

Geleneksellik-modernlik ve liyakat düzeyi ile hizmet verme yatkınlığı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi: Nevşehir'deki profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma¹

Enes Öztürk, Meral Dursun Küçükoğlu

ÖZET

Çalışmada kişilik özellikleri kapsamında geleneksel- modern olma ve liyakat özellikleri ve hizmet verme yatkınlığı konuları ele alınmıştır. Turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik ve liyakat özellikleri ile hizmet verme yatkınlıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacı ile yapılan alan araştırmasında anket yöntemi kullanılarak veriler elde edilmiştir. Araştırma evrenini Nevşehir Rehberler Odası (NERO)'na bağlı profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. 473 katılımcıdan elde edilen verilerin analizi neticesinde katılımcıların geleneksellik-modernlik düzeylerinin ortalamaya yakın bir düzeyde olduğu ancak modernlik özelliklerini taşımaya daha eğilimli oldukları, liyakat düzeylerinin yüksek olduğu ve hizmet verme yatkınlık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte geleneksellik-modernlik değişkenin hizmet verme yatkınlığı değişkeni ile bir ilişkisi saptanamamış, liyakat değişkenin ise hizmet verme yatkınlığı ile oldukça düşük düzeyde ilişkili olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelime: Geleneksellik-Modernlik, Liyakat, Hizmet Verme Yatkınlığı, Turist Rehberi
Gönderilme Tarihi: 10.01.2022; Kabul Tarihi: 17.07.2022. Araştırma Makalesi

Determining the relations between traditionalism-modernity and professionalism level and service predisposition: A research on professional tourist guides in Nevşehir

ABSTRACT

In the study, within the scope of personality traits, traditional-modern and professional traits and inclination to serve were discussed. Data were obtained by using the survey method in the field research conducted to determine the relationship between the traditionalism-modernity and professionalism characteristics of tourist guides and their tendency to serve. The research population consists of professional tourist guides registered with Nevşehir Guides Chamber (NERO). As a result of the analysis of the data obtained from 473 participants, it was determined that the traditionalism-modernity levels of the participants were close to the average, but they were more inclined to carry the characteristics of modernity, their level of merit was high, and their level of inclination to serve was high. However, no relationship was found between the traditionalism-modernity variable and the disposition to serve variable, and it was revealed that the variable of merit was associated with the disposition to serve at a very low level.

Keywords: Traditionalism-Modernity, Merit, Service Predisposition, Tourist Guide
Submitted: 10.01.2022; Accepted: 17.07.2022. Research Paper

Enes Öztürk	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	0000-0002-7266-0820	enes_ozturk_28@hotmail.com	Türkiye
Meral Dursun Küçükoğlu*	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	0000-0003-0440-542X	meraldursun@nevsehir.edu.tr	Türkiye

*Sorumlu Yazar

¹ Bu çalışma "Geleneksellik-modernlik ve liyakat düzeyi ile hizmet verme yatkınlığı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi: Nevşehir'deki profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Giriş

Turist rehberleri turistlerin bilgi açısından olan ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte ülkenin tanıtımını yapabilmeleri açısından oldukça önemli bir çalışma alanına sahiptirler. Ülke tanıtımı şeklindeki bir misyon, icra edilen görevin önemini arttıran bir unsur olarak görülmektedir. Profesyonel turist rehberlerinin sahip oldukları rollerle ilişkili olarak kişiliklerine yansıyan birtakım özellikler bulunmaktadır. Ve profesyonel turist rehberlerinin işlerini yaparken kendi kişiliklerini kenara koyup davranamayacakları için ülkelerini kendi kişilikleriyle temsil ettikleri ifade edilmektedir (Çimrin, 1995: 9). Bu durum, aslında her birey için ve yapılan her işte söz konusu olabilir. Bireylerin yaşam tarzları ve sahip olduğu kişisel özellikleri iş hayatında onların davranışlarında yer bulabilir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada, profesyonel turist rehberlerinin sahip olduğu bir takım özelliklerin iş yaşamında etkili olup olmadığı merak edilmiştir. Bu bağlamda bu çalışma kapsamında turist rehberlerinin bireysel düzeyde hizmet verme yetkinliklerinin belirleyicileri arasında kişilik özelliklerinin önemi üzerinde durulmaktadır. Bununla birlikte bu çalışma kapsamında vurgulanması gereken bir diğer husus, kişilik özellikleri çerçevesinde geleneksellik-modernlik ve liyakat özelliklerinin dikkate alınmış olmasıdır. Buna göre, bu çalışmada profesyonel turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik ve liyakat özellikleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu bağlamda geleneksellik-modernlik kavramları, liyakat kavramı ve hizmet verme yetkinliği kavramsal olarak açıklandıktan sonra turist rehberleri üzerinde yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilecektir.

Geleneksellik- Modernlik

Geleneksellik, bir topluluğa önceki nesillerden geçen ve çeşitli aktarma biçimleri kullanılarak sonradan gelen nesillere ulaştırılan her türlü maddi ve manevi unsurları ve uygulamaları kapsamakla birlikte bir önceki nesle ait olanın bir sonraki nesile devredilmesi şeklinde ifade edilmektedir (Yılmaz, 2005). Sosyolojik açıdan bakıldığında ise gelenek, nesilden nesile aktarılan her türlü düşünce, bilgi ve kültür birikimini açıklamaktadır (Canatan, 1995). Geleneksel toplumlarda genel olarak bireyin pozisyonunu üyesi olduğu kabilesi, ailesi, etnik grubu ve dini belirlemektedir (Sarıbay, 1985). Bununla birlikte, gelenekler insanoğlunun var olan evrensel ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar ve bu yönüyle gelenekler her toplumsal yapı içinde yer edinirler (Sztompka, 1993: 64). Gelenekler aracılığı ile önceki nesillerin sahip olduğu bilgiler muhafaza edilir, alışılmış yaşam şekillerine meşru bir zemin kazandırılır, bireylerin ortak bir kimlik etrafında toplanması sağlanır, sadakat, aidiyet ve bağlılık güçlendirilir ve bireylere modern hayatın problemlerinden kaçabilecekleri bir alan yaratılır (Sztompka, 1993: 64-65). Diğer taraftan, geleneksel toplumların dünya ile ilgili sınırlı bilgi ve görüşe sahip olmaları, kişisel özellik ve yeteneklerini geliştirme ve yenilikçi olmada daha az istekli olmaları, sınırlı istek ve algılama, aileye ve hükümete yoğun bağlılık gösterme, düşmanlık besleme gibi gerekçeler nedeni ile geleneksel ve modern toplumlar arasında bir uyumsuzluk olduğu da belirtilmektedir (Kırılmaz ve Ayparçası, 2016).

Modernlik kavramının mutlak bir anlamı bulunmamasıyla birlikte modernlik üzerine yapılan tanımlardan anlaşılacağı üzere, sürekli geçmişten farklılaşma, değişim, yeni gibi kavramlara vurgu yapılmaktadır (Şallı, 2017: 58).

Geleneksellik ya da modernliğin yalnızca toplumsal bir durumu ifade eden kavramlar olmadığı açıkça görülmektedir. Bu kavramlar bir taraftan da bireysel durumu ve daha da ötesi bir zihniyeti belirtmek üzere de kullanılmaktadırlar. Inkeles (1977)'e göre, modernlik birey düzeyinde oluşan bir durum olmakla

beraber, modern birey tüm yeniliklere ve değişime açık olma özellikleri ile öne çıkmaktadır. Inkeles'e göre modernlikle ilişkili tüm diğer özellikler bireyin yeniliğe ve değişime açık olma özelliği üzerinde şekillenmekte ve anlam kazanmaktadır. Geleceğe yönelik olma modern bireyin bir diğer özelliğidir. Modern birey geçmişle değil, bugün ve bugün üzerinden gelecek ile ilgilenir. Geleceğe yönelik olma özelliği nedeni ile planlama ve örgütlenme modern birey için önemlidir. Hedef ve arzularına ulaşabilmek için modern birey, çevrenin baskı ve egemenliğine maruz kalmak istemez, aksine çevreden bağımsız ve çevreye egemen olmak ister. Bilim ve teknolojiye yüksek düzeyde güvenir ve inanırlar (Inkeles, 1977: 154-157).

