

İÇSEL VE DIŞSAL İŞ DOYUM DÜZEYLERİ İLE GENEL İŞ DOYUM DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ: TURİST REHBERLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

DETERMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE LEVELS OF INTRINSIC AND EXTRINSIC JOB SATISFACTION WITH LEVEL OF GENERAL JOB SATISFACTION: AN INVESTIGATION ON TOUR GUIDES

Özlem KÖROĞLU

Balikesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
ozlemkoroglu_98@yahoo.com

ÖZET: Turist rehberlerinin içsel ve dışsal iş doyum düzeyleri ile genel iş doyum düzeyi arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanan bu çalışmada anket tekniği kullanılarak turist rehberleri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Elde edilen veriler, faktör analizi, güvenilirlik analizi, aritmetik ortalama, korelasyon ve regresyon analiz yöntemleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda rehberlerin içsel doyum düzeylerinin yüksek, dışsal doyum düzeylerinin ve genel doyum düzeylerinin ise orta seviyede olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca genel iş doyumunu en fazla etkileyen değişkenin içsel doyum olduğu tespit edilmiştir. Rehberlerin genel iş doyumunu maddelerinden en fazla işletme politikaları, sorumluluk ve sosyal hizmet maddelerinden doyum sağladıkları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Genel İş Doyumu; Doyum Düzeyi; İçsel Doyum; Dışsal Doyum; Turist Rehberleri; Turizm

ABSTRACT: An investigation conducted on tour guides using the questionnaire technique will be presented. This study aims to determine the relationship between the levels of intrinsic and extrinsic job satisfaction with level of general job satisfaction. The collected data were analyzed by using factor analysis, reliability analysis, arithmetic means, correlation and regression analysis. At the end of the study a high levels of intrinsic satisfaction and a mid-level extrinsic and general job satisfaction of the respondents were found. The most affecting variable of the general job satisfaction was intrinsic satisfaction and it is found that the tour guides enjoyed the most satisfaction from company policies, responsibility and social service.

Keywords: General Job Satisfaction; Satisfaction Level; Intrinsic Satisfaction; Extrinsic Satisfaction; Tour Guides; Tourism

JEL Classification: M12; M54; L20

Giriş

İş hayatı, insan yaşamının önemli yönlerinden birini oluşturmakta ve insanlar yaşamlarının büyük bir bölümünü bir iş yaparak geçirmektedirler. Eğer yapılan iş, bireyin istediği gibi sonuçlandıysa birey motive olmakta ve doyum elde etmekte, sonuç beklenen düzeyde değil ise birey için iş doyumsuzluğu söz konusu olabilmektedir. Ayrıca işgörenin iş doyumunun yüksek olması, performans artışı ve üretkenlik gibi yönleriyle bireyler açısından yararlar sağlarken; verimlilik artışı,

düşük düzeyli personel devir hızı, nitelikli işgörenleri işletmeye çekme gibi yönleriyle de işletmelere büyük katkılar sağlamaktadır.

İş doyumunun önemini bireysel ve örgütsel açıdan ele almak mümkündür. Bireysel açıdan önemli olmasının nedenlerinden biri, yaşam doyumunu ile ilişkili olmasıdır. Bu durum kişinin fizik ve ruh sağlığını doğrudan etkilemektedir (Sevimli vd. 2005: 55). Araştırmalar da fizik ve ruh sağlığı ile iş doyumunun ilişkili olduğunu göstermekte ve iş doyumsuzluğunun; stres, çatışma ve sıkıntıya yol açtığını ifade etmektedir (Çetinkanat, 2000: 5). Aynı zamanda iş doyumsuzluğu işten gönüllü olarak ayrılma, işe geç gelme veya hiç gelmeme ve işle ilgili davranış bozuklukları ile ilişkilendirilmektedir (Çarıkçı vd. 2004: 158). İş doyumunu örgütsel açıdan da büyük önem taşımaktadır. Yoğun rekabet ortamında işletmelerin birbirleri ile rekabet edebilmeleri ve sahip oldukları kaynakları en etkili ve verimli şekilde kullanmaları açısından işgörenlerin iş doyumunun sağlanması, işletme başarısının belirleyici faktörü ve en temel işletme amaçlarından biri haline gelmiştir (Bernal vd. 2005: 279-280). İşletmelerin en üst düzeyde başarıyı ve uzun dönemli kârlılığı ancak işgörenlerin işlerine yönelik tutumları ve davranışları ile yakalayabileceği inancı, iş doyumunun önemini arttırmaktadır (Chen, 2007: 73). Bir işletmenin hedeflerine ulaşabilmesi için, işgörenin iş doyumunu sürekli olarak yüksek tutması gerekmektedir (Brief, 1998: 10). İşletme çalışanları işlerinden doyum sağlayamaz ve kendilerini işletmenin birer parçası olarak göremezlerse işletmeler ürün ya da hizmet kalitesinde mevcut rekabet ortamını yakalayamaz duruma gelmektedirler (Bernal vd. 2005: 279-280).

İş doyumunu, basit bir ifadeyle bir işgörenin işi ile ne kadar mutlu olduğunun göstergesidir (Vieira, 2005: 39). İş doyumunu, işgörenlerin işlerinden duydukları hoşnutsuzluk ya da hoşnutsuzluktur. İşe karşı duyulan hoşnutsuzluk iş doyumunu, işe karşı duyulan hoşnutsuzluk ise iş doyumsuzluğunu göstermektedir (Özdemir, 2006: 70). İş doyumunu işin özellikleriyle (özerklik, iş çeşitliliği, iş tanımı, geri bildirim, arkadaşlık ilişkileri) işgörenlerin istekleri birbirine uyduğu zaman gerçekleşmektedir (Ghiselli vd. 2001: 29). Buradan hareketle bireyin iş yerinde yüksek iş doyumunu hissetmesi, bu kişinin genelde işini sevdiği ve işine olumlu yönde değer verdiği sonucunu ortaya koymaktadır (Akçadağ vd. 2005: 172). “Locke’a göre (1983) iş doyumunu, işgörenlerin iş ve tecrübelerini değerlendirmeleri sonucu ortaya çıkan duygusal ve hoş giden bir durumu ifade etmektedir. Ayrıca Locke (1983), iş doyumunun; bir bireyin işini ya da işle ilgili yaşantısını, memnuniyet verici ya da olumlu bir duygu ile sonuçlanan bir durum olarak takdir etmesi sonucunda gerçekleşeceğini belirtmektedir” (Testa, 1999: 155’den). Robbins (1989: 130), iş doyumunu bir işgörenin genel olarak işine bakışı olarak tanımlamıştır. Oysa iş doyumunu, bütün olarak işe ilişkin bir tutum şeklinde ele alınabileceği gibi, işin çeşitli yönlerine ve özelliklerine ilişkin bir tutum şeklinde de ele alınmaktadır. İşgören işin bir yönünden doyum sağladıysa işin başka yönlerinden doyum sağlayamayabilir (Kalleberg, 1977: 126).

