli bayramlar, yılbaşı vb.) çalışılması durumu, gelirlerde

dengelesizlik olması, rehberlerin aile hayatını ve evlilik niyetlerini olumsuz etkilemektedir. Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008) tarafından yapılan çalışma, görüşleri doğrular niteliktedir. Araştırmacılar çalışmalarında rehberlik mesleğinin en olumsuz tarafının özel hayatı sınırlaması olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 26-35 yaş aralığındadır. Benzer sonuçlar Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008) ve Türkmen (2016) tarafından da elde edilmiştir. Mesleğin daha çok genç bireyler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Mesleğin yaşça büyük olan bireyler tarafından tercih edilmeme nedenleri arasında iş güvencesi ve yeterli sosyal haklara sahip olunmaması, aile hayatını olumsuz etkilemesi ve fiziksel ve zihinsel bir güç gerektirmesi sayılabilmektedir.

Ankete katılan turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğunun lisans düzeyinde eğitim aldığı tespit edilmiştir. Bunu ön lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim gören turist rehberleri takip etmektedir. Yapılan çalışmalarda da (Köroğlu ve diğerleri, 2007; Yazıcıoğlu ve diğerleri, 2008; Köroğlu, 2011) benzer sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bu sonuçla, turist rehberlerinin yüksek eğitim seviyelerine sahi oldukları ortaya koyulmaktadır.

Katılımcıların mesleki özellikleri incelendiğinde, çoğunluğunun turist/turizm rehberliği lisans programından mezun olduğu görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarına dâhil olan rehber sayısı bu sayıya yakındır. Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarını, turizm rehberliği ön lisans programı takip etmektedir. Bu durum Türkiye'deki mesleki rehberlik eğitiminin parçalanmış yapısına işaret etmektedir.

Ankete katılan rehberlerin çoğunluğunun 5-9 yıl arasında rehberlik mesleğini icra ettikleri elde edilen bulgulardan biridir. Yapılan araştırmalarda da (Yazıcıoğlu ve diğerleri, 2008; Türkmen, 2016) benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bununla birlikte, mesleki tecrübesi 1-4 yıl arasında olan turist rehberlerinin sayısı oldukça fazladır. Mesleki tecrübe yılı arttıkça turist rehberlerinin sayısı azalmaktadır. Bu sonuçlar turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğunun genç rehberler olduğunu kanıtlamaktadır.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun İRO, NERO ve ARO üyesi oldukları belirlenmiştir. Bu odaların üye sayılarının fazla oluşu ile ilişkilendirilebilir. Ankete katılan turist rehberlerinin çok büyük bir çoğunluğunun serbest çalıştığı

görülmektedir. Turist rehberlerinin herhangi bir seyahat acentasına bağlanmayı tercih etmeme nedenleri arasında sosyal güvenliğin ve sosyal hakların (izin, tatil vb.) olmaması, düşük maaşlar, yoğun ve yorucu tur programları yer alabilir. Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008) yaptıkları çalışmada, benzer sorunlara değinmektedirler.

Araştırma sonuçlarına göre ankete katılan turist rehberlerinin çok büyük bir çoğunluğunun İngilizce dilinde rehberlik hizmeti verdikleri tespit edilmiştir. Rehberlik eğitimi veren lisans ve ön lisans programlarının müfredatlarında İngilizce'nin okutulması ve bu dilin dünya genelinde yaygın bir şekilde konuşulması sonuçları destekler niteliktedir. Turist rehberleri İngilizce dilinden sonra en fazla Almanca dilinde rehberlik hizmeti vermektedir. Bu durum rehberlik eğitimi veren okulların ikinci yabancı dillerinin Almanca olması ile açıklanabilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular arasında ölçeklerin ortalamaları da yer almaktadır. Kültürel zekâ ölçeğinin genel ortalaması 4,12, özyeterlilik ölçeğinin genel ortalaması 3,93 ve hizmet sunumu ölçeğinin genel ortalaması 4,38'dir. Bu çalışma kapsamında araştırmaya katılan turist rehberlerinin kültürel zekâ ve hizmet sunumu ölçeklerine verdikleri cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde, yanıtların ağırlıklı olarak "katılıyorum" seçeneğinde toplandığı söylenebilmektedir.

Katılımcıların sosyo-demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş ve öğrenim durumu) ve mesleki (rehberlik eğitimi, mesleği icra yılı ve çalışma şekli) özellikleri ile kültürel zekâ ve hizmet sunumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Özyeterlilik ölçeğine ilişkin bulgulara bakıldığında katılımcıların sosyo-demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş ve öğrenim durumu) ve mesleki (rehberlik eğitimi ve mesleği icra yılı) özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak katılımcıların çalışma şekilleri ile özyeterlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuçlara göre araştırmaya katılan kadrolu turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının yüksek olduğu ortaya koyulmuştur.

Kültürel zekâ faktörlerinin tümü ile genel kültürel zekâ arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Genel kültürel zekâ ile ilişki düzeyi en yüksek olan faktör, 0,503 ortalama ile bilişsel kültürel zekâ faktörüdür. Üstbilişsel kültürel zekâ faktörü ise 0,437 ortalama ile en düşük ilişki düzeyine sahiptir. Ayrıca, kültürel zekâ ve özyeterlilik

arasında, kültürel zekâ ve hizmet sunumu arasında ve özyeterlilik ve hizmet sunumu arasında istatistiksel açıdan pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

## 5.2. Öneriler

Bu bölümde, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesi amacını taşıyan bu çalışmadan elde edilen sonuçlar ışığında sunulabilecek öneriler bulunmaktadır.

Ülke turizmi adına birlikte çalışan ve turist rehberlerinin sektördeki paydaşları olan Kültür ve Turizm Bakanlığı'na, TUREB'e, turist rehberliği meslek kuruluşlarına, seyahat acentalarına, eğitim kurumlarına ve diğer araştırmacılara yönelik öneriler aşağıda yer almaktadır. Ayrıca, araştırmanın sonuçlarından elde edilen bulgular ışığında turist rehberlerine de bazı öneriler sunulmuştur.

**Kültür ve Turizm Bakanlığı'na öneriler;** Kültür ve Turizm Bakanlığı, lisans mezunu olan bireylere sertifika kursları düzenlemektedir. Bu durum, farklı bölümlerden mezun olan ve kısa süreli kurslarla turist rehberliği mesleğini icra edecek bireylerle ön lisans ve lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan bireyler arasında belirli farklılıkların gözlemlenmesine sebebiyet vermektedir. Ayrıca sunulan hizmetin kalitesini de doğrudan etkilemektedir. Bu sebeple, sertifika kurslarının düzenlenmesinin önüne geçilerek turist rehberliği mesleğini bu bölümden mezun olan bireylerin icra etmesi sağlanabilir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, rehberlerin İngilizce, Almanca gibi dillerde yoğunlaştığı görülmektedir. Bunun önüne geçebilmek amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUREB, meslek kuruluşları ve eğitim kurumlarıyla iş birliği kurarak nadir dillere yönlendirmelidir. Farklı dilleri konuşabilen rehber sayılarının artması ülkeye gelen milliyet sayılarının artması anlamına gelir ki bu da kültür çeşitlenmesi için oldukça önemlidir. Çünkü bir dili bilmek, sağlıklı bir kültürlerarası iletişimin başlıca koşullarındandır.

Turist rehberliği meslek yasası ile birlikte turist rehberliği meslek statüsüne kavuşmuştur. Bu yasa turizm sektörü açısından büyük önem taşıyan rehberlere değer verilmesi, yaptıkları işin takdir görmesi ve geleceklerinin garanti altına alınması açısından bir dönüm noktası olmuştur. Yasada rehberlerin turlardan alacakları taban

ücretlere de yer verilmiştir. Ancak seyahat acentalarının bakanlıkça belirttiği taban ücretin altında ödeme yapma eğilimleri sektörün önemli sorunları arasında yerini almaktadır. Bu durum, turist rehberlerini serbest çalışmaya yöneltmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın taban ücretin altında ödeme yapma eğilimi olan seyahat acentalar için caydırıcı tedbirler alması bu durumun düzelmesine çözüm olabilir.

**TUREB'e öneriler;** Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim ve etkileşimde önemli bir rol oynayan kültürel zekâya yönelik gelişimleri, rehberlik seminerleri vasıtasıyla sürekli güncellenmelidir. Bu amaçla, TUREB kendisine bağlı olan meslek kuruluşları aracılığıyla bu seminerlerin düzenlenmesini sağlamalıdır. TUREB ve ona bağlı meslek kuruluşları rehberlerin kültürel zekâlarını geliştirmeleri için bu alanda uzman kişilerle işbirliği yapmalıdır. Bu seminerler rehberlerin mesleki ve kişisel gelişimlerine fayda sağlayacaktır.

