

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 09.06.2024
Revizyon Tarihi (Revised) : 25.06.2024
Kabul Tarihi (Accepted) : 28.06.2024

TURED
JOTOĞ



Yönetici Kişilik Özellikleri ve İletişim Becerilerinin Turist Rehberlerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*

A Research on the Effect of Executive Personality and Communication Skills on Tourist Guides Turnover Intention

Yiğit ASLAN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Social Sciences Institute, Turkey
E-Mail: yigitaslan17@gmail.com

Doç. Dr. Hüseyin PAMUKÇU

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey
E-Mail: hpamukcu@aku.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Bu araştırmanın temel amacı yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisini incelemektir. Turizm sektöründe yaşanan zor çalışma şartları, sektör çalışanlarını etkilemektedir ve buna bağlı olarak turist rehberlerinin büyük bir kesimi gelecek kaygısı içerisinde hayatlarını sürdürmektedir. Bu durumun sonucu olarak da mesleği bırakma durumları yaşanabilmektedir. Bu çalışmayı var literatürde yer alan diğer çalışmalardan farklı kılan temel unsur; turist rehberlerinin kendi yöneticilerini değerlendirecek olmasıdır. Bununla beraber, araştırma sonuçlarının hem yapılacak olan çalışmalara hem de sektör yöneticilerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem: Ankara Turist Rehberleri Odasına bağlı olarak faaliyet gösteren 222 eylemli turist rehberi bu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizleri Ocak 2022 ile Haziran 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler, ilk olarak veri analiz programına aktararak geçerlilik (Faktör analizi) ve güvenilirlik (Cronbach Alpha) analizleri ile gerçekleştirilmiştir. Sonrasında verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı test edilerek, ilişki ve etki ölçüm testleri ile araştırma hipotezleri test edilmiştir.

Bulgular: Araştırmada temel olarak, yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Elde edilen bulgular, benzer değişkenleri konu edinen çok sınırlı sayıda araştırma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Bununla birlikte bu çalışmanın literatürde yer alan diğer çalışmalardan farkı, yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerine etkisini ortaya koyması ve turist rehberlerinin, kendi yöneticilerini kişilik özellikleri ve iletişim becerileri bağlamında değerlendirmiş olmasıdır. Bu bağlamda ise, söz konusu araştırma gelecekte yapılabilecek çalışmalar için bir kaynak oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kişilik, iletişim becerisi, turist rehberi, işten ayrılma niyeti

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: The main purpose of this research is to examine the effect of executive personality traits and communication skills on tourist guides' turnover intentions. The difficult working conditions

Atf için (for cited): Aslan, Y. & Pamukçu, H. (2024). Yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerine etkisi üzerine bir araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 7(1), 71-93.

* Bu çalışma, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında "Yönetici Kişilik Özellikleri ve İletişim Becerilerinin Turist Rehberlerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.



experienced in the tourism sector affect the employees of the sector and accordingly, a large part of the tourist guides continue their lives with anxiety about the future. As a result of this situation, job termination may occur. When the literature is examined, the difference of this study from other existing studies is that tourist guides will evaluate their own managers. For that reason, it is thought that the research results will contribute to both future studies and sector managers. Tourist guides' intention to leave their job is also important for the course and development of tourism.

Methodology: 222 active tourist guides operating under the Ankara Chamber of Tourist Guides constitute the sample of this research. A survey was used as the data collection technique in the research. Analyzes of the data obtained within the scope of the research were carried out between January 2022 and June 2022. The data obtained from the participants were first transferred to the data analysis program and validity (Factor analysis) and reliability (Cronbach Alpha) analyzes were performed. Afterwards, the normal distribution of the data was tested and as a result of the test, it was observed that the kurtosis and skewness coefficients were between +2 and -2. In this context, it was concluded that the research data showed a normal distribution and appropriate tests were used in the following process.

Findings: In line with the findings obtained in the research, it was determined that manager personality traits and communication skills had a significant effect on tourist guides' intention to leave their job.

Originality/Value: The findings are in line with the results of a very limited number of studies on similar variables. However, the difference of this study from other studies in the literature is that it reveals the effect of manager personality traits and communication skills on tourist guides' intention to quit, and that tourist guides evaluated their managers in the context of their personality traits and communication skills. In this context, this research constitutes a resource for future studies.

Keywords: Personality, communication skills, tourist guide, turnover intention

Paper Type: Research article

Giriş

Kişilik, birçok araştırmada bireyin kendisine özgü olan ve diğer insanlardan ayrışmasını sağlayan davranışların tümü olarak açıklanmıştır (Şimşek vd., 2014). Her insanın düşünme şekli ve olayları algılama biçimi aynı olmamakla beraber her insan kendisine has özellikler ve davranışlar taşımaktadır. Bireylerin sahip olduğu bu özellikler, dünyaya geldiği andan itibaren aile ve yetiştiği çevre faktörü de dâhil olmak üzere, zamanla bir karakter oluşturmaktadır. Bir bireyin kişiliği hakkında bilgi sahibi olabilmek için öncelikle yetiştiği aile ve büyüdüğü çevreyi incelemek gerekmektedir. Karmaşık bir varlık olan insan; içinde bulunduğu duruma göre, sahip olduğu karakteri dışarı yansıtmaktadır. İnsanı karmaşık yapan en önemli nokta ise kişinin iç dünyasıdır. Bireyin iç dünyası, davranışlarını dışarı vururken sağlıklı bir tutum sergileyip sergilemeyeceği noktasında önemlidir. Bu davranışlar başarının önemli olduğu sosyal çevre ve iş hayatı üzerinde de etkili olmaktadır.

Bireyin kişiliğinde kendisine özgü olan özellikler, iş hayatındaki yerini de etkilemektedir. Kişinin sorumluluk sahibi, dışa dönük ve sürekli kendini geliştiren biri olması iş hayatındaki başarısının önünü açmaktadır. Diğer yandan bireyin içe dönük bir kişilik yapısı ile sorumluluktan kaçması nevrotik tutum ve davranışlar sergilemesi hem iş yaşamı hem de örgüte uyu bağlamında çok sayıda soruna neden olmaktadır. Bireyin arzu edilen kişilik özelliklerine sahip olması, iş hayatında onu iyi bir lider ve yönetici konumuna getirebilmektedir. Yönetici konumuna gelen bireylerin çalışanlarına nasıl davranacağı ise, kişilik özellikleriyle ilişkilidir.

Bireyin sahip olduğu iletişim becerisi dünyaya geldiği andan itibaren yetiştiği aile ve büyüdüğü çevre ile bağlantılı olarak gelişmektedir. Bireyin iletişim becerisinin iyi olması, hayatın hemen hemen her alanında bireyi öne taşımaktadır. Birey, karşısındaki kişiyi etkili bir şekilde



dinleyebilmeli, beden dilini etkili bir şekilde kullanabilmeli ve geri dönüşlerde bulunabilmelidir. Bu durum, bireyin sadece sosyal hayatında değil, iş hayatında da etkili bir rol oynamaktadır. Özellikle iş hayatında yönetici konumunda olan kişiler için, doğru iletişim kurma becerisi gerekli görülmektedir.

Yöneticilerin, işgörenlerine karşı tutum ve iletişimlerinde gerekli özveriyi göstermesi gerekmektedir. İletişimin doğru kurulması, sektör fark etmeksizin işgörenlerin işe bağlılığını artırabilmektedir. Günümüzde hemen hemen her sektörde birçok nedenden dolayı işten ayrılmalar yaşanmaktadır. İşgörenin işe uygun yeterliliklerinin bulunmaması, özel yaşamda sorunlar, örgüt içerisinde yaşanan sorunlar ve yöneticiden kaynaklı sorunlar bu nedenlere örnek gösterilebilmektedir. Sık karşılaşılan işten ayrılma davranışı, yöneticiler tarafından üzerinde durulması gereken bir konudur. Yöneticiler, işgörenlerin işten ayrılmasının önüne geçebilmek için durumu iyi analiz etmeli ve konuyla ilgili önlemler almalıdır. İnsanın ön planda olduğu sektörlerden birisi olan turizm sektöründe de, işten ayrılma davranışı sıklıkla görülmekte olup, dikkat edilmesi gereken konular arasında yer almaktadır. Turizm sektörünün önemli bir paydaşı olan turist rehberlerinin işten ayrılma niyetinin önüne geçilebilmesi için, yöneticilerin kişilik özelliklerinin ve iletişim becerilerinin, işten ayrılma davranışında nasıl bir etkisi olduğunun ortaya konması gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda işten ayrılma davranışının çözülmesi için çalışmaların yapılması ve ortaya çıkan sonuçlara göre belli başlı strateji ve yöntemlerin belirlenmesi önemli görülmektedir.

1. Kişilik Kavramı ve Özellikleri

Kişilik, bireyin dünyaya geldiği andan itibaren sosyal yaşamda var olup farklı kültürler hakkında bilgi sahibi oldukça gelişmeye devam eden bir desen olarak tanımlanmaktadır (McAdams & Pals, 2006). İnsanlar, birtakım belirlenmiş özellikler ile doğmaktadırlar ve karakterlerini geliştirme aşamasına geldiklerinde yaşadıkları çevre koşullarından etkilenerek bazı kişilik özellikleri edinmektedirler (Tekin & Çiçek, 2005). Buradan yola çıkarak yaşamın içindeki davranış, tutum ve eylemin sonucu olarak nitelendirilebilecek kişilik kavramı, bireyin bir bütün olarak duygusal, fiziksel ve zihinsel özelliklerinin dışı yansıması olarak tanımlanmaktadır (Çiçek & Aslan, 2020).

İnsanlar dış görünüşlerinde olduğu kadar hareketleri, karar vermeleri, algılamaları, istekleri, yaşam tarzları ve düşünceleri gibi özellikleriyle de birbirlerinden ayrılmaktadırlar. İnsanlar arasındaki bu farklılıklar bir bütün olarak kişilik konusu içinde incelenmektedir (Günel, 2010). Kişilik doğuştan gelen, bugün ve yarının insana kattıklarıyla oluşan bir bütün olduğundan, insanın sahip olduğu kişiliği anlayabilmek için bunu belirleyen genetik (kalıtsal) faktörler ve çevresel faktörler gibi kişiliği belirleyen temel unsurların incelenmesi gerekmektedir (Çetin & Beceren, 2007: 113).