İş doyumunu incelemeye yönelik oluşturulan pek çok teori bulunmaktadır. İş doyumunu ile ilgili teoriler motivasyon ve performans ilişkilerine göre değerlendirilmiştir. Motivasyon ve iş doyumunu ilişkisine yönelik teoriler kapsam teorileri, performans ve iş doyumunu ilişkisine yönelik teoriler de beklenti teorileri olarak adlandırılmaktadır (Lawler III, 1994: 84). Kapsam teorilerine göre; bireyin gereksinimlerinden yola çıkarak oluşturulan iş doyum teorileri, motivasyon

kuramlarına dayanmaktadır (Brief, 1998: 20). Ancak, insan davranışlarının karmaşıklığı nedeniyle, motivasyon kuramlarının herhangi birisinin tek başına motivasyon ve iş doyumunu bir bütünlük içerisinde açıklayamamaktadır (Toker, 2007: 94). Bu kapsamda, iş doyumunu açıklamak için çok sayıda teorik ve görgül çalışmalar yapılmıştır. Maslow'un (1943) İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi, Herzberg'in (1966) Çift Faktör Teorisi, McClelland'ın Başarma İhtiyacı Teorisi ve Alderfer'in ERG Teorisi birer kapsam teorisi olmakla birlikte iş doyumunu ilk inceleyen başlıca çalışmalar olmuşlardır (Brief, 1998: 20). Diğer taraftan, Maslow'un geliştirdiği gereksinimler kuramında ve Herzberg'in iki etmenli kuramında, insan davranışlarına etki eden gereksinimler üzerinde durulmuş ve gereksinimlerin varlığının davranışları yönlendireceği varsayımı kabul edilmiştir. Ancak, gereksinimlerin varlığının davranışı başlatmaya yetmeyeceği, ayrıca kişinin davranışta bulunması için bu davranışın gereksinimi gidermede amaca ulaşacağı yolunda bir beklentinin de olması gerektiği ileri sürülmüş ve bu görüşe dayanan kuramlar geliştirilmiştir (İncir, 1990: 11). Beklenti teorileri Victor Vroom'un Beklenti Kuramı, Lawler ve Porter'in Sonuçsal Şartlandırma Teorisi, J. Stacy Adams'ın Eşitlik Teorisi ve Locke'un Amaç Teorisi' den oluşmaktadır. İş doyumunu açıklayan kapsam teorileri, iş doyumunu tanımlamak için ihtiyaçların doyumunu ve kazanılan içsel ve dışsal faktörleri incelemektedir. Beklenti teorileri ise iş doyumunu tanımlamak için değerlerin, beklentilerin ve ihtiyaçların etkileşimini incelemektedir.

Turizm sektörünün çekirdeğini oluşturan turist, ister kendi ülkesinde bir başka yöreye, isterse bir başka ülkeye gitmiş olsun, yaşamaya alıştığı, ne yapacağını gayet iyi bildiği çevrenin dışına çıkmaktadır. Bu bilmediği yabancı ortamda bilgidin alışverişe, tavır ve davranışlardan eğlenmeye kadar her konuda yardıma muhtaçtır. Aslında tüm turistler gidecekleri yöre ya da ülke hakkında statik rehberlerden yani rehber kitaplardan, dergi, broşür, video ve benzeri yayımlardan istedikleri bilgileri kolayca alma şansına sahiptirler. Ancak turistlerin çok önemli bir bölümü yine de turist rehberlerinin yani rehberliği meslek olarak seçmiş kişilerin bilgilerinden yararlanmayı tercih etmektedirler (Değirmencioğlu vd. 2003: 1-2). Turist rehberliğinin amacı, Türkiye'nin turizm zenginliklerinin değerlendirilmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen turizm politikaları çerçevesinde katkı sağlamaktır (Yenen, 2002: 259). Ap ve Wong (2001: 551) ise turist rehberlerinin iş tanımlamasını; üzerinde uzmanlaşılacak dil bilgisi, ziyaret edilen ülkenin kültürel ve coğrafi çekiciliklerini anlatma kabiliyeti, turistlerin ziyaretini turdan deneyime aktarma yeteneği olarak yapmaktadır.

25 Kasım 2005 tarih ve 26004 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği'ne göre; turist rehberleri, Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği'nde belirlenen usul ve esaslara uygun olarak rehberlik mesleğini icra etme yetkisini kazanmış olup, yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartlarında belirtilen dillerde rehberlik eden, onlara tanıttıkları bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, gezi programının; tur operatörü veya seyahat acentesinin yazılı belgelerinde tanımlandığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan ve gezi programını seyahat acentesi adına yöneten kişileri ifade etmektedir. Seyahat işletmelerinin özellikle paket turlarda bir araya getirdikleri ulaşırma, biletleme, yeme-içme, konaklama, eğlence, müze ve ören yeri gibi hizmetlerin eyleme dönüştüğü anlarda, bütün yetki ve sorumluluk turist rehberlerinde olmaktadır.

Böylece turizm alanında faaliyet gösteren işletmeler ve rehber dışındaki diğer işgörenler turistlerle her zaman doğrudan iletişim kurma imkânı bulamazken, turist rehberleri turistlerle doğrudan iletişim kurabilme imkânına sahip olmaktadır (Zengin vd. 2004: 366). Özellikle organize turlarla ülkeye gelen bir turistin en uzun süre beraber olduğu ve en çok etkilendiği kişi turist rehberidir. Turisti havaalanında karşılayan ve gezi bitiminde uğurlayan kişi de turist rehberidir (Genç, 1992: 216; Karaçal vd. 2002: 177). Bu nedenle turist rehberlerinin davranışları, toplum ve ülke hakkında fikir ve bilgi vermektedir. Ülkeyi ve halkı yabancılara karşı kendi kimliği ile temsil etmek en büyük sorumluluklardan biridir. Turizm sektörünün başarısı büyük oranda turist rehberlerinin performansına bağlıdır. Turist rehberleri turistlerin kararlarını etkileyen ve turunu tamamlamasını ya da yarıda bırakmasına neden olan en ön safta yer alan işgörenlerdir. Turist rehberleri ülkenin tanınırlığı, imajı ya da turizm sektörünün başarısı için gerekli olan hizmet kalitesini turistlere sunulmasını sağlayan kişilerdir (Ap vd. 2001: 551; Zhang vd. 2004: 81).

Rekabetin çok yoğun yaşandığı işletmeler arasında hizmet üreten işletmeler ve dolayısıyla turizm işletmeleri için kaliteli hizmet sunmak stratejik bir öneme sahiptir. Kaliteli hizmetin yolu ise yetenekli ve iyi motive olmuş, yüksek performansa sahip, iş doyumunu yüksek işgörenlerden geçmektedir. İş doyumunu özellikle turizm sektöründe çalışan turist rehberleri açısından da son derece büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü oldukça yorucu bir iş temposunda, farklı müşterilere hizmet veren bu işgörenlerin işinden doyum elde edememesi halinde verimli ve uyumlu çalışması, turistleri memnun etmesi mümkün olamayabilmektedir. Turist rehberlerinin iş doyumunun sağlanması, rehberler tarafından verilecek olan hizmetin kalitesinin yükselmesinde oldukça önem taşımaktadır. Turizm sektörü için son derece önemli bir yere sahip olan turist rehberlerinin iş doyumunu düzeylerinin tespit edilmesi, içsel ve dışsal iş doyum düzeyleri ile genel iş doyum düzeyi arasındaki ilişkilerin belirlenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmakta ve hem turist rehberliği mesleği hem de turizm sektörü için önem taşımaktadır. Araştırmanın temel varsayımına göre; turist rehberlerinin iş doyumunu etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Buna göre araştırmanın hipotezleri şunlardır:

H_1 = *Turist rehberlerinin içsel doyum düzeyleri ile genel iş doyumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

H_2 = *Turist rehberlerinin dışsal doyum düzeyleri ile genel iş doyumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