Bireylerin yaşamlarında sahip olduğu öncelikleri, günlük ve sosyal faaliyetleri, alışkanlıkları, inançlar ve inanç düzeyleri onların yaşam tarzlarını yansıtmaktadır. Değerler ve kişilik de yaşam tarzının oluşmasında oldukça önemlidir. Özellikle bireylerin kişilikleri, geçmiş deneyimleri, aile yapıları ve yetişme ortamlarına bağlı olarak yaşam tarzı meydana gelmektedir (Bocock, 2005: 37). Bireylerin geleneksel ya da modern yaşam tarzını benimsemesinde eğitim düzeyinin ve yaşam şartlarının etkili olduğu belirtilmektedir (Gençtan, 1995: 136).

Bireyin yaşam tarzını yansıtan kişilik özellikleri olarak bu çalışmada geleneksellik - modernlik; gelecek odaklı olma, aileden bağımsız olma, yerel kültürden kopma, bireysel düzeyde bağımsız olma ve laik olma özellikleri çerçevesinde iki uçlu kişisel bir özellik olarak ele alınacaktır. Geleneksel ya da modern olmayı belirleyici olduğu düşünülen bu özellikler kısaca açıklanmaktadır:

Gelenekselci bakış açısında kader anlayışı, teslimiyet ve inançsal öğelerin ön planda olduğu düşünüldüğünde laiklik tutumunun önemli bir modernlik göstergesi olabileceği öngörülebilir. Çok sayıda araştırmacı laiklik değişkenini toplumların modernlik düzeylerini ölçmek amacıyla ölçeklerinde kullanmışlardır (Smith ve Inkeles, 1966; Armer, 1970; Rau, 1980; Armer ve Isaac, 1978).

İnsanlar belirli dönemlerde geçmişe, bugüne ya da geleceğe yönelik odaklanma yaşayabilirler. Buradaki odaklanmanın ifade ettiği anlam, oluşması ve taşıdığı değer toplumlara göre değişmektedir (Gjesme, 1983: 347). Schmidt vd. (1978: 71)'e göre, kişilerin geleceğe yönelik davranışları "gelecek odaklılık" olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, insanların günlük hayatlarındaki seçimlerinin, geçmiş, bugün ya da geleceğe odaklanma açısından zaman esaslı, baskın bilişsel bir eğilime dönüştüğü vurgulanmaktadır (Zimbardo ve Boyd, 1999:1272) Gelecek odaklı bireyler, uzun dönemli faaliyetlere büyük çaba harcarlar, duygusal temelli risklerden ve uzun dönemdeki olumsuz sonuçlardan kaçınırlar (D'Alessio vd., 2003: 336-337). Simons vd. (2004: 120-123)'ne göre, derin bir gelecek zaman perspektifine sahip olmak ve kişinin bulunduğu zaman dilimindeki davranışlarının geleceğe dönük artan araçsallık değeri, motivasyonu, derin kavramsal öğrenmeyi, daha iyi performansı ve yoğun olarak yaşanan ısrarı/sürekliliği artırmaktadır.

Bireysel bağımsızlık ve aileden bağımsız olma özelliklerinin bireylerin geleneksel ya da modern zihniyetlere sahip olmaları konusunda fikir verebileceği düşünülmektedir. Bireylerin dünyayı algılama ve yorumlama biçimindeki kültürel farklılıkları kavramsallaştırmaya yönelik bağımsız benlik kurgusu ve karşılıklı bağımlı benlik kurgusu olmak üzere iki farklı benlik kurgusundan söz edilebilmektedir (Markus ve Kitayama,1991). Bağımsız benlik kurgusu, bireyin diğerlerinden ve kültürel ortamdan bağımsız şekilde algıladığı benlik olarak tanımlanmaktadır. Karşılıklı bağımlı benlik kurgusunda ise diğerleri ve kültürel ortamla ilişkili olarak algılanan benlik söz konusudur. Bağımsız benlik kurgusu yüksek düzeyde olan bireyler benliklerini özerk ve tek olarak algılar; bağımsız olmak, becerilere ve kişisel başarılarla sahip olmak

onlar için önemlidir. Diğer taraftan karşılıklı bağımlı benlik kurgusu yüksek düzeyde olan bireyler, kendilerini tanımlamada ilişkileri kullanabilirler, kurdukları bir ilişkiyi devam ettirmeyi ve başkalarına uyum sağlamayı önemserler (Markus ve Kitayama, 1991; Singelis, 1994). Sahip olduğu çeşitli kişilik özellikleri ve davranış biçimlerinden kaynaklı olarak, kişiler arası ilişkilerde bireyin karşısındakine bağımlı türde ilişkiler geliştirebildiğinden söz edilmektedir (Tanhan ve Mukba, 2014). Nitekim bu durum, toplumsal ve kültürel açıdan da incelenen ve kültürel farklılıklar çerçevesinde değerlendirilebilen bir konudur. Öyle ki; bireyselci batı toplumlarında, bireyin bağımsız kişilik geliştirmesi, yaratıcılığını ve kendini ifade etmesi, özgürce tercihte bulunabilmesi önemsenir. Diğer taraftan Türk toplumunda ise toplumda yaşayan diğer insanlarla uyumlu olmak, toplum tarafından onaylanmak, toplumun beklentileri doğrultusunda hedefler belirlemek bireyden beklenen davranışlardır (Üskül vd., 2004). Bağımsız kişilik geliştiren birey yetiştirme çabasında olan Batılı toplumlardan farklı olarak Türk toplumunda yetiştirilme tarzı nedeniyle birey, bağımlı kişilik geliştiren birey olarak karşımıza çıkmaktadır (Kağıtçıbaşı, 1981; Kağıtçıbaşı, 1996; Kağıtçıbaşı, 2002). Birey, bağımlı kişilik geliştirdiği durumda, bağımsız hareket edemeyen, diğerlerinin ve toplumun kendisinden beklediği davranış norm ve kalıplarıyla hareket eden bir birey durumundadır.

Liyakat

Liyakat ile ilgili literatür incelendiğinde birçok tanıma ulaşmak mümkündür. Bunlar “Ehliyet”, “elverişlilik”, “yeterlilik” ve “merit” gibi kavramlarla İngilizce anlamlarla ifade edilen liyakat, kelime olarak layık, uygun, yeterli olma gibi anlamlara gelmektedir. Kavram olarak ise, “bir şeyi hak etme, bir şeye değer olma, ehil olma ve layık olma” gibi anlamları ifade etmektedir (Gönülaçar, 2014: 6; Bozkurt vd., 2008: 158).

Geleneksel mantıkları benimseyen bireyler düşünce ve kararlarında daha çok sahip oldukları yerel çevre, akrabaları ya da ailelerine öncelik verme eğiliminde olabilirler. Bu durumda yakın çevre çıkarları ön plana çıkarken, buna yönelik gerçekleşen eylemlerin toplumsal çıkarlarla çatışması göz ardı edilebilir (Öztürk, 2018). Liyakat kavramı açıklanırken daha çok kamu sektörü üzerinden tanımlamalar göze çarpmaktadır. Örneğin; işin ehli olan insanlara kamu hizmetlerini sunma görevinin verilmesini ifade etmek üzere liyakat kavramından söz edilmektedir. (Akgüner, 2014: 1). Benzer olarak, liyakat kavramı ile kamu yönetiminde farklı pozisyonlara yapılan tayin ve yükselmelerde, siyasal bağlılığın değil yetenek ve bilginin temel alınmasının vurgulandığı görülmektedir. Genel olarak, bir şeyi hak etme, bir şeye değer olma, yeterli olma ve layık olma anlamlarını ifade etmek üzere liyakat kavramı kullanılmaktadır (Gönülaçar, 2014: 6; Bozkurt vd., 2008: 158). Öztürk (2018)'e göre, geleneksel mantıkları benimseyerek kişisel çıkar sağlayan bireyler, liyakat sistemindeki değişmez kuralları bir engel olarak düşünebilirler. Modern mantıkları kullanan bireyler ise, liyakat esaslı yönetsel yapı ve sistemlerine daha kolay uyum gösterebilirler (Öztürk, 2018). İş yaşamında profesyonellik düzeyleri yüksek olan bireylerin, özellikle mesleklerinden kaynaklanan bireysel ve toplumsal kimlikleri öncelikli tutacaklarından söz edilmektedir (Hogg ve Deborah, 2000; Stryker, 1968; Stryker, 2007).