Hem çevresel faktörler hem de bireyden kaynaklı faktörler ile şekillenen kişilik, çok sayıda etkileyeni olan karmaşık bir yapıdır. Bu yapı içerisinde ilk aşamada ön plana çıkan genetik özellikler bireyin sosyal statüsünü, grup içerisindeki rolünü ve büyüyeceği çevreyi belirleyici kılmaktadır. Kişilik özelliklerinin şekillenmesinde biyo-fizyolojik yapı bu yapının dış görünüşü, cinsiyeti ve kalıtsal özellikleri hakkında etkili bir rol oynamaktadır (Saritaş, 1997). Kişiliğin gelişiminde genetik ve çevresel faktörlerin önemi oldukça fazladır. Diğer yandan psikologlara göre insan, doğası gereği esnek ve kişiliği bulunduğu çevreye göre şekil almaktadır (Kuzgun, 2012). Bu bağlamda kişiliğin gelişiminde çevresel ve genetik faktörler bir bütün halinde etkili bir rol oynamaktadır.

Günümüzde kültür farklılıkları olsa da bütün insanlarda ortak olarak bulunan kişilik özelliklerini ortaya çıkarabilmek için beş faktör kişilik modeli yoğun olarak kullanılmaktadır. Kişilik özelliklerinin daha iyi bir şekilde anlaşılabilmesi için oluşturulmuş olan beş faktör modeli ile kişilik özelliklerinin, sadece etkilenilen kültürle şekil alarak değil aynı zamanda bireyin biyolojik



kökeninden gelen özelliklerin de kişilik üzerinde birçok farklılık meydana getirdiği sonucuna varılmıştır. Bu alanda yapılmış olan ilk çalışmalar Norman tarafından ortaya koyulmuş ve ilerleyen zamanlarda Goldberg, McCrea ve Costa tarafından model geliştirilmiştir (Şahin, 2017). Birden fazla yapılmış olan çalışmalar tarafından da geçerlilik ve güvenilirliği desteklenmiş olan beş faktör kişilik testi isminden de anlaşılacağı üzere beş faktörlüdür (Tutar, 2016).

Buraya kadar yapılan açıklamalara ek olarak Turner, (2003) bu boyutları aşağıdaki şekilde tanımlamaktadır:

- Dışa Dönüklük*: Bu kişilerin konuşmayı seven bir yapıları olup kalabalık gruplar ile zaman geçirmekten keyif almaktadırlar. İddialı, heyecana ve fiziksel hareketliliğe yatkınlıkları olan bu kişiler, yönetici ve liderlik gibi özellikleri de taşımaktadırlar.
- Duyusal Dengesizlik*: Kişinin sıkça suçluluk, korku, sıkıntı ve öfke gibi duyguları yaşaması ve bu durumun kişinin karakterinde yer etmesi durumunu ifade etmektedir.
- Uyumluluk*: Kişinin yeri geldiğinde fedakâr olabilmesi, iş birliği yapabilmesi ve güvenilir olması gibi özellikleri ifade etmektedir.
- Sorumluluk*: Bireyin kişilik özelliklerinde hırslı, amaçları doğrultusunda hareket eden, kolay harekete geçebilen ve güvenilir gibi özelliklerin var olmasıdır.
- Gelişime Açıklık*: Duyusal tecrübelerden çekinmeyen, estetik algısı olan ve entelektüel merak duygusu olan bireylerin kişilik özelliklerini ifade etmektedir.

Kişilikle ilgili olarak, geleneksel davranışsal görüşlerden bilişsel yaklaşımlara doğru geçiş yapılabilmesi için Albert Bandura'nın çalışmaları örnek gösterilmektedir. Bandura, her türlü uyarıcının pasif alıcıları olarak insanların tasvir edilmesini reddetmektedir. Bireyler mutlaka çevresel olaylara tepki verirler ve karakteristik davranışları, ödül ve cezaların sonucu olarak öğrenirler. Bandura, davranışın iç güçler tarafından mı yoksa dış güçler tarafından mı belirlendiği sorusuna yeni bir bakış açısı getirerek davranışın hem iç hem de dış belirleyicileri olduğunu ve yalnızca basit bir kombinasyon ile belirlenmediğini savunmaktadır.

Jung'a göre, kişilerin sahip olduğu deneyimler ve gelecekte beklenenler, davranışın temellerini oluşturmaktadır. Bireyde "içedönük ve dışadönük" olarak iki ana unsur ortaya koyan Jung, bunun yanında algılama ve yargılama olarak iki temel unsurda belirlemiştir. Kişiler algılamayı, duyu organlarıyla veya sezgileriyle yapabilmekte iken yargılamayı da mantık veya hisleriyle yapabilmektedir (Zel, 2001).

Spranger kişilik tiplerini, insanın sahip olduğu fiziksel özelliklere göre değerlendirmek yerine ruhsal ve toplumsal açıdan inceleyerek teorik tip, estetik tip, ekonomik tip, sosyal tip, politik tip ve dindar tip olarak altı tipe kategorize etmiştir (Spranger, 1928; Kaplan, 2008). Cattell ise, kişilik ile ilgili gerçekleştirdiği çalışmalarının sonucunda toplam 4500 terim elde etmiştir. Bu terimler arasından bilinmeyen kelimeleri ve eş anlamlı kelimeleri belirledikten sonra faktör analizi kullanarak 160 terime indirgemıştır. Bu faktör analizi sonucunda 35 yüzeysel, 16 tane de kaynak kişilik özelliği ortaya çıkarmıştır ve kişilik konusunun tamamının bu özelliklerden oluştuğunu ileri sürmüştür. Cattell, kişiliği sınıflandırmak için 16 kişilik faktörünü geliştirmiştir. Bu faktörler hem bağımsız hem de bağımlı kişilik özelliklerini kapsamaktadır (Eysenck, 2017).

Freidman ve Rosenman kişilik ile ilgili yapmış oldukları araştırmalar sonucunda A ve B olarak isimlendirdikleri iki farklı tip belirlemişlerdir. A tipi kişiliğini, daha fazlasını başarmak için devamlı olarak mücadeleyi sürdürme eğiliminde olan herhangi bir bireyde gözlenebilen bir eylem olarak tanımlamışlardır. A tipine sahip kişiler çevrelerinde bulunan diğer insanlar üzerinde kontrol sahibi olma ihtiyacı hissetmektedirler. Bunun aksine B tipine sahip olan kişiler, diğer insanların



üzerinde kontrol sahibi olma gibi bir ihtiyaç hissetmezler ve bunun için çok fazla zaman harcamazlar (Parhizgar, 2002).

A tipine sahip olan insanlar, oldukça işkolik, rekabetçi, sabırsız ve kendini işine adan bireylerden oluşmaktadır. Yaptıkları işte başarılı olmak için yüksek bir motivasyona sahip olup zaman yönetimini iyi yapabilmektedirler. Bunun aksine B tipine sahip olan insanlar hayata karşı daha rahat olan, gereksiz rekabete girmeyen ve kendine daha fazla güvenen bireylerdir (Griffin & Moorhead, 2014).

2. İletişim, İletişim Becerisi ve İşten Ayrılma Niyeti

İletişim kelimesi köken olarak Latince “*communis*” kelimesinden türeyerek dilimizde yer edinmiştir. “Ortak” anlamına gelen *communis* kelimesi, bir konunun iki farklı birey arasında bilgi alışverişi yaratması anlamına gelmektedir. Daha açık bir ifade ile iletişim, gönderici ve alıcının bulunduğu, göndericinin alıcıya bilgi paylaşımı yaptığı süreç olarak tanımlanmaktadır (Telman & Ünsal, 2005). İletişim, duyu ve düşüncelerin birbirinden farklı birçok şekilde karşı tarafa aktarılması olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanında iletişim, televizyon, radyo ve telefon gibi cihazlardan yararlanılarak sürdürülen bilgi alışverişi olarak da ifade edilmektedir. Bu bağlamda canlılar arasında iletişim kurabilme yeteneğine sahip olan tür sadece insan olmadığından, insana özgü iletişim kavramı, “duyu, düşünce ve bilgilerin, biriktirilip anlamlarında uzlaşmış simgeler vasıtasıyla aktarılmasının ve alışverişinin, farklı mekân ve zaman boyutlarında gerçekleştirilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Zıllıoğlu, 2003).

İletişim sürecini ve işleyiş biçimini anlayabilmek için en başta iletişimin bir süreç olduğunun farkına varmak gerekmektedir. İletişim süreci gönderici olan kişinin düşüncelerini ve duygularını kodlaması ve hedefe göndermesi ile başlamaktadır. İletişim süreci gönderici (kaynak), kod, ileti, iletişim kanalı, alıcı (hedef) ve geri bildirimden oluşmaktadır. Etkin bir iletişim için bu iletişim unsurlarından herhangi birisi eksik olmamalıdır. Gönderici iletiyi gönderdiği takdirde alıcı bunu duymaz veya anlayamaz ise iletişim sağlanmamış olacaktır (Tutar & Yılmaz, 2008).

Tek bir yolu bulunmayan ve farklı şekillerde gerçekleşen iletişim, her zaman arzu edilen şekilde sonuçlanmamakta zaman zaman kişiler arasında sorunlara veya istenmeyen değerlendirmelere yol açabilmektedir. Nitekim, iletişim içerisinde olan bireylerin birbirlerini doğru bir şekilde anlamama ihtimali, anlama ihtimalinden daha fazladır. Örnek verecek olursak; söylenmek istenen şeyin doğru ifade edilememe sebebinden dolayı alıcının durumu farklı anlaması ya da doğru ifade edilse de alıcının ön yargıyla birlikte kendisinin duymak istediklerini duyması gibi farklılıklar meydana gelebilmektedir (Çıkmaz, 2013). İletişim sürecinde iki temel unsur olarak rol alan gönderici ve alıcı, aynı zamanda etkin iletişimi engelleyici bir şekilde de rol alabilmektedir. Duygular, kişisel amaçlar ve değer yargıları mesajın içeriğini anlama aşamasında bazı kişilerin mesajlara karşı olumsuz bir tavır takınmasına sebep olabilmektedir. Alıcının göndericiye olan güveni ve inancı, karşı taraftan gelecek olan mesajları farklı şekillerde algılamasına sebebiyet verebilmektedir (Koçel, 2010). Başka bir ifadeyle, kişilerin kendilerine özgü kişilik özellikleri, kültürleri ve yetiştikleri çevrenin farklı olması gibi durumlar iletişim üzerinde belirleyici olmaktadır. Dolayısıyla, kişilerarası farklılıklardan kaynaklanan bu tarz durumlar da iletişim önünde bir engel teşkil edebilmektedir (Davis, 1984).