Yöntem

Bu çalışmanın evrenini Türkiye’de turizm sektöründe aktif olarak çalışan 9803 turist rehberi oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem büyüklüğünün belirlenmesi konusunda Yazıcıoğlu ve Erdoğan, (2004: 49) ve Ural ve Kılıç, (2005: 41) tarafından yapılan çalışmalar dikkate alınmış ve evren büyüklüğü 10,000 olan bir araştırma için kabul edilebilir örneklem büyüklüğünün 370 olduğu görülmüştür. Araştırma süreci sonunda toplam 480 anket değerlendirilmiştir. Bu anketlerin belirli bir kısmı yeterli veri ve anlamlılığa sahip olmadığı için değerlendirmeye alınmamıştır. 437 anket formu üzerinden araştırma analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen kuramsal bilgilerle dayanarak, anket formu geliştirilmiş ve verilerin elde edilmesi için anket tekniği kullanılmıştır. Anket, örneklem grubu üzerinde uygulanmadan önce bir ön test yapılmıştır. Ön test ile ankette yer alması muhtemel hatalardan kaçınmak için anketin deneklere dağıtılmadan önce belli sayıda kişiye uygulanması

ve böylece anketteki muhtemel hataların düzeltilmesi amaçlanmıştır. Ön test, 2008 yılı Haziran-Eylül yaz sezonunda araştırma kapsamı dışında kalacak olan 45 turist rehberi üzerinde uygulanmıştır. Ön test sonucunda anket soruları üzerinde bazı düzenlemeler yapılmış ve anket formuna son hali verilmiştir. Anketin yapılmasına 2008 yılı Kasım ayında başlanmış ve 2009 yılı Haziran ayında anket sonlandırılmıştır. Rehberlerin anketlere katılmasında en önemli olanak yılda bir kez Kasım ve Aralık aylarında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın denetim ve gözetiminde, İstanbul'da İstanbul Rehberler Odası, İzmir'de İzmir Rehberler Odası, Ankara'da Ankara Rehberler Odası, Kuşadası'nda Kuşadası Turist Rehberleri Derneği tarafından ve Bursa, Çanakkale, Gaziantep, Muğla ve Nevşehir illerinde ise, İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerince düzenlenen turist rehberliği hizmet içi eğitim seminerleridir. Turist rehberlerinin, her yıl düzenlenen, biri Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen zorunlu konularda olmak üzere en az üç konuda hizmet içi eğitim seminerine katılmak zorunda olduklarından dolayı araştırmanın örneklemi oluşturulan 437 turist rehberine bu seminerler sırasında ulaşılmıştır. Araştırmada SPSS 11,5 paket programı kullanılmıştır.

Anket formunun birinci bölümünde turist rehberlerinin sosyo-demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular bulunmakta ve bu bölümde toplam 7 (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, mesleki rehberlik eğitiminin (rehberlik belgesini) nereden alındığı, rehberlik tecrübesi, aynı acentada çalışılan yıl sayısı) soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde, iş doyum ölçeği yer almaktadır. İş doyum ölçeğinin geliştirilmesinde güvenilirliği ve geçerliliği çok sayıda araştırma ile (Diaz vd. 1992; Youself, 1998; Ghiselli vd. 2001; Özdevecioğlu, 2003; Hançer vd. 2003; Çarıkçı vd. 2004; Sevimli vd. 2005; Örucü vd. 2005; Ceylan vd. 2006; Özcan vd. 2007; Öztutku, 2007) ortaya konulmuş olan Minnesota İş Doyum Ölçeği'nin kısa formu temel alınmıştır. Ölçek biri 100 soruluk uzun ve diğeri de 20 soruluk kısa olmak üzere 2 ayrı form halinde kullanılmaktadır. Uzun formda yer alan her bir boyutun beş ögesi bulunmaktadır. Kısa formda ise tek bir öge bulunmaktadır (Weiss vd. 1967: 1-2). Minnesota İş Doyum Ölçeği 1-5 arasında puanlanan beşli likert tipi bir ölçektir. Ölçek puanlamasında, Hiç memnun değilim; 1 puan, Memnun değilim; 2 puan, Kararsızım; 3 puan, Memnunum; 4 puan, Çok memnunum; 5 puan olarak değerlendirilmektedir. Ölçek sonucunda, bir toplam puan elde edilmektedir. Puanların yüksek olması iş doyumunun da yüksek olduğunu göstermektedir (Spector, 1997: 15-16). Minnesota İş Doyum Ölçeği içsel, dışsal ve genel doyum düzeyini belirleyici özelliklere sahip 2 faktörden oluşmaktadır (Weiss vd. 1967: 4; Karadağ vd. 2009: 35).

1. Alt Boyut (İçsel doyum): Başarı, tanınma veya takdir edilme, işin kendisi, işin sorumluluğu, yükselme ve terfiye bağlı görev değişikliği gibi işin içsel niteliğine ilişkin tatminkârlıkla ilgili öğelerden oluşmaktadır. Bu boyutun maddelerinden elde edilen puanlarının 12'ye bölünmesi ile içsel doyum puanı elde edilmektedir.

2. Alt Boyut (Dışsal doyum): İşletme politikası ve yönetimi, denetim şekli, yönetici, çalışma ve astarlarla ilişkiler, çalışma koşulları, ücret gibi işin çevresine ait öğelerden oluşmaktadır. Bu boyutun maddelerinden elde edilen puanların toplamının 8'e bölünmesi ile dışsal doyum puanı bulunur. Tüm maddelerden elde edilen puanların toplamının 20'ye bölünmesi ile de genel doyum puanı elde edilmektedir (Weiss vd. 1967: 4).

Bulgular ve Yorumlar

Sosyo-Demografik Özellikler: Ankete katılanların sosyo-demografik özelliklerine bakıldığında; ankete katılanların %60,9'unun erkeklerden, %38,9'unun ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Ankete katılanların %38'i 19-30 yaş, %31,1'i 31-40 yaş, %17,6'sı 41-50 yaş arasında ve %13,3'ü ise 51 yaş ve üzerinde bulunmaktadır. Ankete katılanların %46'sı bekâr ve %43,9'u evlidir. %10,1'i ise diğer (boşanmış, birlikte yaşıyor) grubundadır. Lisans mezunu olanların oranı %52,9'dur. Önlisans mezunu olanların oranı %23,3 ve yüksek lisans mezunu olanların oranı ise %12,6'dır. Ankete katılanların %8,2'si lise ve %1,6'sı ise doktora mezundur. Ankete katılanların %66,6'sı mesleki rehberlik eğitimlerini Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen altı aylık turist rehberliği kursunu, %17,6'sı meslek yüksekokulunu ve %14,2'si ise lisans düzeyinde turist rehberliği bölümünü tamamlayarak almışlardır. Ankete katılanların %32'si 1-4 yıllık, %26,3'ü 5-9 yıllık, %20,8'i 10-14 yıllık, %14,2'si 15 yıl ve daha fazla ve %6,6'sı ise bir yıldan az rehberlik deneyimine sahiptirler. Ankete katılanların %36,2'sinin 1-3 yıl, %29,7'sinin 3-5 yıl, %18,8'sinin 1 yıldan az ve %15,3'ünün beş yıldan fazla süredir aynı acentada çalıştıkları görülmektedir.

İş Doyumu Ölçeğine İlişkin Bulgular: Araştırmada, iş doyumu ile ilgili verilere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analize ilişkin sonuçlar Tablo 1'de yer almaktadır. Orijinal ölçekte olduğu gibi iş doyum ölçeğinin 20 değişkeninin önemiyle ilgili 2 faktörel boyut belirlenmiştir. Bu faktörel boyutlara ait faktör yükleri ve öz değerleri Tablo 2'de görülmektedir. Barlett testi sonucu 3845,066 değeri ve $p=0,000<0,05$ düzeyi ile Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,874 olarak gerçekleşmiştir ki; bu değerler kabul edilebilir sınırlar içinde yer almaktadır (Bayram, 2004: 137). Verilere uygulanan temel bileşenler (principal component) analizinde varimax faktör döndürme seçeneği kullanılmıştır. 20 değişkenin iki faktör altında, toplam varyansın %45,82'sini açıklanmaktadır.