**Meslek kuruluşlarına öneriler;** meslek kuruluşları TUREB çatısı altında eğitim gezisi, eğitim faaliyetleri, uzmanlaşma eğitimi, seminerler gibi konularda üyelerine birtakım destekler sağlamaktadır. Ancak desteklerin büyük çoğunluğu rehberlerin mesleki gelişimi için sağlanmaktadır. Bunların yanı sıra rehberlerin kişisel gelişimi için de destekler verilmesi gerekmektedir. Kültürlerarası ortamlarda çalışan turist rehberlerinin bu ortamlarda nasıl davranmaları, nasıl hareket etmeleri ve turlarını nasıl yönetmeleri gerektiği konularında da desteğe ihtiyaçları vardır.

Kültürel zekâ geliştirilebilen bir kavramdır. Bunun sağlanması için farklı ülkelerden meslek kuruluşları ile işbirliği yapılarak o ülke ve kültüre mensup olan turist rehberleri veya o kültürlerden uzman bireyler getirilebilir. Bu rehberler kendi kültürü ve kendi kültürüne mensup olan bireylerle ilgili seminer düzenleyerek rehberleri bu kültürlerarası iletişime ve etkileşime hazırlayabilir.

Meslek kuruluşları arasında gerekli işbirliği ve koordinasyon sağlayarak birlikte hareket etmeleri önerilebilir. Turist rehberlerinin sahip olduğu ortak sorunlara sunulan çözüm önerileri uygulamaya konulmalı ve koşullar iyileştirilmelidir.

Meslek kuruluşları TUREB'in de desteğiyle üyelerine kültürel zekâ ve özyeterlilik testleri uygulamalı ve sonuçlar doğrultusunda üyelerini yönlendirmelidir. Kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançları düşük olan üyeler kültürel zekâ ve özyeterlilik inancını geliştiren hizmetiçi eğitime tabii tutulmalıdır.

**Seyahat acentalarına öneriler;** turist rehberleri ülke temsilcileri olmalarının yanı sıra seyahat acentalarının da temsilcileridir. Acentalar kendilerini temsil eden turist rehberlerinin kişisel gelişimlerini desteklemelidir. Seyahat acentaları çalıştıkları pazarlara daha iyi bir hizmet sunabilmek için rehberlerini bu ülkelere göndererek, ülkelerinin kültürü ve o kültüre mensup olan bireylerle etkileşimlerini arttırabilir. Seyahat acentaları ilgili pazarlara yönelik turist rehberlerine yurtdışı imkânı sunmalıdır.

Araştırmanın sonuçlarına göre, rehberlerin daha çok serbest çalıştığı gözlemlenmektedir. Bunun sebepleri arasında seyahat acentalarının, kendilerine bağlı rehberlere düşük ücret ödemeleri ve iş güvenliği sağlamadıkları söylenebilir. Seyahat acentaları aynı zamanda rehberlerine bakanlığın belirttiği taban ücretini ödemeli, iş güvencesi sağlamalıdır. Rehberlerin önce iç motivasyonu sağlanarak, sundukları hizmetin kalitesi arttırılmalıdır. Seyahat acentaları tarafından gerekli altyapı sağlanarak rehberler acentalara bağlanma konusunda teşvik edilmelidir. Seyahat acentalarının rehberlerine yapacakları yatırımlar acentalar tarafından gereksiz maliyet olarak görülse de uzun vadede acentalara fayda sağlayacağı aşikârdır.

**Eğitim kurumlarına öneriler;** rehberlik eğitimi veren üniversiteler rehberlerin mesleklerini icra ederken kullanacakları bilgiyi sağlamaktadır. Ancak bu tek başına yeterli değildir. Rehber adaylarının mesleki gelişimi ve kişisel gelişimi de yakından takip edilerek gereken nitelikler kazandırılabilir. Bu bağlamda, ders müfredatları gözden geçirilerek rehber adaylarının mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak derslerin eklenmesi önem taşımaktadır.

Eğitim kurumlarında verilen diller çeşitlendirilmeli, belirli diller üzerinde oluşan yoğunluk nadir dillere kaydırılarak dil normları ortadan kaldırılmalıdır. Bununla birlikte verilen derslerle birlikte rehber adaylarının kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının artması için ders dışı etkinliklerin de düzenlenmesi sağlanmalıdır.

Bölüme gelen turizm rehberliği öğrenci adaylarının ön kayıtla alınması ile mesleğe ilişkin kişilik özellikleri, mesleğe yatkınlıkları, yüksek kültürel zekâ düzeyine sahip olmaları gibi bölümün ve mesleğin gereklilikleri olan şartları sağlayıp

sağlamadıkları tespit edilebilir. Böylelikle mesleğe uygun özellik ve vasıflar taşıyan bireyler yetiştirilebilir.

**Turist rehberlerine öneriler;** turist rehberleri, turistlerin gidilen ülke ve ülke insanları hakkında fikir sahibi olmasında etkili olan bireylerdir. Bu nedenle turist rehberleri her yönüyle örnek bir insan olmak durumundadır.

Turist rehberlerinin ülke tanıtımında önemli bireyler oldukları da unutulmamalıdır. Ancak turist rehberlerinin de bu bilince sahip olmaları ve bu bilinçle turlarını gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Turları esnasında verdikleri bilgilerin gelen turistlerin ülkeye bakış açılarını değiştireceklerini unutmamalıdır.

Turist rehberleri kendi kişisel gelişimleri için çaba sarf etmeli, farklı kültürlerin özelliklerine ilişkin araştırmalar yapmalı ve donanımlarını arttırmalıdır. Tur öncesi hazırlıklarında rehberlik edecekleri turist grubunun kültürü hakkında bilgi edinmeli ve o kültüre ilişkin özellikleri dikkate alarak hizmet sunumunu gerçekleştirmelidirler. Turist grubunun özellikleri doğrultusunda iletişim ve etkileşim kuracaklarını unutmamalıdır.

Turist rehberleri ile farklı kültürlere mensup turist grupları arasında bir köprü olan dil, rehberler tarafından hâkim olunması gereken bir olgudur. Rehberler, istenilen dilde mesleklerini icra ederken o dile özgü öğelerin olduğunu unutmamalıdır. Sözlü iletişimin yanı sıra onu destekleyen sözsüz iletişim unsurlarını da (beden dili- jest ve mimikler) kültürel farklılıkları dikkate alarak kullanmalıdırlar. Sözlü olmayan mesajlar sözlü mesajlara göre daha fazla yanlış anlaşılmalara sebep olabilmektedir. Bu sebeple, turist gruplarının kültüründe sözsüz mesajların ne anlama geldiği turist rehberleri tarafından bilinmelidir.

Rehberlerin çalıştıkları turist gruplarının kültürünü anlamak ve tanımak için bu turist gruplarının ülkelerine giderek o kültürü yerinde öğrenmeleri mesleğin icrasında rehberlere fayda sağlayabilir. Bu bağlamda, rehberler turist gruplarının davranışlarını onların kültürüne göre yorumlama konusunda yeterlilik kazanabilirler.

**Diğer araştırmacılara öneriler;** turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin geliştirilmesi ve özyeterlilik inançlarının artırılması ve dolayısıyla sundukları hizmetin iyileştirilmesi turizm sektörünün geleceği için önem taşımaktadır. Bu

sebeple, kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarını yüksek tutmak amacıyla rehberlerin ihtiyaçlarının, izlenecek yol ve stratejilerin belirlenmesi noktasında adımlar atmak gerekmektedir. Bundan sonra yapılacak çalışmalar için, elde edilen ve sunulan bulgular ışığında kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarını arttırmaya yönelik çözümler sunmaları önerilebilir.

Turizm sektörünün farklı alanlarında (ör. otel çalışanları, seyahat acentası çalışanları) araştırmalar yapılabilir. Türkiye'ye gelmesi muhtemel olan kültürler konusunda çalışmalar yapılabilir. Turist rehberlerine ait farklı demografik değişkenlerle mevcut konular bağdaştırılarak çalışmalar geliştirilebilir.

Bu çalışmadan hareketle, gelecekte yapılacak çalışmalarda, turist rehberlerinin kültürel zekâlarının geliştirme konusunda eğitim programları hazırlanabilir, kültürel zekâ, rehber adayları için turizm rehberliği eğitimi veren kurumlarda ders olarak okutulabilir. Bununla birlikte meslek kuruluşlarında üye rehberlere seminer olarak sunulabilir.

Çalışmada kültürel zekâ ile özyeterliliğin ve hizmet sunumu üzerindeki etkisinin zayıf olduğu görülmüştür. O halde özyeterliliği ve hizmet sunumunu etkileyen başka faktörler de bulunmaktadır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda özyeterliliğe ve hizmet sunumuna etki eden faktörler araştırılabilir.