Türkiye’de liyakat ilkesi kariyer ilkesi ile birlikte kabul edilmiştir. Bir anlamda kurum içi yükselmeler liyakat ilkesine bağlı olarak gerçekleşmiştir. Mevzuatta bu ilkelerin kabul edilmesine rağmen, uygulamada genellikle liyakate bakılmaksızın üst basamaklara yükselmiş olan kişilere denk gelmektedir (Şaylan, 2000: 134). Diğer bir ifadeyle atama, yer değiştirme, tayin ve terfi gibi işlemlerde yöneticilerin keyfi davranışları etkili olmakta ve liyakat ilkesi uygulanmamaktadır. Ayrıca görevde yükselmede uygulama birliğinin bulunmamasından dolayı her bakanlığın farklı davranması, üst basamakla

yükselme kriterlerinin net olmaması, kurum içi pozisyonlar için belirlenmiş kriterlere önem verilmemesi ve yönetime geniş bir takdir yetkisinin verilmiş olması, bu sorunun temel nedenleri arasında sayılabilmektedir (Eroğlu, 2007: 364). Türkiye’deki nepotizm problemi kendisini, işe alım sürecinin başında liyakat kimliği ile göstermektedir. Her ne kadar liyakat kanunlarının çerçevesi, hâlihazırda yürürlükte olan yasalarca çizilmiş olsa da, uygulama yönünden ciddi sorunların bulunduğu ortadadır (Eken, 2015). Z kuşağına yönelik yapılan bir çalışmada; Z kuşağının çalışma hayatında önem verdikleri konulara ilişkin özgür düşünme, liyakat ve adalet gibi kavramların ilk sıralarda olduğu belirtilmiş ve Z kuşağı gençlerinin rahatsız olduğu ve dile getirmekten çekinmedikleri bir konu olarak “liyakat ve adalet eksikliği, adam kayırma, torpil, usulsüzlük” gibi toplum vicdanını yaralayan olumsuzluklar ifade edilmiştir (Uysal, 2019).

Hizmet Verme Yatkınlığı

Hizmet verme yatkınlığı, hizmet verme sürecinde tüketicilerle etkileşim durumunda oluşan görünür nitelikte ya da yüzeysel nitelikte kişilik özelliği olarak tanımlanmaktadır (Donavan vd., 2004). Bireysel düzeyde hizmet verme yatkınlığı, tüketici konumundaki bireylerin talep ve ihtiyaçlarının anlaşılması ve gerçekleştirilmesi açısından çalışanların istek düzeylerinin ve iletişim kabiliyetlerinin yüksek olması ile ifade edilmektedir (Serçoğlu, 2013: 5257). Bireysel düzeyde hizmet yatkınlığı olan bir çalışanın, müşterinin taleplerini ve ihtiyaçlarını anladığı görülmektedir. Çünkü iletişim kurduğu müşteriyle empati yoluyla isteklerini algılamakta ve ihtiyaçlarına doğru bir şekilde cevap vermektedir (Costen ve Barrash, 2006: 43). Müşterinin memnuniyetinin artırılabilmesi için de çalışanların hizmet verme yatkınlıklarının artırılması gereği ön plana çıkmaktadır. Çünkü her çalışanın hizmet verme yatkınlığının etkileyicisi olarak kişilik özellikleri her birinde farklılık göstermektedir (Rogelberg vd., 1999: 422). Hizmet sektöründe ürünün soyut olması çalışanın önemini daha da arttırmaktadır. Çalışanların hizmet verme yatkınlıklarının artırılmasında da tutumlarının, yeteneklerinin ve kişilik özelliklerinin etkili olduğu ifade edilmektedir (Kilchyk, 2009: 12). Çalışanlar sahip oldukları kişilik özellikleri sayesinde müşterilerle girdikleri diyaloglarda başarılı sonuçlar elde etmektedirler, bu durum da çalışanların hizmet verme yatkınlıklarını göstermektedir (Kuşlivan ve Eren, 2011: 140). Literatürde hizmet verme yatkınlığına ilişkin tutumsal bir bakış açısının olduğu görülmektedir. Bu bağlamda hizmet verme yatkınlığı çalışanların kişilik özellikleriyle ilişkilendirilmektedir (Kuşlivan ve Eren, 2011; Ünüvar ve Başoda, 2012; Ceyhun ve Diker, 2016).

Hizmet verme yatkınlığının bireysel düzeyde ele alındığı diğer bir çalışma ise Kaplan (2013)’a aittir. Bu çalışmanın amaç kapsamında otel işletmelerinde yer alan orta ve üst düzeydeki yönetici konumundaki çalışanların bireysel anlamda hizmet odaklılıklarının iç girişimcilik performanslarına olan etkileri tespit edilmesi söz konudur. Çalışmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında katılımcıların bireysel anlamda hizmet odaklı olmalarının iç girişimciliklerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir. Bununla beraber çevresel belirsizliğin bireysel hizmet odaklılık ve iç girişimcilik arasındaki ilişkiye etki ettiği görülmüştür.

Bireysel hizmet verme yatkınlığına ilişkin sadece sektör içinde çalışanları ilgilendirmemektedir. Sektöre adım atacak olan turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin de önemli bir yer kapladığı turizm sektöründe Seymen vd. (2017) hizmet verme yatkınlıklarını ele almışlardır. Çalışmanın amacı çerçevesinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründe var olan çalışma koşulları hakkındaki algıları, mesleki anlamda yabancılaşmaları ile hizmet vermedeki yatkınlıkları arasındaki ilişkisi tespit edilmesi yer almaktadır. Çalışma kapsamında yapılan alan çalışmasında 6 üniversitede okuyan turizm öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlarda öğrencilerde mesleki yabancılaşma tutumu ile çalışmaya

koşullarına olan algıları arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin mesleki yabancılaşma konusundaki algılarıyla çalışma koşullarına ilişkin algıları arasında hizmet verme yatkınlığının ilişkili olduğu görüşlerinin olduğu tespit edilmiştir.

Nevşehir’de turizm sektöründe yapılan bir diğer hizmet verme yatkınlığı çalışması Eren ve Demirel (2017)’e aittir. Turist rehberleri üzerinden yapılan bu çalışmada, katılımcıların hizmet verme yatkınlıklarının seviyesinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında toplan 152 turist rehberiyle anket yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlarda demografik bilgilerin hizmet verme yatkınlıklarını etkilediği görülmüştür. Ayrıca katılımcıların hizmet verme yatkınlığı olan bireyler oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm sektöründe otel işletmelerinin önemli bir yeri olduğu görülmektedir bu konuda yapılan bir çalışma da Çullu Kaygısız ve Eren (2017)’ya aittir. Yaptıkları çalışma kapsamında otel işletmelerinde yer alan içsel pazarlama uygulamalarının işletmede yer alan çalışanların pozitif yönde olan sosyal davranışlarını ile çalışanların hizmet verme yatkınlıklarının üzerindeki etkisi belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklem çerçevesinde Nevşehir’de bulunan dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri yer almaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar içsel pazarlama uygulamalarının katılımcıların olumlu sosyal davranış göstermelerinde ve hizmet verme yatkınlıklarını etkilediği yönünde olmuştur.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı turist rehberlerinin sahip olduğu geleneksellik-modernlik ve liyakat özellikleri ile bireysel düzeyde hizmet verme yatkınlıkları arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Yukarıda da tartışıldığı üzere alan yazında kişilik özellikleri ile hizmet verme yatkınlığı arasındaki ilişkiyi gösteren sınırlı sayıda olsa da bazı araştırmalar (Rogelberg vd., 1999; Kilchik, 2009: 12; Kuşlvan ve Eren, 2011; Ünüvar ve Başoda, 2012; Ceyhun ve Diker, 2016) mevcuttur. Ancak Türkçe ve yabancı alan yazında geleneksellik-modernlik ve liyakat özelliklerinin hizmet verme yatkınlığı ile olan ilişkisini birlikte ele alan ve turist rehberleri üzerinde yapılan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu yönüyle bu çalışmanın, ilgili alan yazına az da olsa bir katkı sağlayacağı söylenebilir.