Birey, yaşamını sürdürdüğü çevre ile iletişim halinde olarak belli başlı beceriler kazanmaktadır. Bununla birlikte, bireyin iletişim becerilerine yönelik kazanımları, yaşamını sürdürdüğü ortamın sağlıklı olup olamamasıyla da doğrudan etkili olabilmektedir. Birey, doğru bir ortamda nasıl sağlıklı bir iletişim becerisi kazanabilecek ise doğru olmayan bir ortamda da bir o kadar sağlıklı iletişim becerisine yönelik kazanımlar sağlayabilmektedir (Deniz, 2003). İletişim becerisi, bireyin olaylara karşı olan tutumunu, bakış açısını, araştırmasını ve bunlara bir bütün olarak



bakabilmeyi sağlamaktadır. Bununla birlikte böyle bir iletişim becerisine sahip olan birey, karşılaştığı durumlarda kendisine yapılan bir eleştiri ya da şikâyet karşısında konuyu birçok nokta ile düşünerek hareket edebilmektedir (Özer, 2015).

İletişim içerisinde olduğumuz insanı ya da insanları yaşı, eğitimi, cinsiyeti ve mesleği fark etmeksizin göz teması kurarak, odaklanarak ve doğru anlamaya çalışmak etkili bir dinlemenin ayrılmaz parçalarıdır. Bu yol ile karşımızdaki insana, değerli olduğu ve saygı duyulduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte, iletişim esnasında karşımızdaki kişinin ses tonuna, yüz ifadelerine ve beden diline dikkat edildiğinde empati kurma becerimizde artmakta ve bu da iletişimi daha etkili bir hale getirmektedir (Telman & Ünsal, 2005). Etkin dinleme, iletişim kurduğumuz insana karşı bir saygı göstergesi olup başka insanların neler hissettiğini anlamamıza da yardımcı olabilmektedir. Etkili dinleme yapabilmek, karşımızdaki kişi ile empati kurma noktasında oldukça fayda sağlamaktadır. Fakat sadece empati kurmak yeterli olmayacaktır. Empati kurabilmek için karşıdaki kişinin duygularının doğru anlaşılmasına özen gösterilmelidir. Bu şekilde kişinin bakış açısını, tutumunu ve duygularını anlama şansı çok daha yüksek olabilmektedir (Navaro, 2016). Bununla birlikte birey, kendisini karşıdaki kişinin yerine koymalı ve kişinin duygu durumuna girmelidir. Fakat bu durum kısa bir süre için olmalıdır aksi halde empatiden de uzaklaşmış olacaktır. Bu kısa sürenin sonunda ise empati kuran kişinin kendi duygu durumuna dönüş yapması gerekmektedir (Dökmen, 2008).

İletişimde bir diğer önemli husus beden dilidir. Beden dili, insanların kullandığı ilk iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar, beden dili yolu ile isteklerini, düşüncelerini ve duygularını diğer insanlar ile paylaşabilmekte ve birbirleri ile kurdukları iletişim üzerinde etkili olabilmektedirler (Baltaş & Baltaş, 1992). İletişim de söz, ses ve beden dili olmak üzere üç temel öge bulunmaktadır. Beden dili, görsel mesajları içermekte olup sözlü ve sesli mesajlara göre daha etkili olmaktadır. İnsanlar iletişim kurarken jestleri, mimikleri ve bunun yanında da göz, yüz, el, kol hareketlerini de aktif olarak kullanmaktadırlar. Bu vücut hareketleri kültürden kültüre farklı anlamlara gelse de iletişim içerisinde oldukça etkili olmaktadır. İletişim içerisinde olunan kişinin duygularını ve düşüncelerini anlamak beden dili ile mümkün olmaktadır (Erol & Erol, 2015).

İşten ayrılma niyeti, işgörenlerin örgüt ile iş ilişkisini artık devam ettirmeyeceğine yönelik net ve kesin bir düşünce olarak değil, işten ayrılma durumunu gözden geçirdiği eksileri ve artıları karşılaştırarak işe devam etme veya işten ayrılma kararı aldığı bir süreçtir (Araşlar, 2021). Bireyler, eğitim aldıkları ya da eğitim almadıkları bir iş kolunda hedeflerini gerçekleştirmek için iş hayatına girmektedirler. Bireylerin iş hayatına girme istekleri doğal bir karar olup aynı şekilde çalıştıkları işten ayrılmak istemeleri de bir o kadar doğal bir karar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin istekleri, hedefleri ve hayattan bekledikleri zaman içerisinde değişebilmekte ya da dönüşme durumunda kalabilmektedir. Bu noktada da birey, zamanın gerektirdiği şartlara veya bireysel arzularına yönelik bir karar alabilmektedir. Bununla birlikte, bir çalışanın işten ayrılması daha yüksek maliyet demek olduğu için bu durum işletmeler açısından hem maddi hem de manevi olarak bir problem olabilmektedir. Bununla birlikte, işten ayrılan kişi başarılı bir çalışan ise ve gönülsüz ayrıldıysa işletmenin imajı açısından da soru işaretleri yaratabilmektedir (Arslan, 2020).

Kişilerin, işten ayrılma kararı vermesi hem kendileri hem de işveren için zor bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. İşveren için zor olmasının temel sebebi, hangi sektör olursa olsun kalifiye eleman bulmanın zor olmasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte, bireyler için de işten ayrılmak zor bir karar olarak karşımıza çıkmaktadır, fakat bu karar sadece iş yönünden değil aynı zamanda iş harici birçok sebepten kaynaklanmaktadır. Çalışma yaşamında yönetici ile çalışan arasında sorunlar olabilmektedir. Yöneticinin çalışan bireylere yönelik bir motivasyon vermemesi, gereken yerde takdir etmemesi ve konuşma esnasında saygı duymaması gibi sorunlar olabilmektedir.



Bunun yanında, çalışan kişinin sahip olduğu yeteneğin işin gerekliliğini karşılamaması ve sahip olduğu psikolojik sorunlar kişiyi işten ayrılma noktasına getirebilmektedir (Güney, 2016).

İşten ayrılma niyeti içerisinde yer alan bireysel faktörlere bakıldığında; Bireyin yaşı, cinsiyeti, medeni durumu ve gelir durumu faktörler işten ayrılma niyeti noktasında oldukça önem arz etmektedir. Bireyin yaşı aldığı kararlar üzerinde önemli olmaktadır. Bunun sebebi ise, daha genç yaşta alınan kararlar ile daha ileri bir yaşta alınan kararlar arasında olgunluk farkının bulunmasıdır. Bununla beraber aile yapısı ve medeni durum gibi faktörlerde işten ayrılma üzerine alınan kararda etkili olabilmektedir (Tütüncü & Demir, 2003). Bu doğrultuda ise cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve aile yapısı gibi farklılıklar bireyi işten ayrılma üzerine bir karar alma noktasına götürebilmektedir (Şimşek, vd., 2005). Bireyler, kendilerine ait kültür ve kişilik özellikleri ile birlikte örgüt kültürüne göre de davranmaktadırlar. Bu unsurlar, belli başlı kurallar doğurmaktadır ve bu da duruma uygun insan davranışlarını oluşturmaktadır. Duruma yönelik olan bu davranışlar, kişilerin kendilerine ait özelliklerine ve içinde yetişmiş oldukları kültürle doğrudan bağlantılıdır. Bununla beraber de insanların çalışma şekilleri ve işe olan yaklaşımları da sahip oldukları kişilik özellikleri ile beraber farklılık göstermektedir (Sığırı, vd., 2010).

İşgörenlerin işten ayrılma kararı almasında örgütsel faktörler etkili bir rol oynamaktadır. Örgütsel faktörler; örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık, örgütsel yabancılaşma, örgütsel sinizm, nepotizm, işe bağlılık ve örgütsel iletişim şeklinde açıklanmaktadır. Kişiler, bu örgütsel faktörlerle doğru orantılı olarak işten ayrılma niyetlerini oluşturmaktadır. Örgütler, işgörenleri işten ayrılma niyetine sürükleyebileceği gibi aynı zamanda da işten ayrılma niyetinden uzaklaştırabilmektedirler (Şimşek, vd., 2005). Bununla beraber, işverenler çalışanlarına karşı saygılı, kıymet bilen ve ayrımcı olmayan bir tutum ortaya koymalıdır. İşverenler, çalışanlarına karşı bunların tam aksi bir tutum takındığı durumda ise, çalışanlar işlerine karşı soğuma duygusu geliştirebilir ve bu duygu onları işten ayrılma niyetine, strese ve aynı zamanda tükenmişlik hissine sürükleyebilmektedir. Bunun sonucunda ise, örgütün kalitesinde değişimler yaşanabilmekte ve memnuniyetsizlik artabilmektedir (Ashford, 1989).

İşten ayrılma niyetinin nedenleri sadece bireysel ve örgütsel nedenlerden oluşmamaktadır. Aynı zamanda çevresel faktörlerde işten ayrılma niyeti üzerinde etkili olmaktadır. Çevresel faktörlere ise; ülke ekonomisinin durumu, kişi başına düşen milli gelir, teknolojik gelişmeler, diğer sektörlerin daha güçlü alternatifler sunması, mevsimsel dalgalanmalar, ülke politikaları ve doğal kaynakların kullanımı örnek gösterilebilmektedir (Şimşek, vd., 2008; Ökten, 2008).

Sektör fark etmeksizin bir işletmede çalışan kişinin işletme tarafından değer görmediğini hissetmesi, iş ortamında huzursuzluklar olması ya da işten tatmin olamama gibi durumlar oluşması işe bağlılığı azalabilmekte ve işten ayrılma niyeti ortaya çıkabilmektedir (Eren, 2010). İşgörenlerin işten ayrılma niyeti içerisine girmesi işletmeleri de bir o kadar etkilemektedir. Bu bağlamda işletmelerin, işgörenlerin işe bağlılığını ve işletmenin verimliliğini artırmaya yönelik çalışmalarda bulunması gerekmektedir. Nitelikli işgücünün bulunmasının zor olması, işletmeleri işgörenlerine yatırım yapmaya itmektedir. Bununla beraber, işe uygun olarak eğitilmiş işgörenlerin işe bağlılığını artırmak ve işten ayrılmayı önleyici politikalar izlemek de tıpkı işgörenlerine yatırım yapmak kadar önemli bir konudur. İşe uygun olarak eğitilen ve işinde oldukça başarılı olan bir işgörenin işten ayrılma niyeti içerisinde olması, işletmeler tarafından en son istenecek durumlar arasındadır (Arı vd., 2010). Nitekim, yatırım yapılmış ve nitelikli işgören haline dönüştürülmüş bir çalışanın işten ayrılması demek, işletme için zaman ve maddi kayıp anlamına gelmektedir. Bundan dolayı işgörenlerin işe bağlılıklarını artırmaya yönelik çalışmalar yürütmek ve bu sayede işten ayrılma niyetini önlemeye çalışmak, işletmenin verimliliği üzerinde de oldukça önemli olacaktır (Khatri vd., 1999).



