

# Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi ve Turizm Sektörüne Uyumu Açısından Değerlendirilmesi

*Identifying The Personality Traits of Tourism and Hospitality Students and Evaluating Their Fit Into The Tourism Sector*

**Zeynep ASLAN\*, Şafak ÜNÜVAR\*\* Alaattin BAŞODA\*\*\***

\*Doç. Dr., T. C. Nevşehir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 50300 Nevşehir

E-posta: z.aslan.izmir@gmail.com

\*\*Yrd. Doç. Dr., T. C. Selçuk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Alaeddin Keykubat Kampüsü, Selçuklu, 42075 Konya

E-posta: safakunuvar@selcuk.edu.tr

\*\*\*Arş. Gör., T. C. Selçuk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Alaeddin Keykubat Kampüsü, Selçuklu, 42075 Konya

E-posta: alabasoda@gmail.com

## MAKALE BİLGİLERİ

### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 16 Ocak 2012

Birinci düzeltme: 6 Mart 2012

İkinci düzeltme: 29 Mayıs 2012

Kabul: 31 Mayıs 2012

### Anahtar sözcükler:

Kişilik,

Kişilik-iş/ sektör uyumu,

Turizm eğitimi,

Turizm sektörü.

## ARTICLE INFO

### Article history:

Submitted: 16 January 2012

Resubmitted: 6 March 2012

Resubmitted: 29 May 2012

Accepted: 31 May 2012

### Key words:

Personality,

Personality-job/industry fit,

Tourism education,

Tourism sector.

## ÖZ

Bu araştırmanın temel amacı, potansiyel işgören konumundaki turizm eğitimi alan öğrencilerin (n=924) kişilik özelliklerini, orijinali Costa ve McCrae (1992) tarafından geliştirilen NEO-FFI (Beş Faktör Kişilik Ölçeği) ile saptayarak, ilgili literatür ışığında turizm sektörü bağlamında değerlendirmektir. Anket yöntemiyle elde edilen verileri test etmek için temel belirleyici istatistikler (ortalama ve standart sapmalar) kullanılmıştır. İstatistiksel analiz sonuçları, turizm eğitimi alan öğrencilerin duygusal dengesizlik, deneyime açıklık ve dışadönüklük özelliklerinden aldıkları puanların orta, sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinden aldıkları puanların yüksek olduğunu göstermektedir. Böylece, öğrencilerin baskın (ön plana çıkan) kişilik özelliklerinin sorumluluk ve yumuşak başlılık olduğu ortaya çıkmaktadır. Kişilik-iş uyumunun; birey, işletme ve toplum açısından olumlu sonuçlar doğurduğu görülmektedir. Bu nedenle, bu araştırma ile turizm sektöründe kişilik-iş uyumunun önemiyle ilgili farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır

## ABSTRACT

The main purpose of this research is to identify the personality traits of tourism students who are in the position of an employee (n=924) by NEO-FFI developed originally by Costa and McCrae (1992), and to evaluate them in the context of tourism and hospitality industry related to relevant literature. Descriptive statistics (means and standard deviations) were used to analysis the data gathered via surveys. The results of statistical analysis showed that students scored moderately on neuroticism, extraversion and openness, and highly on conscientiousness and agreeableness. Thus, the results indicated that conscientiousness and agreeableness were the dominant personality traits of tourism students. It is seen that personality-job fit creates positive results in aspect of person, organization and society. For this reason, it was aimed to create awareness of the importance of personality-job fit in tourism sector by this research.

## GİRİŞ

Genel olarak turizm sektörü, "konaklama, yiyecek-içecek, sözleşmeli hizmetler, eğlence hizmetleri, toplantı düzenleme hizmetleri, tema parkları, tedarikçiler, turizm eğitimi gibi birçok faaliyet alanını kapsayan ve birbirinden farklı hizmetleri barındıran bir sektör" olarak tanımlanmaktadır (Barrows ve Bosselman 1999:21). Temelde kişilerin bir başka kişiyle ilgilenmesi, işlerin kişisel hizmete dayanması, sektörel başarının çoğunlukla işgörenlerin ki-

şisel özelliklerine bağlı olması, hizmetlerin üretimi ile tüketiminin eş zamanlı olması, çeşitli hizmetlerin sosyal ortamlarda gerçekleşmesi ve kişilerarası iletişimin yoğun olması turizm sektörünün başlıca özelliklerindedir (Slattery 2002; Themduangkhae 2002; Richardson 2008; Kuşluvan, Kuşluvan, İlhan ve Buyruk 2010). Ayrıca dünya genelinde turizm sektörünün, geniş işgücüne sahip büyük bir sektör olduğu ileri sürülmektedir (Themduangkhae 2002). Türkiye'de ise son 10 yıldan beri turizmde

çalışanların toplam istihdamdaki payının arttığı ve 2010 yılı için bu oranın %5,21 olduğu görülmektedir (TÜROFED Turizm Raporu, Mart 2011). Turizmde işgücünün gittikçe genişlemesi turizmin insan kaynakları üzerinde önemle durulmasını zorunlu hale getirmektedir. Kuşluvan ve diğerlerine (2010) göre turizmde insan sermayesi, turizmin örgütsel çıktıları (örn; rekabet edilebilirlik) üzerinde doğrudan etkisi olduğundan turizm işletmelerinin bel kemiğini oluşturmaktadır. Turizm eğitimi veren okulların temel amacının öğrencileri turizm sektörüne hazırlamak (Hoyle 2003:53) olduğu göz önünde bulundurulduğunda, potansiyel işgören konumundaki öğrencilerin turizmin insan kaynakları, turizmde hizmet pazarlaması, kişisel satış vb. açısından oldukça önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Yüksek Öğretim Kurumu verilerine göre, Türkiye'deki üniversitelerin çoğunluğunda turizm eğitimi veren okullar bulunmaktadır (YÖK 2011). Son 5 yıldan beri turizm eğitimi veren okulların sayısında ise büyük bir artış olduğu gözlenmektedir (ÖSYM 2011). Turizm sektörünün gün geçtikçe büyümesinin, turizm eğitimi veren okulların sayısının giderek artmasına ve turizmle ilgili yeni bölümlerin açılmasına neden olduğu görülmektedir. Böylece, turizm eğitimine olan talebin artacağı ve turizm eğitimi alan veya almış kişilerin turizm istihdamındaki yerinin genişleyeceği öngörülmektedir. Turizm eğitimi alan veya almış olan öğrenciler üzerinde yapılan araştırmalar incelendiğinde, genel olarak öğrencilerin turizme yönelik algılamalarının, tutumlarının ve beklentilerinin belirlenmesine yönelik olduğu görülmektedir (Kuşluvan ve Kuşluvan 2000; Richardson 2008). Araştırmaların bir kısmında, turizmin olumsuz çalışma koşulları, işin doğası, işin sezonluk olması ve düşük ücret gibi sektörden kaynaklanan olumsuzluklardan dolayı öğrencilerin turizme yönelik olumsuz tutum içinde oldukları (Kuşluvan ve Kuşluvan 2000), diğer kısmında ise bölümü ilk sırada ve isteyerek tercih etmeleri ve yurtdışı deneyimi gibi çeşitli nedenlerden dolayı olumlu tutum (Aksu ve Köksal 2005) içinde oldukları sonucuna varılmaktadır.

İşgörenlerin kaliteli hizmet sunabilmesi için tutum ve davranışlarının belirlenmesinde kişiliğin oldukça önemli olduğu görülmektedir (Kuşluvan vd. 2010). Ancak turizm öğrencileri üzerinde yapılan araştırmalar gözden geçirildiğinde, yabancı yazında konuyla ilgili birden çok araştırmaya rastlanma-

sına karşın Türkçe yazında özellikle turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve bu özelliklerin turizm sektörüne göre değerlendirilmesine yönelik herhangi bir araştırmanın olmadığı dikkat çekmektedir. Bu araştırma ile konuyla ilgili Türkçe yazındaki boşluğu doldurmak amaçlanmaktadır. Literatürdeki bu boşluktan yola çıkarak hazırlanan bu araştırmanın temel amacı, turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerini belirlemek ve elde edilen sonuçları ilgili literatür ışığında turizm sektörüne göre değerlendirmektir. Böylece araştırmanın, öğrenciler, eğitim kurumları ve işletmeler açısından önemli yararlar sağlayacağı düşünülmektedir. Bu yararlar; öğrencilerin, kişilik özelliklerini sektörün istediği kişilik özellikleriyle karşılaştırarak kendilerine uygun işi seçmelerine, eğitim kurumlarının öğrenci kişiliklerine göre uygun eğitim stratejilerini uygulamalarına ve turizm işletmelerinin işe uygun kişileri seçmelerine yardımcı olmak şeklinde sıralanabilir. Söz konusu araştırma üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, kişilik ve beş faktör kişilik özellikleri hakkında bilgi verilmekte, sonrasında kişilikle ilgili literatür gözden geçirilmektedir. Son aşamada ise yöntem, bulgular, tartışma, sonuç ve öneriler bölümleri yer almaktadır.

## KİŞİLİK VE BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

Kişilik kavramı farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan en güncel olanlarından biri Weinsstein, Capitanio ve Gosling (2008:330) tarafından şu şekilde yapılmıştır: "Kişilik, bireylerin istikrarlı bir örüntü gösteren duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını tanımlayan ve açıklayan bireysel özelliklerdir" (Kuşluvan ve Eren 2011:142). Hogan (2009) ise kişiliği, kişilerarası farklılığı ortaya koyan önemli bir faktör olarak görmekte ve kişiliğin oluşmasında genetik ve çevresel faktörlerin etkili olduğunu belirtmektedir. Somer'e (1998:39) göre kişilik tanımlarının tümünde ortak olan, çeşitli durumlarda tutarlılık göstermeleri, uzun süreli eğilimler olmaları ve içsel nedenler olarak değerlendirilmeleridir.

Literatürde beş faktör kişilik özelliklerinin çerçevesiyle ilgili birçok araştırmaya rastlanmaktadır (Goldberg 1990; McCrae ve Costa 1991; Somer 1998; Somer, Korkmaz ve Tatar 2002). Bu çerçevede kişilik özellikleri, *Duygusal Dengesizlik, Dışadönüklük, Yumuşak Başlılık, Sorumluluk ve Deneyime Açıklık*

şeklinde beş faktör altında toplanmaktadır (Somer 1998). *Dışadönüklüğün* daha çok sosyal uyaranların miktarı ile; *yumuşak başlılığın* ise ilişkilerin niteliği ile bağlantılı olduğu; *sorumluluk* özelliğinin günlük yaşam olaylarının ve özellikle okul, iş gibi ortamlardaki başarı açısından önemli özellikleri kapsadığı; *duygusal dengenin* kısaca sakin, dengeli, heyecansız ve tutarlı gibi sıfatlarla temsil edildiği; *deneyme açıklığının* ise kişilerin yeteneklerinden çok eğilimleri, yaşam tarzları ve tercihleri ile şekillendiği ileri sürülmektedir (Somer 1998:43,46,48,49). *Duygusal dengel/dengesizlik-nevrotiklik*; kişinin sınırlılığını, kendine güven derecesini, iyimserliğini, sıklınlığını, duygusallığını ve endişeli olup olmadığını (Barrick ve Mount 1991), kısacası kişinin duygusal olarak nasıl bir yapıya sahip olduğunu ölçmektedir (Brown, Mowen, Donavan ve Licata 2002). *Duygusal olarak istikrarsız kişiler*; endişeli, depresif, öfkeli, utangaç, çekingen ve güvensizdir (Barrick ve Mount 1991). *Dışadönüklük*; kişinin ne derecede sosyal olup olmadığını ölçmekte olup (Brown vd. 2002), *dışadönük kişiler*; doğaları gereği sosyal, başka kişilerle bir arada olmaktan hoşlanan, kendine güvenen, kendini başkalarına hissettiren, liderlik özelliklerine sahip, konuşkan ve aktiftir (Barrick ve Mount 1991). *Sorumluluk*; kişinin ne derecede hassas, güvenilir, planlı, organize ve disiplinli olduğunu gösterir. *Sorumlu kişiler*; dikkatli, titiz, sorumlu, organize, planlı, çalışkan, temkinli, başarı odaklı ve azimlidir (Barrick ve Mount 1991). *Yumuşak başlılık*; kişinin diğerlerine karşı duyduğu duygusal yakınlığın derecesini ifade etmektedir (Brown vd. 2002). *Yumuşak başlı kişiler*; nazik, esnek, güvenilir, iyi huylu, uzlaşmacı, işbirlikçi, affedici, yumuşak kalpli (Barrick ve Mount 1991), dürüst, alçakgönüllü ve merhametlidir (Somer, Korkmaz ve Tatar 2002). *Deneyme açıklık* ise kişinin hayal gücü ve özgünlük derecesiyle ilgili bir özelliktir (Brown vd. 2002). *Deneyimlere açık kişiler*; sanata karşı duyarlı, yaratıcı, kültürlü, meraklı, orijinal ve geniş fikirli, zeki (Barrick ve Mount 1991), cesur, değişikliği seven ve açık fikirlidir (Somer, Korkmaz ve Tatar 2002).