Tablo 1. İş Doyumu Maddelerinin Faktör Analizi Sonuçları

| | Faktör 1 | Faktör 2 | Orijinal Ölçek | Ortak Varyans Değeri |
|--------------------------------------------------|----------|----------|----------------|----------------------|
| 16. Yaratıcılık | 0,779 | | İçsel | 0,616 |
| 15. Sorumluluk | 0,774 | | İçsel | 0,613 |
| 9. Sosyal hizmet | 0,740 | | İçsel | 0,557 |
| 11. Yeteneklerden faydalanma | 0,699 | | İçsel | 0,488 |
| 2. Bağımsızlık | 0,665 | | İçsel | 0,457 |
| 20. Başarı | 0,664 | | İçsel | 0,448 |
| 19. Takdir edilme | 0,636 | | Dışsal | 0,421 |
| 3. Çeşitlilik | 0,627 | | İçsel | 0,423 |
| 10. Otorite | 0,606 | | İçsel | 0,397 |
| 4. Sosyal statü | 0,533 | | İçsel | 0,293 |
| 1. Gerçekleştirilen faaliyetler | 0,520 | | İçsel | 0,325 |
| 7. Ahlaki değerler | 0,451 | | İçsel | 0,208 |
| 18. İş arkadaşları ile olan ilişki | 0,408 | | Genel | 0,284 |
| 12. İşletme politikaları | | 0,894 | Dışsal | 0,807 |
| 6. Teknik yardım | | 0,881 | Dışsal | 0,776 |
| 5. Yönetim ilişkileri | | 0,875 | Dışsal | 0,767 |
| 13. Ücret | | 0,619 | Dışsal | 0,391 |
| 14. Yükselme | | 0,575 | Dışsal | 0,382 |
| 17. Çalışma koşulları | | 0,528 | Genel | 0,299 |
| 8. Güvenlik | | 0,407 | İçsel | 0,214 |
| Özdeğer | 6,200 | 2,966 | | |
| Açıklanan Varyansın Yüzdesi | 31,001 | 14,828 | | |
| Toplam Açıklanan Varyans | 31,001 | 45,829 | | |
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü= 0,874 | | | | |

İlk faktörün tanımladığı fark yüzdesi 31,001 düzeyindedir ve 13 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün altında bulunan maddeler; yaratıcılık, sorumluluk, sosyal hizmet, yeteneklerden faydalanma, bağımsızlık, başarı, takdir edilme, çeşitlilik, otorite, sosyal statü, gerçekleştirilen faaliyetler, ahlaki değerler ve iş arkadaşları ile olan ilişkiler maddeleridir. Bu faktör orijinal ölçekte olduğu gibi içsel doyum olarak adlandırılmıştır. İkinci faktörün tanımladığı fark yüzdesi 14,828 düzeyindedir ve 7 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün altında bulunan maddeler; işletme politikaları, teknik yardım, yönetim ilişkileri, ücret, yükselme, çalışma koşulları, güvenlik maddeleridir. Bu faktör orijinal ölçekte olduğu gibi dışsal doyum olarak adlandırılmıştır.

Minnesota İş Doyumu Ölçeği Kısa Formu'nun yapısında bulunan faktörler bu araştırmada farklılık göstermiştir. Orijinal Minnesota İş Doyumu Ölçeği Kısa Formu'nun dışsal doyum faktör yapısında bulunan "takdir edilme" maddesi bu araştırmada içsel doyum faktör yapısı içinde yer almaktadır. "İş arkadaşları ile olan ilişkiler" (orijinal genel doyum) içsel doyum maddesi, "çalışma koşulları" (orijinal genel doyum) dışsal doyum maddesi ve "güvenlik" (orijinal içsel doyum) dışsal doyum maddesi olmuştur. Araştırmacılar Minnesota İş Doyumu Ölçeği Kısa Formu'nun farklı faktör yapıları içerebileceğini belirtmişlerdir (Schriesheim vd. 1993: 402; Hirschfeld, 2000: 258; Hancer vd. 2003: 95). Schriesheim vd. (1993: 402), tarafından yapılan çalışmada Minnesota İş Doyumu Ölçeği Kısa Formu'nun faktör yapılarında bulunan maddelerin farklılık gösterdiği görülmektedir. Örneğin, orijinalinde genel doyum maddelerinden olan "çalışma koşulları" dışsal doyum maddesi ve orijinalinde içsel doyum maddelerinden olan "güvenlik" ise dışsal doyum maddesi olmuştur. Schriesheim vd. (1993: 402) tarafından yapılan araştırmada ortaya çıkan sonuç, Tablo 1'de yer alan iş doyum maddelerinin faktör analizi sonucu ile benzerlik göstermektedir. Aynı şekilde Hirschfeld (2000: 258), Hancer ve George (2003: 95) tarafından yapılan çalışmalarda da Minnesota İş Doyumu Ölçeği Kısa Formu'nun farklı faktör yapıları ve faktör yapılarında farklı maddelerin olduğu ortaya çıkmıştır.

İş doyumunu ölçeğinin güvenilirliğinin (Cronbach Alpha) test edilmesi amacıyla güvenilirlik analizi uygulanmıştır. İş doyumunu ile ilgili ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda verilerin genel güvenilirlik değeri (Cronbach Alpha Katsayısı) 0,87 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç iş doyumunu ölçeğinin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir (Ural vd. 2005: 258). İş doyumunu ölçeğinin alt boyutları ile ilgili olarak her bir boyutta yer alan ölçek maddelerinin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. İş doyumunu ölçeğinin alt boyutları ile ilgili olarak güvenilirlik değerleri de (Cronbach Alpha Katsayıları) kabul edilebilir sınırlar içinde kalmaktadır (Ural vd. 2005: 258). İçsel doyum boyutunun güvenilirlik değeri 0,87, dışsal doyum boyutunun güvenilirlik değeri ise 0,82 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2'de ankete katılanların iş doyum ölçeğinden aldıkları puanlar yer almaktadır. Minnesota doyum ölçeği 20-100 arasında puan alan ve puan arttıkça iş doyumunun arttığını gösteren bir ölçektir. Puan değeri olarak 25 ve altı düşük iş doyumunu, 26-74 orta iş doyumunu ve 75 ve üzeri ise yüksek iş doyumunu ifade etmektedir (Weiss vd. 1967: 5). Buna göre ankete katılanların içsel doyum puanı 81,20, dışsal doyum puanı 62 ve genel doyum puanı ise 74,40'tır. Diğer bir ifadeyle ankete katılanların içsel doyum düzeyleri yüksek, dışsal doyum düzeyleri ve genel doyum düzeyleri ise

orta seviyede yer almaktadır. En düşük puana sahip olan ise katılımcıların dışsal doyum düzeyidir.

Tablo 2. Turist Rehberlerinin İş Doyum Düzeyleri

| | İçsel Doyum | Dışsal Doyum | Genel İş Doyumu |
|-----------------------|-------------|--------------|-----------------|
| Puan değerleri | 81,20 | 62 | 74,40 |

Tablo 3'te turist rehberlerinin iş doyum düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yöneltilen sorulara alınan cevaplara ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapmaları yer almaktadır. Buna göre içsel doyum faktörleri grup değişkeninin ortalaması (4,06) genel ortalamanın (3,72) üstünde bir değer almıştır. Burada ankete katılanlar içsel doyum faktörlerinden memnun olduklarını ifade etmektedirler. Bununla birlikte dışsal doyum faktörleri grup değişkenlerinin ortalaması (3,10), genel ortalamanın (3,72) altında bir değer almıştır. Yani, ankete katılanlar dışsal doyum faktörlerinin iş doyum düzeyini etkilediği konusunda kararsız olduklarını ifade etmektedirler.