Ölçme Araçları ve Verilerin Toplanması

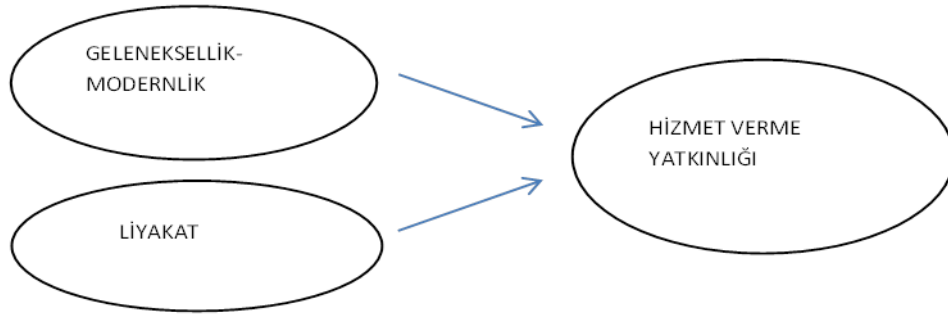
Veriler, araştırmanın değişkenlerine ilişkin ölçek maddeleri ve araştırmaya katılan turist rehberlerinin özellikleriyle ilgili soruları içeren anket yoluyla toplanmıştır. Araştırmada kullanılan anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik bilgilerini içeren sorular, ikinci bölümde Geleneksellik- Modernlik Ölçeği, üçüncü bölümde Liyakat Ölçeği, son bölümde ise Hizmet Verme Yatkınlığı Ölçek İfadeleri yer almaktadır.

Geleneksellik ve modernliği bir arada ölçmesi ve bu araştırmanın amacına uygun en kapsamlı ölçek olması nedeni ile araştırmada katılımcıların, geleneksellik-modernlik düzeyini ölçmek için Öztürk (2018) tarafından geliştirilen Geleneksellik-Modernlik Ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan bu ölçek 5 boyuttan ve 25 maddeden oluşmaktadır. Bu boyutlar; Laiklik, Aileden Bağımsızlık, Gelecek Odaklılık, Bireysel Bağımsızlık ve Yerelden Kopukluk şeklinde sıralanabilir. Araştırmada katılımcıların, liyakat düzeyini ölçmek için Öztürk (2018) tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır. Kullanılan bu ölçek tek boyut ve beş maddeden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında hizmet verme yatkınlığını ölçmek üzere ise Donovan vd.(2004) tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır. Bu ölçeğe göre hizmet verme yatkınlığı müşteriye

özel ve önemli olduğunu hissettirme ihtiyacı, müşterinin gereksinim ve isteklerini okuma/anlama ihtiyacı, hizmetleri başarılı bir şekilde sunma arzusu ve kişisel ilişki kurma ihtiyacı olmak üzere 4 boyut ve 13 ifadeden oluşmaktadır. İlgili boyutlar daha önce Kuşlivan ve Eren (2011) tarafından Türkçeye çevrilmiştir.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma kapsamında değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren model ve araştırma hipotezleri aşağıda sunulmaktadır.



Şekil 1: Araştırma Modeli

H₁: Geleneksellik-modernlik düzeyinin hizmet verme yatkınlığı üzerinde etkisi vardır.

H₂: Liyakat düzeyinin hizmet verme yatkınlığı üzerinde etkisi vardır.

Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, NERO'ya kayıtlı turist rehberleri oluşturmaktadır. NERO'ya kayıtlı 781 turist rehberi bulunmaktadır. Tam sayım örneklem tekniği kullanılarak evrenin tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcılardan 481 anket formu elde edilmiştir. Ancak eksik ve hatalı doldurulmuş olan sekiz anket formu araştırmaya dahil edilmemiştir. Araştırmanın örneklem grubu 473 katılımcıdan oluşmuştur.

Tablo 1. NERO'ya Kayıtlı Turist Rehberi Sayıları

ODA	ÜLK.	ÜLK.EYL.	ÜLK.EYLSİZ	BÖLG.	BÖLG.EYL.	BÖLG.EYLSİZ	EYLEMLİ	EYLEMSİZ	ODA TOPLAM REHBER
NERO	574	494	80	207	189	18	683	98	781

Kaynak: <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>

İstatistiksel Analizler ve Bulgular

Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmaktadır. Tablo 1'de de görüldüğü gibi araştırmaya katılan katılımcıların 302'si (%63,8) Erkek, 171'i (%36,2) Kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu Erkek katılımcılar oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların 83'ü (%17,5) 18-24 yaş, 168'i (%35,5) 25-31 yaş, 111'i (%23,5) 32-38 yaş, 58'i (%12,3) 39-45 yaş ve 53'si (%11,2) 46 ve üzeri yaş aralığındadır. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu 25-31 yaş aralığında olan katılımcılar oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların 195'i (%41,2) Evli ve 278'i (%58,8) Bekar bireylerden oluşmaktadır. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu bekar bireyler oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların 222'sinin (%46,9) çocuğu varken, 251'inin (%53,1) çocuğu bulunmamaktadır. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu çocuğu olmayan bireyler oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların 114'ü (%24,1) Ön lisans, 250'si (%52,9) Lisans, 109'u (%23,0) ise Yüksek lisans mezunu çalışanlar oluşturmaktadır. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu Lisans mezunu olan bireyler oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların 89'u (%18,8) 3 yıldan az süredir, 138'si (%29,2) 4-7 yıl arasında, 110'u (%23,3) 8-11 yıl arasında, 83'ü (%17,5) 12-15 yıl arasında ve 53'ü (%11,2) 16 yıldan fazla süresidir turizm rehberliği mesleğinde çalışmaktadır. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu 4-7 yıl arası turizm rehberliğinde çalışmakta olan bireyler oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların 113'ü (%23,9) haftada 1-2 gün, 242'si (%51,2) Haftada 3-4 gün, 59'u (%12,5) Her gün, 59'u (%12,5) ise düzensiz şekilde yüksek sezonda tura çıkmaktadır. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu yüksek sezonda haftada 3-4 gün tura çıkan katılımcılar oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların 56'sı (%11,8) mesleğinden memnun değil, 142'si (%30,0) mesleğinden ne memnun ne memnun değil, 217'si (%45,9) mesleğinden memnun, 58'i (%12,3) ise mesleğinden çok memnundur. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğunu mesleği konusunda kararsız olan katılımcılar oluşturmaktadır.

Tablo 2. Demografik Bilgiler

Cinsiyetiniz					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	Erkek	302	63,8	63,8	63,8
	Kadın	171	36,2	36,2	100,0
Yaşınız					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	18-24	83	17,5	17,5	17,5
	25-31	168	35,5	35,5	53,1
	32-38	111	23,5	23,5	76,5
	39-45	58	12,3	12,3	88,8
	46+	53	11,2	11,2	100,0
Medeni Durumunuz					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	Evli	195	41,2	41,2	41,2
	Bekar	278	58,8	58,8	100,0
Çocuğunuz Var Mı?					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	Evet	222	46,9	46,9	46,9
	Hayır	251	53,1	53,1	100,0
Eğitim Düzeyiniz					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde

	Ön Lisans	114	24,1	24,1	24,1
	Lisans	250	52,9	52,9	77,0
	Yüksek Lisans	109	23,0	23,0	100,0
Turizm Rehberliği Mesleğinde Çalışma Süreniz					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	3 yıl ve altı	89	18,8	18,8	18,8
	4-7 yıl	138	29,2	29,2	48,0
	8-11 yıl	110	23,3	23,3	71,2
	12-15 yıl	83	17,5	17,5	88,8
	16 yıl ve üzeri	53	11,2	11,2	100,0
Yüksek Sezonda Tura Çıkma Sıklığınız					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	Haftada 1-2 gün	113	23,9	23,9	23,9
	Haftada 3-4 gün	242	51,2	51,2	75,1
	Her Gün	59	12,5	12,5	87,5
	Düzensiz	59	12,5	12,5	100,0
Mesleğinizden Memnun Olma Düzeyinizi Belirtiniz					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	Memnun Değilim	56	11,8	11,8	11,8
	Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	142	30,0	30,0	41,9
	Memnunum	217	45,9	45,9	87,7
	Çok Memnunum	58	12,3	12,3	100,0
	Toplam	473	100,0	100,0	

Araştırma Geçerlilik ve Güvenilirliği

Araştırmada elde edilen verilerin güvenilirliğini ölçmek üzere Cronbach Alfa Katsayısı (α) kullanılmıştır. Alfa katsayısı, ölçekte bulunan maddelerin varyansların toplamının genel varyansa oranlanması ile elde edilir ve 0 ile 1 arasında değerler alır. Ağırlıklı standart değişim ortalaması olarak ifade edilebilir. Cronbach Alfa Katsayısı, ölçekte bulunan maddelerin homojen bir yapıyı açıklamak amacı ile bir bütün oluşturup oluşturmadığını belirler. Başka bir ifade ile, Alfa Katsayısı, madde puanlarını içeren bir ölçekte maddelere verilen yanıtların toplamına göre maddelerin birbirleri ile benzerliğini ve yakınlığını belirleyen katsayıdır. Ölçeğin güvenilirlik düzeyini gösteren alfa katsayısının alabileceği değer aralıkları şu şekildedir (Kalaycı, 2008):

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir bulunmamaktadır,

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirliğe sahiptir,

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir bulunmaktadır,

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirliğe sahiptir.