İşgörenlerin işten ayrılma niyeti içerisinde olması, işletmeler üzerinde önemli sonuçlar doğurmaktadır. İşletmeler, işten ayrılma gerçekleştiğinde yeni çalışan bulma, çalışanı eğiterek işe uygun hale getirme gibi durumlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bununla birlikte, işgörenler için de, gelirden azalma ve düzensizlik, ailevi problemler, yeni işe uyum sağlama gibi sonuçları bulunmaktadır. İşletmeler bu sorunlara çözüm üretme noktasında işten ayrılma davranışının gelişimini, bu davranışa nelerin sebebiyet verdiğini inceleyerek işten ayrılma eğilimini önlemeye yönelik tutumlar ve çalışmalar ortaya koymalıdır. (Avcı & Küçükusta, 2009). Bu bağlamda işletmeler, bu tutum ve çalışmalar neticesinde, işgörenlerin işe olan bağlılığı artırabilecek ve işten ayrılma eğilimini büyük ölçüde önleyebilecek donanıma sahip olabileceklerdir. İşletmeler, işten ayrılma davranışını önleme noktasında şartları iyileştirme ve çözüm odaklı bir politika uyguladıkları takdirde işgörenlerin işten ayrılma niyetinin oluşmasını büyük ölçüde önleyebilmiş olacaklardır (Sanderson, 2003).

İşletmelerin, çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde daha bilinçli olması ve işten ayrılmalarını önlemek amacıyla uygulaması gerekenleri Sanderson, (2003) aşağıdaki şekilde açıklamıştır:

- İşe alım süreci, yetenek ve davranış odaklı olmalıdır
- Çalışanların birbirine güvendiği bir ortam yaratılmalıdır Teknolojik gelişmeler
- Çalışanlar için yükselme ve gelişme fırsatları sağlanmalıdır
- Ücret haricinde de çalışanları motive etmenin yolları bulunmalıdır Ülke politikaları
- Örgütü ilgilendiren bir sorun karşısında çözüm için her çalışan davet edilmelidir.
- Çalışanlara verilen sözlerin tutulması gerekmektedir.

3. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Hipotezi

Turizm sektöründe yaşanan zor çalışma şartları, sektör çalışanlarını etkilemektedir ve buna bağlı olarak turist rehberlerinin büyük bir kesimi gelecek kaygısı içerisinde hayatlarını sürdürmektedir. Bu durumun sonucu olarak da işten ayrılmalar yaşanabilmektedir. Literatüre bakıldığında bu çalışmanın var olan diğer çalışmalardan farkı, turist rehberlerinin kendi yöneticilerini değerlendirecek olmasıdır. Bununla beraber, araştırma sonuçlarının hem yapılacak olan çalışmalara hem de sektör yöneticilerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yöneticilerin sahip olduğu kişilik özellikleri ve iletişim becerileri, turizm sektöründe faaliyet gösteren ve bu sektörün ayrılmaz parçalarından biri olan turist rehberleri üzerinde önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bu bağlamda işten ayrılma niyeti hassasiyetle üzerinde durulması gereken ve bilimsel araştırmalar ile daha anlaşılır kılınması gereken bir süreçtir. Yöneticilerin sahip olduğu kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerini nasıl etkilediği de bu kapsamda detaylı bir şekilde araştırılması gereken bir husustur. Bununla birlikte, ilgili literatür de bu yöndeki araştırma sayısının çok sınırlı olması, bu araştırmayı sonuçları bağlamında önemli kılmaktadır.

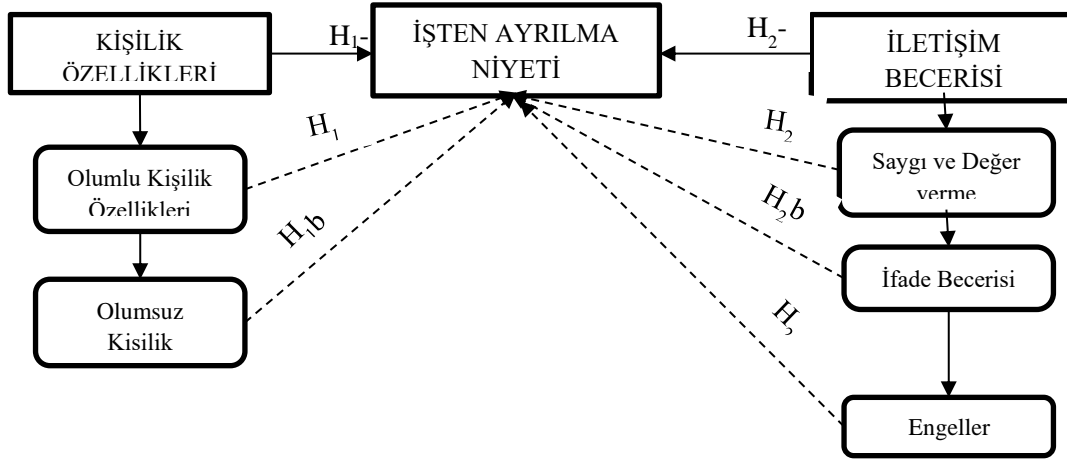
Kişilerarası farklılıklar hayatın hemen hemen her noktasında kendini gösterdiği gibi iş yaşamında da görülmekte ve işletmeler açısından da önem taşımaktadır. Bu kişisel farklılıklar, işletmelerde hem işgörenler arasında hem de işgören ile yönetici ilişkisinde birtakım sorunlara yol açabilmektedir. İşgörenler arasında çıkan kişisel farklılıklar, işe yansıdığına iş ortamında huzursuzluk olabileceği gibi, işgören ile yönetici arasında olan kişilik farklılıkları da işgörenleri bir çıkmaza itebilmektedir. Bununla birlikte, kişilerarası iletişimde, tıpkı kişilik özelliklerinde olduğu gibi hem sosyal hem de iş hayatında oldukça etkili olmaktadır. Yöneticilerin iletişim becerileri ne kadar etkili olursa işgörenler ile olan ilişkileri bir o kadar güçlenebilecek ve işten ayrılma gibi

durumların önlenmesinde de etkili olabilecektir. Buradan hareketle; araştırmanın temel iki hipotezi aşağıdaki gibi oluşturmuştur.

H₁: Yöneticilerin sahip olduğu kişilik özellikleri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₂: Yöneticilerin iletişim becerileri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Şekil 1
Araştırma Modeli



4. Yöntem

Bu araştırmanın evreni, Ankara Turist Rehberleri Odasına bağlı olarak faaliyet gösteren eylemli turist rehberlerinden oluşmaktadır. Bu kapsamda, Ankara Turist Rehberleri Odasına bağlı olarak faaliyet gösteren 222 eylemli turist rehberi bu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 50) örneklem hesaplamalarında 500 kişilik evrenin 217 örneklem sayısını ve 750 kişilik evrenin 254 örneklem sayısını karşıladığını belirtmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın evren büyüklüğü 606 kişi olduğundan dolayı 222 kişilik örneklem sayısını karşıladığı öngörülmüştür. Ankara Turist Rehberleri Odasının seçilme nedeni ise, araştırmacının veri toplamak için Ankara iline daha kolay ulaşım sağlayabilecek kaynaklara sahip olmasıdır.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmış olup kişilik özellikleri, iletişim becerileri ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi içeren literatürün incelenmesi neticesinde hazırlanan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, demografik özellikler yer alırken, ikinci bölümde kişilik özelliklerini değerlendirmeye yönelik, üçüncü bölümde iletişim becerileri, dördüncü bölümde ise işten ayrılma niyetine yönelik ifadeler yer verilmiştir. Anket formunda yer alan sorular 5'li likert derecelenmesi kullanılarak hazırlanmıştır. Likert derecelenmesinde düzeyler, 1- kesinlikle katılmıyorum, 2- katılmıyorum, 3- orta derecede katılıyorum, 4- katılıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum şeklinde oluşturulmuştur. Birinci bölüm, demografik sorulardan (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, mesleki deneyim, gelir düzeyi ve turizm rehberliği mesleğini tavsiye eder misiniz?) oluşmaktadır. İkinci bölümde, kişilik özelliklerine yönelik sorular, üçüncü bölümde iletişim becerileri ve dördüncü bölümde ise işten ayrılma niyetine yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde Gosling (2003)'ün geliştirdiği kişilik ölçeği kullanılmıştır. Üçüncü bölümde Karagöz ve Kösterelioğlu (2008)'in geliştirdiği iletişim

becerileri değerlendirme ölçeği kullanılmıştır. Son olarak dördüncü bölümde ise, Wayne ve diğerlerinin (1997) işten ayrılma niyeti ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizleri Ocak 2022 ile Haziran 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler, ilk olarak veri analiz programına aktararak geçerlilik (Faktör analizi) ve güvenilirlik (Cronbach Alpha) analizleri ile gerçekleştirilmiştir. Sonrasında verilerin normal dağılımının test edilmiş olup test sonucunda basıklık ve çarpıklık katsayılarının +2 ile -2 arasında olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmış ve ilerleyen süreçte buna uygun testler kullanılmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler analiz edilmesi, katılımcıların ölçeklerde yer alan ifadelere katılım düzeyleri aritmetik ortalama ve standart sapma teknikleri ile belirlenmiştir. Araştırma bulgularının değerlendirilmesi sürecinde ise ilk olarak değişkenler arası ilişkiler korelasyon analizi ile test edilmiş, devamında da regresyon analizleri ile etki düzeyi belirlenmiştir. Son olarak analizler sonucunda elde edilen bulgular, mevcut alanyazın ile karşılaştırılarak araştırmanın tartışma ve sonuç bölümü oluşturulmuştur.