## KAYNAKÇA

- 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012). Web: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.html> adresinden 12 Nisan 2017'de alınmıştır.
- Acar, Tülin. (2007). Öz Yeterlilik (Self-Efficacy) Kavramı Üzerine. Web: <http://docplayer.biz.tr/2094979-Oz-yeterlilik-self-efccacy-kavrami-uzerne-tulin-acar.html> adresinden 24 Mart 2017'de alınmıştır.
- Ahipaşaoğlu, Suavi. (2006). *Turizmde Rehberlik*. (Gözden Geçirilmiş II. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akay, Recep. (2005). Kültürel Kimlik ve Kültürlerarası İletişim. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), 108-120.
- Akdemir, Bünyamin., Duman, Meral Çalış., ve Tunalılar, Tuğrul Tekin. (2016). Uluslararası İşgücü Pazarının Yeni Rolü: Kültürel Zekâ. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (25), 29-47.
- Akgündüz, Yılmaz. (2013). Konaklama İşletmelerinde İş Doyumu, Yaşam Doyumu ve Öz Yeterlilik Arasındaki İlişkinin Analizi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 180-204.
- Alge, B. J., Gresham, M. T., Heneman, R. L., Fox, J., and McMasters, R. (2002). Measuring Customer Service Orientation Using a Measure of Interpersonal Skills: A Preliminary Test in a Public Service Organization. *Journal of Business and Psychology*, 16 (3), 467-476.
- Altan, Mustafa Zülküf. (1999). Çoklu Zekâ Kuramı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 17 (17), 105-117.
- Altunışık, Remzi., Coşkun, Recai., Bayraktaroğlu, Serkan., ve Yıldırım, Engin. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (Geliştirilmiş 7. Baskı). İstanbul: Avcı Ofset.
- Ang, S., and Inkpen, A. C. (2008). Cultural Intelligence and Offshore Outsourcing Success: A Framework of Firm-Level Intercultural Capability. *Decision Sciences*, 39 (3), 337-358.
- Ang, S., and Van Dyne, L. (2008). Conceptualization of Cultural Intelligence: Definition, Distinctiveness, and Nomological Network. Ang, S., and Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications* (pp. 3-15). New York: M.E. Sharpe, Armonk.
- Ang, S., Van Dyne, L., and Koh, C. (2006). Personality Correlates of the Four-Factor Model of Cultural Intelligence. *Group and Organization Management*, 31, 100-123.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K.-Y., Templer, K. J., Tay, C., and Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural

- Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task Performance. *Management and Organization Review*, 3 (3), 335-371.
- Ap, J., and Wong, K. K. F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22 (5), 551-563.
- Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü [AREGEM]. Web: <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,178564/rehberlik-istatistikleri.html> adresinden 05.05.2017'de alınmıştır.
- Arora, P., and Rohmetra, N. (2010). Cultural Intelligence: Leveraging Differences to Bridge the Gap in the International Hospitality Industry. *International Review of Business Research Papers*, 6 (5): 216-234.
- Arslantürk, Yağın., Altunöz, Özlem., ve Çalık, Azade Özlem. (2013). Turist Rehberliği Hizmet Kalitesi Ölçümü: Servqual Yaklaşımı. *Journal of International Social Research*, 6 (27), 107-118.
- Aslan, Sevinç ve Aslan, Özgür. (2015). İstanbul'daki 5 Yıldızlı Otellerde Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Bir Uygulama. *Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 23, 34-61.
- Aslan, Zeynep., ve Çokal, Zeynep. (2016). Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 53-69.
- Avcıkurt, Cevdet. (2010). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*. (3.Baskı). Sakarya: Değişim Yayınları.
- Avcıkurt, Cevdet. (2015). *Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşımlar* (Yenilenmiş ve Geliştirilmiş 4. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aypay, Ayşe. (2010). Genel Öz Yeterlik Ölçeği'nin (GÖYÖ) Türkçe 'ye Uyarlama Çalışması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 113-131.
- Aytaç, Mustafa., ve Öngen, Burcu. (2012). Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğinin Yapı Geçerliliğinin İncelenmesi. *İstatistikçiler Dergisi*, 5 (1), 14-22.
- Bandura, A. (1977a). *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1977b). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84 (2), 191- 215.
- Bandura, A. (1989). Human Agency in Social Cognitive Theory. *American Psychologist*, 44 (9), 1175- 1184.
- Bandura, A. (1993). Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning. *Educational Psychologist*, 28 (2), 117-148.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman and Company.

- Bandura, A. (1999a). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 21-41.
- Bandura, A. (1999b). A Social Cognitive Theory of Personality. Pervin, L., and John, O. (Eds.), *Handbook of Personality* (2nd ed.) (pp. 154-196). New York: Guilford Publications.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Barrick, M., and Mount, M. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta Analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Basım, H. Nejat., Korkmazıyürek, Haluk., ve Tokat, A. Osman. (2008). Çalışanların Öz Yeterlilik Algılamasının Yenilikçilik ve Risk Alma Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 121-130.
- Başaran, B. Iğın. (2004). Etkili öğrenme ve Çoklu Zekâ Kuramı: Bir İnceleme. *Ege Eğitim Dergisi*, 5 (1), 7-15.
- Batman, Orhan., ve Oğuz, Sibel Çınar. (2011). Kültür Turizmi. Hacıoğlu, Necdet., Avcıkurt, Cevdet. (Ed.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss. 191-208). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bayram, Nuran. (2013). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Amos Uygulamaları*. (2.Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bilgiçer, Miray Ceyhan. (2011). Kültürler Arası Yönetim: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarının Kültürler Arası Uyum Becerileri Üzerine Bir Çalışma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., and Tetreault, M. S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. *The Journal of Marketing*, 54 (1), 71-84.
- Bolat, Oya. İnci. (2011). Öz Yeterlilik ve Tükenmişlik İlişkisi: Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11 (2), 255-266.
- Bouffard-Bouchard, T. (1990). Influence of Self-Efficacy on Performance in A Cognitive Task. *The Journal of Social Psychology*, 130 (3), 353-363.
- Bouffard-Bouchard, T., Parent, S., and Larivee, S. (1991). Influence of Self-efficacy on Self-Regulation and Performance among Junior and Senior High-School Age Students. *International Journal of Behavioral Development*, 14 (2), 153-164.
- Brislin, R., Worthley, R., and Macnab, B. (2006). Cultural Intelligence Understanding Behaviors That Serve People's Goals. *Group & Organization Management*, 31 (1), 40-55.

- Brown, T. J., Mowen, J. C., Donovan, D. T., and Licata, J. W. (2002). The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait Effects on Self-And Supervisor Performance Ratings. *Journal of Marketing Research*, 39 (1), 110-119.
- Bussey, K., and Bandura, A. (1999). Social Cognitive Theory of Gender Development and Differentiation. *Psychological Review*, 106 (4), 676-713.
- Bücker, J. J. L. E., Furrer, O., Poutsma, E., and Buyens, D. (2014). The Impact of Cultural Intelligence on Communication Effectiveness, Job Satisfaction and Anxiety For Chinese Host Country Managers Working For Foreign Multinationals. *The International Journal of Human Resource Management*, 25 (14), 2068-2087.
- Büyüköztürk, Şener., Çakmak, Ebru Kılıç., Akgün, Özcan Erkan., Karadeniz, Şirin., ve Demirel, Funda. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (21.Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Byrne, Barbara M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. (Second Edition). New York: Routledge.
- Chandrasekhar, S. F. (2001). Service Orientation and Persistence at Work: A Study of Corporate Hospital Employees. *Journal of Management Research*, 1 (2), 79.
- Chemers, M. M. (2002). Efficacy and Effectiveness: Integrating Models of Leadership and Intelligence. Riggio, r. Re., Murphy, S. E., and Pirozzolo, F. J. (Eds.), *Multiple Intelligence and Leadership* (pp. 139-160). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Chen, A. S.-Y., Lin, Y.-C., and Sawangpattanakul, A. (2011). The Relationship Between Cultural Intelligence and Performance with The Mediating Effect of Culture Shock: A Case From Philippine Labrosu in Taiwan. *International Journal of Intercultural Relations*, 35 (2), 246-258.
- Chen, G., Gully, S. M., and Eden, D. (2001). Validation of a New General Self-Efficacy Scale. *Organizational Research Methods*, 4 (1), 62-83.
- Chen, G., Gully, S. M., and Eden, D. (2004). General Self-Efficacy and Self-Esteem: Toward Theoretical and Empirical Distinction Between Correlated Self-Evaluations. *Journal of Organizational Behavior*, 25 (3), 375-395.
- Chen, M.- L., and Lin, C.-P. (2013). Assessing the Effects of Cultural Intelligence on Team Knowledge Sharing from a Socio-Cognitive Perspective. *Human Resource Management*, 52 (5), 675-695.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12 (1), 5-29.
- Cohen, E. H., Ifergan, M., and Cohen, E. (2002). A New Paradigm in Guiding: The Madrich as a Role Model. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 919-932.