Hogan (2009), tüm kurumların başarı ya da başarısızlıklarının çok büyük ölçüde kurumların işleminde görev alan bireylerin kişiliklerine bağlı olduğunu vurgulamaktadır. Kuşluvan ve diğerlerine (2010) göre, işgörenlerin kişilikleri, işgörenlerin iş ile ilgili tutum ve davranışlarını (örn; iş performansı) belirlemekte, bu tutum ve davranışlar da tüke-

ticilerle (örn; hizmet kalitesi algılamaları) ve işletmelerle (örn; verimlilik) ilgili çıktıları etkilemektedir. Böylece, kişiliğin turizm işletmeleri açısından oldukça önemli bir faktör olduğu görülmektedir (Leung ve Law 2010). Ayrıca Tokar, Fischer ve Subich (1998), kişiliğin meslek seçimi sürecinde (örn; tutumlar) ve kariyer sürecinde (örn; iş arama) etkili bir faktör olduğunu öne sürmektedir. Diğer bir araştırmada, kişilik ile mesleki ilgi arasında bir ilişkinin olduğu; bireyin, kişiliğine göre belirli mesleklere ilgi duyduğu ileri sürülmektedir (Harris vd. 2006). İşletmeler bireylerin kişiliklerini işe alım, terfi, yönetim pozisyonlarına atama, iş performansı değerlendirme, liderlik gelişimlerini ve karar verme yeteneklerini belirleme, yönetimi geliştirme, örgütsel çatışmaları ortadan kaldırma ve işten çıkarma gibi çeşitli amaçlar için test etmektedir (Stone ve Ineson 1997; Janes, Wisnom ve Pybus 2003; Kuşluvan vd. 2010). İşletmeler bu uygulamayı, işgören adaylarının yeteneklerini, becerilerini ve ilgilerini ortaya koyabilmek için kullanmaktadır. Daha sonra bireyin kişiliği ve becerileri hakkında elde edilen bilgilerden; kariyer planlamada, ekip oluşturmada, kurumsal gelişimde ve diğer uygulamalarda yararlanılmaktadır (Hogan 2009: 49). Somer (1998: 39) ise genel olarak kişilikle ilgili yapılan araştırmaların temel amacının, insanların belli durumlarda belli biçimlerde davranma eğilimlerini sistematik bir biçimde ele almaya olanak sağlamak olduğunu ileri sürmektedir.

Hizmet verme sürecinde, işgörenlerin kendilerini nasıl hissettikleri ve başkalarıyla nasıl iletişim kurdukları önemlidir. Örneğin, bazı kişiler, yüz yüze kişilerarası iletişim gerektiren işlerde çalışırken, doğaları gereği kendilerini rahat ve mutlu hissetmektedir ve işlerinden tatmin olmaktadır (Kuşluvan vd. 2010:194). İşletmeler ise buna dayanarak, kişilik-iş uyumuna önem vermektedir. Örneğin, otellerde tüketicilerle yüz yüze iletişimde bulunan işgörenlerin yumuşak başlı kişiler olmaları gerektiği (Costen ve Barrash 2006) belirtilmektedir. Turizmde ikili ilişkilerin yoğun olduğu göz önüne alındığında, bu etkileşimde kişilik bireyin diğerleriyle kurduğu ilişkileri etkilediğinden, işgörenler ve tüketiciler arasındaki ikili ilişkilerin kalitesini de etkilemektedir (Ekinci ve Dawes 2009). Bu açıdan bakıldığında, tüketiciyle yüz yüze iletişimde bulunan hizmet çalışanı, işletme adına tüketiciyle ilk etkileşimi sağladığından hizmet verme sürecinde önemli bir rol üstlenmektedir (Nguyen 2006). Özel-

likle konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde tüketicilerle yüz yüze iletişimde bulunan ön büro ve servis çalışanının öneminin oldukça büyük olduğu görülmektedir (Ünüvar ve Başoda 2012).

Çalışma yaşamında, kişilik-rol arasında önemli bir ilişki vardır ve her rol, farklı kişilik özellikleri gerektirmektedir. Örneğin, çekingen ve utangaç bir kişiye satış ile ilgili bir pozisyon; sert, kaba ve duyarsız bir kişiye de tüketici hizmetleri (örn; ön büro) rolünün verilmesi birtakım olumsuz sonuçlar (örn; rol çatışması) doğurabilir. Kişinin işletmede üstlendiği roller incelendiğinde, işletme tarafından kişiye verilen resmi rolün (örn; resepsiyonist) dışında bir takım sorunların çözümünde, çatışmaların giderilmesinde veya gruba yön verilmesinde etkili olan psikolojik rollerinin de bulunduğu görülmektedir. Psikolojik rollerin temelinde ise kişilik yer almaktadır. Bu nedenle, kişilik-rol uyumu sağlandığı takdirde kişinin performansı artmakta, kişi-işletme amaçları uyuşmakta ve böylece hem kişi üstlendiği rolden tatmin olmakta hem de işletme kişiden memnun olmaktadır (Hogan 2009). Bir diğer açıdan bakıldığında, işin de kişiliği etkilediği görülmektedir. Kişi işletmede yer aldığı süre içerisinde, işten kazandığı yeni yetenekler, bilgi ve beceriler kişinin sosyal hayatına şekil vermekte ve bu da kişinin tutum ve davranışlarına yansımaktadır (Aytaç 2001). Bu bilgilerden yola çıkarak, kişilik-iş arasında güçlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

Kişilikle ilgili literatür incelendiğinde, kişiliğin hem eğitim hem de iş alanında oldukça önemli olduğu görülmektedir. Diğer sektörlerde ve turizm sektöründe eğitim ve iş alanlarında kişilik ile ilgili yapılan araştırmaların bazıları aşağıda sunulmaktadır:

Antony (1998), sağlık alanında eğitim alan öğrencilerin kişilik özelliklerini belirlemeye ve meslek uyumu açısından değerlendirmeye yönelik yaptığı araştırmasında, sorumluluk, dışadönüklük ve deneyime açıklık kişilik özelliklerinin, öğrencilerin sağlıkla ilgili meslek seçimlerinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Ayrıca, sağlık sektörüne yönelik diğer bir araştırmada, öğrencilerin daha çok dışadönük ve yumuşak başlı olduğu sonucuna varılmıştır (Lievens vd. 2002). Kişilik ve mesleki davranışlar arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırma Tokar, Fischer ve Subich (1998) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar, nevroitiklik,

dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin mesleki davranışlar ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Duygusal dengesizlik boyutlarından; bağıllık korkusu, sürekli gerginlik, özgüven eksikliği ve cesaretsizliğin öğrencilerin kariyer seçimini olumsuz etkilediği vurgulanmaktadır (Betz ve Serling 1993). Bir diğer araştırmada, Lindley ve Borger (2000), psikoloji alanında öğrenim gören öğrencilerin kişilik özellikleri ile bireysel özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Dışadönüklük ve öğrencilerin iş, liderlik, öğrenme ve risk alma şekilleri; yumuşak başlılık ve öğrencilerin iş ile ilgili özellikleri; sorumluluk ve açıklık ile öğrencilerin öğrenme şekilleri arasında önemli ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Lounsbury ve diğerleri (1999) ise kariyer ile ilgili kararlılık ile yumuşak başlılık ve sorumluluk arasında olumlu, duygusal dengesizlik arasında olumsuz ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Berings, De Fruyt ve Bouwen (2004), ticari bilimlerde okuyan öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmada, kişilik, iş değerleri ve mesleki ilgiler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada, kişiliğin iş değerlerini ve mesleki ilgileri etkilediği saptanmıştır. De Fruyt ve Mervielde (1996) tarafından çeşitli fakültelerde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılan araştırmada; kişilik, ilgiler, eğitim akışı ve başarısı arasında ilişki olduğu, kişiliğin eğitim akışı ve başarısı üzerinde doğrudan etkisinin olduğu; sorumluluk özelliğinin ise öğrencilerin ders ve sınav performansları üzerinde önemli etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Literatür incelendiğinde; dışadönük kişilerin doğaları gereği sosyal olduklarından, diğer kişilerle yoğun ve rahat iletişim kurabilme yeteneğine sahip oldukları, bu eğilimlerinden dolayı genellikle sosyal ortamları tercih ettikleri ve uzun dönemli sosyal ağ kurabildikleri belirtilmektedir (Zimmerman 2008). Barrick ve Mount'a (1991) göre dışadönük ve yumuşak başlı kişilerin, yönetim ve satış gibi yoğun kişilerarası iletişim içeren pozisyonlarda performansları yüksektir. Ayrıca performansla ilgili olarak, sorumlu, yumuşak başlı ve duygusal olarak istikrarlı işgörenlerin, kişilerarası iletişim içeren işlerde performanslarının yüksek olduğu belirtilmektedir. Kişilerarası iletişimin yoğun olduğu hizmet ortamlarında, duygusal olarak dengeli işgörenlerin iş esnasında oldukça rahat, sakin olmaları ve stresle başa çıkabilmelerinin kendi performans-



larını olumlu yönde etkilediği ve bu şekilde davranmakla tüketicilerin güvenini kazandıkları ortaya konmuştur (Mount, Barrick ve Stewart 1998). Judge, Heller ve Mount (2002) ise dışadönük, sorumlu, duygusal olarak dengeli ve yumuşak başlı kişilerin işlerinden tatmin olduklarını saptamıştır. Kişiliğin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi de incelenmiştir. Buna göre, düşük düzeyde yumuşak başlılık ve yüksek düzeyde deneyime açıklık ve duygusal istikrarsızlığın işten ayrılma niyeti üzerinde olumlu etkisinin olduğu belirtilmektedir (Zimmerman 2008).

Turizm sektöründe kişilik konusunda yapılan araştırmaların ise diğer sektörlere oranla daha az olduğu görülmektedir. Bu araştırmalardan biri Janes vd. (2003) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar, Amerika'da bir üniversitede rekreasyon bölümünde okuyan ve bu bölümden mezun olup iş alanına atılan öğrencilerin kişilik özelliklerini test ederek kişiliklerinin öğrenim aşamasında ve sonrasında değişip değişmediğini incelemiştir. Ayrıca, öğrencilerin birinci sınıftan işe başlamalarına kadar geçen beş yıllık sürede kişiliklerinin değiştiğini, ancak istatistiksel olarak önemli olmadığını, kişiliğin öğrencilerin iş ile ilgili davranışlarının belirlenmesinde ve meslek seçiminde önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuşlardır. Holland, kişilerin gelecekle ilgili plan yaparken ilk olarak kişisel ilgilerini, değerlerini, tutumlarını ve becerilerini gözden geçirmeleri gerektiğini belirtmektedir (Aytaç 2001). Bu da kişiliğin bireysel kariyer planlaması üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir.