Tablo 3. Turist Rehberlerinin İş Doyum Düzeylerinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

| | | Aritmetik Ortalama* | Standart Sapma |
|------------------------|-----------------------------------|---------------------|----------------|
| İçsel Doyum | Gerçekleştirilen faaliyetler | 3,72 | 0,97 |
| | Bağımsızlık | 4,27 | 0,82 |
| | Çeşitlilik | 4,17 | 0,76 |
| | Sosyal Statü | 3,84 | 0,99 |
| | Ahlaki Değerler | 3,63 | 1,06 |
| | Sosyal Hizmet | 4,16 | 0,75 |
| | Otorite | 3,97 | 0,86 |
| | Yeteneklerden faydalanma | 4,23 | 0,78 |
| | Sorumluluk | 4,18 | 0,86 |
| | Yaratıcılık | 4,25 | 0,70 |
| | İş arkadaşları ile olan ilişkiler | 3,82 | 0,97 |
| | Takdir edilme | 4,24 | 0,77 |
| | Başarı | 4,34 | 0,67 |
| | TOPLAM | | 4,06 |
| Dışsal Doyum | Yönetim İlişkileri | 3,19 | 1,17 |
| | Teknik yardım | 3,17 | 1,15 |
| | Güvenlik | 2,85 | 1,20 |
| | İşletme politikaları | 3,19 | 1,07 |
| | Ücret | 2,97 | 1,19 |
| | Yükselme | 3,11 | 1,21 |
| | Çalışma koşulları | 3,19 | 1,02 |
| TOPLAM | | 3,10 | 1,15 |
| GENEL İŞ DOYUMU | | 3,72 | 0,95 |

* 1 (hiç memnun değilim), 2 (memnun değilim), 3 (kararsızım), 4 (memnunum), 5 (çok memnunum).

Genel iş doyumunu ve iş doyumunu faktörlerinin birbirleri ile olan ilişkilerini değerlendirmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 4'te yer alan Pearson korelasyon matrisinde genel iş doyumunu ve iş doyumunu faktörlerinin arasındaki ilişkiler incelendiğinde, genel iş doyumunu ile içsel doyum ($r=0,860$; $p=0,00<0,01$) ve dışsal doyum ($r=0,778$; $p=0,00<0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Genel iş doyumunu ile ilişkinin en fazla olduğu faktör içsel doyumdur ($r=0,860$; $p=0,00<0,01$). Ayrıca Pearson korelasyon matrisinde yer alan iş doyumunu

faktörleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde içsel doyum ve dışsal doyum arasında da ($r=0,348$; $p=0,00<0,01$) pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

İş doyumunu maddelerinin içsel doyum faktörü, dışsal doyum faktörü ve genel iş doyumunu ile olan ilişkilerini değerlendirmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Pearson korelasyon matrisinde iş doyumunu maddeleri ve iş doyumunu faktörlerinin arasındaki ilişkiler incelendiğinde; tüm maddeler ile iş doyumunu faktörleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. İçsel doyum ile ilişkinin en fazla olduğu maddeler; sorumluluk ($r=0,755$; $p=0,00<0,01$), yaratıcılık ($r=0,748$; $p=0,00<0,01$) ve sosyal hizmet ($r=0,715$; $p=0,00<0,01$), dışsal doyum ile ilişkinin en fazla olduğu maddeler ise işletme politikaları ($r=0,848$; $p=0,00<0,01$), teknik yardım ($r=0,827$; $p=0,00<0,01$) ve yönetim ilişkileri ($r=0,808$; $p=0,00<0,01$) maddeleridir. İş doyumunu maddeleri ve genel iş doyumunu arasındaki ilişkiler incelendiğinde tüm maddeler ile genel iş doyumunu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Genel iş doyumunu ile ilişkinin en fazla olduğu maddeler; işletme politikaları ($r=0,644$; $p=0,00<0,01$), sorumluluk ($r=0,633$; $p=0,00<0,01$) ve sosyal hizmet ($r=0,593$; $p=0,00<0,01$) maddeleridir.

Tablo 4. İş Doyumu Ölçeği Korelasyon Matrisi

| | | İçsel Doyum | Dışsal Doyum | GENEL İŞ DOYUMU |
|-----------------|---------------------|-------------|--------------|-----------------|
| İçsel Doyum | Pearson Correlation | 1 | 0,348(**) | 0,860(**) |
| | Sig. (2-tailed) | . | 0,000 | 0,000 |
| | N | 437 | 437 | 437 |
| Dışsal Doyum | Pearson Correlation | 0,348(**) | 1 | 0,778(**) |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | . | 0,000 |
| | N | 437 | 437 | 437 |
| GENEL İŞ DOYUMU | Pearson Correlation | 0,860(**) | 0,778(**) | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,000 | . |
| | N | 437 | 437 | 437 |

(**) Korelasyon 0,01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.

Hipotez Analizlerine İlişkin Bulgular: İş doyumunu faktörlerinin genel iş doyumuna olan etkilerini belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. " $H_1= Turist rehberlerinin içsel doyum özellikleri ile genel iş doyumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.$ " hipotezine ilişkin yapılan regresyon analizi sonucuna göre; içsel doyum faktörünün genel iş doyumundaki değişimi açıklama oranı %0,740'tır (Düzeltilmiş $R^2=0,739$; $p=0,000$). Tablo 5'e göre içsel doyum ile genel iş doyumunu arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki ($\beta=0,860$; $t=35,162$; $p=0,000<0,05$) bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre H_1 hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 5. H_1 Hipotezine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| | Beta | t | Sig. |
|-------------|-------|--------|-------|
| Sabit | | 3,470 | 0,001 |
| İçsel Doyum | 0,860 | 35,162 | 0,000 |

($R^2= 0,740$; Düzeltilmiş $R^2= 0,739$; $F= 1236,353$; $p= 0,000$)

" $H_2= Turist rehberlerinin dışsal doyum özellikleri ile genel iş doyumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.$ " hipotezine ilişkin yapılan regresyon analizi sonucuna göre; dışsal doyum faktörünün genel iş doyumundaki değişimi açıklama oranı %0,605'tir (Düzeltilmiş $R^2=0,604$; $p=0,000$). Tablo 6'ya göre dışsal doyum ile genel

iş doyumunu arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki ($\beta=0,778$; $t=25,800$; $p=0,000<0,05$) bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre H_2 hipotezi yeterli kanıtla desteklenmiştir.

Tablo 6. H_2 Hipotezine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| | Beta | t | Sig. |
|------------------|-------|--------|-------|
| Sabit | | 35,115 | 0,000 |
| Ekonomik Araçlar | 0,778 | 25,800 | 0,000 |

($R^2=0,605$; Düzeltilmiş $R^2=0,604$; $F=665,645$; $p=0,000$)

Tartışma ve Sonuç

Ankete katılan katılımcıların büyük bir çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır. Kadın rehberlerin anne olma, çocuk büyütme ile ilgili sorumluluklarının olması ve rehberliğin çalışma saatlerinin uzun olması kadın rehberlerin bu mesleği tercih etmelerini etkileyebilmektedir. Ankete katılanların büyük çoğunluğunu genç rehberler oluşturmaktadır. Rehberlik mesleğinin işsizlik risk unsuru yüksek meslek gruplarından birini oluşturması, iş güvencesinin olmayışı, çalışma saatlerinin uzunluğu, uzun seyahatler, yaş ilerledikçe sağlık sorunlarının artması gibi birçok neden rehberlik mesleğinin daha çok genç kuşak arasında tercih edilmesine ve olgun yaşlara ulaşan rehberlerin başka seçenekler aramasına neden olabilmektedir. Ankete katılanların çoğunluğunu bekâr rehberler oluşturmaktadır. Çalışma saatlerinin ve zamanlarının belirsizliği, özel günlerde (bayram, yılbaşı vb) çalışma zorunluluğu, aileden uzak uzun süreli seyahatler gibi pek çok faktör aile kurmayı olumsuz yönde etkileyebildiğinden dolayı rehberler ya bekâr kalmayı ya da evlendiklerinde farklı mesleklere geçiş yapmayı tercih edebilmektedirler. Ankete katılanların çoğunluğunu lisans mezunu rehberler oluşturmaktadır. Araştırmada çıkan bu sonuç turist rehberlerinin eğitim seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak, araştırmada ortaya çıkan diğer bir sonuca bakıldığında ise, katılımcıların büyük çoğunluğunun mesleki rehberlik eğitimlerini Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen turist rehberliği kurslarını tamamlayarak aldıkları görülmektedir. Bu durum, Türkiye’de mesleki rehberlik eğitiminin parçalanmış yapısını göstermektedir. Ankete katılanların rehberlik mesleğinde yıl itibariyle sahip oldukları deneyim oranlarına bakıldığında, 1 ile 4 yıl arasında iş deneyime sahip olan rehberlerin oranının fazla olduğu görülmektedir. 15 yıldan fazla iş deneyime sahip rehberlerin oranının ise oldukça düşük olduğu görülmektedir. Rehberlerin meslekte sahip oldukları deneyim yıllı arttıkça rehber sayılarında düşüş yaşandığı açıktır. Dolayısıyla meslekte sahip olunan deneyim yılı ile rehber sayıları arasında ters bir ilişkinin söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Bu sonuç ise araştırmada rehberlerin çoğunluğunun genç ve yetişkin rehberler olarak ortaya çıkması sonucunu desteklemektedir. Acentada çalışılan yıl sayısına bakıldığında ise, rehberlerin çoğunluğunun aynı acentada 1 ile 3 yıldan beri çalıştıkları görülmektedir. Beş yıl ve daha fazla bir süredir aynı acentada çalışan rehber sayısının ise az olduğu dikkat çekmektedir.