- Crowne, K. A. (2008). What Leads To Cultural Intelligence?. *Business Horizons*, 51, 391-399.
- Çakar, Ulaş., ve Arbak, Yasemin. (2004). Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zekâ İlişkisi Ve Duygusal Zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (3), 23-48.
- Çapık, Cantürk. (2014). Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulayıcı Faktör Analizinin Kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(3), 196-205.
- Çapraz, Burak., Kesken, Jülide., Ayyıldız, Nazlı Ayşe., ve İlic, Derya. (2009). Yönetmelik Zekâ'ya Doğru: Yönetmelik Zekâ Bileşenlerini Tanımlamaya Yönelik Kavramsal Bir Çalışma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9 (1), 187-211.
- Çelik, Mazlum., ve Atik, Sezer Fırat. (2016). Duygusal Emek Gösteriminin Çalışanlar Açısından Sonuçları: Seyahat Acentalarına Yönelik Bir Araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (36), 507-521.
- Çetin, Fatih. (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü. *Business and Economics Research Journal*, 2 (3), 69-85.
- Çolakoğlu, Hale., ve Çolakoğlu, Tanju. (2016). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı Ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (37), 70-84.
- Çolakoğlu, Osman. Eralp., Efendi, Ergün., ve Epik Fatih. (2014). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*. (Güncellenmiş 3. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 783-800.
- Demircan, Mürşidin. (2007). *Vergi Hukuku Açısından Profesyonel Turist Rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, Tayfun., ve Çetin, Bayram. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Zekâ Düzeylerinin Depresyon ve Bazı Değişkenlerle İncelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (2), 1-19.
- Dolgun, Habibe. (2016). A Profile of Pre-Service And In-Service EFL Teachers' Self-Efficacy Beliefs. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Donavan, D. T., Brown, T. J., and Mowen, J. C. (2004). Internal Benefits of Service-Worker Customer Orientation: Job Satisfaction, Commitment, And Organizational Citizenship Behaviors. *Journal of Marketing*, 68 (1), 128-146.
- Dörtüol, İbrahim Taylan. (2014). *Ulusal Kültür Perspektifinden Hizmet Kalitesi ve Müşteri. Değeri*. İstanbul: Beta Basım.
- Duman, Burcu Aykaç. (2007). Lise Öğrencilerinin İngilizceye Yönelik Öz Yeterlilik Algı Puanlarının Cinsiyete, Alanlara ve Farklı Düzeylere Göre İngilizce

Başarısını Yordama Gücü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Duran, Erol. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (19), 291-313.
- Earley, P. C. (2002). Redefining Interactions Across Cultures and Organizations: Moving Forward With Cultural Intelligence. Staw, B.M., and Kramer, R.M. (Eds.), *Research In Organizational Behavior* (pp. 271-299). New York: JAI.
- Earley, P. C., and Peterson, R. S. (2004). The Elusive Cultural Chameleon: Cultural Intelligence as a New Approach to Intercultural Training for the Global Manager. *Academy of Management Learning & Education*, 3 (1), 100-115.
- Eker, Nuray., ve Zengin, Burhanettin. (20-22 Mayıs 2016). 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği. 3rd International Congress of Tourism & Management Researches'da Sunuldu, Antalya.
- Eker, Nuray. (2015). Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Turizm Rehberliği Eğitim Müfredatlarının Uygulama Yeterliliği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Ersoy, Aslı. (2014). The Role of Cultural Intelligence in Cross-Cultural Leadership Effectiveness: A Qualitative Study in the Hospitality Industry. *Journal of Yasar University*, 35 (9), 6099-6260.
- Ersoy, Aslı., ve Ehtiyar, Rüya. (2015). Kültürel Farklılıkların Yönetiminde Kültürel Zekânın Rolü: Türk ve Yabancı Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (1), 42-60.
- Ford, M. E., and Tisak, M. S. (1983). A Further Search for Social Intelligence. *Journal of Educational Psychology*, 75 (2), 196-206.
- Frei, R. L., ve McDaniel, M. A. (1998). Validity of Customer Service Measures in Personnel Selection: A Review of Criterion and Construct Evidence. *Human Performance*, 11 (1), 1-27.
- Gamsız, Şefika., Yazıcı, Hikmet., ve Altun, Fatma. (2013). Öğretmenlerde A Tipi Kişilik, Stres Kaynakları, Öz Yeterlik ve İş Doyumu. *Electronic Turkish Studies*, 8 (8), 1475-1488.
- Gardner, H. (1999). *Intelligence Reframed: Multiple Intelligences for the 21st Century*. New York: Basic Books.
- Gardner, H. (2011). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. New York, Basic Books.
- Garson, D. G. (2012), Testing Statistical Assumptions. 2012 Edition, Statistical Publishing Associates: USA. Web: [www.statisticalassociates.com/assumptions.pdf](http://www.statisticalassociates.com/assumptions.pdf) adresinden 21.06.2017'de alınmıştır.

- Gelfand, M. J., Erez, M., and Aycan, Z. (2007). Cross-Cultural Organizational Behavior. Fiske, S.T., Schacter, D.L., and Zahn-Waxler, C. (Eds.), *Annual Review of Psychology* (pp. 479–514). Palo Alto, CA: Annual Reviews.
- Geva, A., and Goldman, A. (1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours. *Annals of Tourism Research*, 18 (2), 177-185.
- Gottfredson, L. S. (1997). Mainstream Science on Intelligence: An Editorial with 52 Signatories, History, and Bibliography. *Intelligence*, 24 (1), 13-23.
- Gözüm, Sebahat., ve Aksayan, Seçil. (1999). Öz-Etkililik-Yeterlik Ölçeğinin Türkçe Formunun Güvenilirlik ve Geçerliliği. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2 (1), 35-43.
- Gremler, D. D., Jo Bitner, M., and Evans, K. R. (1994). The Internal Service Encounter. *International Journal of Service Industry Management*, 5 (2), 34-56.
- Groves, K. S., and Feyerherm, A. E. (2011). Leader Cultural Intelligence in Context: Testing the Moderating Effects of Team Cultural Diversity on Leader and Team Performance. *Group & Organization Management*, 36 (5): 535-566.
- Gümüş, Sefer ve Göker, Emine Ünal. (2012). Hizmet Kalitesinin Hizmet Performansına Etkisi: Bir Hastanede Uygulama. İstanbul: Hiperlink.
- Güneş, Gönül., ve Gökçek, Tuba. (2010). Lisansüstü Öğrencilerin Çoklu Zekâ Türleri Üzerine Özel Durum Çalışması. *Elementary Education Online*, 9 (2), 459–473.
- Güvenç, Bozkurt. (1966). *İnsan ve Kültür*. (7. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güzel, F. Özlem., ve Köroğlu, Özlem. (2014). Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi: Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma. *University of Gaziantep Journal of Social Sciences*, 13 (4), 939-960.
- Güzel, Özlem. (2007). Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Hacıoğlu, Necdet. (2015). *Turizm Pazarlaması*. (10. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hacıoğlu, Necdet. (2016). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. (8.Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hartline, M. D., and Jones, K. C. (1996). Employee Performance Cues in A Hotel Service Environment: Influence on Perceived Service Quality, Value, and Word-Of-Mouth Intentions. *Journal of Business Research*, 35 (3), 207-215.
- Hennig-Thurau, T. (2004). Customer Orientation of Service Employees: Its Impact On Customer Satisfaction, Commitment, and Retention. *International Journal of Service Industry Management*, 15 (5), 460-478.

- Hillman, W. (4-7 Aralık 2006). Tour Guides and Emotional Labour: An Overview of Links in the Literature. In Proceedings of the TASA Conference, University of Western Australia & Murdoch University, Avustralya.
- Holloway, J. C. (1981). The Guided Tour: A Sociological Approach. *Annals of Tourism Research*, 8 (3), 377-401.
- Homburg, C., Hoyer, W. D., and Fassnacht, M. (2002). Service Orientation of A Retailer's Business Strategy: Dimensions, Antecedents, and Performance Outcomes. *Journal of Marketing*, 66 (4), 86-101.
- Hooper, D, Coughlan, J and Mullen, M (2008) Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Hopkins, S. A., Nie, W., and Hopkins, W. E. (2009). Cultural Effects on Customer Satisfaction with Service Encounters. *Journal of Service Science (JSS)*, 2 (1), 45-56.
- Howard, J., Thwaites, R., ve Smith, B. (2001). Investigating the Roles of the Indigenous Tour Guide. *The Journal of Tourism Studies*, 12 (2), 32-39.
- Hurley, R. F. (1998). Customer Service Behavior in Retail Settings: A Study of The Effect of Service Provider Personality. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (2), 115-127.
- Iroegbu, M. N. (2015). Self Efficacy and Work Performance: A Theoretical Framework of Albert Bandura's Model, Review of Findings, Implications and Directions for Future Research. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4 (4): 170-173.
- İlhan, Mustafa., ve Çetin, Bayram. (2014). LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5(2), 26-42.
- İslamoğlu, Hamdi., ve Alınçık, Ümit. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 4. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- İsrael, Eli. (2007). Özdüzenleme Eğitimi, Fen Başarısı ve Özyeterlilik. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- İşçi, Emre., Söylemez, Özden., ve Kaptanoğlu, Ayşegül Yıldırım. (2013). Örgütlerde Kültürel Zekâ ve Hastane İşletmelerinde Kültürel Zekâ Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *KAU IIBF Dergisi*, 4 (5), 1-18.
- Jerusalem, M., and Mittag, W. (1995). Self-Efficacy in Stressful Life Transitions. Bandura, A. (Ed.), *Self-Efficacy in Changing Societies* (pp. 177-201). New York: Cambridge University Press.