Richardson (2008) ise turizm öğrencilerine yönelik yaptığı araştırmasında, öğrencilerin çoğunluğunun (%72,9) kişiliklerinin turizmdeki iş tiplerine uygun olduğunu ve %89,5'inin turizmde çalışarak yetenek ve becerilerini sergileyebileceklerine inandıklarını saptamıştır. Brymer ve Pavesic (1990), mezun bireylerin kişiliklerinin, işten ayrılma ve işte kalmayı etkileyen faktörlerden biri olduğunu belirlemiştir. Lai (2003) ise Amerika'da ve Tayvan'da dört yıllık turizm eğitimi alan öğrencilerin öğrenme şekillerini test ederek, bunları kişilik özellikleriyle karşılaştırmıştır. Sonuç olarak, dışadönüklük ile öğrenme şekilleri arasında bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Böyle bir karşılaştırma, kişiliklerinin gelişmesi, uygun ders planının seçilmesi ve öğrencilere kariyer seçimlerinde destek verilmesi açısından oldukça önemli görülmektedir. Barnett ve Klitzing (2006) tarafından turizm ve sosyal bi-

limler alanlarında öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılan araştırmada, kişiliğin öğrencilerin serbest zamanlarında yaptığı aktiviteleri etkilediği, dışadönüklüğün öğrencilerin serbest zamanlarındaki sıklıkla ile ilişkisinin olduğu, içedönüklerin serbest zamanlarında daha çok sıklıkla, duygusal olarak istikrarsız olanların serbest zamanlarından zevk almadıkları ortaya çıkmıştır.

Teng (2008), Tayvan'da turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özellikleri ile turizme yönelik mesleklere karşı tutumları arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmasında, dışadönüklüğün turizm ile ilgili mesleklere karşı öğrencilerin tutum ve beklentileriyle önemli derecede ilişkili olduğunu, ayrıca dışadönüklük ve yumuşak başlılığın sektör-kışı uyumu ve kişilerarası ilişkilerle ilgili tutumları etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Araştırmada ayrıca işverenlerin, dışadönük kişileri mükemmel sosyal becerilere sahip oldukları için tercih ettikleri vurgulanmaktadır.

Liao ve Chuang (2004), Amerika'da bir restoran zincirine ait birçok işletmede tüketiciler, işgörenler ve yöneticiler üzerinde yaptıkları araştırmada; dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin, işgörenlerin mükemmel hizmet sunmalarıyla olumlu ve önemli ilişkisi olduğunu; kişilik özellikleriyle (sorumluluk, nevroz, dışadönüklük ve yumuşak başlılık) şekillenen bireysel hizmet performansının işletme performansını etkilediğini, onun da hizmet kalitesi üzerinde etkisinin olduğunu ileri sürmüştür. Araştırmacılar ayrıca, genel olarak tüm işlerde sorumluluk ve duygusal dengesizlik, hizmet ortamlarında ve sosyal etkileşim içeren işlerde ise dışadönüklük ve yumuşak başlılık ile performans arasında ilişkinin önemli olduğunu altını çizmiştir.

Amerika'da yapılan bir diğer araştırmada, restoranlarda servis çalışanın kişilik özelliklerinin, bireysel performanslarının hem kendileri hem de yöneticileri tarafından değerlendirilmesi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda, sorumluluk kişilik özelliğinin, işgören performansının hem işgören hem de yöneticiler açısından değerlendirmesi üzerinde doğrudan etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Böylece, sorumluluk özelliği ile işgören performansının hem kendileri hem de yöneticileri tarafından değerlendirilmesi arasında önemli bir ilişki olduğu; yumuşak başlılık ve duy-

gusal denge özelliklerinin işgörenlerin hizmet verme yatkınlığı ile ilgili davranışları üzerinde olumlu ve önemli etkisinin olduğu saptanmıştır. Ayrıca, içedönüklerin başka kişilerle birlikte olmaktan, onların ihtiyaçlarını karşılamaktan ve onlarla uzun dönemli ilişkiler kurmaktan hoşlanmayan; yumuşak başlı işgörenlerin hizmet sunumu esnasında kendilerini tüketicilerin yerine koyan ve onların sorunlarını çözmeye istekli olan; sorumlu işgörenlerin hizmet verme esnasında görevlerini eksiksiz bir şekilde yerine getirmeye istekli olan; duygusal olarak istikrarsız olan işgörenlerin ise olumlu hizmet odaklı davranışlara sahip olmayan, olumsuz ruh haline sahip, diğerleriyle sürekli çatışmaya girdikleri, bu yüzden çalıştıkları işletmelerde sosyalleşemedikleri belirtilmektedir. Bununla birlikte, yumuşak başlı ve sorumlu kişilerin hizmet verme esnasında başkalarına ilgi gösteren, olumlu hizmet davranışlarında bulunan kişiler oldukları vurgulanmaktadır (Brown vd. 2002).

Hurley (1998) ise bir diğer açıdan, Amerika'da faaliyet gösteren fast-food işletmelerinin satış personeli üzerinde yaptığı araştırmasında, mükemmel hizmet sunan işgörenlerin yumuşak başlı ve dışadönük olduklarını saptamıştır. Costen ve Barrash (2006), tüketici hizmetleriyle ilgili işgören seçiminde yumuşak başlı, dışadönük ve sorumlu kişilerin tercih edildiğini ve bu özelliklere sahip kişilerin, tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya ve onlarla uzun dönemli ilişkiler kurmaya eğilimli olduklarını belirtmektedir. Yumuşak başlıların tercih edilme nedeni olarak güvenilir, uzlaşmacı, nazik, iyi huylu olmaları; dışadönüklerin tercih edilme nedeni olarak sosyal olmaları; sorumlu kişilerin tercih edilme nedeni olarak ise kişisel olarak hedef belirlemeleri ve işletmeye karşı kendilerini sorumlu hissetmeleri gösterilmektedir. Silva (2006), Amerika'da faaliyet gösteren iki otel işletmesindeki işgörenlerin kişilik özelliklerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini incelemiştir. Sonuçlar; dışadönük, sorumlu ve duygusal olarak dengeli kişilerin işletmeye bağlı kişiler olduğunu; dışadönüklüğün iş tatmini boyutlarından ücret, yönetici, iş arkadaşları, iletişim ve ödüllerle; yumuşak başlılığın iş arkadaşları ve işin doğasıyla; sorumluluğun ücret, yönetici, maaş dışında verilen haklar, çalışma koşulları, işin doğası ve iletişimle; duygusal istikrarın terfi, ödüller ve işin doğasıyla; deneyime açıklığın ise ücret, ödüller ve iletişimle olumlu şekilde ilişkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Araştırmacı ayrıca,

sorumluluk özelliğinin hem işletmeye bağlılık hem de iş tatmini ile olumlu ilişki içinde olduğuna dikkatleri çekerek, bu özelliği ön planda olan kişilerin yüksek performans gösterebileceğini ve işe almalarında etkili olabileceğini öne sürmüştür.

Szeliga (2009) ise Amerika'nın Oregon eyaletindeki Portland kentinde faaliyet gösteren restoranların servis çalışanının kişiliklerini test ederek, sorumluluk ve deneyime açıklık kişilik özelliklerinin diğerlerine göre ön planda olduğunu ortaya çıkarmıştır. Araştırmacı ayrıca, deneyime açık olan kişilerin zamanla yeni deneyimler elde etmek isteyeceklerinden dolayı kolaylıkla işten ayrılmaya eğilimli olabileceklerini, böylece işgören devir hızının artabileceğini; sorumlu kişilerin ise iş ile ilgili performanslarının yüksek olabileceğini ileri sürmüştür. Bir diğer araştırmada, deniz turizminde işgörenlerin kişilik özellikleri, iş ile ilgili motivasyonları ve yeniliğe açıklığı ifade eden davranışları arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Chen, Wu ve Chen (2010) tarafından yapılan araştırmada, yumuşak başlılık, dışadönüklük ve deneyime açıklığın, işgörenlerin yeniliğe açıklığı ifade eden davranışlarının ve iş ile ilgili motivasyonlarının (ayrıca duygusal dengesizlik) belirleyicileri oldukları ortaya konulmuştur.

Stewart, Carson ve Cardy (1996), Amerika'da bir otel işletmesinin işgörenlerinin kişilik özellikleri ile yöneticilerin işgörenlerin performans değerlendirme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Sonuçlar, sorumluluk ile yöneticilerin işgörenlerin performansını değerlendirme arasında önemli bir ilişkinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Otel işletmelerinde işgörenler üzerinde yapılan bir diğer araştırma ise Kim, Shin ve Umbreit (2007) tarafından yapılmıştır. Araştırmada, kişilik özellikleri ile tükenmişlik olgusu arasındaki ilişki test edilmiştir. Sonuçlar, tükenmişlik ile sorumluluk, dışadönüklük ve yumuşak başlılık özellikleri arasında olumsuz; duygusal dengesizlik özelliği arasında olumlu ilişki olduğunu; deneyime açıklık arasında herhangi bir ilişkinin çıkmadığını ortaya koymuştur. Araştırmanın en önemli sonucu ise yumuşak başlılık özelliği ile tükenmişlik arasında olumsuz ve önemli bir ilişkinin ortaya çıkmasıdır. Ekinci ve Dawes (2009) tarafından, İngiltere'deki otellerde, havalimanlarında ve kuaförlerde hizmet veren işgörenler üzerinde yapılan araştırmada ise dışadönüklük, yumuşak başlılık ve sorumluluk kişilik özelliklerinin,

işgören ve tüketici arasındaki iletişim kalitesini önemli ve olumlu derecede etkilediği, böylece bu durumdan tüketicilerin memnun kaldıkları ortaya çıkarılmıştır. Literatürde kişilik özellikleriyle ilgili yapılan araştırmalar Tablo 1’de özetlenmiştir.

Türkçe yazında, turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve turizm sektörüne uyumu açısından değerlendirilmesiyle ilgili herhangi bir araştırmanın olmadığı, ancak yabancı yazında birden çok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Bundan yola çıkarak yukarıda yabancı literatür taranarak bazı saptamalarda (Tablo 1) bulunulmuş ve buna göre bazı hipotezler geliştirilmiştir:

- H<sub>1</sub>*: Potansiyel işgören konumundaki turizm eğitimi alan öğrencilerin duygusal dengesizlik özelliği düşük düzeydedir.
- H<sub>2</sub>*: Potansiyel işgören konumundaki turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklük özelliği yüksek düzeydedir.
- H<sub>3</sub>*: Potansiyel işgören konumundaki turizm eğitimi alan öğrencilerin sorumluluk özelliği yüksek düzeydedir.
- H<sub>4</sub>*: Potansiyel işgören konumundaki turizm eğitimi alan öğrencilerin yumuşak başlılık özelliği yüksek düzeydedir.
- H<sub>5</sub>*: Potansiyel işgören konumundaki turizm eğitimi alan öğrencilerin deneyime açıklık özelliği düşük düzeydedir.

## YÖNTEM

### Örnekleme ve Katılımcılar

Araştırmada tercih edilen örnekleme yöntemi, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçla göre (purposive) örnekleme yöntemidir. Bu yöntemde araştırmacı, ilgisine, uzmanlığına ve seçeceği örneğin ana kütleyle benzerliği ile ilgili değerlendirmesine dayanarak ana kütlelerin parçası olan daha küçük bir gruptan örnek seçer (Bernard 2000; Robson 2002). Bu yöntemin bir diğer özelliği ise seçilen örneğin araştırmanın amacına uygun olduğu ve araştırmacının aradığı bilgiyi sağladığı varsayıdır (Churchill 1996). Ana kütlelerin homojenliği ve araştırmacı tarafından iyi tanınması olumlu sonuçların çıkmasına neden olacaktır (Arıkan 1995; Eren 2007:75). Ancak, bu yöntemle seçilen örneğin ana

kütleyi temsil etme derecesi bilinmemekte ve ana kütle hakkında genelleme yapılamamaktadır (Malhotra 1996; Kuşluyan ve Kuşluyan 2005:185-186; Eren 2007:75). Turizm sektörünün genel özellikleri dikkate alınarak Türkiye’de turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin kişilik-iş/ sektör uyumu çerçevesinde birbirine benzerliği ön kabulü ile bu örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve kişilik ölçeği, Selçuk Üniversitesi’ne bağlı turizm eğitimi veren dört meslek yüksekokulu ve iki yüksekokulda, 2010-2011 akademik yılının ikinci (bahar) döneminde kayıtlı yaklaşık 1796 öğrenci (1559’u iki yıllık, 237’si dört yıllık) üzerinde test edilmiştir. Öğrencilerin 1143’ü Konaklama İşletmeciliği, 653’ü Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği öğrencileridir. Örnekleme çerçevesi, ilgili okulların öğrenci işlerinden alınan verilerle belirlenmiştir.

### Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada, kişilik özelliklerini ölçmek için Costa ve McCrae (1992) tarafından geliştirilen Beş Faktör Kişilik Ölçeği, NEO-FFI kullanılmıştır. Ölçek; *duygusal dengesizlik, dışadönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk ve deneyime açıklık* olmak üzere beş faktörden oluşmaktadır. Toplam 60 madde altında toplanan beş faktörün her biri 12’şer maddeden oluşmaktadır. Araştırmacılar tarafından, ölçeğin orijinal (İngilizce) versiyonu Türkçeye çevrilmiş ve ölçümde beşli Likert tipi ölçek (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır. Son zamanlarda literatürde en çok üzerinde durulan kişilik tipi Beş Faktör Tipi olduğundan (Somer 1998), bu araştırmada beş faktör kişilik özellikleri tercih edilmiştir.

Türkçeye çevrilen ölçeğin her bir maddesinin yanlış ifade edilme ihtimaline karşılık pilot uygulaması yapılmıştır. Pilot uygulama, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO’da turizm ile ilgili bölümlerde öğrenim gören ve rastgele seçilen 29 kişilik öğrenci grubu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerle ilgili güvenilirlik analizleri (Cronbach’s Alpha) yapılmıştır (duygusal dengesizlik; ,73, dışadönüklük; ,83, sorumluluk; ,90, yumuşak başlılık; ,95, deneyime açıklık; ,82). Analiz sonuçlarından görüldüğü gibi, her bir boyutun Alpha değeri olması gerekenden ( $\alpha > ,70$ ) yüksek çıkmıştır. Sonuç olarak, Türkçeye çevrilen NEO-FFI ölçeğinin her bir maddesinin anlaşılır olduğu, böylece ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.



Tablo 1. Literatürde Turizm Sektörü ve Diğer Sektörlerde Eğitim ve İş Sahasında Kişilikle İlgili Yapılan Araştırmalar

Yazar ve Yıl	Sektör	Ülke	Araştırmanın Sonuçları ve Sonuçlardan Elde Edilen Çıkarımlar
Brymer ve Pavesc (1990)	Hizmet (Çeşitli)	ABD	Kişilik ile işe kalma ve işten ayrılma arasında ilişki bulunmuştur. Belirli kişilik özelliklerine sahip işgörenler, işlerinde uzun süre çalışmaya, bazılarını da işten ayrılmaya eğilimlidir.
Barick ve Mount (1991)	Meta-Analiz	ABD	Dişadönük ve yumuşak başlı kişilerin yönetim ve satış gibi bölümlerde performansları yüksektir. Kişilerarası ilişkilerin yoğun olduğu bölümlerde belirli kişilik özelliklerine sahip işgörenlerin iş performansı yüksek düzeydedir.
Betz ve Seiring (1993)	Eğitim (iki Yıllık Okullar)	ABD	Bağlılık korkusu, sürekli gerginlik, özgüveni eksikliği ve cesarsızlık (duygusal dengesizlik) öğrencilerin kariyer seçimini olumsuz etkilemektedir. Duygusal olarak dengesiz olan kişiler meslek seçimiyle ilgili çalışma yaşamaktadır.
De Futy ve Mervielde (1996)	Eğitim (Çeşitli Fakülteler)	Belçika	Kişilik özellikleri, eğitim akışı ve öğrenil başarısını etkilemektedir. Sorumlu öğrencilerin ders ve sınav performansları yüksektir. Kişinin öğrenim hayatında kişiliğin önemi bir etki bulunmaktadır. Özellikle sorumluluk kişilik özelliği ile öğrenci başarısını olumlu etkilerdir.
Stewart, Carson ve Cardy (1996)*	Konaklama	ABD	Sorumluluk ile yöneticilerin işgörenlerin performansını değerlendirilme arasında önemli bir ilişki vardır. Yöneticiler işgörenlerin performansını kişilik özelliklerine göre de değerlendirmektedir. Özellikle sorumluluk kişilik özelliği bu değerlendirmede önemli bir özelliktir.
Antony (1998)	Eğitim (Sağlık)	ABD	Sorumluluk, dışadönüklük ve deneyime açıklık kişilik özellikleri, öğrencilerin sağlığında ilgili meslek seçimlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Belirli kişilik özellikleri belirli meslekleri tercih etme sürecini önemli bir şekilde etkilemektedir. Bu özelliklere sahip olanların belirli mesleklerle yakınlıkları ön plana çıkmakta ve o meslekleri tercih etmektedir.
Toker, Fischer ve Subich (1998)	Literatür Taraması	ABD	Nevrotiklik, dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özellikleri ile mesleki davranışlar arasında ilişki vardır. Kariyer seçimi sürecinden kariyer sürecine kadar kariyer ile ilgili her dönemde mesleki davranışlar üzerinde kişiliğin önemi etkisi bulunmaktadır. Özellikle duygusal dengesizlik, dışadönüklük ve sorumluluk özellikleri ile mesleğe yönelik düşünce ve davranışlar arasında sıkı bir ilişki vardır.
Hurley (1998)*	Yıvecek-İpecek	ABD	Yumuşak başlı ve dışadönük satış personelinin hizmet performansları yüksektir ve bu kişiler mükemmel hizmet sunmaya eğilimlidir. Belirli kişilik özellikleri ile belirli mesleklerin özellikleri arasında ilişki bulunmaktadır. Bu özelliklere sahip kişiler mesleklerinde daha başarılı olmaktadır.
Mount, Barick ve Stewart (1998)	Meta-Analiz	ABD	Sorumluluk, yumuşak başlılık ve duygusal istikrarlılık kişilik özellikleri ile kişilerarası ilişkiler arasında ilişki vardır. Bu özelliklere sahip kişilerin iş performansları yüksektir. Özellikle duygusal olarak dengeli olan işgörenler, hizmet verirken olukça rahat, sakin, stresle başa çıkan ve tüketiciye güven veren kişilerdir. Hizmet veren işletmelerde, tüketiciye yüz yüze iletişim fazla olduğundan, bu işlerde çalışacak olanların belirli kişilik özelliklerine sahip olması gerekmektedir. Bu özelliklere sahip olan kişiler hem kediyle hem de tüketicilerle ilgili olumlu çıktılar ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu durumdan hem işgören ve tüketici hem de işletme olumlu yönde etkilenmektedir.
Lounsbury vd (1999)	Eğitim (Psikoloji)	ABD	Kariyer ile ilgili kararlılık ile yumuşak başlılık ve sorumluluk arasında olumlu, duygusal dengesizlik arasında olumsuz ilişki vardır. Yumuşak başlı ve sorumlu kişiler hangi mesleği seçeceğiyile ilgili kararını ilen duygusal olarak dengesiz olanlar katarsızdır.
Lindley ve Borgen (2000)	Eğitim (Psikoloji)	ABD	Dışadönüklük ile öğrencilerin iş, liderlik, öğrenme ve risk alma şekilleri; yumuşak başlılık ile öğrencilerin iş ile ilgili özellikleri; sorumluluk ile açıklık ve öğrencilerin öğrenme şekilleri arasında önemli ilişki vardır. Belirli kişilik özellikleri ile bireysel özellikler arasında ilişki vardır.
Ayfaç (2001)	Literatür Taraması	Türkiye	Kişilik özellikleri ile iş özellikleri arasında ilişki vardır. Bu uyum sağlandığında kişi işinde mutlu ve huzurlu olacaktır. Kişilik-iş uyumunun sağlanması için kişinin ve iş özelliklerinin birbirine uyumlu olması gerekmektedir.
Lievens vd (2002)	Eğitim (Sağlık)	ABD	Sağlıkla ilgili öğrenim gören öğrencilerin dışadönüklük ve yumuşak başlılık özellikleri baskındır. Hizmet veren işletmelerde, hizmet veren işgörenlerin belirli kişilik özellikleri diğer özelliklere göre daha ön plandadır. Buradan işin özelliği ile belirlenen kişilik özellikleri arasında bir uyum olduğu anlaşılmaktadır. Bu özelliklere sahip kişilerin iş ile ilgili performansları yüksektir.
Brown vd (2002)*	Yıvecek-İpecek	ABD	Sorumluluk kişilik özelliği ile işgören performansları arasında olumlu ilişki vardır. Yumuşak başlılık ve duygusal denge ile hizmet verme yakınlığı arasında olumlu ilişki vardır. Hizmet ortamlarında, hizmet vermeye yakın olan işgörenlerin belirli kişilik özelliklerine sahip kişiler olduğu anlaşılmaktadır. Sorumlu, yumuşak başlı ve duygusal olarak istikrarlı kişilerin doğaları gereği hizmet verirken performansları yüksektir. Hizmet verme onlar için bir zevktir.
Judge, Heller ve Mount (2002)	Meta-Analiz	ABD	Dışadönük, sorumlu, duygusal olarak dengeli ve yumuşak başlı işgörenler, yüksek düzeyde iş tatminine sahiptir. Bazı işgörenler yapıları gereği işlerinden daha çok tatmin olmaktadır.
Janes vd (2003)*	Eğitim (Turizm)	ABD	Kişilik öğrencilerin iş ile ilgili davranışlarının belirlenmesinde ve meslek seçiminde önemli bir faktördür. Kişilik öğrenim sürecinden işe başlama sürecine kadar büyük oranda değişmektedir. Kişinin öğrenim sürecinde sahip olduğu kişilik özellikleri ile işe başladığı süreçteki özellikler arasında büyük değişiklikler yaşanmamaktadır. Bu nedenle, eğitim sürecindeki kişiliğin belirlenmesi ileride uygun mesleğin seçimi için oldukça önemlidir.

\* Turizm sektörü üzerinde yapılan araştırmalar



Tablo 1. Literatürde Turizm Sektörü ve Diğer Sektörlerde Eğitim ve İş Sahasında Kişilikle İlgili Yapılan Araştırmalar (Devam)