Araştırmada ankete katılanların içsel doyum düzeylerinin yüksek, dışsal doyum düzeylerinin ve genel doyum düzeylerinin ise orta seviyede olduğu ortaya çıkmıştır. İçsel doyumdan elde edilen yüksek puanın genel iş doyum seviyesini artırdığı, düşük düzeyde olan dışsal doyum puanının ise genel iş doyum seviyesini düşürdüğü söylenebilir. Ortaya çıkan bu sonuç Herzberg Teorisi’ni desteklemektedir. Buna göre ankete katılanların içsel doyum ve dışsal doyum düzeyleri karşılaştırıldığında

içsel doyum düzeylerinin daha yüksek olması Herzberg Teorisi'ne göre işgörenleri doyuma ulaştırırken, dışsal doyumun düzeyinin düşük olması ise genel iş doyum seviyesini düşürmektedir. Dışsal doyumun ankete katılanların iş doyuumsuzluğunu gidermekle ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Ortaya çıkan bu sonuç; Diaz vd. (1992), Ghiselli vd. (2001), Hançer vd. (2003) ve Özcan vd. (2007) tarafından yapılan çalışmaları da destekler niteliktedir.

İçsel doyum ile ilişkinin en fazla olduğu maddeler; sorumluluk, yaratıcılık ve sosyal hizmet maddeleridir. Turların gerçekleştirilmesinde bütün yetki ve sorumluluk turist rehberlerinde olmaktadır. Ankete katılanların en fazla doyum sağladıkları içsel doyum maddesi sorumluluk, orijinal ölçekte "kendi kararlarımı uygulama serbestliğini bana vermesi" maddesine karşılık gelmektedir. Bu durum ankete katılan rehberlerin işini yaparken işin gerektirdiği sorumlulukları almaktan memnun olduklarını ifade etmektedir ki bu sonuç mesleğin başarılı bir şekilde yürütülmesinde büyük önem taşımaktadır. Bu sonuç Chen (2008) tarafından yapılan çalışmayı da desteklemektedir. İçsel doyum içinde yaratıcılığın, ankete katılanların en fazla doyum sağladıkları maddelerden biri olduğu görülmektedir. Yaratıcılık, orijinal ölçekte "işimi yaparken kendi yöntemlerimi kullanabilme şansını bana sağlaması" maddesine karşılık gelmektedir. Tur sırasında, tur operatörü veya seyahat acentesi adına tek yetkili ve sorumlu kişi rehberdir. Tur sırasında rehberin yalnız olması, turun başarıyla gerçekleşmesi için rehberin kendi yöntemlerini kullanabilmesini gerektirmektedir. Dolayısıyla rehber yaratıcılığını kullanarak, herhangi bir sorun karşısında en hızlı ve doğru bir şekilde çözüm üretmeli, grubunun beklentilerini yerine getirmeli, onları mutlu etmeli ve memnun ayrılmalarını sağlamalıdır. İşcan ve Timuroğlu (2007) tarafından yapılan çalışmada da bu çalışmada olduğu gibi yaratıcılığın iş doyum için önemli bir durum olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte yaratıcılık, başarı güdüsü ve kendini geliştirme ile birlikte Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst noktasında yer almaktadır ve insan ihtiyaçlarının doruk noktası olarak görülmektedir. Bu sonuç Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramını da destekler niteliktedir. İçsel doyum maddeleri içinde rehberlerin en fazla doyum sağladıkları maddelerden biri de sosyal hizmet maddesidir. Sosyal hizmet orijinal ölçekte "başkaları için bir şeyler yapabilme olanağına sahip olmam" maddesine karşılık gelmektedir. Rehberin yabancı bir ortamda bulunan misafirlere yardım etmesi, onlara yol göstermesi, ülkeyi tanıtmayı, misafir ile yerel toplum arasında meydana gelen kültürel boşluğu doldurması, turist rehberlerinin aslında bir sosyal hizmet görevlisi gibi çalışmasını da ifade etmektedir. Araştırmada rehberlerin bu durumdan doyum sağladıklarının ortaya çıkması, rehberlerin topluma yararlı olma duygusu ile mesleğin onlar için oldukça önemli bir anlam taşıdığı sonucuna varılabilir.

Araştırmada rehberlerin içsel doyum maddelerinden; ahlaki değerler, iş arkadaşları ve sosyal statüden oldukça düşük düzeyde doyum sağladıkları ortaya çıkmıştır. Ahlaki değerler, orijinal ölçekte "vicdanıma aykırı olmayan şeyler yapabilme şansımın olması" maddesine karşılık gelmektedir. Rehberlerin alışveriş işletmelerine misafirler istemese bile tur programının içinde olması nedeniyle götürmeleri, acentadan verilen ücretlerin düşük olmasından dolayı acentaların rehberleri satış yapmaya ve komisyonculuk yaptırmaya zorlamaları rehberlerin bu durumdan memnun olmamalarının nedeni olarak gösterilebilir. Ortaya çıkan bir diğer sonuç ise rehberlerin iş arkadaşlarından pek memnun olmamalarıdır. Bunun nedeni rehberlik mesleğinin gereği olarak rehberlerin çalışma ortamlarının antik yerleşimler, müzeler vb olması ve iş arkadaşları ile çalışılacak herhangi bir ortamın bulunmaması olabilir.

Rehberlerin çok az düzeyde doyum sağladıkları diğer bir konu ise sosyal statüdür. Sosyal statü orijinal ölçekte “toplumda saygın bir kişi olma şansını vermesi” maddesine karşılık gelmektedir. Yazıcıoğlu vd. (2008) tarafından yapılan araştırma sonucuna göre mesleğin ciddiye alınmaması önemli bir mesleki sorun olarak ortaya çıkmıştır. Bu durumu, rehberlerin statülerinden memnun olmamalarının bir nedeni olarak ifade etmek mümkündür.