5. Bulgular

Araştırma verilerinin analizi aşamasında anket tekniği ile elde edilen veriler, ilk olarak istatistiksel program kullanılarak veri analizleri yapılmış ve sonrasında da güvenilirlik analizi yapılarak, verilerin istatistiksel analiz için uygun olup olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 1

Araştırma Ölçeği Geçerlilik Analizi Sonuçları

Ölçek türü	Katılımcı sayısı (n)	İfade sayısı	Güvenilirlik kat sayısı
Araştırma ölçekleri bütünü	222	33	0,918
• Kişilik özellikleri ölçeği	222	10	0,765
• İletişim becerisi ölçeği	222	20	0,961
• İşten ayrılma niyeti ölçeği	222	3	0,936

Kişilik özellikleri ölçeğinde 2,3,4,6,8 ve 10 numaralı ifadeler ile iletişim becerisi ölçeğinde 15,16 ve 17 numaralı ifadeler olumsuz anlam içerdiği için ters kodlanmıştır.

Verilerin güvenilir olması için, Alpha kat sayısı 0 ile 1 arasında değer alabilmekte ve Cronbach Alpha katsayısının istatistiksel analizde en az 0,70 olması gerekmektedir (Balcı, 2011). Bu bağlamda, araştırma ölçeklerine yönelik yapılmış olan ve Tablo 2’de sonuçları verilen güvenilirlik analizlerinde, kişilik özellikleri ölçeği güvenilirliğini ifade eden Cronbach Alpha katsayısının 10 ifade için 0,765, iletişim becerisi ölçeği 20 ifade için 0,961 ve işten ayrılma niyeti ölçeği 3 ifade için 0,936 olduğu saptanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin genel güvenilirliği ise 0,918 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmada kullanılan ölçekler istatistiksel olarak güvenilirdir.

Veri analizinde bir sonraki aşamada kişilik özellikleri ölçeğine yönelik geçerlilik testleri gerçekleştirilerek sonuçlar tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2 incelendiğinde, kişilik ölçeğinde örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO kat sayısının 0,789 ve varyansların homojenliğini test eden Barlett’s küresellik testi sonucunun 0,000 olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen faktör analizinde kişilik özellikleri ifadelerinin iki boyut altında toplandığı ve ifadelerin toplam varyansın yaklaşık %53’ünü açıkladığı saptanmıştır. Kişilik özelliklerinde en yüksek faktör yüküne sahip olan ifade “KÖ7- Sempatik (0,873)” ifadesidir. Bu ifadeyi 0,833 faktör yükü ile “KÖ9 Sakin” ifadesi takip etmektedir. Tablo 3’te yer alan bilgilere göre kişilik özellikleri ölçeğinin olumlu kişilik



özellikleri boyutunun özdeğeri 3,10 olup olumsuz kişilik özelliklerinin özdeğeri ise 1,69 olduğu görülmekte ve ölçekte yer alan ifadelerle ait genel güvenilirlik katsayısı 0,765'tir. Buradan hareketle araştırmada kullanılan kişilik özellikleri ölçeği verileri geçerli ve güvenilir olarak kabul edilmiştir.

Tablo 2

Kişilik Özellikleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler		Kişilik Özellikleri	
Yöneticimi olarak görürüm.		Olumlu Kişilik öz.	Olumsuz kişilik öz.
KÖ1	Dışa dönük	,535	
KÖ3	Kavgacı	,692	
KÖ5	Yeni yaşantılara açık	,659	
KÖ7	Sempatik	,873	
KÖ9	Sakin	,833	
KÖ4	Kaygılı		,548
KÖ6	Çekingen		,744
KÖ8	Dikkatsiz		,602
KÖ10	Geleneksel		,551
Özdeğer		3.101	1.690
Varyansın Açıklanma Oranı (%)		34.451	18.777
Birikimli Varyans		34.451	53,228
Toplam Varyansı Açıklanma Oranı			53,228
KMO Değeri			0.789
Barlett Test Değeri		x ² : 562,591 p: 0.000	
Not: KÖ2 ifadesinin faktör yükü 0,30 altında olduğu için analizden çıkarılmıştır.			

Veri analizinde bir sonraki aşamada iletişim becerileri ölçeği incelenmiş ve bulgular Tablo 3'te sunulmuştur. Tablo 3 incelendiğinde, örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO kat sayısının 0,960 ve varyansların homojenliğini test eden Barlett's küresellik testi sonucunun 0,000 olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak iletişim becerileri ölçeğine ilişkin verilerin geçerli olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 3

İletişim Becerileri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler		İletişim Becerileri		
		1 Saygı ve değer verme	2 İfade Becerisi	3 Engeller
İB3	Bazı düşüncelerimizi takdir ettiğini söyler	,901		
İB14	İletişimi engelleyecek değişkenleri kontrol altında tutar	,888		
İB1	Bizden aldıkları geribildirimleri dikkate alırlar	,879		
İB4	Düşüncelerimize saygı duyduğunu hissettirir	,867		
İB2	Eleştirilerini karşı tarafı kırmadan yapmaya özen gösterir	,865		
İB20	Rahatlıkla soru sorabileceğimiz bir ortam yaratır.	,855		
İB13	Düşüncelerimizi dinlerken oldukça sabırlıdır.	,855		
İB11	Düşüncelerimize önem verdiğini bize hissettirir.	,846		
İB5	Düşüncelerimizi ifade ederken neden böyle düşündüğümüzü anladığını belirtir.	,838		
İB18	Geri bildirimlerimizi "güzeldi", "katılıyorum" vb. ifadelerle pekiştirir.	,837		
İB9	Konuşma hızını iyi ayarlar.	,774		



Tablo 3

İletişim Becerileri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları (Devamı)

İfadeler	İletişim Becerileri		
	1 Saygı ve değer verme	2 İfade Becerisi	3 Engeller
İB12 Seçenekler arasında seçim yapmamız konusunda bizi özgür bırakır.	,717		
İB10 Konuşma esnasında bizimle göz teması kurar.	,634		
İB19 Konuşmaya “merhaba”, “günaydın” vb. ifadeler kullanarak başlar		,793	
İB7 Bir sorun olduğunda çözüm önerisi getirir.		,756	
İB8 Somut örnekler verir.		,643	
İB6 Konuşurken jest mimiklerini etkili kullanır		,583	
İB17 Bizi suçlayan ifadeler kullanır			,456
İB16 Emir vererek konuşur.			,461
İB15 Bize ismimiz dışında başka adlarla hitap eder			,914
Özdeğer	10.380	2.912	1.529
Varyansın Açıklanma Oranı (%)	51.901	14.560	7.644
Birikimli Varyans	51.901	66.460	74.104
Toplam Varyansı Açıklanma Oranı		74,104	
KMO Değeri		0.960	
Barlett Test Değeri		$x^2: 4342,876$	$p:0.000$

Tablo 3 bilgileri doğrultusunda ölçekte yer alan ifadeler iletişim becerilerine ilişkin toplam varyansın %74’ünü açıklamaktadır. İfadeler arasında en yüksek faktör yüküne sahip olan ifade, “İB15- Bize ismimiz dışında başka adlarla hitap eder (0,914)” ifadesi iken bu ifadeyi 0,901 faktör yükü ile “İB3- Bazı düşüncelerimizi takdir ettiğini söyler” ifadesi takip etmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmada kullanılan iletişim becerileri ölçeği verileri geçerli olarak kabul edilmiştir.

Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri kapsamında son olarak, İşten ayrılma niyeti ölçeği verileri incelenmiş ve bulgular Tablo 4’te sunulmuştur. Tablo 4 incelendiğinde örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO kat sayısının 0,766 ve varyansların homojenliğini test eden Barlett’s küresellik testi sonucunun 0,000 olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak, işten ayrılma niyeti ölçeğine ilişkin verilerin geçerli olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 4

İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	İşten Ayrılma Niyeti	
İAN1 Ciddi olarak işimi bırakmayı düşünüyorum	,948	
İAN3 Sıklıkla bu işten ayrılmayı düşünüyorum	,945	
İAN2 Daha iyi bir iş bulur bulmaz bu işten ayrılacağım	,932	
Özdeğer	2.661	
Varyansın Açıklanma Oranı (%)	88.714	
Birikimli Varyans	88.714	
Toplam Varyansı Açıklanma Oranı	88.714	
KMO Değeri	0.766	
Barlett Test Değeri	$x^2: 568,844$	$p:0.000$

Tablo 4 bilgileri ışığında ölçekte yer alan ifadeler, işten ayrılma niyetine ilişkin toplam varyansın yaklaşık %89’ünü açıklamaktadır. Bununla birlikte ölçekte yer alan ifadelerin faktör yükleri 0,90 üzerindedir. İfadeler arasında en yüksek faktör yüküne sahip olanı “İAN1- Ciddi olarak

işimi bırakmayı düşünüyorum (0,948)” iken, bu ifadeyi 0,945 faktör yükü ile “İAN3- Sıklıkla bu işten ayrılmayı düşünüyorum” ifadesi takip etmektedir. İşten ayrılma niyeti ölçeğinin güvenilirlik kat sayısı ise 0,936 olarak hesaplanmıştır. İlgili sonuçlar doğrultusunda, araştırmada kullanılan işten ayrılma niyeti ölçeği verileri geçerli olarak kabul edilmiştir.

Veri analizinde güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinden sonra sıklık ve yüzde analizi kullanılarak katılımcılara ait bazı demografik bilgiler incelenmiştir. Tablo 5’te yer alan sonuçlara göre araştırmaya katkı sağlayan katılımcıların %61,6’sı erkek (n: 139) ve %37,4’ü kadındır (n: 83). Katılımcılar arasında evli ve bekâr olan kişiler eşit olarak %50 orana sahiptir (n: 111). Yaş alanında en büyük grubu %53,6’lık oran ile 26-34 yaş aralığında olan (n: 119) kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların gelir düzeyinde en büyük grup, %53,2’lik bir oran ile 4201-8000 arasında geliri olan (n: 118) kişiden oluşmakta, eğitim düzeyine bakıldığında da en büyük grup % 77,9 oranıyla lisans eğitimi almış olan (n: 173) kişiden oluşmaktadır. Son olarak ise katılımcılara sorulmuş olan “Turist rehberliği mesleğini tavsiye eder misiniz?” sorusuna en çok %39,2’lik bir oran ile (n: 87) kişi, “tavsiye etmem” yanıtını vermiştir.