Araştırmada parametrik veya parametrik olmayan analiz yöntemlerinden hangisinin kullanılacağını belirlemek üzere araştırmada elde edilen verilere normallik testi uygulanmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin hesaplanması ile ölçek puanlarının normal dağılıma uygunluk durumu saptanmaktadır. Normal dağılım olarak görülebilmesi için ölçek puanlarından elde edilen basıklık ve çarpıklık değerlerinin +3 ile -3 arasında olması yeterli bulunmaktadır (Hopkins ve Weeks, 1990; Groeneveld ve Meeden, 1984; De Carlo, 1997; Moors, 1986).

Geleneksellik-Modernlik Ölçeğine İlişkin Bulgular

Turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik düzeyini ölçmeye yönelik 25 maddeden oluşan ölçeğe uygulanan temel bileşenler faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,96 bulunmuştur. Buna göre, elde edilen veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmada yapılan analiz sonucunda Barlett testi ,000 ($\chi^2= 12624,506$; $p<0,01$) olarak anlamlı çıkmıştır. Turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik düzeyini ölçmeye yönelik ölçeğe varimax rotasyon yöntemi kullanılarak uygulanan temel bileşenler faktör analizinin sonuçları Tablo 3’de görülmektedir. Buna göre, 25 maddeden oluşan ölçekteki yük değerleri dikkate alınarak yeni ölçekte yer alacak değişkenler belirlenmiştir. 16 madde özdeğeri 1’in üzerinde olan 5 faktörlü bir yapı oluşturmuştur. Bu 5 faktör ve 16 maddeden oluşan ölçeğe ait toplam varyansın %92,58 ‘unu açıklamaktadır. Elde edilen ölçeğe ilişkin sonuçlar Tablo 3’de görülmektedir.

Tablo 3. Geleneksellik-Modernlik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Laiklik	Gelecek Odaklılık	Bireysel Bağımsızlık	Aileden Bağımsızlık	Yerelden Kopukluk
GMÖ1	,800				
GMÖ2	,786				
GMÖ3	,775				
GMÖ4	,701				
GMÖ5	,680				
GMÖ18		,719			
GMÖ17		,717			
GMÖ16		,696			
GMÖ19		,654			
GMÖ21			,711		
GMÖ20			,707		
GMÖ22			,646		
GMÖ15				,646	
GMÖ14				,594	
GMÖ25					,632
GMÖ24					,606
Özdeğer	4,482	3,807	3,100	1,765	1,660
Açıklanan varyans	28,011	23,796	19,376	11,029	10,374
Toplam açıklanan varyans			92,586		
Cronbach Alpha	,959	,978	,966	,947	,970
Toplam Ölçek Cronbach Alpha			,985		
Basıklık	-,629	-,599	-,521	-,722	-,737
Çarpıklık	,892	,960	,946	,753	,890

Tablo 4’te ise araştırmaya katılan turist rehberlerinin Geleneksellik- Modernlik Ölçeğine ilişkin cevapları incelendiğinde katılımcıların geleneksellik-modernlik düzeylerinin ortalamaya yakın bir düzeyde olduğu ancak modernlik özelliklerini taşımaya daha eğilimli olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 4. Katılımcıların Geleneksellik-Modernlik Ölçeğine Verdikleri Cevaplar

	N	Ortalama	Std. Sapma
Sosyal hayatımı dini kurallara göre yaşamaya çalışırım	473	2,2347	1,12648
Düzenli ibadetlerimi yerine getirmedeğimde mutsuz olurum.	473	2,3044	1,24717
Dini inancım kişisel kimliğimin önemli parçalarından birisidir.	473	2,2452	1,20165
Benim için dini emirler, resmi yasalardan daha önemlidir.	473	2,1860	1,31132
Din olmazsa ahlak da olmaz.	473	2,3953	1,25640
Büyük ve küçük kardeşler arasında ast-üst ilişkisi olmasını doğal karşılarım.	473	2,3446	1,23579
Aile büyüklerimin benim için doğru kararları verdiklerini düşünürüm.	473	2,3404	1,21624

Geçmiş zamanlarda hayatın daha anlamlı olduğunu düşünüyorum.	473	2,3044	1,31980
Geçmiş dönemlerde yaşayan insanların daha huzurlu bir hayat sürdürdüğünü düşünürüm.	473	2,3552	1,37497
Geçmiş zamanlara özlem duyuyorum.	473	2,3425	1,38279
Geçmiş dönemlerdeki toplumsal hayatın daha düzenli olduğunu düşünürüm.	473	2,3911	1,34088
Yakın çevremdeki insanları üzmemek için benden istedikleri zor işlere katlanmaya çalışırım	473	2,3510	1,27371
Çevremdeki insanların onaylayacakları davranışları sergilemeye özen gösteririm.	473	2,4609	1,31446
Davranışlarımı ailemin beklentilerine göre düzenlemeye özen gösteririm.	473	2,4841	1,21269
Şehirde yaşayan bir insanın memleketi ile bağıını koparmaması gerektiğini düşünürüm.	473	2,0740	1,31356
Fırsat buldukça köyüme gitmeye çalışırım.	473	2,1691	1,32964
GELENEKSELLİK-MODERNLİK GENEL	473	2,3114	1,15584

Liyakat Ölçeğine İlişkin Bulgular

Turist rehberlerinin liyakat düzeyine ilişkin tek faktör ve 5 maddeden oluşan ölçeğe ait toplam varyansın %80,509'unu açıklamaktadır. Elde edilen ölçeğe ilişkin sonuçlar Tablo 5'de görülmektedir. Tek faktörlü yapının içerdiği maddelerin faktör yükleri incelendiğinde faktör yüklerinin ,858 ile ,935 arasında olduğu görülmektedir. Ölçeğin güvenilirliğini ortaya koymak için yapılan analiz Cronbach Alpha değerinin ,938 olduğunu göstermiştir.

Tablo 5. Liyakat Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Bir iş yerinde bütün kararları üst yönetim almalıdır.	,935
İş yerlerindeki talimatlar ve yönergeler genellikle insanların gözlerini boyamak içindir.	,935
İş dünyasında aynı dini inanca sahip olanlar birbirlerini kollamalılırlar.	,879
Yönetici pozisyonunda çalışanların, firma sahibinin tanıdıkları olması iş hayatının bir parçasıdır.	,878
Karşı cinsin yöneticilik becerilerinin zayıf olduğu kanaatindeyimdir.	,858
Özdeğer	4,025
Açıklanan varyans	80,509
Cronbach Alpha	,938
Basıklık	3,006
Çarpıklık	2,026

Tablo 6'da ise katılımcıların liyakat ölçeğine verdikleri cevaplar açısından dağılımları incelendiğinde liyakat düzeylerinin yüksek olduğu gözlenmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Liyakat Ölçeğine Verdikleri Cevaplar

	N	Ortalama	Std. Sapma
İş dünyasında aynı dini inanca sahip olanlar birbirlerini kollamalılırlar.	473	1,7061	1,10484
Karşı cinsin yöneticilik becerilerinin zayıf olduğu kanaatindeyimdir.	473	1,9493	1,08610
Yönetici pozisyonunda çalışanların, firma sahibinin tanıdıkları olması iş hayatının bir parçasıdır.	473	2,1121	,94000
Bir iş yerinde bütün kararları üst yönetim almalıdır.	473	1,9218	1,18617
İş yerlerindeki talimatlar ve yönergeler genellikle insanların gözlerini boyamak içindir.	473	1,9218	1,18617
GENEL	473	1,9222	,98911

Turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığını ölçmeye yönelik 13 maddeden oluşan ölçeğe uygulanan temel bileşenler faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,776 bulunmuştur. Buna göre, elde edilen veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmada yapılan analiz sonucunda Barlett testi ,000 ($\chi^2= 1192,043$; $p<0,01$) olarak anlamlı çıkmıştır. Turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığını ölçmeye yönelik ölçeğe varimax rotasyon yöntemi kullanılarak uygulanan temel bileşenler faktör analizinin sonuçları Tablo 6'da görülmektedir. Buna göre, 13 maddeden oluşan ölçekteki yük değerleri dikkate alınarak yeni ölçekte yer alacak değişkenler belirlenmiştir. 10 madde özdeğeri 1'in üzerinde olan 3 faktörlü bir yapı oluşturmuştur. Bu 3 faktör ve 10 maddeden oluşan ölçeğe ait toplam varyansın %61,12'sini açıklamaktadır. Elde edilen ölçeğe ilişkin sonuçlar Tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 7. Hizmet Verme Yatkinlığı Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Bileşenler				
	Müşteriyi Hissettirmek	Özel	Müşteri Anlama	İhtiyaçlarını	Kişisel İlişki Kurma
HVY1	,812				
HVY2	,771				
HVY3	,677				
HVY4	,598				
HVY5			,543		
HVY6			,776		
HVY7			,776		
HVY8			,626		
HVY12					,768
HVY13					,831
Özdeğer	3,216		1,774		1,122
Açıklanan varyans	23,532		19,244		18,349
Toplam açıklanan varyans	61,125				
Cronbach Alpha	,764		,633		,778
Toplam Ölçek Cronbach Alpha	,754				
Basıklık	2,059		2,836		2,192
Çarpıklık	-1,649		-1,855		-1,706

Hizmet verme yatkinlik düzeyine ilişkin katılımcıların verdikleri cevapların dağılımları Tablo 8’de verilmektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların algılanan hizmet verme yatkinlik düzeyi “Katılıyorum-Kesinlikle Katılıyorum” arasında yani ($X=4,0230$) değerinde olmuştur. Bu değer katılımcıların algılanan hizmet verme yatkinlik düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 8. Hizmet Verme Yatkinlığı Ölçeğine Verdikleri Cevaplar Açısından Dağılımları

	N	Ortalama	Standart Sapma
Hizmet ettiğim müşterilerin isteklerini karşılayarak onları memnun etmekten hoşlanırım	473	4,1036	1,12928
Her müşterinin kendini özel ve önemli hissetmesini sağlamaktan zevk alırım	473	3,8795	1,20392
Her müşterinin sorunu benim için önemlidir	473	3,9683	1,11663
Her müşteriye bireysel (özel) ilgi göstermek beni mutlu eder	473	3,7357	1,21429
Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini gözlerinden (doğal olarak) okurum (anlarım)	473	4,1839	,91016
Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini onlar söylemeden genellikle anlarım	473	4,0698	,93507
Hizmet verdiğim müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini tahmin etmekten hoşlanırım	473	3,9704	1,02881
Müşterilere ne kadar yakın ve samimi davranacağımı onların beden dilinden anlarım	473	4,2304	,82837
Müşterilerin isimlerini hatırlamak hoşuma gider	473	4,0063	1,12085
Müşterilerimi daha yakından tanımak hoşuma gider	473	4,0825	1,10064
GENEL	473	4,0230	,59454

Genel olarak turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik ve liyakat ile hizmet verme yatkinlikleri arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi sonuçları Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 9. Geleneksellik Modernlik Ölçeği, Liyakat Ölçeği ve Hizmet Verme Yatkinlığı Ölçeği Arasındaki Korelasyon Analizi

		Geleneksellik_ModernlikGENELORT	LiyakatORT	HVY_ORT
Geleneksellik_ModernlikGENELORT	Pearson Correlation	1	-,048	,047
	Sig. (2-tailed)		,294	,310
	N	473	473	473
LiyakatORT	Pearson Correlation	-,048	1	-,099*
	Sig. (2-tailed)	,294		,031

	N	473	473	473
HVY_ORT	Pearson Correlation	,047	-,099*	1
	Sig. (2-tailed)	,310	,031	
	N	473	473	473

*. Korelasyon 0.05 düzeyinde (2 kuyruklu) anlamlıdır

Tablo 9’da görüldüğü üzere, geleneksellik-modernlik bağımsız değişkeninin hizmet verme yetkinliği bağımlı değişkeni ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi bulunamamıştır. Bununla birlikte liyakat değişkeninin hizmet verme yetkinliği değişkeni ile arasında negatif (,099) ve istatistiksel olarak anlamlı ($p=,031 < 0,05$) bir ilişki vardır. Hesaplanan korelasyon katsayısına göre ($r < ,40$) bu oldukça zayıf bir ilişkidir. Buna göre, turist rehberlerinin liyakat düzeyi ile hizmet verme yetkinliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve turist rehberlerinin liyakat düzeyleri arttıkça hizmet verme yetkinliklerinde bir azalma olabileceği söylenebilir.

Değişkenler arasındaki ilişkiler test edildikten sonra, geleneksellik-modernlik düzeyinin ve liyakat düzeyinin hizmet verme yetkinliği üzerindeki etkisinin belirlenmesi için Regresyon analizi yapılmıştır. Geleneksellik-Modernlik, Liyakat ve Hizmet Verme Yetkinliği düzeyine yönelik yapılan regresyon sonucuna göre model anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla bu iki bağımsız değişkenin bir arada bağımlı değişken üzerinde etkisi olduğunu söylemek mümkün görünmemektedir.

Bununla birlikte daha önce liyakat ile hizmet verme yetkinliği arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizinde istatistiksel olarak anlamlı çıkan ve çok zayıf da olsa bir ilişkinin varlığı görülmüştür. Söz konusu ilişkinin analizi için regresyon analizi yapılmıştır. Bağımlı değişken hizmet verme yetkinliği, bağımsız değişken ise liyakat’tir. Tablo 10’da görülen model özetine göre, modele dahil edilen liyakat değişkeni, hizmet verme yetkinliğindeki değişimin %00,8’ini açıklamaktadır. Regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 10 ve Tablo 11’de görülmektedir.

Tablo 10. Liyakat Ölçeği ve Hizmet Verme Yetkinliği Ölçeği Arasındaki Regresyon Analizi Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata
1	,099 ^a	,010	,008	,59224

Tablo 11. Liyakat Ölçeği ve Hizmet Verme Yetkinliği Ölçeği Arasındaki Regresyon Analizi ANOVA Testi

Model	Karelerin özeti	df	Ortalama kare	F	Anlamlılık Düzeyi (p)	
1	Regression	1,637	1	1,637	4,666	,031 ^b
	Artık	165,202	471	,351		
	Total	166,839	472			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,137	,060		69,462	,000
	LiyakatORT	-,060	,028	-,099	-2,160	,031

Sonuç

Bu çalışma kapsamında geleneksellik-modernlik, liyakat ve hizmet verme yetkinliği kavramları irdelenmiştir. Kişilik özellikleri ve demografik özelliklerin hizmet verme yetkinliği ile olan ilişkisi pek çok çalışmada ele alınmıştır. Fakat insanların yaşam tarzını da yansıtan nitelikte bir kişilik özelliği olarak modern ya da geleneksel mantıklara sahip olmaları ile hizmet verme yetkinlikleri arasında bir ilişki kuran araştırmalara alan yazında rastlanılmamıştır. Turist rehberliği mesleği, yapısı gereği pek çok niteliğe sahip

olmayı gerektirmektedir. Yerli ve yabancı gruplara ören yerlerinin gezdirilmesi ve tanıtılmasının yanı sıra, ülke tanıtımında önemli bir rol üstlenmektedirler. Bu noktada, turistlerle kurulan iletişim ve davranış tarzı turistler üzerinde bıraktıkları etki açısından belirleyici olabilmektedir. Turist rehberlerinin iletişim ve davranış tarzlarını şekillendiren faktörler arasında; onların yetişme ortamı, ailesel ve geçmişle ilgili faktörler, eğitimleri ile ortaya çıkan gelenekselci ya da modern bakış açıları ve liyakat anlayışlarının önemli bir yer bulduğu düşüncesinden hareketle, bu çalışmada geleneksellik-modernlik yaklaşımları ve liyakat algıları ile turist rehberlerinin turistlere yönelik hizmet verirken onları anlama isteği, özel hissettirme isteği, kişisel ilişki kurma ve verdiği hizmetlerde başarılı olma isteklerini kapsayan hizmet verme yatkınlıkları arasında bir ilişkinin olabileceği düşünülmüştür.

Geleneksellik-modernlik ve liyakat ile hizmet verme yatkınlığı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacı ile Nevşehir Rehberler Odası'na kayıtlı olarak çalışan profesyonel turist rehberleri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmaya katılan 473 katılımcı araştırmanın örneklem grubunu oluşturmuştur.