Araştırmada dışsal doyum ile ilişkinin en fazla olduğu maddelerin; işletme politikaları, teknik yardım ve yönetim ilişkileri olduğu ortaya çıkmıştır. Dışsal doyum maddelerinden rehberlerin en fazla doyum sağladıkları maddelere bakıldığında bu maddelerin acenta yönetimiyle ilgili olduğu görülmektedir. Zengin vd. (2004) ve Yazıcıoğlu vd. (2008) tarafından yapılan çalışmalarda ise rehberlerin en çok karşılaştıkları sorunların acenta ile ilgili sorunlar olduğu görülmektedir. Bunun tersi bir durum olarak bu araştırmada rehberlerin acenta yönetimi ile olan ilişkilerden doyum sağladıkları ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte araştırmada güvenlik, çalışma koşulları ve ücret faktörlerinden rehberlerin oldukça düşük düzeyde doyum sağladıkları saptanmıştır. Araştırmada da ankete katılan rehberlerin sosyal güvenlik durumlarına bakıldığında katılımcıların hemen hemen yarısının sosyal güvenlik kurumuna bağlı olduğu diğer yarısının ise herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna bağlı olmadığı ya da özel sigorta yaptırdığı görülmektedir. Bundan dolayı, rehberlerin iş güvencesinden doyum sağlayamadıkları söylenebilir. Oysa iş güvencesinin varlığının iş doyumunu olumlu yönde önemli ölçüde etkilediği, iş güvencesinin yokluğu ise iş doyumsuzluğuna neden olduğu araştırmalarda da ortaya çıkmıştır (Yousef, 1998; Hançer vd. 2003). Rehberlerin düşük doyuma sahip oldukları maddelerden bir diğeri ise çalışma koşullarıdır. Çalışma saatlerinin uzunluğu ve düzensizliği, yorucu olması, sürekli ve uzun seyahatler, özel günlerde (bayram, yılbaşı vb) çalışma zorunluluğu gibi rehberlik mesleğinin özelliklerinden kaynaklanan pek çok neden bunun yanında Batman (2003) tarafından yapılan çalışmada önemli bir sorun olarak ortaya çıkmış olan, rehberlerin bakımsız ve eski otobüslerde çalışmaya zorlanmaları, rehberlerin çalışma koşullarından doyum sağlayamamalarına neden olabilmektedir.

Araştırmada ücrete yönelik olarak rehberlerin doyum düzeylerinin düşük olduğu gözlemlenmektedir. Batman (2003), Zengin vd. (2004), Yazıcıoğlu vd. (2008) tarafından yapılan çalışmalarda da rehberlerin acentalarla yaşadıkları sorunların başında ücretin geldiği görülmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç yapılan araştırmaları destekler niteliktedir. Rehberlerin acentalarla ücret konusunda sorun yaşamaları iş doyum seviyesini düşürmektedir. Rehberler, acenta yönetiminden oldukça memnun olmalarına rağmen ücret ve iş güvencesi doyumsuzluğunun doğurabileceği sonuçlar dikkate alındığında rehberlerin aynı acentalarla uzun süreli çalışmadığının nedeni de ortaya çıkmış olmaktadır. Araştırma sonucunda da rehberlerin çoğunluğunun aynı acentada 1 ila 3 yıldan beri çalıştıkları görülmekte ve acenta ile çalışılan yıl sayısı arttıkça rehber sayılarında düşüş olduğu gözlemlenmektedir. Buna göre rehberlerin ücret ve iş güvencesi doyumsuzluğunun acentalarla uzun süreli çalışmamalarına neden olduğu sonucu çıkarılabilir.

Genel iş doyumunu ile ilişkinin en fazla olduğu maddeler ise; işletme politikaları, sorumluluk ve sosyal hizmet maddeleridir. İşletme politikaları aynı zamanda rehberlerin dışsal doyum maddeleri içinden en fazla doyum sağladıkları madde olmaktadır. Sorumluluk ve sosyal hizmet ise yine içsel doyum ile ilişkinin en fazla

olduğu maddeler olarak ortaya çıkmıştır. İşletme politikaları dışsal doyum seviyesini, sorumluluk ve sosyal hizmet maddeleri de içsel doyum seviyesini yükseltirken genel doyum seviyelerini de yükselttiği görülmektedir.

Araştırmada ankete katılanların içsel doyum düzeylerinin yüksek, dışsal doyum düzeylerinin ve genel doyum düzeylerinin ise orta seviyede olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre, dışsal doyum seviyesinin yükseltilmesi ve buna bağlı olarak genel doyum seviyesinin yükseltilmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikle dışsal doyum seviyesini düşüren; işletme politikaları, teknik yardım, yönetim ilişkileri, ücret, yükselme, çalışma koşulları ve güvenlik gibi maddelere ağırlık verilmelidir. Bakıldığında dışsal doyumunu oluşturan maddelerin işletme yönetimiyle ilgili olduğu görülmekte ve rehberlerin bu maddelere yönelik doyum düzeylerinin düşük olduğu dikkat çekmektedir. Dışsal doyum düzeyinin en düşük olduğu maddeler ise güvenlik, çalışma koşulları ve ücrettir. Dolayısıyla rehberlerin dışsal doyum düzeylerinin yani acenta yönetimine yönelik doyum düzeylerinin yükseltilmesi amacıyla öncelikle bu maddelere ağırlık verilmelidir. Rehberlerin iş güvencelerinin sağlanması, çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve ücretlerinin artırılması gerekmektedir. Özellikle ücret doyumsuzluğunun önlenmesi devamsızlık ihtimalini ve işten ayrılma niyetini de azaltması bakımından önem taşımaktadır. Böylece ücret ve iş güvencesi doyumsuzluğunun önlenmesi, rehberlerin aynı acentalarla uzun süreli çalışma ihtimalini de arttıracaktır. Bununla birlikte içsel doyum seviyesini düşüren maddelere bakıldığında ise bu maddelerin başında ahlaki değerlerin, iş arkadaşlarının ve sosyal statünün olduğu görülmektedir. Rehberlerin alışveriş işletmelerine misafirler istemese bile tur programının içinde olması nedeniyle misafirleri götürmeleri, acentadan verilen ücretlerin düşük olmasından dolayı acentaların rehberleri satış yapmaya ve komisyonculuk yaptırma zorlamaları rehberlerin ahlaki değerler açısından doyum düzeyinin düşük olmasına neden olmaktadır. Bu durumun önlenmesi için rehberlerin ücretlerinin yükseltilmesi, tur başlamadan önce misafirlere tur programının acenta çalışanları tarafından açıkça anlatılması ve acentaların rehberleri misafirler istemese bile zorla alışveriş işletmelerine götürmeleri konusunda baskı yapmamaları gerekmektedir. Bu durum rehberlerin ahlaki değerlere yönelik doyum düzeyinin yükselmesini sağlayacaktır. İçsel doyumunu düzeyini düşüren diğer madde ise iş arkadaşlarıdır. Bu durum her ne kadar rehberlik mesleğinin gereği olarak rehberlerin çalışma ortamlarının antik yerleşimler, müzeler vb olması ve iş arkadaşları ile çalışılacak herhangi bir ortamın bulunmamasından kaynaklanıyor olsa bile rehberlerin birbirleri ile çalışmalarını özendirilmeli, birbirleri ile sürekli bilgi alışverişi yapmaları sağlanmalı ve bu konuda rehber odaları ve dernekleri, rehberlerin kaynaşması amacıyla çeşitli kokteyl, seminer, toplantı, yemek vb. faaliyetler düzenlemeleri ve tüm rehberlerin bu faaliyetlere katılımlarını sağlamalıdır. İçsel doyumunu düşüren diğer madde ise sosyal statüdür. Günümüzde mesleğin ciddiye alınmaması önemli bir mesleki sorun olmaktadır. Turist rehberliğinin meslek kimliği kazanması için en kısa zamanda rehberlik meslek yasasının çıkarılması gerekmektedir. Bu durumda; başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere, rehber odalarının ve derneklerinin ve bu konuyla ilgili tüm kamu kurum ve kuruluşların gerekli çalışmaları yapmaları büyük önem taşımaktadır.

Referanslar

- AKÇADAĞ, S., ÖZDEMİR, E. (2005). İnsan kaynakları kapsamında 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde iş tatmini: İstanbul'da yapılan ampirik bir çalışma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 167-193. ss.