Yazar ve Yıl	Sektör	Ülke	Araştırmanın Soruğları ve Sonuçlarıdan Ekte Edilen Çıkarımlar
Lai (2003)*	Eğitim (Turizm)	ABD ve Tayvan	Dışadönüklük ile öğrenme şekilleri arasında bir ilişki vardır. Kişilik ile öğrenme şekilleri arasındaki ilişki, kişiliklerinin gelişmesi, uygun ders planının seçilmesi ve öğrencilere kariyer seçimlerinde destek verilmesi açısından oldukça önemlidir. Dışadönük kişiler öğrenmeye daha açıktır.
Berings vd (2004)	Eğitim (Tic. Bilimler)	Belçika	Kişilik ile iş değeri ve mesleki ilgiler arasında sıkı bir ilişki vardır. Kişilik özellikleri, kişinin meslekle ilgili düşüncesi ve davranışlarını etkilemektedir
Liao ve Chuang (2004)*	Yıyecek-içecek	ABD	Dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özellikleri ile işgörecilerinin mükemmel hizmet sunmaları arasında olumlu ilişki vardır. Ayrıca, kişilik özellikleriyle (sorumluluk, nevroitiklik, dışadönüklük ve yumuşak başlılık) şekillenen bireysel hizmet performansını etkilemekte, o da hizmet kalitesini etkilemektedir. Hizmet veren işletmelerde, dışadönük ve sorumlu işgörecilerinin hizmet performansını yüksektir. Belirli kişilik özelliklerine sahip işgörecileri kaliteli hizmet sunmaktadır.
Barnett ve Klitzing (2006)*	Eğitim (Turizm ve Sosyal Bilimler)	ABD	Dışadönüklük ile öğrencilerin serbest zamanlarındaki sıklığı arasında olumsuz ilişki vardır. İçadönükler, serbest zamanlarında daha çok sıklıkta, duygusal olarak istikrarlı olanlar ise serbest zamanlarında yaptıkları aktivitelerden zevk almamaktadır. Turizm gibi sosyal aktiviteler fazla olan bir sektörde, aktivitelere katılım son derece önemlidir. Dolayısıyla dışadönüklük kişilik özelliği, kişilerin turizmdeki aktivitelere katılmalarını arttırmaktadır.
Silva (2006)*	Yıyecek-içecek	ABD	Dışadönüklük, sorumluluk ve duygusal istikrarlılık ile örgütsel bağlılık arasında; dışadönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk, duygusal istikrarlılık ve deneyime açıklık ile iş tatmini arasında olumlu ilişki vardır. Belirli kişilik özelliklerine sahip işgörecilerin örgüte bağlılıkları ve iş tatminleri yüksektir.
Costen ve Barrash (2006)*	Yıyecek-içecek	ABD	Tüketici hizmetleriyle ilgili işgören seçiminde yumuşak başlı, dışadönük ve sorumlu kişiler tercih edilmektedir. Bu özelliklere sahip kişiler, tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya ve onlarla uzun dönemli ilişkiler kurmaya eğilimlidir. Hizmet veren işletmeler, işgören seçerken işin özelliklerine uygun bir takım kişilik özelliklerine sahip kişileri tercih etmektedir. Yıyecek-içecek işletmelerinde, yumuşak başlı, dışadönük ve sorumlu kişiler tercih edilmektedir.
Kim, Shin ve Umbreit (2007)*	Konaklama	ABD	Tükennmişlik ile sorumluluk, dışadönüklük ve yumuşak başlılık özellikleri arasında olumsuz, duygusal dengersizlik özelliği arasında olumlu ilişki vardır. Hizmet veren işletmelerde, tükenmişlik oldukça yüksek görülen psikolojik bir olaydır. Turizm sektöründe yaşanan yüksek düzeyde tükenmişliğin azaltılması için işgören seçilken özellikle duygusal olarak dengeli kişiler seçilmelidir.
Richardson (2008)*	Eğitim (Turizm)	Avustralya	Öğrencilerin %72,9'unun kişiliklerinin turizmdeki iş işlerine uygun olduğu ve %89,5'inin turizmde çalışarak yetenek ve becerilerini sergileyebileceklerine inandıkları saptanmıştır. Turizm eğitimi alan öğrencilerin kendi psikolojik özelliklerinin farkında olanları, ileride meslek seçimlerini ve mesleki başarılarını etkileyebilir.
Zimmerman (2008)	Meta Analiz	ABD	Düşük düzeyde yumuşak başlılık ve yüksek düzeyde deneyime açıklık ve duygusal istikrarlılığın işten ayrılma niyeti üzerinde olumlu etkisi vardır. Belirli kişilik özellikleri işe yönelik olumsuz tutumları tetiklemektedir. İşten ayrılma oranının yüksek olduğu turizm sektöründe, işe alımda bu olumsuz tutumları tetikleyecek kişilik özelliklerine sahip kişiler tercih edilmeyebilir.
Teng (2008)*	Eğitim (Turizm)	Tayvan	Dışadönüklüğün turizm ile ilgili mesleklerle karşı öğrencilerin tutum ve beklentileri önemli derecede ilişkisi vardır. Ayrıca, dışadönüklük ve yumuşak başlılık özellikleri, sektör-kışı uyumu ve kişilerarası ilişkilerle ilgili tutumları etkilemektedir. Kişilik özellikleri, turizm sektörüne yönelik tutumları belirlemektedir. Dışadönük kişiler turizmdeki işlerin özelliklerine uygun kişilerdir. Dolayısıyla bu kişiler turizm ile ilgili mesleklerde daha başarılı olmaktadır.
Szeliga (2009)*	Yıyecek-içecek	ABD	Restoranlarda çalışanların sorumluluk ve deneyime açıklık kişilik özellikleri daha önemlidir. Deneyime açıklık ile işgören devri arasında ilişki olduğu da vurgulanmaktadır. Turizm sektörü yapısı itibarıyla işgören devri oranının yüksek olduğu bir sektördür. Deneyime açıklıkta ise yeni deneyimler elde etme özelliği yer aldığından bu özelliğin turizm açısından olumlu olmadığı sonucuna varılabilir.
Ekinci ve Dawes (2009)*	Konaklama, Havayolları, Kuaförler	İngiltere	Dışadönüklük, yumuşak başlılık ve sorumluluk kişilik özellikleri ile işgören ve tüketici arasındaki ilişkim kalitesi arasında olumlu ilişki vardır. Hizmet veren işletmelerde, belirli kişilik özellikleri işgörecileri tüketici arasındaki iletişimi daha kaliteli hale getirmektedir. Bu durumdan tüketici memnun olmaktadır.
Chen, Wu ve Chen (2010)*	Deniz Turizmi	Tayvan	Yumuşak başlılık, dışadönüklük ve deneyime açıklık, işgörecilerin yeniliğe açıklığı ifade eden davranışlarının ve iş ile ilgili motivasyonlarının (ayrıca duygusal dengersizlik) belirleyicileridir. Bir hizmet sektörü olan turizm sektöründe, yeniliğe açık ve yüksek motivasyonu işgörecilerin istihdam edilmesi son derece önemlidir. Dolayısıyla belirli kişilik özelliklerine sahip kişilerin istihdam edilmesi gerekmektedir.

\*Turizm sektörü üzerinde yapılan araştırmalar

Toplam 1796 anket, okulların bölüm başkanlarının bazılarını kargo yoluyla bazılarını da elden teslim edilmiştir. Anketler, bölüm başkanları tarafından gereken özen gösterilerek gizlilik ilkeleri çerçevesinde öğrencilere uygulatılmış ve araştırmacılara elden veya kargo yoluyla teslim edilmiştir. Gönderilen anketlerden 1115'i (%62) geri dönmüş, fakat 191 anket eksik doldurulduğu için uygulamaya dâhil edilmemiştir. Geriye kullanılabilir 924 (%82,8) anket kalmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerle ilgili demografik ve diğer özellikler [cinsiyet, medeni durum, yaş, kayıtlı olduğu bölüm, sınıfı, okul türü (iki, dört yıllık), baba ve anne mesleği, ailenin geliri, ailenin ikamet adresi (il), iş tecrübesi (turizm), çalışma statüsü (daimi, geçici, stajyer, geçici çalışan), çalışma süresi (yıl), çalıştığı yer (il), görevi, çalıştığı işletme türü (turizm acentesi, otel, restoran), bölümü tercih sırası, bölümü tercih şekli (isteyerek, tavsiye üzerine, rastgele, ailenin isteği), turizmde çalışma isteği (mezuniyet sonrası)]; ikinci bölümde ise toplam 60 maddeden oluşan NEO-FFI ölçeğinin Türkçeye çevrilmiş orijinal hali yer almaktadır.

### Verilerin Analizi

Ölçekte her bir boyuta ait en düşük puan (ortalama) 12, en yüksek puan 60'tır. Puanı yüksek olan özellikler (ortalama yüksek), öğrencilerin baskın (ön plana çıkan) özellikleri olarak belirlenecektir.

Kişilik özelliklerinden alınan puanlarla ilgili genel sonuçlar ise Tablo 2'de belirtilen puan aralıkları ve derecelendirme tablosuna göre değerlendirilecektir. Ölçekte yer alan her bir maddenin anlaşılır olup olmadığını test etmek için pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Daha sonra asıl uygulamada ölçeğin tümüne ve her bir faktörüne yönelik güvenilirlik (Cronbach's Alpha katsayısına göre  $\alpha > ,70$ ) ve geçerlik (uzaksak ve yakınsak geçerlik) testleri yapılmış olup verilerin analizi için merkezi eğilim ölçülerinden (frekans, yüzde dağılımları), temel

Tablo 2. Kişilik Ölçeğinin Her Bir Faktörüne Ait Puan (Ortalama) Aralıkları ve Düzeyleri

Puan Aralıkları	Düzeyler
12-27	Düşük
28-44	Orta
45-60	Yüksek

\* NEO-FFI: En düşük puan 12; en yüksek puan 60

belirleyici istatistiklerden (ortalama ve standart sapma) ve korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Veriler SPSS 19.00 kullanılarak analiz edilmiştir.

### Ölçeğin Güvenirliği ve Geçerliği

Bu aşamada, asıl uygulamadan (n=924) sonra ölçeğin tamamının ve alt boyutlarının Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) güvenilirliğine bakılmıştır.

Analizler, ölçeğin güvenilir ve tatmin edici olduğunu göstermiştir. Fakat bir faktörün (deneyime açıklık) Alpha değerinin ,66 ( $\alpha < ,70$ ) çıktığı görülmüştür. Bunun nedeninin, ölçeğin madde sayısının fazla olması, ilgili faktörün anketin sonunda yer alması ve katılımcıların rastgele cevap vermelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeğin geçerliği ise uzaksak (divergent validity) ve yakınsak (convergent validity) geçerlik ile test edilmiştir. Uzaksak geçerlik için araştırmada kullanılan ölçeklerin her bir maddesi yer aldığı boyuttan çıkartıldığında kendi boyutu ile diğer boyutlara kıyasla daha yüksek düzeyde korelasyon göstermesi gerekmektedir (Eren 2007). Bu açıdan yapılan madde analizinde çoğu maddenin ait olduğu boyut ile daha yüksek düzeyde korelasyon gösterdiği görülmüştür. Ancak, dışadönüklük boyutunda 4. madde, sorumluluk boyutunda 1. madde ve yumuşak başlılık boyutunda 11. maddenin ait olduğu boyut ile düşük düzeyde korelasyon sergilediği ortaya çıkmıştır. Söz konusu üç maddenin ifade edilişi şeklinde herhangi bir sorunun olmadığı pilot uygulama sonucunda belirlenmişti. Böylece, söz konusu maddeler içerik ve ilgili boyutlardaki önemi açısından tekrar incelendikten sonra, önermelerin yer aldıkları boyutlarla önemli ilişkisinin olduğu, bu nedenle ilgili boyutlarda yer alması gerektiğine karar verilmiştir.

Tablo 3. Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeğinin Güvenilirlik Katsayıları<sup>1</sup> ve Boyutların Kendi Aralarındaki Korelasyon<sup>2</sup> Sonuçları

Değişkenler	Madde Sayısı	$\alpha$	D.D.	D	S	Y.B.	D.A
Beş Faktör	60	,79					
Duygusal Dengesizlik (D.D.)	12	,77	--				
Dışadönüklük (D)	12	,71	-,24*	--			
Sorumluluk (S)	12	,81	-,24*	,45*	--		
Yumuşak Başlılık (Y.B.)	12	,70	-,18*	,28*	,39*	--	
Deneyime Açıklık (D.A.)	12	,66	-,01	,35*	,28*	,23*	--

\* ( $p < 0,01$ , çift yönlü) n = 924, <sup>1</sup>Cronbach's Alpha. <sup>2</sup>Spearman

Yakınsak geçerlik için araştırmada kullanılan ölçeğin alt ölçeklerinin birbirleriyle düşük ancak anlamlı ve olumlu korelasyon sergilemesi gerekmektedir (Judd, Smith ve Kidder 1991:165; Eren 2007). Bu açıdan analiz sonuçları, NEO-FFI ölçeğinin alt ölçeklerinin, genel olarak birbirleriyle olan korelasyonları düşük, ancak anlamlı ve olumlu olduğunu göstermektedir (Tablo 3). Ancak, duygusal dengesizlik ile deneyime açıklık arasında anlamlı bir korelasyonun çıkmadığı görülmektedir. Bu, katılımcıların her iki boyuta ait ifadelerle rastgele cevap vermelerinden kaynaklanabilir. Bir başka açıdan ise nedeni, Somer'in (1998) Türk dilinde duygusal dengeyi/dengesizliği ifade eden sıfatların az sayıda olduğunu ve deneyime açıklığın ise üzerinde en az uzlaşmaya varılan faktör olduğunu belirten açıklamalarına dayandırılabilir. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve geçerlik analizleri, ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğunu göstermiştir. Ancak, dışadönüklük boyutundaki 4. madde, sorumluluk boyutundaki 1. madde ve yumuşak başlılık boyutundaki 11. maddenin ve deneyime açıklık özelliğinin her bir maddesinin sonraki araştırmalarda gözden geçirildikten sonra kullanılabileceği düşünülmektedir.