Yapılan analizler sonucunda demografik özellikleri açısından katılımcıların yarıdan fazlasının erkeklerden oluştuğu, yarıdan fazlasının 25-38 yaş aralığında olduğu, yarıdan fazlasının bekar olduğu, yarıya yakın bir oranının çocuk sahibi olduğu, yarısının lisans düzeyinde ve dörtte birinin de yüksek lisans düzeyinde eğitim aldığı, yarısına yakın bir oranda 4-11 yıl arası meslek tecrübesine sahip oldukları, yüksek sezonda yarısının haftada 3-4 kez tur yaptıkları, yarıya yakın bir oranın mesleklerinden memnun oldukları ve dörtte birinin bu konuda kararsız oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların geleneksellik- modernlik ölçeğine verdikleri cevaplar açısından dağılımlarına bakıldığında geleneksellik-modernlik düzeylerinin ortalamaya yakın bir düzeyde olduğu ancak modernlik özelliklerini taşımaya daha eğilimli oldukları, liyakat düzeylerinin yüksek olduğu ve hizmet verme yatkınlık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Turist rehberleri açısından turist gruplarına yönelik tamamen gelenekselci yaklaşımlar sergilemek doğru bir yaklaşım olmayabilir. Bununla birlikte çok modern olursa dahi geleneksel mantıklara sahip gruplara yönelik yine özenli olunması gerektiği oldukça açıktır. Geleneksellik-modernlik yaklaşımı çerçevesinde, bu araştırma sonucunda da ortaya çıktığı gibi, turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik düzeylerinin orta düzeyde olması tercih edilir bir durum gibi görünmektedir. Her ne kadar çalışmada iki uçlu bir özellik olarak ele alınmış olsa da araştırmaya katılan turist rehberlerinin hem geleneksel yapıyı bilen ve kısmen yaşam tarzında bağlı olan hem de yeniliklere açık, çağdaş, modern özellikleri birarada barındıran daha heterojen bir yapıda olduklarını söylemek mümkündür.

Turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik düzeyini ölçmeye yönelik uygulanan temel bileşenler faktör analizi sonucunda 16 maddeden oluşan 5 faktörlü bir yapı oluşmuş ve bu faktör yapısı ile ölçek toplam varyansı oldukça yüksek bir düzeyde açıklamıştır. Hem toplam ölçeğin, hem de her bir faktörün güvenilirlik katsayıları hesaplanmış ve oldukça yüksek güvenilirliğe sahip olduğu belirlenmiştir. Faktörlerin basıklık çarpıklık değerlerine de bakılmış ve ölçek puanlarının normal dağılım sergilediği görülmüştür.

Turist rehberlerinin liyakat düzeyini ölçmeye yönelik 5 maddeden oluşan tek faktörlü yapı ölçeğe ait toplam varyansın oldukça yüksek bir düzeyini açıklamaktadır. Bununla birlikte, ölçeğin güvenilirlik düzeyi de oldukça yüksektir.

Turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığını ölçmeye yönelik 13 maddeden oluşan ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda 10 maddeden oluşan 3 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır ve bu yapı

ölçeğe ait toplam varyansı önemli düzeyde açıklamaktadır. Hem toplam ölçeği, hem de her bir faktörün güvenilirlik katsayıları hesaplanmış ve oldukça yüksek güvenilirliğe sahip olduğu belirlenmiştir. Faktörlerin basıklık çarpıklık değerlerine de bakılmış ve ölçek puanlarının normal dağılım sergilediği görülmüştür. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığına ilişkin betimleyici istatistiklerin sonuçları incelendiğinde katılımcıların algılanan hizmet verme yatkınlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırmada turist rehberlerinin geleneksellik-modernlik ve liyakat ile hizmet verme yatkınlıkları arasındaki ilişkiyi test etmek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda geleneksellik-modernlik, bağımsız değişkeninin hizmet verme yatkınlığı bağımlı değişkeni ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi bulunamamıştır. Bununla birlikte liyakat değişkeninin hizmet verme yatkınlığı değişkeni ile arasında negatif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı fakat oldukça zayıf düzeyde bir ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre geleneksellik-modernlik ve liyakat değişkenlerinin bir arada bağımlı değişken olan hizmet verme yatkınlığı üzerinde etkisi bulunamamıştır. Fakat daha önce çok zayıf da olsa liyakat ile hizmet verme yatkınlığı arasında belirlenen ilişkiyi test etmek üzere yapılan regresyon analizi sonucunda ise model anlamlı bulunmuş ve liyakat değişkeninin, hizmet verme yatkınlığındaki değişimi oldukça düşük bir düzeyde açıkladığı görülmüştür.

Çalışanların hizmet verme yatkınlıklarının artırılmasında da tutumlarının, yeteneklerinin ve kişilik özelliklerinin etkili olduğu ifade edilmektedir (Kilchyk, 2009: 12). Çalışanlar sahip oldukları kişilik özellikleri sayesinde müşterilerle girdikleri diyaloglarda başarılı sonuçlar elde etmektedirler, bu durum da çalışanların hizmet verme yatkınlıklarını göstermektedir (Kuşluvan ve Eren, 2011: 140). Ancak görüldüğü gibi bu çalışmada birer kişilik özelliği olarak ele alınan geleneksellik-modernlik değişkeninin hizmet verme yatkınlığı ile bir ilişkisi saptanamamış, liyakat değişkeninin ise neredeyse yok denecek düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bu durum turist rehberliği mesleğinin modern mantıklara sahip ve yalnızca bu mesleği yapmak için gerekli niteliklere sahip kişiler tarafından yapılabileceği gerçeğinin bir sonucu olabilir. Bir başka ifade ile, bu özellikler olağan, sıradışı olmayan ve turistlere hizmet verirken yaklaşımlarını etkilemeyecek nitelikte özellikler olarak görülmüş olabilir. Bununla birlikte Türkiye’de kayırmacılık temelinde liyakatin ciddi bir sorun olarak görülmesi (Eken, 2015) ve özellikle genç kuşağın çalışma hayatında en önemli buldukları konular arasında liyakatin yer alması (Uysal, 2019) gibi nedenler liyakate olan bakış açısının olumsuzlaşmasını ve inançsızlığı, umutsuzluğu çağrıştırmış olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma sonuçları, sadece örneklem grubunu oluşturan katılımcıları kapsamaktadır. Sonuçların genellenebilir olması ve karşılaştırılabilmesi için benzer araştırmaların daha büyük örneklem gruplarında, turizmin diğer sektörlerinde çalışan kişiler üzerinde tasarlanması önerilebilir. Bununla birlikte hizmet verme yatkınlığının bu çalışmada birer kişilik özelliği olarak ele alınan geleneksellik-modernlik ve liyakat dışında kişilik özellikleri ile (beş faktör kişilik özelliği, girişimcilik, yenilikçilik, deneyime açık olma, uyumlu olma, disiplinli olma vb.) birlikte ele alınması önerilebilir.

Kaynakça

- Akgüner, T. (2014). *Kamu personel yönetimi*, İstanbul: Der Yayınları.
- Armer, M. (1970). Formal education and psychological Malaise in an African society. *Sociology of Education*, 43(2), 143-158.
- Armer, M., & Isaac, L. (1978). Determinants and behavioral consequences of psychological modernity: Empirical evidence from Costa Rica. *American Sociological Association*, 43(3), 316-334.