Tablo 5

Katılımcılara Ait Demografik Veriler

Değişken	Grup	n	%	Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	83	37,4	Eğitim düzeyi	İlköğretim	1	,5
	Erkek	139	62,6		Lise	8	3,6
Medeni durum	Evli	111	50,0		Ön lisans	10	4,5
	Bekâr	111	50,0		Lisans	173	77,9
Yaş grubu	25 ve altı	10	4,5		Lisansüstü	30	13,5
	26-34	119	53,6	Turist Rehberliği mesleğini tavsiye eder misiniz?	Kesinlikle tavsiye etmem	21	9,5
	35-44	50	22,5		Tavsiye etmem	87	39,2
	45-54	25	11,3		Orta düzeyde tavsiye ederim	38	17,1
	55 ve üzeri	18	8,1		Tavsiye ederim	59	26,6
4200 ve altı		16	7,2		Kesinlikle tavsiye ederim	17	7,7
Gelir düzeyi	4201-8000	118	53,2	n: sayı, %: yüzde			
	8001-11500	65	29,3				
	11501 ve üzeri	23	10,4				

Veri analizinin bir sonraki aşaması, katılımcıların kişilik özellikleri algısına ilişkin değerlendirmeleri içermektedir. Bu amaçla gerçekleştirilen frekans analizi, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 6’da sunulmuştur. Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların kişilik özelliklerine yönelik algılarının genel ortalamasının \bar{x} : 3,2347 ile üç (3) üzerinde olduğu görülmektedir. Bununla beraber, katılımcıların kişilik özelliklerine yönelik olumlu algılarını ifade eden ve iki alt boyuttan biri olan olumlu kişilik özellikleri ortalamasının (\bar{x} : 3,1811) ile orta-yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bir diğer boyut olan (olumsuz kişilik özellikleri) ortalaması ise (\bar{x} : 3,2455) ile orta-yüksek düzeyde olduğu aynı şekilde görülmektedir.



Tablo 6

Kişilik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı Analizler

	İfade	Ortalama	Standart sapma
Olumlu Kişilik Özellikleri (\bar{x} : 3,1811)	KÖ1	3,9324	,80154
	KÖ3	3,4099	1,07564
	KÖ5	3,1081	1,31370
	KÖ7	2,7027	1,31881
	KÖ9	2,7523	1,18317
Olumsuz Kişilik Özellikleri (\bar{x} : 3,2455)	KÖ4	2,8378	1,27659
	KÖ6	4,1667	,89956
	KÖ8	3,5495	1,09080
	KÖ10	2,4279	1,10602
Genel		3,2097	1,1184

Tablo 6 ifadeleri değerlendirildiğinde “KÖ6- Çekingen (\bar{x} : 4,1667)” ifadesinin katılımcılar tarafından en fazla algılanan ifade olduğu görülmektedir. Bu ifadeyi \bar{x} : 3,9324 ile “KÖ1- Dışa dönük” ve \bar{x} : 3,5495 ile “KÖ8- Dikkatsiz” ifadeleri izlemektedir. Ölçek genelinde en az katılım gösterilen ifade ise \bar{x} : 2,4279 ortalama ile “KÖ10- Geleneksel” ifadesidir. Veri analizine iletişim becerileri ölçeği ifadelerine ilişkin tanımlayıcı bilgilerin değerlendirilmesi ile devam edilmiş ve analiz sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7

İletişim Becerilerine İlişkin Tanımlayıcı Analizler

	İfade	Ortalama	Standart sapma
Saygı ve Değer verme (\bar{x} : 2,9955)	İB1	3,0225	1,23099
	İB2	2,8784	1,29691
	İB3	2,9459	1,28576
	İB4	2,9640	1,32793
	İB5	2,7973	1,27609
	İB9	3,0676	1,30434
	İB10	3,5946	1,28252
	İB11	2,9189	1,25943
	İB12	2,9910	1,14943
	İB13	2,9685	1,13117
	İB14	2,8739	1,34949
	İB18	2,9189	1,19300
İfade Becerisi (\bar{x} : 3,9155)	İB20	3,0000	1,36869
	İB6	3,7297	1,13318
	İB7	3,9775	,79844
	İB8	3,6577	1,04639
Engeller (\bar{x} : 3,3634)	İB19	4,2973	,76808
	İB15	3,9550	1,25404
	İB16	3,1622	1,24064
Genel	İB17	2,9730	1,36511
		3,2347	,91852

Tablo 7 incelendiğinde iletişim becerilerinin genel ortalamasının \bar{x} : 3,2347 ile üç (3) üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek katılım gösterilen ifade “İB19- Konuşmaya “merhaba”, “günaydın” vb. ifadeler ile başlar (\bar{x} : 4,2973)” ifadesidir. Bu ifadeyi \bar{x} : 3,9775 ile “İB7- Bir sorun olduğunda çözüm önerisi getirir” ifadesi ve \bar{x} : 3,9550 ile “İB15- Bize ismimiz dışında başka adlarla

hitap eder” ifadesi takip etmektedir. Tablo 7’de görüldüğü gibi iletişim becerileri ölçeğinde yer alan üç alt boyuttan (saygı ve değer verme) ortalaması \bar{x} : 2,9955, (ifade becerisi) ortalaması \bar{x} : 3,9155 ve (engeller) ortalamasının ise \bar{x} : 3,3634 olduğu görülmektedir. Bununla birlikte engeller boyutunda yer alan ifadelerin ters kodlandığı göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısı ile yöneticilerin iletişim becerilerinde engeller ile karşılaşmadığı yönünde yorumlama yapılmalıdır. Araştırmada ölçeklere ilişkin tanımlayıcı analizlerde son olarak işten ayrılma niyeti ölçeği incelenmiş ve Tablo 8’de analiz sonuçları sunulmuştur. Tablo genel olarak incelendiğinde katılımcıların işten ayrılma niyeti algılarının orta-yüksek düzeyde (\bar{x} : 3,5135) olduğu görülmektedir.

Tablo 8

İşten Ayrılma Niyetine İlişkin Tanımlayıcı Analizler

	İfade	Ortalama	Standart sapma
İşten Ayrılma Niyeti	İAN1	3,2928	1,37852
Genel	İAN2	3,7568	1,42198
(\bar{x} : 3,5135)	İAN3	3,4910	1,46988

Tablo 8 ifadeler bağlamında değerlendirildiğinde ise, en yüksek katılım gösterilen ifadenin “İAN2- Daha iyi bir iş bulur bulmaz bu işten ayrılacağım (\bar{x} : 3,7568)” ifadesi olduğu görülmektedir. Bu ifadeyi de “İAN3- Sıklıkla bu işten ayrılmayı düşünüyorum (\bar{x} : 3,4910) ifadesi takip etmektedir.

Yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerine olan etkisinin incelendiği bu araştırmada, araştırma amacı doğrultusunda iki temel hipotez oluşturulmuştur. Söz konusu hipotezlerde kişilik özellikleri ve iletişim becerileri bağımsız değişkenler, işten ayrılma niyeti ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Hipotezlerin test edilmesi kapsamında ise ilk olarak değişkenler arası ilişkiler korelasyon analizi ile ölçülmüş ve bulgular Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9

Değişkenler Arası İlişkiler

		1	2	2.1	2.2	3
İşten ayrılma (1)	r					
Kişilik özellikleri (2)	r	-,633**				
Olumlu Kişilik özellikleri (2.1)	r	-,684**	,901**			
Olumsuz Kişilik Özellikleri (2.2)	r	-,315**	,766**	,411**		
İletişim becerileri (3)	r	-,749**	,811**	,869**	,417**	
Saygı ve Değer verme (3.1)	r	-,753**	,796**	,871**	,383**	,985**
İfade becerisi (3.2)	r	-,409**	,528**	,602**	,217**	,708**
Engeller (3.3)	r	-,575**	,636**	,566**	,497**	,717**

*: 0.01 düzeyinde ilişkiler anlamlıdır, $p < 0.01$, r: Pearson korelasyon kat sayısı

Tablo 9 bulguları incelendiğinde araştırmanın temel değişkenleri olan kişilik özellikleri ve işten ayrılma niyeti arasında orta-yüksek (r: -0,633) düzeyde ilişki olduğu görülmektedir. Diğer yandan yöneticilerin iletişim becerisi ile işten ayrılma niyeti arasında yüksek (r: -0,749) düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Tablo daha detaylı incelendiği zaman olumlu kişilik özellikleri ile işten ayrılma niyeti arasında yüksek (r: -0,684) düzeyde, olumsuz kişilik özellikleri ile işten ayrılma niyeti

arasında ise zayıf ($r: -0,315$) bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Benzer şekilde iletişim becerilerinin alt boyutlarına bakıldığında saygı ve değer verme boyutu ile işten ayrılma niyeti arasında yüksek düzeyde ($r: -0,753$), ifade becerisi ile işten ayrılma niyeti arasında orta düzeyde ($r: -0,409$) ve engeller ile işten ayrılma niyeti arasında ise orta düzeyde ($r: -0,575$) düzeyinde ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan açıklamalar doğrultusunda araştırmanın değişkenleri arasında ters yönlü bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Fakat bu ilişkilerin tesadüfi olarak ortaya çıkmış olma ihtimalinden dolayı hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizlerinin kullanılması gerekmektedir.

Hipotezlerin test edilmesinde ilk olarak araştırmanın birinci hipotezi tek değişkenli basit doğrusal regresyon analizi ile test edilmiş ve bulgular Tablo 10’da verilmiştir. Bu süreçte kişilik özellikleri bağımsız değişken, işten ayrılma niyeti bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda oluşturulan regresyon modelinin analize uygun ve anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($F: 146,865$, $p: 000$). Modelin matematiksel ifadesi ise “*İşten ayrılma niyeti = 7,556 – 1,259 * Kişilik özellikleri*” şeklindedir.

Tablo 10

Kişilik Özelliklerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

	Standardize Edilmemiş Kat Sayılar		Standardize Kat Sayılar	t	Sig.	Düzeltilmiş R ² değeri	F değeri	Sig.
	B	Standart Hata	Beta					
Sabit	7,556	,341	---	22,172	,000			
Kişilik Özellikleri	-1,259	,104	-,633	-12,119	,000*	,398	146,865	0,000

*İşten ayrılma niyeti: 7.556 – 1.259 * Kişilik Özellikleri*

Tablo 10’da verilen bulgulardan yola çıkarak, yönetici kişilik özelliklerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetine ilişkin toplam varyansın yaklaşık %39’unu teşkil etmektedir. Bununla birlikte, yönetici kişilik özelliklerinde meydana gelen her bir (1) birimlik artışın turist rehberlerinin işten ayrılma niyetini %63 oranında azalttığı görülmektedir. Dolayısıyla, yönetici kişilik özelliklerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerini azaltmada önemli bir faktör olduğunu söylemek mümkündür. Buradan yola çıkarak, araştırmanın birinci hipotezi olan “*H₁: Yöneticilerin sahip olduğu kişilik özellikleri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir*” hipotezi KABUL edilmiştir.