## BULGULAR

### Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan 924 öğrencinin %60,1'i bay, tamamı bekâr, ortalama yaşı 21, %75,4'ü konaklama işletmeciliğinde kayıtlı, %51,6'sı ikinci sınıf öğrencisidir ve %83,5'i iki yıllık okullarda eğitim almaktadır. %35'nin babası emekli, %88,4'ünün annesi ev hanımı, %46'sının toplam aile geliri 500-1000 TL'dir ve %21,1'inin ailesi Konya'da ikamet etmektedir. %28,8'i kayıtlı olduğu bölümü birinci sırada, %68,4'ü isteyerek tercih etmiştir. %67,2'si (n=621) daha önceden herhangi bir turizm işletmesinde çalışmıştır ve %67,3'ü mezun olduktan sonra turizm işletmelerinde çalışmayı istemektedir. Çalışanların, %16,8'inin bir yıldan az iş tecrübesi bulunmaktadır ve %44,7'si stajyer olarak, %46,5'i servis personeli olarak, %32,6'sı Antalya'da ve %51,8'i otel işletmelerinde çalışmıştır.

### Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi

Katılımcılardan elde edilen veriler SPSS 19.00 kullanılarak test edilmiştir. Beş faktör kişilik özellikleri

Tablo 4. Kişilik Özellikleri Ölçeğine Ait Ortalamalar, Standart Sapma Değerleri ve Düzeyleri

Faktörler	Ortalama	Std. Sapma	Düzye*
Duygusal Dengesizlik	30,7	7,7	Orta
Dışadönüklük	42,2	6,3	Orta
Sorumluluk	45,7	7,4	Yüksek
Yumuşak Başlılık	45,1	5,3	Yüksek
Deneyime Açıklık	40,4	6,0	Orta

\*Tablo 2'deki puan aralıklarına göre değerlendirilmiştir.

leriyle ilgili bazı tanımlayıcı istatistikler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4'teki sonuçlar değerlendirildiğinde en yüksek puanın sorumluluk (Ort.=45,7; S=7,4) ve hemen arkasında yumuşak başlılık (Ort.=45,1; S=5,3) özelliklerine ait olduğu, bu iki özelliğe yakın puan alan özelliklerin ise sırasıyla dışadönüklük (Ort.=42,2; S=6,3) ve deneyime açıklık (Ort.=40,4; S=6,0) olduğu görülmüştür. Duygusal dengesizlik özelliğinin puanının ise diğerlerine göre daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır (Ort.=30,7; S=7,7). Fakat sonuçlar Tablo 2'deki puan aralıklarına göre değerlendirildiğinde, birinci hipotezde öğrencilerin duygusal dengesizlik özelliğinden düşük düzeyde (12-27 puan aralığında) puan almaları beklenmekteyken bu özellikten aldıkları puanın orta düzey (28-44) puan aralığında bir puana denk geldiği görülmüştür (Ort.=30,7). Böylece H<sub>1</sub>'in desteklenmediği ortaya çıkmıştır. H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> ve H<sub>4</sub>'te dışadönüklük, sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinden yüksek düzeyde puan alınması öngörülmekteydi (45-60 puan aralığında). Ancak, test sonuçlarından dışadönüklük puanının orta düzey (Ort.=42,2), sorumluluk (Ort.=45,7) ve yumuşak başlılık (Ort.=45,1) puanlarının ise yüksek düzeyde olduğu saptanmıştır. Böylece, H<sub>2</sub>'in desteklenmediği, H<sub>3</sub> ve H<sub>4</sub>'ün desteklendiği ortaya çıkmıştır. Son hipotezde (H<sub>5</sub>) ise, deneyime açıklık özelliğinden düşük puan alınması beklenmekteydi (12-27 puan aralığında). Ancak sonuçlar, bu özellikten alınan puanın orta düzeyde olduğunu göstermiş ve böylece H<sub>5</sub> desteklenmemiştir. Genel olarak test sonuçları incelendiğinde, turizm öğrencilerinin başkın kişilik özelliklerinin sorumluluk ve yumuşak başlılık olduğu görülmüştür.

### TARTIŞMA

Turizmde genç istihdam oranının yüksek olması, istihdamın bir kısmının öğrencilerden (okul dö-

neminde/mezunlar) oluşması, öğrencilerin sektöre yönelik olumsuz tutumları, işgören devir hızının yüksek olması ve işgören verimliliğinin düşük olması (Kuşluvan vd. 2010:195) gibi faktörler bu araştırmanın yapılmasında etkili olmuştur. Yazında, olumsuzlukların genel olarak sektörün özelliklerinden kaynaklandığı ileri sürülmektedir. Bu araştırmada ise, olumsuzlukların kişisel özelliklerden kaynaklanabileceği ve bu sorunların çözüm yollarından birinin de kişilik-iş/sector uyumu olabileceği üzerinde durulmaktadır.

Önceki araştırmalarda, her bireyin farklı kişilik özelliklerine sahip olduğu ve farklı mesleklerin farklı kişilik özellikleri gerektirdiği ortaya çıkmıştır (Barrick ve Mount 1991; Ayaç 2001). Bu nedenle bu araştırmada, öğrencilerin kişilik özellikleri belirlemek için literatür ışığında turizm açısından değerlendirilmektedir. Kişiyeye dayalı hizmetlerin verildiği bu ortamlarda, kişinin iç dünyasından gelen özellikler ile işin veya sektörün özellikleri arasındaki uyumun, hem kişi (örn; mutluluk, huzur) hem de işletmeler (örn; işgören devir hızının düşmesi, yüksek performans, verimlilik, kârlılık) açısından yararlı olacağı (Ayaç 2001; Kuşluvan vd. 2010) ve genel olarak turizmin işgücü ve hizmet pazarlaması ile ilgili sorunlarını hafifleteceği düşünülmektedir.

Turizm sektörü hizmetlere dayalı bir sektördür (Themduangkhae 2002). Kuşluvan'a (1999:1) göre hizmetler, "tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için tasarlanıp yerine getirilen ve mübadeleye konu olan soyut ve fark edilir faaliyetlerdir". Hizmetler soyut olduklarından, tüketiciler tarafından fark edilmesi için somutlaştırılması gerekmektedir. Bunu sağlayan faktörlerden biri de işgörenlerdir (Eren 2007:17). İşgörenler psikolojik eğilimlerine göre tutum ve davranışlarını sergilemekte ve bunlara göre sunduğu hizmetleri şekillendirmektedir (Brown vd. 2002). Bu nedenle, turizm işletmelerindeki işgörenlerin, özellikle tüketici-işletme arasındaki ilk etkileşimi (Nguyen 2006) sağlayan ön büro, satış ve servis çalışanının, bir takım kişilik özelliklerine sahip olmaları gerekmektedir. Yazında, bu özelliklerin hangileri olması gerektiğiyle ilgili donanımlı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak, turizm veya diğer hizmet ortamlarında işgörenlerin kişilik özellikleriyle ilgili yapılan araştırmaların sonuçlarına dayanarak genel bir kanyaya varılmış ve bu sonuçlar ve saptamalara dayanarak beş hipotez geliştirilmiştir: Öğrencilerin duygusal dengesizlik

özelliğinden düşük puan ( $H_1$ ); dışadönüklükten, sorumluluktan ve yumuşak başlıktan yüksek puan ( $H_2$ ,  $H_3$  ve  $H_4$ ) ve deneyime açıklıktan düşük puan ( $H_5$ ) almaları beklenmektedir.

İstatistiksel analiz sonuçları, öğrencilerin baskın kişilik özelliklerinin sorumluluk ve yumuşak başlılık olduğunu göstermiş, ancak beklenmedik bir şekilde *dışadönüklüğün* bu özellikler arasında olmadığını; duygusal dengesizlik ve deneyime açıklıktan alınan puanların ise orta düzeyde olduğunu göstermiştir. Böylece, sonuçlar turizm sektöründe kişilik-iş/sector uyumu açısından değerlendirildiğinde, beş özellikten ikisinin (sorumluluk ve yumuşak başlılık) bu uyumu sağladığı, ancak üçünün (duygusal dengesizlik, dışadönüklük ve deneyime açıklık) sağlayamadığı görülmektedir. Bunun birçok nedeni olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenlerden bazıları aşağıda sunulmaktadır:

Araştırmacılar, kişiliğın gelişiminde genetik ve çevresel faktörlerin etkili olduğunu belirtmektedir (Somer 1998). Bu araştırmada genetik faktörlerle ilgili açıklamanın yapılması uygun görülmediğinden sadece çevresel faktörlerin kişiliğın gelişimi üzerindeki etkileri, literatürdeki bazı araştırmaların sonuçları ışığında değerlendirilmiştir. De Fruyt ve Mervielde (1996), sorumluluk özelliğinin öğrencilerin final sınavlarıyla önemli derecede ilişkisinin olduğunu, bu nedenle mezuniyet yaklaşınca bu özelliklerinin ön plana çıktığını belirtmiştir. Judge ve Cable (1997) ise kişilik-örgütsel kültür tercihi ilişkisini araştırdığı çalışmasında, işletme, endüstriyel ilişkiler ve mühendislik öğrencilerinin mezuniyeti yaklaşınca sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinin baskın hale geldiğini vurgulamıştır. Örnekleme bakıldığında, uygulamanın mezuniyetin yaklaştığı bir tarihte yapılmış olduğunu ve örneklemede dört yıllıkların ikinci sınıfının olmadığı (yüksekokulların yeni açılmasından dolayı) ve katılımcıların çoğunluğının (%51,6) iki yıllığa göre son sınıf öğrencileri olduğu görülmektedir. Bu dönemde öğrencilerin mezuniyet sonrasında çalışabilecekleri örgütsel ortamları değerlendirdikleri, bu nedenle sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinin ön plana çıktığı söylenebilir.

Bir diğer açıdan değerlendirildiğinde, yiyecek-içecek işletmelerinin servis çalışanının sorumluluk özelliğinden aldıkları puanın yüksek düzeyde olduğu (Szeliga 2009); sorumlu ve yumuşak başlı işgörenlerin başkalarına ilgi göstermeye ve olum-



lu hizmet davranışlarında bulunmaya eğilimli oldukları ortaya çıkmıştır (Brown vd. 2002). Somer (1998:43) ise yumuşak başlı kişilerin sosyal çalışma türünde işleri tercih ettiklerini belirtmektedir. Katılımcılarla ilgili bilgilerden, çoğunun (%67,2) iş tecrübesi olduğu ve bunlardan %46,5'inin otel veya restoranlarda servis personeli olarak çalıştığı görülmektedir. İşin özelliklerinin bireyin kişiliği üzerinde etkilerinin olduğu (Aytaç 2001) göz önüne alındığında, öğrencilerin iş alanında elde ettikleri deneyimlerin kişiliklerinin gelişiminde etkisini gösterdiği söylenebilir.

Yazında, dışadönüklük ile sosyal ilgiler, yoğun sosyal içerikli meslekler ve ortamlar arasında oldukça önemli bir ilişki olduğu vurgulanmaktadır (Zimmerman 2008). Bu araştırmada ise dışadönüklük, turizm işletmelerinde kişilik-iş/ sektör uyumu açısından oldukça önemli bir özellik olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, potansiyel işgören konumundaki öğrencilerin dışadönüklük özelliğinden oldukça yüksek puan almaları beklenmiştir. Ancak bu özellikten alınan puanın beklenenden düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Kişi-iş/ sektör uyumu açısından değerlendirildiğinde, özellikle turizm işletmelerinde dışadönük kişilerin tercih edildiği bilinmektedir (Hurley 1998; Brown vd. 2002; Costen ve Barrash 2006). Bu yüzden, dışadönüklüğün turizm sektöründe aranan bir kişilik özelliği olduğunu söylemek mümkündür. Bu araştırmada, dışadönüklüğün baskın kişilik özellikleri arasında olmayışı önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Kişiliği açıklarken, genetik ve çevresel faktörlerin kişilik üzerinde etkili olabileceği belirtilmişti (Hogan 2009). Buna göre bu özelliğin orta düzeyde çıkmasının nedeninin bir takım içsel veya dışsal etkenler olduğu söylenebilir.