- Johns, N., Chan, A., and Yeung, H. (2003). The Impact of Chinese Culture on Service Predisposition. *The Service Industries Journal*, 23 (5), 107-122.
- Judge, T. A., Jackson, C. L., Shaw, J. C., Scott, B. A., and Rich, B. L. (2007). Self-Efficacy and Work-Related Performance: The Integral Role of Individual Differences. *Journal of Applied Psychology*, 92 (1), 107.
- Kahya, Cem. (2015). Mesleki Özyeterlilik ve Örgütsel Sessizlik İlişisini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5 (1), 293-314.
- Kalaycı, Şener. (2006). Güvenilirlik Analizi. Kalaycı, Şeref. (Ed.), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (s. 403-419). Ankara: Asil Yayın Dağıtım,
- Kaleli, Fatma. (2016). Özyeterlilik ile Akademik Başarıya Güdülenme Arasındaki İlişki Ortaokul Öğrencileri Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karasar, Niyazi. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (25.Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kaya, Ufuk., ve Özhan, Çağlar Kadir. (2012). Duygusal Emek Ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3 (2), 109-130.
- Kim, K. H., Cramond, B., and VanTassel-Baska, J. (2010). The Relationship Between Creativity and Intelligence. Kaufman, J. C., and Sternberg, R. J. (Eds.) *The Cambridge Handbook of Creativity* (pp. 395-412). New York: Cambridge University Press.
- King, A. (1998). *Küreselleşme ve Dünya Sistemi* (Çev. Gülcan Seçkin- Ümit Hüsrev Yolsal). İstanbul: Bilim Sanat Yayınları.
- Koç, Erdoğan. (2015). *Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi: Global ve Yerel Yaklaşım*. (1. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Koç, Fatma., Sak, Ramazan., ve Kayri, Murat. (2015). Okul Öncesi Eğitim Programındaki Etkinliklere Yönelik Öz-Yeterlilik İnanç Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi. *İlköğretim Online*, 14 (4), 1416-1427.
- Kodwani, A. D. (2012). Beyond Emotional Intelligence (EQ): The Role of Cultural Intelligence (CQ) on Cross-Border Assignments. *World Review of Business Research*, 2 (4), 86- 102.
- Kotaman, Hüseyin. (2008). Özyeterlilik İnanç ve Öğrenme Performansının Geliştirilmesine İlişkin Yazın Taraması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21 (1), 111-133.
- Kotler, P. R. (2014). Service Characteristics of Hospitality and Tourism Marketing. P. R. Kotler, J.T. Bowen, And Makens, J. C. (Eds.), *Marketing for Hospitality and Tourism* (Sixth Edition) (p. 35-59). London: Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., and Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing. (Fourteenth Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2006). Marketin Management. (Twelfth Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., and Wong, V. (1999). Principles of Marketing. (Second European Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Köroğlu, Ahmet., Köroğlu, Özlem., ve Sarioğlu, Mehmet. (4-5 Mayıs 2007). Türk Mutfağının Tanıtılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolüne İlişkin Ampirik Bir Çalışma. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinliklerde Sunuldu, Antalya.
- Köroğlu, Özlem, Seda Şahin ve Nuray Tetik. (2007). Turizm Sektöründe Bayan Çalışanların Sorunları: Bayan Profesyonel Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Sorunları Belirlemeye Yönelik Sınırlı Bir Örneklem Üzerinde Araştırma. I. Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi (07-08 Eylül 2007) Bildiriler Kitabı, Ankara: Detay Yayıncılık, 719-739.
- Köroğlu, Özlem. (21-24 Ekim 2009). İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Uygulamaları Kapsamında Turist Rehberliği Eğitim Programları. 10. Ulusal Turizm Kongresinde Sunuldu, Mersin.
- Köroğlu, Özlem. (2011). İş Doyumu Ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Köroğlu, Özlem. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.
- Köroğlu, Özlem., ve Köroğlu, Ahmet. (2012). The Importance Of Using The Emotional Intelligence Skills For Tour Guides And Their Performance. *Management and Education*, 8 (3), 28-35.
- Kurt, Türker. (2012). Öğretmenlerin Öz Yeterlik ve Kolektif Yeterlik Algıları. *Journal of Turkish Educational Sciences*, 10 (2), 195-227.
- Kuşlivan, Salih, ve Eren, Duygu. (2011). İşgörenlerin Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığı ve Ölçümü: Bir Literatür Taraması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2), 139-153.
- Küçükaltan, Derman. (2007). Turizm Endüstrisinde Hizmet Kavramı. Gümüşoğlu, Ş. ve İ. Pınar. (Editörler). Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 29-37.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB]. Web: <http://www.kultur.gov.tr/TR,96254/kultur.html> adresinden 13 Ocak 2017'de alınmıştır.

- Law, K. S., Wong, C.-S., and Song, L. J. (2004). The Construct and Criterion Validity of Emotional Intelligence and its Potential Utility for Management Studies. *Journal of Applied Psychology*, 89 (3): 483–496.
- Leclerc, D., and Martin, J. N. (2004). Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists' Perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28 (3), 181-200.
- Lee-Ross, D. (2000). Development of the Service Predisposition Instrument. *Journal of Managerial Psychology*, 15 (2), 148-157.
- Linnenbrink, E. A., and Pintrich P. R. (2003). The Role of Self-Efficacy Beliefs Instudent Engagement and Learning In the Classroom. *Reading & Writing Quarterly*, 19 (2), 119-137.
- Livermore, D. (2011). *The Cultural Intelligence Differences: Master The One Skills You Can't Do Without In Today's Global Economy*. New York: AMACOM Div American Mgmt Assn.
- Lunenburg, F. C. (2011). Self-Efficacy in the Workplace: Implications for Motivation and Performance. *International Journal of Management, Business, and Administration*, 14 (1), 1-6.
- Luszczynska, A., Scholz, U., and Schwarzer, R. (2005). The General Self-Efficacy Scale: Multicultural Validation Studies. *The Journal of Psychology*, 139 (5), 439-457.
- Lytle, R. S., Hom, P. W., and Mokwa, M. P. (1998). SERV\* OR: A Managerial Measure of Organizational Service-Orientedness. *Journal of Retailing*, 74 (4), 455-489.
- MacNab, B. R., and Worthley, R. (2012). Individual Characteristics As Predictors of Cultural Intelligence Development: The Relevance of Self-Efficacy. *International Journal of Intercultural Relations*, 36 (1), 62-71.
- Maddux, J. E. (1995). Self-Efficacy Theory. James E. M. (Ed.), *Self-Efficacy, Adaptation, and Adjustment Theory, Research, and Application* (pp. 3-33). New York: Plenum Press.
- Maddux, J. E., and Lewis, J. (1995). Self-Efficacy and Adjustment Basic Principles and Issues. Maddux, J. E. (Ed.). *Self-Efficacy, Adaptation, and Adjustment Theory, Research, and Application* (pp. 33-68). New York: Plenum Press.
- Marlowe, H. A. J. (1986). Social Intelligence: Evidence for Multidimensionality and Construct Independence. *Journal of Educational Psychology*, 78 (1), 52–58.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., and Salovey, P. (2000). Emotional Intelligence Meets Traditional Standards for an Intelligence. *Intelligence*, 27 (4): 267–298.
- Mercan, Nuray. (2016a). Çok Kültürlü Ortamlarda Kültürlerarası Farklılıkları Yönetme Sanatı: Kültürel Zekâ. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırma Dergisi*, 2 (2), 32-49.