- AP, J., WONG, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22 (5), 551-563. ss.
- BATMAN, O. (2003). Türkiye’de profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 115-132. ss.
- BAYRAM, N. (2004). *Sosyal bilimlerde SPSS ile veri analizi*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- BERNAL, J. G., GARGALLO, C. A., MARZO, N. M., RIVERA, T. P. (2005). Job satisfaction: Empirical evidence of gender differences. *Women in Management Review*, 20 (4), 279-288. ss.
- BRIEF, A. P. (1998). *Attitudes in and around organizations*. Thousands O.: Sage P.
- CEYLAN, A., ULUTÜRK, Y. H. (2006). Rol belirsizliği, rol çatışması, iş tatmini ve performans arasındaki ilişkiler. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7 (1), 48-58. ss.
- CHEN, L. H. (2008). Job satisfaction among information system (IS) Personel. *Computer in Human Behavior*, 24 (1), 105-118. ss.
- CHEN, Y. J. (2007). Relationships among service orientation, job satisfaction and organizational commitment in the international tourist hotel industry. *Journal of American Academy of Business*, 11 (2), 71-82. ss.
- ÇARIKÇI, İ. H., OKSAY, A. (2004). Örgütsel yapı ve meslek farklılıklarının iş tatmini üzerindeki etkileri: Hastane çalışanları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 157-172. ss.
- ÇETİNKANAT, C. (2000). *Örgütlerde güdülenme ve iş doyumunu*. Ankara: Anı Yay.
- DEĞİRMENCİOĞLU, Ö., AHİPAŞAOĞLU, S. (2003). *Anadolu’da turizm rehberliği temel bilgileri*. 4. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.
- DÍAZ, P. E., PARK, J. (1992). The impact of isolation on hospitality employees’ job satisfaction and job performance. *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 15 (3), 41-49. ss.
- GENÇ, Ö. (1992). Rehberlik eğitimine eleştirel bir yaklaşım. *Turizm Eğitimi Konferansı Bildirileri 09-11 Aralık 1992*, içinde Ankara: Turizm Bakanlığı Yayını, 215-217. ss.
- GHISELLI, R. F., LALOPA, J. M., BAI, B. (2001). Job satisfaction, life satisfaction and turnover intent: Among food service managers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42 (2), 28-37. ss.
- HANÇER, M., GEORGE, R. T. (2003). Job satisfaction of restaurant employees: An empirical investigation using the Minnesota Satisfaction Questionnaire. *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 27 (1), 85-100. ss.
- HIRSCHFELD, R. R. (2000). Does revising the intrinsic and extrinsic subscales of the Minnesota Satisfaction Questionnaire short form make a difference?. *Educational and Psychological Measurement*, 60 (2), 255-270. ss.
- İNCİR, G. (1990). *Çalışanların iş doyumunu üzerine bir inceleme*. Ankara: MPM Yay.
- İŞCAN, Ö. F., TİMURÖĞLU, M. K. (2007). Örgüt kültürünün iş tatmini üzerindeki etkisi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 21 (1), 119-135. ss.
- KALLEBERG, A. L. (1977). Work values and job rewards: A theory of job satisfaction. *American Sociological Review*, 42 (1), 124-143. ss.
- KARAÇAL, İ., DEMİRTAŞ, N. (2002). 4702 sayılı yasa uygulamalarının turizm rehberliği eğitimine etkisi. *Turizm Eğitimi Konferansı Bildirileri 11-13 Aralık 2002*, içinde Ankara: Turizm Bakanlığı Yayını, 173-184. ss.
- KARADAĞ, E., BAŞARAN, A., KORKMAZ, T. (2009). İlköğretim okulu öğretmenlerinin algıladıkları liderlik biçimleri ile iş doyumları arasındaki ilişki. *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (21), 32-45. ss.
- LAWLER III, E. E. (1994). *Motivation in work organizations*. 1st ed. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- ÖRÜCÜ, E., HALAÇOĞLU, İ. M. (2005). Örgütsel bağlılık, iş tatmini ve güçlendirme (yetkilendirme) arasındaki ilişkiler: Eti maden işletmeleri. Bandırma bor ve asit fabrikaları örneği. *Balıkesir Sempozyumu Bildirileri 17-20 Kasım 2005*, içinde Balıkesir, 107-113. ss.
- ÖZCAN, E. D., TAŞKIRAN, E. (2007). İş tatmini, örgüte bağlılık ve işe bağlılık arasındaki ilişkiler: Bir Turizm İşletmesi Üzerinde Araştırma. *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildirileri 21-23 Kasım 2007*, içinde İzmir, 514-523. ss.

- ÖZDEMİR, F. (2006). *Örgütsel iklimin iş tatmin düzeyine etkisi: Tekstil sektöründe bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- ÖZDEVECİOĞLU, M. (2003). İş tatmini ve yaşam tatmini arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri 22-24 Mayıs 2003*, içinde Afyon, 693-711. ss.
- ÖZTUTKU, H. (2007). Yönetici-ast etkileşimi ile iş tatmini arasındaki ilişki. *Amme İdaresi Dergisi*, 40 (2), 79-98. ss.
- ROBBINS, S. P. (1989). *Organizational behavior: Concepts, controversies, and applications*. 4th Edition, Englewood Cliffs: NJ. Prentice-Hall.
- SCHRIESHEIM, C. A., POWERS, K. J., SCANDURA, T. A., GARDINER, C. C., LANKAU, M. J. (1993). Improving construct measurement in management research: Comments and a quantitative approach for assessing the theoretical content adequacy of paper-and-pencil survey-type instruments. *Journal of Management*, 19 (2), 385-417. ss.
- SEVİMLİ, F., İŞCAN, Ö. F. (2005). Bireysel ve iş ortamına ait etkenler açısından iş doyumunu. *Ege Üniversitesi, İ.İ.B.F. Akademik Bakış Dergisi*, 5 (1-2), 55-64. ss.
- SPECTOR, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, cause and consequences*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- TESTA, M. R. (1999). Satisfaction with organizational vision, job satisfaction and service efforts: An empirical investigation. *Leadership & Organization Development Journal*, 20 (3), 154-161. ss.
- TOKER, B. (2007). Demografik değişkenlerin iş tatminine etkileri: İzmir'deki beş ve dört yıldızlı otellere yönelik bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1), 92-107. ss.
- URAL, A., KILIÇ, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- VIEIRA, J. A. C. (2005). Skill mismatches and job satisfaction. *Economic Letters*, 89, 39-47. ss.
- WEISS, D. J., DAWIS, R. W., ENGLAND, G. W., LOFQUIST, L. H. (1967), Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. [Erişim Adresi] <http://www.psych.umn.edu/psylabs/vpr/pdf_files/Monograph%20XXII%20%20Manual%20for%20the%20MN%20Satisfaction%20Questionnaire.pdf>, [Erişim Tarihi: 05.05.2008].
- YAZICIOĞLU, Y., ERDOĞAN, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- YENEN, Ş. (2002). Turist rehberliği eğitiminde, niteliksel ve niceliksel planlamada Turizm Bakanlığı, yüksek öğretim kurumu ve meslek kuruluşları arasında işbirliğinin önemi. *Turizm Eğitimi Konferansı Bildirileri 11-13 Aralık 2002*, içinde Ankara: Turizm Bakanlığı Yayını. 257-273. ss.
- YOUSELF, D. A. (1998). Satisfaction with job security as a predictor of organizational commitment and job performance in a multicultural environment. *International Journal of Manpower*, 19 (3), 184-194. ss.
- ZENGİN, B., BATMAN, O., YILDIRGAN, R. (2004). Seyahat acentalarının turist rehberlerinden beklentilerine yönelik bir araştırma. *I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri 15-16 Nisan 2004*, içinde Balıkesir, 366-376. ss.
- ZHANG, H., CHOW, Q. 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. ss.