Duygusal dengesizlik ve deneyime açıklık özelliklerinden, beklenenin tersine orta düzeyde puanlar alındığı görülmektedir. Bu nedenle ilgili hipotezler (H1 ve H5) desteklenmemiştir. Katılımcıların çoğunluğunun (% 67,2) çeşitli turizm işletmelerinde çalıştığı belirlenmiştir. Kişiliğin aile ve okulda olduğu gibi çalışma hayatında da gelişim gösterdiği (Aytaç 2001) dikkate alınarak, bu süreçte, sektörün olumsuz koşullarıyla karşılaşan öğrencilerin bu durumdan duygusal olarak olumsuz etkilenmiş oldukları söylenebilir. Öğrencilerin doğuştan duygusal dengesizlik eğilimleri ön planda ise iş deneyimlerinin etkisi karşısında duygusal dengesizlik-

leri da artmış olabilir. Bu durum, iş tecrübesiyle sektörel olumsuzlukları gören öğrencilerin başka alanlara veya işlere kayıp, yeni deneyimler elde etmek istemelerinden kaynaklanabilir. Bu da deneyime açıklık özelliğinin orta düzeyde çıkmasının nedeni olabilir.

Sonuçlar turizm sektöründe kişilik-iş/ sektör uyumu açısından değerlendirildiğinde; sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinden yüksek puan alınmasının öğrencilerin kişisel stillerini (öğrenme, iş) (Lindley ve Borgen 2000), akademik başarılarını (De Fruyt ve Mervielde 1996) ve meslekle ilgili aldıkları kararları (Lounsbury vd. 1999) olumlu etkileyebileceği söylenebilir. Hizmet ortamlarında (turizm işletmeleri) sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinin baskın olması, öğrencilerin doğaları gereği kişisel performanslarını (Barrick ve Mount 1991; Mount, Barrick ve Stewart 1998; Szeliga 2009), iş tatminlerini ve işe bağlılıklarını arttırabilir (Silva 2006); onları tüketici hizmetlerinde aktif ve etkili (Mount, Barrick ve Stewart 1998), tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya (Costen ve Barrash 2006), onlara mükemmel hizmet sunmaya (Hurley 1998; Liao ve Chuang 2004) ve onlarla uzun dönemli ilişki kurmaya (Brown vd 2002; Zimmerman 2008) yatkın kişiler haline getirebilir. Ayrıca öğrenciler, konaklama işletmelerinde tüketicilerle yüz yüze iletişimde bulunulan pozisyonlarda hizmet veren işletmelerde, örneğin ön büro veya servis (Costen ve Barrash 2006); tüketici hizmetlerinde (Hogan 2009), kişilerarası iletişimin yoğun olduğu ortamlardaki satış ve yönetim ile ilgili bölümlerde (Barrick ve Mount 1991) veya restoranlarda servis bölümünde (Brown vd. 2002; Szeliga 2009) ve satışta (Hurley 1998) çalışabilecek yatkınlığa sahip kişiler olabilirler.

İlgili yazında elde edilen bilgilere dayanarak; duygusal olarak dengesiz öğrencilerin serbest zaman aktivitelerinde (Barnett ve Klitzing 2006), turizmle ilgili kariyer seçimlerinde (Betz ve Serling 1993) ve karar verme süreçlerinde (Lounsbury vd. 1999) zorlandıkları/zorlanacakları ileri sürülebilir. Bu öğrenciler, hizmet ortamlarında kişisel performansları düşük (Mount, Barrick ve Stewart 1998; Liao ve Chuang 2004), işten ayrılmaya eğilimli (Zimmerman 2008), iş tatmini düşük (Silva 2006), duygusal olarak çabuk tükenen (Kim vd. 2007), stresle başa çıkamayan, gergin ve tüketici güvenini kazanamayan (Mount, Barrick ve Stewart 1998)

kişiler olabilir. Katılımcıların deneyime açıklıktan aldıkları puanların orta düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuç da öğrencilerin işten ayrılmaya eğilimli olabilecekleri (Zimmerman 2008; Szeliga 2009), böylece turizmde işgören devir hızının yükselmesine neden olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak, bireyin tercihlerinin kişilik özelliklerine odaklı bir süreç olması ve yazındaki diğer saptamalar dikkate alınarak bu çalışmada, turizm sektöründe, kişilik-iş/sector uyumu açısından kişinin, "yüksek düzeyde dışadönük, sorumlu ve yumuşak başlı; düşük düzeyde duygusal olarak dengesiz ve deneyime açık" olması gerektiği öne sürülmüştü. Fakat katılımcıların bu uyumu tam olarak sağlayamadıkları görülmektedir. Öğrencilerin orta düzeyde sosyal oldukları ve dışadönüklüğün öğrencilerin baskın özellikleri arasında yer almadığı; duygusal dengesizlik ve deneyime açıklık özelliklerinden alınan puanların ise beklenenin tersine orta düzey çıktığı belirlenmiştir. Bu durum, öğrencilerin turizme yönelik tutumlarını, turizmde çalışmak istemelerini, turizmle ilgili kariyer seçimlerini; iş alanına girdiklerinde iş tatminlerini, iş performanslarını ve işe bağlılıklarını olumsuz yönde etkileyebileceğini göstermektedir. Ancak, katılımcıların "yüksek düzeyde sorumlu ve yumuşak başlı" kişiler oldukları ortaya çıkmaktadır. Sorumluluk ve yumuşak başlılık özelliklerinin turizm işletmelerinde aranan temel kişilik özellikleri arasında olduğu görülmektedir. Bu özellikler, özellikle tüketici-işgören etkileşiminde hizmet kalitesinin belirleyicileri olarak dikkat çekmektedir (Liao ve Chuang 2004). Bu nedenle, öğrencilerin iş alanına atıldıklarında kaliteli hizmet sunmaya eğilimli kişiler olabilecekleri tahmin edilmektedir. Araştırmada, turizm sektöründe kişilik-iş/sector uyumu kısmen sağlandığından bu sonucun hem kişi ve işletme hem de toplum açısından kısmi yararlar sağlayabileceği düşünülmektedir. Fakat düşünülen kişilik-iş/sector uyumunun tam olarak sağlanması, hem kişi ve işletme hem de toplum açısından daha çok yarar sağlayacağı öngörülmektedir.

Bu araştırmanın kısıtlarından biri sadece Selçuk Üniversitesi'ne bağlı turizm eğitimi veren okullarda eğitim alan öğrenciler üzerinde yürütülmesidir. Bunun bir nedeni, turizm okullarının sayısının fazlalığı ve bu okulların tamamına ulaşmanın zaman

ve maddi kısıtlar açısından mümkün olmamasıdır. Diğeri ise yazında kişilik ile birçok kavram arasında ilişki kurulmasına karşın bu çalışmada sadece öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesidir. Bunun gerekçesi ise araştırmanın temel amacının, kişiliğin iş ve sektör uyumu çerçevesinde değerlendirilmesidir. Araştırmanın zayıf yönü ise uygulamanın hem iki yıllık hem de dört yıllık öğrenciler üzerinde aynı anda yapılmasıdır. İstenilen uygulama, okul türlerine (MYO/YO), bölümlere ve sınıflara göre ayrı ayrı ve farklı tarihlerde yapılmasıdır. Örnek olay niteliğinde olan bu araştırmanın alana en büyük katkısı ise turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ile turizm sektörüne uyumu açısından değerlendirmeye yönelik Türkçe yazındaki boşluğu doldurmak ve konunun önemiyle ilgili farkındalık yaratmaktır.

Araştırmanın diğer katkıları; eğitim ve iş sahasında kişiliğin önemini vurgulamak, öğrencilerin çalışma hayatına girmeden önce ilgilerinin, tutumlarının, yeteneklerinin ve psikolojik özelliklerinin farkında olmalarını sağlamak ve buna göre uygun mesleği seçmelerine yardımcı olmak, turizm eğitimi veren okulların öğrenci kişiliklerine göre uygun eğitim stratejilerini uygulamalarına yardımcı olmak ve son olarak işletmelerin işe, çevreye ve sektöre uygun kişileri seçmelerinde kişiliğin önemini vurgulamaktır.

Kariyer seçimi kişilik özelliklerinin bir yansıması olarak düşünüldüğünde; potansiyel işgören olan öğrencilerin tutum ve davranışlarını, yeteneklerini, ilgilerini, tutkularını, bilgilerini, sınırlarını, olumlu ve olumsuz yönlerini ve eğilimlerini gözden geçirip kendilerini tanımaları, mesleki başarı ve tatmin açısından büyük bir önem arz etmektedir. Meslek seçiminde kişisel değerlendirmenin yanı sıra seçilecek meslekle ilgili teknik ve psikolojik araştırmaların da yapılması gerekmektedir. Seçilecek meslekle ilgili iş gerekleri, çalışma şartları, avantajlar, dezavantajlar, fırsatlar, istenilen mesleki yetkinlikler (kişilik özellikleri) ile ilgili araştırmalar yapılmalıdır. Meslekle ilgili hem kişisel hem de örgütsel açıdan yapılan değerlendirmeler, kişinin gelecekte nerede, hangi pozisyonda çalışacağını ve nasıl olacağını (psikolojik durum) belirlemeye yönelik önemli değerlendirmelerdir (Sav 2008).

Okullarla ilgili bölüm seçmekten meslek seçimine kadar kişinin birçok tercihinde aile ve çevrenin baskısı görülmekte, bu da hem kişiyi hem de

kurumları olumsuz etkileyebilmektedir. Bireyin kendi kişiliğine göre mesleki kararları alma özgürlüğünün kısıtlanması, kişide öz güven kaybı, başarısızlık, gelecekle ilgili korku, endişe, sosyalleşememe korkusu, diğer kişilerle uyum problemleri yaşama gibi olumsuzlukları ortaya çıkarabilmektedir. Bu sorunların önüne geçebilmek için kişisel özelliklerin göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Çünkü kişiliğe uygun bölüm veya meslek seçimi kişinin eğitim ve iş hayatında mutlu, huzurlu ve başarılı olmasını sağlayabilmektedir (Aytaç 2001). Bu nedenle okulların turizm ile ilgili bölümlerinde eğitim almak isteyen kişilerin, kişilik özelliklerinin o bölümün özellikleriyle uyumlu olup olmadığını araştırmaları hem kişi hem de kurum açısından yararlı sonuçlar doğurabilir. Kariyer planlamasının genelde lise döneminden itibaren yapıldığı gözlenmektedir. Bu nedenle özellikle ilköğretim sonunda bu konuyla ilgili rehberlik hizmetleri verilmesi gerekmektedir. Bu konuda ebeveynlerin ve okullardaki rehber öğretmenlerin desteği gerekmektedir.

Kişinin psikolojik yapısına uygun eğitim stratejilerinin seçilmesi, hem kişinin başarılı olmasını hem de eğitim kurumlarının sağlıklı eğitim vermesini sağlayabilir. Kişi meslek seçmeden önce, kendi kişiliğini çalışmak istediği işin özelliklerine göre değerlendirip ona göre meslek tercihinde bulunursa işinde daha verimli olabilir. Örneğin, turizm işletmelerinde kişilik-iş/sector uyumu çerçevesinde istihdam edilecek kişilerin dışadönük, yumuşak başlı, sorumlu ve duygusal olarak dengeli olmalarına özen gösterilerek, bu özelliklere sahip kişilerin istihdam edilmesi sağlanabilir. Böylece, işgörenlerin iş ile ilgili verimlilikleri işletmenin hizmet kalitesine yansiyabilir. Bu durum da işletme performansını olumlu yönde etkileyip olumlu işletme imajını yaratabilir.