- Mercan, Nuray. (2016b). Çok Kültürlü Ortamlarda Kültürel Zekânın Kültürler Arası Duyarlılık İle İlişisine Yönelik Bir Araştırma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 1-13.
- Meydan, Cem Harun ve Şeşen, Harun. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi: Amos Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2006). MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi). Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Anadolu Halk Kültürü, Ankara.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2011). Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Anadolu Halk Kültürü, Ankara.
- Moon, T. (2010). Emotional Intelligence Correlates of the Four-Factor Model of Cultural Intelligence. *Journal of Managerial Psychology*, 25 (8), 876-898.
- Murphy, S. E. (2002). Leader Self-Regulation: The Role of Self-Efficacy and Multiple Intelligences A New Approach to Leadership. Riggio, R. E., Murphy, S. E., and Pirozzolo, F. J. (Eds.), *Multiple Intelligence and Leadership* (pp. 8-27). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Ng, K.-Y., and Earley, P. C. (2006). Culture+Intelligence Old Constructs, New Frontiers. *Group & Organization Management*, 31 (1), 4-19.
- Ng, K.-Y., Van Dyne, L. ve Ang, S. (2009b). Beyond International Experience: The Strategic Role Of Cultural Intelligence for Executive Selection in IHRM. Sparrow P. R. (Ed.), *Handbook Of International Human Resource Management: Integrating People, Process*.
- Ng, K.-Y., Van Dyne, L., and Ang, S. (2009a). Developing Global Leaders: The Role of International Experience and Cultural Intelligence. *Advances in Global Leadership*, 5, 225-250.
- Ng, K.-Y., Van Dyne, L., and Ang, S. (2012). Cultural Intelligence: A Review, Reflections, and Recommendations for Future Research. Ryan, A. M., Leong, F.T.L., and Oswald, F.L. (Eds.) *Conducting Multinational Research: Applying Organizational Psychology in the Workplace* (pp. 29-58). Washington: DC, American Psychological Association.
- Ng, P. S. (2011). Cultural Intelligence and Collective Efficacy in Virtual Team Effectiveness. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts In Industrial/ Organizational Psychology. Scholarly and Creative Works for Minnesota State University, Mankato.
- O'Connor, S. J., and Shewchuk, R. M. (1995). Service Quality Revisited: Striving For A New Orientation. *Hospital & Health Services Administration*, 40 (4), 535-553.
- Oettingen, G. (1995). Cross-Cultural Perspectives on Self-Efficacy. Bandura, A. (Ed.), *Self-Efficacy in Changing Societies* (pp. 149-176). New York: Cambridge University Press.

- Oolders, T., Chernyshenko, O. S., and Stark, S. (2008). Cultural Intelligence as a Mediator of Relationships Between Openness to Experience and Adaptive Performance. Ang, S., and Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Applications* (pp. 145-158). New York: M.E. Sharpe, Armonk.
- Özbay, Murat. (2005). Ana Dili Öğretiminde Sözel Zekânın Önemi. *Journal of Qafkaz University*, 16, 169-176.
- Özdemir Yılmaz, Gülay., ve Demir Kaya, Gülsüm. (2015). Turizm Sektöründe Kültürel Zekânın Önemi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 2 (2), 29-44.
- Özer, Pınar Süral ve Özdemir, Pınar Özkan. (2007). Hizmet Kavramı, Ekonomideki Yeri, Tanımı ve Özellikleri. Gümüsoğlu, Ş. ve İ. Pınar. (Editörler). *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 2-28.
- Özgüven, Nihan. (2008). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 651-682.
- Pajares, F. (1996). Self-Efficacy Beliefs in Academic Settings. *Review of Educational Research*, 66 (4), 543-578.
- Pajares, F., and Kranzler, J. (1995). Self-Efficacy Beliefs and General Mental Ability in Mathematical Problem-Solving. *Contemporary Educational Psychology*, 20 (4), 426-443.
- Pajares, Frank. (2002). Overview of social cognitive theory and of self-efficacy. Web: <http://www.uky.edu/~eushe2/Pajares/eff.html> adresinden 07 Mayıs 2017'de alınmıştır.
- Peterson, B. (2004). *Cultural intelligence: A Guide to Working with People from Other Cultures*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Pinto, L. H., Cabral-Cardoso, C., and Werther Jr, W. B. (2012). Adjustment Elusiveness: An Empirical Investigation of the Effects of Cross-Cultural Adjustment on General Assignment Satisfaction and Withdrawal Intentions. *International Journal of Intercultural Relations*, 36 (2), 188-199.
- RezaieeKelidbari, Hamid R., RezaieeDizgah, M., and RajabiJourshari, P. (2012). The Relationship Between Cultural Intelligence and Job Performance of Operational Staff in Ports (Case Study: Ports and Maritime Headquarters in Khuzestan Province-Iran). *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2 (6), 6133-6138.
- Rose, R. C., Ramalu, S. S., Uli, J., and Kumar, N. (2010). Expatriate Performance in International Assignments: The Role of Cultural Intelligence as Dynamic Intercultural Competency. *International Journal of Business and Management*, 5 (8), 76- 85.

- Rothmann, S., and Coetzer, E. P. (2003). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance. *SA Journal of Industrial Psychology*, 29 (1), 68-74.
- Salovey, P., and Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9 (3), 185-211.
- Saxe, R., and Weitz, B. A. (1982). The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople. *Journal of Marketing Research*, 19 (83), 343-351.
- Saydan, Reha., and Kanbir, Hüseyin. (2007). Global Pazarlamada Toplumsal Kültür Farklılıklarının Önemi (Çokuluslu Şirket ve Yerel Kültür Örnekleri). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (6), 74-89.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., and Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schmidt, F. L. (2009). Select on Intelligence. In Edwin. Locke, A. (Ed.), *Handbook of Principles of Organizational Behavior (Second Edition)* (pp. 3–17). West Sussex: A John Wiley and Sons, Ltd, Publication.
- Schunk, D. H., and Rice, J. M. (1986). Extended Attributional Feedback: Sequence Effects During Remedial Reading Instruction. *The Journal of Early Adolescence*, 6 (1), 1-25.
- Schwarzer, R., Bäßler, J., Kwiatek, P., Schröder, K., and Zhang, J. X. (1997). The Assessment of Optimistic Self-Beliefs: Comparison of the German, Spanish, and Chinese Versions of the General Self-Efficacy Scale. *Applied Psychology*, 46 (1), 69-88.
- Serçeoğlu, Neslihan. (2013). Konaklama İşletmelerinde Çalışan İş Görenlerin Kişilik Özelliklerinin Hizmet Verme Yatkınlığı Üzerindeki Etkisi. *Journal of Yaşar University*, 8 (31), 5253-5273.
- Sherer, M., and Adams, C. H. (1983). Construct Validation of the Self-Efficacy Scale. *Psychological Reports*, 53 (3), 899-902.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., and Rogers, R. W. (1982). The Self-Efficacy Scale: Construction and Validation. *Psychological Reports*, 51 (2), 663-671.
- Stajkovic, A. D., and Luthans, F. (1998), Self-Efficacy and Work-Related Performance: A Meta-Analysis, *Psychological Bulletin*, 124 (2), s. 240-261.
- Stajkovic, A. D., and Luthans, F. (2002). Social Cognitive Theory and Self-Efficacy: Implications for Motivation Theory and Practice. Web: [https://www.researchgate.net/profile/Alex\\_Stajkovic/publication/258995495\\_Social\\_cognitive\\_theory\\_and\\_selfefficacy\\_Implications\\_for\\_motivation\\_theory\\_and\\_practice/links/00b7d5299300b9f0c2000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alex_Stajkovic/publication/258995495_Social_cognitive_theory_and_selfefficacy_Implications_for_motivation_theory_and_practice/links/00b7d5299300b9f0c2000000.pdf) adresinden 26 Mart 2017'de alınmıştır.