- Bocock, R. (2005). *Tüketim*, Çev., İrem Kutluk, (2. Baskı), Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Bozkurt, Ö., Ergun, T., & Sezen, S. (2008). *Kamu yönetimi sözlüğü*, Ankara: TODAİE Yayınları.
- Canatan, K. (1995). *Bir Değişim Süreci Olarak Modernleşme*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Ceyhun, S. & Diker, O. (2016). Ankara ilinde spor sağlık merkezi çalışanlarının kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlığı üzerine etkisi. *Niğde University Journal Of Physical Education And Sport Sciences*, 10 (1), 100-110.
- Costen, W.M., & Barrash, D. I. (2006). Ace-ing the hiring process: A customer service orientation model. *Journal Of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 5(1), 35-49.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve turist rehberliğinin abc'si*. Akdeniz Kitabevi.
- Çullu Kaygısız, N. & Eren, D. (2017). Otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının işgörenlerin hizmet verme yatkınlığı ve olumlu sosyal davranışları üzerine etkisi: Nevşehir örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (3), 74-87. DOI: 10.24010/soid.369912.
- D'alessio, M., Guarino, A. Pascalis, V.D & Zimbardo, P. G. (2003). Testing Zimbardo's stanford time perspective inventory (stpi) - short form: An Italian study. *Time Society*, 12 (2), 333-347.
- De Carlo L.T. (1997). On the meaning and use of Kurtosis. *Psychological Methods*, 2, 292-307.
- Donavan, D. T., Brown, T. J., & Mowen, J.C. (2004). Internal benefits of service- worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal Of Marketing*, 68, 128-146.
- Eken, Y. (2015). *Nepotizm ve kronizmin çalışanların performansı üzerine etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Eren, D. & Demirel, N., (2017). Nevşehir bölgesi'ndeki turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığı düzeylerinin ölçülmesi. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 2(1), 5-22.
- Eroğlu, H. T. (2007). *Türk kamu personel yönetiminin evrimi: sorunlar ve reform çalışmaları*. Çukurçayır, M. A. ve Gökçe, G. (ed.). Kamu yönetiminin yapısal ve işlevsel sorunları, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gençtan, E. (1995). *Psikanaliz ve sonrası*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gjesme, T. (1983). Introduction: An inquiry into the concept of future orientation, *International Journal of Psychology*, 18, 347-350.
- Groeneveld, R.A. & Meeden, G. (1984). Measuring skewness and kurtosis, *The Statistician*, 33, 391-399.
- Gönülaçar, Ş. (2014). İnsan kaynakları yönetiminde kayırmacılık kuşatması ve liyakatsizlik çıkmazı. Academia.Edu.
- Hogg, M. A., & Deborah, T. (2000). Social identity and self categorization process in organizational contexts. *Academy of Management Review*, 25 (1), 121-140.
- Hopkins, K. D. & Weeks, D. L. (1990). Tests for normality and measures of skewness and kurtosis: Their place in research reporting. *Educational and Psychological Measurement*, 50, 717-729.
- Inkeles, A. (1977). The modernization of man, (Ed) Myron Weiner, *Modernization: The Dynamics of Growth*, Washington, 154-157.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1981). *Çocuğun değeri: Türkiye'de değerler ve doğurganlık* (The value of children: Values and fertility in Turkey). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1996). *Family and human development across cultures: A view from the other side*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2002). *A model of family change in cultural context*. In W.J. Lonner, D.L; Dinnel, S. A. Hayes, & D.N.Sattler (Eds.), *Online Readings in Psychology and Culture*. Unit 13, Chapter 1 .Retrieved May 8,2005, from <http://www.edu/culture>. Center for Cross-Cultural Research, Western Washington Un., Bellingham, Washington, USA.
- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Kaplan, A., (2013). *Otel işletmelerinde bireysel hizmet odaklılığın iç girişimcilik performansı üzerindeki etkisi: algılanan çevresel belirsizliğin aracı rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Kırılmaz, H. & Ayparçası, F. (2016). Modernizm ve postmodernizm süreçlerinin tüketim kültürüne yansımaları. *İnsan ve İnsan*, 3 (8), DOI: 10.29224/insanveinsan.280014.
- Kilchyk, I. (2009). *A study of person-job fit in front office employees in midwestern hotels*. Purdue University, The Degree Of Master Of Science, West Lafayette, Indiana.

- Kuşlivan, S. & Eren, D. (2011). İşgörenlerin kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığı ve ölçümü: Bir literatür taraması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 139-153.
- Markus, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Moors, J. J. A. (1986). The meaning of kurtosis: Darlington reexamined. *The American Statistician*, 40, 283-284.
- Öztürk, A. (2018). *Geleneksellik-modernlik ve profesyonellik düzeyi ilişkisinde kurumsal mantıkların, sosyal becerilerin ve sosyal öğrenmenin yönlendirici rolü*. Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi SBE, İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Rau, W. C. (1980). The tacit conventions of the modernity school: An analysis of key assumptions. *American Sociological Review*, 45(2): 244-260.
- Rogelberg, S. G., Barnes-Farrell, J. L. & Creamer, V. (1999). Customer service behavior: The interaction of service predisposition and job characteristics. *Journal Of Business And Psychology*, 13(3), 421-435.
- Sarıbay, A. Y. (1985) *Türkiye’de modernleşme din ve parti politikası: MSP örnek olayı*. İstanbul: Alan Yayınları, 106.
- Schmidt, C. F., Sridharan, N. S. & Goodson, J. L. (1978). The plan recognition problem: An intersection of psychology and artificial intelligence. *Artificial Intelligence*, 11(1-2), 45-83.
- Serçoğlu, N. (2013). Konaklama işlemlerinde çalışan iş görenlerin kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlığı üzerindeki etkisi. *Journal Of Yaşar University*, 8 (31), 5253-5273.
- Seymen, O., Bolat, T., Bolat, İ. & Kinter, O. (2017). Turizm sektöründe çalışma koşulları algısı, hizmet verme yatkınlığı ve mesleki yabancılaşma ilişkisi: Turizm eğitimi alan öğrenciler açısından bir değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırma Dergisi*, 6(3), 401-430.
- Simons, J., Maarten V., Willy L., & Marlies L. (2004). Placing motivation and future time perspective theory in a 215 temporal perspective. *Educational Psychology Review*, 16(2), 120-139.
- Singelis, T. M. (1994). The measurement of independent and interdependent self-construals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), 580-591.
- Smith, D. H., & Inkeles, A. (1966). The OM scale: A comparative socio-psychological measure of individual modernity. *Sociometry*, 29(4): 353-377.
- Stryker, S. (1968). Identity salience and role performance. *Journal of Marriage and the Family*, 4, 558-564. doi: 10.2307/349494.
- Stryker, S. (2007). Identity theory and personality theory: Mutual relevance. *Journal of Personality*, 75(6), 1083-1102. doi: 10.1111/j.1467- 6494.2007.00468.x.
- Sztompka, P. (1993). *The sociology of change*. Cambridge: Oxford: Blackwell Publishers.
- Şallı, A. (2017). Modernlik, gelenek ve din ilişkisi: Bir modernleşme kuramı eleştirisi. *Kırıkkale İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, (KİİFAD), 2 (4), 56-82.
- Şaylan, G. (2000). *Kamu personel yönetiminden insan kaynakları yönetimine geçiş*. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Tanhan, F., & Mukba, G. (2014). Spann-Fischer ilişki bağımlılığı ölçeği’nin Türkçe’ye uyarlama çalışmasına ilişkin psikometrik bir analiz. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, 179-189.
- Uysal, S. (2019). *Z kuşağının çalışma hayatından beklentileri: Bir alan araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı.
- Ünüvar, Ş., & Başoda, A. (2012). Algılanan hizmet verme yatkınlığının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9(1), 46-64.
- Üskül, A. K., Hynie, M., & Lalonde, R. N. (2004). Interdependence as a mediator between culture and interpersonal closeness for Euro-Canadians and Turks. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35.
- Yılmaz, H. (2005). Gelenek, gelenekçilik, gelenekselcilik. *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, 3, 41.
- Zimbardo, P. G., & Boyd, J. N. (1999). Putting time in perspective: A valid, reliable individual differences metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1271-1288.



Etik Kurul Kararı ile ilgili beyan

Araştırmanız etik kurul izni gerektiriyorsa, aşağıdaki bilgileri doldurunuz.

Lütfen beyanı yaptığınızı belirtmek için kutucuğu işaretleyin.	<input checked="" type="checkbox"/> Yazar(lar) Beyanı: Bu çalışmanın yazarı(ları) olarak, insan katılımcıların yer aldığı çalışmalarda gerçekleştirilen tüm prosedürlerin, kurumsal ve/veya ulusal araştırma komitesinin etik standartlarına ve 1964 Helsinki bildirgesine ve daha sonraki değişikliklerine veya karşılaştırılabilir etik standartlara uygun olduğunu beyan ederim(iz).
--	---

Etik kurul kararı veren kurum	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
-------------------------------	--

Etik kurul karar tarihi	14.07.2021
-------------------------	------------

Etik kurul karar sayı no	2021.08.248
--------------------------	-------------

Araştırmanız etik kurul izni gerektirmiyorsa, nedenini aşağıdaki seçeneklerden birini tercih ederek belirtiniz.

Bu çalışmanın yöntemi için etik kurul izni gerekmemektedir.

Bu çalışmadaki veri toplama süreci 1 Ocak 2020 tarihinden önce gerçekleşmiştir.

Yazar Katkısına İlişkin Bilgi

Yazar(lar) beyanı	<input checked="" type="checkbox"/> Bu çalışmadaki bulunan yazarların katkı oranlarının aşağıda belirtilen şekilde olduğunu beyan ederim(iz).
-------------------	---

1. Yazar katkı oranı	%60
----------------------	-----

2. Yazar katkı oranı	%40
----------------------	-----