Yazında genel olarak turizmin sektörel sorunları üzerinde durulduğu görülmektedir. Turizm sektörünün olumsuz çalışma koşullarının öğrencileri, işgörenleri, yöneticileri ve işletmeleri olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir (Kuşluvan ve Kuşluvan 2000). Bu araştırmada ise, turizm sektörünün olumsuz özelliklerinin istenilen zamanda yasal veya diğer düzenlemelerle iyileştirilebileceği veya düzeltilebileceği, ancak sektörel sorunlar en aza indirilse bile, bireyin doğuştan gelen kişilik özelliklerinin istenildiği anda değiştirilemeyeceği ve kişiden kaynaklanan sorunların kolaylıkla

düzeltilmeyeceği vurgulanmaktadır. Bu nedenle, kişiden kaynaklanabilecek sorunların daha ortaya çıkmadan önlenmesi gerektiği, bunu sağlamanın yollarından birinin de kişiliğe uygun eğitim ve iş seçimi olabileceği üzerinde durulmaktadır. Hangi pozisyona ne tür kişilik özelliklerine sahip bireyler yerleştirilmeli ve turizm sektöründe çalışabilecek öğrencilerin ne tür kişilik özelliklerine sahip olmaları gerektiği gibi konular üzerinde durulması gerektiğinin altı çizilmektedir. Gelecekte ise, turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özellikleri ile demografik özellikleri, mesleğe yönelik tutumları, öğrenme şekilleri, motivasyonları, kişilerarası iletişim becerileri, tüketici hizmet davranışları, kişisel performansları, hizmet verme yetkinlikleri, işe bağlılıkları, işten ayrılma niyetleri, iş tatminleri, tükenmişlik olguları, stresle başa çıkmaları, turizm işletmelerindeki bölümlerde çalışma istekleri, staj dönemlerinde iş deneyimleri vb. arasındaki ilişkileri belirleyecek araştırmaların yapılması önerilmektedir. Böylece araştırmalar çoğaldıkça, kişilik-iş/sector uyumu için daha net sonuçların ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırmayı okuyup yararlı önerilerde ve katkılarda bulunan Prof. Dr. Salih Kuşluvan'a, derginin editörlerine, hakemlere, ayrıca anket uygulamasında yardımcı olan okul yöneticilerine ve öğretim elemanlarına teşekkürlerimizi sunuyoruz.

## KAYNAKÇA

- Aksu, A. A. ve Köksal, C. D. (2005). Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (5): 436 – 447.
- Antony, J. S. (1998). Personality-Career Fit and Freshman Medical Career Aspirations: A Test of Holland's Theory, *Research in Higher Education*, 39 (6): 679-698.
- Arıkan, R. (1995). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma*. Ankara: Tutibay Ltd. Şti.
- Aytaç, S. (2001). Örgütsel Davranış Açısından Kişiliğin Önemi, *Uludağ Üniversitesi Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 3 (1).
- Barnett, L. A. ve Klitzing, S. W. (2006). Boredom in Free Time: Relations with Personality, Affect, and Motivation for Different Gender, Racial and Ethnic Students Groups, *Leisure Sciences*, 28: 223-244.
- Barrick, M. R. ve Mount, M. K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis, *Personnel Psychology*, 44: 1-26.
- Barrows, C. W. ve Bosselman, R. H. (Eds.). (1999). *Hospitality Management Education*. New York, NY: The Haworth Hospitality Press.



- Berings, D., De Fruyt, F. ve Bouwen, R. (2004). Work Values and Personality Traits as Predictors of Enterprising and Social Vocational Interests, *Personality and Individual Differences*, 36: 349-364.
- Bernard, H. R. (2000). *Social Research Methods*. Londra: Sage Publications.
- Betz, N. E. ve Serling, D. A. (1993). Construct Validity of Fear of Commitment as an Indicator of Career Indecisiveness, *Journal of Career Assessment*, 1: 21-34.
- Brymer, R. A. ve Pavesic, D. V. (1990). Personality Characteristics and Profiles of Hospitality Management Graduate, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 14 (1): 77-86.
- Brown, T. J., Mowen, J. C., Donovan, D. T. ve Licata, J. W. (2002). The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait Effects on Self and Supervisor Performance Ratings, *Journal of Marketing Research*, 39: 110-119.
- Chen, S-C., Wu, M-C. ve Chen, C-H. (2010). Employees' Personality Traits, Work Motivation, and Innovative Behavior in Marine Tourism Industry, *J. Service Science and Management*, 3: 198-205.
- Churchill, G. A. (1996). *Basic Marketing Research*. Fort Worth: The Dryden Pres.
- Costa, P. T. ve McCrae, R. R. (1992). *NEO-PI-R Professional Manual. Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI)*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Costen, W. M. ve Barrash, D. I. (2006). ACE-Ing The Hiring Process: A Customer Service Orientation Model, *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 5 (1): 35-49.
- De Fruyt, F. ve Mervielde, I. (1996). Personality and Interests as Predictors of Educational Streaming and Achievement, *European Journal of Personality*, 10: 405-425.
- Ekinci, Y. ve Dawes, P. L. (2009). Consumer Perceptions of Frontline Service Employee Personality Traits, Interaction Quality, and Consumer Satisfaction, *The Service Industries Journal*, 107 (125): 503-521.
- Eren, D. (2007). Örgütsel Hizmet Odaklılığın İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Goldberg, L. R. (1990). An Alternative "Description of Personality": The Big-Five Factor Structure, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59: 1216-1229.
- Harris, J. A., Vernon, P. A., Johnson, A. M. ve Jang, K. L. (2006). Phenotypic and Genetic Relationships between Vocational Interests and Personality, *Personality and Individual Differences*, 40: 1531-1541.
- Hogan, R. (2009). *Kişilik ve Kurumların Kaderi*. (Çev: Selen Y. Kölay). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hoyle, M. S. (2003). The Purpose of Undergraduate Tourism Programs in the United Kingdom, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 2 (1): 49-74.
- Hurley, R. F. (1998). Customer Service Behavior in Retail Settings: A Study of the Effect of Service Provider Personality, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (2): 115-127.
- Janes, P. L., Wisnom, M.S. ve Pybus, D. S. (2003). Understanding Interpersonal Behavior Changes From Student to Professional, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 3 (3): 53-64.
- Judd, C. M., Smith, E. R. ve Kidder, L. H. (1991). *Research Methods in Social Relations*. Forth Worth: Hartcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Judge, T. A. ve Cable, D. M. (1997). Applicant Personality, Organizational Culture, and Organization Attraction, *Personnel Psychology*, 50: 359-394.
- Judge, T. A., Heller, D. ve Mount, M. K. (2002). Five-Factor Model of Personality and Job Satisfaction A Meta-Analysis, *Journal of Applied Psychology*, 87 (3): 530-541.
- Kim, H. J., Shin, K. H. ve Umbreit, W. T. (2007). Hotel Job Burnout: The Role of Personality Characteristics, *Hospitality Management*, 26: 421-434.
- Kuşlivan, S. (1999). Turizm İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Yönetimi, *Milli Prodüktivite Merkezi Semineri*, 16-17 Kasım. Nevşehir: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Kuşlivan, S. ve Kuşlivan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students towards Working in the Tourism Industry in Turkey, *Tourism Management*, 21: 251-269.
- Kuşlivan, S. ve Kuşlivan, Z. (2005). Otel İşletmelerinde İş ve İşletme ile İlgili Faktörlerin İlgören Tatmini Üzerindeki Görece Etkisi: Nevşehir Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2): 183-203.
- Kuşlivan, S., Kuşlivan, Z., İlhan, İ. ve Buyruk, L. (2010). The Human Dimension: A Review of Human Resources Management Issues in the Tourism and Hospitality Industry, *Cornell Hospitality Quarterly*, 51 (2) 171-214.
- Kuşlivan, S. ve Eren, D. (2011). İşgörenlerin Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığı ve Ölçümü: Bir Literatür Taraması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2): 139-153.
- Lai, H-S. (2003). Learning Styles and Personality Types: Identification and Comparison of Hospitality Students in Taiwan and The United States. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). The Graduate Faculty of Texas University, A.B.D.
- Leung, R. ve Law, R. (2010). A Review of Personality Research in the Tourism and Hospitality Context, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27: 439-459.
- Liao, H. ve Chuang, A. (2004). A Multilevel Investigation of Factors Influencing Employee Service Performance and Customer Outcomes, *Academy of Management Journal*, 47 (1): 41-58.
- Lievens, F., Coetsier, P., Fruyt, F. D. ve Maeseneer, J. D. (2002). Medical Students' Personality Characteristics and Academic Performance: A Five-Factor Model Perspective, *Medical Education*, 36: 1050-1056.
- Lindley, L. D. ve Borgen, F. H. (2000). Personal Style Scales of the Strong Interest Inventory: Linking Personality and Interests, *Journal of Vocational Behavior*, 57: 22-41.
- Lounsbury, J. W., Tatum, H. E., Chambers, W., Owens, K. S. ve Gibson, L. W. (1999). An Investigation of Career Decidedness in Relation to "Big Five" Personality Constructs and Life Satisfaction, *College Student Journal*, 33 (4): 646-652.
- Malhotra, N. K. (1996). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T. Jr. (1991). Adding Liebe and Arbeit: The Full Five Factor Model And Well-Being, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17: 227-232.
- Mount, M. K., Barrick, M. R. ve Stewart, G. L. (1998). Five-Factor Model of Personality and Performance Involving Interpersonal Interactions, *Human Performance*, 11 (2/3): 145-165.
- Nguyen, N. (2006). The Collective Impact of Service Workers and Servicescape on the Corporate Image Formation, *Hospitality Management*, 25: 227-244.



- ÖSYM (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi). (2011). 2006-2011 Arası Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzları. <http://www.osym.gov.tr/>, Erişim tarihi: 08.08.2011.
- Richardson, S. (2008). Undergraduate Tourism and Hospitality Students' Attitudes toward a Career in the Industry: A Preliminary Investigation, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 8 (1): 23-46.
- Robson, C. (2002). *Real World Research*. Oxford: Blackwell.
- Sav, D. (2008). Bireysel Kariyer Planlamada Etkili Olan Faktörler ve Üniversitelerin Etkisi Üzerine Bir Araştırma. (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Silva, P. (2006). Effects of Disposition on Hospitality Employee Job Satisfaction and Commitment, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (4): 317-328.
- Slattery, P. (2002). Finding The Hospitality Industry, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport, And Tourism Education*, 1 (1): 19-28.
- Somer, O. (1998). Beş-Faktör Kişilik Modeli. *Türk Psikoloji Yazıları*, 1 (2): 35-62.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerinin Oluşturulması, *Türk Psikoloji Dergisi*, 17 (49): 21-33.
- Stewart, G. L., Carson, K. ve Cardy, R. L. (1996). The Joint Effects of Conscientiousness and Self-Leadership Training on Employee Self-Directed Behavior in a Service Setting, *Personnel Psychology*, 49 (1): 143-164.
- Stone, G. J. ve Ineson, M. E. (1997). An International Comparison of Personality Differences between Hospitality and Other Service Sector Managers, *International Journal of Selection and Assessment*, 5 (4): 215-228.
- Szeliga, E. M. R. (2009). Personality of Servers: What Kind of People Wait Tables? (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). School of Professional Psychology, Pasific University, Hillsboro-Oregon.
- Teng, C. C. (2008). The Effects of Personality Traits and Attitudes on Student Uptake in Hospitality Employment, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 78-86.
- Themduangkhae, W. (2002). What Motivates Senior Students to Work in Hospitality and Tourism Industry: A Case Study of Senior Students in Hospitality and Tourism Program at UW-Stout. (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). University Of Wisconsin-Stout, Menomonie.
- Tokar, D. M., Fischer, A. R. ve Subisch, L. M. (1998). Personality and Vocational Behavior: A Selective Review of the Literature, 1993-1997, *Journal of Vocational Behavior*, 53: 115-153.
- TÜROFED Turizm Raporu (2011). Yıl 1, Sayı 4, Mart, [http://www.akbank.com/doc/turizm\\_raporu-4.pdf](http://www.akbank.com/doc/turizm_raporu-4.pdf), Erişim Tarihi: 28.10.2011.
- Ünüvar, Ş. ve Başoda, A. (2012). Algılanan Hizmet Verme Yatkınlığının Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, *SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (1): 46-64.
- Weinstein, T. A. R., Capitanio, J. P. ve Gosling, S. D. (2008). Personality in Animals. İçinde O. P. John; R. W. Robins ve L. A. Pervin (Editörler), *Handbook of Personality: Theory and Research* (ss. 328- 350), New York: The Guilford Press.
- YÖK (Yüksek Öğretim Kurumu). (2011). Üniversiteler, <http://www.yok.gov.tr/content/view/527/222/lang,tr/>, Erişim Tarihi: 08.08.2011.
- Zimmerman, R. D. (2008). Understanding the Impact of Personality Traits on Individuals' Turnover Decisions: A Meta-Analytic Path Model, *Personnel Psychology*, 61: 309-348.