- Sternberg, R. J. (2002). Successful Intelligence: A New Approach to Leadership. Riggio, R. E., Murphy, S. E., and Pirozzolo, F. J. (Eds.), Multiple Intelligence and Leadership (pp. 8-27). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Surprenant, C. F., and Solomon, M. R. (1987). Predictability and Personalization in the Service Encounter. *The Journal of Marketing*, 51 (2), 86-96.
- Suvanto, M. (2002). Images of Japan and the Japanese: the Representations of the Japanese Culture in the Popular Literature Targeted at the Western World in the 1980s-1990s. University of Jyväskylä.
- Şahin, Faruk. (2011). Liderin Kültürel Zekâsının Astların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İş Doyumu Üzerine Etkisi. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10 (2), 80-104.
- Şahin, Faruk., Gürbüz, Sait., Köksal, Onur., ve Ercan, Ümit. (10-12 Mayıs 2012). Kültürel Zekâ, Duygusal Zekâ ve Sosyal Zekâdan Farklı mıdır? 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi'nde Sunuldu. s. 356-365. Konya.
- Şahin, Faruk., Gürbüz, Sait., ve Köksal, Onur. (2014). Cultural Intelligence (CQ) in Action: The Effects Of Personality and International Assignment On The Development Of CQ. *International Journal of Intercultural Relations*, 39, 152–163.
- Şahin, Faruk., ve Gürbüz, Sait.–(2012). Kültürel Zekâ ve Öz-Yeterliliğin Görev Performansı ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerinde Etkisi: Çokuluslu Örgüt Üzerinde Bir Uygulama. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14 (2), 123-140.
- Tabachnick Barbara G., and Fidell Linda S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. (Fifth Edition). Boston: Pearson Education. Inc.
- Talu, Nilay. (1999). Çoklu Zekâ Kuramı ve Eğitime Yansımaları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 164 – 172.
- Tan, J.- S. (2004). Issues & Observations: Cultural Intelligence and the Global Economy. *Leadership in Action*, 24 (5), 19-21.
- Telef, Bülent. Baki., ve Karaca, Rengin. (2011). Ergenlerin Öz-Yeterliklerinin ve Psikolojik Semptomlarının İncelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16), 499- 518.
- Templer, K. J., Tay, C., and Chandrasekar, N. A. (2006). Motivational Cultural Intelligence, Realistic Job Preview, Realistic Living, Conditions Preview, and Cross-Cultural Adjustment. *Group and Organization Management*, 31 (1), 154–173.
- Tetik, Nuray. (2006). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Thomas, D. C. (2006). Domain and Development of Cultural Intelligence: The Importance of Mindfulness. *Group and Organization Management*, 31 (1), 78–99.
- Thomas, D. C., Liao, Y., Aycan, Z., Cerdin, J.-L., Pekerti, A. A., Ravlin, E. C., Stahl, G. K., Lazarova, M. B., Fock, H., Arli, D., Moeller, M., Okimoto, T. G., and Van De Fijver, F. (2015). Cultural Intelligence: A Theory-Based, Short form Measure. *Journal of International Business Studies*, 46 (9), 1-20.
- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its Use. *Harper's Magazine*, 140, 227–235.
- Topuz, Ayşe. (2006). Hemşirelerde Rol Çatışması ve Rol Belirsizliği, İş Stresi Ve Aralarındaki İlişkinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Triandis, Harry C. (2006). Cultural Intelligence in Organizations. *Group & Organization Management*, 31 (1), 20-26.
- Türk Dil Kurumu. (2017). Web: [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.58e73ba38e9ae1.08908531](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.58e73ba38e9ae1.08908531) adresinden 7 Nisan 2017'de alınmıştır.
- Türkmen, Mehmet Teoman. (2016). Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ Yetenekleri İle Liderlik Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom. (Vol. I)*. London: John Murray Albemarle Street.
- Ural, Ayhan., ve Kılıç, İbrahim. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Van Dyne, L., and Ang, S. (2005). Cultural Intelligence: An Essential Capability for Individuals in Contemporary Organizations. *Global Edge*. Msu. Edu.
- Van Dyne, L., Ang, S., and Koh, C. (2008). Development and Validation of the CQS: The Cultural Intelligence Scale. Ang, S. ve Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook on Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Applications* (pp. 16-38). New York: M. E. Armonk.
- Van Dyne, L., Ang, S., and Koh, C. (2009). Cultural Intelligence: Measurement and Scale Development. Moodian, M. A. (Ed.) *Contemporary Leadership and Intercultural Competence: Exploring the Cross-Cultural Dynamics Within Organizations* (pp. 233-254). Thousand Oaks: Sage.
- Van Dyne, L., Ang, S., and Livermore, D. (2010). Cultural Intelligence: A Pathway for Leading in a Rapidly Globalizing World. Hannum, K., McFeeters, B. B., and Booyesen, L. (Eds.), *Leading Across Differences* (pp. 131-138). San Francisco: Pfeiffer.



- Van Dyne, L., Ang, S., and Nielsen, T. M. (2007). Cultural Intelligence. Clegg, S., and Bailey, J. (Eds.), *International Encyclopedia of Organization Studies* (pp. 345-350). CA: Sage, Thousand Oaks.
- Van Dyne, L., Ang, S., Ng, K.-Y., Rockstuhl, T., Tan, L. M., Koh, C. (2012), Sub-Dimensions of the Four Factor Model of Cultural Intelligence: Expanding the Conceptualization and Measurement of Cultural Intelligence. *Social and Personality Psychology Compass*, 6 (4), 295–313.
- Ward, C., and Fischer, R. (2008). Personality, Cultural Intelligence, and Cross-Cultural Adaptation. Ang, S., and Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications* (pp. 159-173). New York: M.E. Sharpe, Armonk.
- WFTGA- World Federation of Tourist Guide Associations. (2017). What is a Tourist Guide? Web: <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> adresinden 13 Nisan 2017’de alınmıştır.
- Williams, Raymond. (1993). *Kültür* (Çev. Suavi Aydın). Ankara, İmge Kitabevi.
- Yarcan, Şükrü. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
- Yazıcıoğlu, İrfan., Tokmak, Cüneyt., ve Uzun, Serdar. (2008). Turist Rehberlerinin Rehberlik Mesleğine Bakışı. *Üniversite ve Toplum Dergisi*, 8 (2), 1-19.
- Yazıcıoğlu, Yahşi., ve Erdoğan, Samiye. (2011). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Gözden Geçirilmiş-Yenilenmiş 3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeniçeri, Tülay., ve Erten, Ela. (2008). Mağaza Sadakat Programlarının Algılanması, Güven, İlişkiyi Sürdürme İsteği ve Mağaza Sadakati Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (2), 232-247.
- Yenilmez, Kürşat., ve Kakmacı, Özlem. (2008). İlköğretim Matematik Öğretmenliği Bölümü Öğrencilerinin Öz Yeterlilik İnanç Düzeyleri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 1-21.
- Yeşil, Salih. (2009). Kültürel Farklılıkların Yönetimi ve Alternatif Bir Strateji: Kültürel Zekâ. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (16), 100-131.
- Yeşil, Salih. (2010). 21. Yüzyılın Küresel Örgütleri İçin Kültürel Zekâ. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (2), 147 – 168.
- Yıldız, Rıfat., Kuşluvan, Salih., ve Şenyurt, Yücel. (1997). Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi. Erciyes Üniversitesi. Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Hafta Sonu Semineri IV, 7-36. Web: [http://www.academia.edu/2158212/Turist\\_Rehberli%C4%9Fi\\_%C3%96%C4](http://www.academia.edu/2158212/Turist_Rehberli%C4%9Fi_%C3%96%C4)

%9Fretiminde\_Yeni\_Bir\_Model\_Nev%C5%9Fehir\_Turist\_Rehberli%C4%9Fi  
\_B%C3%B6l%C3%BCm%C3%BC\_Program%C4%B1\_ve\_De%C4%9Ferlen  
dirilmesi adresinden 21 Nisan 2017’de alınmıştır.

- Yılmaz, Miraç., Gürçay, Deniz., ve Ekici, Gülay. (2007). Akademik Özyeterlik Ölçeğinin Türkçe’ ye Uyarlanması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, 253-259.
- Yücel, Sait., İnce H. Hakan., ve Oral, Behçet. (2006). Diyarbakır’da Değişik Branşlardaki Fen- Edebiyat ve Eğitim Fakültesi Mezunu Biyoloji Öğretmenleri İle Biyoloji Öğrencilerinin Zekâ Alanlarının İncelenmesi. *D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7, 31-46.
- Yüzen, Abdulkadir. (2016). Meslek Kararı Verme Özyeterliliğinin Artırılmasına Yönelik Multimedya Tasarımı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.
- Zaccaro, S. J. (2002). Organizational Leadership and Social Intelligence. Ronald E. Riggio, R. E., Murphy, S. E., and Pirozzolo, F. J. (Eds.), *Multiple Intelligence and Leadership* (pp. 28-54). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Zhang, H. Q., and Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides’ Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25 (1), 81-91.
- Zimmerman, B. J. (1995). Self-Efficacy and Educational Development. Bandura, A. (Ed.), *Self-Efficacy in Changing Societies* (pp. 202-231). New York: Cambridge University Press.

## EKLER

### Ek-1: Anket Formu

#### Değerli Katılımcı,

Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında hazırlamakta olduğum “**Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi**” başlıklı yüksek lisans tez çalışması ile ilgilidir. Ankete vereceğiniz cevaplar, yalnızca turist rehberliği mesleğine katkı sağlayacağını düşündüğümüz bu bilimsel çalışmada kullanılacaktır. Bu sebeple araştırma sonuçlarının gerçeği yansıtması ve güvenilir olması için, soruların dikkatle cevaplanması büyük önem arz etmektedir. Anket kesinlikle ticari bir amaç gütmemektedir.