Araştırmanın birinci hipotezinin kabul edilmesinden sonra, birinci hipoteze bağlı olarak geliştirilen alt hipotezlerin test edilmesi için çok değişkenli basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo 11’de sunulmuştur. Gerçekleştirilen analizde kişilik özellikleri değişkeni alt boyutları bağımsız değişken, işten ayrılma niyeti ise bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda, oluşturulan regresyon modelinin analize uygun ve anlamlı olduğu saptanmıştır ($F: 96,975$, $p: 0,000$). Kişilik özelliklerine ilişkin alt boyutların işten ayrılma niyetine ilişkin toplam varyansın yaklaşık %47’sini teşkil ettiği modelde dikkati çeken ilk bulgu, kişilik özelliklerine ait olumlu kişilik özellikleri alt boyutunun işten ayrılma niyetine etki ettiğinin belirlenmesidir ($p < 0,05$). Buradan hareketle, olumlu kişilik özellikleri alt boyutu işten ayrılma niyetini etkilemektedir ve regresyon modeli “*İşten ayrılma niyeti = 7,092-1,047 * Olumlu kişilik özellikleri*” şeklindedir.

Tablo 11

Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

	Standardize Edilmemiş Kat Sayılar		Standardize Kat Sayılar	t	Sig.	Düzeltilmiş R ² değeri	F değeri	Sig.
	B	Standart Hata						
Sabit	7,092	,333	-	21,318	,000			
Olumlu Kişilik Özellikleri	-1,047	,085	-,667	-12,364	,000*	,465	96,975	,000
Olumsuz Kişilik Özellikleri	-,077	,100	-,041	-,766	,445			

İşten ayrılma niyeti: 7,092-1,047*Olumlu Kişilik Özellikleri

Tablo 11 bulguları incelendiğinde kişilik özellikleri alt boyutu olan olumlu kişilik özelliklerinin işten ayrılma niyetini yaklaşık %67 oranında azalttığı görülmektedir. Dolayısıyla kişilik özelliklerine ilişkin olumlu kişilik özellikleri, işten ayrılma niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Buradan yola çıkarak, “*H_{1a}: Yöneticilerin sahip olduğu olumlu kişilik özellikleri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir*” alt hipotezi KABUL edilmiştir. Diğer yandan tabloda yer alan bulgulara göre olumsuz kişilik özellikleri alt boyutunun işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır ($p>0,05$ ve $p: 0,445$). Bu bağlamda araştırmanın ikinci alt hipotezi olan “*H_{1b}: Yöneticilerin sahip olduğu olumsuz kişilik özellikleri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir*” REDDEDİLMİŞTİR.

Araştırma hipotezlerinin test edilme sürecinde H_1 hipotezi ve bu hipoteze bağlı alt hipotezlerin kabul edilmesinden sonra araştırmanın H_2 hipotezi ve H_2 hipotezine bağlı alt hipotezler test edilmiştir. İletişim becerisinin işten ayrılma niyetine etkisini ölçen H_2 hipotezinin test edilmesi için tek değişkenli basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve analiz sonucu Tablo 12’de verilmiştir. Tablo 12 değerlendirildiğinde analiz için oluşturulan regresyon modelinin anlamlı ($p:000$) ve analize uygun olduğu görülmektedir ($F: 281,013$). Regresyon modelinin matematiksel ifadesi ise “*İşten Ayrılma Niyeti: 7,050-1,093*İletişim Becerileri*” şeklindedir.

Tablo 12

İletişim Becerisinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

	Standardize Edilmemiş Kat Sayılar		Standardize Kat Sayılar	t	Sig.	Düzeltilmiş R ² değeri	F değeri	Sig.
	B	Standart Hata						
Sabit	7,050	,219	---	32,155	,000			
İletişim Becerileri	-1,093	,065	-,749	-16,763	,000	,559	281,013	0,000

İşten ayrılma niyeti: 7,050-1,093 *İletişim Becerileri

Tablo 12'ye göre iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetine ilişkin toplam varyansın yaklaşık %55'ini oluşturmaktadır. Yöneticilerin iletişim becerilerinin, turist rehberlerinin işten ayrılma niyetini yaklaşık % 75 oranında azalttığı görülmektedir. Buradan hareketle, iletişim becerileri işten ayrılma niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Bu bağlamda, araştırmanın ikinci temel hipotezi olan " H_2 : Yöneticilerin iletişim becerileri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir" hipotezi KABUL edilmiştir.

Araştırmanın ikinci hipotezinin kabul edilmesi sonrasında ikinci hipoteze bağlı olarak geliştirilen alt hipotezlerin test edilmesi için çok değişkenli basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo 13'te sunulmuştur. İletişim becerisi alt boyutlarının bağımsız değişken, işten ayrılma niyetinin de bağımlı değişken olarak değerlendirildiği analiz sonucunda oluşturulan regresyon modelinin analize uygun ve anlamlı olduğu belirlenmiştir (F: 104,621, p: 0,000). İletişim becerisine ilişkin alt boyutların işten ayrılma niyetine ilişkin toplam varyansın yaklaşık %58'ini teşkil ettiği modele genel olarak bakıldığında ilk bulgu, iletişim becerilerine ait Engeller boyutunun işten ayrılma niyetine etki ettiğinin saptanmasıdır (p<0,05). Bu bağlamda, saygı ve değer verme boyutu ve engeller boyutunun işten ayrılma niyetini etkilemektedir ve regresyon modeli " $\hat{I}şten\ Ayrılma\ Niyeti = 6,058-,871*Saygı\ ve\ Değer\ Verme - -204*Engeller$ " şeklindedir.

Tablo 13

İletişim Becerisi Alt Boyutlarının İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

	Standardize Edilmemiş Kat Sayılar		Standardize Kat Sayılar		t	Sig.	Düzeltilmiş R ² değeri	F değeri	Sig.
	B	Standart Hata	Beta						
Sabit	6,058	,360	---		16,810	,000			
Saygı ve Değer verme	-,871	,082	-,716		-10,594	,000*	,584	104,621	,000
İfade Becerisi	,192	,107	,101		1,791	,075			
Engeller	-,204	,072	-,160		-2,850	,005*			
İşten ayrılma niyeti: 6,058-,871*Saygı ve Değer verme- -204*Engeller									

Tablo 13 bulguları incelendiğinde iletişim becerisi alt boyutu olan saygı ve değer vermenin, işten ayrılma niyetini yaklaşık % 72 oranında azalttığı görülmektedir. Dolayısıyla işten ayrılma niyetini anlamlı şekilde etkilemektedir. Buradan hareketle " H_{2a} : Yöneticilerin saygı ve değer verme becerileri turist rehberlerinin işte ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir" alt hipotezi KABUL edilmiştir. Tabloda yer alan bulgulara bakıldığında ifade becerisi alt boyutunun işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır (p>0,05 ve p: 0,75). Bu bağlamda " H_{2b} : Yöneticilerin ifade becerileri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir" alt hipotezi REDDEDİLMİŞTİR. Son olarak ise, iletişim becerisi alt boyutu olan engeller boyutunun işten ayrılma niyetini % 16 oranında azalttığı ve işten ayrılma niyetini anlamlı şekilde etkilediği görülmektedir. Bu bağlamda " H_{2c} : Yöneticilerin engeller becerisi turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir" alt hipotezi KABUL edilmiştir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırma kapsamında kişilik özellikleri, iletişim becerisi ve işten ayrılma niyeti anket formları Ankara Turist Rehberleri Odasına bağlı olarak faaliyet gösteren eylemli 222 turist rehberine uygulanmış ve analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analizlerde katılımcıların demografik özelliklerinde genel olarak şu sonuçlara ulaşılmıştır; katılımcıların %62,6'sı erkek ve %37,4'ü kadın'dır. Yaş oranına bakıldığında 26-34 yaş aralığında olan 119 kişi en büyük grubu oluşturmaktayken, %53,2 ile gelir düzeyinde en yüksek olan grubu 4201-8000 aralığında olan kişiler ve eğitim düzeyinde ise, en büyük grubu lisans mezunu olan 173 kişi oluşturmaktadır. Demografik verilerin son kısmında ise Turist rehberliği mesleğini tavsiye eder misiniz? sorusuna "tavsiye etmem" yanıtını veren 87 kişi en büyük grubu, "tavsiye ederim" yanıtını veren 59 kişi ise ikinci büyük grubu oluşturmaktadır.

Değişkenlere ve değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır; yönetici kişilik özellikleri ile işten ayrılma niyeti arasında orta-yüksek düzeyde ilişki olduğu, yönetici iletişim becerileri ile işten ayrılma niyeti arasında ise yüksek düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır. Yönetici kişilik özelliklerinin alt boyutlarına bakıldığında ise, olumlu kişilik özellikleri ile işten ayrılma niyeti arasında yüksek düzeyde, olumsuz kişilik özellikleri ile işten ayrılma niyeti arasında ise zayıf bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte iletişim becerilerinin alt boyutlarına bakıldığında ise, saygı ve değer verme boyutu ile işten ayrılma niyeti arasında yüksek, ifade becerisi ve engeller boyutlarının ise işten ayrılma niyeti arasında orta düzeyde ilişki olduğu belirlenmiştir.