*Gösterdiğiniz ilgiden ve yardımlarınızdan dolayı teşekkür ederiz.*

*Arş. Gör. Hasret ULUSOY  
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi*

*Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU  
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi*

1. Cinsiyetiniz?  Kadın  Erkek
2. Medeni Durumunuz?  Evli  Bekar  Diğer .....
2. Yaşınız?  18-25 yaş arası  26-35 yaş arası  36-45 yaş arası  
 46-55 yaş arası  56-65 yaş arası  66 yaş ve üzeri
3. Öğrenim Durumunuz?  Lise  Ön lisans  
 Lisans  Lisansüstü
4. Mesleki Rehberlik Eğitimini Nerede Aldınız?  
 Turist Rehberliği Ön lisans Programı (Meslek Yüksekokulu- 2 Yıllık)  
 Turist/ Turizm Rehberliği Lisans Programı (Yüksekokul/Fakülte- 4 Yıllık)  
 Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı  
 Diğer (Lütfen Belirtiniz) .....
5. Yabancı Diliniz?  İngilizce  Almanca  Fransızca  
 İtalyanca  İspanyolca  Portekizce  
 Japonca  Çince  Diğer .....
6. Kaç Yıldan Beri Bu Mesleği İcra Ediyorsunuz?  
 1 yıldan az  1-4 yıl  5-9 yıl  10-14 yıl  15 yıl ve daha fazla
7. Bağlı Olduğunuz Odayı Lütfen Belirtiniz. ....
8. Çalışma Şeklinizi Belirtiniz.  
 Kadrolu  Sözleşmeli  Serbest

Aşağıda yer alan tabloda Kültürel Zekâ Düzeyinizi ölçmek için bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadeleri aşağıdaki notta yer alan açıklamayı dikkate alarak değerlendiriniz.

**Not:** 1. Kesinlikle Katılmıyorum. 2. Katılmıyorum. 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum. 4. Katılıyorum. 5. Kesinlikle Katılıyorum.

	İFADELER	1	2	3	4	5
1	Farklı kültürel geçmişi olan kişilerle birlikteyken kullandığım kültürel bilginin farkındayım.					
2	Alışkın olmadığım kültürden birileriyle etkileşime geçtiğimde kültürel bilgimi duruma uygun olarak kullanırım.					
3	Kültürlerarası etkileşimlerde kullandığım kültürel bilginin farkındayım.					
4	Farklı kültürlerden birileriyle etkileşim halindeyken kültürel bilgimin doğruluğuna dikkat ederim.					
5	Başka kültürlerin yasal ve ekonomik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.					
6	Başka dillerin kurallarını (kelime, gramer vb.) bilirim.					
7	Başka kültürlerin değerlerini ve dini inançlarını hakkında bilgi sahibiyim.					
8	Başka kültürlerin evlilik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.					
9	Başka kültürlerin el sanatları hakkında bilgi sahibiyim.					
10	Başka kültürdeki jest, mimik vb. sözel olmayan davranışların sergileme kurallarını bilirim.					
11	Başka kültürlerden insanlarla bir arada olmaktan hoşlanırım.					
12	Alışkın olmadığım bir kültürde yerel insanlarla kaynaşabileceğime eminim.					
13	Benim için yeni olan bir kültüre uyum sağlamada karşılaşacağım güçlüklerle başa çıkacağıma eminim.					
14	Alışkın olmadığım kültürlerde yaşamaktan hoşlanırım.					
15	Farklı bir kültürdeki alışveriş yapma kurallarına alışabileceğime eminim.					
16	Sözel davranışlarımı (ses tonu, aksan vb.) kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.					
17	Konuşurken tonlama ve duraksamayı, kültürlerarası duruma uygun olarak değişik bir şekillerde kullanırım.					
18	Konuşma biçimimi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.					
19	Kültürlerarası iletişimde ne kadar gerekliyse sözel olmayan davranışlarımı ona göre ayarlarım.					
20	Yüz ifademi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre değiştiririm.					

Aşağıda yer alan tabloda Özyeterlilik Algınızı ölçmek için bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadeleri aşağıdaki notta yer alan açıklamayı dikkate alarak değerlendiriniz.

**Not:** 1. Kesinlikle **Katılmıyorum** 2. **Katılmıyorum** 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum

	İFADELER	1	2	3	4	5
1	Yaptığım planları gerçekleştireceğimden eminim.					
2	Yapmam gereken bir işe girişememe gibi bir problemim var.					
3	Bir işi bir seferde yapamıyorsa, yapınca kadar devam ederim.					
4	Kendim için önemli hedefler koyduğumda nadiren başarırım.					
5	İşleri yapıp sonuçlandırmadan yapmaktan vazgeçerim.					
6	Zorluklarla karşılaşmaktan kaçınırım.					
7	Bazı işler çok karışık görünüyorsa yapmak için sıkıntıya girmem.					
8	Hoşlanmadığım ancak yapmam gereken işler varsa bitirinceye kadar uğraşırım.					
9	Bir şeyi yapmaya karar verdiğimde onun üzerinde çalışmaya devam ederim.					
10	Yeni bir şey öğrenmeye çalıştığım başlangıçta başarılı olamazsam hemen vazgeçerim.					
11	Beklenmedik problemler ortaya çıktığında üzerinde fazla durmam.					
12	Benim için çok zor göründüklerinde, yeni şeyler için çaba göstermekten kaçınırım.					
13	Başarısızlık beni daha çok teşvik eder.					
14	Bir şeyleri yapabilme konusunda kendime fazla güvenmem.					
15	Ben kendime güvenen bir insanım.					
16	Kolaylıkla vazgeçerim.					
17	Hayatta ortaya çıkan problemlerin üstesinden gelme yeteneğini kendimde bulamam.					
18	Yeni arkadaş edinmek benim için zordur.					
19	Tanışmak istediğim birisini görürsem, onun bana gelmesini beklemek yerine ben giderim.					
20	Arkadaşlık kurulması güç, ilginç birisiyle tanışırsam, o kişiyle arkadaş olmaktan hemen vazgeçerim.					
21	Bana ilgi göstermeyen biriyle arkadaş olmaya çalıştığım kolaylıkla vazgeçmem.					
22	Sosyal toplantılarda kendimi rahat hissetmem.					
23	Arkadaşlarımı, arkadaş edinmede kişisel yeteneklerimle kazanırım.					

Aşağıda yer alan tabloda Hizmet Sunumunu ölçmek için bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadeleri aşağıdaki notta yer alan açıklamayı dikkate alarak değerlendiriniz.

**Not:** 1. Kesinlikle **Katılmıyorum** 2. **Katılmıyorum** 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum

	İFADELER	1	2	3	4	5
1	Turistlere hizmet verirken kendimi ifade edebilirim.					
2	Turistlere hizmet verirken onların ihtiyaçlarına göre hizmet tarzımı değiştiririm.					
3	Turistlere hizmet verirken kendilerini konforlu hissetmeleri için özel çaba gösteririm.					
4	Turistlere hizmet verirken onların özel ihtiyaçlarıyla da yakından ilgilenirim.					
5	Turistlere hizmet verirken öngörülü bir biçimde ihtiyaçlarını anlar ve ona göre davranırım.					
6	Turistlere hizmet verirken onların şikâyetlerini nazik ve sakin bir tavırla dinler, problemlerini çözerim.					
7	Turistlere hizmet verirken onlarla arkadaşça ilgilenirim.					
8	Turistlere hizmet verirken beklenmeyen bir durum doğsa bile onlarla etkili bir biçimde ilgilenirim.					
9	Genel anlamda düşündüğümde yaptığım işten memnunum.					

**Katılımanız için teşekkür ederiz.**

## Ek-2: Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Uyum İndeksleri

### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	44	247,949	146	,000	1,698
Saturated model	190	,000	0		
Independence model	19	1043,659	171	,000	6,103

### RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,030	,939	,920	,721
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,088	,677	,641	,609

### Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,762	,722	,886	,863	,883
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

### Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,854	,651	,754
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

### NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	101,949	62,329	149,450
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	872,659	774,531	978,268

### FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	,642	,264	,161	,387
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	2,704	2,261	2,007	2,534

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,043	,033	,051	,913
Independence model	,115	,108	,122	,000

**AIC**

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	335,949	340,758	510,120	554,120
Saturated model	380,000	400,765	1132,101	1322,101
Independence model	1081,659	1083,736	1156,869	1175,869

**ECVI**

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	,870	,768	,993	,883
Saturated model	,984	,984	,984	1,038
Independence model	2,802	2,548	3,076	2,808

**HOELTER**

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	273	294
Independence model	75	81

**Ek- 3: Kültürel Zekâ Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri**

		Estimate
ustbilissel4	<--- ustbilissela	,411
ustbilissel3	<--- ustbilissela	,494
ustbilissel2	<--- ustbilissela	,429
ustbilissel1	<--- ustbilissela	,391
bilissel6	<--- bilissela	,409
bilissel5	<--- bilissela	,439
bilissel4	<--- bilissela	,465
bilissel3	<--- bilissela	,458
bilissel2	<--- bilissela	,524
bilissel1	<--- bilissela	,308
motivasyonel4	<--- motivasyonela	,383
motivasyonel3	<--- motivasyonela	,692
motivasyonel2	<--- motivasyonela	,555
motivasyonel1	<--- motivasyonela	,456
davranissal5	<--- davranissala	,382
davranissal4	<--- davranissala	,596
davranissal3	<--- davranissala	,562
davranissal2	<--- davranissala	,561
davranissal1	<--- davranissala	,589