Belirlenen hipotezlere yapılan analizlerde şu sonuçlara ulaşılmıştır; yönetici kişilik özelliklerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetini %63 oranında azalttığı belirlenmiştir. Yönetici kişilik özellikleri alt boyutları incelendiğinde ise, olumlu kişilik özelliklerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetini %67 oranında azalttığı, olumsuz kişilik özelliklerinin ise turist rehberlerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı saptanmıştır. Bununla birlikte iletişim becerilerine yönelik hipotezlere bakıldığında, yöneticilerin iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerini %75 oranında azalttığı belirlenmiştir. Yönetici iletişim becerilerinin alt boyutlarına bakıldığında ise, saygı ve değer verme boyutunun turist rehberlerinin işten ayrılma niyetini yaklaşık %72 oranında ve engeller boyutunun da %16 oranında azalttığı görülmekteyken ifade becerisi boyutunun ise, turist rehberlerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Tablo 14

Araştırma Hipotezlerinin Genel Değerlendirmesi

Hipotezler	Sonuç
H1: Yöneticilerin sahip olduğu kişilik özelliklerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Kabul edildi
H1a: Yöneticilerin sahip olduğu olumlu kişilik özellikleri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Kabul edildi
H1b: Yöneticilerin sahip olduğu olumsuz kişilik özellikleri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Reddedildi
H2: Yöneticilerin iletişim becerileri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Kabul edildi
H2a: Yöneticilerin saygı ve değer verme becerileri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Kabul edildi
H2b: Yöneticilerin ifade becerileri turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Reddedildi
H2c: Yöneticilerin engeller becerisi turist rehberlerinin işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.	Kabul edildi



Turizm sektörü, büyük ölçüde insan gücüne dayalı ve emek yoğun bir sektör olup birbirinde farklı hizmet gruplarından oluşmaktadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren paydaşlardan olan turist rehberleri ise, turizmin önemli temsilcileri arasında yer almaktadırlar. Turist rehberleri, yabancı turistlere birçok farklı dilde hizmet vererek turizmin devamlılığı ve ülkenin temsil edilmesi noktasında büyük ölçüde rol oynamaktadırlar. Yurt dışından gelen misafirlere Türkiye'nin tarihinin, kültürel ve doğal zenginliklerinin tanıtılması için emek veren turist rehberleri, aynı zamanda diğer ülkeler ile Türkiye arasında da bir köprü görevi görmektedirler. Dolayısıyla, turizm sektöründe yaşanan ve yaşanacak olan gelişmeler ile bu gelişmelerin Türkiye'ye yansımaları noktasında turist rehberleri kritik bir görev üstlenmektedirler. Bu durum, turist rehberliği mesleğinin önemini açıkça ortaya koymaktadır.

Turizm sektörünün insan gücüne dayalı ve emek yoğun bir sektör oluşu işten ayrılma ve işe başlama gibi bir personel sirkülasyonunu da beraberinde getirmektedir. Turizm sektörü içerisinde birçok hizmet grubunda faaliyet gösteren kişiler, çeşitli sebeplerden dolayı işten ayrılma niyeti içerisinde olabilmekte olup turist rehberlerinde de bu durum benzer şekilde seyredilmektedir. Bu sebepler arasında bireysel, çevresel ve örgütsel gibi birçok faktör rol oynamaktadır. Çalışma ortamı, yönetici faktörü ve ücret gibi birçok konuyu içine alan ve işten ayrılma niyetine sebebiyet veren bu faktörler, turizm sektöründe önüne geçilebilmesi için çalışma yapılması gereken konular arasındadır. Bununla birlikte, her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de yöneticiler bulunmaktadır. Yöneticilerin sahip olduğu kişilik özellikleri ve iletişim becerileri ise, altlarında çalışan kişiler üzerinde etkin bir rol oynamaktadır.

Buradan hareketle, yukarıdaki açıklamalar da dikkate alınarak araştırmacılara ve sektör temsilcilerine aşağıdaki öneriler getirilmiştir;

- Turizm sektöründe yer alan yöneticilerin, turist rehberleri ile olan ilişkilerinde daha hassas olmaları işten ayrılma davranışının önüne geçilmesinde etkili olabilir.
- Turizm işletmelerine yönetici seçilirken ön araştırma yapılmalı ve belirlenen kriterlere göre tercih yapılmalıdır. Bu kapsamda, yönetici ile çalışanlar arasında doğru bir ilişki kurulmasına yardımcı olarak işe olan bağlılığın artması sağlanabilir.
- Yöneticilere, kişilik özellikleri ve iletişim becerileri noktasında belli aralıklarla rehberlik çalışması yapılmalıdır.
- Turist Rehberleri Birliği, turist rehberlerini desteklemeli ve üyelerinin haklarını savunmalıdırlar.
- Turizm alanında eğitim veren üniversiteler, sektör ve akademi arasında belli aralıklar ile buluşmalar düzenlemelidir.
- Turizm sektöründe yer alan yöneticilerin, kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin mesleği icra etmek için yeterli olup olmadığı belli dönemler içerisinde incelenmeli ve bir kontrol mekanizması oluşturulmalıdır.
- Turizm sektörünün ülkenin tanıtılması ve diğer ülkeler ile etkileşim noktasında önemli bir sektör olduğu unutulmamalı ve sektörün her bir paydaşı bu konuda bilinçlendirilmelidir.
- Araştırma sonuçlarına katkı sağlaması açısından yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetlerinin yanı sıra daha farklı değişkenler ile birlikte, örneğin mesleki tutuma etkisini konu alan araştırmalar yapılması faydalı olabilir.
- Turist rehberleri üzerine literatürde sınırlı çalışma olmasından kaynaklı kişilik özellikleri, iletişim becerileri ve işten ayrılma değişkenleri farklı değişkenler ile ele alınarak turist



rehberlerine yönelik daha farklı çalışmalar yapılabilir ve turist rehberlerinin daha farklı yönleri ortaya konulabilir.

Kaynakça

- Aktaş, Y. ve Kılıç, K. (2013). *Bir bakışta iletişim*, (ss. 130-138). Paradigma Akademi Yayınları.
- Arı, G., Bal, H. & Bal, E, Ç. (2010). İşe bağlılığın tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti ilişkisindeki aracılık etkisi: Yatırım uzmanları üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 143-166.
- Arslan, G. (2020). *Bağlılık, diğergamlık, işkoliklik, tatmin ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Bir Kamu kurumunda araştırma* (Tez No. 655491) [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Avcı, N. & Küçükusta, D. (2009). Konaklama işletmelerinde örgütsel öğrenme, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 33-44.
- Baltaş, Z. & Baltas, A. (1992). *Bedenin dili*. Remzi Kitabevi.
- Çıkmaz, E. (2013). *Otel işletmelerinde çalışan personelin sahip olduğu iletişim becerisinin yükseköğretim mezunu müşteriler tarafından değerlendirilmesine yönelik Gaziantep'te bir uygulama* (Tez No. 486219) [Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Çiçek, İ. & Aslan, E. A. (2020). Kişilik ve beş faktör kişilik özellikleri: Kurumsal bir çerçeve. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(10), 134-138.
- Deniz, İ. (2003). *İletişim becerileri eğitiminin ilköğretim 8. sınıf öğrencilerinin iletişim becerisi düzeylerine etkisi* (Tez No. 133989) [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Dökmen, Ü. (2008). *İletişim çatışmaları ve empati*. (61. Baskı). Remzi Kitabevi.
- Erol, K. & Erol, E. E. (2015). Dil-iletişim ilişkisi kapsamında beden dilinin işlevi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 35, 89-97.
- Eysenck, W. M. (2017). *Simply psychology*. Psychology Press.
- Gökben, Ç, N. ve Beceren, E. (2007). Lider kişilik: Gandhi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi*, 5, 111-132.
- Griffin, W. R. & Moorhead, G. (2014). *Organizational behavior: Managing people and organizations*. Cengage Learning.
- Güney, S. (2016). *Davranış bilimleri*. (10.baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kaplan, T. (2008). *İşgörenlerin kişilik tiplerinin örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisi: Bursa'da mobilya sektöründe uygulama örneği* (Tez No. 231259) [Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>



- Khatri, N., Budhwar, P. & Fern, C, T. (1999). Employee turnover: Bad attitude or poor management?. *Singapore: Nanyang Tecnological University*. 2(5), 19-99.
- Koçel, T. (2010). *İşletme yöneticiliği*. (Genişletilmiş 12. Baskı). Beta Basım Yayım.
- Kuzgun, Y. (2012). Kendini gerçekleştirme. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi*. 10, 162-172.
- McAdams, D.P. & Pals, J. L. (2006). A new big five: Fundamental principles for an integrative science of personality. *American Psychologist*, 61(3), 204-217.
- Mckay, M., Davis, M. & Fannig, P. (2006). *İletişim becerileri* (Çev: Ö. Gerbal). Hyb Yayıncılık.
- Navaro, L. (2016). *Gerçekten beni duyuyor musun?*. Remzi Kitabevi.
- Özer, K. (2015). *İletişimsizlik becerisi*. (12. Basım). Galata Yayıncılık.
- Parhizgar, D. K. (2002). *Multicultural behavior and global business environment*. Howarts Press Inc.
- Sanderson, P. A. (2003). The relationships between empowerment and turnover intentions in a structured enviroment: An assessment of the navy's medical service corps. Regent University, Virginia: *School of Leadership Studies*.
- Sarıtaş, M. (1997). Yönetimde kişilik faktörü. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 12(12), 527-548.
- Sığrı, Ü., Şişman, F. A. & Gemlik, H. N. (2010). Çalışanların kişilik özellikleri ile müzakerecilik yetenekleri arasındaki ilişkinin analizi: Sigortacılık ve lojistik sektörlerinde bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 5, 101-121.
- Spranger, E. (1928). *İnsan tipleri-bir kişilik psikolojisi*. İz Yayıncılık.
- Şimşek, Ş. M. (2008). *Yönetim ve organizasyon*. (10. Baskı). Adım Matbaacılık.
- Şimşek, Ş., Akgemci, T. & Çelik, A. (2005). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış*. (Yenilenmiş 4. Baskı). Adım Matbaacılık.
- Tekin, M. ve Çiçek, E. (2005). İşletmelerde rekabet üstünlüğü sağlamada farklı bir yaklaşım: değer temelli pazarlama. İstanbul Ticaret Üniversitesi, *V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*. 25-27 Kasım 2005, İstanbul, ss. 63-68.
- Telman, N. ve Ünsal, P. (2005). *İnsan ilişkilerinde iletişim*. Epison Yayıncılık.
- Tutar, H. (2016). *Sosyal psikoloji kavramlar ve kuramlar*. Seçkin Yayıncılık.
- Tutar, H. ve Yılmaz, K. (2008). *Genel iletişim kavramlar ve modeller*. (6. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Tütüncü, Ö. ve Demir, M. (2003). Konaklama işletmelerinde insan kaynakları kapsamında işgücü devir hızının analizi ve Muğla bölgesi analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 146-169.



- Yalçınkaya, M. (2007). *Yöneticilerin iletişim becerilerinin çalışanların yaratıcılıklarının ortaya çıkması, yöneticiye güven ve örgütte işbirliği ruhunun gelişmesine etkisinin incelenmesi: Kütahya porselen ve cam sektöründe bir uygulama* (Tez No. 215226) [Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Zel, U. (2000). *Yönetimde kişilik kavramının önemi: Türk ve İngiliz yöneticilerin mesleki kişilik özelliklerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi*, 8. Ulusal Yönetim ve Örgüt Kongresi Bildirileri, İstanbul.
- Zılhoğlu, M. (2003). *İletişim nedir?*. (2.Baskı). Cem Yayınevi.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiđi Kurulu Kararları

Tarih: 17.12.2021

No: 2021/413

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 50

2. yazar katkı oranı : % 50